

立信会计师事务所（特殊普通合伙）
关于博拉网络股份有限公司首次公开发行股票
并在科创板上市
申请文件的审核问询函的回复

二〇一九年六月

立信会计师事务所（特殊普通合伙）
关于博拉网络股份有限公司首次公开发行股票
并在科创板上市

申请文件的审核问询函的回复

信会师函字[2019]第 ZD012 号

上海证券交易所：

贵所于2019年5月23日出具的《关于博拉网络股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的审核问询函》（以下简称“《问询函》”）收悉，立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）对相关问题逐项进行了认真核查，现将核查过程和核查意见回复如下：

11.请发行人：（1）简化并列表披露发行人下属子公司的主营业务和与发行人主营业务的关系，各子公司的实收资本和主要生产经营地；（2）按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第41号—科创板公司招股说明书》（以下简称《格式准则》）第四十条的要求，补充披露发行人子公司北京博拉和博拉智胜下属子公司的情况；（3）按照《格式准则》第四十七条的相关规定，披露公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在发行人及其关联企业领取收入的情况及原因；（4）严格按照《格式准则》的规定逐条比对并修改招股说明书。

请保荐机构、申报会计师和发行人律师提高执业质量，对发行人提交的申报文件进行核查并发表明确意见，保荐机构应对发行人的招股说明书是否符合《格式准则》等规定发表明确意见。

【回复】

（一）简化并列表披露发行人下属子公司的主营业务和与发行人主营业务的关系，各子公司的实收资本和主要生产经营地

截至本问询函回复出具日，本公司共计有十家全资或控股子公司，具体情况如下：

单位：万元

序号	名称	主营业务	与发行人主营业务的关系	实收资本	主要生产 经营地
1	博拉网络（北京）有限公司	大数据应用服务、技术开发服务	主营业务的重要板块之一	1,000.00	北京及华北地区
2	重庆博聚智海电子商务有限公司	电子商务解决方案策划、电商技术开发、电商业务运营	主营业务的重要板块之一	60.00	重庆及西南地区
3	成都网客广告传媒有限公司	大数据营销和技术开发服务	与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系	100.00	成都及四川区域
4	重庆博拉智略科技有限公司	大数据和人工智能技术在物联网等应用场景中的相关项目的技术开发和实施	与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系	100.00	重庆及西南地区
5	广州博拉广告有限公司	信息技术咨询业务	与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系	3.00	华南地区
6	重庆云集通广告传媒有限公司	大数据技术咨询服务、电子会员数据管理与运营项目的实施和相关技术开发	与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系	500.00	重庆及西南地区
7	重庆伍觉软件有限公司	大数据在智慧园区/智能家居的应用解决方案咨询，以及相关项目的技术开发和实施	与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系	100.00	重庆及西南地区
8	重庆赢盛达科技有限公司	大数据应用服务、技术开发服务	自成立以来，母公司的部分业务与技术资源逐步转移至赢盛达，由赢盛达负责具体承做、实施相关项目	3,000.00	全国
9	重庆聚企智业大数据有限公司	拟开展大数据在电子商务、数字营销、人工智能、物联网等应用场景的技术软件开发，并开展相关行业应用，为大型企业客户提供大数据智能应	主营业务的重要板块之一	50.00	重庆及西南地区

序号	名称	主营业务	与发行人主营业务的关系	实收资本	主要生产 经营地
		用整体解决方案			
10	重庆赢睿达数字技术有限公司	拟专注于从事大数据营销以及相关服务，系一家基于大数据开展数字媒体精准投放的技术服务	主营业务的重要板块之一	2,000.00	重庆及西南地区

（二）按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号—科创板公司招股说明书》（以下简称《格式准则》）第四十条的要求，补充披露发行人子公司北京博拉和博拉智胜下属子公司的情况

1、报告期内，北京博拉的全资、控股子公司及合营、联营公司基本信息如下：

公司名称	成立时间	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	北京博拉出资比例及控制情况	主要生产经 营地	住所	主营业务及实际经营情况、与发行人主营业务的关系
上海博拉广告传播有限公司	2011年1月11日	100.00	100.00	100%	上海及华东地区	上海市奉贤区望园路2165弄3号262室	设计、制作、代理、发布各类广告，从事计算机科技、网络科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务；与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系。
昆明博拉飞鱼科技有限公司	2012年1月21日	100.00	100.00	100%	云南及西南地区	云南省昆明市盘龙区北辰财富中心商住楼A幢2301号	计算机软硬件的开发及应用；计算机系统集成；与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系。
北京耀途科技有限公司	2014年11月18日	200.00	200.00	51%	北京	北京市朝阳区建国路88号9号楼6层706	技术推广服务；计算机系统服务；北京博拉相关出资已于2016年1月转让；未形成协同效应。
BOLAA PTY LTD	2014年3月28日	澳元 1.00	澳元 1.00	100%	澳大利亚	CONCORD NSW 2137	媒体广告，未实际展业经营；已于2016年6月解散
北京云集通网络科技有限公司	2015年9月1日	100.00	100.00	100%	北京	北京海淀区清河三街72号6号楼3层3272室	计算机系统服务，未实际经营；已于2016年8月注销

2016年1月15日，北京博拉与徐涛签订了《股权转让协议》，约定北京博拉将其持有的北京耀途科技有限公司51%的股权转让给徐涛；双方确定的转让价格为人民币50万元；前述股权转让完成后，北京博拉不再持有北京耀途的股权，不再享受相应的股东权利和承担义务。

最近一年，上海博拉广告传播有限公司的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2018.12.31 或 2018 年
资产	835.34
所有者权益	-393.34
营业收入	631.32
净利润	-282.21

最近一年，昆明博拉飞鱼科技有限公司的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2018.12.31 或 2018 年
资产	510.86
所有者权益	148.11
营业收入	1,081.56
净利润	6.94

2、博聚智海全资、控股子公司及合营、联营公司基本信息如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	博聚智海出资比例及控制情况	主要生产经营地	住所	主营业务、与发行人主营业务的关系
1	重庆博拉智胜数字科技有限公司	2015 年 8 月 17 日	130.00	130.00	51%	重庆	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 1 楼 2#	计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统设计与平面；网页设计；与公司从事的主要业务存在协同发展关系。

注：博拉智胜无下属子公司。

博拉智胜的其他股东：杨定华（出资比例 49%）。

最近一年，重庆博拉智胜数字科技有限公司的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2018.12.31 或 2018 年
----	---------------------

项目	2018.12.31 或 2018 年
资产	20.12
所有者权益	19.82
营业收入	-
净利润	-31.88

(三) 按照《格式准则》第四十七条的相关规定，披露公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在发行人及其关联企业领取收入的情况及原因

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从本公司及关联方领取的薪酬情况如下：

单位：元

姓名	任职	2018 年从公司领取的薪酬（税前）	2018 年从关联方领取的薪酬（税前）
童毅	董事长	-	492,000.00（在同趣控股领取薪酬）
龙峰	法定代表人、董事、总经理	470,000.00	-
黎健艺	董事、董事会秘书、副总经理	340,000.00	-
王梦	董事	-	-
曹靖	独立董事	60,000.00	-
刘可	独立董事	60,000.00	-
彭涛	独立董事	60,000.00	-
韩建	监事会主席	-	236,000.00（在同趣控股领取薪酬）
黄英	监事	-	-
江渝	职工代表监事	109,240.00	-
石正磊	副总经理	312,000.00	-
徐琦峰	副总经理	390,000.00	-
张花丽	财务负责人	290,000.00	-
沈敏	大数据平台研发部技术总监	180,000.00	-
周波依	项目开发部技术总监	263,700.00	-
罗磊	项目开发部技术副总监	230,180.00	-
郑磊	项目开发部技术副总监	228,800.00	-
谭利辉	创新产品研发部技术总监	222,463.83	-

前述领取薪酬的原因：1、均因系在公司或关联方（同趣控股）任职；2、童

毅最近 1 年在发行人控股股东同趣控股担任董事长并领取薪酬，并自 2019 年 3 月开始在发行人领取薪酬，不再从同趣控股领取薪酬，且社会保险关系已转移至发行人；3、韩建最近 1 年在发行人控股股东同趣控股担任经理并领取薪酬；4、独立董事系其独立董事津贴。

（四）严格按照《格式准则》的规定逐条比对并修改招股说明书

已严格按照《格式准则》的规定逐条比对并修改招股说明书，并已楷体加粗标明。

【申报会计师核查意见】

经进一步核查发行人提交的申报文件，发行人提交的申报文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

17.招股说明书披露，发行人的服务模式分为直客的整体框架服务、直客的项目定制服务、中间代理商的个性化项目外包服务。营销方式包括招投标或与中间代理商合作的方式。

请发行人披露：（1）区分不同服务模式披露前五大客户的情况，并分析变动原因；（2）直客的整体框架服务、直客的项目定制服务、中间代理商的个性化项目外包服务三者的关系，与发行人核心技术的关系，与发行人收入类别之间的关系；（3）发行人以直客模式、中间商模式获取客户的方式，报告期内发行人通过招投标和中间代理商合作等不同方式获得的收入金额及占比情况；（4）中间商的选取标准，中间商模式下发行人如何实施服务，发行人与中间商的权利义务划分，签订合同的具体方式，是否由最终客户指定向发行人采购，收入确认政策及收入确认的凭证，是否与直客模式存在显著差异。

请发行人说明：（1）报告期内各年投标的中标情况，包括项目名称、是否中标、中标内容及金额、未中标原因、中标公司名称、投标保证金金额、是否已经收回，是否存在应履行公开招投标程序而未履行的情形，如是，请补充披露具体合同金额及执行情况，是否存在合同被撤销风险，是否存在法律纠纷，是否对发行人经营业绩存在重大影响；（2）区分服务模式列示各期前五名客户的收入及占比、毛利率、对应项目名称、提供业务内容、最终客户、结算方式

和信用政策；（3）区分服务模式列示各期前五名客户及最终客户的主营业务、注册时间、注册资本、注册地、股权结构、实际控制人或主要股东、合作历史，上述客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员是否与发行人存在关联关系、关联交易、资金往来或其他利益安排；（4）结合业务模式、目标市场定位和客户群体，说明发行人与中间代理商的主营业务的区别，是否构成竞争关系，是否存在依赖于中间代理商获取客户的情况；（5）请发行人说明同类业务向直接客户和中间代理商的定价方式及差异，并比较同类业务直接客户与中间代理商的毛利率水平，分析差异原因及合理性；（6）报告期内收到的销售收入回款是否来自签订经济合同的当事方账户，是否存在第三方付款的情形；（7）发行人披露的合同金额与销售收入存在较大差异的原因，定量分析两者之间的匹配关系；（8）发行人披露的各类服务模式的收入和收入类型之间的对应关系，前后文采用不同分类口径的原因及合理性。

请保荐机构和申报会计师对上述事项核查，说明核查方法、核查过程和核查结果，并发表明确意见。

【回复】

（一）区分不同服务模式披露前五大客户的情况，并分析变动原因

1、不同服务模式前五大客户的情况

（1）直客的整体框架收入

2016 年度

单位名称	金额（万元）	占比
长安福特汽车有限公司	1,644.84	34.76%
家乐福（中国）管理咨询服务 有限公司	1,184.23	25.03%
东风裕隆汽车销售有限公司	636.40	13.45%
香港国际主题乐园有限公司	600.12	12.68%
重庆长安汽车股份有限公司	544.50	11.51%
合计	4,610.09	97.42%

2017 年度

单位名称	金额（万元）	占比
------	--------	----

单位名称	金额（万元）	占比
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	1,799.06	35.62%
重庆长安铃木汽车有限公司	823.86	16.31%
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	695.69	13.77%
香港国际主题乐园有限公司	678.53	13.43%
长安福特汽车有限公司	514.71	10.19%
合计	4,511.85	89.32%

2018 年度

单位名称	金额（万元）	占比
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	2,518.33	24.92%
上海衣页信息科技有限公司	1,491.04	14.75%
长安福特汽车有限公司	898.62	8.89%
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	636.75	6.30%
中国自控系统工程有限公司	517.24	5.12%
合计	6,061.99	59.98%

（2）直客的项目定制收入

2016 年度

单位名称	金额（万元）	占比
北京世界星辉科技有限责任公司	1,051.44	9.78%
鲁中汇源食品饮料有限公司	469.81	4.37%
重庆长安汽车股份有限公司	440.56	4.10%
四川长虹电器股份有限公司	424.73	3.95%
重庆汽摩交易所有限公司	404.32	3.76%
合计	2,790.86	25.96%

2017 年度

单位名称	金额（万元）	占比
四川长虹电器股份有限公司	1,042.28	9.82%

单位名称	金额（万元）	占比
重庆长安汽车股份有限公司	620.91	5.85%
北京汇源食品饮料有限公司	528.30	4.98%
比亚迪汽车销售有限公司	394.73	3.72%
长安标致雪铁龙汽车有限公司	371.13	3.50%
合计	2,957.35	27.87%

2018 年度

单位名称	金额（万元）	占比
重庆长安汽车股份有限公司	3,074.14	21.62%
比亚迪汽车销售有限公司	1,043.43	7.34%
比亚迪汽车工业有限公司	978.72	6.88%
四川长虹电器股份有限公司	875.33	6.15%
北京汇源食品饮料有限公司	660.38	4.64%
合计	6,631.99	46.63%

报告期内，发行人直客的整体框架收入和直客的项目定制收入前五名客户均呈现一定变化（客户变动和收入金额变动），主要原因如下：

第一、客户每年的服务需求随着市场变化随之变化，对营销的投入金额也随之变化，直客整体框架协议内容也会发生相应变化，导致相关收入的变化；

第二、由于数字技术的快速迭代，客户通常会产生许多新的技术开发和个性化应用需求，其自身经营策略也会根据市场形势变化而进行调整，这部分需求无法在整体框架协议里提前规划和明确，因此导致客户会频繁增加相关项目定制服务（个案）需求；

第三、新增客户产生的影响，如 2017 年新增比亚迪汽车销售有限公司、比亚迪汽车工业有限公司和重庆长安铃木汽车有限公司。

（3）中间代理商收入

2016 年度

单位名称	金额（万元）	占比
广州市劲迈经纬市场策划有限公司	179.25	38.27%
奥美世纪（北京）广告有限公司	82.54	17.63%

单位名称	金额（万元）	占比
广州市达生市场推广有限公司	42.25	9.02%
昌荣传媒股份有限公司	35.87	7.66%
上海碟泉广告有限公司	33.49	7.15%
合计	373.40	79.73%

2017 年度

单位名称	金额（万元）	占比
上海奔越广告有限公司	645.38	28.06%
广东零距离广告有限公司	234.04	10.18%
上海际恒品牌管理有限公司	193.05	8.39%
昌荣传媒股份有限公司	178.30	7.75%
北京指尖政务科技有限公司	153.77	6.69%
合计	1,404.53	61.07%

2018 年度

单位名称	金额（万元）	占比
阳狮广告有限公司	1,946.89	31.20%
广东信翔信息科技有限公司	1,730.92	27.74%
上海奔越广告有限公司	816.25	13.08%
上海合印网络科技有限公司	769.56	12.33%
上海蓝瀚广告有限公司	437.42	7.01%
合计	5,701.03	91.37%

2017 年、2018 年前五大中间代理商收入金额大幅增加的原因：报告期内，公司部分主要客户（主要系合资企业）将部分向公司直接采购的服务转由通过其全球统一的营销策略服务商间接采购的模式。这一模式转变并非仅针对本公司一家供应商，而是客户整体经营策略的调整。从模式调整后的实际情况来看，公司对直客的服务内容、项目流程、服务价格并未发生本质性变化，客户黏性依然牢固。此外，公司逐步新承接了一些中间代理商的数字媒体精准投放业务。具体如下：

长安福特：根据福特总部的策略调整要求，自 2017 年 4 月起，涉及长安福特市场部的业务，本公司不再直接与长安福特签署服务合同，而改为与福特汽车全球统一的广告传播服务商——WPP 集团的下属公司（即：上海奔越广告有限

公司、上海蓝瀚广告有限公司)签署服务合同,间接为长安福特市场部提供数字营销服务。自 2018 年 7 月起,又转变为原模式,由长安福特直接与本公司签署服务合同。由于自服务以来,公司与上述公司合作比较顺利,服务品质得到认可,因此公司逐步开始为其代理的其他客户(如百事可乐、林肯汽车和立白等)展开相关服务。

家乐福:根据家乐福全球总部的策略调整要求,自 2018 年 10 月起,涉及家乐福中国的业务,本公司不再直接与家乐福中国签署服务合同,而改为与家乐福全球统一的广告策略服务商——法国阳狮广告集团的下属公司(即阳狮广告有限公司)签署服务合同,通过阳狮广告有限公司间接为家乐福中国提供大数据营销及运营服务,该业务调整不会对发行人构成实质性不利影响。

广东信翔信息科技有限公司、上海合印网络科技有限公司:自 2018 年起,发行人因客户需求变化和自身业务拓展需要新增数字媒体投放业务,主要是为企业客户提供程序化媒体投放服务,利用大数据算法和技术自动实现精准目标受众的定向广告投放。其中针对广东信翔信息科技有限公司,发行人主要服务为精准投放策略和微信朋友圈数字媒体投放,包括腾跃互动游戏、城市进化论等;针对上海合印网络科技有限公司,发行人主要服务为面向快消品品牌,利用商超卖场的线上平台(App、微信公众号、微信小程序、支付宝等)和目标人群社交圈精准推送开展 O2O 促销活动,带动品牌在商超卖场的销售增长,包括不凡帝、亿滋、玛氏等品牌。

(二) 直客的整体框架服务、直客的项目定制服务、中间代理商的个性化项目外包服务三者的关系,与发行人核心技术的关系,与发行人收入类别之间的关系

(一) 直客的整体框架服务、直客的项目定制服务、中间代理商的个性化项目外包服务三者的关系

1、三种服务模式之间的关系

直客的整体框架服务、直客的项目定制服务均为公司与直接客户签订服务合同并直接向最终客户提供服务,只是按合同的签订方式不同进行了区分:

公司的服务对象主要为直接客户,对中间代理商的依赖程度较低。

(二) 与发行人核心技术的关系,与发行人收入类别之间的关系

1、三种服务模式与发行人收入类别之间的关系

报告期内，直客的整体框架服务、直客的项目定制服务、中间代理商的个性化项目外包服务，是按合同签订主体、签订方式的不同做出的分类。但其实际所包含的服务内容并不会因此产生较大区别，均需应用公司的各项核心技术或积累的各类数字媒体资源，公司针对不同主体、在不同服务周期内提供的也多为整合性服务，均有可能涉及产生各种收入类别。

无论哪一种类型的服务模式，均可能对应各种收入类型，二者是不同的统计口径，没有必然的对应关系，均是依靠核心技术产品的应用服务和技术开发服务产生。

（三）发行人以直客模式、中间商模式获取客户的方式，报告期内发行人通过招投标和中间代理商合作等不同方式获得的收入金额及占比情况

1、营销模式

公司获取业务订单的方式大致分为两类：

第一，直客模式下，采取竞标方式（招投标或者“比稿比价”）。公司服务的客户主要系各行业内具有较高知名度的大型企业。在竞标过程中，客户通常通过招投标方式或者“比稿比价”（行业术语，指方案和价格的比选）方式，选择若干家在业界具有一定资质和知名度的大数据营销服务企业进入其供应商库。公司一般在入选客户的供应商库后，再根据客户具体的项目需求与客户签署相应的服务协议。这是公司获取业务的主要方式。

第二，与中间代理商合作的方式下：中间代理商与终端客户确立代理关系后，将终端客户的部分或全部数字技术服务或媒体资源项目委托发行人实施。中间代理商一般以比稿比价的形式确定其供应商。

报告期内发行人通过招投标和中间代理商合作等不同方式获得的收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
直客模式	24,328.08	79.59%	15,664.33	87.20%	15,483.04	97.06%
其中：招投标	13,148.91	43.02%	7,277.52	40.51%	5,701.57	35.74%
其中：比稿比价	11,156.72	36.50%	8,361.34	46.54%	9,759.32	61.18%

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
中间商模式	6,239.65	20.41%	2,299.74	12.80%	468.31	2.94%
合计	30,567.73	100.00%	17,964.07	100.00%	15,951.35	100.00%

（四）中间商的选取标准，中间商模式下发行人如何实施服务，发行人与中间商的权利义务划分，签订合同的具体方式，是否由最终客户指定向发行人采购，收入确认政策及收入确认的凭证，是否与直客模式存在显著差异

1、中间代理商的项目外包服务

作为专业的企业大数据整合服务提供商，公司在业内具有一定的知名度和影响力，因此一些代理商（主要是广告公关公司、软件集成商等）在为终端企业客户提供整合服务时，如果有涉及大数据、数字营销、技术开发等方面的服务外包需求时，委托发行人为其提供相关服务。此类服务通常为周期较短的阶段性的项目服务，目的较为明确，内容和形式较为单一。

1) 中间商的选取标准

中间代理商有外包业务需求时，一般会在公开市场上选取数家具有相应服务能力、服务经验、和具备一定实力规模的供应商，进行比稿比价，择优选用。

2) 中间商模式下发行人如何实施服务

发行人通过与中间代理商签订服务协议，根据协议约定的服务内容，将终端客户的部分或全部数字技术服务或媒体资源项目委托公司实施，进而间接为最终客户提供服务。发行人与中间商根据签订的服务协议明确双方权利义务，和发行人与直接企业客户签订的服务协议并无实质区别。

代理商根据发行人的技术实力和服务质量等，自行决定是否选择由发行人为其提供服务，不是由最终客户指定代理商向发行人进行采购。

3) 收入确认政策及收入确认的凭证

发行人收到代理服务商确认的验收证明时予以确认收入，该方法与直客模式的收入确认政策没有差异。

（五）报告期内各年投标的中标情况，包括项目名称、是否中标、中标内容及金额、未中标原因、中标公司名称、投标保证金金额、是否已经收回，是否存在应履行公开招投标程序而未履行的情形，如是，请补充披露具体合同金额及执行情况，是否存在合同被撤销风险，是否存在法律纠纷，是否对发行人

经营业绩存在重大影响

1、2016 年度前十大客户招标情况、未中标情况

单位名称	项目名称	是否中标	中标内容	中标金额 (元)	未中标原因	中标公司名称	投标保证金金额 (元)	投标保证金是否收回
长安福特汽车有限公司	2016 年一季度社交媒体项目	是	监测分析与社交媒体营销	5,725,576.00		博拉网络股份有限公司		
	2016 年二季度社交媒体项目	是	监测分析与社交媒体营销	3,433,656.00		博拉网络股份有限公司		
	2016 年三季度社交媒体项目	是	监测分析与社交媒体营销	3,868,710.00		博拉网络股份有限公司		
	2016 年四季度社交媒体项目	是	监测分析与社交媒体营销	3,500,000.00		博拉网络股份有限公司		
重庆长安汽车股份有限公司	长安欧尚粉丝营销	是	粉丝数据管理与运营	1,497,111.00		博拉网络股份有限公司		
	长安 CX70 上市营销项目	是	数字营销	1,800,834.00		博拉网络股份有限公司		
	长安商用微信矩阵开发	是	APP 开发及运营	2,125,850.00		博拉网络股份有限公司		
	长安欧尚 APP&微信一体化系统开发	是	APP 开发及运营	1,845,036.00		博拉网络股份有限公司		
东风裕隆汽车销售有限公司	2016 年度数字营销项目	是	2016 年度数字营销项目	2,952,100.00		博拉网络股份有限公司	70,000.00	是

单位名称	项目名称	是否中标	中标内容	中标金额（元）	未中标原因	中标公司名称	投标保证金金额（元）	投标保证金是否收回
重庆长安铃木汽车有限公司	长安铃木 2017 年数字营销代理	是	数字营销年度代理	框架协议		博拉网络股份有限公司	100,000.00	是
华晨斯威汽车销售有限公司	SWM 斯威汽车创意视频及制作	否	视频创意与制作		比价未中标	北京百孚思广告有限公司	50,000.00	是
长安马自达汽车有限公司	2016-2018 长安马自达网络公关传播	否	网络传播		比价未中标	北京百孚思广告有限公司	200,000.00	是
浙江吉利控股集团汽车销售有限公司	吉利汽车博瑞春节传播推广项目	否	网络传播		比价未中标	上海达毅思创公关顾问有限公司	60,000.00	是

2、2017 年度前十大客户招标情况、未中标情况

单位名称	项目名称	是否中标	中标内容	中标金额（元）	未中标原因	中标公司名称	投标保证金金额（元）	投标保证金是否已经收回
上海奔越广告有限公司	VML 框架协议	是	数字营销年度代理	框架		重庆赢盛达科技有限公司		
重庆长安汽车股份有限公司	长安欧尚 CX70T 网络营销项目代理	是	数字营销运营	590,000.00		博拉网络股份有限公司		
	长安乘用车经销商网上云店系统建设及运营活动	是	平台开发及运营	1,740,000.00		博拉网络股份有限公司		

单位名称	项目名称	是否中标	中标内容	中标金额(元)	未中标原因	中标公司名称	投标保证金金额(元)	投标保证金是否已经收回
	长安欧尚 APP 会员系统开发	是	平台开发及运营	960,000.00		博拉网络股份有限公司		
	长安欧尚 X70A 微信粉丝群系统开发	是	平台开发及运营	1,450,000.00		博拉网络股份有限公司		
重庆长安车联科技有限公司	长安商城自媒体平台建设及运营项目	是	平台开发及运营	940,000.00		博拉网络股份有限公司		
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	东风雪铁龙商业信息监测分析及整合数字营销项目	是	东风雪铁龙商业信息监测分析及整合数字营销项目	5,202,480.00		博拉网络(北京)有限公司	300,000.00	是
长安福特汽车有限公司	2017 年一季度长安福特社交网络营销项目	是	监测分析与社交媒体营销	3,866,332.00		博拉网络股份有限公司		
	2017 年 APP 销售交车工具维护	是	技术开发及运营	1,090,842.00		博拉网络股份有限公司		
	2017 年二手车社交网络营销项目	是	社交网络营销年度代理	460,000.00		博拉网络股份有限公司		
重庆力帆汽车销售有限公司	2017-2018 年力帆汽车数字营销项目	是	数字营销年度代理	3,000,000.00		重庆云集通广告传媒有限公司	100,000.00	是
	2017 年力帆轩朗创意视频项目	是	视频创意及制作	240,000.00		重庆赢盛达科技有限公司	50,000.00	是
重庆力帆喜生活摩托车销售	力帆摩托 kp5 周年活动项目	是	O2O 线下活动	90,000.00		重庆赢盛达科技有限公司		

单位名称	项目名称	是否中标	中标内容	中标金额(元)	未中标原因	中标公司名称	投标保证金金额(元)	投标保证金是否已经收回
有限公司								
浙江吉利控股集团汽车销售有限公司	吉利汽车 3.0 服务体系内容营销	否	内容营销		比价未中标	思美传媒股份有限公司	30,000.00	是
四川虹微技术有限公司	长虹 2017 互动中心运营项目三	否	互动中心运营		比价未中标	虎扑(上海)文化传播有限公司	100,000.00	是
东风汽车集团股份有限公司乘用车公司	2017 年度东风风神网络营销代理	否	数字营销		比价未中标	上海迪思市场策划咨询有限公司	300,000.00	是
中国第一汽车股份有限公司	红旗粉丝内容营销项目	否	内容营销		比价未中标	甜橙创新(北京)品牌管理顾问有限公司	700,000.00	是

3、2018 年度前十大客户招标情况、未中标情况

单位名称	项目名称	是否中标	中标内容	中标金额(元)	未中标原因	中标公司名称	投标保证金金额(元)	投标保证金是否已经收回
重庆长安汽车股份有限公司	欧尚 Style APP 客户端 1.0 开发及运维项目	是	系统开发	2,166,693.20		博拉网络股份有限公司		

单位名称	项目名称	是否中标	中标内容	中标金额 (元)	未中标原因	中标公司名称	投标保证金金额 (元)	投标保证金是否已经收回
	欧尚汽车粉丝运营项目	是	粉丝数据管理与运营	2,701,441.80		博拉网络股份有限公司		
	直达客户运营体系服务	是	系统开发	2,820,217.15		博拉网络股份有限公司		
	2018-2019 年长安汽车在线互动代理项目	是	监测分析与运营	框架		博拉网络股份有限公司		
比亚迪汽车销售有限公司	2018 年度车友会平台运营及传播	是	论坛口碑	1,680,000.00		重庆赢盛达科技有限公司		
	2018 年度秦唐速锐 F3 车型社交网络营销项目	是	监测分析与社交网络营销	3,000,000.00		重庆赢盛达科技有限公司		
	比亚迪全新一代唐社交网络营销项目	是	社交网络营销	2,610,000.00		重庆赢盛达科技有限公司		
比亚迪汽车工业有限公司	2018 年比亚迪 1.0 媒体投放	是	媒体投放	2,428,292.22		重庆赢盛达科技有限公司		
	2018 比亚迪品牌商业信息监测与数据分析	是	商业监测与数据分析	1,500,000.00		重庆赢盛达科技有限公司		
	比亚迪云轨发布会传播项目	是	数字营销	570,280.00		重庆赢盛达科技有限公司		
长安福特汽车有限公司	长安福特 2018—CRC 客户关怀活动项目	是	会员体系运营	1,413,000.00		博拉网络股份有限公司		
	2018 年长安福特客户忠诚度车友会活动项目	是	会员体系运营	1,810,000.00		博拉网络股份有限公司		

单位名称	项目名称	是否中标	中标内容	中标金额 (元)	未中标原因	中标公司名称	投标保证金金额 (元)	投标保证金是否已经收回
	长安福特社交网络营销及监测项目	是	监测分析与社交网络营销	1,760,000.00		博拉网络股份有限公司		
四川野马汽车股份有限公司	野马汽车 2018 年数字营销服务项目	是	数字营销	5,300,000.00		博拉网络股份有限公司	100,000.00	否
重庆力帆汽车销售有限公司	2018 年力帆汽车数字营销及运营项目	是	数字营销	3,300,000.00		重庆赢盛达科技有限公司	100,000.00	否
重庆力帆汽车销售有限公司	2018 力帆 650EV 广告片 CG 图片制作	否	创意设计		比价未中标		50,000.00	是
重庆金康新能源汽车有限公司	SOKON 品牌全球发布会 EPR 执行	否	内容营销		比价未中标	重庆狼卜品牌营销策划股份有限公司		
贵州茅台酒股份有限公司	世界杯赛事合作宣传	否	数字营销		甲方取消该项目			
首都机场集团公司	首都机场服务文化及服务产品推广	否	营销运营		报价过高，技术标第一	北京柏合星会展服务有限公司		
重庆粮油批发市场有限责任公司	粮油网上交易平台	否	粮油网交易平台开发		报价过高	重庆允升科技有限公司	50,000.00	是

单位名称	项目名称	是否中标	中标内容	中标金额 (元)	未中标原因	中标公司名称	投标保证金金额 (元)	投标保证金是否已经收回
长安马自达汽车有限公司	马自达网络公关项目	否	网络公关		技术方案第二、综合未中标	北京新意互动数字技术有限公司	350,000.00	是
长安标致雪铁龙汽车有限公司	DS7 汽车之家关注度排名维护	否	舆情互动		比价未中标	中标但弃标		

报告期内，发行人不存在应履行公开招投标程序而未履行的情形。

（六）区分服务模式列示各期前五名客户的收入及占比、毛利率、对应项目名称、提供业务内容、最终客户、结算方式和信用政策；

1、直客的整体框架服务

单位：万元

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
长安福特汽车有限公司	1,644.84	34.76%	移动互联网技术开发；数字营销策略规划；车友会运营，在线活动策划与执行；品牌自媒体运营托管；互联网商业信息监测与数据分析。	长安福特汽车有限公司	银行汇兑	服务完成，验收合格后 60 天见发票付款。

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	1,184.23	25.03%	家乐福中国线下连锁店互联网化转型解决方案策划服务，包括数字化品牌规划，自媒体运营托管，网络支付体系规划与建设、线上会员管理体系建设和管理，以及相关的各类互联网技术开发等。	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	银行汇兑	乙方在每完成一季度的服务并经甲方以邮件或纸质确认工作收货单验收合格后，于下一个月的 15 日之前向甲方提供前一季度的项目费用明细表，及开具内容和金额无误且合法有效的发票，甲方在 30 日内支付 100%。
东风裕隆汽车销售有限公司	636.40	13.45%	交互式网络内容营销服务；移动互联网技术开发；车友会运营；数字营销策划与执行；网络内容营销策划与执行；互联网品牌内容报告。	东风裕隆汽车销售有限公司	银行汇兑	日常服务按季度支付，乙方应在次月 5 日前将上季度总结报告提交甲方，甲方验收合格后，30 个工作日内支付 100%。
香港国际主题乐园有限公司	600.12	12.68%	互联网日常运营及维护服务；移动互联网技术开发；在线活动策划与执行；文案创意输出。	香港国际主题乐园有限公司	银行汇兑	项目结束后 3 个月内支付 100%。
重庆长安汽车股份有限公司	544.50	11.51%	市场及品牌网络监测与数据分析；网络品牌营销年度代理服务	重庆长安汽车股份有限公司	银行汇兑	项目工作全部完成，乙方提交项目总结报告及发票，经甲方验收合格后，挂账之月起第三个月支付 100%。
合计	4,610.09	97.42%				
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	1,799.06	35.62%	家乐福中国新零售解决方案策略策划服务，包括数字化品牌规划与实施，社会化媒体营销，O2O	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	银行汇兑	乙方在每完成两个月的服务并经甲方以书面形式确认验收合格后，于下一个月的 15 日之前

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
			活动策略与执行；网络支付体系和线上会员管理体系建设和管理，以及相关的各类互联网技术开发等。			向甲方提供上一个结算周期的项目费用明细表，及开具内容和金额无误且合法有效的增值税专用发票，甲方在 30 日内支付 100%。
重庆长安铃木汽车有限公司	823.86	16.31%	互联网商业信息监测与数据分析；数字营销策略规划；社会化媒体整合营销等；在线活动策划与组织执行；以及相应的移动端技术开发等。	重庆长安铃木汽车有限公司	银行汇兑	季度结算。乙方提供的服务经甲方确认完成验收后，十个工作日向甲方提供发票，甲方应在收到发票后六十个工作日内支付 100%。
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	695.69	13.77%	互联网商业信息监测与数据分析；数字化传播整体创意策略；车友会活动策划与实施；网络自媒体营销；以及相应技术应用系统开发等。	东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	银行汇兑	“网络舆情监测及引导月度服务费”，甲方需在月度验收及结算材料核销后，以甲方财务部收到发票日期为准，90 日内，向乙方支付月度服务费。维护和传播专项费用，甲方向乙方支付专项费用期限为该项目结案及材料核销后 90 日内（以甲方财务部收到发票日期为准）。
香港国际主题乐园有限公司	678.53	13.43%	互联网商业信息监测与数据分析；数字营销整体策略与创意输出；互联网日常运营及维护服务；在线活动策划与执行；数据分析系统开发及相应硬件配套	香港国际主题乐园有限公司	银行汇兑	项目结束后 2 个月内支付 100%。

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
			系统构建、移动互联网技术开发等。			
长安福特汽车有限公司	514.71	10.19%	移动互联网技术开发；数字营销策略规划；车友会运营，在线活动策划与执行；品牌自媒体运营托管；互联网商业信息监测与数据分析等。	长安福特汽车有限公司	银行汇兑	服务完成，验收合格后 60 天见发票付款。
合计	4,511.85	89.32%				
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	2,518.33	24.92%	家乐福中国线下连锁店互联网化转型解决方案策划服务，包括数字化品牌规划，自媒体运营托管，网络支付体系规划与建设、线上会员管理体系建设和管理，以及相关的各类互联网技术开发等	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	银行汇兑	乙方应在每完成 2 或 3 个月（结算周期）的服务并经甲方以书面形式确认验收合格后，甲方于 20 天内向乙方提供费用分摊信息表，乙方按照甲方提供的费用分摊信息表向甲方开具内容和金额无误且合法有效的增值税专用发票，并向甲方提供其所要求的其他付款材料，甲方应在收到该等发票及付款材料后 30 日内向乙方支付服务费用。
上海衣页信息科技有限公司	1,491.04	14.75%	精准用户投放策略；微信朋友圈数字媒体投放。	上海衣页信息科技有限公司	银行汇兑	甲方在次月 10 号前完成上个月回款，乙方收到甲方支付的款项后向甲方开具增值税专用发票。
长安福特汽车有限	898.62	8.89%	互联网商业信息监测与数据分	长安福特汽车有限公司	银行	服务完成，验收合格后 60 天见

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
公司			析；数字营销策略规划；车友会数据管理与运营服务；社交网络营销服务；以及相关各类数字技术开发等。		汇兑	发票付款。
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	636.75	6.30%	互联网商业信息监测与数据分析；数字化传播整体创意策略；车友会活动策划与实施；网络自媒体营销；以及相应技术应用系统开发等。	东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	银行汇兑	甲方财务部收到发票日期为准，90 日内，向乙方支付月度服务费。
中国自控系统工程有限公司	517.24	5.12%	针对能源行业的在生产、安全领域的全套视频解决方案，提供基于人工智能的视觉识别平台开发与集成系统服务	中国自控系统工程有限公司	银行汇兑	验收合格后支付 95%，验收满一年后支付 5%。
合计	6,061.99	59.98%				

2、直客的项目定制收入

单位：万元

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
北京世界星辉科技有限责任公司	1,051.44	9.78%	游戏 app 数字营销策略服务；在线活动策划和执行	北京世界星辉科技有限责任公司	银行汇兑	项目完成后 15 个工作日支付 100%。
鲁中汇源食品饮料有限公司	469.81	4.37%	自媒体运营托管；重大节日在线活动策划、执行；移动互联网技	鲁中汇源食品饮料有限公司	银行汇兑	甲方在收到乙方提交的结案报告并完成验收后，2016 年 8 月 30

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
			术开发等。			日前支付 40%，2016 年 10 月 31 日前支付 40%，2016 年 12 月 31 日前支付 20%。
重庆长安汽车股份有限公司	440.56	4.10%	市场及品牌网络监测与数据分析；移动互联网技术开发体系（H5 开发、微信平台升级开发等）。	重庆长安汽车股份有限公司	银行汇兑	项目工作全部完成，乙方提交项目总结报告及发票，经甲方验收合格后，挂账之月起第三个月支付 100%。
四川长虹电器股份有限公司	424.73	3.95%	互联网商业信息监测与数据分析；移动互联网与电商技术开发（H5 开发）；整合数字营销和电商策略与推广；品牌粉丝圈管理与运营；品牌自媒体管理和运营；在线活动策划与执行。	四川长虹电器股份有限公司	银行汇兑	项目结束后，甲方在收到乙方提交的结案报告后，一次性支付 100%。
重庆汽摩交易所有限公司	404.32	3.76%	数字商业总体策略及数字技术开发。	重庆汽摩交易所有限公司	银行汇兑	在总体策略通过甲方书面验收确认 3 个工作日内支付 23%，在原型制作等通过甲方书面验收确认 3 个工作日内支付 16%，在平台技术开发等通过甲方书面验收确认 3 个工作日内支付 45%，在双方系统测试通过甲方书面验收确认 3 个工作日内支付 16%。
合计	2,790.86	25.96%				

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
四川长虹电器股份有限公司	1,042.28	9.82%	互联网商业信息监测与数据分析；移动互联网与电商技术开发；整合数字营销和电商策略与推广；品牌粉丝圈管理与运营；品牌自媒体管理和运营；在线活动策划与执行。	四川长虹电器股份有限公司	银行 汇兑	项目结束后，甲方在收到乙方提交的结案报告后，签章确认验收单，并一次性支付 100%。
重庆长安汽车股份有限公司	620.91	5.85%	市场及品牌网络监测与数据分析；网络品牌营销年度代理服务；移动互联网技术开发体系。	重庆长安汽车股份有限公司	银行 汇兑	项目执行完成后，乙方提交项目总结报告及发票，经甲方验收合格后，挂账之月起第三个月支付 100%。
北京汇源食品饮料有限公司	528.30	4.98%	互联网商业信息监测与数据分析；数字化传播整体创意策略；在线活动策划与执行；社会化媒体营销，以及相应的各类移动互联网技术开发等。	北京汇源食品饮料有限公司	银行 汇兑	甲方在收到乙方提供的阶段工作总结及增值税专用发票，并邮件或书面确认后，于 2017 年 8 月 31 日前支付 50%，于 2017 年 11 月 30 日前支付 50%。
比亚迪汽车销售有限公司	394.73	3.72%	互联网商业信息监测与大数据分析；车友会数据管理与运营服务；官方自媒体托管运营项目；社交网络整合营销服务	比亚迪汽车销售有限公司	电子 银行 承兑 汇票	按季度付款，需方须在供方提供付款通知书及阶段工作总结报告并确认无误、收到等额发票与其他付款材料后的 30 个工作日内向乙方支付相关项目费用。
长安标致雪铁龙汽车有限公司	371.13	3.50%	互联网商业信息监测与大数据分析，车友会数据管理与运营服务，新媒体矩阵打造（抖音，今日头条等），搜索引擎优化，创	长安标致雪铁龙汽车有限公司	银行 汇兑	收到发票后 60 天支付

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
			意内容输出等			
合计	2,957.35	27.87%				
重庆长安汽车股份有限公司	3,074.14	21.62%	互联网商业信息监测与大数据分析；数字营销策略规划；在线互动活动策划与组织执行；车友会数据管理与运营服务；官方电商平台开发和运营；电商节日促销；社交网络营销服务；直达客户运营体系搭建及服务项目；百度 SEO 代理项目；以及相关各类数字技术开发等。	重庆长安汽车股份有限公司	银行汇兑+电子银行承兑汇票	项目工作全部完成，乙方提交项目总结报告及增值税有效发票，经甲方验收合格后，挂账之日起第三个月（含挂账月）支付该合同款项。
比亚迪汽车销售有限公司	1,043.43	7.34%	互联网商业信息监测与大数据分析；车友会数据管理与运营服务；官方自媒体托管运营项目；社交网络整合营销服务。	比亚迪汽车销售有限公司	电子银行承兑汇票	按季度付款，需方须在供方提供付款通知书及阶段工作总结报告并确认无误、收到等额发票与其他付款材料后的 30 个工作日内向乙方支付相关项目费用。
比亚迪汽车工业有限公司	978.72	6.88%	互联网商业信息监测与大数据分析；数字营销策略规划；在线直播营销项目；社交网络营销服务；搜索营销 SEO 项目。	比亚迪汽车工业有限公司	电子银行承兑汇票	服务结束后，需方须在供方提供付款通知书及阶段工作总结报告并确认无误、收到等额发票与其他付款材料后的 30 个工作日内向乙方支付相关项目费用。
四川长虹电器股份有限公司	875.33	6.15%	互联网商业信息监测与数据分析；数字营销策略规划；在线互	四川长虹电器股份有限公司	银行汇兑	项目结束后，甲方在收到乙方提供的阶段工作总结及增值税专

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
			动活动策划与组织执行；企业自媒体代运营服务；会员平台数据管理与运营； 搜索营销 SEO 项目；抖音运营服务；以及相关各类数字技术开发等。			用发票，并邮件或书面确认后 60 天内支付对应服务费用。
北京汇源食品饮料有限公司	660.38	4.64%	互联网商业信息监测与数据分析；数字化传播整体创意策略；在线活动策划与执行；社会化媒体营销，以及相应的各类移动互联网技术开发等。	北京汇源食品饮料有限公司	银行汇兑	甲方按照月度支付乙方服务费用，于每月 25 日为上月费用付款日。甲方在收到乙方提供的阶段工作总结及增值税专用发票，并邮件或书面确认后，支付上述付款日前的服务费用，实际支付数额按最终执行金额为准。
合计	6,631.99	46.63%				

3、中间代理商收入

单位：万元

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
广州市劲迈经纬市场策划有限公司	179.25	38.27%	数字营销策略咨询，内容创意规划，创作，媒体资源采购及投放执行	佳贝艾特	银行汇兑	在项目启动前支付 10%，根据媒介投放进度，在投放结束后 10 个工作日内支付 68%，在项目结束后 6 个工作日支付 22%。
奥美世纪（北京）广告有限公司	82.54	17.63%	自媒体内容创意策划与制作	雀巢	银行汇兑	在项目完成验收后 60 日内支付全款。

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
广州市达生市场推广有限公司	42.25	9.02%	数字营销策略及内容规划建议、数字营销传播创意、设计、内容制作及信息沟通，相关分析报告	三禾厨具	银行汇兑	在项目启动前支付 50%，在活动结束后 7 个工作日支付 50%。
昌荣传媒股份有限公司	35.87	7.66%	数字营销策略咨询，网络内容创意与制作、官方自媒体运营，MINISITE 搭建与管理，创意延展	滴滴	银行汇兑	在项目完成验收后 60 日内支付全款。
上海蝶泉广告有限公司	33.49	7.15%	数字营销策略，网络内容规划、创意、制作与发布	雀巢	银行汇兑	项目结束后，收到结案报告后 7 个工作日支付全款。
合计	373.40	79.73%				
上海奔越广告有限公司	645.38	28.06%	广告的大数据策略整合、投放。	长安福特	银行汇兑	每期执行单中所约定的项目执行结束并经甲方书面确认验收合格，且收到甲方各公司客户款项的情况下，甲方各公司通知乙方开具增值税专用发票，甲方各公司收到发票后 90 日内向乙方支付针对该执行单的应付款项。
广东零距离广告有限公司	234.04	10.18%	明星合作；音乐制作；音乐平台传播；音乐平台活动；海报制作；新闻发布；我想和你唱活动 H5；歌曲传播 H5；六必治微信平台搭建；MV 制作	蓝天六必治	银行汇兑	甲方确认各阶段传播资源和费用后 7 个工作日内，甲方应向乙方一次性支付阶段传播费用的 50%，各阶段传播结束后，甲方在收到乙方提交的结案报告并经甲方完成验收后，签章确认乙方的工作验收单，按照实际发生传播金额一次性支付剩余服务费。

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
上海际恒品牌管理有限公司	193.05	8.39%	车友会运营及数据管理、创意视频、H5 技术开发	长安汽车	银行汇兑	验收后 5 个工作日内支付。
昌荣传媒股份有限公司	178.30	7.75%	网络营销代理服务，结合客户品牌宣传，配合既定营销活动进行策划与执行；社会化媒体平台运营服务；效果监测。	中国银联	银行汇兑	项目结束后，经甲方验收合格后，三个月内支付全款。
北京指尖政务科技有限公司	153.77	6.69%	互联网商业信息监测与数据分析；数字化传播整体创意策略；在线活动策划与执行；社会化媒体营销，以及相应的各类移动互联网技术开发等。	汇源	银行汇兑	甲方按照月度支付乙方服务费用，于每月 25 日为上月费用付款日。甲方在收到乙方提供的阶段工作总结及增值税专用发票，并邮件或书面确认后，支付上述付款日前的服务费用，实际支付数额按最终执行金额为准。
合计	1,404.53	61.07%				
阳狮广告有限公司	1,946.89	31.20%	官方自媒体&官网&小程序托管运营项目；社交网络营销服务。	家乐福	银行汇兑	服务费用按月支付，乙方每月 20 日前向甲方提交上月《工作总结清单》，甲方需于乙方提交《工作总结清单》后 20 日内进行确认（甲方逾期没有提出书面异议视为确认），甲方确认后，乙方提供与《工作总结清单》中载明的金额一致的合格增值税专用发票，甲方于收到发票后 90 日内支付相应的发票金额。

单位名称	收入	占比	提供业务内容	最终客户或品牌	结算方式	信用政策
广东信翔信息科技有限公司	1,730.92	27.74%	精准用户投放策略；微信朋友圈数字媒体投放。	腾跃互动游戏、城市进化论等	银行汇兑	甲方应在乙方每次完成后，于次月15日内付清当月款项。
上海奔越广告有限公司	816.25	13.08%	社会化营销年度服务。	百事、林肯、立白、妮维雅、奥利奥、佳得乐、荣威、玫琳凯等	银行汇兑	每期执行单中所约定的项目执行结束并经甲方书面确认验收合格，且收到甲方各公司客户款项的情况下，甲方各公司通知乙方开具增值税专用发票，甲方各公司收到发票后90日内向乙方支付针对该执行单的应付款项。
上海合印网络科技有限公司	769.56	12.33%	针对促销活动提供终端促销策划、创意、设计表现、文案内容服务，以及移动支付平台开展O2O精准促销。	不凡帝、亿滋、玛氏等	银行汇兑	按项目订单进行月度结算，乙方在收到甲方付款后，应及时完成项目订单内容且经甲方验收确认，对账无误后，乙方应在对账次月的5日前向甲方提供对应对账金额的增值税专用发票。
上海蓝瀚广告有限公司	437.42	7.01%	社会化营销年度服务。	长安福特	银行汇兑	服务结束后，乙方向甲方提供服务内容经甲方验收无误后，乙方应在10日内向甲方开具合法有效的服务费发票，甲方收到发票后90日内以电汇方式向乙方支付服务费。
合计	5,701.03	91.37%				

上述表格中，发行人单个客户或中间代理商的外购服务成本、毛利率、对应项目名称已申请豁免披露。

需要说明的是，除上海奔越广告有限公司一段时间为长安福特指定代理商，阳狮广告有限公司为家乐福指定代理商，可以明确最终客户外，发行人与其余中间代理商的合作，通常是接受委托对某一产品或品牌提供服务，最终客户信息属于中间代理商的商业机密，公司无法取得或确定最终客户的信息。

（七）区分服务模式列示各期前五名客户及最终客户的主营业务、注册时间、注册资本、注册地、股权结构、实际控制人或主要股东、合作历史，上述客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员是否与发行人存在关联关系、关联交易、资金往来或其他利益安排

发行人的服务模式包括直客的整体框架服务、直客的项目定制服务、中间代理商模式，不同模式下各期前五名客户及最终客户的主营业务、注册时间、注册资本、注册地、股权结构、实际控制人或主要股东、合作历史等信息列示如下：

1、直客的整体框架服务

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
2016 年度								
长安福特汽车有限公司	生产乘用车及其零件；销售自产产品；进行汽车和零部件的研究、开发;提供售后服务(含提供维修用零部件)、培训(不含教育培训)、仓储服务(不含危险化学品)及其他相关的服务	2001/4/27	24100 万美元	重庆市	重庆长安汽车股份有限公司 50% 福特亚太汽车控股有限公司 35% 福特汽车(中国)有限公司 15%	国务院国有资产监督管理委员会、福特汽车	从 2008 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商
家乐福(中国)管理咨询服务有限公司	商业企业管理咨询(包括商品及供应商的选择,市场推广策划,财务管理咨询)、投资咨询、贸易咨询、科技咨询、工程技术咨询、房地产咨询、集团内部管理人才培训、本集团商场的物业管理;计算机软件的开发、设计、制作,销售自产产品;设计、制作、代理、发布国内外广告	1999/12/7	400 万美元	上海市	荷兰家乐福(中国)控股有限公司(Carrefour China Holdings N.V.) 100%	荷兰家乐福(中国)控股有限公司(Carrefour China Holdings N.V.)	从 2014 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商
东风裕隆汽车销售有限公司	商用车、九座及九座以上乘用车的销售;汽车相关零部件和用品的批发、零售及进出口业务(以上商品进出口不涉及国营贸易、进出口配额许可证、出口配额招标、出口许可证等专项管理的商品,涉及其它专项规定管理的商品按国	2013/3/25	5000 万元人民币	浙江省	裕隆(中国)汽车投资有限公司 50% 东风汽车公司 50%	国务院国有资产监督管理委员会、裕隆汽车投资有限公司	从 2010 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
	家有关规定办理); 汽车事务代理和咨询服务							
香港国际主题乐园有限公司	主题乐园的运营和管理	1999/9/24	—	香港	—	—	从 2015 年开始合作	通过招标投标方式成为客户的供应商
重庆长安汽车股份有限公司	制造、销售汽车（含轿车），制造汽车发动机系列产品。 汽车（含小轿车）开发，汽车发动机系列产品的开发、销售，配套零部件、模具、工具的、开发，制造，销售，机械安装工程科技技术咨询服务，自营和代理各类商品和技术的进出口（国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外），开发、生产、销售计算机软件、硬件产品，计算机应用技术咨询、培训，计算机网络系统设计、安装、维护,代办中国电信股份有限公司重庆分公司委托的电信业务	1996/10/31	480,264.851 万元人民币	重庆市	中国兵器装备集团有限公司 21.56%、中国长安汽车集团有限公司 19.32%、中国证券金融股份有限公司 4.88%、中汇富通投资有限公司 3.21%、中央汇金资产管理有限责任公司 1.15% DRAGON BILLION SELECT MASTER FUND0.85% GIC PRIVATE LIMITED0.74% 招商银行股份有限公司-博时中证央企结构调整交易型开放式指数证券投资基金 0.55%、	国务院国有资产监督管理委员会、中国兵器装备集团有限公司	从 2011 年开始合作	通过招标投标方式成为客户的供应商

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
					香港中央结算有限公司(陆股通)0.47% VANGUARD TOTAL INTERNATIONAL STOCK INDEX FUND 0.38%			
2017 年度								
家乐福(中国)管理咨询服务有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
重庆长安铃木汽车有限公司	生产、销售自产轿车、发动机及其零部件, 销售自产产品, 提供有关售后服务, 并从事有关研究开发工作	1993/5/25	133763.6 万	重庆市	重庆长安汽车股份有限公司 100%	国务院国有资产监督管理委员会	从 2017 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	销售汽车、汽车零部件及相关辅料、附件, 提供技术咨询服务、技术支持服务、售后服务	2014/9/3	10000 万人民币	武汉市	东风汽车集团股份有限公司 50% PSA Automobiles SA50%	国务院国有资产监督管理委员会、PSA Automobiles SA	2016 年年末开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商
香港国际主题乐园	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
有限公司								
长安福特汽车有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
2018 年度								
家乐福(中国)管理咨询服务有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
上海衣页信息科技有限公司	从事信息科技、计算机科技、网络科技专业技术领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，多媒体设计服务，企业管理咨询，摄影服务（除冲扩），电子商务（不得从事增值电信、金融业务），通讯设备、电子产品、计算机、软件及辅助设备、服装鞋帽、服饰、针纺织品的销售，服装设计，鞋设计，从事货物及技术的进出口业务	2015/8/18	1000 万人民币	上海市	上海人赢网络科技有限公司 100%	钱宝祥	从 2018 年开始合作	通过比稿比价方式成为客户的供应商
长安福特汽车有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
东风标致雪铁龙汽车销售有	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
限 责 任 公 司								
中 国 自 控 系 统 工 程 有 限 公 司	国内外工程总承包；对外派遣实施与其实力、规模、业绩相适应的境外工程所需的劳务人员；自动化工程、信息系统工程及建筑智能化工程专业承包；各类实验室工程承包等	1984/1/17	10000 万人民币	北京市	中国机械工业集团有限公司 100%	国务院	从 2018 年开始合作	通过招标投标方式成为客户的供应商

2、直客的项目定制服务

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
2016 年度								
北京世界星辉科技有限责任公司	技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；会议服务；承办展览展示活动；计算机技术培训；销售计算机、软件及辅助设备；设计、制作、代理、发布广告；技术进出口、货物进出口；从事互联网文化活动	2009/10/12	1000 万人民币	北京市	三六零科技有限公司 100%	周鸿祎	从 2016 年开始合作	通过招标投标方式成为客户的供应商
鲁中汇源食品饮料有限公司	饮料[果汁及蔬菜汁类、蛋白饮料类、茶饮料类、碳酸饮料（汽水）类、瓶（桶）装饮用水类、其他饮料类]的生产与销售，食品用塑料包装容器工具等制品[聚酯(PET)无汽饮料瓶、包装容器塑料防盗瓶盖、塑料瓶坯]的生产与销售（以上范围有效期以许可证为准）。上述产品同类商	2002/6/21	285511.909 万	济南市	河北汇源食品饮料有限公司 100%	汇源北京控股有限公司	从 2015 年开始合作	通过比稿比价方式成为客户的供应商

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
	品的批发、佣金代理（拍卖除外）							
重庆长安汽车股份有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
四川长虹电器股份有限公司	电视机、冰箱、空调、压缩机、视听产品、电池、手机等产品的生产销售、IT产品的销售以及房地产开发等生产经营活动	1993/4/8	461624.422万人民币	四川绵阳市	四川长虹电子控股集团有限公司 23.22% 中国证券金融股份有限公司 2.82% 四川虹扬投资有限公司 0.90% 中央汇金资产管理有限责任公司 0.81%	绵阳市国资委	从 2009 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商
重庆汽摩交易所有限有限公司	利用互联网提供摩托车、摩托车零部件、汽车零部件和相关原材料、金属材料及制品、矿产品（国家有专项规定的除外）、化工原料及产品（不含危险化学品）、润滑油、建筑材料（不含危险化学品）、木材及制品、百货（不含农膜）、初级农产品交易的配套服务；货物进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可后经营）；货运代理	2009/5/26	3425 万	重庆市	重庆宗申动力机械股份有限公司 51% 重庆中建物业管理有限公司 20% 重庆焱旭进出口贸易有限公司 20% 重庆宗申机车工业制造有限公司 9%	左宗申	从 2016 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商
2017 年度								
四川长虹	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
电 器 股 份 有 限 公 司								
重 庆 长 安 汽 车 股 份 有 限 公 司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
北京汇源 食品饮料 有限公司	生产果蔬汁饮料系列食品、茶饮料、果冻、果浆系列产品、瓶（桶）装饮用水、植物蛋白饮料、牛奶、果奶、奶制品、食品用塑料包装、容器制品等	1994/12/12	32022.58 9 万人民 币	北京市	河北汇源食品饮料有 限公司 100%	汇源北京控 股有限公司	从 2017 年开始 合作	通过比 稿比价 方式成 为客户 的供应 商
比亚迪汽 车销售有 限公司	比亚迪品牌汽车销售；汽车租赁；汽车精品、商务礼品、汽车用品、广告材料的销售（不含专营、专控、专卖商品）；货物进出口、技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营）；机动车登记代理等	2004/3/24	105000 万人民 币	深圳市	比亚迪汽车有限公司 95.24% 比亚迪股份有限公司 4.29% 深圳市比亚迪锂电池 有限公司 0.48%	比亚迪股份 有限公司	从 2017 年开始 合作	通过招 投标方 式成为 客户的 供应商
长安标致 雪铁龙汽 车有限公 司	（1）研发、生产汽车（乘用车和商用车）及其相关发动机、变速箱、零部件、工具、维修配件；（2）销售上述汽车及其相关发动机、变速箱、零部件、工具、维修配件；提供相关售后服务，与该等售后业务相关的培训业务等	2011/11/16	760000 万人民 币	广东省	重庆长安汽车股份有 限公司 50% PSA AUTOMOBILES S.A. 50%	国务院国有 资产监督管 理委员会、 PSA Automobiles SA	从 2017 年开始 合作	通过招 投标方 式成为 客户的 供应商

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
2018 年度								
重庆长安汽车股份有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
比亚迪汽车销售有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
比亚迪汽车工业有限公司	汽车、电动车及其零配件、汽车模具及其相关附件、汽车电子装置的研发；开发、研究无线通讯技术及系统；销售自产软件；太阳能充电器、充电桩、充电柜、电池管理系统、换流柜、逆变柜/器、汇流箱、开关柜、储能机组、家庭能源系统产品的研发及销售等	2006/8/3	45324.5 万美元	深圳市	比亚迪股份有限公司 72.20% BYD (H.K.) CO., LIMITED 26.64% 国开发展基金有限公司 1.16%	比亚迪股份有限公司	从 2017 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商
四川长虹电器股份有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
北京汇源食品饮料有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上

3、中间代理商模式

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
2016 年度								
广州市劲迈经纬市场策划有限公司	广告业；市场营销策划服务；企业管理咨询服务；商品信息咨询服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；商品批发贸易（涉及外资准入特别管理规定和许可审批的商品除外）等	2008/3/14	800 万人民币	广州市	WPP GROUP（ASIA PACIFIC） LIMITED 51% 广州大我企业管理顾问有限公司 49%	WPP GROUP（ASIA PACIFIC） LIMITED	2016 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
奥美世纪（北京）广告有限公司	设计、制作、发布、代理国内外各类广告，广告咨询服务；软件开发；技术开发、技术咨询、技术服务；计算机技术培训（不得面向全国招生）；企业形象策划；市场营销策划；图文设计、制作；翻译服务；会议服务；销售工艺品、计算机、软件及辅助设备	2007/9/4	182 万美元	北京市	奥美行销传播有限公司 70% 北京世纪华美广告有限公司 30%	奥美行销传播有限公司	2013 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
广州市达生市场推广有限公司	日用家电设备零售；家用电器批发；电子产品批发；电子产品零售；商品信息咨询服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；广告业；市场营销策划服务；企业管理咨询服务等	2008/3/14	800 万人民币	广州市	WPP GROUP（ASIA PACIFIC） LIMITED 51% 广州大我企业管理顾问有限公司 49%	WPP GROUP（ASIA PACIFIC） LIMITED	2016 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
昌荣传媒股份有限公司	设计、制作、代理、发布国内外各类广告；互联网技术的研发及相关技术支持；媒体资源管理咨询业务；电视运营技术服务（国家禁止、限制类除外）	2010/11/4	52200 万人民币	西宁市	北京时代昌荣咨询有限公司 48.45% 奥玛士达（香港）有限公司 O MASTER COMMUNICATIONS	党郅	2015 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
					(HONG KONG) LIMITED 22.31% 昌荣新媒体传媒有限公司 Charm New media Company Limited 19.49% 天津市滨海新区乙文企业管理咨询有限公司 5.00% 达孜县大鹏科技有限责任公司 4.75%			
上海磬泉广告有限公司	设计、制作、代理、发布各类广告，文化艺术交流策划，企业营销策划，企业形象策划，展览展示服务，商务咨询，电子产品、文具用品、日用品的销售，从事货物及技术的进出口业务	2013/7/11	100 万人民币	上海市	王蕊 100%	王蕊	2016 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
2017 年度								
上海奔越广告有限公司	广告的设计、制作、代理、发布，电脑图文设计，文化艺术交流活动的策划，会议服务，网络技术和计算机软硬件的设计、研发，计算机软件的制作、销售，系统集成，并提供相关的技术服务、技术咨询和技术转让等	2011/2/21	500 万人民币	上海市	北京奔跑世纪科技发展有限公司 100%	WPP Marketing Communications (Hong Kong) Limited	2016 年开始合作	通过招投标成为客户的供应商

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
广东零距离广告有限公司	提供广告市场调查、广告策划、广告效果测定及电视、霓虹灯、灯箱、路牌、印刷品、礼品等广告设计、制作代理服务	2004/1/6	500 万人民币	广州市	陈凯旋 65% 陈凯臣 35%	陈凯旋	2017 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
上海际恒品牌管理有限公司	设计、制作、代理国内外各类广告业务;在中国境内主办、承办各类经济技术展览会和会议,在境外举办会议;企业管理咨询,公共关系咨询,企业形象策划,公关策划	2009/9/29	3000 万元人民币	上海市	Hong Kong Ascent Dragon Communications Company Limited(香港埃森德传播有限公司) 100%	Hong Kong Ascent Dragon Communications Company Limited(香港埃森德传播有限公司)	2017 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
昌荣传媒股份有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
北京指尖政务科技有限公司	技术开发、技术服务、技术推广、技术转让、技术咨询、技术培训;网上销售计算机软件及辅助设备、电子产品、新鲜水果、新鲜蔬菜、粮食、日用品、珠宝首饰、文具用品、服装、鞋帽、工艺品等	2015/8/19	100 万人民币	北京市	董海博 100%	董海博	2017 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
2018 年度								
阳狮广告	设计、制作、发布、代理国内外各类广告。提	1996/12/13	1000 万	广东省	PUBLICIS WORLDWIDE	PUBLICIS	2018 年	通过“比

单位名称	主营业务或最终客户的主营业务	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	合作背景
有限公司	供相关咨询服务		人民币		(HONG KONG) LIMITED 100%	WORLDWIDE (HONG KONG) LIMITED	开始合作	稿比价”成为客户的供应商
广东信翔信息科技有限公司	计算机技术开发、技术服务；软件开发；信息技术咨询服务；企业管理咨询服务；策划创意服务；商品信息咨询服务；广告业	2011/1/24	1000 万人民币	广州市	张迪 90% 鲁层 6.70% 彭玉 3.30%	张迪	2018 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
上海奔越广告有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
上海合印网络科技有限公司	网络、信息、计算机、电子专业技术领域内的技术服务、技术咨询、技术开发、技术转让，计算机软件的开发及维护，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），计算机网络工程（除专项审批），广告设计、制作、代理、发布，数字新媒体，销售计算机、软件及辅助设备	2015/6/11	1000 万人民币	上海市	上海合印科技股份有限公司 90% 贝念军 10%	贝念军	2017 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
上海蓝瀚广告有限公司	设计、制作、代理、发布国内外各类广告；市场营销策划，企业营销策划，图文设计制作，礼仪服务，会展服务，贸易信息咨询，文艺活动咨询和策划，企业形象策划，品牌咨询和公共关系咨询	2011/11/23	300 万美元	上海市	WPP MARKETING COMMUNICATIONS (HONG KONG) LIMITED 100%	WPP MARKETING COMMUNICATIONS (HONG KONG) LIMITED	2017 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商

上述客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人均不存在关联关系、关联交易、资金往来或其他利益安排。

（八）结合业务模式、目标市场定位和客户群体，说明发行人与中间代理商的主营业务的区别，是否构成竞争关系，是否存在依赖于中间代理商获取客户的情况

1、发行人与中间代理商的主营业务的区别

代理服务商大多数为传统的广告和公关公司，拥有多年积累的客户资源，通常为最终客户的常年合作单位，主要为最终客户提供总体策略咨询或整合营销服务等。传统广告或公关公司在与终端客户确立总体服务代理关系后，在承接的项目实际落地实施时，其中涉及到互联网和大数据技术开发、互联网和大数据应用的部分，往往需要更加专业的互联网和大数据公司为其提供外包服务。发行人在互联网和大数据技术、营销、资源等各方面具有较强的市场竞争优势，因此代理服务商选择发行人作为合作伙伴，将终端用户的互联网和大数据专业服务委托发行人实施。

发行人的主营业务是为企业客户提供技术开发服务和大数据应用服务，帮助实体企业采集和管理数据资源，构建大数据在数字营销、电子商务、客户关系管理等场景的技术平台和应用体系，而发行人中间代理商则多为企业客户提供总体营销策略服务，两者在服务目标、实施路径、涵盖范围上都有较大区别，但仅从营销应用层面来看，其实施方式和内容有一些相似或重合之处。

2、是否构成竞争关系

从为企业客户提供数字营销策略服务这个角度来看，公司与代理服务商在业务上存在相似之处，一定程度上属于竞争关系。但从另一个角度来看，代理商作为整体策略咨询服务商，其所承接的项目需要实际落地执行时，特别是涉及到互联网、大数据技术和资源等专业性要求较强的服务时，代理商还是需要外包给类似发行人这样的专业公司。因此，实际上代理商与发行人应是既竞争又合作的关系，而非纯粹的竞争关系。

3、是否存在依赖于中间代理商获取客户的情况

公司不存在对中间代理商业务的依赖，报告期内，公司通过中间代理商获取的业务占比较小。需要说明的是，报告期内，家乐福、长安福特的部分业务由直供转为通过其全球代理商间接提供，系直客的经营策略统一调整所致，不属于公司依赖代理商获取客户的情形。

（九）请发行人说明同类业务向直接客户和中间代理商的定价方式及差异，并比较同类业务直接客户与中间代理商的毛利率水平，分析差异原因及合理性

发行人源自于中间代理商的销售收入在其销售总额中占比相对较少，发行人对中间代理商不具有依赖性，因此发行人并没有针对中间代理商制定单独的价格体系。发行人从直接客户和中间代理商处获取业务的形式大致相同，多由直接客户和中间代理商采用招投标或比稿比价的形式确定供应商，因此公司就同类业务的定价方式也大致相同。

（1）大数据应用的定价方式

公司根据服务内容、服务范围、服务时间及与之相匹配的需投入的人力、物力等成本，客观分析当前市场竞标情况（市场竞争因素）、市场同类服务的价格等因素后，综合确定服务价格。

（2）技术开发服务业务的定价方式

发行人根据各类定制化的技术开发的开发难度、开发时间、开发成本，以及与之相匹配的需投入的人力、物力成本，综合确定技术开发服务的价格。

在实际的行业惯例中，代理商通常是在供应商的价格基础上，再增加一定比例的服务费用后，报价给最终客户。

无论是直接客户还是中间代理商，由于大数据应用和服务更新迭代非常快，各个时间阶段、不同项目的营销方案策划（或技术开发需求）存在较大差异，导致所需耗用人力、物料、外部服务的形式与内容变化较大，因此成本差异也较大，毛利率不具直接可比性。

（十）报告期内收到的销售收入回款是否来自签订经济合同的当事方账户，是否存在第三方付款的情形；

发行人报告期内主要以银行存款、应收票据和以物抵款三种方式进行回款。其中银行存款和应收票据两种回款方式不存在第三方付款的情况，以物抵债进行回款的部分存在第三方付款的情形。2018 年发行人共 12,536,976.00 元通过以物抵款形式回款，其中 10,119,260.00 元涉及第三方付款的情形，具体情况如下：

单位：元

客户	抵款方式	抵款金额	通过第三方付款金额	第三方支付人	第三方支付人与抵款客户的关系
----	------	------	-----------	--------	----------------

客户	抵款方式	抵款金额	通过第三方付款金额	第三方付款人	第三方付款人与抵款客户的关系
长安标致雪铁龙汽车有限公司	车辆抵款	2,417,716.00	-	—	—
四川野马汽车销售有限公司	房屋抵款	1,280,866.00	1,280,866.00	四川富临实业集团有限公司	四川野马汽车股份有限公司的股东，持股比例 32.33%
四川野马汽车股份有限公司	房屋抵款	3,760,515.00	3,760,515.00		
东风裕隆汽车销售有限公司	车辆抵款	4,839,047.00	4,839,047.00	重庆锦轩汽车销售服务有限公司及其他购车个人	纳智捷汽车重庆地区授权经销商[注 1]
纳智捷（杭州）汽车销售有限公司	车辆抵款	238,832.00	238,832.00		
小计		12,536,976.00	10,119,260.00		

注 1：东风裕隆汽车销售有限公司、纳智捷（杭州）汽车销售有限公司销售的车辆品牌为纳智捷，而重庆锦轩汽车销售服务有限公司为纳智捷品牌汽车在重庆地区授权经销商；其他个人为通过重庆锦轩汽车销售服务有限公司购买车辆，直接将车款打给公司。

综上，发行人收到的销售收入回款除上述以物抵债涉及第三方付款的情形外，不存在其他由第三方付款的情形。

（十一）发行人披露的合同金额与销售收入存在较大差异的原因，定量分析两者之间的匹配关系；

发行人合同金额和收入金额对比如下：

项目	2018 年	2017 年	2016 年
合同订单金额（元）	175,214,897.48	151,291,405.04	161,697,353.12
合同订单数量（个）	427	391	438
结转收入（元）	305,677,256.94	179,640,695.90	159,513,458.72
期末在手订单金额（元）	91,256,817.74	47,267,131.24	16,995,658.37
期末在手订单数量（个）	57	46	46

发行人与客户签订的合同有框架合同和非框架合同两种，有的框架合同中并没有约定合同金额，在进行合同统计和披露时，合同数量统计为 1 个，而合同金额在合同统计时由于合同没有约定金额，故而没有统计合同金额。

以发行人与家乐福（中国）管理咨询服务有限公司签订的《2017 年家乐福中国第三方移动支付项目数字商业服务框架合同》为例，该框架合同约定了发行人为家乐福中国提供的服务周期和主要服务内容范围，由于合同没有约定具体金额，在统计合同金额时未参与统计，按零计入。该客户 2017 年发行人根据该服务框架所约定

的服务内容范围，实际提供的相关服务并经客户确认的销售收入金额为 1,799.06 万元。

（十二）发行人披露的各类服务模式的收入和收入类型之间的对应关系，前后文采用不同分类口径的原因及合理性。

公司的服务模式分为直客的整体框架服务、直客的项目定制服务、中间代理商的服务。

公司的服务模式是按客户类别（直客、代理商）和合同的签订方式（直客的整体框架、直客的项目定制）进行的分类，而收入类型是按发行人向客户提供的具体业务类型进行的分类。无论哪一种类型的服务模式，均可能对应各种收入类型，二者是不同的统计口径，没有必然的对应关系。

举例如下：

客户名称	服务模式	对应的收入类型
家乐福（中国）管理咨询服务	直客整体框架	营销及运营收入、技术开发服务收入
	直客项目定制	营销及运营收入、技术开发服务收入

因此，发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”章节中按服务模式、收入类型进行不同的分类，只是分类方式的不同，具有合理性。

【核查过程及方法】

①访谈发行人高级管理人员和财务人员，了解发行人针对不同服务模式的内容以及与收入类别之间的关系，不同客户类型是否存在差异化处理；

②了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行的有效性；

③获取发行人申报期重要客户的竞标文件、中标通知书等资料，了解发行人报告期内的竞标情况；

④根据销售明细账进行对方科目分析，检查是否存在第三方付款的情况；

⑤抽查报告期内主要客户的大额销售回款，与签订的经济合同进行核对，检查是否存在第三方付款的情况；

⑥获取发行人报告期内销售收入台账，逐笔查验各服务模式前五大客户签订的合同，查看合同主要条款，包括服务内容、合同价款、结算方式、双方的权利义务等相关内容；针对存在第三方付款情形的客户，通过国家企业信用信息公示系统等公开渠道查询第三方付款人与抵款客户的关系；

⑦将合同台账记录的合同金额与销售收入明细进行比较，并逐项分析差异原因及合理性；

⑧统计中间代理商在报告期内的销售收入，分析其占比，根据分析结果判断是否有依赖；

⑨对营业收入和毛利执行分析程序，与历史同期及同行业的毛利率进行对比，判断报告期内收入金额及毛利率变动是否出现异常波动；复核收入的合理性和定价的公允性；

⑩对报告期内重要客户进行发函询证及实地走访；

⑪查询国家企业信用信息公示系统、企查查等，查询各服务模式前五大客户工商信用信息，关注客户营业范围、信用状况、股东构成及实际控制人等信息，判断交易合理性；

⑫获取发行人股东、实际控制人及其他关键管理人员的声明，声明在申报期的各服务模式下，发行人与前五重要客户的实际控制人或主要股东、关键经办人员不存在关联关系，不存在关联资金往来或其他利益安排；

⑬获取公司董事、监事、高级管理人员对外投资及任职情况，查询是否在重要客户单位投资或任职。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：

①报告期内，发行人不存在应履行公开招投标程序而未履行的情形；

②发行人根据合同条款和客户类型划分服务模式与生产经营相匹配，具有合理性；

③报告期各期按服务模式列示各期的前五名客户及最终客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人均不存在关联关系、关联交易、资金往来或其他利益安排；

④中间代理商与发行人应是既竞争又合作的关系，而非纯粹的竞争关系，不存在依赖于中间代理商获取客户的情况；

⑤发行人收到的销售收入回款除上述以物抵债涉及第三方付款的情形外，不存在其他由第三方付款的情形；

⑥发行人无论是直接客户还是中间代理商，由于大数据应用和服务更新迭代非常快，各个时间阶段、不同项目的营销方案策划（或技术开发需求）存在较大差异，导致所需耗用人力、物料、外部服务的形式与内容变化较大，因此成本差异也较大，毛利率不具直接可比性；

⑦由于框架合同未约定金额或只约定部分金额，因此发行人合同金额与收入存在较大差异，具有合理性；

⑧发行人在招股说明书“第六节 业务与技术”章节中按服务模式、收入类型进行不同的分类披露，只是分类方式的不同，具有合理性。

18.报告期内，发行人向前十大客户销售收入占比分别为 58.52%、47.18%和 54.05%。

请发行人说明：（1）区分不同营销及运营业务（进一步细分运营服务和服务项目等）、数字媒体投放、技术开发服务，说明各期前五大客户的名称、客户类型、销售内容、金额及占比、毛利率、信用政策和结算方式等、是否新增客户，最终用户情况（如是中间代理商），并说明报告期内上述客户变化的原因，逐项说明各明细业务的内容及实施方式；（2）请发行人结合各明细业务内容分别说明其定价方式，结合市场可比价格，说明定价的公允性；（3）区分不同业务类型，分析不同客户以及同一客户不同年度毛利率差异的主要原因及合理性；（4）报告期内上述客户及其最终客户的主营业务、股权结构及实际控制人、注册时间、注册资本、注册地、合作历史、与发行人的合作背景；（5）上述客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员是否与发行人存在关联关系、关联交易、资金往来或其他利益安排；（6）招股说明书第 171 页公司服务过的主要客户是否报告期内形成销售，如不是，请修改相关表述和图表。

请保荐机构和申报会计师就上述事项进行核查，说明详细的核查过程、核查方法，并就核查结论发表明确意见。

【回复】

（一）区分不同营销及运营业务（进一步细分运营服务和服务项目等）、数字媒体投放、技术开发服务，说明各期前五大客户的名称、客户类型、销售内容、金额及占比、毛利率、信用政策和结算方式等、是否新增客户，最终用户情况（如是中间代理商），并说明报告期内上述客户变化的原因，逐项说明各明细业务的内容

及实施方式

1、区分不同营销及运营业务（进一步细分运营服务和服务项目等）、数字媒体投放、技术开发服务，说明各期前五大客户的名称、客户类型、销售内容、金额及占比、毛利率、信用政策和结算方式等、是否新增客户，最终用户情况（如是中间代理商），各明细业务的内容及实施方式

在计算客户毛利率过程中，由于公司员工通常情况下需要同时负责多个项目，项目进度交叉执行，难以准确划分单个项目的人工工时，因此公司未采用工时制，人工成本无法准确划分至每个项目，因此下表以外部采购部分成本计算直接毛利率。

(1) 营销及运营业务之运营服务

单位：万元

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
2016 年度								
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	直客	运营服务	204.06	16.24%	乙方在每完成一季度的服务并经甲方以邮件或纸质确认工作收货单验收合格后，于下一个月的 15 日之前向甲方提供前一季度的项目费用明细表，及开具内容和金额无误且合法有效的发票，甲方在 30 日内支付 100%。	银行汇兑	否	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司
重庆裕途商贸有限公司	直客	运营服务	188.68	15.02%	服务费用分 12 个月，按季度支付。甲方在收到乙方的增值税有效发票及季度总结报告并确认无误后，应在 60 天内，以现金转账的方式向乙方支付季度服务费。	银行汇兑	是	力帆汽车
无限极（中国）有限公司	直客	运营服务	97.84	7.79%	生效后 10 个工作日内支付 30%，验收合格 20 个工作日内支付余款。	银行汇兑	是	无限极（中国）有限公司
重庆长安汽车股份有限公司	直客	运营服务	90.63	7.21%	项目工作全部完成，乙方提交项目总结报告及发票，经甲方验收合格后，挂账之月起第三个月支付 100%。	银行汇兑	否	重庆长安汽车股份有限公司
长安福特汽车有限公司	直客	运营服务	68.13	5.42%	服务完成，验收合格后 60 天见发票付款。	银行汇兑	否	长安福特汽车有限公司
合计			649.33	51.68%				
2017 年度								
重庆力帆汽车销售有限公司	直客	运营服务	238.21	14.60%	服务费用分 12 个月，按季度支付。甲方在收到乙方的增值税有效发票及季度总结报告并确认无误后，应在 60 天内，以现金转	银行汇兑	否	重庆力帆汽车销售有限公司

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
					账的方式向乙方支付季度服务费。			
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	直客	运营服务	226.13	13.86%	乙方在每完成两个月的服务并经甲方以书面形式确认验收合格后，于下一个月的 15 日之前向甲方提供上一个结算周期的项目费用明细表，及开具内容和金额无误且合法有效的增值税专用发票，甲方在 30 日内支付 100%。	银行汇兑	否	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司
云南春城财富置业有限公司	直客	运营服务	122.26	7.49%	按月支付，当月服务次月付款。	银行汇兑	否	云南春城财富置业有限公司
重庆长安车联科技有限公司	直客	运营服务	82.62	5.06%	季度考核付款：项目服务费*90%，乙方提交项目季度总结报告至甲方，经甲方进行季度评估后按照测算季度应付费用金额。年度考核付款：年度考核付款：项目服务费*10%。乙方提交项目年度总结报告至甲方，经甲方进行年度评估后按照年度评估办法测算应付费用金额。乙方应开具服务费的增值税专用发票至甲方，经甲方确认后，安排费用支付。	银行汇兑	是	重庆长安汽车股份有限公司
重庆长安汽车股份有限公司	直客	运营服务	69.81	4.28%	项目执行完成后，乙方提交项目总结报告及发票，经甲方验收合格后，挂账之月起第三个月支付 100%。	银行汇兑	否	重庆长安汽车股份有限公司
合计			739.03	45.29%				
2018 年度								
重庆力帆汽车销售有限公司	直客	运营服务	346.23	17.46%	服务费用分 12 个月，按季度支付。甲方在收到乙方的增值税有效发票及季度总结报告并确认无误后，应在 60 天内，以现金转	银行汇兑	否	重庆力帆汽车销售有限公司

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
					账的方式向乙方支付季度服务费。			
比亚迪汽车销售有限公司	直客	运营服务	244.19	12.31%	按季度付款，需方须在供方提供付款通知书及阶段工作总结报告并确认无误、收到等额发票与其他付款材料后的 30 个工作日内向乙方支付相关项目费用。	电子银行承兑汇票	否	比亚迪汽车销售有限公司
内蒙古科尔沁牛业股份有限公司	直客	运营服务	199.76	10.07%	第一笔在签订之日后，收到发票 10 个工作日内支付 25%，第二笔在 2018 年 3 月 25 号前收到发票的 10 个工作日内支付 25%，第三笔在 2018 年 6 月 25 日之前，收到发票 10 个工作日内支付 25%，第四笔在 2018 年 10 月 25 日前收到发票 10 个工作日之内支付 15%，第五笔在项目结束后，2019 年 1 月 25 日之前收到发票的 10 个工作日内支付 10%。	银行汇兑	是	内蒙古科尔沁牛业股份有限公司
重庆长安汽车股份有限公司	直客	运营服务	188.68	9.51%	项目工作全部完成，乙方提交项目总结报告及增值税有效发票，经甲方验收合格后，挂账之月起第三个月（含挂账月）支付该合同款项。	银行汇兑+电子银行承兑汇票	否	重庆长安汽车股份有限公司
云南春城财富置业有限公司	直客	运营服务	110.94	5.59%	按月支付，当月服务次月付款。	银行汇兑	否	云南春城财富置业有限公司
合计			1,089.81	54.94%				

营销及运营业务之运营服务实施方式为委外及自行实施。

（2）营销及运营业务之项目服务

单位：万元

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
2016 年度								
长安福特汽车有限公司	直客	项目服务	1,498.65	16.39%	服务完成，验收合格后 60 天见发票付款。	银行汇兑	否	长安福特汽车有限公司
北京世界星辉科技有限责任公司	直客	项目服务	1,051.44	11.50%	项目完成后 15 个工作日支付 100%。	银行汇兑	是	360 游戏
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	直客	项目服务	790.82	8.65%	乙方在每完成一季度的服务并经甲方以邮件或纸质确认工作收货单验收合格后，于下一个月的 15 日之前向甲方提供前一季度的项目费用明细表，及开具内容和金额无误且合法有效的发票，甲方在 30 日内支付 100%。	银行汇兑	否	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司
香港国际主题乐园有限公司	直客	项目服务	466.64	5.10%	项目结束后 3 个月内支付 100%。	银行汇兑	否	香港国际主题乐园有限公司
鲁中汇源食品饮料有限公司	直客	项目服务	398.61	4.36%	甲方在收到乙方提交的结案报告并完成验收后，2016 年 8 月 30 日前支付 40%，2016 年 10 月 31 日前支付 40%，2016 年 12 月 31 日前支付 20%。	银行汇兑	否	鲁中汇源食品饮料有限公司
合计			4,206.16	46.00%				
2017 年度								
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	直客	项目服务	1,282.55	11.62%	乙方在每完成两个月的服务并经甲方以书面形式确认验收合格后，于下一个月的 15 日之前向甲方提供上一个结算周期的项目费用明细表，及开具内容和金额无误且合法有效的增值税专用发票，甲方在 30 日内支付 100%。	银行汇兑	否	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司
重庆长安铃木汽车有限	直客	项目服务	820.28	7.43%	季度结算。乙方提供的服务经甲方确认完	银行汇兑	是	重庆长安铃木

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
公司					成验收后，十个工作日向甲方提供发票，甲方应在收到发票后六十个工作日内支付100%。			木汽车有限公司
四川长虹电器股份有限公司	直客	项目服务	780.96	7.08%	项目结束后，甲方在收到乙方提交的结案报告后，签章确认验收单，并一次性支付100%。	银行汇兑	否	四川长虹电器股份有限公司
上海奔越广告有限公司	代理商	项目服务	645.38	5.85%	每期执行单中所约定的项目执行结束并经甲方书面确认验收合格，且收到甲方各公司客户款项的情况下，甲方各公司通知乙方开具增值税专用发票，甲方各公司收到发票后 90 日内向乙方支付针对该执行单的应付款项。	银行汇兑	是	福特汽车、优思明、百事、奥利奥、滴露、林肯等
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	直客	项目服务	610.24	5.53%	“网络舆情监测及引导月度服务费”，甲方需在月度验收及结算材料核销后，以甲方财务部收到发票日期为准，90 日内，向乙方支付月度服务费。维护和传播专项费用，甲方向乙方支付专项费用期限为该项目结案及材料核销后 90 日内（以甲方财务部收到发票日期为准）。	银行汇兑	是	东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司
合计			4,139.40	37.51%				

2018 年度

重庆长安汽车股份有限公司	直客	项目服务	1,756.93	12.59%	项目工作全部完成，乙方提交项目总结报告及增值税有效发票，经甲方验收合格后，挂账之日起第三个月（含挂账月）支付该合同款项。	银行汇兑+电子银行承兑汇票	否	重庆长安汽车股份有限公司
比亚迪汽车工业有限公司	直客	项目服务	948.63	6.80%	服务结束后，需方须在供方提供付款通知书及阶段工作总结报告并确认无误、收到等额发票与其他付款材料后的 30 个工作日	电子银行承兑汇票	否	比亚迪汽车工业有限公司

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
					内向乙方支付相关项目费用。			
长安福特汽车有限公司	直客	项目服务	898.62	6.44%	服务完成，验收合格后 60 天见发票付款。	银行汇兑	否	长安福特汽车有限公司
比亚迪汽车销售有限公司	直客	项目服务	759.00	5.44%	按季度付款，需方须在供方提供付款通知书及阶段工作总结报告并确认无误、收到等额发票与其他付款材料后的 30 个工作日内向乙方支付相关项目费用。	电子银行承兑汇票	否	比亚迪汽车销售有限公司
上海奔越广告有限公司	代理商	项目服务	709.74	5.09%	每期执行单中所约定的项目执行结束并经甲方书面确认验收合格，且收到甲方各公司客户款项的情况下，甲方各公司通知乙方开具增值税专用发票，甲方各公司收到发票后 90 日内向乙方支付针对该执行单的应付款项。	银行汇兑	否	百事、林肯、立白、妮维雅、奥利奥、佳得乐、荣威、玫琳凯等
合计			5,072.92	36.36%				

营销及运营业务之项目服务实施方式为委外及自行实施。

(3) 技术开发服务

单位：万元

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
2016 年度								
重庆长安汽车股份有限公司	直客	技术开发	510.02	9.19%	项目工作全部完成，乙方提交项目总结报告及发票，经甲方验收合格后，挂账之月起第三个月支付 100%。	银行汇兑	否	重庆长安汽车股份有限公司
家乐福（中国）管理咨询	直客	技术开发	441.22	7.95%	乙方在每完成一季度的服务并经甲方以邮	银行汇兑	否	家乐福

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
服务有限公司					件或纸质确认工作收货单验收合格后，于下一个月的 15 日之前向甲方提供前一季度的项目费用明细表，及开具内容和金额无误且合法有效的发票，甲方在 30 日内支付 100%。			(中国) 管理咨询有限公司
长安福特汽车有限公司	直客	技术开发	404.56	7.29%	服务完成，验收合格后 60 天见发票付款。	银行汇兑	否	长安福特汽车有限公司
绵阳科技城大数据技术有限公司	直客	技术开发	396.23	7.14%	甲方按季向乙方支付服务费，每季度项目结束后，乙方提交结案报告，甲方以实际执行内容进行考核，经确认乙方提交的服务、报告合格后，在收到正确合法发票后 15 个工作日内支付 100%。	银行汇兑	是	四川长虹电器股份有限公司
税友软件集团股份有限公司	直客	技术开发	320.01	5.76%	验收后 5 个工作日内支付。	银行汇兑	是	税友软件集团股份有限公司
合计			2,072.04	37.33%				

2017 年度

重庆长安汽车股份有限公司	直客	技术开发	467.48	8.82%	项目执行完成后，乙方提交项目总结报告及发票，经甲方验收合格后，挂账之月起第三个月支付 100%。	银行汇兑	否	重庆长安汽车股份有限公司
富泰通达（北京）科技有限公司	直客	技术开发	361.13	6.81%	开发完成并通过验收后支付 30%，测试通过后支付 30%，上线一个月后支付 30%，上线一年后支付 10%。	银行汇兑	否	富泰通达（北京）科技有限公司

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
								司
上海开米科技有限公司	直客	技术开发	292.00	5.51%	乙方服务内容或成果经甲方验收合格后并开具合法有效的服务费发票，十个工作日内，甲方应以电汇方式支付服务费。	银行汇兑	是	上海开米科技有限公司
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	直客	技术开发	290.38	5.48%	乙方在每完成两个月的服务并经甲方以书面形式确认验收合格后，于下一个月的 15 日之前向甲方提供上一个结算周期的项目费用明细表，及开具内容和金额无误且合法有效的增值税专用发票，甲方在 30 日内支付 100%。	银行汇兑	否	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司
北京金成荣达软件技术有限公司	直客	技术开发	289.81	5.47%	提供测试版本后，在收到增值税专用发票后五个工作日内，支付 60%；系统验收通过并完成部署后，在收到增值税专用发票后五个工作日内，支付 30%；系统上线运行一年后，在收到乙方增值税专用发票后五个工作日内，支付 10%项目尾款	银行汇兑	否	北京金成荣达软件技术有限公司
			1,700.80	32.09%				
2018 年度								
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	直客	技术开发	943.05	15.70%	乙方应在每完成 2 或 3 个月（结算周期）的服务并经甲方以书面形式确认验收合格后，甲方于 20 天内向乙方提供费用分摊信息表，乙方按照甲方提供的费用分摊信息表向甲方开具内容和金额无误且合法有效的增值税专用发票，并向甲方提供其所要求的其他付款材料，甲方应在收到该等发票及付款材料后 30 日内向乙方支付服务费	银行汇兑	否	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
					用。			
重庆长安汽车股份有限公司	直客	技术开发	865.61	14.41%	项目工作全部完成，乙方提交项目总结报告及增值税有效发票，经甲方验收合格后，挂账之日起第三个月（含挂账月）支付该合同款项。	银行汇兑+电子银行承兑汇票	否	重庆长安汽车股份有限公司
阳狮广告有限公司	代理商	技术开发	506.27	8.43%	服务费用按月支付，乙方每月 20 日前向甲方提交上月《工作总结清单》，甲方需于乙方提交《工作总结清单》后 20 日内进行确认（甲方逾期没有提出书面异议视为确认），甲方确认后，乙方提供与《工作总结清单》中载明的金额一致的合格增值税专用发票，甲方于收到发票后 90 日内支付相应的发票金额。	银行汇兑	是	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司
北京密境和风科技有限公司	直客	技术开发	359.91	6.00%	当次支付，每次收到发票后 15 个工作日内支付。	银行汇兑	是	花椒直播
北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	直客	技术开发	336.12	5.60%	每周支付，收到发票后 3 个工作日内支付。	银行汇兑	是	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司
合计			3,010.96	50.14%				

客户重庆长安汽车股份有限公司、富泰通达（北京）科技有限公司、北京金成荣达软件技术有限公司、北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司的业务实施方式为自行实施；其他客户的业务实施方式为委外及自行实施。

（4）数字媒体投放

单位：万元

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
2018 年度								
广东信翔信息科技有限公司	代理商	数字媒体投放	1,730.92	22.05%	甲方应在乙方每次完成后，于次月 15 日内付清当月款项。	银行汇兑	是	腾跃互动游戏、城市进化论
上海衣页信息科技有限公司	直客	数字媒体投放	1,491.04	18.99%	甲方在次月 10 号前完成上个月回款，乙方收到甲方支付的款项后向甲方开具增值税专用发票。	银行汇兑	是	上海衣页信息科技有限公司
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	直客	数字媒体投放	1,341.69	17.09%	乙方应在每完成 2 或 3 个月（结算周期）的服务并经甲方以书面形式确认验收合格后，甲方于 20 天内向乙方提供费用分摊信息表，乙方按照甲方提供的费用分摊信息表向甲方开具内容和金额无误且合法有效的增值税专用发票，并向甲方提供其所要求的其他付款材料，甲方应在收到该等发票及付款材料后 30 日内向乙方支付服务费用。	银行汇兑	否	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司
阳狮广告有限公司	代理商	数字媒体投放	884.91	11.27%	服务费用按月支付，乙方每月 20 日前向甲方提交上月《工作总结清单》，甲方需于乙方提交《工作总结清单》后 20 日内进行确认（甲方逾期没有提出书面异议视为确认），甲方确认后，乙方提供与《工作总结清单》中载明的金额一致的合格增值税专用发票，甲方于收到发票后 90 日内支付相应的发票金额。	银行汇兑	是	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司
上海合印网络科技有限公司	代理商	数字媒体投放	751.68	9.57%	按项目订单进行月度结算，乙方在收到甲方付款后，应及时完成项目订单内容 且经甲方验收确认，对账无误后，乙方应在对	银行汇兑	否	不凡帝、亿滋、玛氏等

单位名称	客户类型	销售内容	销售金额	收入占比	信用政策	结算方式	是否新增客户	最终用户情况
					账次月的 5 日前向甲方提供对应对账金额的增值税专用发票。			
合计			6,200.24	78.97%				

数字媒体投放业务实施方式为委外及自行实施。

上述表格中，发行人单个客户的毛利率已申请豁免披露。

2、报告期内上述客户变化的原因

序号	客户名称	最近三年销售金额（万元）			客户变动原因
		2016 年	2017 年	2018 年	
1	北京世界星辉科技有限责任公司	1,051.44	215.65	-	游戏行业政策影响和客户自身市场策略调整影响。
	趣游时代（北京）科技有限公司	187.03	46.33	-	
2	四川长虹电器股份有限公司	424.73	1,042.28	875.33	集团整体在互联网和大数据转型，重视数字营销，根据集团的战略调整，分子公司的营销业务都统一由总部签署。
	四川虹微技术有限公司	245.28	36.73	-	
	绵阳科技城大数据技术有限公司	396.23	-	-	
3	重庆长安汽车股份有限公司	985.06	620.91	3,074.14	进一步加大大数据营销、电商系统方面的投入和升级改造
	重庆长安车联科技有限公司	-	120.02	-	
4	鲁中汇源食品饮料有限公司	469.81	-	-	根据市场形势变化，客户近几年在数字营销方面的投入持续增加。
	哈尔滨汇源食品饮料有限公司	176.89	-	-	
	北京汇源食品饮料有限公司	-	528.30	660.38	
	宁夏汇源饮料有限公司	-	330.19	-	
5	东风裕隆汽车销售有限公司	636.40	126.25	-	公司股权结构发生重大变化，以及业务形态的重大调整。
6	香港国际主题乐园有限公司	600.12	678.53	367.84	受整体经济环境的影响，客户营销预算有所减少。
7	重庆汽摩交易所有限公司	404.32	-	-	二手车交易平台的一次性技术开发，已于当年完成。
9	重庆长安铃木汽车有限公司	-	823.86	85.90	公司股权结构发生重大变化，以及业务形态发生重大调整。
10	上海奔越广告有限公司	-	645.38	816.25	2017 年开始合作，传统媒体转型，线上业务的投入逐年增加。
	上海蓝瀚广告有限公司	-	133.60	437.42	
11	东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	-	695.69	636.75	2016 年年末开始合作，合作金额主要根据客户营销预算情况确定。
12	重庆力帆汽车销售有限公司	33.02	260.85	346.23	持续合作，合作金额主要根据客户营销预算情况确定。
	重庆力帆喜生活摩托车销售有限公司	-	149.34	12.92	
	重庆裕途商贸有限公司	188.68	89.62	-	
	重庆力帆实业（集团）进出口有限公司	80.19	5.94	-	

序号	客户名称	最近三年销售金额（万元）			客户变动原因
		2016 年	2017 年	2018 年	
13	阳狮广告有限公司	-	-	1,946.89	2018 年客户有需求，公司通过比稿比价取得
14	广东信翔信息科技有限公司	-	-	1,730.92	2018 年客户有需求，公司通过比稿比价取得
15	上海衣页信息科技有限公司	-	-	1,491.04	2018 年客户有需求，公司通过比稿比价取得
16	比亚迪汽车销售有限公司	-	394.73	1,043.43	客户对互联网和大数据营销需求增长明显，投入逐年增长。
	比亚迪汽车工业有限公司	-	105.38	978.72	
17	上海合印网络科技有限公司	-	162.58	769.56	2017 年开始合作，随着合作的深入，逐步加大服务领域和服务额度。
18	内蒙古科尔沁牛业股份有限公司	-	-	199.76	2018 年客户有需求，公司通过比稿比价取得
19	税友软件集团股份有限公司	320.01	-	1.17	2016 年客户的网站开发需求已完成，后继暂时没有大额需求
20	富泰通达（北京）科技有限公司	135.00	361.13	7.21	根据客户的需求金额而定
21	上海开米科技有限公司	-	423.60	-	2017 年新获取客户。由于客户的营销计划有调整，2018 年与上海开米科技有限公司暂时没有新的业务合作。
22	北京金成荣达软件技术有限公司	93.50	289.81	-	根据客户的需求金额而定
23	北京密境和风科技有限公司	-	-	359.91	2018 年客户有需求，公司通过招标取得
24	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	-	-	336.12	2018 年客户有需求，公司通过比稿比价取得

（二）请发行人结合各明细业务内容分别说明其定价方式，结合市场可比价格，说明定价的公允性；

1、各明细业务定价方式

对于一定期限内的运营服务，公司根据服务内容、服务范围、服务时间及与之相匹配的需投入的人力、物力等成本，客观分析当前市场竞标情况（市场竞争因素）、市场同类服务的价格等因素后，综合确定本项服务的价格。

对于项目服务，公司根据本项服务所应用的软件产品的成本摊销周期，再结合为客户所提供的服务内容、服务范围、服务时间及与之相匹配的需投入的人力、物力等成本，客观分析当前市场竞标情况（市场竞争因素）、市场同类服务的价格等

因素后，综合确定本项服务的价格。

对于技术开发服务，发行人根据各类定制化的技术开发的开发难度、开发时间、开发成本，以及与之相匹配的需投入的人力、物力成本，综合确定技术开发服务的价格。

对于数字媒体投放，发行人在广告发布平台或中间代理商报价基础上，根据客户广告投放的规模，增加一定的毛利率来计算广告投放业务的价格。

2、定价的公允性

（1）营销及运营、技术开发服务

公司的主要、核心客户在选择互联网、大数据服务供应商时采取严格的竞标方式，如招标或“比稿比价”程序，并且一般会定期重新竞标，以保证供应商能够满足其互联网、大数据应用的动态需求。

客户在竞标时通常会在标书里明确供应商资质要求（注册资本、行业资质、成功案例等）、主要服务内容或是技术开发标准，满足资质要求的各个供应商需按竞标方要求准备相应的服务方案（或技术方案）和报价方案，再进入“比稿比价”环节，即竞标企业在服务方案（或技术方案）符合其要求的应标公司中，选择价格最优的公司作为其供应商，或是综合考量、比较各应标公司的服务方案（或技术方案）和报价方案两项主要因素后，最终选择性价比最优的供应商为其提供服务。

根据上述竞标环节，发行人在制定“营销及运营服务”的竞标价格时，通常会分析竞标企业要求的服务内容所需要人力、物力成本投入，以及服务时间、所应用软件的成本摊销等情况，并综合分析当前市场竞标情况（市场竞争因素）、市场同类服务的价格、竞标企业公布的上期同类型服务成交价格等客观情况后，最终确定本次服务内容的报价。

发行人在制定“数字技术开发”的竞标价格时，通常会分析竞标企业要求的技术开发内容的开发难度、开发时间、开发成本，以及与之相匹配的人力、物力成本投入情况，再结合当前市场竞标情况（市场竞争因素）、市场同类技术开发的价格、竞标企业公布的上期同类型技术开发成交价格等客观情况后，最终确定该技术开发项目的报价。

（2）数字媒体投放

发行人数字媒体投放业务，其投放的媒体平台（微信、今日头条等）对外有明

确的市场公开刊例价格标准，根据采购金额的多少给予不同的程度优惠，发行人代客户进行媒体投放，易于获取规模优势，降低投放成本。发行人根据客户投放量的大小及特定投放需求收取不同的费用，最终确定本次服务的报价。

数字媒体投放的标准单位价格通常在市场上是公开透明的，发行人会在标准投放价格体系上给予阶梯性的优惠，采购数量越多的客户优惠政策越大。因此，发行人的价格与市场价格相当。

综上所述，发行人各明细业务的定价方式、定价过程是充分市场化的双向选择，因此，定价是公允的。

（三）区分不同业务类型，分析不同客户以及同一客户不同年度毛利率差异的主要原因及合理性；

上述相关回复内容，发行人已申请豁免披露。

（四）报告期内上述客户及其最终客户的主营业务、股权结构及实际控制人、注册时间、注册资本、注册地、合作历史、与发行人的合作背景

上述客户共 31 家，其中北京世界星辉科技有限责任公司、比亚迪汽车工业有限公司、比亚迪汽车销售有限公司、东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司、广东信翔信息科技有限公司、家乐福（中国）管理咨询服务有限公司、鲁中汇源食品饮料有限公司、上海奔越广告有限公司、上海合印网络科技有限公司、上海衣页信息科技有限公司、四川长虹电器股份有限公司、阳狮广告有限公司、长安福特汽车有限公司、重庆长安铃木汽车有限公司、重庆长安汽车股份有限公司等 18 家客户及其最终客户的主营业务、股权结构及实际控制人、注册时间、注册资本、注册地、合作历史、与发行人的合作背景等信息在本问询函“问题 17，发行人说明部分第（3）问”的相关回复中披露，其余 13 家列表如下：

单位名称	注册时间	注册资本	注册地	经营范围	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	与发行人的合作背景
重庆裕途商贸有限公司	2014/7/17	500 万人民币	重庆市	销售:煤炭、橡胶制品、皮革制品、矿产品、食品添加剂(国家专项规定的项目除外)、化工产品(不含危险化学品)、日用百货、建筑材料(不含化学危险品)、机械设备、文教办公用品、环保材料、汽车零配件、阀门、电子产品(不含电子出版物)、电子元器件、工程机械设备及配件、金属材料(不含稀贵金属);货物进出口、技术进出口	重庆精益精信息产业有限公司 79.00%、重庆扬帆商贸有限公司 21.00%	尹明善	从 2016 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商
无限极(中国)有限公司	1992/12/8	10000 万人民币	广东省	生产、销售(批发、零售)保健品,日用品,美容护肤化妆品,保健器材等	无限极(香港)有限公司 100.00%	无限极(中国)有限公司	从 2014 年开始合作	通过比稿比价方式成为客户的供应商
重庆力帆汽车销售有限公司	2006/1/23	30000 万元人民币	重庆市	销售汽车及汽车零部件、内燃机及内燃机零部件,汽车及内燃机技术咨询服务,建筑材料及装饰材料(不含化学危险品)、润滑油、润滑脂、日用百货、文化用品、天然橡胶及橡胶制品	重庆力帆乘用车有限公司 100.00%	力帆实业(集团)股份有限公司	从 2017 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商
重庆长安车联科技有限公司	1995/4/5	8850 万元人民币	重庆市	长安品牌汽车销售;汽车租赁;网络预约出租汽车经营等	重庆长安汽车股份有限公司 100.00%	国务院国有资产监督管理委员会	从 2017 年开始合作	通过比稿比价方式成为客户的供应商
内蒙古科尔沁牛业股份有限公司	2002-06-20	63114.36 万人民币	内蒙古	生产加工清真肉类及副产品,肉牛饲料;熟食品加工;肉牛的培育,活羊及活马的饲养、加工;熟肉制品加工、速冻食品、罐头、方便食品的生产;预包装食品批发兼零售;肉牛的销售;活羊及活马销售以及经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务;种树、种草及销售;广告业务;	内蒙古新三维国际经济技术合作股份有限公司 89.8535%、内蒙古旭日生物高技术股份有限公司 10.1462%、通辽市三元绿色畜牧有限责任公司 0.0001%、内蒙古蒙古王酒业有	李和	从 2018 年开始合作	通过比稿比价方式成为客户的供应商

单位名称	注册时间	注册资本	注册地	经营范围	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	与发行人的合作背景
				青贮玉米种植及销售；肉、禽、蛋、奶及水产品批发兼零售；机械设备租赁；自有房地产经营活动，屠宰及肉类加工（牲畜屠宰、肉制品及副产品加工）	限公司 0.0001%、通辽市国有资本投资运营有限公司 0.0001%			
云南春城财富置业有限公司	2005/7/28	25800 万元人民币	云南省	房地产开发及经营、房屋租赁、场地租赁、企业管理；承办会议及商品展览展示活动；国内贸易、物资供销	任怀灿 50.20%、任剑媚 13.13%、王傢琪 5.05%、田军 4.04%、刘后云 4.04%	任怀灿	从 2014 年开始合作	通过比稿比价方式成为客户的供应商
绵阳科技城大数据技术有限公司	2013/8/20	6000 万人民币	四川省	数据收集、分析与数据服务，基于大数据、云计算、物联网技术领域的新兴产业孵化与应用，计算机技术、信息技术开发、推广、转让、咨询、服务、培训等	四川长虹电器股份有限公司 58.33% 绵阳科创园投资控股有限公司 41.67%	绵阳市国资委	2016 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
税友软件集团股份有限公司	1999/12/22	36530 万人民币	浙江省	电信业务（凭证经营）；服务：计算机软件研究、开发、技术服务，计算机系统集成，成年人的非证书职业技能培训（涉及前置审批的项目除外），经济信息咨询（除商品中介）账等	张镇潮 25.27%、李高齐 0.78%、李华 0.63%、牡丹 0.17%、陈跃坚 0.17%、周可仁 0.12%	张镇潮	2016 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
富泰通达（北京）科技有限公司	2009/9/21	600 万人民币	北京市	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机技术培训；电脑动画设计；应用软件开发服务等	王萍 65.00%、黎蛟 35.00%	王萍	2015 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
上海开米科技有限公司	2006/11/22	25000 万人民币	上海市	从事液体类日化产品（中性浓缩环保洗衣液、果蔬清洗剂和餐具净、洗手液、沐浴露）、膏霜类日化产品（个人护理产品）的生产，日用化学品研发、销售，化妆品研发、销售等	西安开米股份有限公司 100.00%	徐铁虎	2017 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
北京金成荣达软件技术有限公司	2003/4/24	500 万人民币	北京市	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发后的产品；计算机系统服务；基础软件服务、应用软	梁志东 70.00% 韩桂梅	梁志东	从 2013 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商

单位名称	注册时间	注册资本	注册地	经营范围	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史	与发行人的合作背景
				件服务；软件开发；软件咨询；产品设计等	30.00%			
北京密境和风科技有限公司	2014/12/24	1503.33 万人民币	北京市	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机技术培训；企业策划；设计、制作、代理、发布广告；会议服务等	北京六间房科技有限公司 100.00%	黄巧灵	2018 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商
北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	2007/4/4	92000 万人民币	北京市	第一类增值电信业务中的互联网数据中心（不含互联网资源协作服务）；第一类增值电信业务中的互联网接入服务业务；第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）（增值电信业务经营许可证有效期至 2021 年 12 月 24 日）等	刘强东 45.00% 李娅云 30.00% 张雯 25.00%	刘强东	2018 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商

（五）上述客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员是否与发行人存在关联关系、关联交易、资金往来或其他利益安排；

报告期内，除前述发行人与上述客户发生的正常业务交易和资金往来外，发行人与上述客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员不存在关联关系、关联交易、资金往来或其他利益安排。

（六）招股说明书第 171 页公司服务过的主要客户是否报告期内形成销售，如不是，请修改相关表述和图表。

上述内容，已在招股说明书“第八节 业务与技术”之“三、公司的销售状况和主要客户”之“（二）公司服务的主要客户群体、销售价格的总体变动情况”中进行如下修改：

1、公司服务的主要客户群体

互联网、大数据与主要业务流程的深度融合，已成为各行业实现数字化转型升级的必由之路，发行人的业务应用领域不断拓展，服务的客户群体覆盖面较为广泛。

报告期内，公司服务过并确认收入的主要客户（包括通过中间代理商服务的终端用户）：

◆ 主要客户名录 ◆					
 长安汽车 CHANGAN	 DS SPIRIT	 BYD	 CITROËN	 Ford	 SHIDE
 吉利汽车 GEELY AUTO	 LINCOLN	 长城润滑油	 斯威汽车	 SUZUKI	 LIFAN
 Carrefour 家乐福	 HUAWEI	 ASUS	 CHANGHONG 长虹	 BOSCH	 UnionPay 银联
 广发证券 GF SECURITIES	 中国邮政 CHINA POST	 UDC	 中国邮政	 新世界中国地产	 富力地产 R&F PROPERTIES
 绿地集团 GREENLAND GROUP	 AGILE 雅居乐	 NORTHSTAR 北达集团	 7UP	 JD.COM 京东	 pepsi
 汇源	 Heineken	 燕之屋	 Korchin 科尔臣	 新希望乳业 NEW HOPE DAIRY	 kabrita
 澳牧 AUSTROALLOY	 libby 立白 绿白 中国第一	 Komi 开米	 BAYER	 Hong Kong Disneyland 香港迪士尼乐园	 wing lee 香港迪士尼乐园
 阅文集团 QIANWEN GROUP	 CCTV.com 央视网	 中国日报网 CHINA DAILY.COM.CN	 1. 一点资讯	 完美世界 PERFECT WORLD	 网脉游戏 WANGSHU GAMES
 360游戏	 高合娱乐	 腾讯网 QQ.COM	 搜 狐 SOHU.COM	 支付宝 ALIPAY	 花椒直播
 重庆·两江新区 CQL	 Lufeng	 MO&Co.	 Mabolu 码尚	 滴滴	 7

【核查过程及方法】

- ①访谈发行人高级管理人员和财务人员，了解发行人针对不同客户类型是否存在差异化处理，各业务类型前五大客户变化的主要原因；
- ②了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行的有效性；
- ③获取发行人报告期内销售收入台账，逐笔查验各业务类型前十大客户签订的

合同，查看合同主要条款，包括服务内容、合同价款、结算方式、双方的权利义务等相关内容；

④获取发行人报告期内各业务类型前五大客户明细，并对比各期客户变动情况，了解客户变动原因，结合公司的业务状况分析客户变动原因的合理性；

⑤对营业收入和毛利执行分析程序，与历史同期及同行业的毛利率进行对比，判断报告期内收入金额及毛利率变动是否出现异常波动；

⑥选取部分样本，通过网上查询获取数字媒体投放和电商业务的第三方市场价格，并与公司的价格比较是否存在显著差异；

⑦对报告期内重要客户进行发函询证，并进行实地走访，了解客户对发行人提供服务的评价、双方合作历史及双方是否存在关联关系等信息；

⑧查询国家企业信用信息公示系统、企查查等，查询各业务类型前五大客户工商信用信息，关注客户营业范围、信用状况、股东构成及实际控制人等信息，判断交易合理性；

⑨获取发行人股东、实际控制人及其他关键管理人员的声明，声明在申报期的各服务模式下，发行人与前五重要客户的实际控制人或主要股东、关键经办人员不存在关联关系，不存在关联资金往来或其他利益安排；

⑩获取公司董事、监事、高级管理人员对外投资及任职情况，查询是否在客户单位投资或任职。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：①伴随着互联网+时代的到来，越来越多的行业和公司将其营销方式由传统媒体平台转向互联网领域，是博拉网络客户数量增加及各业务类型前五大客户变化的主要原因。②博拉网络根据客户竞标的内容制作方案，然后在考虑综合成本的基础上进行报价，其定价具有公允性。③公司提供的服务更多的侧重项目定制，需要根据客户的需求和实际情况量身定制方案，不同客户或同一客户的不同阶段的服务需求内容均存在不同程度的差异，进而导致毛利率的差异。

④报告期内，客户及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人不存在关联关系、关联交易、关联资金往来或其他利益安排的情况。

19.报告期各期，发行人采购总额分别为 4,626.68 万元、5,401.17 万元和 16,640.43

万元。

请发行人：（1）区分不同采购内容说明报告期内前五大供应商的交易内容、金额及比例、付款期、是否新增供应商、采购内容的定价方式、采购金额变化的原因及合理性；（2）报告期内上述供应商的变化原因及合理性；（3）上述供应商基本情况、注册时间、注册资本、注册地、股权结构、实际控制人或主要股东、合作历史，如何成为发行人的供应商，是否专门或主要为发行人及其关联方服务，如是，请进一步说明原因及商业合理性；（4）请发行人说明前述供应商及其实际控制人或主要股东、关键经办人员是否与发行人及其关联方存在关联关系、资金往来或其他利益安排，是否存在为发行人代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形；（5）荣昌县梦玥传媒有限公司和荣昌县梦锋网络传媒有限公司的实际控制人，将其采购额合并计算的依据；（6）上述供应商向发行人控股股东及其关联方提供服务或销售产品的情况、原因及其合理性；（7）发行人主要采购成本均为外购服务，是否符合行业惯例，是否实质上构成劳务派遣或劳务外包；发行人是否存在以外包名义按劳务派遣用工形式使用劳动者的情形，是否存在应适用《劳务派遣暂行规定》的情况；（8）发行人与上述供应商签订合同的主要内容，结合各项目或服务的实施情况，说明服务内容、服务标的收费标准、服务数量（如服务人数和服务工时等）及费用变动、结算方式，费用定价是否公允；（9）发行人外购服务与发行人自身的生产经营如何协调管理，发行人的核心技术环节是否涉及劳务采购、发行人的核心竞争力如何体现。

请保荐机构、申报会计师、发行人律师就上述事项进行核查，说明详细的核查过程、核查方法，并就核查结论发表明确意见。

【回复】

（一）区分不同采购内容说明报告期内前五大供应商的交易内容、金额及比例、付款期、是否新增供应商、采购内容的定价方式、采购金额变化的原因及合理性

1、网络内容的设计和制作

单位：万元

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增 供应商
2016 年度					
重庆高驰广告设计中心	文案撰写及创意设计	147.22	13.41%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	是
重庆杰廷文化创意策划中心	创意设计、稿件撰写	124.10	11.30%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	是
重庆众海营销策划中心	文案撰写及创意设计	116.29	10.59%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	是
重庆福百宏科技有限公司	文案撰写及创意设计	98.96	9.01%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	是
江西微广联合文化传播有限公司	文案撰写及创意设计	87.85	8.00%	确认并收到发票后支付	否
合计		574.42	52.31%		
2017 年度					
重庆福百宏科技有限公司	新闻发布，微博微信写稿等	308.32	19.32%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
重庆众海营销策划中心	文案撰写及创意设计	166.13	10.41%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
重庆高驰广告设计中心	文案撰写及创意设计	151.95	9.52%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
上海风藤文化传播有限公司	设计、视频制作	151.56	9.50%	验收并收到发票后 20 个工作日内支付	否
昆明杜比文化传媒有限公司	文案撰写及创意设计	114.96	7.20%	按月结算	是
合计		892.92	55.95%		
2018 年度					
天津英创伟业科技发展有限公司	视频素材制作	123.47	11.38%	合同签订后 5 日内支付 50%，验收并收到 发票后 90 天内支付余下的 50%	是

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增 供应商
青岛东方一度文化传播有限公司	品牌推广服务	80.96	7.46%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
上海风藤文化传播有限公司	视频素材制作	79.03	7.29%	验收并收到发票后 20 个工作日内支付	否
重庆麦点文化传播有限公司	拍摄及视频制作	73.43	6.77%	签订后支付 50%，成片后支付 50%	否
重庆众海营销策划中心	文案撰写及创意设计	66.88	6.17%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
合计		423.76	39.07%		

采购内容的定价方式：网络内容设计和制作，通常为视频、美术、动漫等创意作品，可提供此类服务的供应商在互联网上数量较多，市场竞争充分，价格相对也比较透明。发行人在选择此类供应商时，严格按照公司制定的采购管理办法执行“比稿比价”流程，每项采购均会在发行人供应商库或者互联网同类资源中寻找三家以上的供应商，然后综合比较其服务资质（成功案例、专业技能资质、网络资源数量等）、设计方案、服务价格等各方面因素，最终选择性价比最优的供应商提供外包服务。

2、网络内容发布

单位：万元

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增 供应商
2016 年度					
荣昌县梦锋网络传媒有限公司	社交网络发布等	168.01	7.16%	验收后一个月内支付	否
北京腾讯文化传媒有限公司	网络自媒体发布	167.88	7.16%	预付款	是
虎扑(上海)文化传播股份有限公司	网站专题及广告发布	160.38	6.84%	收到发票后 7 个工作日支付 75 万， 2017.1.10 之前支付 95 万	是
北京微播易科技股份有限公司	KOL 自媒体发布	148.69	6.34%	每月按照实际发生金额支付	否

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增 供应商
上海聚胜万合广告有限公司	网络内容及广告发布	117.17	5.00%	预付款，验收合格后付余款	是
合计		762.13	32.50%		
2017 年度					
北京腾讯文化传媒有限公司	网络自媒体发布	463.99	15.46%	除另外制定外，自助充值	否
重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司	社交网络发布	265.56	8.85%	验收后一个月内支付	否
重庆高驰广告设计中心	社交网络发布	126.77	4.22%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
北京七乐文化传媒有限公司	网络自媒体发布	108.23	3.61%	执行完一周内支付	否
江西尚品致荟文化传播有限公司	网络自媒体发布	106.36	3.54%	签订后支付 50%，验收后支付余款	否
合计		1,070.91	35.68%		
2018 年度					
北京爱点互动科技有限公司	网络自媒体发布	816.06	15.97%	月付，验收后次月月底支付	是
道有道（北京）科技股份有限公司	网络自媒体发布	643.46	12.59%	投放后一个月内支付	否
重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司	社交网络发布	366.32	7.17%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
重庆高驰广告设计中心	社交网络发布	310.41	6.07%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
重庆众海营销策划中心	网络自媒体发布	256.46	5.02%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
合计		2,392.70	46.82%		

采购内容的定价方式：网络内容发布采购一般是通过自媒体交易平台对接或者由公司直接与社交媒体发布方进行合作，此类交易平台上的自媒体价格大多是公开显示的，由需求方自行选择，价格通常是根 据自媒体粉丝数量、覆盖用户群体性质、是否原创及内容

质量综合评估而定，由于社交媒体服务提供者较多，市场竞争激烈，价格相对透明。

3、技术开发

单位：万元

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增 供应商
2016 年度					
重庆德闻软件服务中心	技术开发、软件服务、创意设计、动画制作	156.64	18.37%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
上海风藤文化传播有限公司	技术开发、设计、视频制作	130.51	15.30%	验收并收到发票后 20 个工作日内支付	否
重庆井知科技有限公司	技术开发	125.86	14.76%	验收后支付	否
重庆硕宇科技中心	技术开发	71.34	8.37%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	是
青岛麦途公关顾问有限公司	技术支持、视频动画制作	50.70	5.95%	项目结束 7 日内支付	是
合计		535.05	62.75%		
2017 年度					
重庆井知科技有限公司	技术支持、产品开发	83.29	17.30%	项目结束验收合格后一个月内一次性支付	否
重庆市江北区双乾科技有限责任公司	技术开发	64.27	13.35%	签订之日起 5 个工作日内	是
江门市乐玩家网络科技有限公司	技术开发	42.20	8.77%	验收后一个月内支付	是
四川立信通科技有限公司	技术开发	41.75	8.67%	项目验收后支付	是
重庆无时无刻网络科技有限公司	模块开发	41.36	8.59%	验收后支付	是
合计		272.87	56.68%		
2018 年度					

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增 供应商
济南众神盟约网络科技有限公司	技术开发	100.97	9.18%	签订后 15 日内支付 60%，验收并收到发票后支付余款	是
江门市乐玩家网络科技有限公司	技术开发	85.35	7.76%	5 个工作日内支付 30%，一期验收合格支付 20%，二期验收合格支付 20%，交付确认后支付 30%	否
重庆市远华科技开发有限公司	技术开发	81.67	7.43%	签订后 3 日内支付 30%，验收合格后支付尾款	否
甲骨文（中国）软件系统有限公司	技术开发	42.34	3.85%	发票提供后三十个工作日	否
北京多格科技有限公司	技术开发	39.15	3.56%	6.30 之前支付 50%，7.30 支付余款	否
合计		349.48	31.78%		

采购内容的定价方式：市场上技术开发类供应商数量较多，通常根据技术开发难度和人力、工时消耗评估服务费用，市场竞争激烈，价格相对也比较透明。发行人在选择此类供应商时，严格按照公司制定的采购管理办法，通过“比稿比价”流程进行供应商的选择。发行人根据技术开发的需求，在其供应商库或者市场同类资源中寻找符合该技术开发资质要求（技术技能资质、成功案例、团队规模等）的三家以上的技术开发类供应商，要求其根据开发需求准备相应的技术方案和报价方案，最后发行人在技术方案符合其业务需求的供应商中选择价格最优的公司为其提供该项开发服务。

4、线下活动执行

单位：万元

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增 供应商
2016 年度					
上海瑞式展览有限公司	会议展览服务	149.06	45.08%	预付款，验收合格后付余款	是

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增 供应商
北京心汇阳光企业管理顾问有限公司	线下活动执行	22.08	6.68%	预付款，验收合格后付余款	是
北京世东传媒有限公司	线下活动执行	18.68	5.65%	预付款，验收合格后付余款	是
孝义市康富网超贸易有限公司	线下活动执行	12.57	3.80%	预付款，验收合格后付余款	是
北京八零印象广告有限公司	线下活动执行	9.65	2.92%	签订 3 日内付 70%，项目结束 30 日内付 30%	是
合计		212.04	64.13%		
2017 年度					
中恩国际文化发展有限公司	线下活动执行	48.57	15.07%	签订后 2 日内支付 50%，活动结束后支付余款	是
北京天浩盛世娱乐文化有限公司	线下活动执行	46.98	14.57%	预付款	是
北京八零印象广告有限公司	线下活动执行	12.22	3.79%	签订 3 日内付 70%，项目结束 30 日内付 30%	否
重庆鸿睿文化传播有限公司	线下活动执行	11.47	3.56%	项目结束后 7 个工作日内支付	否
广州本来网电子商务有限公司	线下活动物料	9.80	3.04%	预付款，验收合格后付余款	是
合计		129.04	40.03%		
2018 年度					
重庆阔众广告文化传媒有限公司	线下活动执行	88.07	7.69%	物料准备支付 50%，活动结束后 30 天内支付余额	是
重庆川普文化传播有限公司	线下会展活动	66.04	5.76%	签订后支付 70%，验收完成并撤展后支付余款	是
昆明凡睿文化传媒有限公司	线下营销活动	57.40	5.01%	验收后一次性支付	是
中恩国际文化发展有限公司	线下活动	51.51	4.50%	合同签订后支付 40%，结束后 30 天内支付余款	否

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增 供应商
中国人民公安大学	线下活动执行	44.43	3.88%	2018 年 10 月 30 号前	是
合计		307.45	26.84%		

采购内容的定价方式：线下活动执行属于营销市场上非常成熟的业务模式，通常根据线下活动执行所需消耗的物料、人力、场地等具体内容构成确定服务费用，此类别供应商数量非常多，市场竞争激烈，价格相对也比较透明。发行人在选择此类供应商时，严格按照公司制定的采购管理办法，通过“比稿比价”流程进行供应商的选择。发行人根据线下活动的策划方案制定需求计划，在其供应商库或者市场同类资源中寻找符合该线下活动执行资质（注册资本、成功案例、人员和场地资源等）的三家以上的供应商，要求各供应商按活动需求准备相应的服务方案和报价方案，发行人综合考量、比较各供应商的服务方案和报价方案两项主要因素后，最终选择性价比最优的供应商为其提供服务。

5、数字媒体投放

单位：万元

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增 供应商
2018 年度					
重庆黎古科技有限公司	腾讯朋友圈广告平台代充值服务； 腾讯新闻、腾讯体育 APP 互联网媒体广告投放	3,497.01	46.00%	预付款	是
北京腾讯文化传媒有限公司	腾讯广告代理和执行	2,007.54	26.41%	预付款	否
北京爱点互动科技有限公司	新媒体合作	834.89	10.98%	预付款	是
上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司	腾讯广告执行	188.68	2.48%	2018.10.25 签约，2018.10.30 支付	否

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增供应商
北京七乐文化传媒有限公司	自媒体平台推广	48.53	0.64%	验收并收到发票后 10 个工作日内支付	否
合计		6,576.65	86.51%		

采购内容的定价方式：对于平台类供应商（如腾讯微信广告投放），其有对外公示的价目表，发行人只能被动接受；对于其他中间代理商，在平台报价基础上双方进行协商确定采购价格。

6、电商运营

单位：万元

供应商名称	交易内容	采购金额	采购占比	付款期	是否新增供应商
2018 年度					
合肥荣事达小家电有限公司	炊具系列产品京东商城自营平台独家经营商	307.27	51.42%	预付款	是
北京润泰嘉尚商贸有限公司	电商化妆产品购销	265.18	44.37%	预付款	是
合肥亚摩斯电气有限公司	亚摩斯产品营销	13.72	2.30%	预付款	是
广东帝客邦宅配家居有限公司	长虹晾衣架产品营销	6.25	1.05%	预付款	是
广东长虹日电科技有限公司	长虹集成灶	0.72	0.12%	预付款	是
合计		593.14	99.26%		

采购内容的定价方式：发行人对照市场同类产品零售价，扣除合理利润和相关费用，在此基础上与供应商进行协商，确定采购价格。

上述供应商报告期内变化情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	2016 年度	2017 年度	2018 年度
1	重庆高驰广告设计中心	151.05	278.72	339.24
2	重庆杰廷文化创意策划中心	136.87	3.31	—
3	重庆众海营销策划中心	144.36	259.58	340.66
4	江西微广联合文化传播有限公司	87.85	1.60	5.00
5	江西尚品致荟文化传播有限公司	12.30	106.36	96.66
6	重庆福百宏科技有限公司	98.96	380.91	39.79
7	上海风藤文化传播有限公司	130.51	151.56	79.03
8	昆明杜比文化传媒有限公司	—	134.38	27.56
9	天津英创伟业科技发展有限公司	—	—	123.47
10	青岛东方一度文化传播有限公司	49.73	13.08	80.96
11	重庆麦点文化传播有限公司	2.14	22.04	73.43
12	重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司	212.54	277.67	366.46
13	北京腾讯文化传媒有限公司	167.88	463.99	2,007.54
14	虎扑(上海)文化传播股份有限公司	160.38	—	—
15	北京微播易科技股份有限公司	148.69	34.42	—
16	上海聚胜万合广告有限公司	117.17	—	—
17	北京七乐文化传媒有限公司	—	108.23	73.22
18	北京爱点互动科技有限公司	—	—	1,650.95
19	道有道（北京）科技股份有限公司	—	156.70	643.46
20	重庆德闻软件服务中心	156.64	15.17	—
21	重庆硕宇科技中心	71.34	2.88	—
22	青岛麦途公关顾问有限公司	50.70	—	—
23	重庆井知科技有限公司	125.86	83.29	—
24	重庆市江北区双乾科技有限责任公司	—	64.27	—
25	江门市乐玩家网络科技有限公司	—	42.20	85.35
26	四川立信通科技有限公司	—	41.75	—
27	重庆无时无刻网络科技有限公司	—	41.36	—
28	济南众神盟约网络科技有限公司	—	—	100.97
29	重庆市远华科技开发有限公司	—	—	81.67

序号	供应商名称	2016 年度	2017 年度	2018 年度
30	甲骨文（中国）软件系统有限公司	—	—	285.80
31	北京多格科技有限公司	—	—	39.15
32	上海瑞式展览有限公司	149.06	—	—
33	北京心汇阳光企业管理顾问有限公司	22.08	—	—
34	北京世东沃野传媒广告有限公司上海分公司	18.68	—	—
35	孝义市康富网超贸易有限公司	12.57	—	—
36	北京八零印象广告有限公司	9.65	12.22	—
37	中恩国际文化发展有限公司	—	48.57	53.59
38	北京天浩盛世娱乐文化有限公司	—	46.98	—
39	重庆鸿睿文化传播有限公司	33.00	11.47	33.67
40	广东本来网电子商务有限公司	—	9.80	—
41	重庆阔众广告文化传媒有限公司	—	—	88.07
42	重庆川普文化传播有限公司	—	—	66.04
43	昆明凡睿文化传媒有限公司	—	—	62.27
44	重庆黎古科技有限公司	—	—	3,497.01
45	上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司	—	—	188.68
46	北京润泰嘉尚商贸有限公司	—	—	265.18
47	合肥荣事达小家电有限公司	—	—	374.70
48	合肥亚摩斯电气有限公司	—	—	13.72
49	广东帝客邦宅配家居有限公司	—	—	6.25
50	中国人民公安大学	—	—	44.43
51	广东长虹日电科技有限公司	—	—	0.72

（二）报告期内上述供应商的变化原因及合理性

（1）互联网和大数据服务内容多元化所致。

公司目前主营业务是通过自有技术平台为客户提供整合性大数据应用服务，其中涉及非核心技术服务的部份存在外包需求，如网络内容创作、发布和线下活动等，此外外包的服务的规模不大，主要面向可以提供单一形式专业服务的中小型供应商（自媒体、视频拍摄、美术设计、动画制作、专业稿件撰写等），此类外包服务供应商的主要特点就是规模小、数量庞大、变化极快、透明度高、响应速度快。除了少量独有或垄断资源、以及结合度要求较高的服务以外，公司的大部分创意外包服

务均可在网上搜寻到大量供应商。

由于互联网和大数据应用模式每年都在发生快速变化（从博客到微博再到微信和短视频，从 PC 互联网到移动互联网等），导致客户的个案项目需求也不断发生改变，具体内容差异大、执行周期短、形式较为单一，因此在项目实施过程中所需要的外包供应商也相应不断变化，公司一般根据每个项目的具体需求快速搜寻 3 家以上的供应商，进行价格、交付期限、案例质量的比选以确定供应商，从而在效率、质量、成本控制上保障项目的整体执行。

同时，互联网、大数据具有典型的更新迭代速度快的特征，不仅是应用和技术更新迭代非常快，而且营销内容也是与时俱进、差异化和迭代特色显著，因此中小型供应商的变化也非常快，比如网络内容制作前五大供应商就由 2016 年以稿件创作为主逐步演化为 2018 年以视频制作为主，网络内容发布前五大供应商由 2016 年“网站+社交网络两者并重”发展演变为 2018 年以社交网络自媒体为重点的情况。这是导致报告期内公司前十大供应商变动较大的主因。

（2）2018 年新增大量的数字媒体投放，主要因为 2018 年公司开始对外采购数字媒体投放，且投放主要集中在微信朋友圈、今日头条等社交媒体，这是基于社交媒体的传播属性和雇主企业大数据营销需求做出的服务导向。

鉴于微信等自媒体已成为大数据精准营销的重要载体和渠道，企业客户也有明确的社交媒体广告投放需求，发行人作为企业客户的大数据整合营销服务提供商，也需要整合社交媒体资源以积累精准用户数据，将媒体传播和内容营销、数据挖掘等各种形式有机结合，帮助企业通过社交网络精准触达和影响潜在用户，放大营销推广效果，提升产品或服务的销售转化率。

综上，报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额 50%的情形。公司采购的服务在市场上拥有大量供应商，公司不存在严重依赖于少数供应商的情况。报告期内，供应商的变化符合行业的发展趋势和公司自身的商业模式，具有合理性。

（三）上述供应商基本情况、注册时间、注册资本、注册地、股权结构、实际控制人或主要股东、合作历史，如何成为发行人的供应商，是否专门或主要为发行人及其关联方服务，如是，请进一步说明原因及商业合理性

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
1	重庆高驰广告设计中心	2016/3/14	无	重庆	个人独资企业	王强	从 2016 年开始, 通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	广告设计、制作、代理及发布; 广告传媒服务等
2	重庆杰廷文化创意策划中心	2015/5/12	无	重庆	个人独资企业	陈白	从 2016 年开始, 通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	文化艺术项目创意策划; 文化项目策划及实施; 文化传媒信息咨询服务; 广告设计等
3	重庆众海营销策划中心	2016/3/14	无	重庆	个人独资企业	吴春燕	从 2016 年开始, 通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	企业营销策划; 市场营销策划; 企业管理咨询服务; 商业策划、文化交流策划、企业形象包装服务、市场调研等
4	江西微广联合文化传播有限公司	2015/1/20	200 万元	江西	江西微联盛世文化传播有限公司 51.00%, 樊琴 40.00%, 李联红 9.00%	熊浩	从 2015 年开始, 通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	广告发布, 广告信息咨询服务, 策划创意服务, 会议及展览服务。
5	江西尚品致荟文化传播有限公司	2016/7/29	200 万元	江西	江西微联盛世文化传播有限公司 51.00%, 熊浩 9.00%, 李联红 40.00%	熊浩	从 2016 年开始, 通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	广告发布、广告信息咨询服务, 策划创意服务, 会议及展览服务。
6	重庆福百宏科技有限公司	2016/3/10	10 万元	重庆	陈德均 80%, 马凤梅 20%	陈德均	从 2016 年开始, 通过“比稿比价”方式成为发行人	计算机软硬件开发与销售; 企业营销策划; 企业形象设计与企业产品推广等

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
							供应商	
7	上海风藤文化传播有限公司	2014/8/28	50 万元	上海	陆长丰 90%，陆全华 10%	陆长丰	从 2016 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	各类广告的设计、制作、代理、发布, 电脑图文设计、制作, 市场信息咨询与调查等
8	昆明杜比文化传媒有限公司	2016/9/1	10 万元	云南	杨德武 100%	杨德武		组织文化艺术交流活动；承办会议及商品展览展示活动；设计、制作、代理及发布国内各类广告等
9	天津英创伟业科技发展有限公司	2009/3/9	50 万元	天津	付青 70%，付增义 30%	付青		安全防范技术、电子产品技术开发；机械设备、电子产品、安全防范设备、消防器材、五金、交电批发兼零售。
10	青岛东方一度文化传播有限公司	2012/4/6	10 万元	山东	刘晓 50%，颜道焱 50%		从 2012 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	文化艺术交流活动策划、企业形象策划、市场营销策划、庆典礼仪服务、会议及展览中介、企业管理咨询、经济信息咨询。
11	重庆麦点文化传播有限公司	2015/4/21	10 万元	重庆	肖秀文 60%，潘力壮 40%	肖秀文		承办经批准的文化艺术交流活动；展览展示；会议会展服务；公关活动策划；赛事活动策划；企业形象策划；摄影摄像等
12	重庆市荣昌区梦锋网络传媒	2014/4/11	12.8 万元	重庆	刘海利 84.38%，刘家骐 15.62%			网络营销策划、广告设计及网络广告服务、计算机软硬件开发与销售。

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
13	北京腾讯文化传媒有限公司	2014/7/16	500 万元	北京	腾讯科技(北京)有限公司 100%	添曜有限公司	从 2015 年开始,通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	设计、制作、代理、发布广告。
14	虎扑(上海)文化传播股份有限公司	2007/9/25	12722.8359 万元	上海	程杭 29.55%, 泉州泉晟投资有限公司 16.11%, 江伟 10.94%, 上海亮虎信息系统合伙企业(有限合伙)8.75%, 上海景扑投资管理有限公司(有限合伙)7.70%, 海通开元投资有限公司 5.68%, 上海景林景麒投资中心(有限合伙)5.36%, 无锡德晖宝鑫投资中心(有限合伙)5.02%, 杨冰 4.98%, 上海汇石鼎元股权投资基金合伙企业(有限合伙)2.06%, 上海景林羲域投资中心(有限合伙)1.79%, 胡忠怀 1.23%, 陈炫 0.82%	程杭	从 2016 年开始,通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	设计、制作、代理、发布各类广告,第二类增值电信业务中的信息服务业务等
15	北京微播易科技股份有限公司	2009/1/7	3260.8696 万元	北京	韩毅 22.76%, 中国文化产业投资基金(有限合伙)11.00%, 徐扬 9.97%, 鹰潭米度创业投资合伙企业	韩毅	从 2013 年开始,通过“比稿比价”方式成为发行人	技术开发、技术推广、技术服务、技术咨询、技术转让; 销售自行开发后的产品; 经济贸易咨询; 企业策划、设计; 设计、制作、发布、代理广告; 互联网信息服务。

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
	司				业(有限合伙)7.69%，上海创稷投资中心(有限合伙)7.69%，青岛金石灏纳投资有限公司 6.99%，西藏达孜北辰联众投资合伙企业(有限合伙)6.46%，秦适 6.21%，天津梧桐树股权投资基金合伙企业(有限合伙)6.00%，孟庆有 5.62%，魏俊生 4.13%，上海景筱投资中心(有限合伙)2.77%，孙菲 1.29%，天津金梧股权投资基金合伙企业(有限合伙)0.99%，刘廷 0.43%		供应商	
16	上海聚胜万合广告有限公司	2009/12/17	17050 万元	上海	上海漫酷广告有限公司 100%	郑晓东	从 2016 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	广告设计、制作、代理、发布，企业营销策划，广告艺术交流活动策划，企业形象策划，会务服务，计算机软硬件的开发、销售(除计算机信息系统安全专用产品)，并提供相关的技术咨询、技术服务。
17	北京七乐文化传媒有限公司	2016/12/2	200 万元	北京	张超 51%，彭铄 49%	张超		组织文化艺术交流活动(不含演出)；设计、制作、代理、发布广告；公共关系服务；会议服务；承办展览展示活动；企业策划；工艺美术设计；文艺创作；企业管理咨询；企业管理；市场调查；技术推广服务；销售针纺织品、服装、化妆品、鞋帽、日用品、文具用品、体育用品、珠宝首饰、工艺品。
18	北京爱点互动	2017/12/18	1000 万元	北京	道有道(北京)科技股份有限公司 32%，甘露 25.00%，	周建修		技术开发、技术推广、技术转让、技术服务；经济贸易咨询；组织文化艺术交流活动(不含

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
	科技有限公司				秦卫华 20%，万宗娟 10%，曹建芳 6%，宣亚国际品牌管理(北京)股份有限公司 5%，赵晔 2%			演出及棋牌娱乐活动)；设计、制作、代理、发布广告；从事互联网文化活动；互联网信息服务。
19	道有道（北京）科技股份有限公司	2007/6/12	11027.12 万元	北京	周建修 33.14%，华控成长(天津)股权投资基金合伙企业(有限合伙)8.58%，天津道有道企业管理咨询合伙企业(有限合伙)6.1%，赵杰 5.82%，王东辉 5.22%，嘉兴圭基创业投资有限公司 4.78%，青海华控科技创业投资基金(有限合伙)4.62%，纪永锋 4.49%，王娇娇 4.17%，霍东燕 3.01%	周建修		技术开发、技术推广、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；互联网信息服务业务(除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械和 BBS 以外的内容。)；第二类增值电信业务中的信息服务业务(仅含移动网增值电信业务)；从事互联网文化活动。
20	重庆德闻软件服务中心	2015/4/17		重庆	个人独资企业	梁正中	从 2015 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	计算机软件开发、设计、管理、技术服务；计算机软硬件技术开发、技术转让、技术咨询；计算机网络技术、网络安全技术、互联网技术服务；计算机系统集成；数据库开发及数据处理；网站设计、制作、推广；网络服务器的建立与管理；企业形象策划、活动策划；商务信息咨询；广告设计。
21	重庆硕宇科技中心	2015/4/7		重庆	个人独资企业	李洁	从 2015 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	计算机网络技术, 网络安全技术, 互联网技术服务, 计算机软件开发、设计、销售及技术服务, 计算机系统集成, 数据库开发及数据处理, 应用软件开发, 手机软件开发设计, 游戏开发、设计, 网站设计、制作、推广, 网络服务器的建立和管理, 企业形象策划, 活动策划

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
								划, 项目管理, 市场管理服务, 会议服务, 展览服务, 办公服务及企业管理服务。
22	青岛麦途公关顾问有限公司	2012/6/1	100 万元	山东	惠志鹏 99%, 谢红周 1%	惠志鹏	从 2016 年开始, 通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	公关顾问, 企业营销策划, 会务服务, 展览展示服务, 多媒体设计制作, 设计、制作、代理、发布国内广告业务, 产品包装设计, 经济信息咨询等
23	重庆井知科技有限公司	2012/6/15	1000 万元	重庆	黎长远 60%, 程建 40%	黎长远	从 2014 年开始, 通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	从事计算机领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务; 计算机及耗材、电子产品(不含电子出版物)销售; 计算机软件、硬件开发及销售; 计算机系统集成; 网站建设、网络营销策划; 智能网络控制系统设备的设计与安装; 网络系统工程设计及安装; 电脑图文设计制作; 网络维护服务; 企业营销策划。
24	重庆市江北区双乾科技有限责任公司	2015/4/3	500 万元	重庆	左峡 100%	左峡		销售、安装、维护计算机、网络设备、通讯设备、办公自动化设备; 销售: 强弱电机房设施及设备、建筑智能化设备、安防设备、机械设备、电子产品(不含电子出版物)、建筑材料(不含危险化学品)、灯光音响设备、仪器仪表、金属材料等
25	江门市乐玩家网络科技有限公司	2016/10/8	100 万元	广东	卢燕燕 50%, 刘洋 50%			系统集成、软件、物联网技术、网络技术、通信与自动控制技术研发; 计算机网络系统维护、研发; 网络信息服务等
26	四川立信通科技有限公司	2015/1/22	200 万元	成都	李久元 90%, 陈琳 10%	李久元		网络技术开发、技术服务; 软件开发; 计算机软硬件开发并提供技术推广、技术咨询、技术服务; 应用软件开发服务等

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
	公司							
27	重庆无时无刻网络科技有限公司	2016/10/12	100 万元	重庆	谭友禄 95%，王静 5%	谭友禄		计算机技术开发、技术转让、技术咨询；销售：通讯器材、电子产品（不含电子出版物）、电脑、电脑耗材；利用互联网平台销售：服装、饰品等
28	济南众神盟约网络科技有限公司	2018/7/25	10 万元	山东	高云连 100%	高云连		网络技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务；软件开发；影视策划；动漫设计；国内广告业务；贸易咨询服务等
29	重庆市远华科技发展有限公司	2000/4/30	500 万元	重庆	王华春 95.22%，王珺 2.91%，杨清华 1.87%	王华春		计算机软硬件、电力电子产品、各类自动化非标设备与系统的技术开发、技术咨询、技术服务及试产试销等
30	甲骨文（中国）软件系统有限公司	1991/7/9	670 万美元	北京	甲骨文新加坡有限公司 100%			研究、开发、生产计算机软件产品、硬件产品和计算机网络系统；计算机及网络系统的系统集成等
31	北京多格科技有限公司	2014/1/23	266.3048 万元	北京	天津你行我上科技有限公司 21.72%，北京红杉盛德股权投资中心(有限合伙)16.33%，上海慧动域投资中心(有限合伙)16.33%，天津最佳阵容科技合伙企业(有限合伙)10.39%，陈聪			技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；计算机技术培训（不得面向全国招生）；计算机系统服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1；5 以上的云计算数据中心除外）；基础软件服务；应用软件开发；企业策划；市场调查；翻译服务；电脑动画设计；设计、代理、发布广告；经济贸易咨询；组

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
					10.00%，深圳险峰成长投资合伙企业(有限合伙)8.98%，天津闲情科技合伙企业(有限合伙)5.54%，西藏险峰华兴长青投资有限公司 4.08%，天津球道科技合伙企业(有限合伙)2.00%，杭州圆景股权投资合伙企业(有限合伙)2.00%，新余永桐投资有限公司 1.22%，新余永向荣投资管理有限公司 0.82%，宁波梅山保税港区清晗股权投资基金合伙企业(有限合伙)0.60%			织文化艺术交流活动(不含营业性演出)；销售文化用品、家用电器、服装鞋帽；旅游信息咨询；火车票销售代理服务、航空机票销售代理服务；承办展览展示活动；体育运动项目经营(不含高危险性体育项目)；技术进出口、货物进出口、代理进出口；体育赛事票务代理；从事互联网文化活动。
32	上海瑞式展览有限公司	2004/3/3	50 万元	上海	张竞 89%，刘静 11%	张竞	从 2016 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	展览展示服务, 会务服务, 展台设计, 展览设计咨询(除经纪), 展示厅装潢, 园林设计, 景观设计, 绿化养护, 设计制作各类广告, 市场营销策划, 企业形象策划, 工艺礼品销售。
33	北京心汇阳光企业管理顾问有限公司	2012/11/22	100 万元	北京	许斌 95.50%，黄玉红 4.5%	许斌	从 2016 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	企业管理咨询；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；投资咨询；经济信息咨询；销售仪器仪表、电子产品；承办展览展示活动；摄影服务；公共关系服务；礼仪服务；会议服务；电脑图文设计；设计、制作、代理、发布广告。
34	北京世东沃野传媒广	2006/8/4	无	北京	吴庆明 49%；高斌 51%	高斌	从 2016 年开始，通过“比稿比价”方式	广播电视节目制作；专业承包；设计、制作、代理、发布广告；广告信息咨询；承办展览展示；组织文化艺术交流活动（不含演出）；

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
	告有限公司上海分公司						成为发行人供应商	会议服务；企业形象策划；市场调查；图文设计制作等
35	孝义市康富网超贸易有限公司	2015/2/6	20 万元	山西	李继娥 75%，乔庆林 25%	李继娥	从 2016 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	批发零售预包装、散装食品；乳制品(含婴幼儿配方乳粉)；酒、针织百货、文化用品、日用杂品(不含烟花爆竹)、化妆品。
36	北京八零印象广告有限公司	2014/6/23	1000 万元	北京	王飞 69%，张立军 40%	王飞	从 2014 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	设计、制作、代理、发布广告；公关服务；赛事活动策划；软件开发；礼仪服务；婚庆服务；组织文化艺术交流活动；市场营销策划；技术咨询、服务；计算机技术培训；企业形象策划等
37	中恩国际文化发展有限公司	2017/5/15	5000 万元	重庆	孟芥锐 100%	孟芥锐		代理报刊广告、影视、广播广告,舞台设备租赁,展台搭建,舞台艺术造型策划,体育赛事活动策划,企业形象设计,市场营销策划,礼仪服务等
38	北京天浩盛世娱乐文化有限公司	2014/12/24	4137.78 万元	北京	周浩 53.69%，北京乐华圆娱文化传播股份有限公司 20%，天津明星文化传播中心(有限合伙)6.60%，刘石坚 5%，王隽逸 5%，王磐立 2.40%，谭维维 1.80%，沈硕 1%，段沫然 0.90%，齐世顺 0.90%，解辉 0.9%，杨楠 0.90%，陈瑞峡 0.90%	周浩		组织文化艺术交流；企业策划；接受委托代售门票；文艺创作；舞台灯光音响设计；影视策划；工艺美术设计；摄影服务；技术推广服务；承办展览展示；企业管理咨询；公共关系服务；经济贸易咨询；市场调查；会议服务；教育咨询(不含中介服务)；设计、制作、代理、发布广告；版权贸易；销售服装鞋帽、针纺织品、小饰品、文化用品、日用品、工艺品；零售电子产品、建筑材料、五金交电；经营演出及经纪业务；广播电视节目制作；电影发行。

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
39	重庆鸿睿文化传播有限公司	2016/4/28	100 万元	重庆	谭亮 100%	谭亮		承办经批准的文化艺术交流活动(不含演出);设计、制作、代理、发布:招牌、字牌、灯箱、展示牌、霓虹灯、电子翻版装置、充气装置、电子显示屏、车载广告等
40	广州本来网电子商务有限公司	2014/8/8	3000 万元	广东	北京本来工坊科技有限公司 100%	喻华峰		企业形象策划服务;电子产品批发;计算机零配件批发;非许可类医疗器械经营;电力电子技术服务;网络技术的研究、开发;新材料技术推广服务等
41	重庆阔众广告文化传媒有限公司	2012/4/23	1000 万元	重庆	中恩国际文化发展有限公司 100%	孟芥锐		设承办经批准的文化艺术交流活动(不含演出),文化艺术交流活动策划(国家有专项规定的除外),舞台设备租赁,展台搭建(须经审批的经营项目,取得审批后方可从事经营),舞台艺术造型策划,体育赛事活动策划,企业形象设计、市场营销策划等
42	重庆川普文化传播有限公司	2014/4/22	100 万元	重庆	王青松 90%, 赵朝容 10%	王青松		设计、制作、代理、发布国内外广告,会议及展览服务,投资管理(不得从事银行、证券、保险等需要取得许可或审批的金融业务),礼仪服务(法律、法规规定需审批或许可的项目除外),公关活动策划,图文设计、制作,视频、音频设计,企业形象策划,市场调查,商务信息咨询,企业管理咨询,销售百货、办公用品、通用设备、金属材料、建材(不含危险化学品)、工艺美术品、小礼品。
43	昆明凡睿文化传媒有限公司	2018/4/17	10 万元	云南	陈茜 100%	陈茜		组织文化艺术交流活动;企业营销策划;企业形象设计;承办会议及商品展览展示活动;设计、制作、代理、发布国内各类广告等

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
44	重庆黎古科技有限公司	2017/3/14	2000 万元	重庆	胡儒松 85%，潘琼 15%	胡儒松		计算机软件研发；广告制作、设计、策划、代理服务等
45	上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司	2015/2/5	1000 万元	上海	深圳市腾讯计算机系统有限公司 95%，深圳市世纪凯旋科技有限公司 5%	马化腾		设计、制作、发布各类广告,经营演出及经纪业务,自有设备租赁,企业管理咨询,企业形象策划,会务服务,展览展示服务,广播电视节目制作,从事计算机网络科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务,实业投资,投资管理。
46	北京润泰嘉尚商贸有限公司	2006/9/28	1000 万元	北京	刘阅博 100%	刘阅博		演出经纪；文艺表演；道路货物运输；销售日用品、纺织品、服装鞋帽、化妆品、箱包、珠宝首饰、装饰材料、厨房及卫生间用具、计算机、软件及辅助设备、机械设备、通讯设备、工艺美术品、化工产品(不含危险化学品)、建筑材料、五金交电、文具用品、家用电器、家具等
47	合肥荣事达小家电有限公司	2004/5/8	300 万元	安徽	侯文明 80%，上海荣事达经贸发展有限责任公司 20%	侯文明		家用电器、五金交电、日用百货的开发、生产、销售、维修。
48	合肥亚摩斯电气有限公司	2008/3/4	500 万元	安徽	中山荣电电器有限公司 85%，侯爱明 15%	余军明		净水器及净水设备、小家电产品生产、制造、销售(含网上)；电动玩具、智能机器人、塑胶制品、五金制品、模具、铸压件、电机销售(含网上)等
49	广东帝客邦宅配家居有限公司	2015/10/19	2000 万元	广东	陈令 36.89%，刘杰 28.38%，邓立勇 16.08%，张先文 12.50%，唐兵 6.15%	陈令		研发、销售:家居用品、家用电器、建筑材料(不含危险化学品)、装饰材料(不含危险化学品)、工业电器。

序号	供应商名称	注册时间	注册资本	注册地	股权结构	实际控制人或主要股东	合作历史及合作背景	主营业务
	司							
50	中国人民公安大学	1948/7	—	北京	中央部属高校	—	—	—
51	广东长虹日电科技有限公司	2006/5/25	8300 万元	广东省	长虹美菱股份有限公司 98.86%，胡智恒 0.96%，吴昌远 0.18%	绵阳市国资委	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	研发、生产、销售:家用电力器具、非电力家用器具、燃气热水器、燃气壁挂炉、蓄热式系列电暖器、厨房及卫生间用家具、视听设备、广播电视设备、计算机、通讯和其他电子设备、室内装修材料、通用设备；软件和信息技术服务；企业管理咨询服务；第二、三类医疗器械经营企业；货物及技术进出口

报告期内，上述供应商均不存在专门或主要为发行人及其关联方服务的情形。

（四）请发行人说明前述供应商及其实际控制人或主要股东、关键经办人员是否与发行人及其关联方存在关联关系、资金往来或其他利益安排，是否存在为发行人代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形

除上述发行人与前述供应商发生的正常业务交易和资金往来外，前述供应商及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人及其关联方不存在关联关系、资金往来或其他利益安排，不存在为发行人代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形。

（五）荣昌县梦玥传媒有限公司和荣昌县梦锋网络传媒有限公司的实际控制人，将其采购额合并计算的依据

荣昌县梦玥传媒有限公司（现已更名为重庆市荣昌区梦玥传媒有限公司）和荣昌县梦锋网络传媒有限公司（现已更名为重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司）联合出具的《实际控制人认定情况的说明》载，荣昌县梦玥传媒有限公司股东为陆洪轩、李小平，荣昌县梦锋网络传媒有限公司股东为刘家骐、刘海利，其中刘家骐与刘海利系父女关系，陆洪轩与李小平系婆媳关系，刘家骐与陆洪轩系夫妻关系，前述两家公司实际经营地址、业务、人员相同，受同一实际控制人或一致行动人控制。同时，保荐机构、申报会计师、发行人律师通过实地走访核实，前述两家公司的实际经营地址、业务、人员均相同。据此，将荣昌县梦玥传媒有限公司和荣昌县梦锋网络传媒有限公司认定为一致行动人。

（根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》第五十二条的要求，“受同一实际控制人控制的供应商，应合并计算采购额。”故，将前述两家公司的采购额合并计算。）

（六）上述供应商向发行人控股股东及其关联方提供服务或销售产品的情况、原因及其合理性

经上述供应商出具的专项声明和查询发行人控股股东及其关联方的资金流水，经核查，报告期内，上述供应商不存在向发行人控股股东及其关联方提供服务或销售产品的情况。

（七）发行人主要采购成本均为外购服务，是否符合行业惯例，是否实质上构成劳务派遣或劳务外包；发行人是否存在以外包名义按劳务派遣用工形式使用劳动者的情形，是否存在应适用《劳务派遣暂行规定》的情况

经核查发行人签署的采购协议及书面说明，并经访谈相关经办人员，发行人的对外采购主要系为客户提供的整合性服务项目中涉及的部分需要外包的具有一定专业性的服务内容，如各类自媒体、视频、美术、动画等创意作品的设计和制作、网络内容发布、线下活动执行、数字媒体投放，以及买断式销售业务的货物采购等。在发行人采购前述服务过程中，供应商相关工作人员并未前往发行人办公现场、派驻发行人客户办公现场等方式提供该等服务。

大数据营销综合解决方案中涉及到素材制作、投放渠道等多种多样，单一公司难以同时拥有上述资源，外购服务符合行业惯例。同行业上市公司如宣亚国际，其供应商多为各种媒介资源提供方及其代理机构，以及机票代理、酒店、设备租赁等活动服务机构。

根据《中华人民共和国劳动合同法》（2012 修正）、《中华人民共和国劳动合同法实施条例》、《劳务派遣暂行规定》及《劳务派遣行政许可实施办法》等法律法规的相关规定，劳务派遣是指由劳务派遣单位与派遣工订立劳动合同并支付报酬，同时根据其接受劳务派遣用工的单位(即“用工单位”)签署的《劳务派遣协议》将派遣工派向用工单位从事用工单位特定岗位的工作，由用工单位向劳务派遣单位支付服务费用的一种用工形式。最高人民法院于 2015 年发布的《关于审理劳动争议案件适用法律若干问题的解释（五）》司法解释征求意见稿第一百一十八条规定，“用人单位将部分业务或职能工作发包给其他用人单位，如果存在以下情形，可以认定双方为劳务派遣关系：（一）工作时间、工作场所由发包方决定或控制；（二）生产工具、原材料由发包方提供；（三）承包方的生产经营范围与承包的业务没有关系；（四）其他符合劳务派遣的特征的情形。”劳务派遣具有临时性、辅助性、替代性，与前述披露的发行人采购的服务类型在形式、内容等方面存在明显的差异性。

根据《中华人民共和国合同法》第二百五十一条规定：“承揽合同是承揽人按照定作人的要求完成工作，交付工作成果，定作人给付报酬的合同。承揽包括加工、定作、修理、复制、测试、检验等工作。”

综上，发行人在上述采购服务过程中，与提供外购服务的供应商之间属于承揽服务法律关系，系发行人与供应商根据自愿、公平、诚信原则缔结的一种合同关系，适用《中华人民共和国合同法》的相关规定。发行人只要求服务提供商按照合同约定交付工作成果，不对其工作人员具体进行管理或支付工资、报酬等劳动薪酬，也不要求该等人员遵守发行人员工规章制度，因此发行人对外采购服务不属于《中华人民共和国劳动合同法》（2012 修正）、《中华人民共和国劳动合同法实施条例》、《劳务派遣暂行规定》及《劳务派遣行政许可实施办法》等相关劳动法律法规规定的劳务派遣或采购劳务等情形，实质上不构成劳务派遣或劳务外包。

截至本问询函回复出具日，发行人不存在以外包名义按劳务派遣用工形式使用劳动者的情形，不存在应适用《劳务派遣暂行规定》的情况。

（八）发行人与上述供应商签订合同的主要内容，结合各项目或服务的实施情况，说明服务内容、服务标的收费标准、服务数量（如服务人数和服务工时等）及费用变动、结算方式，费用定价是否公允

1、网络内容的设计和制作

单位：元

序号	供应商名称	交易内容	金额	数量	平均单价
2016 年度					
1	重庆高驰广告设计中心	精华营销稿件创作（篇）	247,202.76	182	1,358.26
		常规营销稿件创作（篇）	862,889.63	4,424	195.05
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	362,060.77	608	595.49
		小计	1,472,153.16	5,214	282.35
2	重庆杰廷文化创意策划中心	精华营销稿件创作（篇）	209,773.69	155	1,353.38
		常规营销稿件创作（篇）	724,822.77	3,715	195.11
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	306,437.48	515	595.02
		小计	1,241,033.94	4,385	283.02
3	重庆众海营销策划中心	精华营销稿件创作（篇）	190,257.64	142	1,339.84
		常规营销稿件创作（篇）	679,917.04	3,485	195.10
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	292,678.92	493	593.67
		小计	1,162,853.60	4,120	282.25
4	江西微广联合文化传播有限公司	精华营销稿件创作（篇）	148,104.88	110	1,346.41
		常规营销稿件创作（篇）	514,024.08	2,635	195.08
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	216,351.67	364	594.37
		小计	878,480.63	3,109	282.56
5	重庆福百宏科技有限公司	精华营销稿件创作（篇）	162,156.78	121	1,340.14

序号	供应商名称	交易内容	金额	数量	平均单价
		常规营销稿件创作（篇）	562,793.69	2,886	195.01
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	244,862.19	413	592.89
		图片设计（海报、漫画、手绘、长图等）（次）	19,800.00	51	388.24
		小计	989,612.66	—	—
合计			5,744,133.99	—	—
2017 年度					
1	重庆福百宏科技有限公司	精华营销稿件创作（篇）	684,987.79	420	1,630.92
		常规营销稿件创作（篇）	1,361,657.02	5,892	231.10
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	487,301.36	838	581.51
		图片设计（海报、漫画、手绘、长图等）（次）	549,294.16	296	1,855.72
		小计	3,083,240.33	—	—
2	重庆众海营销策划中心	精华营销稿件创作（篇）	460,865.41	270	1,706.91
		常规营销稿件创作（篇）	867,370.42	3,839	225.94
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	298,375.07	507	588.51
		图片设计（海报、漫画、手绘、长图等）（次）	34,672.81	30	1,155.76
		小计	1,661,283.71	—	—
3	重庆高驰广告设计中心	精华营销稿件创作（篇）	522,706.94	303	1,725.11
		常规营销稿件创作（篇）	714,734.27	3,162	226.04
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	239,868.01	409	586.47
		图片设计（海报、漫画、手绘、长图等）（次）	42,227.18	43	982.03
		小计	1,519,536.40	—	—
4	上海风藤文化传播有限公司	摄影摄像拍摄制作（个）	1,515,591.49	25	60,623.66
		小计	1,515,591.49	25	60,623.66

序号	供应商名称	交易内容	金额	数量	平均单价
5	昆明杜比文化传媒有限公司	精华营销稿件创作（篇）	322,773.46	188	1,716.88
		常规营销稿件创作（篇）	607,758.39	2,691	225.85
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	219,053.97	373	587.28
		小计	1,149,585.83	3,252	353.50
合计			8,929,237.76	—	—
2018 年度					
1	天津英创伟业科技发展有限公司	摄影摄像拍摄制作（个）	1,234,655.07	3	411,551.69
		小计	1,234,655.07	3	411,551.69
2	青岛东方一度文化传播有限公司	精华营销稿件创作（篇）	145,857.74	79	1,846.30
		常规营销稿件创作（篇）	477,055.31	2,039	233.97
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	186,641.30	329	567.30
		小计	809,554.35	2,447	330.84
3	上海风藤文化传播有限公司	摄影摄像拍摄制作（个）	790,340.55	18	43,907.81
		小计	790,340.55	18	43,907.81
4	重庆麦点文化传播有限公司	摄影摄像拍摄制作（个）	734,258.25	25	29,370.33
		小计	734,258.25	25	29,370.33
5	重庆众海营销策划中心	精华营销稿件创作（篇）	75,979.27	42	1,809.03
		常规营销稿件创作（篇）	265,628.31	1,134	234.24
		垂直媒体新闻稿创作（篇）	103,390.49	182	568.08
		图片设计（海报、漫画、手绘、长图等）（次）	223,818.44	384	582.86
		小计	668,816.50	—	—
合计			4,237,624.72	—	—

（1）费用变动情况分析

网络内容设计和制作的供应商数量众多，普遍规模较小，业务形式较为单一，发行人通常采用“比稿比价”的方式筛选最终供应商。由于报告期内互联网媒体形态发展变化较快，导致外包制作的内容种类也相应产生较大变化（从微博到微

信再到短视频等），因此所选择的供应商类型随着发行人业务需求内容的变化，有一定的变化。

同一供应商不同年度采购单价波动，采购的内容结构也存在一定差异，比如精华营销稿件创作的单价一般会高于常规营销稿件和垂直媒体新闻稿的单价；长图的价格一般高于海报、漫画的单价；长视频的制作价格通常高于目前流行的短视频。由于互联网应用模式发展和客户需求变动，导致各个类型内容制作的采购单价、占比均发生变化，必然对单个供应商的综合采购成本造成一定的影响。

（2）结算方式

结算方式统一为银行转账进行支付。

（3）服务标的收费标准

服务标的	收费标准	单位	费用主要范围（元）
精华营销稿件创作	稿件要求为 800 字以上原创内容，定位准确且有一定的作品深度，包含原创拍摄产品\活动等高清图片，撰写人具有一定的圈子影响力或行业知名度	篇	1000-2000
常规营销稿件创作	稿件要求为 300 字以上原创内容，立意新颖，定位准确表达清晰，包含必要配图	篇	150-400
垂直媒体新闻稿创作	稿件要求为 600 字以上原创内容，满足新闻报道属性，撰写人具有媒体编辑从业背景	篇	500-1000
图片设计(海报、漫画、手绘、长图等)	作品要求为原创设计，满足品牌、产品展示传播需求，创意新颖，根据设计者知名度、设计需求复杂度及设计难度、设计工作时长、品质精良程度以及设计出品时间要求紧急程度进行综合评估	次	300-100000
H5 设计	作品要求为原创设计，满足原型设计需求，根据设计 H5 页面数量、H5 交互动画效果、H5 交互功能开发、工作时长，上线的紧急程度综合评估	次	2000-50000
摄影摄像拍摄制作	作品要求为原创拍摄，满足品牌或产品策划需求，综合根据导演级别、演员级别、拍摄器材、场地、剪辑要求、视频时长、播放平台等综合评估	个	12000-500000
翻译	按翻译字数量和翻译质量	千字	150—500

（4）费用定价公允性

网络内容设计和制作，可提供此类服务的供应商在互联网上数量较多，市场竞争充分，价格相对也比较透明。发行人在选择此类供应商时，严格按照公司制

定的采购管理办法执行“比稿比价”流程，每项采购均会在发行人供应商库或是互联网同类资源中寻找三家以上的供应商，然后综合比较其服务资质（成功案例、专业技能资质、网络资源数量等）、设计方案、服务价格等各方面因素，最终选择性价比最优的供应商提供外包服务。因此，发行人网络内容设计和制作的费用定价公允。

2、网络内容发布

单位：元

序号	供应商名称	交易内容	金额	数量	平均单价
2016 年度					
1	重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司	热门社区稿件发布（篇）	580,823.43	18,151	32.00
		门户网站新闻推荐（篇）	1,099,262.86	3,689	297.98
		小计	1,680,086.30	21,840	76.93
2	北京腾讯文化传媒有限公司	垂直媒体内容发布（次）	1,678,849.06	2	839,424.53
		小计	1,678,849.06	2	839,424.53
3	虎扑（上海）文化传播股份有限公司	垂直媒体内容发布（次）	1,603,773.54	1	1,603,773.54
		小计	1,603,773.54	1	1,603,773.54
4	北京微播易科技股份有限公司	KOL 自媒体发布（篇）	1,486,941.19	381	3,902.73
		小计	1,486,941.19	381	3,902.73
5	上海聚胜万合广告有限公司	垂直媒体内容发布（次）	1,171,698.12	2	585,849.06
		小计	1,171,698.12	2	585,849.06
合计			7,621,348.21	—	—
2017 年度					
1	北京腾讯文化传媒有限公司	垂直媒体内容发布（次）	4,639,918.11	10	463,991.81
		小计	4,639,918.11	10	463,991.81
2	重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司	热门社区稿件发布（篇）	1,855,563.28	45,341	40.92
		门户网站新闻推荐（篇）	800,072.87	2,852	280.53
		小计	2,655,636.15	48,193	55.10
3	重庆高驰广告设计中心	热门社区稿件发布（篇）	885,590.36	21,658	40.89
		门户网站新闻推	382,127.77	1,315	290.59

序号	供应商名称	交易内容	金额	数量	平均单价
		荐（篇）			
		小计	1,267,718.13	22,973	55.18
4	北京七乐文化传媒有限公司	KOL 自媒体发布（篇）	1,082,284.09	113	9,577.74
		小计	1,082,284.09	113	9,577.74
5	江西尚品致荟文化传播有限公司	KOL 自媒体发布（篇）	1,063,583.03	254	4,187.33
		小计	1,063,583.03	254	4,187.33
合计			10,709,139.51	—	—
2018 年度					
1	北京爱点互动科技有限公司	热门社区稿件发布（篇）	2,114,039.86	40,113	52.70
		门户网站新闻推荐（篇）	852,643.63	3,019	282.43
		KOL 自媒体发布（篇）	5,193,906.68	282	18,418.11
		小计	8,160,590.17	43,414	187.97
2	道有道（北京）科技股份有限公司	热门社区稿件发布（篇）	1,458,371.31	28,437	51.28
		门户网站新闻推荐（篇）	377,892.99	1,269	297.79
		KOL 自媒体发布（篇）	1,726,319.30	84	20,551.42
		垂直媒体内容发布（次）	2,871,981.06	3	957,327.02
		小计	6,434,564.67	—	—
3	重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司	热门社区稿件发布（篇）	1,518,791.37	28,193	53.87
		门户网站新闻推荐（篇）	329,989.57	1,214	271.82
		KOL 自媒体发布（篇）	1,814,393.53	97	18,705.09
		小计	3,663,174.47	29,504	124.16
4	重庆高驰广告设计中心	热门社区稿件发布（篇）	1,580,917.85	30,397	52.01
		门户网站新闻推荐（篇）	858,162.30	2,878	298.18
		KOL 自媒体发布（篇）	664,970.08	60	11,082.83
		小计	3,104,050.23	33,335	93.12
5	重庆众海营销策划中心	热门社区稿件发布（篇）	1,305,234.55	25,105	51.99

序号	供应商名称	交易内容	金额	数量	平均单价
		门户网站新闻推荐（篇）	999,615.30	3,334	299.82
		KOL 自媒体发布（篇）	259,773.67	14	18,555.26
		小计	2,564,623.52	28,453	90.14
合计			23,927,003.06	—	—

（1）费用变动情况分析

该类型供应商根据其网络内容发布渠道和方式可以分为二类：第一类，如腾讯、虎扑、聚胜万合等通过自有或代理的垂直媒体平台进行发布的供应商，收费标准主要依据媒体平台公开市场报价确定，费用变动根据每次选择发布的形式、频次、位置不同而产生变化。第二类，主要是社交网络内容发布商，如微博易、七乐、爱点、梦锋、众海等的社交或新闻媒体代理发布服务商，由于此类供应商根据项目需求或代理的自媒体资源不同，选择的社交网络发布渠道不同（如 KOL 自媒体/垂直社区/WIKI/短视频/社交电商等），因而发布价格有所差异。另外，社交网络每年根据热点媒体形态的变化和价格的涨跌不一，也会造成各年度的发布单价发生变化。

（2）结算方式

结算方式统一为银行转账进行支付。

（3）服务标的收费标准

服务标的	收费标准	单位	费用主要范围（元）
社交网络发布	根据社交网络平台发布范围、发布位置、发布时长、互动效果、发布者的圈子影响力和知名度等综合评估	篇	20-300
门户网站新闻推荐	根据新闻发布媒体站点知名度、推荐位置、推荐时长、新闻影响力等综合评估	篇	100-5000
KOL 自媒体发布	根据 KOL 自媒体的粉丝数、平均阅读量、平均转发数、稿件质量（文字质量、图片质量、用户评论质量、效果转化质量）、在圈子或行业的知名度和影响力等综合评估	篇	500-950000
垂直媒体内容发布	根据发布的垂直媒体站点知名度，内容推荐形式和市场公开价格、推荐位置等综合评估	次	主要依据媒体平台公开市场报价确定

（4）费用定价公允性

网络内容发布的采购主要是通过供应商直接或间接进行 KOL 自媒体发布、社交网络发布、垂直媒体内容发布、门户网站新闻推荐等。一般来讲，大型媒体和 KOL 自媒体的价格体系基本上都是市场公开的，由需求方自行选择，价格通常是根 据自媒体粉丝数量、覆盖用户群体性质、是否原创及内容质量综合评估而定。自媒体服务提供者较多，市场竞争激烈，价格相对透明。其他类型的网络内容发布则通过发行人“比稿比价”流程择优选择。因此，发行人网络内容发布的费用定价公允。

3、技术开发服务

单位：元

序号	供应商名称	交易内容	采购金额	数量 (个)	平均单价
2016 年度					
1	上海风藤文化传播有限公司	技术开发、设计、 视频制作	1,305,065.06	2	652,532.53
2	重庆德闻软件服务中心	技术开发、软件服 务、创意设计、动 画制作	1,566,401.14	9	174,044.57
3	重庆井知科技有限公司	技术开发	1,258,640.79	18	69,924.49
4	重庆硕宇科技中心	技术开发	713,375.66	5	142,675.13
5	青岛麦途公关顾问有限公 司	技术支持、软件服 务、视频动画制作	507,036.89	1	507,036.89
	合计		5,350,519.54	—	—
2017 年度					
1	重庆井知科技有限公司	技术支持、产品开 发	832,900.97	12	69,408.41
2	重庆市江北区双乾科技有 限责任公司	技术开发	642,671.38	17	37,804.20
3	江门市乐玩家网络科技有 限公司	技术开发	421,951.46	18	23,441.75
4	四川立信通科技有限公司	技术开发	417,475.73	1	417,475.73
5	重庆无时无刻网络科技有 限公司	模块开发	413,592.24	3	137,864.08
	合计		2,728,591.78	—	—
2018 年度					
1	济南众神盟约网络科技有 限公司	技术开发	1,009,708.74	1	1,009,708.74
2	江门市乐玩家网络科技有 限公司	技术开发	853,452.45	15	56,896.83
3	重庆市远华科技开发有限	技术开发	816,744.84	1	816,744.84

序号	供应商名称	交易内容	采购金额	数量 (个)	平均单价
	公司				
4	甲骨文（中国）软件系统有限公司	技术开发	423,445.33	6	70,574.22
5	北京多格科技有限公司	技术开发	391,509.42	1	391,509.42
	合计		3,494,860.78	—	—

（1）费用变动情况分析

公司的核心大数据技术产品主要依靠自身完成，但遇到开发高峰期或是非公司专长的开发类型时，会进行部分技术外包。技术外包费用变动的原因主要是源于客户技术开发需求的不同，系统级开发和轻应用的开发都有。而且近年来大数据应用技术发展迭代较快，从 PC 端（JAVA、PHP 和.NET 等）到移动端

（Android/IOS），从传统 WEB 页面开发到 H5、小程序、AR/VR 等，因此开发内容的演变也导致外包的费用标准产生变化。

（2）结算方式

结算方式统一为银行转账进行支付。

（3）服务标的收费标准

服务标的	收费标准	单位	费用主要范围
技术开发	根据技术开发种类、开发难度或复杂度、开发时长、开发人员数量、交付时间紧急程度等方面进行综合评估	个	根据需求定价

（4）费用定价公允性

市场上技术开发类供应商数量较多，通常根据技术开发难度和人力、工时消耗等确定服务费用，由于市场竞争激烈，价格相对也比较透明。发行人在选择此类供应商时，严格按照公司制定的采购管理办法，通过“比稿比价”流程进行供应商的选择。发行人根据技术开发的需求，在供应商库或是市场同类资源中寻找符合该技术开发资质要求（技术技能资质、成功案例、团队规模等）的三家以上的技术开发类供应商，要求其根据开发需求准备相应的技术方案和报价方案，最后发行人选择技术方案符合且价格最优的供应商。因此，发行人技术开发的费用定价公允。

4、线下活动执行

单位：元

序号	供应商名称	交易内容	采购金额	线下活动次数 (次)	平均单价
2016 年度					
1	上海瑞式展览有限公司	会议展览服务	1,490,566.00	1	1,490,566.00
2	北京心汇阳光企业管理顾问有限公司	线下活动执行	220,839.81	1	220,839.81
3	北京世东沃野传媒广告有限公司上海分公司	线下活动执行	186,792.45	1	186,792.45
4	孝义市康富网超贸易有限公司	线下活动执行	125,710.19	1	125,710.19
5	北京八零印象广告有限公司	线下活动执行	96,477.00	1	96,477.00
	合计		2,120,385.45	—	—
2017 年度					
1	中恩国际文化发展有限公司	线下活动执行	485,710.36	2	242,855.18
2	北京天浩盛世娱乐文化有限公司	线下活动执行	469,811.32	1	469,811.32
3	北京八零印象广告有限公司	线下活动执行	122,215.66	1	122,215.66
4	重庆鸿睿文化传播有限公司	线下活动执行	114,660.19	2	57,330.10
5	广东本来网电子商务有限公司	线下活动物料	98,000.00	1	98,000.00
	合计		1,290,397.53	—	—
2018 年度					
1	重庆阔众广告文化传媒有限公司	线下活动执行	880,702.92	15	58,713.53
2	重庆川普文化传播有限公司	线下会展活动	660,377.35	2	330,188.68
3	昆明凡睿文化传媒有限公司	线下营销活动	573,957.20	7	81,993.89
4	中恩国际文化发展有限公司	线下活动	515,132.80	16	32,195.80
5	中国人民公安大学	线下活动执行	444,339.61	2	222,169.81
	合计		3,074,509.88	—	—

(1) 费用变动情况分析

公司在为企业客户提供的整合打包服务，或涉及 O2O 线上线下导流，核心会员群体活动组织时，会产生线下活动外包执行需求，此类活动由于执行方案设计不同、执行内容不同、组织的地点不同，均会产生不同场次和不同时间段的费用标准变动。

(2) 结算方式

结算方式统一为银行转账进行支付。

(3) 服务标的收费标准

服务标的	收费标准	单位	费用主要范围
线下活动执行	根据活动场地的大小,活动地点、活动规模、邀请人员、出席人员数量、活动规格等方面进行综合评估	次	根据需求定价

(4) 费用定价公允性

线下活动执行属于营销市场上非常成熟的业务模式,通常根据线下活动执行所需消耗的物料、人力、场地等具体内容构成确定服务费用,此类供应商数量非常多,市场竞争激烈,价格相对也比较透明。发行人在选择此类供应商时,严格按照公司制定的采购管理办法,通过“比稿比价”流程进行供应商的选择。发行人根据线下活动的策划方案制定需求计划,在供应商库或是市场同类资源中寻找符合该线下活动执行资质(注册资本、成功案例、人员和场地资源等)的三家以上的供应商,要求各供应商按活动需求准备相应的服务方案和报价方案,发行人综合考量、比较各供应商的服务方案和报价方案两项主要因素后,最终选择性价比最优的供应商。因此,发行人线下活动的费用定价公允。

5、数字媒体投放

单位:元

序号	供应商名称	交易内容	采购金额	数量	平均单价
2018 年度					
1	重庆黎古科技有限公司 (曝光次数)	腾讯朋友圈广告平台代充值服务;腾讯新闻、腾讯体育APP 互联网媒体广告投放	34,970,055.58	1,186,394,290	0.03
2	北京腾讯文化传媒有限公司 (曝光次数)	腾讯广告代理和执行	20,075,355.60	267,716,382	0.07
3	北京爱点互动科技有限公司 (次)	新媒体合作	8,348,876.91	127	65,739.19
4	上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司 (期)	腾讯广告执行	1,886,792.45	4	471,698.11
5	北京七乐文化传媒有限公司 (次)	自媒体平台推广	485,320.75	9	53,924.53
	合计		65,766,401.29	—	—

(1) 费用变动情况分析

各供应商采购金额不同主要受发行人所选数字媒体供应商知名度、影响力的不同（其公开市场价格体系亦不同）、投放数量的多少、投放时间和投放地域等决定的，并且投放规模放大时通常可享受媒体方的一些优惠政策。

（2）结算方式

结算方式统一为银行转账进行支付。

（3）服务标的收费标准

服务标的	收费标准	单位	费用主要范围
数字媒体投放	数字媒体投放的标准单位采购价格通常媒体方是对市场公开透明的，不同的媒体平台针对不同的投放行业客户、不同的投放城市等条件设定标准投放价格体系，客户可以根据自身需求确定采购数量	曝光次数、期或次	根据投放规模 and 不同媒体的采购单价综合确定最终采购价格

（4）费用定价公允性

数字媒体投放的收费价格通常是公开透明的，不同的媒体平台针对不同的投放行业客户、不同的投放城市等条件设定标准投放价格体系，客户可以根据自身需求确定采购数量。通常采购数量越大的客户，媒体方会在标准投放价格体系上给予阶梯性的优惠，优惠可以是赠送更多的广告资源、返利或是折扣（每家数字媒体的优惠政策不一样）。因此，发行人数字媒体投放的费用定价公允。

6、电商运营

单位：元

序号	供应商名称	交易内容	采购金额	数量（个）	平均单价
2018 年度					
1	合肥荣事达小家电有限公司	炊具系列产品京东商城自营平台独家经营商	3,072,666.22	37,949	80.97
2	北京润泰嘉尚商贸有限公司	电商化妆产品购销	2,651,833.39	7,439	356.48
3	合肥亚摩斯电气有限公司	亚摩斯产品营销	137,234.49	247	555.61
4	广东帝客邦宅配家居有限公司	长虹晾衣架产品营销	62,467.67	83	752.62
5	广东长虹日电科技有限公司	长虹集成灶	7,224.14	2	3,612.07
	合计		5,931,425.91	—	—

（1）费用变动情况分析

各供应商采购金额不同主要受发行人所选商品供应商知名度、影响力的不同

（其价格政策体系亦不同）、采购数量的多少和采购规模等决定的。

（2）结算方式

结算方式统一为银行转账进行支付。

（3）服务标的收费标准

服务标的	收费标准	单位	费用主要范围
电商运营	参照市场同类产品售价，考虑合理利润和运营费用等因素	个	采购产品种类不同，具体采购范围范围不同

（4）费用定价公允性

电商运营的产品一般是常规的产品（如厨房炒锅、不锈钢保温杯等），在电商销售平台上的价格一般是公开透明的，发行人对照市场同类产品零售价，扣除合理利润和相关费用，在此基础上与供应商进行协商，确定采购价格，大多数供应商通常会有公开、固定的代理经销价格政策体系。因此，发行人电商运营的费用定价公允。

（九）发行人外购服务与发行人自身的生产经营如何协调管理，发行人的核心技术环节是否涉及劳务采购、发行人的核心竞争力如何体现

1、发行人外购服务与发行人自身的生产经营如何协调管理

公司的对外采购主要系根据项目需要的外包服务采购，如各类自媒体，视频、美术、动画等创意作品的设计和制作、网络内容发布、线下活动执行、数字媒体投放，以及买断式销售业务的货物采购等，不涉及公司的关键技术，在充分考虑成本效益的前提下，同时发挥公司专业优势并提高执行效率，公司对于相关非核心技术环节采取外购服务。

公司在为客户提供整合性服务项目中涉及到部分市场上已非常成熟的业务模式，且人力、工时消耗较大，由自身处理不具有比较优势的情况时，会通过外购服务进行处理，公司着重进行项目的整体实施及过程和质量控制。公司承接了客户的整合性服务项目，各业务单元按客户同意的项目质量策划确定项目需求分解，并根据成本、工期等因素确定外购服务内容。各业务单元的对口采购专员协助项目组制定采购策略，并根据业务需求从公司供应商资源数据库中筛选符合条件的供应商（原则上不少于3家），进入采购议价程序，然后严格按照规定流程履行价格谈判或招标程序，按“质优、价廉”的原则货比多家，择优采购。外购服务执行过程中，公司业务单元专人负责进行整个项目周期的需求改进及质量把

控，外购服务执行完成后组织进行内部审核及报送客户验收。公司按照验收结果进行财务支付。

2、发行人的核心技术环节是否涉及劳务采购

公司核心技术环节不涉及劳务采购，公司核心技术形成的知识产权成果绝大部分为自主研发，权属清晰。

3、发行人的核心竞争力如何体现

实体企业对大数据服务的需求往往不是单一的应用服务或是技术开发，而是整合性的服务需求，不仅涉及技术，还链接了生产、内部运营、市场营销等各个应用环节，需求多样且复杂。这就需要大数据服务商不仅要具备专业的核心技术研发实力，还需要具备各个方向的技术类型的整合能力，还需要具备咨询、管理、营销等应用服务能力，并在企业服务实践过程中不断地整合、打磨，才能提供满足大型企业客户的整合服务需求。

相较于外购服务供应商这种业务单一的服务或技术提供商，通常只能将自身业务打包整合进入大型整合服务提供商的服务体系，间接为企业实体服务。发行人的核心竞争力体现在以技术驱动的“大数据+技术产品+应用服务”整合服务业务模式，在技术产品创新、技术产品成熟度、数据资源、整合服务能力等方面具备相对竞争优势。

公司在长期为企业客户提供服务的实践中，持续加强技术研究和产品创新探索，不断升级主要的技术和产品体系，开发了自有的数据挖掘算法和计算引擎，将机器深度学习等人工智能技术引入海量数据的处理、加工流程中，构建了个性化标签体系和庞大的精准人群数据中心，具备了对海量数据的采集、存储、智能运算和管理能力，以及实时的全网数据监测分析能力，掌握了大数据核心关键技术，形成了以 E2C（E-service to Company）大数据云平台为技术核心，以“大数据+技术产品+应用服务”为主要业务模式的企业大数据智能应用体系，创新研发了大量拥有自主知识产权的大数据应用技术产品，涉及的大数据场景应用较为丰富，并结合了云计算、人工智能、物联网、虚拟现实等前沿技术，覆盖了企业经营决策分析、市场传播、销售、CRM、现场管理等主要业务环节。

公司为实体企业提供“大数据整体解决方案——多元数据的整合和分析挖掘——大数据应用技术产品开发——大数据场景应用（营销、运营、电商、客户关

系管理)——会员数据增值运营”的全过程服务,帮助企业构建完整的大数据资产及应用体系。因此,在业务开展中,公司的核心技术产品服务是综合利用、有机结合、相辅相成的,从而体现公司大数据整体解决方案服务商的价值。

【核查过程及方法】

①访谈发行人高级管理人员及采购人员,查看公司与采购相关的内部控制制度,及实际执行情况;

②获取发行人供应商台账及重要的采购合同,查看合同主要条款如采购内容,采购价格,结算方式,付款方式等内容,关注交易内容合理性,价格公允性,验收及付款记录等;

③查询国家企业信用信息公示系统、企查查等网站,查看供应商的基本信息,关注其营业范围、信用状况、股东构成及实际控制人等信息,判断交易合理性及是否与发行人存在关联关系;

④走访报告期内的主要供应商,核实交易真实性,及是否与发行人及其关联方存在关联关系、交易、资金往来或其他利益安排;

⑤获取发行人和主要供应商出具的关于关联关系、关联交易、资金往来或其他利益安排的声明;

⑥查阅同行业上市公司成本构成,是否存在外购服务情形。

【申报会计师核查意见】

经核查,申报会计师认为:

1、发行人报告期内采购内容均为经营活动所需,采购内容及金额真实、合理,相关采购及上述供应商变化均具备合理性,报告期内主要供应商不存在专门或主要为发行人及其关联方服务的情形;

2、除发行人与主要供应商发生的正常业务交易和资金往来外,主要供应商及其实际控制人或主要股东、关键经办人员与发行人及其关联方不存在关联关系、资金往来或其他利益安排,不存在为发行人代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送情形;

3、荣昌县梦玥传媒有限公司和荣昌县梦锋网络传媒有限公司受一致行动人控制,将其采购额合并计算具有合理性;

4、主要供应商不存在向发行人控股股东及其关联方提供服务或销售产品的情形；

5、发行人主要采购成本均为外购服务符合行业惯例，不构成劳务派遣或劳务外包；

6、发行人不存在以外包名义按劳务派遣用工形式使用劳动者的情形，不存在应适用《劳务派遣暂行规定》的情况；

7、报告期内，发行人向主要供应商采购定价公允；

8、在充分考虑成本效益的前提下，同时发挥发行人专业优势并提高执行效率，发行人对于非核心技术环节采取外购服务，核心技术环节不涉及劳务采购。

23.报告期内，发行人 2018 年从控股股东同趣控股处拆入 1,200 万元，双方未签订正式借款协议，也未约定支付借款利息（实际为无息）。2018 年末，上述款项已全部清理完毕。请发行人补充披露上述关联交易发生前公司履行的审议程序，是否符合《公司章程》的相关规定。

请发行人说明：（1）向控股股东拆入资金的原因、该笔资金来源、拆入的资金用途、拆出的资金去向、未计提并支付利息的原因；（2）关于资金管理的内控制度、报告期内内控制度是否有效运行，以及关于规范关联方资金拆借行为的措施；（3）发行人控股股东、实际控制人是否与发行人客户、供应商存在交易、资金往来或其他利益安排的情形。

请保荐机构及发行人律师核查：（1）上述关联资金拆借是否履行了相应的决策程序；（2）报告期内发行人是否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、代垫款项或者其他方式占用的情况；（3）发行人及控股股东之间的资金调配及资金流转情况；（4）发行人防范利益冲突及保持独立性的具体安排，是否在公司章程或内部管理制度中设置规范关联资金往来的相关规定。

请保荐机构、申报会计师和发行人律师对上述事项进行核查，对发行人内控制度是否有效、公司治理是否完善发表明确意见。

【回复】

（一）有关资金拆借关联交易发生前公司履行的审议程序，是否符合《公司章程》

的相关规定说明

针对关联方资金往来事项，根据发行人《公司章程》、《关联交易管理制度》中关于关联交易决策程序的要求：未达到股东大会审议标准，但达到下述标准之一的，应由公司董事会审议通过。（一）与同一关联法人在一个会计年度内发生的总额超过 1,500 万元且占公司最近一期经审计的合并报表总资产 5%的日常经营性关联交易；关联交易未达到股东大会和董事会审议标准的，由公司董事长批准。

2018 年 8 月发行人与同趣控股发生关联资金拆借时无需提交公司董事会审批，且已经履行了董事长审批程序，相应的决策程序合规合法，本次关联交易没有损害公司、公司股东、债权人、公司员工和客户的利益，未对公司正常生产经营造成重大不利影响。

此外，为充分保障本次资金拆借的合规合法性和公允性，2019 年 4 月 8 日，发行人召开 2018 年度股东大会审议确认了 2018 年公司与同趣控股 1,200 万元的资金拆借事项，审议通过了《关于确认公司最近三年（2016 年 1 月 1 日-2018 年 12 月 31 日）关联交易合法性和公允性的议案》。《博拉网络股份有限公司独立董事对 2018 年年度股东大会相关事项发表的独立意见》中对关联交易价格的公允性等发表了如下意见：“公司关联交易事项的决策程序符合相关法律、法规及公司章程的规定，其公平地依据等价有偿、公允市价的原则定价，没有违反公开、公平、公正的原则，不存在显失公平的关联交易，不存在损害公司和中小股东利益的情形。”

（二）向控股股东拆入资金的原因、该笔资金来源、拆入的资金用途、拆出的资金去向、未计提并支付利息的原因

1、向控股股东拆入资金的原因

报告期内，博拉网络仅在 2018 年下半年与关联方存在资金往来，具体情况如下：

单位：元				
关联方	金额	起始日	终止日	备注
拆入：				
同趣控股	5,000,000.00	2018 年 8 月 2 日	—	—

关联方	金额	起始日	终止日	备注
同趣控股	7,000,000.00	2018 年 8 月 7 日	—	—
归还:				
同趣控股	2,000,000.00	—	2018 年 10 月 30 日	—
同趣控股	10,000,000.00	—	2018 年 12 月 21 日	期末无余额

2018 年 8 月，博拉网络向控股股东同趣控股拆入资金的原因:

(1) 公司稳定发展、拓展业务和客户需要持续进行资金投资和成本开支，导致资金需求量增加；

(2) 公司 2018 年 7 月底由于定期存款 2,000.00 万元和理财产品 3,000.00 万元均未到期，导致资金情况较为紧张，账上可动用资金仅有 484.14 万元；

(3) 由于公司属于轻资产企业，向金融机构融资面临一定难度且时间较长。

因此，在急于拓展业务和客户、补充营运资金的情况下，选择向关联方拆入资金以临时获取发展资金。

2、控股股东拆出资金来源

2018 年 4 月-5 月，同趣控股合计转让发行人 440 万股，转让价格均为人民币 10.50 元/股，合计转让收入 4,620.00 万元。控股股东本次拆出资金来源主要系其转让发行人股份所得款项。

3、拆入的资金用途、拆出的资金去向、未计提并支付利息的原因

(1) 博拉网络拆入的资金用途

经核查，根据发行人提供的银行流水及提供的说明，并审阅相关采购合同，博拉网络拆入的 1,200.00 万元资金主要用于支付采购成本和人工成本。自 2018 年 8 月初发行人母公司基本银行账户拆入 1,200.00 万元资金起，截至 2018 年 8 月 31 日，发行人母公司基本银行账户支付采购成本 10,525,531.58 元，人工成本 3,843,325.98 元，已将拆入资金使用完毕。

(2) 博拉网络拆入的资金归还情况

博拉网络分别于 2018 年 10 月 30 日和 2018 年 12 月 21 日向同趣控股归还 200.00 万元和 1,000.00 万元，用于偿还其 2018 年 8 月的借款 1,200.00 万元。

(3) 博拉网络拆出资金的去向

报告期内，博拉网络不存在资金拆出的情况。

(4) 拆入的资金未计提并支付利息的原因

由于拆借资金期限较短且不会对控股股东形成依赖,仅用于偶发性的临时资金周转,且同趣控股作为发行人大股东,愿意提供支持,因此双方未约定借款利息。

此外,根据中国人民银行贷款基准利率 6 个月内 4.35%利率进行利息测算,本次 1,200.00 万元资金拆借估算利息费用约为 20.30 万元(计算公式为: $200.00 \times 4.35\% \times 3/12 + 1,000.00 \times 4.35\% \times 5/12$),测算利息费用对发行人 2018 年利润影响金额较小,不构成重大影响。

(三) 关于资金管理的内控制度、报告期内内控制度是否有效运行,以及关于规范关联方资金拆借行为的措施

1、资金管理的内控制度、报告期内内控制度是否有效运行

公司主要内部控制制度如下:

(1) 在审计制度方面,公司制定了《内部审计管理规则》、《举报管理规则》等,实际执行效果较好。

(2) 在资金管理方面,公司主要内部控制的执行情况如下:

1) 在资金管理方面,公司建立了货币资金管理制度,明确了现金日常管理规范、银行存款及结算管理、票据管理等相关事项,日常执行中能遵循相关制度和程序的要求。

2) 公司在货币资金的收支和保管业务方面建立了较严格的授权批准程序,办理货币资金业务的不相容岗位已作分离,相关机构和人员存在相互制约与审验核对关系;同时根据国务院《现金管理暂行条例》(2011 修订)明确了现金的使用范围及办理现金收支时应遵守的规定。

(3) 公司制定《采购管理制度》、《票据管理制度》等,已较合理地规划和落实采购与付款业务的机构和岗位。明确服务请购、审批、采购、验收、付款程序;在货款付款方面,制定审批程序和权限,严格执行款项的稽核和审批。

(4) 公司建立了成本费用控制制度,如《预算管理制度》《费用管理制度》、《备用金管理办法》、《货币资金管理制度》等,并按照备用金请款及报销的规定执行,能做好成本费用管理的各项基础工作、明确费用的开支标准和范围。

(5) 公司在销售与收款的内部控制方面,重要的流程由相关部门进行审核

和管理层进行审批，实际执行效果较好。

(6) 公司在工薪、人事的内部控制方面，制定《人事行政制度》、《培训制度》等，并严格按照制度执行；同时，根据各体系实际情况不同，工资制度也会相应有所变动。

(7) 在技术管理方面，制定《技术管理规则》、《技术秘密管理规则》、《研发项目核算管理制度》等，实际执行效果较好。

除此以外，公司还制定了资产管理、招投标管理、对外投资与担保等各方面各条线的制度、规章、办法。

公司管理层认为：公司已结合自身的经营特点建立了一套较为健全的内部控制制度，并得到有效执行，保证了公司各项经营活动的正常有序进行，保护了公司资产的安全和完整。公司将继续严格遵守中国证监会的有关规定及《企业内部控制基本规范》的要求，按照内控制度的规定，一方面不断加大公司董事、监事、高级管理人员及员工培训学习的力度，一方面加强公司内部控制，规范运作，进一步完善公司治理结构，提高公司规范治理的水平。公司内部控制制度总体而言体现了完整性、合理性、有效性。

综上所述，发行人内控制度总体上健全有效，发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于报告期内在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。发行人内部控制制度健全且有效运行，能够保证公司业务活动的正常进行，能够合理保障发行人的合法合规经营，能够确保其公司治理和内控的有效性。

2、关于规范关联方资金拆借行为的措施

发行人已设立了独立的财务部门，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，并制定了《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》、《财务管理制度》、《内部审计制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》等与财务管理相关的规章制度，建立起规范、独立的财务会计制度和独立完整的财务管理体系。

根据发行人出具的书面承诺，发行人将根据新出台的法律法规进一步完善内控制度，杜绝资金占用行为，规范关联交易的审批、决策程序。发行人将以保护全体股东利益为基础，规范和减少关联交易。对于不可避免的关联交易，公司将

严格执行《公司章程》、《关联交易管理制度》中所规定的决策权限、决策程序、回避制度等内容，充分发挥独立董事的作用，并认真履行信息披露义务，保护股东和公司利益不受损害。

公司实际控制人童毅及其配偶吴远丽已于 2019 年 2 月 21 日出具《避免占用资金的承诺函》；同趣控股已于 2019 年 2 月 21 日、以及间接控股股东海奇天、重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）已于 2019 年 3 月 2 日分别出具《避免占用资金的承诺函》，对于避免占用发行人及其子公司资金作出了相关承诺及约定。

实际控制人童毅及其配偶吴远丽已于 2019 年 2 月 21 日出具《规范和减少关联交易的承诺函》；同趣控股，以及间接控股股东海奇天于 2019 年 3 月 2 日出具《规范和减少关联交易的承诺函》，对于规范和减少与发行人的关联交易事项作出了相关承诺及约定。

因此，发行人具备独立完整的财务管理体系，发行人的财务独立，并已建立规范关联方资金拆借行为的相关制度。在上述相关制度、措施得以有效执行的前提下，发行人关联方资金拆借行为能得到有效规范。

（四）发行人控股股东、实际控制人是否与发行人客户、供应商存在交易、资金往来或其他利益安排的情形

根据发行人控股股东、实际控制人报告期内提供的银行流水、财务报表和审计报告、以及出具的专项声明，并经与发行人提供的报告期内客户、供应商清单的比对、核查。经核查，报告期内，发行人控股股东、实际控制人与发行人的客户、供应商不存在交易和资金往来或其他利益安排的情形。

（五）上述关联资金拆借是否履行了相应的决策程序

根据发行人《关联交易管理制度》中关于关联交易决策程序的要求：未达到股东大会审议标准，但达到下述标准之一的，应由公司董事会审议通过。（一）与同一关联法人在一个会计年度内发生的总额超过 1,500.00 万元且占公司最近一期经审计的合并报表总资产 5%的日常经营性关联交易；关联交易未达到股东大会和董事会审议标准的，由公司董事长批准。

2018 年 8 月发行人与同趣控股发生关联资金拆借时无需提交公司董事会审批，且已经履行了董事长审批程序，相应的决策程序合规合法，本次关联交易没

有损害公司、公司股东、债权人、公司员工和客户的利益，未对公司正常生产经营造成重大不利影响。

此外，为充分保障本次资金拆借的合规合法性和公允性，2019年4月8日，发行人召开2018年度股东大会，审议通过《关于确认公司最近三年（2016年1月1日-2018年12月31日）关联交易合法性和公允性的议案》，专门确认2018年公司与同趣控股1,200.00万元的资金拆借事项。

2019年4月8日，博拉网络独立董事出具《博拉网络股份有限公司独立董事对2018年年度股东大会相关事项发表的独立意见》，对1,200.00万元的资金拆借关联交易价格的公允性等发表了如下意见：“公司关联交易事项的决策程序符合相关法律、法规及公司章程的规定，其公平地依据等价有偿、公允市价的原则定价，没有违反公开、公平、公正的原则，不存在显失公平的关联交易，不存在损害公司和中小股东利益的情形。”

综上，发行人已就前述资金拆借行为履行了相应的决策程序并经独立董事发表了独立意见，前述资金拆借事项不涉及对博拉网络其他中小股东的利益损害，故博拉网络与关联方之间资金往来的行为未对博拉网络的财务状况和经营成果造成重大影响。

（六）报告期内发行人是否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、代垫款项或者其他方式占用的情况

根据发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供报告期内的银行流水、财务报表和审计报告、以及出具的专项声明，并经与发行人提供的报告期内银行流水、审计报告进行比对、核查。经核查，报告期内，发行人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、代垫款项或者其他方式占用的情况。

（七）发行人及控股股东之间的资金调配及资金流转情况

报告期内，发行人与控股股东之间除上述1,200.00万元资金拆借事项外，还存在2016年3月13日，公司的子公司重庆云集通广告传媒有限公司以人民币521.00万元向控股股东同趣控股收购“我爱车”网站事项。

有关收购“我爱车”网站事项的相关具体情况，请参见招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“七、关联交易”之“（二）偶发性关联交易”。

除前述资金拆借事项和收购“我爱车”网站事项外，发行人及控股股东之间不存在其他的资金调配及资金流转情况。

（八）发行人防范利益冲突及保持独立性的具体安排，是否在公司章程或内部管理制度中设置规范关联资金往来的相关规定

为防范利益冲突及保持独立性，发行人已按照法律、法规及相关规定制定并完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作制度》、《对外担保管理制度》等相关公司治理文件，对关联交易等事项的决策权限及程序进行了详细规定。

《公司章程》规定：“公司的控股股东、实际控制人员不得利用其关联关系损害公司利益。违反规定的，给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。公司控股股东及实际控制人对公司和公司社会公众股股东负有诚信义务。控股股东应严格依法行使出资人的权利，控股股东不得利用利润分配、资产重组、对外投资、资金占用、借款担保等方式损害公司和社会公众股股东的合法权益，不得利用其控制地位损害公司和社会公众股股东的利益。”

《关联交易管理制度》规定：“公司董事、监事及高级管理人员应当关注公司是否存在被关联人挪用资金、占用资金等侵占公司利益的问题。因关联人占用或转移公司资金、资产或其他资源而给公司造成损失的，公司董事会有权追究有关人员的责任。”

此外，公司实际控制人童毅其配偶吴远丽已于 2019 年 2 月 21 日出具《避免占用资金的承诺函》；同趣控股已于 2019 年 2 月 21 日、以及间接控股股东海奇天、重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）已于 2019 年 3 月 2 日分别出具《避免占用资金的承诺函》，对于避免占用发行人及其子公司资金作出了相关承诺及约定。

实际控制人童毅及其配偶吴远丽已于 2019 年 2 月 21 日出具《规范和减少关联交易的承诺函》；同趣控股，以及间接控股股东海奇天于 2019 年 3 月 2 日出具《规范和减少关联交易的承诺函》，对于规范和减少与发行人的关联交易事项作出了相关承诺及约定。

综上，发行人建立了防范利益冲突及保持独立性的具体人员和制度安排，进

进一步规范公司与控股股东、实际控制人及其他关联方的资金往来，避免公司关联方占用公司资金，保护公司、股东和其他利益相关人的合法权益，建立防范公司关联方占用公司资金的长效机制。

【核查过程及方法】

①查阅发行人向同趣控股资金拆借及资金归还的相关银行流水；

②访谈财务负责人张花丽女士，了解发行人向同趣控股资金拆借的原因、未计提及支付利息的原因；

③获取发行人向同趣控股资金拆借的具体资金用途明细及相关支付凭证；

④查阅控股股东同趣控股 2018 年 4-5 月转让发行人股份的相关股权转让协议，收取转让款的银行流水；

⑤查阅发行人向同趣控股资金拆借的相应决策程序资料；

⑥查阅发行人报告期内的三会文件；

⑦查阅发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供报告期内的银行流水、财务报表和审计报告、以及出具不存在以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人资金的专项声明；

⑧查阅发行人定期存款存单，理财合同；

⑨查阅发行人提供的报告期内银行流水；

⑩查阅发行人《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》、《关联交易管理制度》、《独立董事工作制度》、《对外担保管理制度》等相关公司治理文件和内部控制制度，发行人控股股东、实际控制人及其关联方出具的《避免占用资金的承诺函》及《规范和减少关联交易的承诺函》，核查发行人防范利益冲突及保持独立性的具体安排、内部管理制度中关于关联资金往来的相关规定的设置情况。

【申报会计师核查意见】

①根据发行人《关联交易管理制度》的相关规定，2018 年 8 月发行人与同趣控股发生关联资金拆借时无需提交公司董事会审批，且已经履行了董事长审批程序；

②报告期内，发行人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、代垫款项或者其他方式占用的情况；

③报告期内，资金拆借事项和收购“我爱车”网站事项外，发行人及控股股东之间不存在其他的资金调配及资金流转情况；

④发行人建立了防范利益冲突及保持独立性的具体安排人员和制度安排，进一步规范公司与控股股东、实际控制人及其他关联方的资金往来，避免公司关联方占用公司资金，保护公司、股东和其他利益相关人的合法权益，建立防范公司关联方占用公司资金的长效机制；

⑤发行人内控制度有效，公司治理完善。

24.招股说明书披露，2016年3月13日，发行人子公司重庆云集通广告传媒有限公司与控股股东同趣控股签订《网站收购合同》，交易标的为“我爱车”网站，交易的成交金额为521万元。

请发行人补充披露：（1）报告期各期“我爱车”网站的主要经营数据，如合作的汽车品牌数量、注册用户数量及用户活跃度、点击量、用户访问时长和广告投放时长等，以简明扼要和逻辑清晰的方式描述“我爱车”网站的主营业务和运营情况；（2）报告期末“我爱车”网站的减值测试过程，减值测试的测算是否与当时的评估假设一致，是否应计提资产减值准备。

请发行人说明：（1）发行人聘请的评估机构是否具有相关软件专业背景和从业经历；（2）结合收购前后“我爱车”网站的主要财务和经营数据，如点击量、跳出率、浏览量和网站访问时长等，说明发行人评估方法和修正过程，选取的类似资产的市场交易案例，评估值较净资产的增值额，进一步分析交易定价是否公允；（3）结合收购前后的人员和运营安排、客户资源转移等相关变化情况，说明公司收购“我爱车”网站是否构成经营性资产，如构成，请披露合并日的确定、同一控制下合并的会计处理，对主要财务指标的影响；（4）“我爱车”网站作为无形资产入账的依据是否充分，预计使用寿命的估计是否合理。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充披露：（1）报告期各期“我爱车”网站的主要经营数据，如合作的汽车品牌数量、注册用户数量及用户活跃度、点击量、用户访问时长和广告投放时长等，以简明扼要和逻辑清晰的方式描述“我爱车”网站的主营业务和运营情况；（2）报告期末“我爱车”网站的减值测试过程，减值测试的测算是否与当时的评估假设一致，是否应计提资产减值准备。

（一）报告期各期“我爱车”网站的主要经营数据，如合作的汽车品牌数量、注册用户数量及用户活跃度、点击量、用户访问时长和广告投放时长等，以简明扼要和逻辑清晰的方式描述“我爱车”网站的主营业务和运营情况

“我爱车”网站是一家基于垂直搜索技术应用的专注于汽车消费信息的聚合网站，类似“今日头条”的聚合模式，只是内容专注于汽车领域的相关信息。此外，发行人主要利用“我爱车”网站的流量规模为其所服务的汽车厂商的大数据营销提供精准用户支持。

1、报告期各期“我爱车”网站的主要经营数据，如合作的汽车品牌数量、注册用户数量及用户活跃度、点击量、用户访问时长和广告投放时长等

年份	移动端订阅注册用户数（人）	PC端访客数（UV）	PC端浏览量（PV）	跳出率	平均访问时长
2016年	—	71,641,739	137,682,974	82.98%	0:01:53
2017年	—	70,227,150	150,220,537	87.36%	0:02:00
2018年	193,166	20,681,080	35,892,788	81.16%	0:02:07

注：（1）移动端订阅注册用户数，是指关注了我爱车移动端微信订阅号的用户人数，即统计订阅了我爱车网移动端媒体内容的用户数量。

（2）UV（Unique Visitor）独立访客，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。

（3）PV（Page View）访问量，即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。

（4）跳出率是指在只访问了入口页面（例如网站首页）就离开的访问量与所产生总访问量的百分比。跳出率计算公式：跳出率=访问一个页面后离开网站的次数/总访问次数。

“我爱车”网站已经在工业和信息化部 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统中进行了备案（网站备案编号：渝 ICP 备 16005637 号-1），且重庆云集通作为“我

爱车”的所有者取得了重庆市通信管理局核发的《增值电信业务经营许可证》(渝B2-20170002)。

报告期内,发行人子公司重庆云集通广告传媒有限公司合规经营,“我爱车”网站的运营不存在违法违规情形,也未被处以行政处罚,因此上述备案或许可续期不存在障碍。

2018 年我爱车网站还重点延伸了移动端应用服务,进一步拓展了移动用户规模,移动端应用的固定订阅用户数已近 20 万人。公司持续通过“我爱车”网站向汽车品牌客户输送目标人群数据,进行精准集客引流和潜客挖掘,进一步助推公司在汽车类客户的销售规模,提升营销效果和客户满意度,为公司后续汽车行业业务规模的继续扩大奠定了一定基础。同时,公司还针对“我爱车”网站积累的核心用户数据的多维度精准画像,将用户数据在服装、快消、游戏、3C 家电等行业进行跨界应用,有效推动了上述类型客户的业务拓展。此外,公司进一步引导目标人群特征与“我爱车”用户较为匹配的企业客户进行了“我爱车”网站广告投放,实现了收入,通过网站用户流量价值转换获取了一定收益。

2、以简明扼要和逻辑清晰的方式描述“我爱车”网站的主营业务和运营情况

(1) 收购关联方网站

2016 年 3 月 13 日,本公司的子公司重庆云集通广告传媒有限公司与控股股东同趣控股签订《网站收购合同》,交易标的为“我爱车”网站,网站首页地址: www.52che.com, 网站域名: 52che.com。本次交易的成交金额为人民币 521 万元。

1) 关联交易的原因及必要性

① “我爱车”网站主营业务

“我爱车”网站是一家基于垂直搜索技术应用的汽车消费信息聚合网站。该网站通过搜索技术,将各大网站的汽车类精华网页内容和车主消费评论信息聚合起来,并按车型或主题建立分类索引后,在“我爱车”网站展示出来并供用户浏览。该网站较为充分地运用了搜索引擎优化技术,聚集了一定规模的精准汽车访客量和忠实读者群体。

② 网站具体功能

A、帮助公司所服务的汽车客户进行集客引流。基于“我爱车”网站所拥有的汽车读者规模和用户画像数据分析,通过内容推荐、站内广告引导、定向推送、用户互动等方式将网站用户流量引导至营销页面,为公司的汽车客户提供精准集客和潜在客户挖掘服务。

B、为公司的电子会员服务(E-Club 体系)核心业务提供平台支撑。公司基于该网站平台,一方面为汽车厂商提供第一手的用户消费反馈数据分析报告,另一方面还为公司的汽车品牌客户聚集真实车主用户人群,并通过线上(会员俱乐部)及线下(车友会组织)的相互导流和互动活动,打造线上车友会的核心粉丝群体,进一步激发口碑营销和增值消费的效果。

③收购对公司的战略意义

鉴于本公司服务了大量的汽车品牌客户,因此“我爱车”网站的精准汽车用户流量具有较高的商业与应用价值,对为各品牌汽车厂商进行客户集客引流、深度用户教育、潜客挖掘、销售转化、提升客户忠诚度、提升品牌与产品的知名度与美誉度等均有比较重要的战略意义,对本公司提升营销效果和增加客户满意度发挥积极与重要作用。

④“我爱车”网站运营情况

发行人子公司重庆云集通广告传媒有限公司在完成“我爱车”网站的收购后,“我爱车”网站 2016 年和 2017 年的用户流量仍保持了增长。2018 年针对用户浏览习惯逐步从 PC 端向移动端转移的趋势,我爱车网站进一步延伸了移动端应用服务,拓展了移动端的订阅注册用户规模,不仅有效提升了公司汽车客户的营销服务效果,增加了客户的满意度,取得了较好的业界口碑,还为推进公司拓展汽车行业其他客户也发挥了重要作用,为此后陆续中标东风雪铁龙、长安铃木、比亚迪等汽车客户的年度数字营销服务订单做出了贡献。

(二) 报告期末“我爱车”网站的减值测试过程,减值测试的测算是否与当时的评估假设一致,是否应计提资产减值准备

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》的相关规定,申报会计师独立聘请北京北方亚事资产评估事务所(特殊普通合伙)对“我爱车”网站 2018 年末公允价值进行评估,以对“我爱车”网站进行减值测试,并于 2019 年 4 月 8 日出具了北方亚事评报字[2019]第 01-165 号评估报告。

“我爱车”网站减值测试的具体过程如下：

“我爱车”网站产权持有人重庆云集通。

（1）评估假设

①收购时的评估假设

主要包括一般假设、评估环境假设、公开交易条件假设和其他假设。

②本次减值测试评估假设

主要包括一般假设（含交易假设、公开市场假设、持续使用假设）和特殊假设

③前后二次假设差异

通过对比分析，前后二次评估假设不存在重大差异。

（2）评估方法的选择

本次评估范围内的无形资产可比参照物较难收集，不具备采用市场法的条件。所以本次评估不采用市场法。

本次与“我爱车”网站有关的营业收益额及收益期可预测，未来风险能量化，因此，本次评估采用收益法。本次评估“我爱车”网站采用了收益提成率法进行无形资产贡献的分析工作，从而确定无形资产的价值。

按照收益现值法的评估思路，此次评估采用的评估模型如下：

$$V=\alpha \cdot \sum_{t=1}^n F_t \cdot (1+i)^{-t} \times [T \times \delta \div (m-T \times \delta)]$$

$$\delta=1/i \times [1-(1+i)^{-m}]$$

式中：V——委估域名资产价值

F_t——委估域名产品未来各年收益额

α——分成率

i——折现率

n——委估域名的经济年限

t——序列年期

T——所得税率

m——剩余摊销年限

δ——计算系数

（3）评估模型中各主要参数的选取

①委估域名预测期限

委估域名的预测期限为永续期。

②收益期

本次评估中，考虑到产权持有人重庆云集通持续经营假设，将持续经营的资产未来收益分为前后两段，第一阶段为 2019 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，在此阶段根据企业的经营情况、收益状况以及相关行业发展状况逐年分析预测企业的未来收益；第二阶段为 2024 年 1 月 1 日至永续经营，在此阶段中，公司经营规模基本稳定，并假设在 2024 年业绩与 2023 年持平。

（4）未来收益的预测

对未来年度的营业收入估测，以重庆云集通前三年历史数据为基础，在分析整理行业发展状况的基础上，考虑重庆云集通自身特点和优势，结合未来发展规划和未来市场需求以及历史营业收入情况综合得出。

（5）分成率的计算

无形资产对未来收益分成率是指委估无形资产对企业未来收益的贡献大小。本次评估中，考虑到“我爱车”网站域名应用时间不长，可选参考分析的经营数据较少，考虑到国内 A 股市场相类似上市企业较多，而上市公司的市场价值和相关财务数据比较容易获得，因此本次采用了分析可比公司资本结构的方法来估算“我爱车”网站的分成率。

最终，“我爱车”网站域名的分成率按主营业务收入的 5.70% 计算。

（6）折现率

折现率由无风险报酬率和风险报酬率组成。

国债收益率通常被认为是无风险的，因为持有该债权到期不能兑付的风险很小，可以忽略不计。无风险报酬率反映的是在本金没有违约风险、期望收入得到保证时资金的基本价值。本次选取距评估基准日到期年限 5 年以上的国债到期收益率 3.56%（复利收益率）作为无风险收益率。

风险报酬率的确定运用综合评价法，即按照政策风险、技术风险、市场风险、资金风险、管理风险五个因素量化求和确定。

综合上述风险因素分析，确定最终折现率为 14.31%。

(7) “我爱车”网站域名评估结果计算表

单位：万元

项目名称	未来预测数据					
项目名称	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	终值
销售收入	1,000.00	1,050.00	1,134.00	1,190.70	1,226.42	1,226.42
域名提成率	5.70%	5.70%	5.70%	5.70%	5.70%	5.70%
域名贡献合计	57.04	59.89	64.68	67.91	69.95	69.95
所得税	8.56	8.98	9.70	10.19	10.49	10.49
税后域名贡献	48.48	50.91	54.98	57.73	59.46	59.46
折现年限	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	5.50
折现系数	0.9353	0.8182	0.7158	0.6262	0.5478	3.8281
域名贡献现值小计	45.30	41.70	39.40	36.10	38.00	268.00
域名贡献现值合计	469.00					
无形资产折现率	14.31%					
摊销年限	7.0					
所得税率	15.00%					
计算系数 δ	4.2					
税务摊销价值	47.0					
域名评估价值	516.00					

综上，公司对“我爱车”网站减值测试过程合规。最终“我爱车”的评估值为 516.00 万元，高于其账面价值 360.44 万元，因此不存在减值迹象，不需要计提资产减值准备。

二、请发行人说明：（1）发行人聘请的评估机构是否具有相关软件专业背景和从业经历；（2）结合收购前后“我爱车”网站的主要财务和经营数据，如点击量、跳出率、游览量和网站访问时长等，说明发行人评估方法和修正过程，选取的类似资产的市场交易案例，评估值较净资产的增值额，进一步分析交易定价是否公允；（3）结合收购前后的人员和运营安排、客户资源转移等相关变化情况，说明公司收购“我爱车”网站是否构成经营性资产，如构成，请披露合并日的确定、同一控制下合并的会计处理，对主要财务指标的影响；（4）“我爱车”网站作为无形资产入账的依据是否充分，预计使用寿命的估计是否合理。

（一）发行人聘请的评估机构相关软件专业背景和从业经历

“我爱车”网站的价值经重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司（以下简称“华康公司”）评估，并于 2016 年 3 月 1 日出具了《资产评估报告书》（重康评报字【2016】第 72 号）。华康公司相关背景如下：

重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司具有 2009 年 1 月 6 日财政部、证监会授予的《证券期货相关业务评估资格证书》（证书编号：0230015001），有多年从事上市公司资产评估的经验，具备软件评估专业背景和从业经历。华康公司参与的无形资产评估项目列举如下：

序号	项目名称
1	重庆中平紫光科技发展有限公司拟以无形资产对外投资的资产评估项目
2	重庆富硕科技有限公司拟了解无形资产价值的资产评估项目
3	重庆城投再生能源发展有限公司无形资产的资产评估项目
4	海扶医疗科技股份有限公司无形资产的资产评估项目
5	上海艾慧商贸有限公司拟以软件著作权对天极云服科技公司投资的资产评估项目
6	丁平拟无形资产对四川康德赛医疗科技有限公司投资的资产评估项目
7	重庆紫光化工股份有限公司拟转让部分无形资产的资产评估项目
8	郑州宇通客车股份有限公司无形资产的资产评估项目
9	英康智能控制工程有限公司软件平台的资产评估项目
10	重庆信威通信技术有限公司无形资产的资产评估项目

（二）结合收购前后“我爱车”网站的主要财务和经营数据，如点击量、跳出率、浏览量和网站访问时长等，说明发行人评估方法和修正过程，选取的类似资产的市场交易案例，评估值较净资产的增值额，进一步分析交易定价是否公允

1、收购前后“我爱车”网站的主要财务数据和经营数据

“我爱车”网站并未作为单项业务进行独立核算，不能单独计算其产生的收入和成本费用，因此不存在财务数据。

2015-2018 年“我爱车”网站的主要经营数据如下：

年份	移动端订阅注册用户数(人)	浏览量 (PV)	访客数 (UV)	跳出率	平均访问时长
2015 年	—	113,838,584	48,444,404	72.79%	0:01:58
2016 年	—	137,682,974	71,641,739	82.98%	0:01:53

年份	移动端订阅注册用户数(人)	浏览量 (PV)	访客数 (UV)	跳出率	平均访问时长
2017 年	—	150,220,537	70,227,150	87.36%	0:02:00
2018 年	193,166	35,892,788	20,681,080	81.16%	0:02:07

通过收购前后主要经营数据对比，2015-2017 年呈现比较稳定的发展趋势，2018 年随着移动网络的兴起，PC 端用户出现一定程度下滑，但同时我爱车的移动端应用的订阅用户数实现显著增长。为此，2018 年申报会计师独立聘请北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）对“我爱车”网站 2018 年末公允价值进行评估，以对“我爱车”网站进行减值测试，最终“我爱车”的评估值为 516.00 万元，高于 2018 年 12 月 31 日账面价值，因此不存在减值迹象，不需要计提资产减值准备。

2、收购“我爱车”网站的评估方法和修正过程，选取的类似资产的市场交易案例，评估值较净资产的增值额，进一步分析交易定价是否公允

“我爱车”网站的价值经重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司评估，并于 2016 年 3 月 1 日出具了《资产评估报告书》（重康评报字【2016】第 72 号）。纳入本次评估范围的无形资产为网站域名，根据无形资产的价值类型、技术特点、评估目的以及外部市场环境等情况，本次无形资产价值的评估基本情况如下：

1、评估方法：市场法；

2、选取的市场交易案例：人民网、生意宝、焦点科技、三六五网。

3、修正过程：根据替代原则，以条件类似的资产与估价对象之间加以对照比较，就两者之间的日均 PV、跳出率、访问时长以及综合排名等因素的差别进行修正，求取估价对象在估价期日的市场价值。公式为：

待估资产价值=比较资产价值×日均 PV 修正系数×个别修正系数×权重

（1）比较资产价值

通过 ifind 查询网络媒体行业中与委估对象经营业务相似的上市公司作为可比公司。通过测算可比企业价值并考虑扣除非流通折扣，确定扣除非流通折扣后的企业价值，具体如下：

证券名称	区间 平均 收盘价	流通股合 计万股	限售股 合计(万 股)	每股净 资产元	市场价值 (剔除货 币资金)	非流通 折扣	扣除非流 通折扣价 值(万元)
人民网	17.19	110,569.11	-	2.34	1,786,790.87	0.29	1,275,768.68
生意宝	65.59	25,135.98	136.02	1.97	1,607,435.36	0.29	1,147,708.85
焦点科技	75.86	6,020.29	5,729.71	16.13	480,177.85	0.29	342,846.99
三六五网	36.54	15,299.22	3,906.78	9.05	523,235.07	0.29	373,589.84

根据可比上市公司资产状况，测算无形资产占比；根据无形资产项目以及各
项目对公司的重要程度确定网站域名无形资产占比；根据可比公司价值以及网络
域名占比确定可比网络域名价值如下：

证券名称	扣除非流通折扣价值(万元)	网站资产占比	可比公司网站价值(万元)
人民网	1,275,768.68	8.67%	110,558.00
生意宝	1,147,708.85	9.58%	109,938.00
焦点科技	342,846.99	36.34%	124,583.00
三六五网	373,589.84	46.02%	171,934.00

(2) 修正系数

查询可比对象和待估对象的相关指标如下：

可比对象	网站跳出率	网站日均访问时长	综合排名	日均 PV
人民网	69.90%	169.00	526	216,000.00
生意宝	15.10%	147.00	1528	286,140.00
焦点科技	34.80%	282.00	3224	5,232,000.00
三六五网	4.90%	334.00	3678	6,024,000.00

日均 PV 为衡量网站的主要指标，以网络日均 PV 为基础，参考跳出率、网
站访问时长及综合排名状况进行系数调整如下：

指标调整	个别修正系数					可比指 标日均 PV	调整后 可比指 标
	网站跳 出率	网站访问时 长	知名度	合计	比例		
人民网	1.00	2.00	6.77	9.77	0.31	0.15	4.69%
生意宝	4.00	2.00	2.33	8.33	0.36	0.12	4.15%
焦点科技	2.00	3.00	1.10	6.10	0.49	0.01	0.31%
三六五网	13.00	4.00	0.97	17.97	0.17	0.01	0.09%
委估网站	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00		

委估网站与可比对象存在一定差异，根据网站综合排名情况，确定委估网站与可比网站的偏离程度，以确定各网站权重。按各网站权重修正后指标如下：

项目	综合排名	权重参数	权重	调整后可比指标	权重修正后指标
人民网	526	1.17	3%	4.69%	0.13%
生意宝	1528	1.75	4%	4.15%	0.17%
焦点科技	3224	10.60	24%	0.31%	0.08%
三六五网	3678	30.17	69%	0.09%	0.06%
合计		43.69	100%		0.43%

(3) 根据比较资产价值和修正系数计算可比对象价值如下：

证券名称	可比公司网站价值 (万元)	权重修正后指标	估值(万元)
人民网	110,558.00	0.13%	143.73
生意宝	109,938.00	0.17%	186.89
焦点科技	124,583.00	0.07%	87.21
三六五网	171,934.00	0.06%	103.16
合计			521.00

由上述评估过程可见，评估机构综合评定估算认为“我爱车”网站评估总价为 521.00 万元。

“我爱车”网站收购价格为 521.00 万元，交易定价参照华康公司对该网站的资产评估结果，该项资产收购的定价是公允的。另外，由于该网站不是一项“业务”，因此，发行人无法计算评估值较净资产的增值金额。

为复核评估的公允性，申报会计师独立聘请北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）对“我爱车”网站市场价值进行重新评估，并于 2016 年 11 月 5 日出具了北方亚事评报字[2016]第 01-694 号评估报告，其评估方法和参数选取与华康公司类同，评估价值为 610.00 万元，高于华康公司的评估结果。

综上，“我爱车”网站收购价格具有公允性。

(三) 结合收购前后的人员和运营安排、客户资源转移等相关变化情况，说明公司收购“我爱车”网站是否构成经营性资产，如构成，请披露合并日的确定、同一控制下合并的会计处理，对主要财务指标的影响

1、结合收购前后的人员和运营安排、客户资源转移等相关变化情况

“我爱车”网站是依托于垂直搜索、SEO 优化等技术应用的汽车信息聚合平台，不需要配置大量的编辑和运营人员，只需保持少量的网站基本维护和运营人员，以及技术人员不定期的对信息自动采集和 SEO 优化等技术规则做实时更新优化即可，所以收购前后人员和运营安排情况没有发生大的改变。

“我爱车”网站收购前尚未产生商业收入，收购后也主要为发行人所服务的汽车客户的大数据营销提供精准汽车用户流量支持，因此不存在客户资源的转移的情况。

2、公司收购“我爱车”网站是否构成经营性资产

一般来说，企业的资产应该是按“是否与经营收益相关”的判断原则界定为经营性或非经营性资产。在采用收益法评估企业价值时，将对企业预期收益能够产生其影响或做出贡献的资产，界定为经营性资产；将对企业预期收益不产生直接或间接影响或未来收益预测存在很大不确定性的资产，界定为非经营性资产，不对其进行收益预测。

根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》，企业合并的结果通常是一个企业取得了对一个或多个业务的控制权。构成企业合并至少包括两层含义：一是取得对另一个或多个企业（或业务）的控制权；二是所合并的企业必须构成业务。业务是指企业内部某些生产经营活动或资产负债的组合，该组合具有投入、加工处理和产出能力，能够独立计算其成本费用或所产生的收入。

“我爱车”网站是一家基于垂直搜索技术应用的专注于汽车消费信息的聚合网站，类似今日头条的聚合模式，不具备独立经营的能力，2016 年 3 月收购时无独立收入，且未来收入、成本、费用及经营活动现金流无法合理预测，因此不构成经营性资产，亦不构成会计准则规定的业务，不适用于企业合并的会计处理。

公司购买“我爱车”网站，适用于资产收购，公司具体账务处理如下：

借：无形资产

贷：银行存款

（四）“我爱车”网站作为无形资产入账的依据充分，预计使用寿命的估计合理

1、无形资产入账依据充分

根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》，无形资产指企业拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。无形资产一般具备以下两个特征：（一）无形资产通常表现为某种权利、某项技术或是某种获取超额利润的综合能力，它们不具有实物形态；（二）无形资产很大程度上是通过自身所具有的技术等优势为企业带来未来经济利益。

“我爱车”网站作为无形资产入账合理，主要原因：其一，“我爱车”网站是一家基于垂直搜索技术应用的专注于汽车消费信息的聚合网站，不具有实物形态；其二，公司购买“我爱车”网站，主要是为了配合公司更好的开展互联网和大数据综合服务，有助于提升公司主营业务能力，能够给公司带来未来经济利益。

2、预计可使用寿命的估计是否合理

根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》准则第十七条和第十九条规定，使用寿命有限的无形资产应当摊销，使用寿命不确定的无形资产不予摊销。来源于合同性权利或其他法定权利的无形资产，其使用寿命不应超过合同性权利或其他法定权利的期限。合同性权利或其他法定权利在到期时因续约等延续、且有证据表明企业续约不需要付出大额成本的，续约期应当计入使用寿命。合同或法律没有规定使用寿命的，企业应当综合各方面因素判断，以确定无形资产能为企业带来经济利益的期限，比如与同行业的情况进行比较、参考历史经验，或聘请相关专家进行论证等。

公司网站域名一直运用于公司各项业务中，能够给公司带来未来经济利益，公司预计网站域名带来的经济利益持续年限不低于 10 年，因此按照 10 年进行摊销，不保留残值。

综上，公司将“我爱车”网站预计可使用寿命估计为 10 年具有合理性。

【核查过程及方法】

①通过访谈了解“我爱车”网站的运营模式、网站具体功能、收购对公司的战略意义、相关收入成本情况等，并根据网站近几年具体运营情况判断该收购事项是否构成业务；

②获取“我爱车”网站收购协议；

③利用专家工作。获取华康公司的相关资质证书、其他案例评估报告等了解华康公司的专业胜任能力；获取华康公司评估报告，并取得技术说明对评估方法

进行复核；

④复核专家工作。独立聘请北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）对“我爱车”网站市场价值进行重新评估，并于 2016 年 11 月 5 日出具了北方亚事评报字[2016]第 01-694 号评估报告，评估价值为 610.00 万元，高于华康公司的评估结果；

⑤检查发行人购买“我爱车”网站的账务处理、会计账簿等资料，结合企业会计准则判断该事项是否构成业务、计入无形资产是否合理，同时对无形资产的摊销年限进行复核；

⑥获取网站流量截图，并对收购前后流量情况进行了对比分析；

⑦聘请北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）对“我爱车”网站在 2018 年 12 月 31 日的公允价值进行评估，为无形资产减值测试提供参考依据。北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）于 2019 年 4 月 8 日出具了北方亚事评报字[2019]第 01-165 号评估报告，评估网站公允价值为人民币 516.00 万元，高于 2018 年 12 月 31 日账面价值 360.44 万元；

⑧查询同行业上市公司年报，将同行业无形资产网站域名摊销年限与发行人摊销年限进行比较，复核发行人摊销年限的合理性。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人对“我爱车”网站减值测试过程合规，申报会计师通过独立聘请具有专业资质的评估机构进行评估用于减值测试，减值测试的测算与收购时的评估假设不存在重大差异，最终“我爱车”的评估值为 516 万元，高于其账面价值，因此不存在减值迹象，不需要计提资产减值准备；发行人聘请的评估机构——华康资产评估具有相关软件专业背景和从业经历；“我爱车”网站收购价格为 521.00 万元，交易定价参照华康资产评估对该网站的资产评估结果，该项资产收购的定价是公允的；“我爱车”网站不具备独立经营的能力，2016 年 3 月收购时无独立收入，且未来收入、成本、费用及经营活动现金流无法合理预测，因此不构成经营性资产，亦不构成会计准则规定的业务，不适用于企业合并的会计处理；“我爱车”网站入账的依据充分，预计使用寿命估计为 10 年具有合理性。

25.请发行人说明在净利润未发生重大变化的情况下，公司调整重要性水平的判断标准的原因。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

基于谨慎性原则，公司选取以营业收入和以税前利润为基准计算重要性水平的较低者作为当期的的重要性水平，三年分别按营业收入和税前净利润为基准计算重要性水平如下：

单位：元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
营业收入	306,776,812.46	179,640,695.90	159,515,458.72
按营业收入 0.5%计算 重要性水平	1,533,884.06	898,203.48	797,577.29
税前利润	48,900,368.48	46,825,942.59	45,161,631.08
按税前利润 3%计算 重要性水平	1,467,011.05	1,404,778.28	1,354,848.93

由上表可见，2016 年和 2017 年以营业收入为基准计算的重要水平低于以税前利润为基准计算的重要性水平，2018 年以税前利润计算的重要性水平低于以营业收入为基准计算的重要性水平，因此 2018 年选取税前利润作为重要性水平基准，2017 年、2016 年选取营业收入作为重要性水平基准。

【核查过程及方法】

①复核重要性水平的计算过程；

②结合发行人销售、采购规模及重要性水平占比等因素，判断重要性水平的合理性。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人 2018 年选取税前利润作为重要性水平基准，2017 年、2016 年选择营业收入作为重要性水平基准具有合理性。

26.2018 年 10-12 月期间，发行人与客户之间以非货币性资产方式抵偿客户的应收账款，主要资产包括房屋建筑和车辆。

请发行人补充披露以物抵债的具体情况，包括交易各方的名称、资产名称及具体信息、对应非货币性资产的价值、对应应收账款的金额和账龄分布、确认损失或利得的金额、计入非经常性损益的金额、资产负债科目和资产交割日期等，披露上述交易的原因和合理性，上述资产目前的使用状况及未来的使用计划。

请发行人说明：（1）上述企业及其关联方与发行人的关联方之间是否存在关联关系、交易、资金往来和其他利益安排；（2）发行人取得的房屋及建筑物的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间是否存在显著差异，抵债价格是否公允，评估方法和假设及其合理性，计入投资性房地产的依据；（3）发行人取得的车辆的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间是否存在显著差异，抵债价格是否公允，评估方法和假设及其合理性，评估价格和发行人的可变现净值之间是否存在差异，发行人计提存货跌价准备的金额；（4）发行人如何自行销售和通过 4S 店进行销售，相关权利义务约定和安排，发行人自行销售是否需要具备相应的资质，对库存车辆的管理和盘点情况，如何区分自有车辆和 4S 店车辆，截至目前车辆的销售情况。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）以物抵债的具体情况，包括交易各方的名称、资产名称及具体信息、对应非货币性资产的价值、对应应收账款的金额和账龄分布、确认损失或利得的金额、计入非经常性损益的金额、资产负债科目和资产交割日期等，披露上述交易的原因和合理性，上述资产目前的使用状况及未来的使用计划

1、发行人以物抵债的具体情况如下：

序号	签约主体	客户名称	抵债合同相对方	签订日期	合同内容	抵债资产	对应应收账款的金额（元）	抵款金额对应账龄	抵债资产的评估价值（万元）	抵债所得资产计入报表科目	交割日	履行情况
1	博拉网络	四川野马汽车股份有限公司	四川野马汽车股份有限公司、四川绵阳富临房地产开发有限公司	2018.11.08	博拉网络与四川绵阳富临房地产开发有限公司签订购房合同，视同四川野马汽车股份有限公司对博拉网络支付对价，抵款 960,714 元	房产一处： 绵阳市涪城区剑南路西段8号富临东方广场5栋1层8号	960,714	1 年以内	98.87	投资性房地产	2018.11.8	履行完毕
2	博拉网络	四川野马汽车股份有限公司、四川野马汽车销售有限公司	四川野马汽车股份有限公司、四川野马汽车销售有限公司、四川富临实业集团有限公司	2018.11.08	博拉网络购买四川富临实业集团有限公司商品房，视为四川野马汽车股份有限公司、四川野马汽车销售有限公司支付对价，抵扣 2,179,800 元	房产二处： 彭州市朝阳东巷 68 号 1 层、70 号 1 层	2,179,800	1 年以内	219.10	投资性房地产	2018.11.8	履行完毕
3	博拉网络	四川野马汽车股份有限公司	四川野马汽车股份有限公司、绵阳市鸿华实业有限公司、四川富临实业集团有限公司	2018.12.21	博拉网络与绵阳市鸿华实业有限公司签订购房合同，视同四川野马汽车股份有限公司对博拉网络支付对价，抵款 1,900,867 元	房产二处：绵阳市高新区绵兴东路 85 号 1886 汽车生活馆一期 1 幢 2 层 33、34 号	1,900,867	1 年以内	192.61	投资性房地产	2018.12.21	正在履行
4	博拉网络	长安标致雪铁龙汽车有	长安标致雪铁龙汽车有	2018.12	长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司	谛艾仕汽车十辆	2,417,716	1 年以内	242.30	存货	2018.12	履行

序号	签约主体	客户名称	抵债合同相对方	签订日期	合同内容	抵债资产	对应应收账款的金额（元）	抵款金额对应账龄	抵债资产的评估价值（万元）	抵债所得资产计入报表科目	交割日	履行情况
		限公司销售分公司	司销售分公司		向博拉网络销售谛艾仕车辆十辆，抵偿应付给博拉网络的合同款2,417,716 元							完毕

2019年3月22日，重庆信诚资产评估房地产土地估价有限责任公司对博拉网络截至2018年11月1日的坐落于绵阳市涪城区剑南路西段8号富临·东方广场5栋1层8号等5处房产价值进行评估，并出具《房地产估价报告》（重庆信诚资评报字[2019]第X009号）。前述《房地产估价报告》载，博拉网络5处以物抵债房产评估总价为510.58万元。

2019年3月22日，重庆信诚资产评估房地产土地估价有限责任公司对博拉网络截至2018年12月31日的25辆以物抵债车辆进行评估，并出具《资产评估报告》（重庆信诚资评报字[2019]第X010号）。前述《资产评估报告》载，博拉网络25辆以物抵债车辆评估总价为374.30万元。其中10辆谛艾仕牌汽车的合同、发票齐全，15辆纳智捷牌汽车未签订合同但有相应发票和车辆清单以备查证。

由于受自身经营情况的影响，上述两家客户无法按照合同约定的付款方式支付相关服务费用，经协商后，公司同意客户以实物资产偿还债务。实物资产均存在市场可比价格，与抵款金额大致相当，因此未确认相关利得或损失。上述除正在履行的合同所涉房产外，其余均已办理相应过户手续，博拉网络已取得相应产权证书。上述以物抵债合同的签署及履行是各方真实的意思表示，已履行资产评估手续并办理产权过户登记，前述合同均合法、真实、有效。

2、以房抵债的原因及合理性

2017年10月，博拉网络与四川野马汽车销售有限公司签订《野马汽车公关服务项目合同》，约定由博拉网络向四川野马汽车销售有限公司提供媒体公关传播及策划服务。

2018年5月，博拉网络与四川野马汽车股份有限公司签订《野马汽车2018年公关服务项目》协议，约定由博拉网络向四川野马汽车股份有限公司提供媒体公关传播及策划服务。

博拉网络于2018年与四川野马汽车销售有限公司、四川野马汽车股份有限公司进行结算，上述两家公司与博拉网络结算总金额为6,194,181.68元。因上述两家公司资金紧张，无法支付现金，通过多方磋商，于2018年11月8日、2018年12月21日与博拉网络分别签署三份《债权债务转让协议》，约定以四川野马汽车销售有限公司、四川野马汽车股份有限公司对绵阳市鸿华实业有限公司、四川富临实业集团有限公司享有的债权向博拉网络抵扣债务，即绵阳市鸿华实业有限公司、四川富临实

业集团有限公司以其自建的 5 套商品房向博拉网络抵扣债务。参考当地的同类型房屋市场价格，各方约定以物抵债金额共计为 5,041,381.00 元。

截至本问询函回复出具之日，五处房产的使用状况及未来的使用计划如下：

鉴于上述以物抵债房产与发行人的主营业务无关联性，发行人也无将办公地点设置在该房产所处区域的需求，因此，发行人将根据具体情况统一进行销售或租赁。其中彭州市朝阳东巷 68 号 1 层、70 号 1 层二处房产已对外出租，其他三处房产处于空置状态，正在积极寻租中。

3、以车抵债的原因及合理性

2017 年至 2018 年，长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司与博拉网络签订《采购合同》等协议，约定博拉网络向长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司提供了传播、营销、舆情代理等服务，截至 2018 年 11 月，双方对以上协议及服务进行结算，结算金额为 4,778,516.00 元。2018 年 12 月 21 日，长安标致雪铁龙汽车有限公司通过其银行账户向博拉网络支付服务费用 2,360,800.00 元。后因长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司资金安排原因，短期内无法向博拉网络支付服务费用，剩余尾款经双方协商一致，签订以物抵债相关协议，约定以长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司合法所有的 10 辆汽车折价对剩余服务费用予以抵扣，参考当时同类型汽车市场价格，以物抵债金额为 2,417,716.00 元。

截至本问询函回复出具之日，抵款车辆已全部对外销售完毕。

综上，上述债务形成主要是客户自身经营原因，无法在短期内支付现金，发行人为及时收回货款，避免客户经营风险导致公司权益更加难以得到保证，因此在客户还能提供出有价值的房产或车辆的情况下，采取了以物抵债的方式收回款项，具有合理性。

（二）发行人说明（1）上述企业及其关联方与发行人的关联方之间是否存在关联关系、交易、资金往来和其他利益安排；（2）发行人取得的房屋及建筑物的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间是否存在显著差异，抵债价格是否公允，评估方法和假设及其合理性，计入投资性房地产的依据；（3）发行人取得的车辆的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间是否存在显著差异，抵债价格是否公允，评估方法和假设及其合理性，评估价格和发行人的可变现净值之间是否存在差异，发行人计提存货跌价准备的金额；（4）发行人如何自行销售和通过 4S 店进行

销售，相关权利义务的约定和安排，发行人自行销售是否需要具备相应的资质，对库存车辆的管理和盘点情况，如何区分自有车辆和 4S 店车辆，截至目前车辆的销售情况

1、上述企业及其关联方与发行人的关联方之间是否存在关联关系、交易、资金往来和其他利益安排

经核查控股股东、实际控制人童毅及其控制的相关企业的资金流水、发行人董监高资金流水，并经控股股东、实际控制人、发行人董监高出具的相关声明；通过国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、企查查等网站查询长安标致雪铁龙汽车有限公司、四川野马汽车股份有限公司、四川野马汽车销售有限公司及其关联方的相关资料。

经核查，长安标致雪铁龙汽车有限公司、四川野马汽车股份有限公司、四川野马汽车销售有限公司及其关联方与发行人的关联方之间不存在关联关系、交易、资金往来和其他利益安排。

2、发行人取得的房屋及建筑物的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间是否存在显著差异，抵债价格是否公允，评估方法和假设及其合理性，计入投资性房地产的依据

2019 年 3 月 22 日，重庆信诚资产评估房地产土地估价有限责任公司对博拉网络截至 2018 年 11 月 1 日的坐落于绵阳市涪城区剑南路西段 8 号富临·东方广场 5 栋 1 层 8 号等 5 处房产价值进行评估，并出具《房地产估价报告》（重庆信诚资评报字[2019]第 X009 号）。前述《房地产估价报告》载，博拉网络 5 处以物抵债房产评估总价为 510.58 万元。

（1）发行人取得的房屋及建筑物的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间是否存在显著差异，抵债价格是否公允

公司取得上述五处房屋的价格为 504.14 万元，评估机构对上述五处房屋及建筑物的评估价格为 510.58 万元，其采用的评估方法为比较法和收益法，评估时参照了周边类似房屋的第三方市场交易价格和租赁价格。

此外，申报会计师查询了五处房屋及建筑物的周边类似房屋的第三方市场交易价格。经核查，发行人取得的房屋及建筑物的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间不存在显著差异，抵债价格公允。

(2) 评估方法和假设及其合理性

1) 评估方法及其合理性

公司聘请重庆信诚资产评估房地产土地估价有限责任公司对以物抵债取得的五处房屋及建筑物进行评估，该评估机构采用的评估方法是比较法和收益法。

选用比较法和收益法的理由如下：

(1) 估价对象周边有类似物业的交易案例，可以找到客观、准确的资料进行测算，故适宜选用比较法进行评估；

(2) 估价对象周边有类似物业的租赁案例，可以确定其客观收益，故适宜选用收益法进行评估。

综上，本次评估根据估价对象的特点和估价目的，遵循房地产价格评估的原则，确定本次评估采取比较法和收益法，具有合理性，符合房屋资产的实际经营情况。

2) 评估假设及其合理性

本次评估的一般假设主要包括以下 7 个：

①假设是在价值时点的房地产市场为公开、平等、自愿的交易市场，即房地产公开市场；

②估价时所依据的有关资料均由委托方提供，注册房地产估价师对估价所依据的估价对象的权属、面积、用途等资料进行了检查，在无理由怀疑其合法性、真实性、准确性和完整性其未予以核实的情况下，假定其合法、真实、准确和完整、委托方应当对所提供资料的真实性和完整性负责；

③注册房地产估价师对房屋安全、环境污染等影响估价对象价值或价格的重大因素给予了关注，在无理由怀疑估价对象存在安全隐患且无相应的专业机构进行鉴定、检测的情况下，假定估价对象能正常安全持续使用；

④注册房地产估价师未对房屋建筑面积进行专业测量，估价对象房屋建筑面积和房屋建筑结构以《不动产权证书》、《商品房买卖合同（预售）》复印件记载的房屋建筑面积及建筑结构为准；

⑤假设委估房屋所在地块的水文及地质状况为该地区的一般状况；

⑥假设委估房地产不存在任何可能影响房地产价格的有害物质；

⑦假设不考虑不可抗力因素的影响。

上述所作的评估假设符合房屋资产实际情况及其所处的市场环境，评估结论所

依赖的评估假设具有合理性。

(3) 计入投资性房地产的依据：

根据《企业会计准则第 3 号——投资性房地产》及其应用指南，投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，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。

对于公司以租赁为目的而持有、但暂时未能对外出租的房屋建筑物，公司应主要按照其初始目的和实际业务情况而决定将其继续按照投资性房地产或将其转为固定资产进行会计核算。

2019 年 1 月 24 日，发行人将彭州市朝阳东巷 68 号 1 层出租给自然人刘婷作为美甲店使用，并与其签订《租赁合同》，租期 5 年，自 2017 年 12 月 1 日至 2022 年 11 月 30 日止。由于抵债时，该房屋已带租赁，因此上述租赁为延续合同。

2019 年 1 月 24 日，发行人将彭州市朝阳东巷 70 号 1 层出租给成都竞达文化传媒有限公司作为办公使用，并与其签订《租赁合同》，租期 5 年，自 2017 年 10 月 16 日至 2022 年 10 月 15 日止。由于抵债时，该房屋已带租赁，因此上述租赁为延续合同。

其他三处房产，发行人已于 2018 年 12 月 28 日召开总经理办公会，决定将上述三处房产对外出租，出租信息已在房产中介网站发布，截至本问询函回复出具日，该三处房产属于空置状态，正在积极寻租中。

综上，发行人于 2018 年将上述五处房产作为投资性房地产核算符合其实际使用情况，符合《企业会计准则》的相关规定。

3、发行人取得的车辆的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间是否存在显著差异，抵债价格是否公允，评估方法和假设及其合理性，评估价格和发行人的可变现净值之间是否存在差异，发行人计提存货跌价准备的金额

2019 年 3 月 22 日，重庆信诚资产评估房地产土地估价有限责任公司对博拉网络截至 2018 年 12 月 31 日的 25 辆以物抵债车辆进行评估，并出具《资产评估报告》（重庆信诚资评报字[2019]第 X010 号）。前述《资产评估报告》载，博拉网络 25 辆以物抵债车辆评估总价为 374.30 万元。其中 10 辆谛艾仕牌汽车的合同、发票齐全，评估总价为 242.30 万元。

(1) 发行人取得的车辆的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间是否

存在显著差异，抵债价格是否公允

公司取得长安标致雪铁龙汽车有限公司 10 辆车的价格合计 241.77 万元，评估机构利用市场法计算出的评估价格为 242.30 万元，评估时参照了类似评估车辆的市场销售价格。

此外，申报会计师也查询了与抵债的 10 辆汽车类似的车辆在“汽车之家”等专业汽车网站上的经销商报价。经核查，发行人取得的车辆的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间不存在显著差异，抵债价格公允。

（2）评估方法和假设及其合理性

1) 评估方法及其合理性

公司聘请重庆信诚资产评估房地产土地估价有限责任公司对以物抵债取得的车辆进行评估，该评估机构采用的评估方法是市场法。

选用市场法的理由如下：

评估对象系私家车、自用车，由于市场上易收集到类似交易案例进行比较，适合采用市场法评估。

综上，本次评估根据估价对象的特点和估价目的，遵循汽车价格评估的原则，确定本次评估采取市场法，具有合理性，符合车辆的实际经营情况。

2) 评估假设及其合理性

本次评估假设包括一般假设和特殊假设，其中一般假设包括：交易假设和公开市场假设。

特殊假设主要包括 6 个：

①评估机构按评估准则要求进行了一般性调查，除在评估报告中已有揭示以外，假设评估对象权属合法有效，不存在产权及其他重大经济纠纷，无其他不可抗力及不可预测因素对被评估对象产生重大不利影响，不存在任何妨碍交易的限制条件，资产能在公开市场上自由交易；

②假定所有重要或潜在的可能影响价值评估的因素都已在评估机构与委托方或产权持有者之间充分揭示的前提下做出的；

③假设评估基准日外部经济环境不变，国家现行的宏观经济不发生重大变化；

④本次评估的各项资产均以评估基准日的实际存量为前提，有关资产的现行市价以评估基准日的国内有效价格为依据；

⑤假设委托方提供的基础资料真实、准确、完整；

⑥本次评估测算的各项参数取值不考虑通货膨胀因素的影响，无其他不可预测和不可抗力因素对评估结论产生重大影响。

上述所作的评估假设符合车辆的实际情况及其所处的市场环境，评估结论所依赖的评估假设具有合理性。

（3）评估价格和发行人的可变现净值之间是否存在差异，发行人计提存货跌价准备的金额

《资产评估报告》（重庆信诚资评报字[2019]第 X010 号）中 10 辆谛艾仕牌汽车的评估价值以 2018 年 12 月 31 日为基准日，评估价值为 242.30 万元，账面价值为 208.42 万元，不存在减值。

但是公司在 2018 年审计报告出具日前出售了部分谛艾仕车辆，售价明显低于前述评估价，申报会计师利用期后售价计算出 10 辆谛艾仕牌汽车在 2018 年 12 月 31 日未来可变现净值为 162.80 万元。因此，根据实质重于形式的原则，公司在 2018 年 12 月 31 日将 10 辆谛艾仕牌汽车的账面价值与未来可变现净值之间的差异 45.62 万元计提存货跌价准备。

4、发行人如何自行销售和通过 4S 店进行销售，相关权利义务的约定和安排，发行人自行销售是否需要具备相应的资质，对库存车辆的管理和盘点情况，如何区分自有车辆和 4S 店车辆，截至目前车辆的销售情况

（1）如何自行销售和通过 4S 店进行销售，相关权利义务的约定和安排

1) 自行销售

发行人将自行销售的车辆停放在公司楼下停车场及租用的其他场所，意向客户验车无误并交付车款后，办理相关手续，即可提车。

2) 通过 4S 店销售

发行人通过 4S 店进行对外销售，每辆汽车销售前均需取得发行人的授权书，载明销售价格，车架号等相关信息，4S 店仅作为中间代理商收取佣金。

相关权利义务的约定和安排：根据授权书，发行人授权 4S 店代表发行人负责车辆销售事宜，被授权单位有权在授权范围内代表发行人签署车辆销售合同、向购车客户开具机动车销售发票，并代发行人收取购车款项。被授权 4S 店收取车辆全额购车款后，按照与发行人约定的价格进行结算。

(2) 发行人自行销售是否需要具备相应的资质

发行人自行销售汽车需要具备相应的经营范围。为此，2018 年 2 月 13 日，发行人变更经营范围，在经营范围中增加了“销售汽车及配件业务”。

(3) 对库存车辆的管理和盘点情况，如何区分自有车辆和 4S 店车辆，截至目前车辆的销售情况

公司安排了专门的人员对车辆进行管理和定期盘点，并安排了车辆管理人之外的监督人员定期对车辆进行检查和监盘。每辆车都有唯一的车架号，发行人通过车辆的车架号来区分自有车辆和 4S 店车辆；截至本问询函回复出具之日，公司通过上述以物抵债所得的车辆已经全部出售。

【核查过程及方法】

① 检查抵债事项原始记账凭证及其附件核查发行人账务处理是否正确；

② 检查销售合同、抵款协议、资产评估报告等，核查抵款交易的合理性、抵款价格的公允性；

③ 核查控股股东、实际控制人童毅及其控制的企业的资金流水、发行人董监高资金流水，并经控股股东、实际控制人、发行人董监高出具相关声明；

④ 通过国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、企查查等网站查询抵款客户及其关联方的相关资料；

⑤ 检查发行人抵款所得房屋及建筑物的产权证书原件、相关合同，实地监盘发行人抵债所得车辆及房屋，核查抵款交易的真实性；

⑥ 通过“安居客”等网站查询同类型抵债房产的市场价格，并复核评估报告，核实抵债价格是否公允，评估方法和假设及其合理性；

⑦ 通过“汽车之家”等网站查询同类型抵债汽车的市场价格，并复核评估报告，核实抵债价格是否公允，评估方法和假设及其合理性；检查发行人期后出售抵债汽车的情况、价格，判断发行人抵债所得汽车是否应当计提减值准备，合理保证存货计价的准确性；

⑧ 通过询问发行人，检查发行人出租抵款房屋的合同，实地查看房屋出租情况等程序，核查发行人抵款所得房屋及建筑物的真实用途和使用状况。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：2018 年 10-12 月期间，发行人与客户之间以非货币性资产方式抵偿客户的应收账款，抵款交易真实、合理；上述抵债客户及其关联方与发行人的关联方之间不存在关联关系、交易、资金往来和其他利益安排；发行人取得的房屋及建筑物的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间不存在显著差异，抵债价格公允，评估方法和假设具有合理性，计入投资性房地产符合其实际使用情况，符合《企业会计准则》的相关规定；发行人取得的车辆的抵债价格和评估价格，与第三方市场价格之间不存在显著差异，抵债价格公允，评估方法和假设具有合理性，评估价格和发行人的可变现净值之间存在差异，发行人已计提存货跌价准备；发行人自行销售汽车具备相应的经营范围。

27.报告期各期，发行人主营业务收入分别为 15,951.35 万元、17,964.07 万元和 30,567.73 万元；营销及运营收入分别为 10,399.53 万元、12,664.67 万元和 15,935.87 万元，逐年上升；2018 年度新增数字媒体投放业务收入 7,851.56 万元，是发行人主营业务收入增长的主要原因；技术开发服务收入分别为 5,551.82 万元、5,299.40 万元和 6,006.56 万元，先降后升。

请发行人补充披露：（1）区分各项服务或产品在招股说明书第六节披露销售模式和盈利模式，各项服务的具体经济业务内容；（2）在第八节披露各项服务或产品收入确认的具体依据；（3）未来采用新收入准则对发行人财务报表的影响并在风险因素予以揭示；（4）区分各业务披露在手合同或订单及其完成量的相关情况；（5）按照重要性原则结合下述说明事项对招股说明书进行修订。

请发行人说明：（1）如何区分可拆分、可独立验收的具体服务项目，是否在合同中予以明确约定；（2）数字媒体投放业务和电商运营业务中发行人作为主要责任人的依据，按全额法确认收入是否符合企业会计准则的相关规定；（3）营销及运营收入中，运营服务和项目服务的具体区别，区分不同服务说明销售收入和客户数量的具体情况；（4）发行人客户家乐福存在直接和间接销售的原因，不同销售模式下销售产品或提供服务的内容是否存在差异；（5）技术开发服务客户数量下降但销售收入上升的原因，是否存在客户流失的风险；（6）不同业务类型各季度收入的情况，说明 2018 年第四季度大幅上升的原因。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

(一) 区分各项服务或产品在招股说明书第六节披露销售模式和盈利模式，各项服务的具体经济业务内容

各项服务的具体盈利模式、营销模式和经济业务内容

项目	销售模式	盈利模式	具体经济业务内容
技术开发服务		根据企业客户的行业属性和业务需求，公司为其定制开发各类大数据应用系统和相关技术应用工具，一般按固定金额向企业客户收取服务佣金。	会员数据管理系统、电子商务管理系统、移动营销组件、客户关系管理系统、O2O功能组件、智能园区平台、特定行业的数据分析工具等。 如：与家乐福（中国）管理咨询服务有限公司签订《家乐福中国 COS 客服系统定制开发》，与北京大恒软件技术有限公司签订《中国石化润滑油有限公司后勤服务平台与统一身份认证接口开发服务合同》。
大数据营销及运营	通过竞标方式获得终端用户订单，或通过中间代理商（如广告公司、软件集成商、数字媒体渠道商等）获得终端客户订单。	基于公司 E2C 大数据平台和各类营销技术产品组件，为企业提供大数据在各商业场景的应用解决方案，一般按固定金额向企业客户收取服务佣金。	互联网商业信息监测与数据分析、内容营销、会员数据管理与运营、搜索引擎营销、自媒体托管及数据管理、数字营销策略规划等。 如：与四川长虹电器股份有限公司签订《长虹·虹领金日常运营数字商业服务协议》，与智者同行品牌管理顾问（北京）股份有限公司签订《数字商业服务协议（央视网微博发布）》。
数字媒体投放		向数字媒体提供商支付的价款与向客户（广告主或代理商）收取的价款之间的价差，以及根据销售额完成情况获取的返点奖励。	微信朋友圈、今日头条精准投放广告。 如：与上海衣页信息科技有限公司签订《媒体平台推广合作合同》。
电商运营	即公司作为主体，以买断形式从供应商采购产品，再将商品直接销售给特定电商平台确认收入。	公司与品牌供应商通过协商确定采购价格，再通过电商平台确定的销售价格或者最终用户购买的销售价格，赚取购销价差收益。	电商平台销售产品，主要为家电和美妝产品。 如：与合肥荣事达小家电有限公司签订《炊具系列产品京东商城自营平台独家经销商》，与广东长虹日电科技有限公司签订《长虹日电产品电商销售合同（长虹日电集成灶）》。

(二) 在第八节披露各项服务或产品收入确认的具体依据

大数据营销及运营收入：公司与客户签订的大数据营销及运营服务合同一般包含一定期限内的运营服务和项目服务。对于一定期限内的运营服务，公司与客户签订一定期限（一般为一年、9个月、6个月）的运营服务合同，合同约定在此期限内的结算周期（每月或每季）和服务费金额，公司按合同约定提供服务，在每一结算周期末经客户验收后，根据客户确认的验收证明确认收入；对于项目服务合同，一般包含若干项可拆分、可独立验收的具体服务项目，每个具体服务项目结束后，公司收到客户确认的验收证明时予以确认收入。

数字媒体投放收入：当完成合同约定的服务后，收到客户确认的验收证明时予以确认收入。

电商运营收入：公司与供应商签订采购协议，将采购的货物销售给电商平台，客户验收确认后，根据电商平台提供的销售证明确认收入。

技术开发服务收入：在技术开发服务完成、经客户确认后，根据客户确认的验收证明一次性确认为收入的实现。

（三）未来采用新收入准则对发行人财务报表的影响并在风险因素中予以揭示

2017年7月，财政部发布了财会【2017】22号文，对《企业会计准则第14号——收入》（以下简称“新收入准则”）进行了修订，改变了收入确认的模式和理念。

新收入准则将分三步骤实施。在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自2018年1月1日起施行；其他境内上市企业，自2020年1月1日起施行；执行企业会计准则的非上市企业，自2021年1月1日起施行。同时，允许企业提前执行。

根据新收入准则，其修订的主要内容如下：（1）将现行收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型；（2）以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准；（3）对于包含多重交易安排的合同的会计处理提供更明确的指引；（4）对于某些特定交易（或事项）的收入确认和计量给出了明确规定。

新收入准则下，对发行人收入的核算影响如下：

业务类型	项目	现行收入确认政策	新收入准则规定	是否存在差异
大数据营销及运营收入 数字媒体投放收入 技术开发服	收入类型	提供劳务收入	某一时点履行	不存在
	确认方法	成果交付并收到客户验收确认时确认收入	在客户取得相关商品控制权时点确认收入	不存在

业务类型	项目	现行收入确认政策	新收入准则规定	是否存在差异
务收入				
大数据营销及运营收入	收入类型	提供劳务收入	某一时段内履行	不存在
	确认方法	一定期限内的成果交付并收到客户验收确认时确认收入	项目已验收的工作量占项目总工作量的比例	不存在
电商业务	收入类型	销售商品收入	某一时点履行	不存在
	确认方法	商品交付并收到客户验收确认时确认收入	在客户取得相关商品控制权时点确认收入	不存在

综上，按照新收入准则的规定，公司评估了主要业务类型收入的确认和计量、核算和列报等方面，公司的收入确认时点满足新收入准则规定的将产品控制权转移至客户时（客户验收合格），如果未来采用新收入准则，对公司财务报表无重大影响。

（四）新收入准则对发行人财务报表的影响风险

按照新收入准则的规定，公司评估了主要业务类型收入的确认和计量、核算和列报等方面，公司的收入确认时点满足新收入准则规定的将产品控制权转移至客户时（客户验收合格），如果未来采用新收入准则，对公司财务报表无重大影响。但由于该判断具有主观性，并且发行人尚未真正执行新会计准则，因此特此提醒投资者关注该风险。

（五）区分各业务披露在手合同或订单及其完成量的相关情况

1、在手合同或订单及其完成量的相关情况

项目	2018 年	2017 年	2016 年
合同订单金额（元）	175,214,897.48	151,291,405.04	161,697,353.12
合同订单数量（个）	427	391	438
结转收入（元）	305,677,256.94	179,640,695.90	159,513,458.72
期末在手订单金额（元）	91,256,817.74	47,267,131.24	16,995,658.37
期末在手订单数量（个）	57	46	46

报告期各期末在手订单全部为大数据营销及运营、技术开发服务的项目（该二项业务由于签订合同时常常绑定在一个框架合同或服务协议中，因此难以准确区分每项业务的在手订单情况），2018 年末在手订单没有数字媒体投放及电商业务。

报告期各期，公司签订的合同订单金额未出现明显增加，主要是由于承接业务时，部分客户签订未约定具体金额的框架性合同所致。

报告期内各期末，发行人在手订单金额逐年增加。期末在手订单为已签订尚未

执行完毕的合同，除此之外还存在已经中标但尚未签订合同、以及签订未约定具体金额框架性合同的情形。

（六）如何区分可拆分、可独立验收的具体服务项目，是否在合同中予以明确约定

对于可拆分、可独立验收的具体服务项目，是指企业客户一般在合同中只初步约定发行人需提供的服务类型和总体框架项目内容，但并未明确具体服务项目的的工作量和金额。而常常是在后期项目的具体规划和执行过程中，在该总体框架下拆分为多个可独立计价的子项目，发行人会根据每个子项目的具体服务内容和工作量再来明确服务金额。

以发行人与家乐福（中国）管理咨询服务有限公司签订的《2017 年家乐福中国第三方移动支付项目数字商业服务框架合同》为例：合同中约定，由发行人提供面向家乐福第三方移动支付项目相关的策略与咨询、数字化营销整合传播（含数字化营销相关设计、内容制作、数字媒体购买与投放）、移动营销整合推广与落实实施（含品牌 APP 的营销推广、移动媒介购买与投放、相关技术开发及硬件提供）、第三方合作沟通、数字技术开发应用与运营维护、数字营销监理、相关数据服务。但合同中未对服务金额进行具体约定。在服务执行过程中，发行人根据家乐福中国具体服务需求，策划各个阶段的项目服务方案并制定对应价格，各个阶段项目完成后根据客户确认的验收单据进行各具体服务收入的确认。即发行人在服务执行过程中，根据客户的需求完成各项具体服务，客户确认的验收单上对各项服务进行分项验收和单独计价。

（七）数字媒体投放业务和电商运营业务中发行人为主要责任人的依据，按全额法确认收入是否符合企业会计准则的相关规定

发行人收入确认是按全额法还是净额法，主要是依据《企业会计准则第 14 号——收入》（2007 年实施）第四条中“企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方”来进行判断。

《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南中对“商品所有权上主要风险和报酬转移的判断”进行了如下界定：

“（一）企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，是指与商品所有权有关的主要风险和报酬同时转移。与商品所有权有关的风险，是指商品可能

发生减值或毁损等形成的损失；与商品所有权有关的报酬，是指商品价值增值或通过使用商品等产生的经济利益。

（二）判断企业是否已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，应当关注交易的实质，并结合所有权凭证的转移进行判断。

通常情况下，转移商品所有权凭证并交付实物后，商品所有权上的主要风险和报酬随之转移，如大多数零售商品。某些情况下，转移商品所有权凭证但未交付实物，商品所有权上的主要风险和报酬随之转移，企业只保留了次要风险和报酬，如交款提货方式销售商品。有时，已交付实物但未转移商品所有权凭证，商品所有权上的主要风险和报酬未随之转移，如采用支付手续费方式委托代销的商品。”

在判断收入确认应当采用全额法还是净额法时，需要分析公司在交易中所处的地位，即其自身是否构成交易的一方，并直接承担交易的后果；还是仅仅在交易双方之间起到居间或代理作用，仅仅就其提供服务收取居间佣金或代理服务费，而并不承担交易的后果。也就是，公司与供应商之间的交易是否为独立于公司与销售客户之间的交易的另一项交易，是否承担了所交易的商品或服务的所有权上的主要风险和报酬。

因此，交易的独立性是判断收入方法选择的重要依据和重点，特别对于发行人这种互联网和大数据营销企业而言，是不是真正的独立于媒体（供应商）和广告主（客户），是否承担了整个营销推广服务的主要风险和报酬，就需要结合公司在交易中身份、主要合同条款和承担的信用风险、核心服务的定价自主权等交易要素，并根据会计准则和应用指南做出准确的判断。

1、公司数字媒体投放业务全额法的判断和确认依据

（1）发行人是履约义务的首要责任人

博拉网络获得供应商广告资源后，利用大数据算法和技术自动为客户提供精准目标受众的定向广告投放，供应商仅为博拉网络提供广告投放平台，博拉网络需根据客户需求为客户制定投放策略。

博拉网络与供应商、客户分别签订不同的采购合同及营销服务合同，在与供应商、客户的关系中，公司负有向客户提供技术推广服务的首要责任，包括确保所提供的服务可以被客户所接受，独立于供应商（媒体资源方），其自身构成了交易的一方并直接承担交易的后果。

（2）发行人能够自主决定所交易的服务价格

博拉网络会根据为客户提供不同服务内容分别制定相应的服务价格，同时也会综合考虑客户的规模、广告投放内容等制定相应的服务价格，在确定服务价格时，博拉网络有自主决定权。

（3）发行人在数字媒体投放中存在改变或自行提供部分服务

博拉网络获得供应商广告资源后，利用大数据算法和技术自动为客户提供精准目标受众的定向广告投放，供应商仅为博拉网络提供广告投放平台，博拉网络需根据客户需求为客户制定投放策略。具体流程如下：

投放前：结合对企业目标受众群体基本属性的洞察和既往媒体投放的经验，分析提炼目标人群特征，与企业或数字媒体的用户数据多维度画像标签（年龄、地理位置、兴趣爱好、消费习惯、社会关系链等）进行精准匹配，针对性地为企业客户制定投放方案（投放渠道、投放人群、投放时间、投放内容和形式、投放价格等），以实现精准投放的目的。

投放中：实时监测和分析反馈投放效果数据，不断优化投放人群画像标签和投放策略等；

投放后：进行投放方案、投放效果和投放渠道的及时价值评估，形成多维分析报告为下一次投放提供数据优化支撑；不断累积、扩增通过媒体投放效果转化的精准用户数据资产，实施分类管理，丰富用户画像标签，关联企业客户关系管理系统，激发更多数据增值效应。

（4）发行人承担了源自客户或供应商的信用风险

根据采购合同约定，博拉网络需采用预付费方式，需提前打款给供应商；根据销售合同约定，博拉网络需先行垫付，客户一般在次月 10 号或 15 号前完成上个月充值金额回款。博拉网络采购和销售均签署相对独立的订单，结算方式独立，支付时点不相关。因此，博拉网络分别承担了来自供应商的付款结算义务，以及来自客户的应收账款结算的信用风险；产生的应收账款债权与对供应商产生的应付账款债务相互独立，应收账款债权产生坏账准备并不影响公司偿还债务的义务，独立承担信用风险。

综上，博拉网络数字媒体投放业务模式符合《企业会计准则第 14 号—收入》和应用指南的相关规定，即公司根据客户广告需求，利用大数据算法和技术为客户制

定投放策略；同时，公司承担向客户提供专业服务的主要责任、公司有权自主决定提供服务的价格并承担了相关信用风险，故博拉网络数字媒体投放业务采用全额法较为合适。

2、公司电商运营业务全额法的判断和确认依据

（1）发行人是履约义务的首要责任人

电商运营业务具体实现形式是公司作为主体，以买断形式从供应商采购商品，再将商品直接销售给特定电商平台或将商品通过特定电商平台实现对最终客户的销售。

公司根据签订的合同约定要求，向供应商采购符合质量、规格要求的商品，交付给终端客户，确保产品符合合同要求；如果产品质量和规格达不到客户的要求，公司负有换货、退货和赔偿损失义务。因此公司承担向客户转让商品的主要责任，是合同的首要的义务人。

（2）发行人能够自主决定所交易的商品价格

公司向供应商采购商品的价格、规格、质量、付款条件，以及向客户销售商品的价格、规格、质量、付款条件，均是按照自身利益最大化，以市场原则独立谈判的结果，按照市场公允价格进行的交易。

（3）发行人承担商品相关的主要风险和报酬

自上游供应商按照合同约定交付商品给公司直至商品销售给客户之前，商品价格变动增值、减值和毁损风险均由公司独立享有或承担，与他方无关；公司承担了与商品相关的主要风险和报酬。

（4）发行人承担了源自客户或供应商的信用风险

公司对供应商的采购款负有自主支付义务，对下游客户的销售货款独立拥有收款权，自主选择信用政策，承担货款无法收回等信用风险。

综上，博拉网络电商业务模式符合《企业会计准则第 14 号—收入》和应用指南的相关规定，即公司按照自身利益最大化为原则，根据最终客户的需求，购买合适的商品，并承担商品价格变动增值、减值和毁损风险；同时，公司有权自主决定商品的价格并承担了相关信用风险，故博拉网络数字媒体投放业务采用总额法较为合适。

（八）营销及运营收入中，运营服务和项目服务的具体区别，区分不同服务说

明销售收入和客户数量的具体情况

营销及运营服务细分为运营服务和项目服务，具体情况如下：

运营服务：该服务系发行人在整个服务期内，需要向客户持续提供的、例行的、相对固定的服务内容，例如每月的企业信息监测和数据分析报告、企业自媒体的日常托管运营、会员系统的数据管理和运营等，通常专门与客户签订一定期限（一般为一年、9个月、6个月）的运营服务合同，合同约定在此期限内的结算周期（每月或每季）和服务费金额，公司按合同约定提供服务，在每一结算周期末经客户验收后，予以确认收入。如发行人与广州雅锦房地产开发有限公司签订的《雅居乐地产双微年度托管项目数字商业服务协议》，约定发行人为“雅居乐地产”官方双微提供日常内容运营及托管服务，服务周期为2018年7月1日起至2019年6月30日止。合同中有明确的固定服务金额。

项目服务：根据客户在特定时间阶段，或是针对特定事件而策划和执行的项目服务。如中秋节日促销活动、新车上市的精准集客活动等。

单位：万元、个

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	客户数量	销售收入	占比	客户数量	销售收入	占比	客户数量	销售收入	占比
运营服务	36	1,983.25	12.45%	40	1,631.65	12.88%	24	1,256.13	12.08%
项目服务	184	13,952.63	87.55%	164	11,033.02	87.12%	164	9,143.39	87.92%
合计	220	15,935.87	100.00%	204	12,664.67	100.00%	188	10,399.53	100.00%

由于部分客户同时存在运营服务和项目服务，因此上述表格客户合计数量存在部分重合。

报告期内，发行人的运营服务和项目服务销售收入均呈现一定的增长。

（九）发行人客户家乐福存在直接和间接销售的原因，不同销售模式下销售产品或提供服务的内容是否存在差异

2018年下半年，根据家乐福法国总部的统一经营调整，包括家乐福中国在内的全球家乐福体系均需通过其营销策略总服务商法国阳狮广告集团开展营销活动，发行人也需纳入阳狮广告有限公司的供应商库而间接为家乐福中国提供服务。2018年正处在家乐福的直接供应商体系交替过程中，上半年由发行人直接提供服务，下半年由发行人通过阳狮广告有限公司间接为家乐福提供服务。

上述销售模式调整前后，公司对家乐福提供的服务内容没有实质性差异。只是在不同时间段提供服务的具体内容，根据家乐福的实际需求而定，不尽相同，与上述销售模式的调整没有必然联系。

（十）技术开发服务客户数量下降但销售收入上升的原因，是否存在客户流失的风险

项 目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
技术开发服务收入	金额（万元）	6,006.56	5,299.40	5,551.82
	变动比例	13.34%	-4.55%	—
客户数量	个数	96	101	112
	变动比例	-4.95%	-9.82%	—

技术开发服务主要是公司通过自有的技术研发团队，根据客户需求，定制开发大数据应用系统。

公司技术开发服务的客户可以简单分为两类，一类是整合服务中包含有技术开发需求的客户，一类是有单纯技术开发服务需求的客户，两者比例大致相当。公司提供的技术开发服务主要集中在数据挖掘及分析系统、精准营销系统、用户数据管理系统、电商服务系统等具有技术优势的领域。

2018 年公司主要集中精力对大型客户的大型项目进行技术开发，提高了平均单个客户的收入金额。虽然客户数量减少 5 个，但总的技术开发服务收入增加了 707.16 万元，说明公司具有良好的技术能力支持大客户、大项目的技术开发。客户数量的微小变化属于正常的经营波动，公司不存在客户流失的重大风险。

（十一）不同业务类型各季度收入的情况，说明 2018 年第四季度大幅上升的原因

1) 2016 年不同业务类型各季度收入

单位：万元

项目	2016 年度				
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
大数据营销及运营收入	1,239.99	3,020.20	3,635.62	2,503.72	10,399.53
技术开发服务收入	629.18	1,501.15	1,008.75	2,412.74	5,551.82
其他业务收入				0.20	0.2

项目	2016 年度				
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
合计	1,869.16	4,521.35	4,644.37	4,916.67	15,951.55

2) 2017 年不同业务类型各季度收入

项目	2017 年度				
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
大数据营销及运营收入	2,265.10	3,929.09	3,624.09	2,846.39	12,664.67
技术开发服务收入	190.02	1,498.55	1,734.49	1,876.34	5,299.40
合计	2,455.13	5,427.63	5,358.57	4,722.74	17,964.07

3) 2018 年不同业务类型各季度收入

项目	2018 年度				
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
大数据营销及运营收入	2,071.64	4,043.28	4,885.50	4,935.46	15,935.87
数字媒体投放	426.87	1,644.38	1,812.18	3,968.14	7,851.56
电商业务	-	133.69	168.30	471.75	773.73
技术开发服务收入	887.02	1,303.10	1,754.57	2,061.86	6,006.56
其他业务收入				109.96	109.96
合计	3,385.53	7,124.45	8,620.54	11,547.16	30,667.68

1) 同比分析:

公司近三年业务收入都具有明显的季节性特征，其中三、四季度是公司收入确认高峰期，主要是由于上半年特别是一季度节假日较多，大多数客户在该阶段主要是制定年度总体策略、比稿竞标和执行开始初期，上半年直接完工项目相对较少，而在二季度之后特别是下半年进入项目实施和执行的高峰阶段，也是客户需求最为旺盛的阶段，较多项目通常在下半年执行完毕，因此公司收入主要体现在下半年特别是第四季度，2018 年仍沿续了该季节性特征。

2018 年四季度营业收入较上年同期增加 6,824.43 万元，增幅 144.50%，增长主要来自大数据营销及运营、数字媒体投放两个板块，主要原因：

第一、2018 年四季度大数据营销及运营较上年同期增加 2,089.07 万元，增长 73.39%，主要来自客户业务量的增长，以比亚迪（比亚迪汽车销售有限公司和比亚迪汽车工业有限公司）为例，2018 年四季度，来自比亚迪的大数据营销及运营服务

收入合计 1,345.08 万元，较上年同期增加 1,214.82 万元，增长 932.62%；以长安福特汽车有限公司（含销售分公司）为例，2018 年四季度，来自长安福特的大数据营销及运营服务收入合计 425.68 万元，较上年同期增加 379.80 万元，增长 827.96%。

第二，公司 2018 年增加了数字媒体投放和电商运营收入，这两个新增业务板块于 2018 年第四季度实现收入 4,439.89 万元，也是导致 2018 年第四季度整体收入较上年同期大幅增加的主要原因。

2) 环比分析：

2018 年四季度收入较三季度增加 2,926.62 万元，增长 33.95%，主要来自于数字媒体投放和电商运营业务的增长，这是由于四季度适逢各厂商客户包括双十一等在内的年终促销高峰来临，而数字媒体投放和电商服务的主要客户本来就是以电商、新零售客户为主，客户在四季度的投入迅速进入高峰期，因此导致四季度这两个业务板块的收入较前面几个季度实现了大幅增长。以广东信翔信息科技有限公司为例，广东信翔信息科技有限公司四季度广告投放较三季度增加了 828.30 万元，增长 164.59%。

【核查过程及方法】

①访谈发行人高级管理人员及财务人员，了解数字媒体投放业务和电商运营业务的业务模式；了解收入及客户变化的具体原因；了解收入存在季节性变化的特点；

②了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行的有效性；

③获取发行人报告期内销售收入台账，抽查数字媒体投放业务和电商运营业务合同，查看合同主要条款，包括服务内容、合同价款、结算方式、双方的权利义务等相关内容；

④查阅 2017 年 7 月财政部修订公布的《企业会计准则第 14 号-收入》及 2018 年公布的《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南，根据发行人业务模式分析及复核新收入准则对发行人财务报表的影响；

⑤获取发行人收入明细账，按客户名称、收入类型进行分类，获取报告期内运营项目收入、项目收入明细，进行报告期营销及运营收入、客商数量变动对比分析；

⑥获取 2018 年、2017 年技术开发服务收入销售台账，进行技术服务收入、客商数量变动对比分析；

⑦获取发行人报告期各期财务报表，分析复核发行人分季度收入核算过程及各

季度收入变化的原因；

⑧对 2018 年收入执行截止性测试，通过抽查公司报告期前 30 天、后 60 天，且金额大于 10 万元的客户签收单进行查看，以确定销售是否存在跨期现象；

⑨查验 2019 年期后回款记录，检查是否存在收入冲回或坏账核销的情况；

⑩实地走访家乐福、上海阳狮广告，获取发行人与家乐福、上海阳狮广告签订的合同、验收证明、银行回款单等，查看发行人与该两家客户合同的异同。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：对于可拆分、可独立验收的具体服务项目，是指企业客户一般在合同中只初步约定发行人需提供的服务类型和总体框架项目内容，并未明确具体服务项目的工作量和金额；数字媒体投放业务和电商运营业务中发行人承担向客户转让商品的主要责任、承担了主要风险和报酬、公司有权自主决定所交易商品的价格并承担了相关信用风险，按全额法确认收入符合企业会计准则的相关规定；发行人客户家乐福存在直接和间接销售是由于客户自身经营调整，发行人对家乐福提供的服务内容没有实质性差异；技术开发服务客户数量及收入上下波动属于正常现象，由于客户之间存在较大个体差异，客户数量与收入不存在必然联系，不存在客户流失的风险；2018 年第四季度收入大幅上升主要是受营销及运营、数字媒体投放两个板块业务增加所致。

28.招股说明书披露，报告期内，发行人营业成本金额分别为 7,265.23 万元、8,204.63 万元和 20,192.04 万元。

请发行人按照重要性原则和《格式准则》的要求并结合下述说明事项对招股说明书进行修订。

请发行人说明：（1）按照重要性水平标准，区分营销及运营、数据技术开发等业务说明各期主要客户对应项目成本的主要构成，说明成本收入是否匹配；（2）按网页、图片或视频等计量单位分析网络内容的设计和制作的构成及变动原因，与主要客户及项目的对应关系，说明 2017 年大幅上升而 2018 年大幅下降的原因；（3）按单位采购价格和采购数量分析网络内容发布服务的构成及变动原因，与主要客户及项目的对应关系，尤其是 2018 年大幅上升的原因及合理性；（4）线下活动执行的具体业务内容，包括但不限于活动名称、活动地点、活动支出金额和活动参加人数，与主要客户及项目的对应关系，发行人建立对线下活动进行管理的内部控制制

度及措施，2018 年度出现大幅增长的原因；（5）数据技术开发的具体业务内容，与各项目产品或服务之间的对应关系，分析数据技术开发外购服务 2017 年下降和 2018 年大幅上升的原因；（6）什么是程序化购买，数字媒体投放单位采购价格和数量情况，说明单位采购价格与第三方市场价格是否存在显著差异及原因；（7）电商业务中外购服务的具体内容，销售的主要产品单位价格和数量，与第三方市场价格是否存在显著差异及原因；（8）报告期内营业成本各板块中人工成本的薪酬总额、人数、人均薪酬情况，结合各项目的工时和参与人数说明发行人人工成本的核算过程，比较同行业上市公司以及当地同行业薪酬水平说明人均成本的合理性，是否存在压低人工成本的情形。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）按照重要性水平标准，区分营销及运营、数据技术开发等业务说明各期主要客户对应项目成本的主要构成，说明成本收入是否匹配

选取报告各期前十大客户的主要项目对应成本的主要构成分析收入成本的匹配性，报告各期选取金额及占比如下：

单位：万元

年份	收入	占比	外购成本	占比
2018 年	14,165.30	46.34%	8,593.12	51.64%
2017 年	7,873.35	43.83%	2,566.73	47.52%
2016 年	7,541.03	47.28%	1,897.33	41.01%

对应项目具体明细如下：

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
2016 年度			
长安福特汽车有限公司	营销及运营	4,606,473.71	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	795,013.00	技术开发
	营销及运营	3,282,606.19	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
	技术开发	535,674.00	技术开发
	营销及运营	3,371,864.15	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	554,898.00	技术开发
	营销及运营	2,702,885.79	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	599,001.00	技术开发
家乐福（中国）管理 咨询服务有限公司	营销及运营	6,110,088.77	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	3,262,939.94	技术开发
	营销及运营	2,040,566.02	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	1,578,622.64	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	261,000.00	技术开发
北京世界星辉科技有 限责任公司	营销及运营	2,122,273.59	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	1,826,415.09	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	849,056.60	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
趣游时代（北京）科 技有限公司	营销及运营	799,897.35	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
	技术开发	42,680.00	技术开发
	营销及运营	471,698.10	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
四川长虹电器股份有限公司	技术开发	693,207.52	技术开发
	营销及运营	566,037.74	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	369,139.90	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	48,500.00	技术开发
四川虹微技术有限公司	营销及运营	2,352,830.13	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	100,000.00	技术开发
绵阳科技城大数据技术有限公司	技术开发	3,962,264.07	技术开发
重庆长安汽车股份有限公司	技术开发	2,005,518.87	技术开发
	营销及运营	1,698,900.00	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	1,740,600.00	技术开发
	营销及运营	906,299.05	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
鲁中汇源食品饮料有限公司	营销及运营	3,986,113.03	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	712,000.00	技术开发
哈尔滨汇源食品饮料有限公司	营销及运营	1,768,867.85	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
东风裕隆汽车销售有限公司	营销及运营	1,346,739.60	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	1,353,000.00	技术开发
	营销及运营	2,054,260.57	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	1,420,000.00	技术开发
香港国际主题乐园有限公司	营销及运营	3,543,613.92	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	1,100,120.50	技术开发
	营销及运营	1,122,819.70	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	234,651.00	技术开发
重庆汽摩交易所有限公司	营销及运营	1,749,290.07	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	2,293,884.42	技术开发
华晨鑫源重庆汽车有限公司	营销及运营	1,324,528.26	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	1,028,016.69	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	115,400.00	技术开发
2017 年度			
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	营销及运营	2,144,468.30	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	2,094,339.63	网络内容的设计和制作

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
			网络内容发布
			线下活动
			网络内容的设计和制作
	营销及运营	10,670,926.52	网络内容发布
			线下活动
	技术开发	2,509,180.05	技术开发
四川长虹电器股份有限公司	营销及运营	1,963,207.55	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	206,603.77	技术开发
	营销及运营	1,886,792.48	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	1,415,094.31	技术开发
	营销及运营	2,018,867.84	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	198,113.21	技术开发
四川虹微技术有限公司	营销及运营	367,274.34	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
北京汇源食品饮料有限公司	营销及运营	2,452,830.18	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	2,830,188.60	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
宁夏汇源饮料有限公司	营销及运营	2,992,830.19	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	309,056.60	技术开发
重庆长安铃木汽车有	营销及运营	8,140,566.04	网络内容的设计和制作

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
限公司			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	35,849.06	技术开发
	营销及运营	62,220.75	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
上海奔越广告有限公司	营销及运营	6,453,750.02	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
上海蓝瀚广告有限公司	技术开发	501,000.00	技术开发
	营销及运营	21,320.75	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	312,679.25	技术开发
	营销及运营	501,000.01	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
重庆长安汽车股份有限公司	营销及运营	698,113.21	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	943,396.20	技术开发
	技术开发	1,367,924.53	技术开发
	技术开发	905,660.38	技术开发
重庆长安车联科技有限公司	营销及运营	826,179.23	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	179,450.00	技术开发
	营销及运营	194,528.30	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	营销及运营	6,102,432.07	网络内容的设计和制作
			网络内容发布

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
			线下活动
	技术开发	854,450.00	技术开发
香港国际主题乐园有限公司	营销及运营	3,661,255.70	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	2,199,244.00	技术开发
	营销及运营	679,799.00	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	245,000.00	技术开发
长安福特汽车有限公司	营销及运营	3,437,336.69	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	210,146.23	技术开发
	营销及运营	433,962.28	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	400,899.99	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	628,196.23	技术开发
重庆力帆汽车销售有限公司	营销及运营	226,415.09	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	2,382,075.46	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
重庆力帆喜生活摩托车销售有限公司	营销及运营	283,018.86	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	566,037.73	网络内容的设计和制作
			网络内容发布

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
	营销及运营	264,150.94	线下活动
			网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
重庆裕途商贸有限公司	营销及运营	660,377.35	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	235,849.05	技术开发
重庆力帆实业(集团)进出口有限公司	营销及运营	59,433.96	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
2018 年度			
重庆长安汽车股份有限公司	营销及运营	10,537,789.24	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	3,301,886.70	技术开发
	营销及运营	2,358,490.56	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	850,687.74	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	1,979,500.89	技术开发
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	营销及运营	1,047,169.80	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	1,288,718.80	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	9,203,473.30	技术开发
数字媒体投放	13,416,929.33	数字媒体投放	
比亚迪汽车销售有限	营销及运营	1,555,630.17	网络内容的设计和制作

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
公司			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	2,462,264.08	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	1,946,037.73	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
比亚迪汽车工业有限公司	营销及运营	6,848,192.39	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	1,320,754.69	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
阳狮广告有限公司	营销及运营	5,350,035.60	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	5,062,661.68	技术开发
	数字媒体投放	8,849,056.60	数字媒体投放
广东信翔信息科技有限公司	数字媒体投放	17,309,219.59	数字媒体投放
上海衣页信息科技有限公司	数字媒体投放	14,910,422.14	数字媒体投放
上海奔越广告有限公司	营销及运营	7,072,435.03	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	1,065,094.33	技术开发
上海蓝瀚广告有限公司	营销及运营	56,603.77	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	932,830.16	技术开发
	营销及运营	3,358,139.96	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
长安福特汽车有限公司	营销及运营	1,738,983.94	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	1,424,528.27	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	3,481,132.08	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
四川长虹电器股份有限公司	营销及运营	3,803,735.85	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	754,716.96	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	849,056.60	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
上海合印网络科技有限公司	数字媒体投放	7,516,791.29	数字媒体投放

上述表格中，发行人单个客户的项目名称、对应成本金额、毛利额、毛利率已申请豁免披露。

通过上表可以看出，发行人根据不同业务类型、同一业务类型不同客户及同一客户的不同需求采购的服务内容也有所不同，发行人建立了外购服务管理系统，对外购服务按项目进行归集核算，收入成本具有匹配性。

（二）按网页、图片或视频等计量单位分析网络内容的设计和制作的构成及变动原因，与主要客户及项目的对应关系，说明 2017 年大幅上升而 2018 年大幅下降的原因

1、按网页、图片或视频等计量单位分析网络内容的设计和制作的构成及变动原因

单位：万元、%

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
----	---------	---------	---------

	数量	金额	金额增幅	数量	金额	金额增幅	数量	金额
常规营销稿件创作（篇）	6,965	162.99	-56.88	16,605	377.97	-25.53	26,023	507.54
垂直媒体新闻稿创作（篇）	1,384	78.14	-44.27	2,387	140.21	-34.86	3,625	215.26
精华营销稿件创作（篇）	462	84.08	-67.79	1,512	261.00	69.78	1,140	153.73
摄影摄像拍摄制作（个）	230	554.19	-12.25	147	631.56	318.22	39	151.01
图片设计（海报、漫画、手绘、长图等）（次）	754	139.01	-20.20	817	174.19	159.75	444	67.06
H5 设计（次）	15	18.60	91.36	23	9.72	—	—	—
翻译（千字）	16	3.37	193.04	3	1.15	—	—	—
其他	—	44.13	—	—	—	—	—	3.40
合计	—	1,084.51	-32.04	—	1,595.80	45.34	—	1,098.00

2、与主要客户及项目的对应关系

上述相关回复内容，发行人已申请豁免披露。

3、2017 年大幅上升而 2018 年大幅下降的原因

2017 年网络内容的设计和制作金额为 1,595.80 万元，较 2016 年的 1,098.00 万元增加 497.80 万元，主要系 2017 年摄影摄像拍摄制作增加 480.55 万元所致。随着 4G 网络的普及，互联网和大数据应用迅猛发展，加上视频网站和短视频等媒体模式的兴起，导致公司 2017 年的视频制作数量和金额同步增加。此外，随着各类自媒体的发展，其内容配图的数量和制作费用也有所增加，而传统的营销和新闻类稿件创作逐步减少（原因同 2018 年的分析）。

2018 年网络内容的设计和制作金额为 1,084.51 万元，较 2017 年 1,595.80 万元减少 511.29 万元，主要系 2018 年营销稿件类创作减少 391.90 万元所致。原因主要有二个：第一，公司为许多客户提供了官方自媒体内容运营和数据管理服务。随着报告期内自媒体模式的演变发展，自媒体热点从微博向微信、短视频等演变，自媒体内容发布更新频次发生明显改变（例如微博以前通常每天定时更新 3-8 篇不等，而微信服务号则限定每周只能发布一次，微信订阅号限定每天发布一次），稿件创作数量相应随之减少；第二，随着社交网络的迅速发展，网络用户更关注真实用户体验分享类型的内容，此类稿件可促发更好的传播、集客和口碑效果。而且公司在 2018 年 O2O 线上线下相结合的营销项目也明显增多，因此公司对内容营销策略也做出相应

调整，通过各类线上线下活动鼓励和激发用户更多地参与各种消费体验和分享类作品，在各类社交网络中形成自发性的转载传播，而相应减少自主制作的其他评测、评论类的营销稿件创作。

此外，为更好地控制采购成本，2018 年公司对视频制作时间有所要求：2016、2017 年的视频主要是以长视频为主，2018 年增加短视频。由于短视频的价格相对便宜，因此 2018 年公司摄影摄像拍摄制作采购数量增加的同时支付金额却相应减少。

（三）按单位采购价格和采购数量分析网络内容发布服务的构成及变动原因，与主要客户及项目的对应关系，尤其是 2018 年大幅上升的原因及合理性

1、按单位采购价格和采购数量分析网络内容发布服务的构成及变动原因

单位：万元

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	数量	金额	单价	数量	金额	单价	数量	金额	单价
KOL 自媒体发布（篇）	2,175	2,716.41	1.2489	1,885	1,401.20	0.7433	1,618	622.00	0.3844
社交网络发布（篇）	198,821	1,036.56	0.0052	167,063	684.96	0.0041	73,283	234.51	0.0032
垂直媒体内容发布（次）	24	799.12	33.2967	16	618.78	38.6738	27	1,040.85	38.5500
门户网站新闻推荐（篇）	19,278	558.25	0.0290	10,396	295.56	0.0284	15,169	447.96	0.0295
其他	—	—	—	—	1.20	—	—	—	—
合计	—	5,110.34	—	—	3,001.70	—	—	2,345.32	—

报告期内，网络内容发布分项目采购金额变化如下：

单位：万元、%

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额增幅	金额	金额增幅	金额
KOL 自媒体发布	2,716.41	93.86	1,401.20	125.27	622.00

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额增幅	金额	金额增幅	金额
社交网络发布	1,036.56	51.33	684.96	192.08	234.51
垂直媒体内容发布	799.12	29.14	618.78	-40.55	1,040.85
门户网站新闻推荐	558.25	88.88	295.56	-34.02	447.96
其他	—	—	1.20	—	—
合计	5,110.34	70.25%	3,001.70	27.99%	2,345.32

随着互联网用户逐渐向移动社交网络和自媒体靠拢，发行人通过 KOL 自媒体和社交网络进行内容发布的投入数量和金额越来越大，同时由于该类资源的影响力与日俱增，采购单价也呈逐年上升趋势；此外，垂直媒体和门户网站投放数量与客户需求密切相关，因此报告期内呈现一定波动，但总体采购价格比较平稳。

2、与主要客户及项目的对应关系

上述相关回复内容，发行人已申请豁免披露。

3、2018 年大幅上升的原因及合理性

2016 年至 2018 年网络内容发布的金额为 2,345.32 万元、3,001.70 万元和 5,110.34 万元，增加的主要原因为 KOL 自媒体发布和社交网络发布增加，具体如下：

随着移动和社交网络的迅速发展，基于社交网络的大数据采集和传播在企业营销中发挥了越来越重要的作用，所以众多企业厂商都大幅增加了在社交网络媒体（专业社区/WIKI/短视频/社交电商等）上的投入；同时，具备较大影响力且粉丝流量较大的各类 KOL 自媒体已迅速成为企业营销投放的热点，投放数量和金额逐年增长。

在 KOL 自媒体发布中，头部效应也愈发明显，营销投入也逐步向影响力更大的头部 KOL 自媒体（惯指位于金字塔顶部的粉丝流量巨大的那部分 KOL）倾斜和集中，所以投放单价也呈现快速上涨的势头，相应导致 KOL 自媒体投放总额的快速上升。这是造成公司 2018 年网络内容发布成本上升的最主要原因。

（四）线下活动执行的具体业务内容，包括但不限于活动名称、活动地点、活动支出金额和活动参加人数，与主要客户及项目的对应关系，发行人建立对线下活动进行管理的内部控制制度及措施，2018 年度出现大幅增长的原因

线下活动执行是公司整合营销服务、E-CLUB 电子会员服务的部分组成。在公司的部分整合营销项目中，有可能涉及线上线下结合的部分执行内容。公司在实施 O2O

导流(将线上流量引导至线下实体销售)、组织线上会员参加厂商的线下用户活动时, 均会涉及线下活动的部分执行工作。主要包括线下活动场地租赁、场地布置、物料购买、差旅费用等。

1、2016 年主要线下活动（单项活动金额大于 10 万元的活动）明细：

客户名称	项目名称	活动名称	活动地点	活动支出金额 (元)	活动参加 人数 (个)
北京世界星辉 科技有限责任公司	星耀 360 全景 颁奖盛典粉丝 运营活动	星耀 360	上海	1,698,113.16	2,000
	360 游戏《奇迹 重生》数字营 销项目	校 园 校 花 记	北京	245,839.81	100
重庆长安汽车 股份有限公司	长安欧尚社交 平台运营活动	长 安 欧 尚 自驾活动	西安——青 海湖-额济 纳旗—西安	113,917.48	40
鲁中汇源食品 饮料有限公司	汇源 2016 年第 二季度数字营 销项目	汇 源 芒 果 星 球 新 品 上市	北京	138,293.10	50
合计				2,196,163.55	

2、2017 年主要线下活动（单项活动金额大于 10 万元的活动）明细：

客户名称	项目名称	活动名称	活动地点	活动支出金额 (元)	活动参加 人数 (个)
比亚迪汽车销 售有限公司	比亚迪王朝 系列金秋自 驾游公关传 播服务	比 亚 迪 大 西 北 环 线 之旅	西宁	608,815.72	65
宁夏汇源饮料 有限公司	汇源 2017 年 春节线上营 销项目	鲜 果 原 线 下 新 品 上 市	北京	100,961.16	100
重庆长安铃木 汽车有限公司	数 字 营 销 服 务	长 安 铃 木 车 友 会 西 安 自 驾 活 动	西安一天 水—汉中	131,384.00	45
东风标致雪铁 龙汽车销售有 限责任公司	东风雪铁龙 网络信息监 测分析及整 合数字营销 项目	车 友 会 活 动	上海	127,732.63	100
香港国际主题 乐园有限公司	香港国际主 题乐园项目 推广	迪 士 尼 主 题 乐 园 推 广	香港	100,708.68	30
重庆裕途商贸 有限公司	力帆摩托车 经销商年会 新品发布活 动	力 帆 摩 托 车 经 销 商 年 会 新 品 发布活动	重庆	157,996.19	为开放式 活动, 没有 参与人数 的具体要

客户名称	项目名称	活动名称	活动地点	活动支出金额 (元)	活动参加 人数 (个)
					求
合计				1,227,598.38	

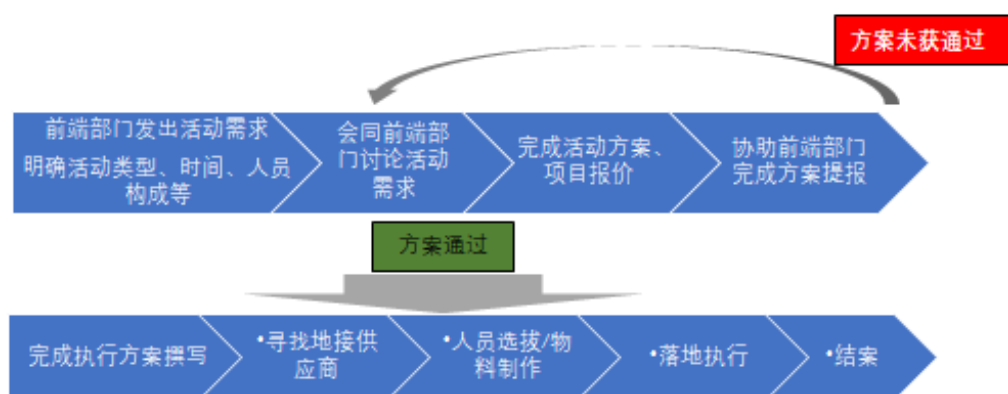
3、2018 年主要线下活动（单项活动金额大于 10 万元的活动）明细：

客户名称	项目名称	活动名称	活动地点	活动支出金额 (元)	活动参加 人数 (个)
重庆长安汽车股份有限公司	欧尚汽车粉丝运营项目	长安欧尚粉丝运营项目	织金、德昌、成都、上海、三亚	662,042.88	314
比亚迪汽车销售有限公司	车友会平台运营及传播	迪粉会自驾活动	重庆-成都—康定	130,219.17	35
阳狮广告有限公司	2018 年度中国家乐福微信公众号&官网&小程序运营活动	家乐福中国天山店开业推广项目线下活动执行	广州	212,094.08	为开放式活动，没有参与人数的具体要求
长安福特汽车有限公司	长安福特客户忠诚度车友会活动	福特车友会(唐山站、中山站、青岛站、上海站、长沙、西安、南京等)	广东中山、唐山、青岛、上海、长沙、西安、南京等	948,087.71	1,000 人左右
	长安福特垂直论坛营销项目	长安福特车友会	重庆	147,310.67	100
	长安福特 2018—CRC 客户关怀活动项目	福特 CRC 活动	广州、上海、宁波、武汉、南京、杭州、平遥、哈尔滨等	867,862.95	758
四川野马汽车股份有限公司	野马汽车 2018 年数字营销服务项目	马赛客车友晚会	重庆、成都、广州	711,203.28	400
四川长虹电器股份有限公司	长虹超品日“要虹一起红”线下活动	长虹超品日“要虹一起红”活动	成都、重庆、南京、武汉	322,409.20	100
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	东风雪铁龙网络信息监测分析及整合数字营销项目	苏州、徽州、上海车友会、C4L 郊游、C3XR 踏青、雪铁龙车展活	苏州、安徽、北京、上海等	992,236.24	1,000 人左右

客户名称	项目名称	活动名称	活动地点	活动支出金额 (元)	活动参加 人数 (个)
		动、C5C6 北京车转、 天翼北京 车展等			
无限极(中国) 有限公司	净水器 2.0 新 品发布会执 行及推广项 目	净水器 2.0 上市发布 会项目	广州	537,396.64	530
拉芳家化股份 有限公司	拉芳 66 顺发 节数字营销 服务	拉芳水光 发布会	上海	535,205.11	150
合计				6,066,067.93	

2018 年线下活动增加，主要系汽车、快消零售客户线下活动的需求增加所致。随着社交网络的迅速发展，网络用户更关注真实用户体验分享内容，特别是对于汽车、快消零售等潜在客户而言，影响其购买意愿的更主要是之前同类消费者的经验分享和亲身实体体验。针对这一变化，一些汽车、快消零售客户均要求发行人增加 O2O 线上线下相结合的营销方式，而线下活动并非发行人的专长所在，大部分开支均需要进行外购，故在客户需求增加的情况下，相应的采购成本也随之增加。

为加强对线下活动的管理和运营，公司在《采购管理制度》和《费用管理制度》等内控制度的约束下，又专门制定了《线下活动管理规范》，对线下活动的各重要环节进行管理：



通过相关管理制度的建立和完善，公司已合理地规划和落实线下活动相关业务的内部控制，不仅明确线下活动的需求提报、方案制作、请购、审批、采购、验收、付款等各个环节，而且也严格执行款项的稽核和审批等，整个控制制度得到有效执

行。

（五）数据技术开发的具体业务内容，与各项目产品或服务之间的对应关系，分析数据技术开发外购服务 2017 年下降和 2018 年大幅上升的原因

外包的技术开发是公司技术开发的部分补充，即在公司技术开发工作量处于阶段性峰值时，或是项目中部分涉及非公司主要技术研发方向时，公司有可能需要将少量技术组件开发工作进行外包。外包供应商完成技术组件开发并通过公司验收后，最终由公司技术团队进行技术整合。主要包括了小程序插件开发、H5 开发、官网开发、APP 开发等。

2017 年外购技术开发服务费金额为 481.31 万元，较 2016 年的 852.71 万元减少 371.40 万元，主要系 2017 年客户的开发需求相较 2016 年略微减少，公司的业务团队有精力自行进行更多的开发，故减少了委外开发的金额。

2018 年外购技术开发服务金额为 1,099.85 万元，较 2017 年的 481.31 万元增加 618.54 万元。主要原因：2018 年存在部分客户项目完成工期要求较紧，另外部分客户的整合技术开发项目中涉及了部分非公司主要技术研发方向的如物联网硬件等技术内容，在公司业务团队工作饱和的情况下，无法抽身进行自行开发和针对偶发性需求进行新的研发，同时为了确保能如期交付客户而导致了部分委外开发工作的增加。如 2018 年新客户天津英信科技有限公司的开发需求中，委外开发成本为 100.98 万元，主要系开发数据平台及管理套件等功能；龙兴人才公寓样板房智能家居开发项目中，委外开发成本为 81.67 万元，主要系控制系统及 APP 开发。

（六）什么是程序化购买，数字媒体投放单位采购价格和数量情况，说明单位采购价格与第三方市场价格是否存在显著差异及原因

1、程序化购买

程序化购买（Programmatic Buying）是指基于技术和数据进行广告的交易和投放管理。即广告主通过数字广告投放平台，自动执行广告媒体购买的流程。通俗地讲，大型数字媒体通常提供一个广告投放平台来自动执行购买投放流程，广告需求方通过在这个平台上预先充值，然后根据自身需求在平台上自行设置广告投放的各个要素，比如设置投放人群画像标签、投放时间、投放位置、以及广告素材等，投放过程中还可以根据效果评估情况调整各项投放设置；广告投放平台会根据需求方的设

置将广告自动发布在数字媒体上，再根据广告实际投放数量和投放单价进行费用计算，并自动从广告需求方的预先充值里面扣除对应费用。

企业客户通常通过广告代理商来执行程序化购买，主要是因为广告代理商还会提供广告素材设计、策划投放方案（设置投放人群画像标签、投放时间、投放位置等）等重要附加服务，基于精准投放技术或媒体投放经验，帮助客户取得更好的广告投放的转化效果。投放效果是除了价格之外，企业客户选择哪家广告代理商的最重要评价依据。

2、数字媒体投放单位采购价格和数量情况，说明单位采购价格与第三方市场价格是否存在显著差异及原因

数字媒体投放的标准单位采购价格通常媒体方是对市场公开透明的，不同的媒体平台针对不同的投放行业客户、不同的投放城市等条件设定标准投放价格体系，客户可以根据自身需求确定采购数量。通常采购数量越大的客户，媒体方会在标准投放价格体系上给予阶梯性的优惠，优惠可以是赠送更多的广告资源、返利或是折扣（每家数字媒体的优惠政策不一样）。

以腾讯微信广告平台为例（以下价格来源于微信广告官网），其主要提供四种购买方式：

1、按曝光排期购买：提前预定未来目标人群的广告展现机会，冻结对应广告金额，最终按照实际曝光情况结算广告费用。目前朋友圈信息流、公众号文章底部、公众号文章视频贴片 3 个广告位支持按曝光排期购买。

以朋友圈信息流和公众号文章底部报价为例：

广告位	售卖门槛	售卖定价	排期时间范围
朋友圈信息流	单次广告投放预算 5 万起	按千次曝光定价，由投放地域和广告创意外层媒体类型共同决定 外层视频创意 核心城市：180 元/千次曝光 重点城市：120 元/千次曝光 其他城市：60 元/千次曝光 外层图片创意 核心城市：150 元/千次曝光 重点城市：100 元/千次曝光 其他城市：50 元/千次曝光	投放开始时间：未来 1~28 自然日 投放持续时间：12 小时~5 自然日
公众号文章底部	单次广告投放预算 1000 元起	按千次曝光定价，由投放地域决定。 外层视频创意 核心城市：40 元/千次曝光 重点城市：35 元/千次曝光	投放开始时间：未来 1~28 自然日 投放持续时间：12 小

广告位	售卖门槛	售卖定价	排期时间范围
		其他城市：30 元/千次曝光 外层图片创意 核心城市：35 元/千次曝光 重点城市：30 元/千次曝光 其他城市：25 元/千次曝光	时~28 天

2、按曝光竞价购买：灵活设置目标人群和广告投放时间，通过调整广告曝光单价和设计优质广告创意，与其他客户竞争广告展现机会，根据广告表现最大程度提升广告效果。目前朋友圈信息流、公众号文章视频贴片、小程序激励式广告、小程序插屏广告 4 个广告位支持按曝光竞价购买。

以朋友圈信息流报价为例：

广告位	售卖门槛	竞价范围	排期时间范围
朋友圈信息流	每日广告预算 1000 元起	按千次曝光出价，最低出价由地域决定。 核心城市：100~300 元/千次曝光 重点城市：60~200 元/千次曝光 其他城市：30~200 元/千次曝光	投放开始时间：最早开始时间当日 投放持续时间：6 小时~30 自然日
公众号文章 视频贴片	每日广告预算 200 元起	按千次曝光出价，出价范围 10~200 元/千次曝光。	投放开始时间：最早开始时间当日 投放持续时间：12 小时~不限

3、按点击竞价购买：灵活设置目标人群和广告投放时间，通过调整广告点击单价和设计优质广告创意，与其他客户竞争广告展现机会，根据广告表现最大程度提升广告效果。目前公众号文章底部、公众号文章中部和小程序 Banner 广告支持按点击竞价购买。

4、按单篇文章购买：互选广告按文章收费，文章价格由流量主自主决定。

发行人分别按曝光排期和曝光竞价两种方式购买，直接通过北京腾讯文化传媒有限公司采购的主要是以曝光排期为主；而通过重庆黎古科技有限公司采购的主要是以曝光竞价为主。具体采购数量和采购单价如下：

2018 年发行人数字媒体投放业务的采购数量和采购单价如下：

供应商名称	采购金额（不含税、元）	曝光次数（次）	平次单价（元）
重庆黎古科技有限公司	34,970,055.58	1,186,394,290.00	29.48 元/千次曝光
北京腾讯文化传媒有限公司	20,075,355.60	267,716,382.00	74.99 元/千次曝光

发行人单位采购价格与第三方市场价格存在一定差异，主要原因是：

数字媒体平台针对市场的标准采购单价和不同等级的广告代理商（直接从媒体平台获取媒介代理权的公司，根据投放数量和规模不同而定）给出的优惠政策一般都是公开透明的，采购量的大小直接影响最终采购单价的高低。

由于规模越大的广告代理商所获得的优惠政策更大，而发行人数字媒体投放规模尚属于起步阶段，因此，无法直接从数字媒体平台取得较好的优惠政策。

为了获取更有利的投放价格，发行人会选择从投放规模更大、级别更高的广告代理商渠道进行采购，保证采购价格更具市场竞争力，再附加为客户提供的精准投放技术和设计等各项增值服务，争取更好的投放效果和更大的利润空间。

（七）电商业务中外购服务的具体内容，销售的主要产品单位价格和数量，与第三方市场价格是否存在显著差异及原因

电商业务指公司开展电商销售时，对应的从供应商处采购的货物，目前主要系荣事达炊具系列（厨房炒锅、不锈钢保温杯等）和美妆产品（阿玛尼、汤姆福特等），具体采购情况如下：

单位：元

项目	销售数量 (个)	销售金额	平均单价
荣事达炊具系列（厨房炒锅、不锈钢保温杯）	37,949.00	4,657,631.45	122.73
美妆产品（阿玛尼、汤姆福特口红）	7,439.00	2,762,705.23	371.38
合计	45,388.00	7,420,336.69	

由于上述产品系通过电商平台（目前主要京东商城）实现公开对外销售，价格非常透明，故而与第三方市场价格不存在显著差异。

（八）报告期内营业成本各板块中人工成本的薪酬总额、人数、人均薪酬情况，结合各项目的工时和参与人数说明发行人人工成本的核算过程，比较同行业上市公司以及当地同行业薪酬水平说明人均成本的合理性，是否存在压低人工成本的情形

1、报告期内营业成本各板块中人工成本的薪酬总额、人数、人均薪酬情况

报告期内，公司营业成本中的人工成本如下：

项目	2018 年	2017 年	2016 年
人工成本（万元）	3,551.61	2,803.46	2,638.55
对应的人数（个）	292	263	257
人均薪酬（万元）	12.16	10.66	10.27

报告期内，公司各营业板块人工成本如下：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
营销及运营——人工成本	2,708.75	2,168.71	1,986.31
人数（个）	225	213	205
人均薪酬	12.04	10.18	9.69
数字技术开发——人工成本	644.26	634.75	652.24
人数（个）	50	50	52
人均薪酬	12.89	12.70	12.54
数字媒体投放——人工成本	45.55	—	—
人数（个）	2	—	—
人均薪酬	22.78	—	—
电商业务——人工成本	153.04	—	—
人数（个）	15	—	—
人均薪酬	10.20	—	—

从上表可知，报告期内，发行人营业成本中的人均薪酬和各营业板块中人均薪酬均呈现小幅上涨趋势。

由于 2018 年发行人业务增加，相应增加了运营人员数量，导致 2018 年营业成本中人工成本增长较快，但人均薪酬并未发生大幅波动，人工成本分配不存在异常情况，营业成本中的职工薪酬与其业务模式相匹配。

（二）结合各项目的工时和参与人数说明发行人人工成本的核算过程

公司员工通常情况下需要同时负责多个项目，项目进度交叉执行，难以准确划分单个项目的人工工时，因此公司未采用工时制。为了保证核算的准确性，将当期与项目相关的人工成本全部计入营业成本。期末存货中人工成本无余额。

（三）比较同行业上市公司以及当地同行业薪酬水平说明人均成本的合理性，是否存在压低人工成本的情形

1、同行业上市公司人均薪酬情况

2016 年度人均薪酬情况比较如下：

项目	蓝色光标	省广集团	宣亚国际	腾信股份	博拉网络
职工总数（个）	6,758	2,207	390	339	440
计提职工薪酬（万元）	195,887.84	50,140.78	11,944.42	8,411.66	5,195.46
人均薪酬（万元）	28.99	22.72	30.63	24.81	11.81

2017 年度人均薪酬情况比较如下：

项目	蓝色光标	省广集团	宣亚国际	腾信股份	博拉网络
职工总数（个）	6,606	2,375	369	285	454
计提职工薪酬（万元）	212,343.40	60,988.51	10,684.22	8,535.31	5,413.96
人均薪酬（万元）	32.14	25.68	28.95	29.95	11.93

2018 年度人均薪酬情况比较如下：

项目	蓝色光标	省广集团	宣亚国际	腾信股份	博拉网络
职工总数（个）	5,445	2,467	257	190	443
计提职工薪酬（万元）	207,931.82	75,445.25	9,216.48	5,977.30	6,089.93
人均薪酬（万元）	38.19	30.58	35.86	31.46	13.75

公司人均薪酬低于同行业上市公司，原因有以下几点：

①与同行业上市公司多位于北京、上海、广州等一线城市不同，博拉网络总部扎根重庆，西部地区的人均工资普遍偏低。

②同行业上市公司多同时从事传统广告或公关业务，与发行人以互联网技术驱动为主的经营方式存在差异。

③公司核心技术研发人员主要集中在重庆地区，基于公司核心技术平台的支撑为各地客户提供服务，拥有一定的人力成本优势。而公司设立在北上广深一线城市以售前及客服人员为主，因此整体人力成本低于传统广告公关公司待遇水平。

2、当地同行业薪酬水平

（1）全国及行业平均薪酬

2019 年 5 月国家统计局发布 2018 年城镇单位就业人员平均工资，2018 年全国城镇非私营单位就业人员年平均工资为 82,461.00 元（2017 年为 74,318.00 元），比上年增长 11.00%。分行业门类看，年平均工资最高的三个行业分别是信息传输、软件和信息技术服务业 147,678.00 元（2017 年为 133,150.00 元，2016 年为 122,478.00 元），金融业 129,837.00 元，科学研究和技术服务业 123,343.00 元。

2018 年全国城镇私营单位就业人员年平均工资为 49,575.00 元（2017 年为 45,761.00 元），比上年增长 8.30%。分行业门类看，年平均工资最高的三个行业分别是信息传输、软件和信息技术服务业 76,326.00 元（2017 年为 70,415.00 元，2016 年为 63,578.00 元），金融业 62,943.00 元，科学研究和技术服务业 61,876.00 元。

2018 年 1 月 10 日，BOSS 直聘发布《2017 互联网人才趋势白皮书》。报告显示，2017 年互联网行业平均招聘月薪酬达到 1.06 万元，同比上升 3.10%。从地区上看，

全国互联网行业招聘薪酬可分为三个梯队。北京凭借区位优势和互联网创业中心地位，平均月薪远超其他城市，2017 年达到 1.33 万元，独自占据第一梯队。上海、深圳、杭州平均薪资均高于一万元，位列第二梯队。剩余城市组成第三梯队，与前面相比，第三梯队城市间薪酬差距明显缩小，70%以上地区整体招聘月薪在 7000-8000 元之间。

智联招聘发布《2016 年互联网行业用工薪酬报告》，统计了 2016 年下半年互联网/电子商务、网络游戏、计算机软件、计算机硬件、IT 服务、电子技术/半导体/集成电路等 6 个细分行业的企业招聘职位信息。在 2016 年互联网行业招聘薪酬城市排名中，北京、上海、广州、重庆分别以 13,737.00 元、11,596.00 元、9,668.00 元及 8,088.00 元位列第 1 位、第 2 位、第 4 位和第 16 位。

(2) 重庆地区平均薪酬

2019 年 5 月，重庆市统计局发布了 2018 年重庆市平均工资。数据显示，2018 年全市城镇非私营单位就业人员年平均工资为 78,928.00 元，与 2017 年的 70,889.00 元相比，增长 11.30%。分行业门类看，年平均工资最高的三个行业分别是金融业 133,454.00 元；信息传输、软件和信息技术服务业 123,128.00 元（2017 年为 112,043.00 元、2016 年为 100,517.00 元）；科学研究和技术服务业 115,365.00 元。

2018 年重庆市城镇私营单位就业人员年平均工资为 52,558.00 元，与 2017 年的 50,450.00 元相比，增长 4.20%。分行业门类看，年平均工资最高的三个行业分别是金融业 78,604.00 元；信息传输、软件和信息技术服务业 64,667.00 元（2017 年为 59,897.00 元、2016 年为 52,016.00 元）；科学研究和技术服务业 59,487.00 元。

2018 年 12 月，汇博网发布了重庆市 2018 年十大高薪职位，十大职位当中，高级管理、销售管理、技术管理、销售人员、营销/策划五个职位平均招聘月薪上万，依次为 15,827.00 元、15,833.00 元、11,779.00 元、10,218.00 元、10,012.00 元。

综上，总体而言，发行人与全国及重庆市的行业平均（如信息传输、软件和信息技术服务业，互联网行业，技术管理）水平比较接近，不存在通过压低人工成本调节利润的情形。

需要说明的是：大数据行业是一个开放、透明、人员流动性较大的充分竞争行业，公司招聘、稳定员工时必须遵从市场化原则（行业、区域的市场薪酬水平），不存在压低人工成本的可能性。

【核查过程及方法】

①实施采购与付款控制测试，核查报告期内公司采购与付款环节控制设计的合理性、执行的有效性；

②结合公司实际生产经营，了解外购服务内容的必要性。对外购服务内容进行比较，分析其增减变动的合理性，通过对重点供应商走访了解公司报告期内采购内容及金额的变化情况；

③查询发行人在微信广告投放平台投放的具体内容，与客户供应商签订的媒体平台推广合作合同，走访主要客户供应商；

④公司建有营销系统，从公司营销系统导出成本数据并与公司账面成本进行核对，经核对，公司营销系统成本数据与公司账面成本数据差异较小，差异原因主系税费差异，营销系统成本金额为含税价；

⑤获取公司报告期内的采购合同台账，抽查大额采购合同，检查合同约定的服务期限、服务内容、合同金额，检查发票及付款凭证；

⑥将营业成本与营业收入相匹配，分析成本变动的合理性。结合公司经营策略及员工构成变化，分析不同板块人工成本变动；

⑦获取同行业上市公司年度报告，将发行人薪酬状况与可比上市公司薪酬情况的进行对比；

⑧查看公司对外招聘信息；

⑨获取发行人及其子公司工资明细表，对不同地区员工薪酬进行统计，再通过查询国家统计局、重庆市统计局等与国内及当地同行业人工薪酬相比较；

⑩访谈公司员工，了解工资发放情况；

⑪查看发行人在京东商城商品销售情况，查看相关采购销售合同，走访主要供应商。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人建立了成本核算系统，将销售合同与采购内容相对应，同时收入根据业务类型分类核算，收入成本相匹配；网络内容的设计和制作、网络内容发布、线下活动执行是营销及运营服务采购的主要内容，报告期内采购规模波动，与发行人服务内容密切相关，符合实际生产经营情况，具有合理性；

数字技术开发业务为定制化开发，客户及开发与对应外购服务存在对应关系，具有合理性；数字媒体投放和电商业务外购服务与第三方市场价格不存在显著差异；发行人总部位于西部地区，与全国及重庆市的行业平均（信息传输、软件和信息技术服务业）水平比较接近，低于同行业上市公司具有合理性，不存在压低人工成本的情形。

29.招股说明书披露，报告期内，发行人综合毛利率分别 54.45%、54.33%和 33.94%，2018 年度大幅下降。

请发行人按照重要性原则和《格式准则》的要求并结合下述说明事项对招股说明书进行修订。

请发行人说明：（1）按照重要性水平标准，区分营销及运营、数据技术开发等业务说明各期主要客户对应项目的收入、成本的主要构成和毛利额，分析毛利率变动的主要因素和原因，尤其是 2018 年营销及运营毛利率大幅下降、2017 年度技术开发服务大幅上升但 2018 年有大幅下降的原因；（2）结合上游供应商的行业地位、目标客户市场及竞争态势、主要客户的市场地位、发行人与客户、供应商之间的权利义务约定等因素，分析数字媒体投放和电商业务毛利率低的原因。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）按照重要性水平标准，区分营销及运营、数据技术开发等业务说明各期主要客户对应项目的收入、成本的主要构成和毛利额，分析毛利率变动的主要因素和原因，尤其是 2018 年营销及运营毛利率大幅下降、2017 年度技术开发服务大幅上升但 2018 年有大幅下降的原因

报告期内，发行人主要客户对应项目的收入、成本的主要构成和毛利额参见本问询函回复问题 28 “发行人说明部分（1）”的相关答复。

1、营销及运营各期主要客户对应项目的收入、成本的主要构成和毛利额，分析毛利率变动的主要因素和原因

报告期内，营销及运营业务毛利率如下：

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	毛利率	增幅	毛利率	增幅	毛利率

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	毛利率	增幅	毛利率	增幅	毛利率
营销及运营（综合）	36.94%	-7.09%	44.03%	-0.58%	44.61%
营销及运营（直接）	53.94%	-7.21%	61.15%	-2.56%	63.71%

在计算毛利率过程中，由于公司员工通常情况下需要同时负责多个项目，项目进度交叉执行，难以准确划分单个项目的人工工时，因此公司未采用工时制，人工成本无法准确划分至每个项目，因此上表还统计以外部采购部分成本计算的直接毛利率。

报告期内，营销及运营业务毛利率逐年下降，特别是 2018 年下降幅度较大，主要来自以下三方面：

1、外购服务成本上升

报告期内，公司用于营销及运营的外购服务成本呈上升趋势，2016 年至 2018 年外购服务成本分别 3,773.97 万元、4,919.86 万元和 7,340.39 万元，2017 年、2018 年增幅分别为 30.36%和 49.20%，是影响毛利率波动的最主要因素。

近年来作为前沿热点的互联网和大数据技术和商业应用模式变化非常快，导致企业客户在不同时间阶段、针对不同的服务目标需求变动也较大，公司需根据客户特定需求提供不同类型的策划方案，从而导致投入资源也不同，直接影响公司的外购服务成本。比如，近年来互联网媒体热点就经历了从门户网站到 SNS、博客、微博，再到微信、短视频等，技术应用也从 PC 端 WEB 页面发展到移动端的 APP、H5、小程序等，因此相应的营销模式、媒体和供应商的选择就会随之发生改变，从而导致营销成本产生差异。

具体到发行人，2018 年最典型的变化就是社交网络、自媒体的兴起，营销投入有明显向头部 KOL 自媒体集中的趋势，并且随着流量和影响力的提升其价格上涨也较为明显，导致网络内容发布的价格快速上升，对毛利率产生较大影响。同时，线下活动的采购也愈发增加，但其并非发行人的专长所在，因此大部分开支均需要进行外购，故在客户需求增加的情况下，相应的采购成本也随之增加，也直接影响毛利率。

随着实体企业在数字化转型过程中对服务商的跨界整合能力要求的提升，毛利率的波动在一定时间段内仍会持续。

2、用工成本上升

2016 年至 2018 年公司人均薪酬分别 11.73 万元、11.82 万元和 13.79 万元，2017 年、2018 年分别较上年增长了 3.98%和 13.84%。

3、经济环境和行业竞争程度的影响

由于受整体市场经济环境下行形势的影响，以及企业对互联网技术和应用模式的进一步了解，市场竞争加剧，发行人虽然凭借核心技术优势保持了大数据营销服务收入总额的持续增长，但公司业务整体毛利率呈现下降趋势。

此外，发行人将从主要客户直接毛利率波动方面来分析 2018 年毛利率下降的原因。

发行人营销及运营业务主要客户直接毛利及直接毛利率、主要客户毛利率变化的原因分析已申请豁免披露。

综上，不同客户毛利率不尽相同，即使同一客户不同年度的毛利率也存在较大差异，之所以会出现这种情况，有以下三点原因：

第一、客户的需求差异和变化导致。公司服务的客户以大型实体企业为主，不同客户需求侧重点不一样，即使是同一客户其需求涉及的范围也较广（企业各部门间的需求也各有不同），并且近年来作为前沿热点的互联网商业应用模式变化非常快，也导致企业客户在不同时间阶段、针对不同的服务目标需求变动也较大。公司需根据客户特定目标提供不同类型的策划方案，从而项目执行的内容会发生变化，进而对成本投入产生影响，最终造成毛利率的差异。随着客户在数字化转型过程中对服务商的跨界整合能力要求的提升，此类差异在一定时间阶段仍会持续存在。

第二、互联网媒体模式快速发展和价格变动导致。近年来互联网商业应用和媒体模式发展非常快，比如最近几年来互联网媒体热点就经历了从门户网站到 SNS、博客、微博，再至微信、短视频等，因此相应的媒体渠道、营销模式的选择就会随之发生改变，从而导致营销成本产生差异。报告期内最典型的就社交网络、自媒体的迅速兴起，营销热点快速转化到社交网络平台，即使是自媒体投放也有明显向头部 KOL 集中的趋势，并且随着流量和影响力的提升其价格上涨也较为明显，导致网络内容发布的价格快速上升，对毛利率产生较大影响。

第三、在整体大经济环境下行趋势的影响下，特别是发行人主要服务行业之一的汽车客户销售形势下滑，也导致市场竞争日趋激烈，各服务商为争夺项目使得大数据营销整体市场竞标价格有所下降。发行人虽然凭借核心技术优势保持了汽车行

业大数据营销服务收入总额的持续增长，但单体项目的销售价格也难免受到一定程度的影响，这也是项目毛利率下降的影响因素之一。

2、技术开发服务各期主要客户对应项目的收入、成本的主要构成和毛利额，分析毛利率变动的主要因素和原因

报告期内，技术开发服务毛利率如下：

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	毛利率	增幅	毛利率	增幅	毛利率
技术开发服务（综合）	70.96%	-7.98%	78.94%	6.05%	72.89%
技术开发服务（直接）	81.69%	-9.23%	90.92%	6.28%	84.64%

注：直接毛利率计算原因同上。

报告期内，技术开发服务人工成本比较稳定，2016 年至 2018 年公司薪酬总额分别 652.24 万元、634.75 万元和 644.26 万元。

报告期内，公司用于技术开发服务的外购服务呈波动趋势，2016 年至 2018 年外购服务成本分别 852.71 万元、481.31 万元和 1,099.85 万元，2017 年、2018 年增幅分别为-43.56%和 128.51%，是影响毛利率波动的主要因素。

公司根据客户需求从事定制开发，交付产品的适用场景、用途、最终用户多种多样，公司在开发过程根据自身技术特点采购不同外围辅助软硬件进行集成开发。2018 年存在部分客户项目完成工期要求较紧，另外部分客户的整合技术开发项目中涉及了部分非公司主要技术研发方向的如物联网硬件等技术内容，在公司业务团队工作饱和的情况下，无法抽身进行自行开发和针对偶发性需求进行新的研发，同时为了确保能如期交付客户而导致了部分委外开发工作的增加。

此外，发行人将从主要客户直接毛利率波动方面来分析报告期内技术开发服务毛利率波动的原因。

发行人技术开发服务主要客户直接毛利及直接毛利率、主要客户毛利率变化的原因分析已申请豁免披露。

综上，技术开发服务是公司毛利率最高的业务，报告期内该业务的综合毛利率保持在 70%以上，2018 年略有下降，主要原因：公司拥有成熟的技术开发团队，向客户交付的产品以自主开发为主，外部采购占比较少。另一方面，公司提供的技术开发服务细分领域较多，外购部分的成本变化较大，报告期内的毛利率波动属于正常现象。

（二）结合上游供应商的行业地位、目标客户市场及竞争态势、主要客户的市场地位、发行人与客户、供应商之间的权利义务约定等因素，分析数字媒体投放和电商业务毛利率低的原因

1、数字媒体投放毛利率较低的原因

（1）上游供应商拥有强势地位

2018 年，发行人新增的数字媒体投放业务属于程序化购买，帮助客户在微信、今日头条等平台精准投放广告。

而发行人采购供应商较为集中主要是由互联网媒体资源的市场结构所决定的。由于微信、今日头条等全国互联网巨头对互联网媒体资源的垄断地位不断提升，其拥有极强的话语权和定价权，且代理商也需要获得相应的授权或许可，因此发行人一般只能被动接受供应商或其代理商的标准报价。

该行业普遍特性为业务资金量大，毛利率低，通常毛利率会随着业务规模的增长而增加，这是行业普遍特性造成的（数字媒体流量采购会存在返点的行业特性，投放金额越大，返点越高）。公司数字媒体投放业务属于该行业的新进者，处于起步阶段，业务规模尚小，尚不具备规模化采购优势，返点较少，因此毛利率相对较低。

但后期如果发行人可以凭借其用户大数据画像、智能营销系统等核心关键技术，帮助终端企业客户取得优于其他数字媒体代理商的集客和转化效果，则可以争取更多数量的客户和更大的投放规模，进而逐步提升公司数字媒体投放业务的毛利率。

（2）目标客户市场及其竞争态势、主要客户的市场地位

数字媒体投放是公司为客户提供整合营销服务的一个有机组成部分，其特点和传统广告投放并无本质区别，只是媒介由电视、户外大屏等变为了智能手机微信朋友圈、APP 等而已。

由于发行人数字媒体投放客户大部分来自于汽车行业（包括长安汽车、比亚迪、长安福特）和家乐福、上海衣页等快速消费品及零售行业，这些客户大部分都属于所在行业的知名或龙头企业。

同时，这些客户处于市场充分竞争行业，其主要目标用户群体基本为个人消费者，因此这些客户急需类似发行人这样的公司，通过大数据算法和技术自动实现

精准目标受众的定向广告投放，来提升客户的品牌价值推广和宣传，最终实现目标用户转化率的提升。

但值得注意的是，正是由于客户市场的完全竞争以及对目标用户转化率的急切需求，也催生了众多的数字媒体投放竞争对手，这也直接导致了数字媒体投放市场竞争激烈、毛利率较低的特点。

（3）发行人与客户、供应商之间的权利义务约定

以发行人与客户广东信翔信息科技有限公司，与供应商重庆黎古科技有限公司（腾讯广告业务代理商）签订的协议为例，其中权利义务约定基本内容相同，主要差异是充值返货（即返点）不同，差价即是发行人的利润。由于发行人作为中间商角色，其差价金额的多少直接跟数字媒体投放金额相关，2018 年由于公司数字媒体投放业务规模尚小，尚不具备规模化采购优势，返点较少，因此毛利率相对较低。

2、电商业务毛利率较低的原因

（1）上游供应商的强势地位

电商业务与数字媒体投放业务一样属于公司 2018 年新增业务，公司不从事商品生产，是公司从生产厂商直接购买商品，再通过电商平台（目前主要是京东商城）实现对外销售。

电商业务目前主要系荣事达炊具系列（厨房炒锅、不锈钢保温杯等）和美妆产品（阿玛尼、汤姆福特等品牌口红），对应的供应商都属于所在行业的知名或龙头企业，其拥有极强的话语权和定价权，因此发行人的采购价格溢价空间较低。

（2）目标客户市场及其竞争态势、主要客户的市场地位

与数字媒体投放业务类似，电商业务主要是从厂商或代理商处购买再依托于网上销售平台进行销售，也是由原来的传统销售模式，如通过超市、商场等线下销售变为通过京东商城、淘宝网等线上销售。

发行人电商产品多为日常或家用大众商品，其主要目标用户群体基本为个人消费者，市场竞争异常激烈，由于京东商城、淘宝网等全国互联网销售巨头对互联网销售资源的垄断地位不断提升，且网上销售价格具有极强的透明度，因此为了电商产品的销售，发行人一般只能被动接受京东商城买方用户的市场报价（有时由于京东商城促销，可能销售价格更低），这也直接造成电商产品最终销售价格不高，直接影响毛利率。

此外，虽然公司拥有丰富的电商营销经验和成熟团队，相对传统的、以线下为主的生产厂商在电商营销方面更具优势，但由于公司从事该项业务时间较短，未能打造出迎合市场用户需求的爆款产品，销售规模较小，电商产品的选择和定位还在逐渐摸索阶段，导致目前阶段毛利率较低。

未来，由于发行人负责电商平台的营销和运营（商品包装和展示、促销活动开展、精准集客等），如果发行人可以凭借其用户大数据画像、智能营销系统等核心关键技术，帮助终端企业客户取得优于其他服务商的电商销售规模和转化效果，则可以争取更多数量的客户和更大的厂商价格优惠，进而逐步提升公司电商运营业务的业务规模和毛利率。

（3）发行人与客户、供应商之间的权利义务约定

以发行人与供应商合肥荣事达小家电有限公司（甲方）签订的合同为例，发行人为乙方，权利义务部分约定如下：

“甲方提供的产品供货价是甲方与乙方结算的基准价，具体价格按最新《荣事达炊具系列产品价格表》执行，如本协议在实施过程中，甲方产品价格发生调整，则按甲方具体书面通知或双方专项协议为准。

甲方有权控制乙方在协议规定区域的经营，对乙方超出指定区域销售的行为，甲方有权根据甲方制定的相关管理条例对其进行处罚。

乙方有义务执行甲方的价格政策，不能低于甲方产品的限价进行销售，否则，甲方有权按通知或有关规定处罚。如乙方在经营中造成亏损，甲方对此概不负责。”

以发行人与电商平台北京京东世纪贸易有限公司（甲方）签订的合同，发行人为乙方，权利义务部分约定如下：

“甲方在销售乙方所供产品过程中，乙方应给予甲方各项优惠包括促销支持等用于开展促销、团购、抽奖等活动，且乙方应保证诚信原则，不得在上述活动中谋私舞弊、虚假操作或出现其他侵害甲方或甲方客户合法权益的行为；”

发行人不从事电商业务商品生产，采购价格需按照采购协议规定的基准价结算，商品销售的区域和价格不仅受到供应商的约束，还要受到销售平台的约束，因此差价较小，造成毛利率较低。

【核查过程及方法】

①访谈公司高级管理人员及财务人员，了解各类业务毛利率及客户变化的具体

原因，了解公司销售与收款、采购与付款相关的内部控制；

②核查细分业务收入成本的变动情况，分析公司报告期毛利率变化的原因和合理性；

③将报告期内的毛利率与同行业公司进行对比分析，检查是否存在异常。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人各业务板块毛利率波动及数字媒体投放和电商业务毛利率较低，与经营模式、行业特点、收入规模等因素相关，具有合理性。

30.报告期各期，发行人销售费用分别为 1,872.16 万元、1,882.22 万元和 2,057.86 万元，主要为职工薪酬、租赁费和差旅费等。

请发行人补充披露压缩营销部门岗位设置的具体情况，对发行人业务的影响。

请发行人说明：（1）报告期各期计入职工薪酬的部门、员工人数和职位、人均薪酬、薪酬总额，并结合薪酬制度和绩效考核分析变动原因，发行人在员工专业结构中无销售人员的原因；（2）发行人销售人员数量下降的情况下，租赁费、差旅费和交通及通信费上升的原因；（3）销售服务费的具体内容，与销售业务的对应关系，报告期各期具体支付对象、金额、依据；（4）广告宣传费、会议费和业务招待费波动与收入变动不匹配的原因；（5）发行人的销售费用结构和销售费用率是否与同行业可比上市公司存在显著差异及差异原因。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）请发行人补充披露压缩营销部门岗位设置的具体情况，对发行人业务的影响

1、职工薪酬

2018 年公司根据业务发展的实际需要，压缩了营销部门的岗位设置，造成销售费用中的职工薪酬较上年减少 111.99 万元，降幅 12.22%。

随着互联网技术和模式的快速发展迭代，企业客户对大数据服务的应用深度和整合性需求进一步提升，公司的销售模式也随之逐步发生变化，已无法依靠单纯销

售人员的市场推动力度，而是需要运用“销售+技术+策略”的整体团队竞标攻关方式，因此公司相应地缩减了单一的销售岗位。

同时，为提升销售人员的积极性、工作效率和报酬，2018年起公司实施减员增效、奖优惩劣、末尾淘汰等销售人员管理制度，通过对销售岗位的客户开发能力、服务水平、维护水平，客户竞标资料和中标率、销售线索和资源的挖掘和整合等各方面进行综合考核，以达到在压缩营销部门人员的前提下，达到资源整合最优化、销售服务能力最强化、公司业绩回报最大化的目的。

通过2018年改革的实施，公司2018年度的营业收入增幅达到70.77%，对业务规模的增长产生了积极的推动作用；同时，销售人员的人均薪酬也由2017年的13.09万元上升为2018年的14.37万元，达到双赢的结果。

（二）报告期各期计入职工薪酬的部门、员工人数和职位、人均薪酬、薪酬总额，并结合薪酬制度和绩效考核分析变动原因，发行人在员工专业结构中无销售人员的原因

报告期内，公司营销人员及薪酬明细如下：

单位：万元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
职工薪酬	804.60	916.59	863.05
销售人数（个）	56	70	70
人均薪酬	14.37	13.09	12.33

2016年、2017年，发行人销售人员稳定，薪酬出现小幅上涨。2018年由于前述改革的实施，销售人员的人均薪酬也由2017年的13.09万元上升为2018年的14.37万元，绝对金额增长较大。

发行人系企业大数据服务提供商，与生产企业有标准化的产品进行统一售卖的模式不同，没有统一的销售部门，是将销售职能放在各事业部中，采用“销售+技术+策略”的整体团队竞标方式，通过在事业部中设置的营销岗位更贴近业务团队为客户提供营销服务，为各事业部提供营销资源。故企业公司员工专业结构中无销售人员具有合理性。

（三）发行人销售人员数量下降的情况下，租赁费、差旅费和交通及通信费上升的原因

发行人未对销售人员进行集中管理，而是由各事业部根据业务发展需要设置相关岗位，因此不会因为人员减少而增加大面积闲置办公区域。2018 年租赁费上涨主要是由于重庆赢盛达科技有限公司新增租赁上海绿云办公用地所致。

差旅费、交通及通信费主要是客户开发和维护过程中产生的相关费用，差旅费、交通及通信费的多少取决于公司客户数量和与客户联系的紧密程度。因此，虽然销售人员数量减少，但随着公司业务的持续发展以及团队作战方式的转变，因开拓新客户和维护老客户而发生的差旅费、交通及通信费仍然呈上升趋势，具有合理性。

（四）销售服务费的具体内容，与销售业务的对应关系，报告期各期具体支付对象、金额、依据

销售服务费主要是发行人从事电商业务在京东商城销售商品时参加相关各类促销活动产生的费用，计入销售费用-销售服务费

大额销售服务费如下：

单位：万元			
服务类型	客户名称	2018 年	2017 年
服务费	北京九玄电子商务有限公司	81.43	—
服务费	北京联云天下科技有限公司	6.84	—
服务费	亚摩斯电子锁旗舰店	3.21	—

其中 2018 年支付北京九玄电子商务有限公司销售服务费的原因：北京九玄电子商务有限公司为荣事达京东商铺的原代理运营机构，此后荣事达选择发行人作为新的代理运营机构。由于京东对代理运营机构的变更注册需要一定的过程时间，因此在发行人未取得京东正式注册的销售许可之前，荣事达京东商铺的相关销售费用仍需要通过原代理机构九玄电子商务公司代为支付，其费用实质为京东商城收取的“双十一”等线上促销扣点、TC 运费（从离制造商最近的京东收揽仓库分运至全国各地的京东销售仓库的运输费）等费用支出。

（五）广告宣传费、会议费和业务招待费波动与收入变动不匹配的原因

报告期内各期广告宣传费、会议费和业务招待费与收入变动表：

单位：万元					
项目	2018 年		2017 年		2016 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额
主营收入	30,567.73	70.16%	17,964.07	12.62%	15,951.35

项目	2018 年		2017 年		2016 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额
广告宣传费	46.08	1,948.00%	2.25	-94.79%	43.19
会议费	21.96	294.96%	5.56	-56.56%	12.80
业务招待费	10.52	-43.74%	18.70	-69.98%	62.29

总体层面，公司主要面向企业客户提供服务，不需要进行大量的广告宣传以及会议支出，对比同行业可比公司广告宣传费、会议费，部分可比公司无此支出。

具体而言，公司 2018 年广告宣传费和会议费较 2017 年有较大幅度增加主要是由于 2018 年新增了电商业务，需要进行业务拓展，导致广告宣传费和会议费增加。公司 2017 年广告宣传费较 2016 年大幅度下降的原因主要是 2016 年子公司博拉网络（北京）有限公司产生了一笔发布费用导致广告宣传费较高。

主营业务收入与差旅费、业务招待费明细表如下：

单位：万元

项目	2018 年		2017 年		2016 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额
主营业务收入	30,567.73	70.16%	17,964.07	12.62%	15,951.35
差旅费	246.20	13.32%	217.27	46.49%	148.32
业务招待费	10.52	-43.74%	18.70	-69.98%	62.29
差旅费、招待费合计：	256.72	8.79%	235.97	12.04%	210.61

发行人的业务招待费主要为销售人员出差时发生的招待费用，但销售人员实际报销费用时，未区分招待费与差旅费，大多数将招待费报销在差旅费中。为便于分析比较，将差旅费和业务招待费合并后与收入变动进行分析，从上表可以看出，2017 年合并后费用与收入波动相符。2018 年由于新增的数字媒体投放业务收入较多，这部分业务的客户集中度相对较高，所产生的差旅费及业务招待费占收入的比重较少，因此，2018 年差旅费与业务招待费合计的增长幅度低于收入的增长幅度具有合理性。

（六）发行人的销售费用结构和销售费用率是否与同行业可比上市公司存在显著差异及差异原因

1、2018 年度，发行人销售费用结构与同行业上市公司对比详见下表：

项目	宣亚国际	蓝色光标	省广集团	科达股份	利欧股份	腾信股份	博拉网络
职工薪酬	78.02%	87.89%	72.62%	73.93%	62.60%	45.34%	39.10%
房租、物业、水电费	9.71%	1.04%	-	1.17%	-	5.59%	18.86%
业务及差旅费	-	2.70%	15.04%	7.54%	17.77%	11.38%	11.96%
交通及通信费	1.92%	-	3.43%	0.13%	-	-	8.14%
办公费	2.88%	0.39%	3.30%	1.70%	4.34%	6.92%	7.69%
销售服务费	3.41%	4.75%	-	-	-	-	4.63%
折旧摊销费	0.75%	-	-	0.17%	0.25%	6.85%	3.48%
广告宣传费	-	-	-	6.34%	4.85%	5.61%	2.24%
会议费	-	0.73%	-	-	-	-	1.07%
业务招待费	0.60%	2.36%	-	-	-	6.44%	0.51%
社会保险费	-	-	-	-	-	10.94%	-
运费保险费	-	-	-	-	7.29%	-	-
代理服务费	-	-	-	3.66%	-	-	-
其他费用	2.71%	0.13%	5.61%	5.36%	2.92%	0.93%	2.32%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

发行人销售费用中职工薪酬占比低于同行业平均水平，主要系同行业如宣亚国际、蓝色光标等人员支出作费用化处理，未计入成本。根据宣亚国际 2018 年度报告披露，其应付职工薪酬增加额主要由管理费用、销售费用、研发费用中的职工薪酬构成。而腾信股份招股说明书则披露该公司的营业成本主要包括互联网媒介采购、服务采购、员工薪酬及无形资产摊销费等，其中员工薪酬是与提供客户服务直接相关的部门员工薪酬，其他创意策划、技术服务等部门的员工薪酬分别计入销售或管理费用。发行人营业成本中包含人工成本，职工薪酬占比与腾信股份不存在重大差异。

2、发行人销售费用率与同行业上市公司对比：

公司名称	2018 年	2017 年	2016 年
蓝色光标	4.19%	7.50%	9.07%

公司名称	2018 年	2017 年	2016 年
宣亚国际	21.10%	15.14%	19.84%
省广集团	4.52%	5.85%	5.81%
科达股份	1.92%	1.99%	2.03%
利欧股份	3.89%	4.15%	4.68%
平均	7.12%	6.93%	8.29%
博拉网络	6.66%	10.48%	11.74%

2016 年、2017 年，公司无媒体投放收入，而大部分同行业上市公司广告代理业务收入规模较大，导致公司销售费用率高于行业平均水平（宣亚国际广告代理业务很少，故销售费用率偏高）。2018 年，公司增加了数字媒体投放收入，销售收入增长较快，但该项业务的开展并不需要增加大量销售费用，因此 2018 年公司销售费用率大幅下降，与同行业上市公司平均水平趋于一致。

【核查过程及方法】

- ① 获取销售费用明细表，复核加计是否正确，并与财务账面上进行核对；
- ② 查看发行人花名册，了解人员构成情况，结合社保缴纳记录，核实人员薪酬的真实性和完整性，比较发行人员工人数变动情况，分析薪酬变动的合理性；
- ③ 分析报告期各年度销售费用总额及主要项目金额占主营业务收入的比率，并与上年度进行比较，判断其变动的合理性；
- ④ 检查广告费、宣传费、业务招待费的支出是否合理，审批手续是否健全，是否取得有效的原始凭证；
- ⑤ 了解并核查发行人销售费用率与同行业上市公司销售费用率相比，是否合理。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人 2018 年营销人员减员增效，对公司业务规模的增长产生了积极的推动作用；员工专业结构中无销售人员符合公司的实际生产经营情况，具有合理性；随着发行人收入逐年增加，租赁费、差旅费和交通及通讯费上涨，与收入波动成正向关系；广告宣传费、会议费上涨主系 2018 年新增电商业务所发生的费用，业务招待费下降主系公司人员出差发生的费用未区分招待费与差旅费所致，招待费与差旅费合计波动与收入波动成正向关系；发行人销售费用率随着公司收入规模的增长，呈下降趋势，2018 年增加了数字媒体投放业务，业务模式与

上市公司趋同，销售费用率接近于同行业。

31.报告期各期，发行人管理费用分别为 1,248.51 万元、1,797.38 万元和 1,599.93 万元，主要为职工薪酬、租赁费和长期待摊费用等。

请发行人说明：（1）报告期各期计入职工薪酬的部门、员工人数和职位、人均薪酬、薪酬总额，并结合薪酬制度分析变动原因；（2）办公费、会议费和业务招待费逐年下降的原因，是否存在压低期间费用、由关联方代垫费用或成本的情形；（3）咨询顾问费用的具体支出情况；（4）发行人的管理费用结构和管理费用率是否与同行业可比上市公司存在显著差异及差异原因。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）报告期各期计入职工薪酬的部门、员工人数和职位、人均薪酬、薪酬总额，并结合薪酬制度分析变动原因

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
管理费用-职工薪酬	825.37	798.47	587.94
减：股份支付金额	214.85	214.85	-
小计	610.51	583.62	587.94
人数（个）	44	43	44
平均薪酬	13.88	13.57	13.36

其中：

（1）2016 年计入管理费用中职工薪酬的情况：

单位：万元

部门	人数（个）	薪酬总额	平均工资
财务部	12	110.05	9.17
人事行政部	20	351.35	17.57
媒介采购部	7	57.14	8.16
证券事务部	1	26.79	26.79
知识产权部	2	22.14	11.07
法务审计部	2	20.46	10.23

部门	人数（个）	薪酬总额	平均工资
合计	44	587.94	13.36

（2）2017 年计入管理费用中职工薪酬的情况：

单位：万元

部门	人数（个）	薪酬总额	平均工资
财务部	11	119.07	10.82
人事行政部	18	308.15	17.12
媒介采购部	9	73.53	8.17
证券事务部	1	30.37	30.37
知识产权部	2	28.84	14.42
法务审计部	2	23.67	11.84
合计	43	583.62	13.57

（3）2018 年计入管理费用中职工薪酬的情况：

单位：万元

部门	人数（个）	薪酬总额	平均工资
财务部	12	120.18	10.02
人事行政部	16	297.68	18.60
媒介采购部	10	94.96	9.50
证券事务部	2	40.28	20.14
知识产权部	2	31.25	15.63
法务审计部	2	26.15	13.08
合计	44	610.51	13.88

总体来说，报告期内，发行人管理费用中员工人数比较稳定，人均职工薪酬保持平稳增长。

财务部的薪酬包括财务总监和公司财务人员的薪酬。2018 年平均薪酬减少主要系 2018 年新入职的员工薪酬较低，拉低了平均薪酬。

人事行政部的薪酬包括公司总经理、副总经理、人事总监和全国各地子公司的人事、行政人员的薪酬。人事行政部人员数量减少主要是因为公司进一步精简了人员的配置，将全国各子公司的人事行政人员进行了梳理和优化，以便更贴近岗位需要，故而人员数量虽然减少，但 2018 年平均薪酬有一定的增长。

证券事务部的薪酬包括公司董事会秘书及证券事务助理的薪酬。2018 年的平均薪酬减少，主要是 2018 年公司新招聘了证券事务助理 1 名，其薪酬较低，故而拉低了平均薪酬。

媒介采购部主要负责管理、维护、拓展供应商资源，完成日常协议流程和数据核对，由于其从事的主要是日常事务性工作，因此薪酬较低。

知识产权部主要负责知识产权、资质和科研项目等的申请、维护、管理工作，2016 年的薪酬较低，主要是 2016 年公司新招聘了专员 1 名，其入职时间较晚，故而拉低了 2016 年的平均薪酬。

（二）办公费、会议费和业务招待费逐年下降的原因，是否存在压低期间费用、由关联方代垫费用或成本的情形

报告期内，办公费、会议费和业务招待费变动情况如下：

单位：万元

项目	2018 年		2017 年		2016 年
	金额	增幅	金额	增幅	金额
办公费	64.48	-25.50%	86.55	-23.83%	113.63
会议费	7.32	8.68%	6.74	-77.59%	30.05
业务招待费	3.54	-47.66%	6.76	-24.66%	8.97

（1）办公费 2017 年下降 23.83%，主要是由于 2016 年系发行人成立 10 周年，公司举办了纪念活动，该活动支出 40.95 万元。扣除后 2017 年比 2016 年略有增长，增长率为 19.10%。2018 年发行人将外地子公司的行政管理全部统一到母公司后，对公司的各项办公费用进行了严格管控，合理调配人、财、物等资源，提升了管理效益。

（2）会议费 2017 年下降 77.59%，主要是为了提高决策效率和节约会议成本，发行人将开会的形式由原来的主要现场召开，转变为现场、电话或微信等相结合的方式。这样不仅节省各种开会成本，也能腾出更多的时间进行业务的开拓、产品的研发等。

（3）业务招待费逐年下降主要是发行人加强了业务招待费的管理，加强了费用的管控力度。

综上，报告期内，发行人不存在压低期间费用的情形。

经核查控股股东、实际控制人及其控制的相关企业的资金流水、发行人董监

高资金流水，并经控股股东、实际控制人、发行人董监高出具的相关声明，发行人不存在由关联方代垫费用或成本的情形。

（三）咨询顾问费用的具体支出情况

报告期内咨询顾问费用支出明细表：

单位：万元

支出项目	2018 年	2017 年	2016 年
审计费	37.90	151.55	0.30
券商费用	-	89.62	33.87
律师费	31.13	24.53	45.09
定增费	-	-	47.17
其他咨询服务费	31.34	35.60	34.29
合计	1,00.37	301.30	160.72

发行人管理费用-咨询顾问费中主要为律师费、券商费用和审计费。

（四）发行人的管理费用结构和管理费用率是否与同行业可比上市公司存在显著差异及差异原因

（1）2018 年度，发行人管理费用结构与同行业上市公司对比：

项目	宣亚国际	蓝色光标	省广集团	科达股份	欧利股份	腾信股份	博拉网络
职工薪酬	57.64%	27.56%	45.55%	44.80%	46.04%	26.77%	38.16%
房租、物业、水电费	6.08%	17.65%	11.86%	14.08%	-	2.63%	12.11%
折旧、摊销费	10.42%	19.30%	-	3.85%	12.68%	32.02%	19.64%
咨询顾问费	4.81%	16.21%	-	13.28%	6.26%	16.96%	6.27%
办公费	5.37%	17.05%	5.66%	2.76%	22.71%	5.43%	4.03%
差旅交通费	6.51%	-	4.25%	5.95%	2.09%	2.57%	3.18%
广告宣传费	-	-	-	-	-	-	1.32%
会议费	-	-	-	1.76%	-	-	0.46%
业务招待费	1.50%	1.75%	-	5.83%	1.41%	3.66%	0.22%
保险费	-	-	-	-	-	4.60%	0.13%

股权激励费用	-	-	-	-	5.55%	-	13.43%
市场信息费	-	-	-	-	-	3.26%	-
其他费用	7.67%	0.48%	32.67%	7.68%	3.25%	2.10%	1.05%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

2018 年，发行人管理费用总体构成与同行业上市公司无重大差异，主要是由职工薪酬、房租、物业、水电费、折旧摊销费、咨询顾问费、办公费用和差旅交通费等几大项目组成。

(2) 同行业管理费用率对比：

公司名称	2018 年	2017 年	2016 年
蓝色光标	4.16%	6.67%	7.40%
省广集团	4.56%	2.84%	2.62%
科达股份	4.04%	3.83%	3.66%
利欧股份	5.12%	5.21%	5.93%
宣亚国际	10.97%	10.25%	7.92%
腾信股份	6.53%	4.73%	6.73%
平均值	5.90%	5.59%	5.71%
博拉网络	5.22%	10.01%	7.83%

2016 年、2017 年，公司无媒体投放收入，而大部分同行业上市公司广告代理业务收入规模较大，导致公司管理费用率高于行业平均水平（宣亚国际广告代理业务很少，故管理费用率偏高）。2018 年，公司增加了数字媒体投放业务，销售收入增长较快，但该项业务的开展并不需要增加大量管理费用，因此 2018 年公司管理费用率大幅下降，与同行业上市公司平均水平趋于一致。

【核查过程及方法】

①查看发行人花名册，了解人员构成情况，结合社保缴纳记录，核实人员薪酬的真实性和完整性；查阅发行人薪酬制度并结合薪酬变动进行分析；分析薪酬变动得原因和合理性；

②获取发行人相关会计账簿，查询咨询顾问费具体支出明细；

③获取同行业可比公司最近三年年度审计报告，将发行人管理费用结构和管理费用率与之对比，分析差异原因；

④获取控股股东、实际控制人童毅及其控制的相关企业的资金流水、发行人董监高资金流水，控股股东、实际控制人、发行人董监高出具的相关声明，核查是否存在由关联方代垫费用或成本的情形。

【申报会计师的核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人管理费用薪酬变动符合公司实际情况；发行人不存在压低期间费用、由关联方代垫费用或成本的情形；咨询顾问费具体支出主要为上市而产生的券商费用、审计费用及律师费；发行人的费用结构和管理费用率与同行业可比上市公司不存在显著差异。

32.报告期各期，发行人研发费用分别为 1,358.71 万元、1,571.05 万元和 1,382.40 万元，主要为职工薪酬和技术维护费。

请发行人：（1）按照《问答》第 7 条的要求，披露研发投入的确认依据、核算方法、明细构成、最近三年累计研发投入占最近三年累计营业收入的比例与同行业可比上市公司的对比情况；（2）披露各期末研发人员的数量、学历结构、年龄结构、从业年限结构；（3）披露职工薪酬中相关部门构成、员工数量、职级、人均薪酬、薪酬总额及其变动情况分析，是否低于同行业可比上市公司或同地区同类型企业的情形；（4）披露报告期发行人向税务机关申请研发费用加计扣除优惠政策的研究费用金额与发行人实际发生的研发费用金额之间的匹配性分析；（5）披露技术维护费的具体内容，与发行人研发活动的对应关系，报告期各期具体支付对象、金额、依据；（6）招股说明书前后披露的研发项目不一致，请予以更正；（7）研发费用率和研发费用结构与同行业可比公司比较情况及差异原因。

请保荐机构及申报会计师：（1）对报告期内发行人的研发投入归集是否准确，是否存在将应计入营业成本的相关支出作为研发费用列示，相关数据来源及计算是否合规进行核查，并发表明确意见；（2）对发行人研发相关内控制度是否健全且被有效执行进行核查，就以下事项作出说明，并发表明确意见：发行人是否建立研发项目的跟踪管理系统，有效监控、记录各研发项目的进展情况，并合理评估技术上的可行性；是否建立与研发项目相对应的人财物管理机制；是否已明确研发支出开支范围和标准，并得到有效执行；报告期内是否严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出，是否存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形；是否建

立研发支出审批程序。

【回复】

（一）按照《问答》第7条的要求，披露研发投入的确认依据、核算方法、明细构成、最近三年累计研发投入占最近三年累计营业收入的比例与同行业可比上市公司的对比情况

1、研发投入的确认依据

报告期内发行人对研发投入按照项目进行管理，即把为研发项目投入的直接费用和间接相关费用纳入研发费用核算，公司研发投入主要为实施研发项目所耗费的职工薪酬、技术服务费、折旧与摊销等。

2、研发投入核算方法

公司根据《企业会计准则第6号——无形资产》的相关规定对研发支出进行核算，将研发项目研究阶段的支出全部费用化，计入当期损益（研发费用）；研发项目开发阶段的支出符合条件的资本化，不符合资本化条件的计入当期损益（研发费用）；若无法区分研究阶段的支出和开发阶段的支出的，将其所发生的研发支出全部费用化，计入当期损益（研发费用）。

由于公司各研发项目带来的未来收益及期间存在不确定性，无法准确判断其摊销年限。基于谨慎性原则，公司将报告期内的研发支出全部费用化并计入当期损益（研发费用）。

3、报告期内公司研发费用构成如下：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,122.67	81.21%	1,110.29	70.67%	1,105.91	81.39%
技术维护费	232.79	16.84%	431.90	27.49%	215.01	15.82%
折旧费	24.17	1.75%	27.33	1.74%	18.07	1.33%
交通费	1.79	0.13%	1.13	0.07%	0.44	0.03%
办公费用	0.76	0.06%	0.13	0.01%	0.58	0.04%
差旅费	0.21	0.02%	0.27	0.02%	6.16	0.45%
其他	—	—	—	—	12.54	0.92%
合计	1,382.40	100.00%	1,571.05	100.00%	1,358.71	100.00%

研发费用主要由职工薪酬和技术维护费两部分构成，2016 年至 2018 年两者合计占比分别为 97.21%、98.16%和 98.05%。

4、本公司的研发费用率与同行业上市公司的比较分析：

公司简称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
蓝色光标	0.41%	1.09%	1.39%
省广集团	2.62%	2.88%	2.10%
宣亚国际	3.98%	3.73%	2.54%
科达股份	1.04%	0.70%	0.65%
利欧股份	1.32%	1.35%	1.79%
腾信股份	2.96%	2.74%	4.02%
博拉网络	4.51%	8.75%	8.52%

公司以互联网技术起家，始终重视技术在公司经营中的作用和地位，持续强化研发投入。因此，报告期内，公司的研发费用率均高于同行业上市公司。

（二）披露各期末研发人员的数量、学历结构、年龄结构、从业年限结构

各期末，研发人员按学历结构划分如下：

单位：个

学历	2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
博士/硕士研究生	4	4.35%	4	4.35%	3	3.49%
本科	51	55.43%	54	58.70%	52	60.47%
大专	35	38.04%	33	35.87%	30	34.88%
大专以下	2	2.17%	1	1.09%	1	1.16%
合计	92	100.00%	92	100.00%	86	100.00%

各期末，研发人员按学历结构划分如下：

单位：个

年龄	2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
30 岁及以下（含）	52	56.52%	55	59.78%	62	72.09%
31-40 岁（含）	34	36.96%	34	36.96%	21	24.42%
41 岁及以上	6	6.52%	3	3.26%	3	3.49%

年龄	2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
合计	92	100.00%	92	100.00%	86	100.00%

各期末，研发人员按从业年限结构划分如下：

单位：个

从业年限	2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
1 年以下（不含）	2	2.17%	1	1.09%	3	3.49%
1 年（含）-5 年（不含）	24	26.09%	24	26.09%	30	34.88%
5 年（含）-10 年（不含）	30	32.61%	34	36.96%	30	34.88%
10 年以上（含）	36	39.13%	33	35.87%	23	26.74%
合计	92	100.00%	92	100.00%	86.00	100.00%

（三）披露职工薪酬中相关部门构成、员工数量、职级、人均薪酬、薪酬总额及其变动情况分析，是否低于同行业可比上市公司或同地区同类型企业的情形

公司设立技术研发部门专门从事研发工作，部门人员的工资薪酬全部计入研发费用，部门人员构成如下：

项目	2018 年	2017 年	2016 年
职工薪酬（万元）	1,122.67	1,110.29	1,105.91
人数（个）	92	92	86
平均薪酬（万元）	12.20	12.07	12.86

公司的研发团队包括技术总监 3 名、技术副总监 2 名及研发工程师等。

报告期内，公司研发薪酬总额总体保持稳定，人均薪酬由于研发人员结构的变化呈现小幅波动。

研发人员人均薪酬与同行业上市公司（2016 年交易所均未要求披露研发费用明细情况）对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2018 年	2017 年
宣亚国际	37.43	34.74
博拉网络	12.20	12.07

数据来源：根据同行业上市公司定期报告计算。蓝色光标、省广集团和腾信股份由于没有单独披露研发费用薪酬（未区分资本化和费用化）和研发人员人数的匹配情况，无法准确计算研发人员人均薪酬。

通过与宣亚国际对比，公司的人均薪酬明显偏低，这主要跟宣亚国际注册地在北京（北京地区人均薪酬显著高于发行人所在的重庆地区），研发人员划分以及研发投入的具体产品不同而存在差异。同时需要注意的是，由于可取的样本量较小，因此相关对比不具有代表性。

（四）披露报告期发行人向税务机关申请研发费用加计扣除优惠政策的研发费用金额与发行人实际发生的研发费用金额之间的匹配性分析

报告期内，公司实际发生的研发费用和向税务机关申请研发费用加计扣除优惠政策的研发费用金额的对比情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
实际发生的研发费用金额	1,382.40	1,571.05	1,358.71
税务机关申请研发费用加计扣除优惠政策的研发费用金额	1,506.78	1,516.62	678.80
差异	-124.38	54.43	679.91

产生上述差异的原因如下：

报告期内，发行人及子公司根据《财政部、国家税务总局、科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119号）、《国家税务总局关于企业研究开发费用税前加计扣除政策有关问题的公告》（税务总局公告2015年第97号）、《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告2017年第40号）及《财政部、税务总局、科技部关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税〔2018〕99号）等相关规定，向税务机关报备研发费用加计扣除金额及明细。

上述文件明确了企业发生的研发费用在税务口径可以加计扣除的范围及比例限制，对于人工费用、直接投入费用、折旧费用、无形资产摊销费用、新产品设计费、新工艺规程制定费、新药研制的临床试验费、勘探开发技术的现场试验费及其他相关费用可以申报加计扣除。其中，其他相关费用总额不得超过可加计扣除研发费用总额的10%。对于不符合该范围以及超出该比例的研发费用项目，企业不可以享受

研发费用加计扣除优惠。

因此,发行人未将研发费用明细中技术服务费申报加计扣除,主要将职工薪酬、折旧费等申报加计扣除。除此之外,2016年差异较大的原因主要是发行人经办人员工作疏忽,未及时将当年的研发职工薪酬向税务机关申报研发费用加计扣除,导致当年加计扣除金额较小。

(五)披露技术维护费的具体内容,与发行人研发活动的对应关系,报告期各期具体支付对象、金额、依据

研发费用主要由职工薪酬和技术维护费两部分构成,2016年至2018年两者合计占比分别为97.21%、98.16%和98.05%。

发行人基于核心算法和场景技术自主研发各项研发项目,研发过程中涉及技术较多,因此对于市场上已有的成熟基础组件可以进行集成,以缩短项目研发周期、节约成本,使发行人集中主要精力进行核心技术的开发。所以成熟基础组件的采集、部分接口开发、设备接入等外围技术和产品多采用直接采购方式,但核心技术仍由发行人自己研发和取得。

1、报告期内各研发项目对应的技术服务费如下:

单位: 万元		
年份	研发项目名称	金额
2016 年	图文智能识别大数据系统	27.29
	税务综合服务移动应用软件	47.73
	汽车销售交车管理系统	23.78
	金融交易数据分析移动应用软件	23.78
	汽车金融在线服务平台	23.78
	金融信贷授信计算及数据管理软件	23.78
	智慧医疗健康 O2O 服务平台	23.78
	电子商务数字营销服务系统	21.10
2017 年	智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统	34.46
	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	3.75
	人工智能视频安防管理系统	2.91
	智慧社区大数据服务平台项目	390.77
2018 年	智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统	47.99
	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	21.47

年份	研发项目名称	金额
	智慧社区大数据服务平台项目	163.33

2、其中大额技术服务费内容如下：

(1) 2017 年技术维护费大额支付明细：

单位：万元

研发项目名称	支付对象	支付金额	支付依据
智慧社区大数据服务平台项目	南岸区、渝北区、江北区重点社区及周边社区商业大数据调研及信息采集年度服务	77.40	签订合同、并依据提供的具体服务内容进行支付
	智慧社区平台整体 UI/UE 及年度创意设计定制服务	40.00	
	社区监控核心 SDK 与智能设备接入服务	88.00	
	社区硬件统一整合平台开发服务	40.00	
	GIS 高精度定位系统开发	60.00	
合计		305.40	

(2) 2018 年技术维护费大额支付明细：

研发项目名称	支付对象	支付金额	支付依据
智慧社区大数据服务平台项目	协同办公系统集成开发	63.21	签订合同、并依据提供的具体服务内容进行支付
	Boocenter 技术服务合同	63.21	
	工作流引擎开发服务	19.42	
合计		145.84	

(六) 招股说明书前后披露的研发项目不一致，请予以更正

主要更正：将“虚拟增强现实关键技术”修改为“智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统”；增加了 2019 年公司正在研发的项目。

改动原因如下：

虚拟增强现实关键技术是用虚拟的事物取代真实的世界，实现室外高精度厘米级虚拟增强现实技术，多源数据在虚拟增强现实终端的集成显示，可用于设备故障检查、医学检查扫描、园区管理等多领域。

智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统是虚拟增强现实关键技术智慧园区场景下的应用。智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统是通过数字建模，与精准定位技术相结合，呈现管网信息的可视化展示及管理，其核心技术即为通过虚拟增强

现实关键技术将管网信息进行呈现的应用。

公司研发之初的设想是研究各领域通用的关键技术，随着研究的深入，对虚拟增强现实关键技术的认识加深，各行业领域对此技术的呈现应用点各不相同，公司最终选取智慧社区管网这一领域为着力点进行细分研究。

因此，“智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统”是“虚拟增强现实关键技术”研发方向上的一个具体项目，采用的仍然是虚拟增强现实的相关技术。

综上，在首次申报招股说明书（申报稿）中公司误用了“虚拟增强现实关键技术”，现更正为“智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统”。

关于发行人研发项目的相关内容，已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“七、核心技术和研发”之“（一）公司的核心技术及技术来源”中予以更正如下：

7、正在从事的主要研发项目

单位：亿元

项目名称	所处阶段	研发方式	项目负责人	预计研发费用	拟达到研发目标	与行业技术水平的比较
大数据 SAAS 云服务平台	开发阶段（2019 年启动）	自主研发	周波依、罗磊、郑磊	0.25	将已经和即将取得的专利技术转化为服务组件，为客户提供 SAAS 云服务，使企业大数据应用场景能发挥更大价值。	使用企业数据资产，具有细分行业应用优势，通过大数据 SAAS 云服务平台技术支持有效的解决了传统企业在技术创新、技术管理及技术实施上的瓶颈。通过标准化应用服务提升企业销售增长、降低企业运营边际成本。成为汽车、新零售、3C 家电、食品快消、政务、教育等行业有针对性的智能解决方案。
大数据交换平台研发	开发阶段（2019 年启动）	自主研发	沈敏	0.30	解决信息“孤岛”问题，实现数据在不同主体间进行交换和调用；实现数据实现商业价值变现。	国内率先提出概念和技术规划，统一开发框架与规则、标准化数据接口、自定义搭配系统组件。海量数据信息存储能力优化了企业技术实施痛点，解决企业内部生产力，提升技术效率。
人工智能监控识别机器视觉	试用阶段	自主研发	谭利辉	0.03	人工智能在监控领域的物体识别与行为数据特征识别，应用在智慧园区领域。	传统监控厂家依赖于传统的滤波、光流等分析技术，博拉人工智能监控识别器视觉技术填补了基于人工智能的 Fast R-CNN 神经网络与监控集成分析领域应用，技术与

项目名称	所处阶段	研发方式	项目负责人	预计研发费用	拟达到研发目标	与行业技术水平的比较
技术						理念处于行业领先地位。
智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统	测试阶段	合作开发	谭利辉	0.08	通过系统中整合的管网数字信息，结合前端模组的高精定位功能，将虚拟的管网数据通过 3D 模型的形式投射到检修人员的移动设备上查看；通过系统平台获取该设备的维修方案以及设备拆解、组装数据以及该设备的安全操作流程，同时在维修中系统会记录维修的全过程。	空间数据精度达到厘米级，支持 PB 级数据量，误差不超过 1 厘米的室外定位算法机制。
多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	开发阶段	自主研发	谭利辉	0.21	全网收集异构信息进行整理和聚合，通过对自然语言的深度学习自动发现并且建立产品评价维度和标准，从而自动判定用户对产品的关注维度，进行用户识别，实现基于用户行为的智能推荐。	智能语义分析平台和精准推送平台的建立；机器用户画像的算法确定，最佳推荐算法的匹配，达到精准营销的目标。
基于大数据的电子商务数据分析平台	试用阶段	自主研发	沈敏	0.015	通过对电子商务相关数据收集、应用专业大数据行业模型，进行大数据多维分析，获取电子商务相关的知识为商家提供有价值的信息，寻找全新商业增长点。	通过对数据挖掘，发现用户访问页面的相关性，从而对密切联系的网页之间增加链接；利用路径分析技术判定在一个 Web 站点中最频繁的访问路径，发现用户的期望位置，从而实现对 Web 站点结构的优化。
智慧社区大数据服务	试用阶段	自主研发	谭利辉	0.08	社区智能服务平台依托现代信息技术，统筹各类社区资源，通过顶层设计、标准	通过智慧化的社区管理和服

项目名称	所处阶段	研发方式	项目负责人	预计研发费用	拟达到研发目标	与行业技术水平的比较
平台项目					化数据采集和交换接口开发、搭建平台框架，建设社区特色应用，与民生板块的项目对接，构建一个面向社区居民提供多元化服务渠道的平台。	
智能商业大数据分析平台	开发阶段（2019年启动）	自主研发	沈敏	0.15	对于营销数据包括自动投放、下线监测数据的大数据分析，商业场景及客户行为分析，客户转化路径优化分析，客户跨界营销等商业数据的分析。	通过大数据平台进行全样本、全商业生命周期的数据分析系统，成为领先行业的大数据分析平台工具。
智慧校园系统平台	开发阶段（2019年启动）	自主研发	谭利辉	0.02	实现校园视频大数据的智能安防管理，大数据教学资源的研究和在线推送管理。	以行业大数据和智慧分析为基础，为校园提供智慧服务。
智慧家居集成管理系统	开发阶段（2019年启动）	自主研发	谭利辉	0.015	集成家居产品及控制设备和主流协议，统一控制研发，实现大数据应用场景在家居的延伸。	将智慧园区、智慧电子商务进行整合，在智慧家居控制系统的基础上，研发跨平台的控制服务系统。

（七）研发费用率和研发费用结构与同行业可比公司比较情况及差异原因

研发费用率与同行可比公司的比较情况及差异原因见本问题（1），2018年度发行人研发费用结构与同行业上市公司对比如下：

项目	博拉网络	宜亚国际	省广集团	腾信股份
职工薪酬	81.21%	84.12%	77.96%	35.46%
技术服务费	16.84%	—	—	—
直接投入费用	—	—	—	56.83%
租赁费	—	12.15%	—	—

项目	博拉网络	宣亚国际	省广集团	腾信股份
物业管理费	—	1.56%	—	—
折旧摊销费	1.75%	1.50%	2.57%	7.71%
办公费	0.06%	0.43%	—	—
交通差旅费	0.15%	0.23%	—	—
服务费	—	—	7.10%	—
物料消耗	—	—	—	—
中介费	—	—	—	—
税费	—	—	—	—
业务经费	—	—	—	—
研发领用	—	—	—	—
其他	—	0.02%	12.36%	—
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

通过上表可以看出，发行人与同行业上市公司研发费用主要构成不存在明显差异，除腾信股份外均是职工薪酬占比最大，其次主要是各种服务费投入和折旧摊销等项目。

（八）对报告期内发行人的研发投入归集是否准确，是否存在将应计入营业成本的相关支出作为研发费用列示，相关数据来源及计算是否合规进行核查，并发表明确意见

发行人已建立《研发项目核算管理制度》以保证研发项目的顺利实施。《研发项目核算管理制度》明确了研发支出开支范围和标准，并在报告期内得到有效执行，研发支出均经过恰当的授权审批，且发行人针对每个研发项目均单独建立了研发辅助账进行归集。发行人对研发投入进行归集和核算的具体方法如下：

1、职工薪酬

发行人设立技术研发部门专门从事研发工作，研发人员按照各自的研发项目安排，将其薪酬归集至对应的研发项目。

2、技术维护费

技术维护费指成熟基础组件采购支出，按研发项目成熟基础组件采购实际发生情况进行支出申请和报销。在报销时，必须选择项目编号、涉及环节、采购成本、

报销金额、供应商名称等关键信息，保证发生额直接归集到单个研发项目上，不得与其他项目存在交叉。

3、折旧费

发行人研发活动中使用的设备，按固定资产使用年限计提折旧，并将折旧按各项目领用该设备时间的长短，在不同项目间进行分摊。

4、其他费用

其他费用主要是研发人员的交通差旅费等。

综上，报告期内，发行人制定了有效的《研发项目核算管理制度》，对研发投入进行了准确的归集及核算，不存在将应计入营业成本的相关支出作为研发费用列示；计算研发费用相关数据来源及计算合规。

（九）对发行人研发相关内控制度是否健全且被有效执行进行核查，就以下事项作出说明，并发表明确意见：发行人是否建立研发项目的跟踪管理系统，有效监控、记录各研发项目的进展情况，并合理评估技术上的可行性；是否建立与研发项目相对应的人财物管理机制；是否已明确研发支出开支范围和标准，并得到有效执行；报告期内是否严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出，是否存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形；是否建立研发支出审批程序

1、发行人是否建立研发项目的跟踪管理系统，有效监控、记录各研发项目的进展情况，并合理评估技术上的可行性

发行人针对研发项目制定了与研发活动相关的内控制度《技术管理规则》、《研发项目管理规则》等，对研发项目从研发计划制定与审批、研发预算建立、研发项目立项、可行性研究、研发费用管理、项目人员安排、实施方案的制定与审批、项目进度管理、项目测试、成果交付等环节进行了明确规范。各研发项目立项时，项目组均需填列研发项目立项书，包含解决的技术路线和实施方案，对技术可行性进行合理评估，最终经总经理办公会决议确认启动；项目进行时，项目组均需及时填列研发项目工作月报，汇报各研发项目的进展情况；项目完成时，项目组需交付确认项目总结报告。

研发组对拟研发项目拟定可行性报告，明确技术可行性和技术路线，由公司技术总监集体审核，重大项目需组织技术创新委员会集体讨论决定（或聘请相关专家

参与)。技术可行性通过后，报总经理办公会审议，经总经理办公会决议通过之后开始实施研发项目。

发行人研发项目实行项目独立核算和项目专人制，公司技术总监对项目进度进行监督检查。由研发部统一编写项目研发月报，统一协调公司研发项目进度情况，合理安排研发资源保障研发进度的进行。月报统一汇总，向公司管理层进行汇报，确保项目的有效进行。

发行人已建立研发项目的跟踪管理机制，对研发项目的全过程均进行了跟踪、记录，能有效监控各研发项目的进展情况，对项目执行情况按月进行督促和有效控制。

2、是否建立与研发项目相对应的人财物管理机制

在项目人员管理方面，在项目立项初期，由各研发机构负责人根据项目类型和性质，筛选各研发项目负责人并确定项目组成员，在项目研发过程中根据项目需求及人员情况及时调整。为激活研发人员创造性和积极性，公司按照《科技创新激励体系管理办法》对项目人员进行激励和考核。

在研发物料管理方面，发行人的研发活动均要求按项目进行管理，每个项目的物料均需要按照单个研发项目进行专项领用及管理。

3、是否已明确研发支出开支范围和标准，并得到有效执行；报告期内是否严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出，是否存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形；是否建立研发支出审批程序。

报告期内，发行人在《研发项目核算管理制度》中明确了研发支出开支范围和标准，研发项目涉及费用支出时，均按照研发预算执行，总体遵循“先预算，后动支”的管理原则，严格控制预算进度与时间进度或业务计划达成进度的匹配性，同时执行严格的层级审批制度，确保研发支出开支范围和标准有效执行，确保严格按照研发开支用途、性质列支研发支出，不存在将研发无关费用在研发支出中核算的情形。涉及到研发预算调整的，应通知公司财务部按公司财务管理制度等相关规定进行调整。

综上，发行人已明确研发支出开支范围和标准并有效执行；报告期内，发行人严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出，不存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形；已建立完善的研发支出相关审批程序。

【核查过程及方法】

①访谈发行人管理层及研发部门负责人，了解发行人关于研发支出的财务核算方法，包括职工薪酬、技术服务费、折旧等费用归集研发项目的控制过程及会计处理；

②了解发行人建立的与研发活动相关的内部控制制度，对研发流程执行穿行测试，并对重要控制环节（研发项目立项审批、项目预算管理、项目进度控制、费用归集、研发支出的开支范围和标准、成果交付）执行控制测试；

③获取研发支出的项目预算，与项目实际研发投入进行对比，分析其预算管理的准确性；

④获取发行人制定的《研发项目核算管理制度》、研发投入明细账、研发项目台账，检查归集到研发支出的费用是否与研发项目直接相关、研发开支的范围和标准是否符合公司内控制度，是否存在将营业成本作为研发费用列示的情形；

⑤查看发行人花名册、了解人员构成情况，结合社保缴纳记录，核实人员薪酬真实性和完整性，对比同地区上市公司研发人员薪资情况，分析其研发人员薪酬的合理性；

⑥对比同行业上市公司研发支出相关数据，分析发行人研发费用率和研发费用结构的合理性。

【申报会计师的核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内发行人的研发投入归集准确，不存在将应计入营业成本的相关支出作为研发费用列示，相关数据来源及计算合规；发行人针对项目研发制定了管理制度并得到有效执行，包括研发项目的跟踪管理，通过立项审批的形式合理评估技术上的可行性；建立了研发项目核算管理制度；明确研发支出开支范围和标准，并得到有效执行；报告期内严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出，不存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形。

34.请发行人说明：（1）2016 年肖像权纠纷的具体情况，是否已充分披露了发行人的所有诉讼情况，是否存在应计提未计提预计负债的情况；（2）上海博拉租赁合同未到期变更营业场所的原因。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

(一) 2016 年肖像权纠纷的具体情况，是否已充分披露了发行人的所有诉讼情况，是否存在应计提未计提预计负债的情况

1、2016 年肖像权纠纷的具体情况

2016 年，重庆云集通在作为长安福特汽车有限公司的社交媒体供应商的过程中，未经许可使用苏炳添肖像图片进行商业宣传，产生诉讼纠纷（案由：（2016）京 0108 民初 17879 号肖像权纠纷案）。2016 年 11 月 4 日，苏炳添与重庆云集通达成《和解协议》，约定重庆云集通向苏炳添支付和解补偿款人民币 6.00 万元、公证费人民币 1,030.00 元、诉讼费人民币 1,700.00 元，合计人民币 62,730.00 元。后重庆云集通已按约定支付前述款项，双方之间就本次纠纷再无争议。

2、是否已充分披露了发行人的所有诉讼情况，是否存在应计提未计提预计负债的情况

发行人是按诉讼金额的重要性水平在招股说明书中对诉讼情况进行了披露，由于以下诉讼涉诉金额未达到重要性水平，因此未在招股书中进行披露。

除上述肖像权纠纷外，发行人报告期内其他诉讼情况如下：

单位：元

原告	被告	涉诉金额	案由	案件结果	案件编号
上海奢睿文化传播有限公司	重庆云集通广告传媒有限公司	10,000.00	侵权纠纷	双方和解，被告赔偿 4,500 元，原告已撤诉。	（2018）沪 0110 民初 17422 号
刘宁	博拉网络（北京）有限公司	27,034.48	劳动争议	已判决结案，被告已付 22,155.86 元。	（2018）京 03 民终 8298 号
博拉网络（北京）有限公司	山东海贸云商国际贸易有限公司	228,000.00	合同纠纷	已判决结案，原告胜诉，强制执行程序进行中。	（2018）02 民终 4541 号
重庆盈盛达科技有限公司	特变电工股份有限公司新疆线缆厂	105,395.00	合同纠纷	已判决结案，原告败诉，已计提坏账。	（2018）新 2301 民初 3164 号
博拉网络（北京）有限公司	青岛中润德置业有限公司	296,211.50	合同纠纷	已判决结案，被告已	（2017）鲁 0214 民初 5035 号

原告	被告	涉诉金额	案由	案件结果	案件编号
				付清款项。	
博拉网络股份有限公司	原国家工商行政管理总局商标评审委员会	0.00	行政纠纷	已判决结案，原告胜诉。	(2018)京 73 行初 9146 号

上述案件均已结案，不存在应计提未计提预计负债的情况。

除此以外，经查询全国法院被执行人信息查询系统（<http://zhixing.court.gov.cn/search/>）、全国法院失信被执行人名单信息公布与查询系统（<http://shixin.court.gov.cn/>）和中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>），发行人不存在其他诉讼等情形。

（二）上海博拉租赁合同未到期变更营业场所的原因

上海博拉原租赁地址为上海市黄浦区瞿溪路 694 号南 4 楼，租赁面积为 658.00 平米，2018 年变更后的租赁地址为上海市徐汇区云锦路 500 号绿地汇中心，租赁面积为 631.33 平米。

上海博拉变更营业场所的主要原因是：一方面是为了给员工提供一个更好的办公环境，新地址地段好、交通便利。另一方面，老办公室相对陈旧，公司一直将企业文化和品牌宣传作为发展战略的重要一环，而新的办公环境更好，有利于企业的外部形象宣传。

【核查过程及方法】

①访谈发行人管理层和内部法律顾问，了解报告期内发行人及其子公司涉诉情况、上海博拉变更营业场所的原因；

②审阅报告期内发行人涉及诉讼的相关文件；

③检查发行人涉及诉讼事件的相关账务处理的正确性；

④根据企业会计准则关于或有事项的相关规定，检查发行人报告期内是否存在应确认和计量的预计负债；

⑤查询国家企业信用信息公示系统、企查查、全国法院被执行人信息查询系统（<http://zhixing.court.gov.cn/search/>）、全国法院失信被执行人名单信息公布与查询系统（<http://shixin.court.gov.cn/>）和中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>），了解报告期内发行人及其子公司涉诉情况；

⑥网上查询上海博拉变更场所前后地理位置情况，是否与访谈了解一致。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人是按诉讼金额的重要性水平在招股说明书中对诉讼情况进行了披露，由于报告期内诉讼涉诉金额未达到重要性水平，因此未在招股说明书中进行披露；发行人不存在应计提未计提预计负债的情况；上海博拉基于业务发展的客观原因（交通便利性，办公场所的档次等），变更营业场所具有合理性。

35.请发行人说明：（1）利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项；（2）发行人确认递延所得税资产的可抵扣亏损由哪些公司形成，是否满足递延所得税的确认条件，是否符合企业会计准则的相关规定；（3）发行人未确认递延所得税资产的可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异由哪些公司形成，不满足递延所得税确认标准的原因，是否符合企业会计准则的相关规定。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项

发行人利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项为研发费用加计扣除和资产减值准备纳税调增。

1、研发费用

根据《财政部、国家税务总局、科学技术部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119号），企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，按照本年度实际发生额的50%，从本年度应纳税所得额中扣除。2016年，公司符合加计扣除范围的研发费用在按规定据实扣除的基础上，按照实际发生额的50%，从当年度的应纳税所得额中扣除。

2017年，母公司符合加计扣除范围的研发费用在按规定据实扣除的基础上，按照实际发生额的50%，从当年度的应纳税所得额中扣除。根据《财政部、国家税务总局、科技部关于提高科技型中小企业研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税[2017]34号）规定：“科技型中小企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在2017年1月1日至2019

年 12 月 31 日期间，再按照实际发生额的 75%在税前加计扣除；形成无形资产的，在上述期间按照无形资产成本的 175%在税前摊销。”因此，子公司重庆赢盛达科技有限公司、博拉网络（北京）有限公司、上海博拉广告传播有限公司、重庆伍觉软件有限公司符合加计扣除范围的研发费用在按规定据实扣除的基础上，按照实际发生额的 75%，从当年度的应纳税所得额中扣除。

根据财政部《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税[2018]99 号）规定，企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，再按照实际发生额的 75%在税前加计扣除。2018 年，公司符合加计扣除范围的研发费用在按规定据实扣除的基础上，按照实际发生额的 75%，从当年度的应纳税所得额中扣除。

2016 年、2017 年和 2018 年，公司享受研发费用加计扣除的情况如下：

项目	2018 年	2017 年	2016 年
研发费用加计扣除部分（万元）	1,130.08	1,029.87	339.40
法定税率	25%	25%	25%
加计扣除的所得税影响（万元）	282.52	257.47	84.85

2、资产减值准备

《中华人民共和国企业所得税法》（2018 修正）第十条规定，在计算应纳税所得额时，下列支出不得扣除：（七）未经核定的准备金支出。

国家税务总局《关于企业所得税执行中若干税务处理问题的通知》（国税函[2009]202 号）：“根据《企业所得税法实施条例》第五十五条规定，除财政部和国家税务总局核准计提的准备金可以税前扣除外，其他行业、企业计提的各项资产减值准备、风险准备等准备金均不得税前扣除。”

2016 年、2017 年和 2018 年，公司资产减值准备纳税调增情况如下：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
资产减值损失	703.02	338.52	73.32
法定税率	25%	25%	25%
纳税调增的所得税影响	175.76	84.63	18.33

（二）发行人确认递延所得税资产的可抵扣亏损由哪些公司形成，是否满足递

延所得税的确认条件，是否符合企业会计准则的相关规定

1、公司确认递延所得税资产的可抵扣亏损明细如下：

单位：万元

公司名称	2018.12.31			2017.12.31			2016.12.31		
	可抵扣暂时性差异	所得税税率	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	所得税税率	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	所得税税率	递延所得税资产
上海博拉广告传播有限公司	704.00	25%	176.00	240.22	25%	60.06	213.85	25%	53.46
博拉网络（北京）有限公司	346.68	25%	86.67	91.61	25%	22.90	256.57	25%	64.14
重庆博聚智海电子商务有限公司	50.83	10%	5.08						
重庆博拉智胜数字科技有限公司				102.51	25%	25.63	100.33	25%	25.08
天津星趣游科技有限公司				0.33	25%	0.08			
重庆云集通广告传媒有限公司							16.84	15%	2.53
合计	1,101.51		267.75	434.67		108.67	587.59		145.21

2、确认递延所得税资产满足递延所得税的确认条件，符合企业会计准则的相关规定

根据《企业会计准则》相关规定，递延所得税资产确认的一般原则为，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产，应当以未来期间很可能取得用以抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。企业在确定未来期间很可能取得的应纳税所得额时，应当包括未来期间正常生产经营活动实现的应纳税所得额，以及在可抵扣暂时性差异转回期间因应纳税暂时性差异的转回而增加的应纳税所得额。

上海博拉广告传播有限公司、博拉网络（北京）有限公司、重庆博聚智海电子商务有限公司、重庆云集通广告传媒有限公司四家公司出现未弥补亏损主要系当期收入未达到预期所致，但是鉴于上述四家公司均拥有稳定的客户，并且在不断开拓新业务，随着大数据行业的发展，在未来可预见期间，上述四家公司预期能够获得足够的应纳税所得额来弥补亏损，故对其未弥补亏损确认递延所得税资产，符合企业会计准则的相关规定。

重庆博拉智胜数字科技有限公司 2015 年设立，天津星趣游科技有限公司系 2017 年设立，公司设立的战略目标是开拓计算机软硬件技术、网络技术开发、咨询服务、企业营销策划等新业务市场。2016 年度、2017 年度基于公司的发展规划和良好的行业发展状况作出预估，在可预见期间内，上述两家公司预期能够获得足够的应纳税所得额来弥补亏损，故对其未弥补亏损确认递延所得税资产，符合企业会计准则的相关规定。

（三）发行人未确认递延所得税资产的可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异由哪些公司形成，不满足递延所得税确认标准的原因，是否符合企业会计准则的相关规定

1、公司未确认递延所得税资产的可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异明细如下：

单位：万元

公司名称	2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	可抵扣暂时性差异	可抵扣亏损	可抵扣暂时性差异	可抵扣亏损	可抵扣暂时性差异	可抵扣亏损
重庆伍觉软件有限公司	-	1,001.90	-	330.03	-	-
成都网客广告传媒有限公司	12.15	19.86	12.10	29.91	12.10	57.29
重庆博拉智胜数字科技有限公司	5.67	104.51	-	-	-	-
广州博拉广告有限公司	-	8.34	-	1.63	-	0.24
天津星趣游科技有限公司	-	0.64	-	-	-	-
重庆博拉智略科技有限公司	-	-	-	8.91	-	8.49
上海网延文化传媒有限公司	-	-	-	0.48	-	0.33
合计	17.82	1,135.25	12.10	370.96	12.10	66.36

2、不满足递延所得税确认标准的原因，是否符合企业会计准则的相关规定

根据《企业所得税法》（2018 修正）的规定，企业纳税年度发生的亏损需在 5 年内弥补。根据《企业会计准则》相关规定，企业应当以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损的未来应纳税所得额为限确认相应的递延所得税资产。

七家公司最近三年净利润情况如下：

单位：万元

公司名称	成立日期	净利润		
		2018 年度	2017 年度	2016 年度
重庆伍觉软件有限公司	2015-6-23	-422.43	-3.69	105.94
成都网客广告传媒有限公司	2008-5-9	34.77	27.03	26.67
重庆博拉智胜数字科技有限公司	2015-8-17	-5.78	-2.62	-39.27
广州博拉广告有限公司	2015-4-1	-6.72	-1.38	-0.14
天津星趣游科技有限公司	2017-5-22	-0.39	-0.25	-
重庆博拉智略科技有限公司	2011-3-18	31.26	-0.35	0.07
上海网延文化传媒有限公司	2014-5-19	-0.01	-0.14	-0.21

考虑到上述七家公司规模均较小，最近三年均处于微利或亏损状态，未来期间获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额可能性较小，何时能够产生足够的应纳税所得额存在一定不确定性，所以发行人基于谨慎性原则未确认递延所得税资产。因此，公司未对上述七家公司未弥补亏损确认递延所得税资产，符合企业会计准则的相关规定。

【核查过程及方法】

①通过访谈以及核查过程中对发行人成本费用类型的了解，确定公司利润总额调整为应纳税所得额涉及的主要纳税调整事项为计提的资产减值准备以及根据相关税法规定可加计扣除的企业研发费用；

②获取公司及所属公司报告期内的企业所得税年度纳税申报表，检查企业申报加计扣除的研发费用是否符合相关税法规定，计算是否正确；检查纳税申报表中的资产减值准备纳税调增金额与财务报告中的金额是否一致；

③通过对公司报告期应纳税所得额的复核，确定存在未弥补亏损的企业及未弥补亏损的金额；

④对公司管理层进行访谈，了解各主体出现经营亏损的原因、未来经营情况以及盈利能力等；

⑤获取公司对亏损企业未来经营情况的盈利预测并进行复核，根据复核结果判断是否应就未弥补亏损确认递延所得税资产；

⑥测算报告期内确认的递延所得税资产金额是否正确。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人纳税调整事项主要包括研发费用加计扣除和资产减值准备，纳税调整事项符合税法规定；发行人确认递延所得税资产的可抵扣亏损以及未确认递延所得税资产的可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异符合企业会计准则的规定。

36.重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）为员工持股平台，发行人认定七名员工的实际缴纳出资日为授予日，即 2016 年 12 月 27 日。

请发行人说明：（1）结合合伙协议的签订日、股东（大）会批准日，说明发行人限制性股票授予日的认定依据，是否符合企业会计准则的相关规定；（2）定量分析股份支付公允价值的确定依据及计算过程、对主要财务指标的影响，是否符合企业会计准则的规定，与同期同行业可比公司估值是否存在显著差异，结合历次股权变动的情况说明历史上是否存在其他应确认而未确认股份支付的情况；（3）结合 7 名有限合伙人出资的资金来源，说明有限合伙人解除或终止劳动合同须将合伙企业份额无偿转让给普通合伙人的原因及合理性，是否存在股份代持；（4）发行人将合伙协议约定的 5 年“禁售期”视为服务期并分期确认股份支付费用，是否符合企业会计准则的相关规定，如不按分期进行确认，定量列示对发行人财务报表的影响。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

【回复】

（一）结合合伙协议的签订日、股东（大）会批准日，说明发行人限制性股票授予日的认定依据，是否符合企业会计准则的相关规定

1、合伙协议的签订日、股东（大）会批准日

（1）海同天成立情况、合伙协议的签订日及实际出资日

海同天成立于 2016 年 3 月 17 日，为公司员工持股平台，其设立目的为实现公司核心业务骨干间接持股，其 7 名自然人合伙人均为公司业务骨干，唯一普通合伙人重庆海信天企业管理有限公司的出资人为童毅及龙峰，其股权结构如下：

合伙人	合伙方式	认缴出资（万元）	出资比例（%）
陈鹏	有限合伙	0.20	20.00
陈超	有限合伙	0.20	20.00
沈敏	有限合伙	0.10	10.00
蒋兵	有限合伙	0.10	10.00
赵键	有限合伙	0.10	10.00
张萌	有限合伙	0.05	5.00
宋涛	有限合伙	0.05	5.00
重庆海信天企业管理有限公司	普通合伙	0.20	20.00
合 计		1.00	100.00

博拉网络的 7 名核心技术人员及业务骨干人员于 2016 年 2 月 22 日作为有限合伙人入伙海同天，并于同日签订《重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》（以下简称“合伙协议”）。

合伙协议约定：各合伙人的出资应在 2016 年 12 月 31 日前一次性缴清（条款 4.3）。

海同天成立时，各合伙人均未缴纳出资，实际出资时间是 2016 年 12 月 27 日。

（2）海同天入股发行人的日期及相关程序

2016 年 3 月 5 日，海奇天股东会审议通过注册资本由 100 万元增至 105.2631 万元，增资 5.2631 万元由海同天以货币方式在 2016 年 12 月 31 日前认缴。

2016 年 3 月 27 日，海奇天就本次增资事宜在重庆两江新区市场和监督管理局办理了工商变更登记手续。

至此，海同天通过海奇天间接入股发行人，并取得发行人的股份，但鉴于该次间接入股行为不涉及发行人直接股权变动，发行人无需召开股东大会。

2、说明发行人限制性股票授予日的认定依据，是否符合企业会计准则的相关规定

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》及其应用指南的规定，股份支付的授予日是指股份支付协议获得批准的日期，即企业与职工或其他方就股份支付协议条款和条件已达成一致，该协议获得股东大会或类似机构的批准。

合伙协议约定“各合伙人的出资应在 2016 年 12 月 31 日前一次性缴清，……若该合伙人在宽限期内仍未能履行缴纳出资义务的，将自动丧失合伙企业合伙人资格，该合伙人在合伙企业中认缴的出资额将直接由普通合伙人认缴”。

虽然此次入股行为于 2016 年 3 月 5 日获得海奇天股东会的批准，但鉴于合伙协议对海同天的 7 位有限合伙人出资时间进行了明确约定（未能履行缴纳出资义务的，将自动丧失合伙企业合伙人资格），实际入股时由于 7 位有限合伙人并未实际履行出资义务，因此当时 7 位有限合伙人并未真实享有发行人的股份。但鉴于 7 位有限合伙人实际缴纳出资的日期为 2016 年 12 月 27 日，按实质重于形式的原则，公司将有限合伙人实缴合伙企业出资额之日视为就股份支付协议条款和条件达成一致，将有限合伙人实缴合伙企业出资额之日认定为“授予日”具有合理性。

（二）定量分析股份支付公允价值的确定依据及计算过程、对主要财务指标的影响，是否符合企业会计准则的规定，与同期同行业可比公司估值是否存在显著差异，结合历次股权变动的情况说明历史上是否存在其他应确认而未确认股份支付的情况

1、定量分析股份支付公允价值的确定依据及计算过程

（1）等待期的确定依据

合伙协议约定：有限合伙人自实缴合伙企业出资额之日起 5 年内不得出售、转让、抵押、质押、赠予其持有的合伙企业份额，但经合伙企业的普通合伙人同意的除外（条款 9.1）；如果有限合伙人首次实缴有限合伙企业份额之日起的 5 年内，与博拉网络的劳动合同解除或终止的，除非该有限合伙人与普通合伙人另有约定，否则，该有限合伙人应将其持有的全部合伙企业份额无偿转让给普通合伙人或普通合伙人认可的第三方（条款 9.3）。

合伙协议将服务期和禁售期均规定为 5 年。

7 名股份支付人员信息如下：

有限合伙人姓名	职位
陈鹏	北京事业部总经理
陈超	广州事业部总经理
沈敏	技术总监
蒋兵	上海事业部副总经理
赵隼	重庆事业部副总经理
张萌	广州事业部副总经理
宋涛	北京事业部副总经理

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》第六条的规定：“完成等待期内的服

务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，应当进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。等待期，是指可行权条件得到满足的期间。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间”。

根据合伙协议条款，激励对象获授持有的限制性股票属于“完成等待期内的服务期限条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付”。

综上，等待期是指授予日至可行权日的期间，因此公司将有限合伙人实缴合伙企业出资额之日可视为“授予日”，职工完成 5 年服务期限和禁售期可视为“行权日”。即 7 位有限合伙人实际缴纳出资的日期为 2016 年 12 月 27 日，故“等待期”为 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。

（2）公允价值的确定及股份支付费用的计算

授予日的公允价值参考公司离授予日最近一次的定向增资价格，即 2015 年 12 月定向增资时的每股价格 10 元/股。

基于《企业会计准则第 11 号—股份支付》的上述规定，在等待期内的每个资产负债表日，公司对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按以权益计算股份支付安排的公允价值，在五年等待期内摊销确认为期间费用。

7 位有限合伙人持有公司的股份数量按照各层比例相乘计算合计为 1,075,072.68 股；公司取得服务的成本按照授予日授予股份的公允价值减去 7 位有限合伙人实际支付的对价确认，即 10,742,726.85 元。故 2017 年至 2021 年公司每年应确认成本费用和资本公积为 2,148,545.37 元。具体计算过程如下：

（1）PE（公允价值）：2015 年 12 月，博拉新增投资者按照 10 元/股增资，故 PE 选取 10 元/股；

（2）股份数量：按照持股比例相乘

同趣控股持股博拉（股数）	海奇天持同趣控股比例	海同天持海奇天比例	员工股东持股海同天比例合计	7 个股东间接持股博拉股份数
A	B	C	D	E=A*B*C*D
45,840,000.00	58.6318%	5.00%	80.00%	1,075,072.68

(3) 公司取得服务的成本按照授予日授予股份的公允价值为：10,750,726.85 元，7 位有限合伙人购买股权实际支付的成本合计 8,000.00 元，差异金额即 10,742,726.85 元。

(4) 根据约定的等待期 5 年进行分摊，即每年应确认为费用和资本公积的金额 为 2,148,545.37 元。

2、对主要财务指标的影响

股份支付主要对利润表产生影响，具体影响的财务指标包括息税折旧摊销前利润、归属于公司普通股股东的净利润、归属于公司普通股股东的扣除非经常性损益后的净利润。

单位：万元

项目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
存在股份支付时	息税折旧摊销前利润	5,301.41	5,050.23	4,649.28
	归属于公司普通股股东的净利润	4,449.05	4,057.77	3,847.57
	归属于公司普通股股东的扣除非经常性损益后的净利润	4,073.21	3,597.66	3,563.93
假设不存在股份支付时	息税折旧摊销前利润	5,484.03	5,232.86	4,649.28
	归属于公司普通股股东的净利润	4,631.68	4,240.40	3,847.57
	归属于公司普通股股东的扣除非经常性损益后的净利润	4,255.84	3,780.29	3,563.93
不存在股份支付对发行人的影响额	息税折旧摊销前利润	182.63	182.63	
	归属于公司普通股股东的净利润	182.63	182.63	
	归属于公司普通股股东的扣除非经常性损益后的净利润	182.63	182.63	

若不存在股份支付，发行人 2017 年度和 2018 年度息税折旧摊销前利润、归属于公司普通股股东的净利润以及归属于公司普通股股东的扣除非经常性损益后的净利润将上涨 182.63 万元。

3、与同行业可比公司估值不存在显著差异

由于公司为非上市公司，报告期内，公司股份支付相关的权益工具无活跃市场价，故权益工具的公允价值采用同期公司其他股东的股权交易价格或增资入股价格为参考依据。

授予日的公允价值参考公司离授予日最近一次的定向增资价格，即 2015 年 12 月定向增资时的每股价格 10 元/股，作为该次权益工具的公允价值。以公司 2016 年

度扣除非经常性损益后的净利润 35,639,260.04 元为基础，公司该次股权激励所选取公允价值的对应估值市盈率为 24.69 倍。

以 2016 年度经营业绩为基础，同行业上市公司的二级市场市盈率如下：

同行业公司	市盈率
蓝色光标	31.78
省广集团	30.25
利欧股份	45.56

注：同行业上市公司数据来源为 Wind 资讯

公司该次股权激励公允价值的估值市盈率为 24.69 倍，略低于其他同行业公司，主要系公司为非上市公司，股权流动性差异所致。

4、历次股权变动的情况说明

发行人历次股份变化如下：

(1) 公司于 2006 年 4 月 18 日成立，注册资本人民币 80 万元，由 Bolaa Holdings Limited 全部以货币资金出资。

(2) 2006 年 6 月 26 日，根据股东会决议和公司章程的规定，企业申请增加注册资本 60.02 万美元，变更后注册资本由 80 万元人民币增加为 70 万美元，由原投资者 Bolaa Holdings Limited 全部以货币资金出资。

(3) 2006 年 10 月 9 日，根据股东决议和公司章程的规定，企业申请增加注册资本 30 万美元，变更后的注册资本为 100 万美元，由原投资者 Bolaa Holdings Limited 全部以货币资金出资。

(4) 2008 年 5 月 26 日，根据股东决议和公司章程的规定，企业申请增加注册资本 100 万美元，变更后的注册资本为 200 万美元，由原股东 Bolaa Holdings Limited 全部以货币资金出资。

(5) 2013 年 5 月 24 日，原股东 Bolaa Holdings Limited 将所持公司 100.00%股权转让给王树、童毅，并于 2013 年 6 月 8 日取得重庆北部新区管委会关于同意重庆博拉网络发展有限公司“外转内”的批复，变更后注册资本为人民币 13,641,000.00 元。变更后股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	出资比例
王树	8,525,625.00	62.50%
童毅	5,115,375.00	37.50%

股东姓名或名称	持股数量（股）	出资比例
小计	13,641,000.00	100.00%

（6）2013年7月4日，原股东王树、童毅分别将持有公司的62.50%、37.50%股权，合计100%股权作价900万元对重庆同趣科技有限公司（后更名为重庆同趣控股有限公司）增资，变更后重庆同趣科技有限公司持有本公司100.00%股权。

（7）2014年7月23日，根据重庆博拉网络发展有限公司股东会决议，由新股东向公司增资3,410,250.00元。变更登记后公司的注册资本为人民币17,051,250.00元，变更后股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	出资比例
重庆同趣控股有限公司	13,641,000.00	80.00%
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	2,557,688.00	15.00%
重庆龙商股权投资管理有限公司	511,537.00	3.00%
尤启明	341,025.00	2.00%
小计	17,051,250.00	100.00%

（8）2014年8月5日，根据重庆博拉网络发展有限公司股东会决议，公司增加注册资本36,589,750.00元，全部由资本公积转增。

（9）2015年5月4日至2015年5月20日，重庆同趣控股有限公司将其持有的公司22.70%的股权转让给新股东，变更后股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	出资比例
重庆同趣控股有限公司	30,736,293.00	57.30%
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	8,046,151.00	15.00%
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	3,218,460.00	6.00%
王树	3,218,460.00	6.00%
童毅	3,057,537.00	5.70%
海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）	1,788,033.33	3.33%
重庆龙商股权投资管理有限公司	1,609,229.00	3.00%
尤启明	1,072,820.00	2.00%
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	894,016.67	1.67%
小计	53,641,000.00	100.00%

（10）2015年7月2日，重庆博拉网络发展有限公司对注册资本进行勘误，注册资本由53,641,000.00元变更为54,833,162.32元，变更的1,192,162.32元由全体股东

按出资比例同比例增加。

(11) 2015 年 7 月 25 日，经股东大会决议，重庆博拉网络发展有限公司以截止 2015 年 5 月 31 日经审计的净资产折股，整体变更为博拉网络股份有限公司，股本总额为 80,000,000.00 股。

(12) 2015 年 12 月 17 日，经 2015 年第二次临时股东大会审议通过公司定向发行股票方案，最终发行数量为 8,000,000.00 股，发行后公司注册资本变更为 88,000,000.00 元，变更后股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	出资比例
重庆同趣控股有限公司	45,840,000	52.09%
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,000,000	13.64%
王树	4,800,000	5.45%
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%
童毅	4,560,000	5.18%
海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）	2,666,640	3.03%
重庆龙商股权投资管理有限公司	2,400,000	2.73%
勤晟泓鹏价值证券投资基金	1,900,000	2.16%
尤启明	1,600,000	1.82%
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	1,333,360	1.52%
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%
刘世玉	700,000	0.80%
联合基金 1 号新三板基金	500,000	0.57%
王麟丽	400,000	0.45%
钟小宁	400,000	0.45%
孙杰	300,000	0.34%
小计	88,000,000	100.00%

(13) 2017 年 9 月 18 日，重庆勤晟股权投资基金管理有限公司-勤晟鸿鹏价值证券投资基金将所持博拉网络 190 万股份转让给重庆龙商股权投资管理有限公司；浙江联合中小企业股权投资基金管理有限公司-联合基金 1 号新三板基金将所持博拉网络 50 万股份转让给尤启明，股权转让后重庆龙商股权投资管理有限公司出资 4,300,000.00 元，占注册资本的 4.89%，尤启明出资 2,100,000.00 元，占注册资本的 2.39%。

(14) 2018 年 2 月 6 日，尤启明将所持博拉网络 80 万股份转让给台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）；尤启明将所持博拉网络 80 万股份转让给无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）；2018 年 3 月 20 日，尤启明将所持博拉网络 50 万股份转让给余艳平；2018 年 4 月 8 日，重庆同趣控股有限公司将所持博拉网络 400 万股份转让给共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）；2018 年 5 月 14 日，重庆同趣控股有限公司将所持博拉网络 20 万股份转让给张依林；2018 年 5 月 16 日，重庆同趣控股有限公司将所持博拉网络 20 万股份转让给朱军；2018 年 11 月 12 日王树将所持博拉网络 150 万股份转让给牟玲玲。

(15) 2018 年 12 月，根据公司股东大会决议和修改后的章程规定，公司申请新增注册资本 300 万元，每股面值 1 元，认购价格为人民币 10.5 元/股，于 2018 年 12 月 26 日之前缴足。上海乾臻投资管理中心（有限合伙）认缴注册资本 300 万元，出资方式为货币。

综上，历次股权变动股东均为非职工入股，公司通过海同天员工持股平台实施的股权激励，已经根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定，进行了合理的股份支付处理；除前述情形外，公司不存在其他需进行股份支付处理的股份变动情况。

(三) 结合 7 名有限合伙人出资的资金来源，说明有限合伙人解除或终止劳动合同须将合伙企业份额无偿转让给普通合伙人的原因及合理性，是否存在股份代持

根据《合伙协议》附件《合伙人出资表》及各合伙人出资凭证，各合伙人出资情况如下：

有限合伙人姓名 或名称	合伙人类别	出资方式	出资额（万元）
重庆海信天企业管理有限公司	普通合伙人	货币	0.20
陈鹏	有限合伙人	货币	0.20
陈超	有限合伙人	货币	0.20
沈敏	有限合伙人	货币	0.10
蒋兵	有限合伙人	货币	0.10
赵键	有限合伙人	货币	0.10
张萌	有限合伙人	货币	0.05
宋涛	有限合伙人	货币	0.05

有限合伙人姓名 或名称	合伙人类别	出资方式	出资额（万元）
合计			1.00

上述 7 名有限合伙人的出资来源均为工资薪金等自有资金。

该合伙企业为员工持股平台，上述有限合伙人只需缴纳少量合伙金额，有限合伙人解除或终止劳动合同须将合伙企业份额无偿转让给普通合伙人的原因及合理性如下：①为避免有限合伙人中出现 5 年内与发行人解除劳动合同的情形，可能产生的离职合伙人要求按照合伙份额真实对应价值索取赔偿等纠纷；②保证合伙企业稳定性，保证整个海奇天、海同天、海信天的结构稳定，避免由此可能产生的股权纠纷。

根据海同天各合伙人书面确认，其认可签署的合伙协议，认可合伙协议的相关约定，均为其真实意思的表示，不存在代持或者其他利益安排的情形。

综上，上述有限合伙人在首次实缴有限合伙企业份额之日起的 5 年内，与博拉网络股份有限公司的劳动合同解除或终止的，该有限合伙人应将其持有的全部合伙企业份额无偿转让给普通合伙人或普通合伙人认可的第三方具有合理性，不存在股份代持。

（四）发行人将合伙协议约定的 5 年“禁售期”视为服务期并分期确认股份支付费用，是否符合企业会计准则的相关规定，如不按分期进行确认，定量列示对发行人财务报表的影响

1、公司将“禁售期”视为服务期并分期确认股份支付费用符合企业会计准则的相关规定

合伙协议约定：有限合伙人自实缴合伙企业出资额之日起 5 年内不得出售、转让、抵押、质押、赠予其持有的合伙企业份额，但经合伙企业的普通合伙人同意的除外（条款 9.1）；如果有限合伙人首次实缴有限合伙企业份额之日起的 5 年内，与博拉网络的劳动合同解除或终止的，除非该有限合伙人与普通合伙人另有约定，否则，该有限合伙人应将其持有的全部合伙企业份额无偿转让给普通合伙人或普通合伙人认可的第三方（条款 9.3）。

合伙协议将服务期和禁售期均规定为 5 年。

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》第六条的规定：“完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待

期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，应当进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。等待期，是指可行权条件得到满足的期间。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间”。

根据合伙协议条款，激励对象获授持有的限制性股票属于“完成等待期内的服务期限条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付”。

综上，等待期是指授予日至可行权日的期间，因此公司将有限合伙人完成 5 年服务期限和禁售期视为“行权日”。即 7 位有限合伙人实际缴纳出资的日期为 2016 年 12 月 27 日，故“等待期”为 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31。公司将“禁售期”视为服务期并分期确认股份支付费用符合企业会计准则的相关规定。

2、若不按分期确认费用，对财务报表的影响

单位：万元

项目		2018 年或 2018.12.31	2017 年或 2017.12.31	2016 年或 2016.12.31
分期确认时	资产总额	35,063.43	26,780.93	23,077.91
	所有者权益	32,807.10	25,412.22	21,670.09
	管理费用	1,599.93	1,797.38	1,248.51
	净利润	4,294.03	4,055.27	3,863.29
一次性确认时	资产总额	35,063.43	26,780.93	23,077.91
	所有者权益	32,807.10	25,412.22	21,670.09
	管理费用	1,385.08	1,582.53	2,322.78
	净利润	4,111.41	3,872.65	2,950.16
差异	资产总额	—	—	—
	所有者权益	—	—	—
	管理费用	-214.85	-214.85	1,074.27
	净利润	182.63	182.63	-913.13

若不按分期确认费用，将减少 2016 年净利润 913.13 万元，同时增加 2017 年和 2018 年度净利润 182.63 万元。

【核查过程及方法】

①查看与股份支付相关的股份增资协议，相关审批流程，核实真实性、价格公

允性，与最近一次增资价格相对照，计算股份支付的金额；

②查看重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议并获取各合伙人书面确认，结合《企业会计准则第 11 号——股份支付》复核发行人授予日的确定是否合理；

③访谈公司高级管理人员，了解股份支付的背景；

④通过国家企业信用信息公示系统，查询相关方的工商信息；

⑤查询同期同行业可比公司估值情况，与发行人估值情况进行比较；

⑥结合企业会计准则核查发行人股份支付的会计处理方式；

⑦查阅发行人历次股份变动文件、新增股东信息及公司员工花名册等分析公司历次股权变动情况，并对比分析《企业会计准则第 11 号——股份支付》等相关法规、相关政策，复核公司股权变动是否涉及股份支付。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为，发行人限制性股票授予日的认定，符合企业会计准则的相关规定；报告期内公司股份支付相关权益工具公允价值的确定依据及计算过程合理，能够反映公司当时股权的公允价值，与同期可比公司估值存在的差异具有合理性；除通过海同天员工持股平台实施的股权激励情形外，公司历史上不存在其他应确认而未确认股份支付的情况；公司将“禁售期”视为服务期并分期确认股份支付费用符合企业会计准则的相关规定。

37.报告期各期末，发行人应收票据的余额分别为 843.00 万元、450.42 万元和 1,532.84 万元，主要为银行承兑汇票。

请发行人补充披露前五大应收票据的明细情况及金额占比，分析应收票据余额的变动原因。

请发行人说明：（1）报告期各期应收票据的期初余额、本期发生额、票据背书、票据贴现及期末余额，分析应收票据背书、票据贴现与相关现金流量表科目、资产负债表科目的匹配情况；（2）是否存在应收票据背书转让、贴现情况，若是，说明应收票据背书转让和贴现的具体情况，应收票据背书、贴现是否附可追索权，相关会计处理及其是否符合《企业会计准则》的规定；（3）商业承兑汇票的形成过程，是否由应收账款转为商业承兑汇票，相关账期是否连续计算，坏账计提是否充分。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充披露前五大应收票据的明细情况及金额占比，分析应收票据余额的变动原因

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应收票据前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占应收票据合计数的比例（%）
哈尔滨汇源食品饮料有限公司	370.00	43.89
鲁中汇源食品饮料有限公司	298.00	35.35
重庆长安汽车股份有限公司	125.00	14.83
重庆移峰能源有限公司	50.00	5.93
合计	843.00	100.00

截至 2017 年 12 月 31 日，公司应收票据前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占应收票据合计数的比例（%）
鲁中汇源食品饮料有限公司	200.00	44.40
浙江吉利控股集团汽车销售有限公司	79.00	17.54
重庆力帆汽车销售有限公司	71.00	15.76
比亚迪汽车销售有限公司	61.69	13.70
比亚迪汽车工业有限公司	20.73	4.60
合计	432.42	96.00

截至 2018 年 12 月 31 日，公司应收票据前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占应收票据合计数的比例（%）
比亚迪汽车销售有限公司	698.06	41.87
重庆长安汽车股份有限公司	419.47	25.16
比亚迪汽车工业有限公司	400.31	24.01
重庆力帆汽车销售有限公司	82.50	4.95
重庆力帆财务有限公司	25.00	1.50
合计	1,625.34	97.49

2017 年末应收票据大幅降低，主要是发行人对应收票据收款进行了有效管理所致。

2018 年末应收票据大幅增长，主要原因：2018 年国内外经济形势比较严峻，客户资金支付压力普遍趋紧，公司的部分主要客户，如比亚迪汽车销售有限公司、重庆长安汽车股份有限公司和比亚迪汽车工业有限公司使用票据结算货款。

二、请发行人说明：

（一）报告期各期应收票据的期初余额、本期发生额、票据背书、票据贴现及期末余额，分析应收票据背书、票据贴现与相关现金流量表科目、资产负债表科目的匹配情况

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
期初余额	514.62	843.00	30.00
加：本期增加	2,424.16	964.55	1,236.01
减：到期承兑	1,154.51	1,252.94	423.01
当期背书转让	10.00	40.00	-
贴现金额	107.03	-	-
期末余额	1,667.24	514.62	843.00

发行人背书、贴现票据均为信用良好的大型商业银行开出的银行承兑汇票，在票据背书、贴现时即终止确认。

（1）票据背书时，账务处理如下：

借：应付账款

贷：应收票据

票据背书在现金流量表中无需体现。

（2）票据贴现，账务处理如下：

借：银行存款

财务费用

贷：应收票据

票据贴现在现金流量表“销售商品、提供劳务收到的现金”中体现。

（二）是否存在应收票据背书转让、贴现情况，若是，说明应收票据背书转让和贴现的具体情况，应收票据背书、贴现是否附可追索权，相关会计处理及其是否符合《企业会计准则》的规定

1、报告期内，应收票据背书转让情况如下：

单位：万元

票据种类	出票人	出票日	背书人	被背书人	金额	到期日	收票交易背景	背书交易背景	是否具有真实贸易背景
银承	永春汇源食品饮料有限公司	2016-3-25	北京博拉广告传媒有限公司	北京为盟信息科技有限公司	10	2017-3-25	服务费	采购服务	是
银承	永春汇源食品饮料有限公司	2016-3-25	北京博拉广告传媒有限公司	成都采微科技有限公司	20	2017-3-25	服务费	采购服务	是
银承	双星集团有限责任公司	2017-1-24	北京博拉广告传媒有限公司	北京微播易科技股份有限公司	5	2017-7-24	服务费	采购服务	是
银承	赛摩电气股份有限公司	2017-1-20	北京博拉广告传媒有限公司	北京微播易科技股份有限公司	5	2017-7-20	服务费	采购服务	是
银承	贵州国巨源贸易有限公司	2018-3-6	北京博拉广告传媒有限公司	重庆樱桃文化传播有限公司	10	2018-9-2	服务费	采购服务	是

2、报告期内，应收票据贴现情况如下：

单位：万元

出票人全称	汇票金额	出票日期	到期日	贴现银行	贴现金额	贴现息
比亚迪汽车销售有限公司	16.41	2018-04-25	2018-10-23	招商银行重庆分行北部新区支行	16.17	0.24
比亚迪汽车工业有限公司	12.51	2018-05-23	2018-11-23	招商银行重庆分行北部新区支行	12.27	0.24
比亚迪汽车工业有限公司	36.60	2018-05-23	2018-11-23	招商银行重庆分行北部新区支行	35.90	0.70
比亚迪汽车销售有限公司	30.38	2018-05-28	2018-11-23	招商银行重庆分行北部新区支行	29.80	0.58
比亚迪汽车销售有限公司	11.13	2018-06-12	2018-12-12	招商银行重庆分行北部新区支行	10.89	0.24
合计	107.03				105.03	1.99

应收票据背书、贴现均未附可追索权，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（三）商业承兑汇票的形成过程，是否由应收账款转为商业承兑汇票，相关账期是否连续计算，坏账计提是否充分

通常情况下，公司服务完成，取得客户确认的验收单后，公司根据验收单确认收入，同时确认应收账款，客户选择票据付款后再由应收账款转为应收票据进行核算。因此，公司收到的商业承兑汇票，均是由应收账款转入。公司对收到的商业承兑汇票相关账期进行连续计算，并参照应收账款的坏账计提政策计提了坏账。

【核查过程及方法】

- ①获取应收票据台账，与财务账面核对，了解应收票据背书转让、贴现情况；
- ②复核发行人应收票据背书、贴现在现金流量表中的体现是否正确；
- ③对于大额应收票据，取得相应销售合同或订单、销售发票、验收单等原始交易资料并进行核对，以证实是否具有真实交易；
- ④分析应收票据减少原因，关注是否对背书转让或贴现的票据负有连带责任；
- ⑤对于大额票据贴现，获取相应贴现协议、银行回单、贴现申请单等进行核对，复核其贴现利息计算是否正确，会计处理是否正确；
- ⑥复核商业承兑汇票的账期，自应收账款形成之日起确定账龄，并测算坏账准备计提是否正确。

【申报会计师的核查意见】

经核查，申报会计师认为：应收票据背书、票据贴现与相关现金流量表科目、资产负债表科目相匹配；应收票据背书、贴现均未附可追索权，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定；商业承兑汇票由应收账款转入，相关账期以应收账款形成之日为起始日连续计算，并按应收账款坏账计提政策计提了坏账准备，坏账准备计提充分。

38.报告期末，发行人应收账款余额分别为 7,216.97 万元、11,757.02 万元和 18,424.95 万元，逐年大幅上升，一年以上账龄的应收账款余额分别为 589.26 万元、2,039.65 万元和 2,849.75 万元，2018 年第四季度发行人以物抵债方式结清的应收账款金额为 617.82 万元。

请发行人区分应收账款金额区间进一步披露各期末的客户数量、应收账款金额、

账龄分布、期后回款进度，并分析账龄在一年以上的应收账款增加的原因。

请发行人说明：（1）根据重要性水平的标准，说明报告期各期末的主要应收账款客户的信用政策，是否存在放宽信用政策增加收入的情形；（2）根据重要性水平的标准，说明报告期内主要应收账款客户的金额及占比、账龄、是否为关联方、是否新增客户、期后款项收回的情况及未回款原因，如北京汇源食品饮料有限公司、东风裕隆汽车销售有限公司等；（3）根据重要性水平的标准，说明报告期内超过合同约定付款时点对应项目的应收账款原值金额及比例情况，报告期各期主要应收账款的客户、项目名称、期末超过约定付款时点的应收账款金额、账龄、判断发行人已对上述应收款项充分计提坏账准备的判断依据；（4）结合同行业可比上市公司应收账款的账龄结构和坏账计提比例，说明发行人的账龄构成与同行业可比上市公司是否存在显著差异，发行人应收账款周转率低于同行业的原因。

请保荐机构和申报会计师对上述事项进行核查，说明详细的核查过程、核查方法，并发表明确意见。

【回复】

（一）区分应收账款金额区间进一步披露各期末的客户数量、应收账款金额、账龄分布、期后回款进度，并分析账龄在一年以上的应收账款增加的原因

各报告期末，应收账款按不同收入阶段、账龄进行划分情况如下：

单位：万元、个

项目	期末 客户 数量	1年以内	1—2年	2—3 年	3年以 上	合计	截至 2019 年 5 月 31 日期后回 款	回款占 比
2016 年末								
1000 万元 以上	1	1,208.58	—	—	—	1,208.58	1,208.58	100.00%
500 万元至 1000 万元	1	1,215.28	12.12	—	—	1,227.40	1,227.41	100.00%
100 万元至 500 万元	13	2,647.30	197.31	—	—	2,844.61	2,494.02	87.68%
100 万元以 下	102	1,556.54	338.82	28.92	12.10	1,936.38	1,432.95	74.00%
合计	117	6,627.71	548.24	28.92	12.10	7,216.97	6,362.96	88.17%
2017 年末								
1000 万元	—	—	—	—	—	—	—	—

项目	期末 客户 数量	1年以内	1—2年	2—3 年	3年以 上	合计	截至 2019 年 5 月 31 日期后回 款	回款占 比
以上								
500 万元至 1000 万元	4	1,984.04	542.09	—	—	2,526.13	2,495.03	98.77%
100 万元至 500 万元	30	6,084.51	779.65	82.72	—	6,946.88	5,242.41	75.46%
100 万元以 下	121	1,648.81	301.41	295.72	38.05	2,283.99	1,651.81	72.32%
合计	155	9,717.37	1,623.15	378.45	38.05	11,757.02	9,389.25	79.86%
2018 年末								
1000 万元 以上	3	6,291.90	—	—	—	6,291.90	2,664.16	42.34%
500 万元至 1000 万元	7	4,715.22	166.96	—	—	4,882.18	1,562.68	32.01%
100 万元至 500 万元	19	2,893.85	1,134.02	293.42	—	4,321.29	1,359.74	31.47%
100 万元以 下	159	1,683.69	645.80	272.95	327.14	2,929.58	1,294.29	44.18%
合计	187	15,584.66	1,946.78	566.37	327.14	18,424.95	6,880.87	37.35%

注：部分客户为集团公司或上级单位统一采购，各子单位分别结算，上表未对该事项进行汇总统计。

报告期内，账龄在 1 年以上的应收账款增加，主要是因为：第一，公司服务的客户多为品牌企业，其付款的审核流程较长，回款较慢；第二，部分客户因营销策略或经营情况等发生变化，后续互联网营销投入减少或资金压力增大，付款出现一定延迟。针对该部分欠款，公司非常重视且加强了催收力度，目前尚未出现客户违约现象。

截至 2019 年 5 月 31 日，公司已收回 2018 年末应收账款 6,880.88 万元，占 2018 年末应收账款余额的 37.35%，核销坏账 0 万元。

（二）根据重要性水平的标准，说明报告期各期末的主要应收账款客户的信用政策，是否存在放宽信用政策增加收入的情形

报告期内对客户的信用政策：

公司的客户一般为大型企业，每个客户对供应商的结算政策各有差异、且客户在结算政策的确定上占据相对主导地位。大多数情况下，公司对客户的信用政策为

服务结束、客户确认后 3-6 个月（具体时间因客户而异）内付款。另一方面，就每个客户而言，除了客户根据自身经营情况统一调整对供应商（包括公司在内的其他同类供应商）的结算政策以外，报告期内的结算政策一般不会发生变更。

报告期各期末的主要应收账款客户的信用政策见本问题（三）。

报告期内，公司不存在放宽信用政策以增加收入的情形，公司与客户合作均签订有业务合同，对项目完成交付情况及结算方式有明确约定，公司不存在为争取客户而放宽收款政策的情形。但存在部分客户由于采购预算、结算流程等原因，实际付款时点超过合同约定的情形。

（三）根据重要性水平的标准，说明报告期内主要应收账款客户的金额及占比、账龄、是否为关联方、是否新增客户、期后款项收回的情况及未回款原因，如北京汇源食品饮料有限公司、东风裕隆汽车销售有限公司等

报告期内，各期前十大主要应收账款客户相关情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	应收账款金额	占比	账龄	是否新增客户	截至 2019 年 5 月 31 日期后款项收回的情况	未回款原因	信用政策
2016 年末								
1	长安福特汽车有限公司	1,208.58	16.75%	1 年以内	否	1,208.58	已回款完毕	服务完成，验收合格后 60 天见发票付款。
2	东风裕隆汽车销售有限公司	674.58	9.35%	1 年以内	否	674.58	已回款完毕	日常服务按季度支付，乙方应在次月 5 日前将上季度总结报告提交甲方，甲方验收合格后，30 个工作日内支付 100%。
		12.12	0.17%	1-2 年		12.12		日常服务按季度支付，乙方应在次月 5 日前将上季度总结报告提交甲方，甲方验收合格后，30 个工作日内支付 100%。
3	重庆长安汽车股份有限公司	540.70	7.49%	1 年以内	否	540.70	已回款完毕	项目工作全部完成，乙方提交项目总结报告及发票，经甲方验收合格后，挂账之月起第三个月支付 100%。
4	北京世界星辉科技有限责任公司	431.63	5.98%	1 年以内	是	431.63	已回款完毕	项目完成后 15 个工作日支付 100%。
5	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	400.65	5.55%	1 年以内	否	400.65	已回款完毕	乙方在每完成一季度的服务并经甲方以邮件或纸质确认工作收货单验收合格后，于下一个月的 15 日之前向甲方提供前一季度的项目费用明细表，及开具内容和金额无误且合法有效的发票，甲方在 30 日内支付 100%。
6	税友软件集团股份有限公司	280.00	3.88%	1 年以内	否	280.00	已回款完毕	验收后 5 个工作日内支付。
7	重庆汽摩交易	264.29	3.66%	1 年以内	是	74.29	客户经营进展未达	在总体策略通过甲方书面验收确认

序号	客户名称	应收账款金额	占比	账龄	是否新增客户	截至 2019 年 5 月 31 日期后款项收回的情况	未回款原因	信用政策
	所有有限公司						预算, 付款安排有所延期, 正在催收中	3 个工作日内支付 23%, 在原型制作等通过甲方书面验收确认 3 个工作日内支付 16%, 在平台技术开发等通过甲方书面验收确认 3 个工作日内支付 45%, 在双方系统测试通过甲方书面验收确认 3 个工作日内支付 16%。
8	奇酷互联网络科技(深圳)有限公司	45.30	0.63%	1 年以内	否	0.00	客户资金紧张, 正在催收中	乙方在每项服务结束后和甲方核对实际费用, 经甲方书面确认无误后, 甲方在收到乙方提供的合格发票后, 60 日内向乙方支付 100%。
		197.31	2.73%	1-2 年		176.30		乙方在每项服务结束后和甲方核对实际费用, 经甲方书面确认无误后, 甲方在收到乙方提供的合格发票后, 60 日内向乙方支付 100%。
9	四川长虹电器股份有限公司	215.07	2.98%	1 年以内	否	215.07	已回款完毕	项目结束后, 甲方在收到乙方提交的结案报告后, 一次性支付 100%。
10	鲁中汇源食品饮料有限公司	200.00	2.77%	1 年以内	否	200.00	已回款完毕	甲方在收到乙方提交的结案报告并完成验收后, 2016 年 8 月 30 日前支付 40%, 2016 年 10 月 31 日前支付 40%, 2016 年 12 月 31 日前支付 20%。
合 计		4,470.24	61.94%			4,213.92		
2017 年末								
1	家乐福(中国)管理咨询服务有限公司	691.08	5.88%	1 年以内	否	691.08	已回款完毕	乙方在每完成两个月的服务并经甲方以书面形式确认验收合格后, 于下一个月的 15 日之前向甲方提供上一个结算周期的项目费用明细表, 及开具内容和金额无误且合法有效

序号	客户名称	应收账款金额	占比	账龄	是否新增客户	截至 2019 年 5 月 31 日期后款项收回的情况	未回款原因	信用政策
								的增值税专用发票，甲方在 30 日内支付 100%。
2	东风裕隆汽车销售有限公司	688.04	5.85%	1 年以内，1-2 年	否	688.04	已回款完毕	协议签订后 10 个工作日内支付 50%；正式上线验收后，乙方提供验收单之后的 10 个工作日内支付尾款。
3	重庆长安汽车股份有限公司	646.80	5.50%	1 年以内	否	646.80	已回款完毕	项目执行完成后，乙方提交项目总结报告及发票，经甲方验收合格后，挂账之月起第三个月支付 100%。
4	四川长虹电器股份有限公司	633.41	5.39%	1 年以内	否	633.41	已回款完毕	项目结束后，甲方在收到乙方提交的结案报告后，签章确认验收单，并一次性支付 100%。
5	北京汇源食品饮料有限公司	460.00	3.91%	1 年以内	是	460.00	已回款完毕	甲方在收到乙方提供的阶段工作总结及增值税专用发票，并邮件或书面确认后，于 2017 年 8 月 31 日前支付 50%，于 2017 年 11 月 30 日前支付 50%。
6	上海开米科技有限公司	449.02	3.82%	1 年以内	是	100.00	新工厂建设投资较大等客观原因，其在资金安排上优先确保新工厂的投入以能早日实现生产，造成支付供应商款项时间延期	乙方服务内容或成果经甲方验收合格后并开具合法有效的服务费发票，十个工作日内，甲方应以电汇方式支付服务费。
7	上海奔越广告有限公司	427.04	3.63%	1 年以内	是	427.04	已回款完毕	每期执行单中所约定的项目执行结束并经甲方书面确认验收合格，且收到甲方各公司客户款项的情况下，甲方各公司通知乙方开具增值税专用发票，甲方各公司收到发票

序号	客户名称	应收账款金额	占比	账龄	是否新增客户	截至 2019 年 5 月 31 日期后款项收回的情况	未回款原因	信用政策
								后 90 日内向乙方支付针对该执行单的应付款项。
8	长安标致雪铁龙汽车有限公司	393.40	3.35%	1 年以内	是	393.40	已回款完毕	收到发票后 60 天支付。
9	东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	390.24	3.32%	1 年以内	是	390.24	已回款完毕	甲方财务部收到发票日期为准，90 日内，向乙方支付月度服务费。
10	富泰通达（北京）科技有限公司	382.80	3.26%	1 年以内	是	382.80	已回款完毕	开发完成并通过验收后支付 30%，测试通过后支付 30%，上线一个月后支付 30%，上线一年后支付 10%。
合计		5,161.83	42.77%			4,812.81		

2018 年末

1	重庆长安汽车股份有限公司	2,330.80	12.65%	1 年以内	否	766.77	付款审批中	项目工作全部完成，乙方提交项目总结报告及增值税有效发票，经甲方验收合格后，挂账之日起第三个月（含挂账月）支付该合同款项。
2	阳狮广告有限公司	2,063.70	11.20%	1 年以内	是	0.00	付款审批中	服务费用按月支付，乙方每月 20 日前向甲方提交上月《工作总结清单》，甲方需于乙方提交《工作总结清单》后 20 日内进行确认（甲方逾期没有提出书面异议视为确认），甲方确认后，乙方提供与《工作总结清单》中载明的金额一致的合格增值税专用发票，甲方于收到发票后 90 日内支付相应的发票金额。
3	家乐福（中国）管理咨询服务	1,897.40	10.30%	1 年以内	否	1,897.40	已回款完毕	乙方应在每完成 2 或 3 个月（结算周期）的服务并经甲方以书面形式

序号	客户名称	应收账款金额	占比	账龄	是否新增客户	截至 2019 年 5 月 31 日期后款项收回的情况	未回款原因	信用政策
	有限公司							确认验收合格后，甲方于 20 天内向乙方提供费用分摊信息表，乙方按照甲方提供的费用分摊信息表向甲方开具内容和金额无误且合法有效的增值税专用发票，并向甲方提供其所要求的其他付款材料，甲方应在收到该等发票及付款材料后 30 日内向乙方支付服务费用。
4	四川长虹电器股份有限公司	964.80	5.24%	1 年以内，1-2 年	否	262.92	客户付款审批流程长	项目结束后，甲方在收到乙方提供的阶段工作总结及增值税专用发票，并邮件或书面确认后 60 天内支付对应服务费用。
5	北京汇源食品饮料有限公司	830.00	4.50%	1 年以内，1-2 年	否	170.00	客户付款审批流程长	甲方按照月度支付乙方服务费用，于每月 25 日为上月费用付款日。甲方在收到乙方提供的阶段工作总结及增值税专用发票，并邮件或书面确认后，支付上述付款日前的服务费用，实际支付数额按最终执行金额为准。
6	东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	660.27	3.58%	1 年以内	否	0.00	客户付款审批流程长	“网络舆情监测及引导月度服务费”，甲方需在月度验收及结算材料核销后，以甲方财务部收到发票日期为准，90 日内，向乙方支付月度服务费。
7	比亚迪汽车销售有限公司	643.46	3.49%	1 年以内	否	353.38	客户付款审批流程长	按季度付款，需方须在供方提供付款通知书及阶段工作总结报告并确认无误、收到等额发票与其他付款材料后的 30 个工作日内向乙方支付相关项目费用。

序号	客户名称	应收账款金额	占比	账龄	是否新增客户	截至 2019 年 5 月 31 日期后款项收回的情况	未回款原因	信用政策
8	比亚迪汽车工业有限公司	608.02	3.30%	1 年以内	否	205.75	客户付款审批流程长	服务结束后，需方须在供方提供付款通知书及阶段工作总结报告并确认无误、收到等额发票与其他付款材料后的 30 个工作日内向乙方支付相关项目费用。
9	中国自控系统工程技术有限公司	600.00	3.26%	1 年以内	是	0.00	客户付款审批流程长	验收合格后支付 95%，验收满一年后支付 5%。
10	上海奔越广告有限公司	575.62	3.12%	1 年以内	否	570.62	已基本回款完毕	每期执行单中所约定的项目执行结束并经甲方书面确认验收合格，且收到甲方各公司客户款项的情况下，甲方各公司通知乙方开具增值税专用发票，甲方各公司收到发票后 90 日内向乙方支付针对该执行单的应付款项。
合计		11,174.07	60.65%			4,226.85		

报告期内，发行人及其关联方与客户均不存在关联关系。

(四) 根据重要性水平的标准, 说明报告期内超过合同约定付款时点对应项目的应收账款原值金额及比例情况, 报告期各期主要应收账款的客户、项目名称、期末超过约定付款时点的应收账款金额、账龄、判断发行人已对上述应收款项充分计提坏账准备的判断依据

1、报告期内, 超过合同约定付款时点的应收账款

单位: 元

项目	2018 年末	2017 年末	2016 年末
超期应收账款	51,806,738.07	30,298,419.64	19,382,985.84
总的应收账款余额	184,249,453.05	117,570,157.08	72,169,747.71
占比	28.12%	28.77%	26.86%

注: 上述表格中的超期应收账款是指截至各期末存在超期情况

2、报告期内前十大超期应收账款的客户、项目名称、期末超过约定付款时点的应收账款金额、账龄, 应收款项充分计提坏账准备的判断依据。

序号	客户名称	项目名称	期末超过约定付款时点的应收账款金额 (元)	账龄	截至 2019 年 5 月 31 日期后回款 (元)	回款比例
2016 年超期应收账款前十名						
1	长安福特汽车有限公司	长安福特内刊、微信、内网运营项目	130,000.00	1 年以内	130,000.00	100.00%
		2016 年二手车社交网络媒体营销	509,372.00	1 年以内	509,372.00	100.00%
		2016 新版 APP 销售交车工具维护	200,000.00	1 年以内	200,000.00	100.00%
		2016 年一季度社交媒体营销	1,860,536.00	1 年以内	1,860,536.00	100.00%
		2016 年 2-4 季度社交网络媒体营销第三方费用	216,572.00	1 年以内	216,572.00	100.00%
		2016 年长安福特 Fleet 社交网络媒体营销	353,732.00	1 年以内	353,732.00	100.00%
		2016 年三季度社交媒体营销	1,575,781.00	1 年以内	1,575,781.00	100.00%
		2016 年第一二季度第三方费用	55,000.00	1 年以内	55,000.00	100.00%
2	奇酷互联网络科技 (深圳) 有限公司	奇酷手机项目网络传播及媒介发布合作框架协议	2,338,134.90	1 年以内, 1-2 年	1,675,033.50	71.64%
		360 奇酷手机-小 Q 预约	45,000.00	1 年以内, 1-2 年	45,000.00	100.00%

序号	客户名称	项目名称	期末超过约定付款时点的应收账款金额（元）	账龄	截至 2019 年 5 月 31 日期后回款（元）	回款比例
		360 奇酷手机-防骗指南	40,000.00	1 年以内,1-2 年	40,000.00	100.00%
		大神手机包机事件传播项目影评	2,972.20	1 年以内,1-2 年	2,972.20	100.00%
3	鲁中汇源食品饮料有限公司	汇源 2016 年第二季度线上推广项目	2,000,000.00	1 年以内	2,000,000.00	100.00%
4	东风裕隆汽车销售有限公司	2016 年度网络传播	1,703,801.00	1 年以内	1,703,801.00	100.00%
		网络数字营销代理	121,227.06	1-2 年	121,227.06	100.00%
5	北京世界星辉科技有限责任公司	星耀 360 项目礼品采购	41,741.00	1 年以内	41,741.00	100.00%
		战魔三国游戏推广	69,034.00	1 年以内	69,034.00	100.00%
		神仙道 2 校园快跑	563,000.00	1 年以内	563,000.00	100.00%
		神仙道 2 发布会	104,280.00	1 年以内	104,280.00	100.00%
		360 软件管家推广项目	2,988.00	1 年以内	2,988.00	100.00%
		里约奥运会社会化传播推广项目	34,410.00	1 年以内	34,410.00	100.00%
		360 绿皮书 Q3	103,392.00	1 年以内	103,392.00	100.00%
6	MICROSOFTGLOBALFINANCE	微软营销服务	968,752.05	1 年以内,1-2 年	-	0.00%
7	湖南最鲜到网络科技有限公司	最鲜到冬季传播推广	550,000.00	1-2 年	-	0.00%
8	昆明大田宥房地产开发有限公司	大宥城项目网络运营	537,000.00	1 年以内,1-2 年	-	0.00%
9	奥美世纪（北京）广告有限公司	雀巢中老年奶粉网络推广	331,623.60	1 年以内	331,623.60	100.00%
		雀巢儿童奶粉网络推广	105,099.50	1 年以内	105,099.50	100.00%
10	重庆瑞乾科技有限公司	海悦汇 B2C 微商城技术开发	63,600.00	1 年以内	63,600.00	100.00%
		海悦汇促销组件技术开发项目	41,287.00	1 年以内	41,287.00	100.00%
		海悦汇 B2B2C 电商平台技术开发	226,285.00	1 年以内	226,285.00	100.00%
合计			14,894,620.31		12,175,766.86	81.75%
2017 年超期应收账款前十名						
1	东风裕隆汽车销售有限公司	2016 年度网络传播	1,664,237.00	1-2 年	1,664,237.00	100.00%
		东风裕隆口碑传播	3,682,716.00	1-2 年	3,682,716.00	100.00%
		东风裕隆口碑 G20	201,400.00	1-2 年	201,400.00	100.00%

序号	客户名称	项目名称	期末超过约定付款时点的应收账款金额（元）	账龄	截至 2019 年 5 月 31 日期后回款（元）	回款比例
		专项传播代理合同				
		新闻稿尾翼优化代理合同	116,956.00	1 年以内	116,020.00	99.20%
		官微系统化代理合同	298,000.00	1 年以内	-	0.00%
		媒体云平台代理合同	398,000.00	1 年以内	385,848.00	96.95%
2	上海开米科技有限公司	开米互联网+整体解决方案	4,190,180.00	1 年以内	1,000,000.00	23.87%
3	北京世界星辉科技有限责任公司	神仙道 2 校园快跑	270,724.00	1-2 年	270,724.00	100.00%
		360 游戏《放开那三国》PR 传播	103,392.00	1-2 年	103,392.00	100.00%
		360 游戏《仙境传说:复兴》项目推广	116,608.00	1-2 年	116,608.00	100.00%
		360 游戏节	72,342.00	1-2 年	72,342.00	100.00%
		360 游戏联运《开心消消乐》项目推广	11,000.00	1 年以内	11,000.00	100.00%
		360 游戏 2017 年手游绿皮书传播推广	267,544.00	1 年以内	267,544.00	100.00%
		360 游戏 2017 数字营销年度服务	2,420,914.00	1 年以内	-	0.00%
4	重庆汽摩交易所有限公司	数字商业策略推广活动	1,054,247.50	1-2 年	-	0.00%
		数字技术开发	845,726.23	1-2 年	-	0.00%
5	上海奔越广告有限公司	2017 年 4-12 月长安福特社交网络媒体营销项目	1,669,395.00	1 年以内	1,669,395.00	100.00%
6	趣游时代（北京）科技有限公司	360 人鱼传说页游效果推广	190,610.00	1-2 年	190,610.00	100.00%
		360 游戏《奇迹重生》项目推广	1,345,322.00	1-2 年	-	0.00%
7	奇酷互联网络科技（深圳）有限公司	奇酷手机项目网络传播及媒介发布合作框架协议	1,280,269.98	1-2 年,2-3 年	617,168.58	48.21%
8	嘉锐世新科技(北京)有限公司	智能园区综合管理平台建设	1,100,000.00	1-2 年	1,100,000.00	100.00%
		指纹识别开发	60,000.00	1-2 年	60,000.00	100.00%
9	MICROSOFT GLOBAL FINANCE30 HERBERT STREET	微软营销服务	912,501.03	1-2 年,2-3 年	-	0.00%
10	北京汇源食品饮料有限公司	汇源鲜果原汁新品上市数字营销项目	820,000.00	1 年以内	820,000.00	100.00%

序号	客户名称	项目名称	期末超过约定付款时点的应收账款金额（元）	账龄	截至 2019 年 5 月 31 日期后回款（元）	回款比例
合计			23,092,084.74		12,349,004.58	53.48%
2018 年超期应收账款前十名						
1	家乐福(中国)管理咨询服务 有限公司	家乐福中国第三方支付项目数字商业服务框架合同	15,175,444.54	1 年以内	15,175,444.54	100.00%
2	重庆长安汽车股份有限公司	长安乘用车经销商网上云店系统建设及运营	1,050,000.00	1 年以内	1,013,802.89	96.55%
		公司内部门户网站改版建设	52,000.00	1 年以内	52,000.00	100.00%
		长安欧尚网上店面会员系统集成项目	4,982.00	1 年以内	4,982.00	100.00%
		欧尚汽车粉丝运营项目	840,840.00	1 年以内	840,840.00	100.00%
		2018-2019 年长安汽车在线互动代理项目	4,372,101.42	1 年以内	4,345,475.29	99.39%
		欧尚 Style APP 客户端 1.0 开发及运维项目	33,306.80	1 年以内	33,306.80	100.00%
		直达客户运营体系服务	1,177,243.56	1 年以内	1,177,243.56	100.00%
		2018 年轿车云店框架开发外包服务	200,000.00	1 年以内	200,000.00	100.00%
3	北京金成荣达软件技术有限公司	在线管理 OA 系统开发	360,000.00	1-2 年	-	0.00%
		SCRM 系统开发	440,000.00	1-2 年	-	0.00%
		园区视频监控管理平台部署与开发	1,600,000.00	1-2 年	-	0.00%
		软件分销系统	672,000.00	1-2 年	-	0.00%
		技术开发服务	735,000.00	2-3 年	-	0.00%
4	上海开米科技有限公司	开米互联网+整体解决方案	3,490,180.00	1-2 年	-	0.00%
5	北京世界星辉科技有限责任公司	360 游戏 2017 数字营销年度服务	2,420,914.00	1-2 年、2-3 年	-	0.00%
6	重庆汽摩交易所有限公司	数字商业策略推广活动	1,054,247.50	2-3 年	-	0.00%
		数字技术开发	845,726.23	2-3 年	-	0.00%
7	北京汇源食品饮料有限公司	汇源国家品牌计划数字营销项目	1,700,000.00	1-2 年	1,700,000.00	100.00%
8	重庆瑞坤科技发展有限公司	重庆瑞坤智慧社区云平台系统	91,369.37	2-3 年	-	0.00%

序号	客户名称	项目名称	期末超过约定付款时点的应收账款金额(元)	账龄	截至 2019 年 5 月 31 日期后回款(元)	回款比例
		重庆市智慧小区平台建设	1,000,000.00	1-2 年	-	0.00%
		永川区智慧小区建设	370,000.00	1-2 年	-	0.00%
9	东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	东风雪铁龙商业信息监测分析及整合数字营销项目	475,940.00	1 年以内	-	0.00%
		东风雪铁龙全车系网络创意推广服务	954,176.00	1 年以内	-	0.00%
10	趣游时代(北京)科技有限公司	360 游戏《奇迹重生》项目推广	1,345,322.00	1-2 年、2-3 年	-	0.00%
合计			40,460,793.42		24,543,095.08	60.66%

报告期内前十大超期应收账款客户大部分应收款项已回款,对于尚未回款的超期应收账款,公司已严格按照应收款项的坏账政策充分计提坏账准备。

(五) 结合同行业可比上市公司应收账款的账龄结构和坏账计提比例,说明发行人的账龄构成与同行业可比上市公司是否存在显著差异,发行人应收账款周转率低于同行业的原因

以下为 2018 年末发行人与同行业上市公司账龄结构和坏账计提比例对比分析:

公司简称	账龄	占总应收款比例(%)	坏账准备计提比例
蓝色光标	半年以内	86.04%	
	0.5-1 年	8.68%	2.00%
	1-2 年	3.70%	30.00%
	2 年以上	1.42%	100.00%
省广集团	1 年以内	89.04%	0.50%
	1-2 年	3.07%	10.00%
	2-3 年	0.92%	20.00%
	3 年以上	2.22%	100.00%
宣亚国际	半年以内	80.35%	
	0.58-1 年	14.32%	5.00%
	1-2 年	1.94%	30.00%
	2 年以上	1.20%	100.00%

公司简称	账龄	占总应收款比例(%)	坏账准备计提比例
科达股份	1 年以内	91.58%	1.02%
	1-2 年	0.27%	10.00%
	2-3 年	0.35%	20.00%
	3-5 年	1.66%	40.00%
	3 年以上	0.09%	100.00%
	5 年以上	0.25%	100.00%
利欧股份	1 年以内	86.61%	1.25%
	1-2 年	7.29%	10.00%
	2-3 年	1.73%	26.12%
	3-4 年	1.11%	64.93%
	4-5 年	0.27%	80.00%
	5 年以上	0.50%	100.00%
腾信股份	1 年以内	80.05%	5.00%
	1-2 年	8.91%	10.00%
	2-3 年	2.37%	20.00%
	3 年以上	0.15%	100.00%
博拉网络	1 年以内（含 1 年）	84.63%	3.00%
	1 至 2 年（含 2 年）	10.56%	10.00%
	2 至 3 年（含 3 年）	3.03%	30.00%
	3 年以上	1.78%	100.00%

发行人的账龄构成与同行业可比上市公司大致相当，不存在显著差异。

发行人与同行业可比上市公司的应收账款周转率比较如下：

公司简称	2018 年	2017 年	2016 年
蓝色光标	3.82	2.74	2.87
省广集团	5.03	4.49	4.40
科达股份	4.26	3.92	4.28
宣亚国际	1.87	2.47	3.60
利欧股份	2.81	3.00	3.05
腾信股份	2.38	2.70	2.23
平均值	3.36	3.22	3.41
博拉网络	2.16	1.99	2.56

报告期内，发行人应收账款周转率对于同行业上市公司偏低，主要原因如

下:

1、业务结构有所区别。同行业上市公司的广告投放和代理业务（含媒介代理）占比较大（如省广集团、蓝色光标、科达股份和利欧股份），该项业务资金流转速度快，期末回款压力相对较小。发行人 2018 年增加了类似的数字媒体投放业务后，应收账款周转率也有所上升。

2、客户信用账期不完全相同。由于同行业上市公司的客户群体不完全相同，相应的客户信用账期亦不完全相同，这就直接导致了期末回款的速度。如宣亚国际和发行人主要客户都有来自于汽车行业的企业，因此应收账款周转率相对接近。

3、收入规模不同，议价能力不同。由于同行业可比公司均是上市公司，信誉较好且销售规模高于发行人，因此其应收账款回款议价能力也明显好于发行人。

【核查过程及方法】

①通过访谈管理人员了解公司对主要客户信用政策的相关规定，对比报告期内主要客户的销售合同中的结算方式，判断报告期内公司主要客户的信用政策是否发生变化；

②获取报告各期应收账款明细表，复核发行人应收账款账龄划分是否正确，复核发行人坏账准备计提是否正确；

③查验报告期各期应收账款期后收款情况；

④对各期末应收账款余额较大及各期销售收入金额较大的客户实施函证程序；

⑤对大额应收账款及大额销售客户进行实地走访；

⑥通过巨潮资讯等网站查询同行业公司应收账款账龄结构和坏账计提比例，应收账款账龄结构和坏账计提比例与同行业公司进行对比分析；

⑦通过巨潮资讯等网站查询同行业公司应收账款周转率，将公司应收账款周转率与同行业公司进行对比分析。

【申报会计师的核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期各期末主要应收账款客户不存在放宽信用政策增加收入的情形；发行人按照制定的会计政策充分计提了坏账准备，发行人账龄构成及坏账计提比例与同行业上市公司不存在显著差异；发行人应收账款周

转率低于同行业具有合理性。

39.请发行人补充披露：（1）公司对北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司（以下简称北京京东）预付款的形成原因，与发行人主营业务之间的关系；（2）公司对上海开米科技有限公司（以下简称开米科技）的其他应收款长期未收回的原因。

请发行人说明：（1）公司与北京京东签订合同的主要条款，包括采购的具体业务内容、双方权利和义务的约定、验收方式、结算方式和结算周期等，是否存在跨期费用未确认的情形；（2）发行人与开米科技的具体经济业务内容，双方的权利义务约定，目前的合作状态，相关应收账款是否已结清，进一步说明发行人其他应收款的可回收性；（3）其他应收款中备用金逐年大幅上升的原因，是否存在跨期费用的情形；（4）其他应收款中主要押金及保证金的形成原因及背景，是否与发行人的经营业务有关。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

一、请发行人补充披露：

（一）公司对北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司（以下简称北京京东）预付款的形成原因，与发行人主营业务之间的关系

2018 年末，公司预付北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司 306.13 万元服务费，明细构成如下：

单位：万元

付款单位	预付金额	预付时间	期末余额	形成原因	与公司主营业务的关系
博拉网络股份有限公司	185.00	2018 年 12 月	185.00	数据信息费，服务期限为 2018-12-22 至 2019-12-21	用于公司多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统研发项目
重庆赢盛达科技有限公司	135.00	2018 年 11 月	106.13	数据信息费，服务期限为 2018-11-13 至 2019-11-12	用于公司中小企业的供应链金融大数据平台研发项目
重庆博聚智海电子商务有限公司	15.00	2018 年 12 月	15.00	技术服务费	公司开展网络销售业务，北京京东提供技术支持服务

付款单位	预付金额	预付时间	期末余额	形成原因	与公司主营业务的关系
合计	335.00		306.13		

（二）公司对上海开米科技有限公司（以下简称开米科技）的其他应收款长期未收回的原因

应收上海开米科技有限公司代垫款 169.50 万元的原因及合理性：公司为上海开米科技有限公司代垫的 169.50 万元系上海开米科技有限公司支付京东的广告费用。根据合同约定，发行人向上海开米科技有限公司提供的是互联网+整体解决方案，其中也包括了为其在京东上做推广。但是，由于京东店的账户开立人为上海开米科技有限公司，按京东的规定只能开发票给账户开立人（上海开米科技有限公司），而不能直接开发票给发行人。因此，上海开米科技有限公司于 2017 年 5 月 25 日出具《代垫款付款通知书》，由发行人先行垫付 169.50 万元，上海开米科技有限公司后续直接付给发行人。

应收上海开米科技有限公司代垫款 169.50 万元尚未收回的原因：该笔其他应收款的账龄为 1-2 年。由于上海开米科技有限公司新工厂建设投资较大等客观原因，其在资金安排上优先确保新工厂的投入以能早日实现生产，造成支付供应商款项时间延期。公司已和上海开米科技有限公司进行多次沟通，其已在筹措资金用于偿付对公司的欠款。

二、请发行人说明：

（一）公司与北京京东签订合同的主要条款，包括采购的具体业务内容、双方权利和义务的约定、验收方式、结算方式和结算周期等，是否存在跨期费用未确认的情形

公司从北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司购买的云计算资源、商品素材分析和行业分析报告等服务，是通过“京东云”系统平台进行服务包采购，所购服务包属于京东云 Elite 系统标准化产品，在京东云系统平台下单后，服务订单自动生成，显示产品名称、资源详情、计费类型（包年包月）、购买时长、费用金额等详细信息，同时自动生成支付链接给购买方，点击后关联公司网银进行支付。

重庆赢盛达科技有限公司购买的服务期限为 2018-11-13 至 2019-11-12，购买时长为 12 个月，根据该服务包的设定公司可以在期限内使用不低于 200 万张的商品图片素材进行识别系统的机器学习，对应机器学习的计算能力由京东云资源

平台提供，该服务包到期后自动终止服务。

博拉网络股份有限公司购买的服务期限为 2018-12-22 至 2019-12-21，购买时长为 12 个月，根据该服务包的设定京东每月将提供不少于 20 个指定行业的消费画像素材分析报告及中小商家样本分析报告，同时提供针对中小企业供应链信用评估系统机器学习的云计算资源，该服务包到期后自动终止服务。

上述项目公司按服务包的使用期限每月对预付账款进行摊销确认相应的费用，不存在费用跨期的情况。

（二）发行人与开米科技的具体经济业务内容，双方的权利义务约定，目前的合作状态，相关应收账款是否已结清，进一步说明发行人其他应收款的可回收性

1、公司与开米科技的具体经济业务内容，双方的权利义务约定

2017 年 2 月公司与上海开米科技有限公司签订了《数字商业服务协议》，该协议的主要内容为：项目名称为开米互联网+整体解决方案，包括但不限于数字化品牌建设、全电商解决方案及新零售、提供相关咨询建议等。合同执行周期为：2017 年 3 月 15 日至 2018 年 12 月 31 日，该协议为框架合同，具体金额以双方每次确认的执行计划为准。

2、目前的合作状态，相关应收账款是否已结清，发行人其他应收款的可回收性

由于客户的营销计划有调整，目前公司与上海开米科技有限公司暂时没有新的业务合作。如果今后客户有新的营销需求，发行人将积极参与比稿、投标等业务接洽工作，以寻求新的合作机会。

2018 年 12 月公司已收到开米的应收账款回款 100 万元，截至 2018 年 12 月 31 日，相关应收款项余额为 518.52 万元，其中：应收账款余额 349.02 万元，其他应收款余额 169.50 万元，发行人已就上述款项与上海开米科技有限公司进行核对一致，且已回函确认。由于上海开米科技有限公司新工厂建设投资较大等客观原因，其在资金安排上优先确保新工厂的投入以能早日实现生产，造成支付供应商款项时间延期。公司已和上海开米科技有限公司进行多次沟通，其已在筹措资金用于偿付对公司的欠款，该事项不影响原已形成相关款项的回收工作。

（三）其他应收款中备用金逐年大幅上升的原因，是否存在跨期费用的情形

公司其他应收款-备用金主要系公司员工因生产经营借支的差旅费、零星开支等临时周转金和员工医疗开支借款等。

公司其他应收款-备用金逐年大幅上升主要有以下几点原因：

1、随着公司业务规模的不断扩大，分布于全国各地的客户越来越多，常常需要员工出差进行现场服务，导致员工借支差旅费；

2、年底是客户各种营销活动和年终总结的会议高发期，也需要员工现场参加，维护和了解客户实际需求，以便次年更好的开展服务，这也导致员工借支差旅费；

3、为确保公司生产经营活动所需的零星采购项目（如线下活动项目的执行，由于涉及面太广，有时需要在现场先行代垫费用），一般采用先由经办人员预先借支一定金额的临时周转备用金，导致借支备用金用于临时周转；

4、公司特别注重对员工的关爱，有时员工及家属由于医疗费用需要临时资金周转时，公司会伸出援助之手，待后期员工逐步偿还。

综上，报告期内，公司其他应收款-备用金逐年上升具有合理性，上述备用金不存在跨期费用的情形。

（四）其他应收款中主要押金及保证金的形成原因及背景，是否与发行人的经营业务有关

公司其他应收款中主要押金及保证金包括租房押金、业务合作保证金、招投标保证金，公司其他应收款中保证金及押金明细如下：

单位：元

款项性质	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
租房押金	1,365,001.96	1,379,402.28	1,299,174.45
业务合作保证金	996,230.00	400,000.00	400,000.00
招投标保证金	636,070.00	667,400.00	302,227.00
其他保证金及押金	89,420.00	47,085.34	78,282.12
合计	3,086,721.96	2,493,887.62	2,079,683.57

公司属于轻资产行业，因此存在较多的租房押金。2018 年公司的业务合作保证金增加是因为 2018 年公司新增了电商业务，需要缴纳电商平台的业务合作保证金。另外，根据公司的服务模式，公司大部分的业务合同通过竞标方式取得。客户在竞标过程中一般通过“比稿比价”，根据技术方案、价格等因素综合评定，

选择互联网和大数据服务供应商。因此，公司的其他应收款中主要押金及保证金与公司的经营业务相关。

【核查过程及方法】

①检查会计凭证、检查与北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司北京京东网络系统信息、及与上海开米科技有限公司的交易合同，核实交易的真实性；

②通过往来函证印证相关应收款项金额的准确性；

③对借取大额备用金员工进行访谈，了解备用金用途及支出情况等；

④通过检查会计凭证、合同等资料，核查发行人备用金、保证金及押金的真实性；

⑤对发行人其他应收款一备用金期后报销（归还）进行检查，是否存在跨期现象。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人向北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司的预付款项购买的产品或服务用于主营业务，按照服务期限进行分摊费用，不存在费用跨期；发行人与开米科技的经济业务真实，相关的应收款项预期能够收回；发行人其他应收款中备用金上升主要系业务规模扩大等因素的影响，不存在跨期费用，押金及保证金与其主营业务模式相关，具有合理性。

40.招股说明书披露，报告期各期，发行人存在购买理财产品的情形。

请发行人说明：（1）报告期内所有理财产品或者投资产品的类型、名称、买入日、到期日、金额、期限、收益，会计处理是否符合企业会计准则的相关规定；（2）报告期内理财产品的支付和收回金额与现金流量表中投资活动支付及收回的现金以及货币资金、其他流动资产等报表项目之间的勾稽关系。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）报告期内所有理财产品或者投资产品的类型、名称、买入日、到期日、金额、期限、收益，会计处理是否符合企业会计准则的相关规定

报告期内，公司购买理财产品明细如下：

单位：万元

产品名称	类型	买入日	到期日	金额	期限 (天)	收益
交通银行重庆自由贸易试验区分行蕴通财富结构性存款	蕴通财富结构性存款期限结构型	2018-5-21	2018-8-20	3,000.00	91	29.92
交通银行两江幸福广场支行“蕴通财富日增利”	“蕴通财富日增利”保证收益型	2017-6-16	2017-9-18	3,000.00	91	29.92
		2017-9-22	2017-12-25	3,000.00	91	29.17
		2017-12-29	2018-5-2	3,000.00	124	43.82
交通银行两江幸福广场支行“蕴通财富日增利”S款	“蕴通财富日增利”S款	2016-3-11	2016-6-13	1,000.00	94	7.72
		2016-3-11	2017-6-13	2,000.00	474	75.46
		2016-7-27	2017-6-13	1,000.00	336	26.37
小计						242.38

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十七条的规定，贷款和应收款项，是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。由于“保本保收益型”理财产品符合以上条件，因此应归类为“贷款和应收款项”，报表上列为“其他流动资产”。“非保本保收益型”由于回收金额不可确定，不符合“贷款和应收款项”的定义。

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十八条的规定，可供出售金融资产，是指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除下列各类资产以外的金融资产：

- (1) 贷款和应收款项。
- (2) 持有至到期投资。
- (3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

由于“非保本保收益型”理财产品不属于上述分类，因此应划分为“可供出售金融资产”。

由于上述理财产品在资产负债表日期限均短于一年，故列报为“其他流动资产”，获取的收益在“投资收益”中列报，会计处理符合企业会计准则的相关规定。

(二) 报告期内理财产品的支付和收回金额与现金流量表中投资活动支付及收回的现金以及货币资金、其他流动资产等报表项目之间的勾稽关系

1、理财产品的支付与投资活动支付的勾稽关系

报告期内，公司现金流量表中投资所支付的现金与购买理财产品的支付的勾稽关系如下表：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
购买理财产品	3,000.00	9,000.00	4,000.00
对外投资	1,800.00	-	35.00
投资支付的现金	4,800.00	9,000.00	4,035.00
差异	-	-	-

公司现金流量中投资所支付的现金与购买理财产品的支付的勾稽中，2016 年及 2018 年对外投资 35 万元和 1,800 万元为投资重庆职学大伽信息技术咨询有限公司和天津艺点意创科技有限公司所支付的投资款；

因此，公司报告期内现金流量表中投资所支付的现金与购买理财产品的支付金额具有勾稽关系。

2、理财产品的收回与收回投资收到的现金的勾稽关系

报告期内，公司现金流量表中收回投资收到的现金与理财产品的收回勾稽关系如下表：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
①理财产品的收回金额	6,000.00	9,000.00	1,000.00
②理财产品赎回时的收益	73.74	160.92	7.72
③收回投资收到的现金	6,073.74	9,151.80	1,007.72
④差异	-	9.12	-

注：④=①+②-③

2017 年差异为 9.12 万元，主要系发行人当年理财产品增值税未计入“收回投资收到的现金”项目。

综上，除上述差异外，公司报告期内现金流量表中收回投资收到的现金与理财产品的收回勾稽关系正确。

3、理财产品与其他流动资产等报表科目勾稽关系

报告期内，公司理财产品的变动与其他流动资产的勾稽如下表：

单位：万元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
①购买理财产品	3,000.00	9,000.00	4,000.00
②赎回理财产品	6,000.00	9,000.00	1,000.00
③理财产品余额	-	3,000.00	3,000.00
④其他流动资产-理财产品		3,000.00	3,000.00
⑤差异	-	-	-

说明：③=上年余额③+①-②，⑤=④-③

发行人所购买的理财产品属于保本浮动收益型理财产品，列报于其他流动资产。因此，公司报告期内理财产品的变动与其他流动资产等报表科目勾稽关系正确。

【核查过程及方法】

①获取并检查发行人与银行签订的购买理财产品的协议，购买、赎回理财产品的会计凭证、银行回单；

②查看发行人账簿，对照《企业会计准则》相关规定核对购买理财产品及投资收益的会计处理是否准确；

③复核计算报告期内理财产品的支付和收回金额与现金流量表中投资活动支付及收回的现金以及货币资金、其他流动资产等报表项目之间的勾稽关系。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内购买理财产品或投资性经济事项的会计处理正确，报告期内理财产品与投资产品的支付和收回金额与现金流量表中投资活动支付及收回的现金以及货币资金、其他流动资产等报表项目之间的勾稽关系正确。

41.2018 年末，公司可供出售金融资产金额为 1,835.00 万元，构成为发行人对重庆职学大伽信息技术咨询有限公司和天津艺点意创科技有限公司的股权投资。

请发行人补充披露：（1）发行人投资上述两家参股企业的原因，与发行人主营业务的关系以及未来的计划；（2）发行人与上述企业之间是否存在业务或资金往来，如有，请补充披露交易内容、交易金额、交易背景以及相关交易与发行人主营业务的关系。

请发行人说明：（1）公司将上述投资纳入可供出售金融资产核算的依据，公允价值的确定过程，是否符合企业会计准则的规定；（2）上述两家参股企业报告期内的主要财务数据，是否经审计，说明是否存在减值风险，发行人对可供出售金融资产减值准备计提是否充分；（3）上述企业的历史沿革，历次增资或股权转让的价格，除发行人外其他股东的基本情况和资金来源；（4）发行人与上述企业之间交易的定价依据，交易价格是否公允；（5）上述企业及其关联方与发行人的关联方、客户和供应商之间是否存在资金往来、关联交易或其他利益安排，是否存在替发行人代垫成本或费用的情况。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）请发行人补充披露：（1）发行人投资上述两家参股企业的原因，与发行人主营业务的关系以及未来的计划；（2）发行人与上述企业之间是否存在业务或资金往来，如有，请补充披露交易内容、交易金额、交易背景以及相关交易与发行人主营业务的关系

报告期内，发行人参股两家公司，其基本情况如下：

参股公司名称	出资金额 (万元)	持股比例	出资时间	控股方	主营业务情况
重庆职学大伽信息技术咨询有限公司	30	15%	2016.05.30	李鲁 (85%)	对互联网、IT 等相关专业人才的咨询、辅导服务
天津艺点意创科技有限公司	1,800	3%	2018.07.17	巩书凯 (69.6%)	综合性品牌策划和 CI（企业视觉形象识别系统）、VI（视觉识别系统）开发的创造性咨询，logo 及 VI 设计、CI 及 SI 等综合性创意服务

1、重庆职学大伽信息技术咨询有限公司

（1）基本情况

成立日期：2016年5月30日

注册资本：200万元

住所：重庆市渝北区青枫北路12号1幢高新园拓展区（A1A2）4号楼21楼2#

统一社会信用代码：91500000MA5U67H03P

法定代表人：李鲁

经营范围：网络信息技术咨询服务；企业管理咨询；软件开发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本问询函回复出具之日，股东构成及出资比例如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	30.00	15.00
李鲁	170.00	85.00
合计	200.00	100.00

（2）参股的原因，与公司主营业务的关系以及未来的计划

为开拓并深耕IT咨询、辅导方面的业务，公司参股成立重庆职学大伽信息技术咨询有限公司。

职学大伽主要从事对互联网、IT等相关专业人才的咨询、辅导服务，如对中小企业和个人进行互联网营销与实务运用的技术辅导（指导）与智力支持等。

2019年6月20日，公司与李鲁签署签订了股权转让协议，拟以35万元的价格将其持有职学大伽的全部股份转让给李鲁。截至本问询函回复之日，正在办理相关工商变更手续。

（3）公司与职学大伽之间是否存在业务或资金往来

报告期内，除投资职学大伽35万元外，公司与职学大伽之间不存在业务或资金往来。

2、天津艺点意创科技有限公司

（1）基本情况

成立日期：2016年3月14日

注册资本：1,241.134万元

住所：天津市红桥区咸阳路19号中投保大厦三层

统一社会信用代码：91120106MA05J5EK14

法定代表人：霍迎迎

经营范围：计算机软件技术开发、转让、咨询、服务；企业形象策划；产品外包装设计；标牌设计；电脑图文设计；网页设计；展览展示服务；从事广告业务；企业营销策划；商务信息咨询；室内外装饰装修工程设计、施工；工艺品、日用百货、标牌、展柜、装饰装修材料、家用电器批发兼零售；计算机网络数据

处理服务；包装装潢印刷品印刷；专利代理服务；消防设备安装。（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之日，股东构成及出资比例如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
巩书凯	864.606	69.66
重庆中以农业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	156.203	12.59
霍迎迎	100.00	8.06
博拉网络	37.257	3.00
山水从容传媒投资有限公司	24.078	1.94
嘉兴领创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	23.596	1.90
中智领航（天津）企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	23.596	1.90
成都森本艺企业管理合伙企业（有限合伙）	11.798	0.95
合计	1,241.134	100.00

（2）参股的原因，与公司主营业务的关系以及未来的计划

为开拓并深耕京津冀地区计算机软件技术开发方面的业务，公司于 2018 年 7 月 17 日参股投资天津艺点意创科技有限公司。

艺点意创主要从事包括企业形象、品牌形象建立，进行综合性品牌策划和 CI（企业视觉形象识别系统）、VI（视觉识别系统）开发的创造性咨询，logo 及 VI 设计、CI 及 SI（专卖店形象识别系统）导入、平面设计、产品与包装设计、画册设计、环境与导示设计、网站设计、工业产品设计、设计策划、下游的印刷及电商代运营等综合性创意服务产业。艺点意创主要为中小微企业提供除产品本身以外所有的跟市场相关的创意服务，并且将综合性创意服务产业进行线上化改造，利用互联网工具和思维，颠覆传统文化创意产业。

公司暂时没有对艺点意创追加投资或转让股权的计划。

（3）公司与艺点意创之间是否存在业务或资金往来

报告期内，除投资艺点意创1,800.00万元外，公司与艺点意创之间不存在其他业务或资金往来。

（二）公司将上述投资纳入可供出售金融资产核算的依据，公允价值的确定过程，是否符合企业会计准则的规定

根据《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》第二条规定，长期股权投资是指投资方对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对其合营企业的权益性投资。

根据《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》第十八条“可供出售金融资产，是指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除下列各类资产以外的金融资产：（一）贷款和应收款项。（二）持有至到期投资。（三）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。”

公司对职学大伽和艺点意创的持股比例分别为 15%和 3%，且无公司人员在职学大伽和艺点意创担任董事、总经理和财务总监等重要职位，因此公司对职学大伽和艺点意创均不具有控制和重大影响，不应纳入长期股权投资核算，均应作为可供出售金融资产核算。

根据《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》第三十二条规定，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，应当按照成本计量。

职学大伽、艺点意创均系非上市公司，在活跃市场中无报价，且公允价值不能可靠计量，因此公司对其按照成本法计量。

上述会计处理符合企业会计准则的规定。

（三）上述两家参股企业报告期内的主要财务数据，是否经审计，说明是否存在减值风险，发行人对可供出售金融资产减值准备计提是否充分

1、职学大伽财务情况及减值情况

报告期内，职学大伽的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2018.12.31 或 2018 年	2017.12.31 或 2017 年	2016.12.31 或 2016 年
资产	63.67	83.29	21.84
所有者权益	33.98	60.60	-10.28
营业收入	75.27	59.94	8.64
净利润	-30.62	20.88	-65.28

职学大伽经营业务规模较小，报告期内财务数据均未经审计。发行人的投资成本为 35 万元，由于除发行人以外的其他股东认缴资本未实缴到位，截至 2018 年 12 月 31 日，职学大伽实收资本为 104 万元，未分配利润为-75.02 万元，处于

亏损状态，鉴于投资总金额较小，低于重要性水平，因此发行人未对其计提减值准备。

此外，2019年6月20日，公司与李鲁签署签订了股权转让协议，拟以35万元的价格将其持有职学大伽的全部股份转让给李鲁，由于是平价转让，发行人并未受到损失。

2、艺点意创财务情况及减值情况

报告期内，艺点意创的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2018.12.31 或 2018 年	2017.12.31 或 2017 年	2016.12.31 或 2016 年
资产	15,895.66	12,589.06	11,519.20
所有者权益	15,080.83	11,681.71	7,595.17
营业收入	24,294.85	14,297.50	11,483.63
净利润	1,888.71	1,831.24	2,038.00

艺点意创2018年的财务数据已经北京双斗会计师事务所（普通合伙）审计，并出具了双斗审字【2019】第G24149号审计报告。

艺点意创2016年、2017年的财务数据已经安永华明会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了安永华明（2018）审字第61080950_A01号审计报告。

报告期内，艺点意创收入规模呈上涨趋势，盈利状况较为稳定，未发现减值迹象，因此发行人未对其计提减值准备。

（四）上述企业的历史沿革，历次增资或股权转让的价格，除发行人外其他股东的基本情况和资金来源

1、职学大伽基本情况

（1）职学大伽历史沿革，历次增资或股权转让的价格

重庆职学大伽信息技术咨询有限公司于2016年5月30日成立，注册资本100万元，由本公司与汤波、李鲁以货币形式共同出资。其中发行人、汤波、李鲁分别认缴15万元、75万元、10万元，出资比例分别为15%、75%、10%。

2016年7月26日，职学大伽变更注册资本为200万元，其中汤波、发行人、李鲁分别认缴150万元、30万元、20万元，认缴比例分别为75%、15%、10%，并在重庆两江新区市场和监督管理局依法办理了工商变更登记手续。

2018年12月11日，汤波与李鲁签订《股权转让协议》，约定汤波将其持有

的 150 万元股权（注册资本）以 13.5 万元的价格转让给李鲁。变更后股权结构如下：

股东名称	注册资本（元）	实缴资本（元）	认缴比例
李鲁	1,700,000.00	740,000.00	85.00%
博拉网络股份有限公司	300,000.00	300,000.00	15.00%
小计	2,000,000.00	1,040,000.00	100.00%

截至本问询函回复出具日，职学大伽历次增资或股权转让价格如下：

时间	出资企业/个人	投资金额（万元）	对应的注册资本（万元）	投资价格（元）
2016 年 7 月 26 日	博拉网络、汤波、李鲁	100.00	100.00	1.00
2018 年 12 月 11 日	李鲁	13.50	150.00	0.09

汤波转让给李鲁转让价格较低的原因：汤波认缴的注册资本只实缴小部分，且职学大伽规模没有快速做大，其希望退出转而投资其他行业。

（2）发行人外其他股东的基本情况和资金来源

①汤波的基本情况和资金来源

汤波先生，1978 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。1997 年 9 月至 1998 年 12 月任中国电子进出口公司四川分公司业务员；1999 年 1 月至 2001 年 5 月任西门子电器成都办事处西南区推广总监；2001 年 6 月至 2002 年 9 月任强生中国成都办事处四川地区销售主管；2002 年 10 月至 2008 年 4 月任惠州 TCL 移动通信有限公司市场推广部部长；2008 年 5 月至 2019 年 4 月任深圳市联代科技有限公司监事。

经核查汤波出资的书面说明，投资职学大伽的资金来源为自有或自筹。

②李鲁的基本情况和资金来源

李鲁先生，1976 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。1999 年 7 月至 2000 年 6 月任重庆沃尔德科技软件工程师；2000 年 7 月至 2001 年 11 月任上海浦发三齐科技软件工程师；2001 年 12 月至 2005 年 11 月任重庆网通项目负责人；2005 年 11 月至 2006 年 11 月任同趣科技技术员；2006 年 12 月至 2015 年 7 月任博拉有限/博拉网络软件工程师；2015 年 8 月至 2016 年 6 月任重庆伍觉软件有限公司软件工程师；2016 年 7 月至今，任重庆职学大伽信息技术咨询有限公司执行董事、经理、法定代表人。

经核查李鲁出资流水和书面说明，投资职学大伽的资金来源为自有或自筹。

2、艺点意创基本情况

(1) 艺点意创历史沿革，历次增资或股权转让的价格

2016年3月14日，巩书凯、霍迎迎等投资成立天津艺点意创科技有限公司，注册资本为1,000万元。

2016年12月15日，重庆中以农业股权投资基金合伙企业（有限合伙）向艺点意创投资人民币5,000万元，艺点意创增加注册资本156.203万元，注册资本增加至1,156.203万元。

2017年5月3日，嘉兴领创股权投资基金合伙企业（有限合伙）向艺点意创投资人民币755.298万元，艺点意创增加注册资本23.596万元，注册资本增加至1,179.799万元。

2017年9月12日，成都森本艺企业管理合伙企业（有限合伙）与巩书凯签订《天津艺点意创科技有限公司股权转让协议》，艺点意创控股股东巩书凯将所持有的1%股权转让给成都森本艺企业管理合伙企业（有限合伙），转让价款为人民币377.649万元。

2018年2月24日，山水从容传媒投资有限公司向艺点意创投资人民币1,000万元，艺点意创增加注册资本24.078万元，注册资本增加至1,203.877万元。

2018年7月17日，博拉网络增资艺点意创，共计出资人民币1,800万元，艺点意创增加注册资本37.257万元，注册资本增加至1,241.134万元。

截至本问询函回复出具日，艺点意创股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例(%)
1	巩书凯	864.606	69.66
2	重庆中以农业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	156.203	12.59
3	霍迎迎	100.00	8.06
4	博拉网络股份有限公司	37.257	3.00
5	山水从容传媒投资有限公司	24.078	1.94
6	中智领航（天津）企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	23.596	1.90
7	嘉兴领创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	23.596	1.90
8	成都森本艺企业管理合伙企业（有限合伙）	11.798	0.95
合计		1241.134	100.00

截至本问询函回复出具日，艺点意创历次增资或股权转让价格如下：

时间	出资企业	投资金额 (万元)	对应的注册资 本(万元)	投资价格 (元)
2016年12月15日	重庆中以农业股权投资基金合伙企业(有限合伙)	5,000.00	156.203	32.01
2017年5月3日	嘉兴领创股权投资基金合伙企业(有限合伙)	755.298	23.596	32.01
2017年7月11日	成都森本艺企业管理合伙企业(有限合伙)	377.649	11.798	32.01
2018年2月24日	山水从容传媒投资有限公司	1,000.00	24.078	41.53
2018年7月17日	博拉网络股份有限公司	1,800.00	37.257	48.31

(2) 发行人外其他股东的基本情况和资金来源

① 巩书凯的基本情况和资金来源

巩书凯先生，公民身份号码 37148119880915XXXX，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。2016年3月至今，担任天津艺点意创科技有限公司董事长。

经核查巩书凯出具的关于股东投资资金来源的书面说明，投资艺点意创的资金来源为自有或自筹。

② 重庆中以农业股权投资基金合伙企业(有限合伙)的基本情况和资金来源

统一社会信用代码：91500225MA5U383HXU

成立日期：2015年10月22日

主要经营场所：重庆市大足区棠香街道办事处五星大道266号（广电大厦综合楼21楼）

执行事务合伙人：重庆中以农业股权投资基金管理有限公司

合伙期限：2015年10月22日至无固定期限

经营范围：股权投资（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款、发放贷款以及证券、期货等金融业务）

截至本问询函回复出具日，各合伙人出资信息如下：

序号	合伙人名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	重庆产业引导股权投资基金有限责任公司	20,000.00	49.14
2	重庆大足国有资产经营管理集团有限公司	10,000.00	24.57
3	宗申产业集团有限公司	10,000.00	24.57

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）
4	重庆中以农业股权投资基金管理有限公司	700.00	1.72
	合计	40,700.00	100.00

经核查重庆中以农业股权投资基金合伙企业（有限合伙）出具的关于股东投资资金来源的书面说明，投资艺点意创的资金来源为自有或自筹。

③霍迎迎的基本情况和资金来源

霍迎迎女士，公民身份号码 37148119891101XXXX，中国国籍，无境外永久居留权。

经核查霍迎迎出具的关于股东投资资金来源的书面说明，投资艺点意创的资金来源为自有或自筹。

④山水从容传媒投资有限公司的基本情况和资金来源

成立日期：2015 年 12 月 04 日

注册资本：22000 万人民币

住所：北京市朝阳区道家村一号 1 号楼 3 层 308 室

统一社会信用代码：91110105MA002DFU4R

法定代表人：陈怡

经营范围：项目投资；投资管理；资产管理。

截至本问询函回复出具日，股东及出资信息如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	君助天合（上海）股权投资管理合伙企业（有限合伙）	18,700.00	85.00
2	重庆大足国有资产经营管理集团有限公司	3,300.00	15.00
	合计	22,000.00	100.00

经核查山水从容传媒投资有限公司出具的关于股东投资资金来源的书面说明，投资艺点意创的资金来源为自有或自筹。

⑤嘉兴领创股权投资基金合伙企业（有限合伙）的基本情况和资金来源

统一社会信用代码：91330402MA28AAYN4W

成立日期：2016 年 04 月 13 日

主要经营场所：浙江省嘉兴市南湖区南江路 1856 号基金小镇 2 号楼 119 室-16

执行事务合伙人：重庆文化创意股权投资基金管理有限责任公司

合伙期限：2016 年 04 月 13 日至 2046 年 04 月 12 日

经营范围：非证券业务的投资、投资管理

截至本问询函回复出具日，各合伙人出资信息如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	重庆猪八戒网络有限公司	9,800.00	98.00
2	重庆文化创意股权投资基金管理有限责任公司	200.00	2.00
合计		10,000.00	100.00

经核查嘉兴领创股权投资基金合伙企业（有限合伙）出具的关于股东投资资金来源的书面说明，投资艺点意创的资金来源为自有或自筹。

⑥中智领航（天津）企业管理咨询合伙企业（有限合伙）的基本情况和资金来源

统一社会信用代码：91120116MA05TMEGXQ

成立日期：2017 年 07 月 13 日

主要经营场所：天津滨海高新区滨海科技园高新六路 39 号 9-3-401 号

执行事务合伙人：田中立

合伙期限：2017 年 07 月 13 日至 2047 年 07 月 13 日

经营范围：商务服务业；电子信息、软件技术及产品的开发、咨询、服务、转让；机械设备租赁；房地产经纪服务；建筑业。（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）

截至本问询函回复出具日，各合伙人出资信息如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张广	500.00	50.00
2	田中立	500.00	50.00
合计		1,000.00	100.00

经核查中智领航（天津）企业管理咨询合伙企业（有限合伙）出具的关于股东投资资金来源的书面说明，投资艺点意创的资金来源为自有或自筹。

⑦成都森本艺企业管理合伙企业（有限合伙）的基本情况和资金来源

统一社会信用代码：91510100MA6CPMUU1P

成立日期：2017 年 05 月 10 日

主要经营场所：中国（四川）自由贸易试验区成都高新区天府三街 69 号 1

栋 14 层 1421 号

执行事务合伙人：游跃翔

合伙期限：2017 年 05 月 10 日至 3999 年 01 月 01 日

经营范围：企业管理咨询；品牌营销策划；商务咨询（不含投资咨询）；教育咨询（不含出国留学及中介服务）；市场调研；市场营销策划；企业形象策划；企业营销策划；公共关系服务；会议服务；组织文化艺术交流活动；设计、制作、代理、发布广告（不含气球广告）；信息技术咨询；信息系统集成；计算机软硬件技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务。（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）

截至本问询函回复出具日，各合伙人出资信息如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张国庆	177.65	47.04
2	游跃翔	50.00	13.24
3	陈宏	50.00	13.24
4	陈显坊	50.00	13.24
5	成都厚启科技中心	50.00	13.24
合计		377.65	100.00

经核查成都森本艺企业管理合伙企业（有限合伙）出具的关于股东投资资金来源的书面说明，投资艺点意创的资金来源为自有或自筹。

（五）发行人与上述企业之间交易的定价依据，交易价格是否公允

经核查，报告期内，发行人与职学大伽和艺点意创仅存在前述股权投资事项，不存在其他的业务和资金交易。

（六）上述企业及其关联方与发行人的关联方、客户和供应商之间是否存在资金往来、关联交易或其他利益安排，是否存在替发行人代垫成本或费用的情况

1、是否与发行人及其关联方存在关联关系

（1）职学大伽汤波、李鲁是否与发行人及其关联方存在关联关系

经核查，李鲁于 2006 年 12 月至 2015 年 7 月任博拉有限/博拉网络软件工程师，于 2015 年 8 月至 2016 年 6 月任重庆伍觉软件有限公司软件工程师，并于 2016

年6月离职。

除此之外，汤波、李鲁与发行人及其关联方均不存在其他（关联）关系。

（2）艺点意创巩书凯是否与发行人及其关联方存在关联关系

经核查，巩书凯与发行人及其关联方均不存在其他（关联）关系。

2、是否与发行人的关联方、客户和供应商之间是否存在资金往来、关联交易或其他利益安排，是否存在替发行人代垫成本或费用的情况

经核查职学大伽及其股东的资金流水，并经职学大伽及其股东汤波、李鲁出具相关声明，除2019年2月职学大伽收取发行人的孙公司昆明博拉飞鱼科技有限公司9万元的服务费外，职学大伽及其股东汤波、李鲁与发行人的关联方、客户和供应商之间不存在资金往来、关联交易或其他利益安排，不存在替发行人代垫成本或费用的情况。

经艺点意创及其大股东巩书凯出具相关声明，艺点意创及其大股东巩书凯与发行人的关联方、客户和供应商之间不存在资金往来、关联交易或其他利益安排，不存在替发行人代垫成本或费用的情况。

【核查过程及方法】

①查询国家企业信用信息公示系统、天眼查等，了解重庆职学大伽信息技术咨询有限公司的基本情况；

②查阅重庆职学大伽信息技术咨询有限公司的工商登记资料、审计报告；

③查询国家企业信用信息公示系统、天眼查等，了解天津艺点意创科技有限公司的基本情况；

④查阅天津艺点意创科技有限公司的工商登记资料、财务报告和审计报告；

⑤获取并检查博拉网络对外投资股东会决议、投资协议、对外投资银行回单等相关资料；

⑥获取并检查重庆职学大伽信息技术咨询有限公司及股东的资金流水，资金来源、资金往来、关联交易或其他利益安排相关声明；

⑦获取天津艺点意创科技有限公司及实际控制人巩书凯的资金来源、资金往来、关联交易或其他利益安排相关声明；

⑧与汤波、李鲁、巩书凯进行访谈，留存访谈记录，并获取三位自然人简历；

⑨查询国家企业信用信息公示系统、天眼查等，了解发行人的主要客户和供

应商的基本情况；

⑩查询国家企业信用信息公示系统、天眼查等，以及访谈公司董秘黎健艺先生、财务负责人张花丽女士和实际控制人童毅先生了解发行人的关联方的基本情况；

⑪查询国家企业信用信息公示系统、天眼查等，了解重庆职学大伽信息技术咨询有限公司除发行人外其他股东的基本情况，并获取重庆职学大伽信息技术咨询有限公司关于其他股东出资资金来源的说明；

⑫查询国家企业信用信息公示系统、天眼查等，了解天津艺点意创科技有限公司除发行人外其他股东的基本情况，并获取天津艺点意创科技有限公司关于其他股东出资资金来源的说明。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：

①发行人投资职学大伽和艺点意创两家参股企业均是为了延伸和完善公司的主营业务模式和发展方向，具有合理和客观原因，未来暂时没有对艺点意创追加投资或转让股权的计划，2019年6月20日，公司与李鲁签署签订了股权转让协议，拟以35万元的价格将其持有职学大伽的全部股份转让给李鲁；

②报告期内，除投资职学大伽35万元和投资艺点意创1,800万元外，公司与两家参股企业均不存在业务或资金往来；

③职学大伽和艺点意创作为可供出售金融资产，按照成本法核算符合企业会计准则的规定，公允价值确定过程合理；

④报告期内，职学大伽处于亏损状态，鉴于投资总金额较小，低于重要性水平，因此发行人未对其计提减值准备；

⑤报告期内，艺点意创盈利状况良好，未发现存在减值迹象，因此发行人未对其计提减值准备；

⑥除2019年2月职学大伽收取发行人的孙公司昆明博拉飞鱼科技有限公司9万元的服务费外，职学大伽及其股东汤波、李鲁与发行人的关联方、客户和供应商之间不存在资金往来、关联交易或其他利益安排，不存在替发行人代垫成本或费用的情况；

⑦艺点意创及其大股东巩书凯与发行人的关联方、客户和供应商之间不存在

资金往来、关联交易或其他利益安排，不存在替发行人代垫成本或费用的情况。

42.请发行人补充披露以预付款形式购买重庆渝北区“两江春城”四处房产的原因，与发行人主营业务的关系。

请发行人说明：（1）上述房产的交易对方名称，房屋的交易价格，与第三方市场价格进行比较，说明交易价格的公允性，是否存在发行人关联方同时期购买“两江春城”相关房产的情况，如有，请说明交易价格，是否与发行人的交易价格之间存在显著差异；（2）上述房产转固的具体时点，投入使用前后发行人租赁房屋、人员工作地点等的变化情况。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）以预付款形式购买重庆渝北区“两江春城”四处房产的原因，与发行人主营业务的关系

2018 年末公司资产原值较 2017 年末增加 1,711.84 万元，增幅 280.34%，其中增加的房屋建筑物为公司及其子公司重庆云集通购买的位于重庆渝北区“两江春城”四处房产，该笔资产之前因未达到固定资产确认条件，在其他非流动资产科目下进行核算，2018 年 12 月该房产已实现交房，并于 2019 年 1 月取得不动产权证书。

1、以预付款形式购买重庆渝北区“两江春城”四处房产的原因

房产属于特殊的商品，根据房地产行业的交易惯例，签订合同后，要先行支付开发商购房款后，待房屋建设完毕、验收合格后，才能办理交房和房产证等手续。

2、与发行人主营业务的关系

为了将汽车、3C、金融地产等类型企业客户的线上具备核心价值的用户资源 O2O 导流至线下，构建企业会员组织和开展互动活动，以及公司大数据技术结合物联网、人工智能、AR/VR 等前沿技术的最新技术成果的展示和客户交流的需要，公司及子公司重庆云集通于 2016 年新增购置四套房产，用于满足上述业务开展的相应场地需要。

（二）上述房产的交易对方名称，房屋的交易价格，与第三方市场价格进

行比较，说明交易价格的公允性，是否存在发行人关联方同时期购买“两江春城”相关房产的情况，如有，请说明交易价格，是否与发行人的交易价格之间存在显著差异

2016年5月12日，公司与重庆中华置业有限公司签订《重庆市商品房买卖合同》（CQ-201-00143704），购买其位于重庆市渝北区街道6号地块两江春城春玺苑12-1、2、3幢裙楼，建筑面积246.57平方米，购房款606.40万元。

2016年6月17日，公司与重庆中华置业有限公司于签订《重庆市商品房买卖合同》（CQ-201-00166627），购买其位于重庆市渝北区街道6号地块两江春城春玺苑12-1、2、3幢裙楼1-商业2，建筑面积84.71平方米，购房款287.20万元。

2016年6月17日，公司的子公司——重庆云集通与重庆中华置业有限公司签订《重庆市商品房买卖合同》（CQ-201-00166614），购买其位于重庆市渝北区街道6号地块两江春城春玺苑12-1、2、3幢裙楼1-商业3，建筑面积84.71平方米，购房款287.20万元。

2016年6月17日，公司的子公司——重庆云集通与重庆中华置业有限公司签订《重庆市商品房买卖合同》（CQ-201-00166552），购买其位于重庆市渝北区街道6号地块两江春城春玺苑12-1、2、3幢裙楼1-商业4，建筑面积84.71平方米，购房款287.20万元。

上述四处房产为发行人从房地产开发商处按当时市场价格购得，通过查询房地产相关网站在售同地段房产信息，购置价与目前市场挂牌价相当，不存在重大差异，购买价格具有合理性。

发行人关联方同时期没有购买“两江春城”相关房产。

（三）上述房产转固的具体时点，投入使用前后发行人租赁房屋、人员工作地点等的变化情况

2018年12月上述房产转入固定资产，上述房产主要用于O2O导流将线上的“虚拟用户”资源引导至线下，构建企业会员组织和开展互动活动等，并不是以办公为目的，故而投入使用前后发行人租赁房屋、人员工作地点等未发生变化。

【核查过程及方法】

①访谈发行人管理层，了解购房目的，预计用途和实际使用情况；

②实地查看房产状况，查看购房合同、发票、银行划款记录、交房证明等相

关文件；

③询房地产交易网站挂牌信息，了解同地段商业地产的销售价格；

④查阅报告期内控股股东、实际控制人及其关联方的资金流水，是否存在大额固定资产购置支出。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人基于业务发展需要，按照市场公允价格购置“两江春城”相关房产，不存在发行人关联方同时期购买“两江春城”相关房产的情况；2018年12月上述房产转入固定资产，且购置用途并不是以办公为目的，故而投入使用前后发行人租赁房屋、人员工作地点等未发生变化。

43.报告期各期末，发行人长期待摊费用分别为 529.38 万元、398.75 万元和 211.35 万元，主要为房屋装修费等。请发行人补充披露长期待摊费用的具体构成，包括房屋装修的租赁或自有房产地点、租赁期和摊销期限、计入管理费用、销售费用和营业成本的金额。

请发行人说明租赁期与摊销期限是否匹配，是否存在摊销年限显著长于租赁期限的情况。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）长期待摊费用的具体构成，包括房屋装修的租赁或自有房产地点、租赁期和摊销期限、计入管理费用、销售费用和营业成本的金额

报告期内，公司长期待摊费用均为办公场所装修费，具体明细如下：

单位：万元

装修地点	摊销年限	租赁期限	期末余额	计入管理费用金额	计入销售费用金额
2016 年					
重庆高科财富园财富三号 A 栋 3 楼 1#	3 年	2 年	2.39	1.54	2.21
广州市天河区华夏路 30 号 2701 号	3 年	3 年	1.81	4.34	-
重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢	3 年	3 年	401.87	5.6	-
广州市天河区华夏路 30 号 2701 号	3 年	3 年	2.69	-	0.24
成都市高新区天府大道 1700 号环球中心东 1 区 3 单元 7 层 703	3 年	3 年	2.57	-	2.27
北京市朝阳区建国路 27 号紫檀大厦 7 层 01、02、03 号	3 年	3 年 4 个月	84.21	2.9	17.42
昆明市北京路北辰财富中心 A 栋-23 层	3 年	4 年	28.08	14.04	-
上海市瞿溪路 694 号 516 室	3 年	3 年	5.76	0.34	-
重庆高科财富园财富三号 A 栋 3 楼 04#	3 年	2 年	-	-	1.38
合计			529.38	28.77	23.54
2017 年					
重庆高科财富园财富三号 A 栋 3 楼 1#	3 年	2 年	-	2.39	-
重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢	3 年	3 年	290.13	146.64	-
广州市天河区华夏路 30 号 2701 号	3 年	3 年	-	-	4.50
广州市天河区珠江东路 28 号写字楼 4901 房自边 14-16 单元	3 年	3 年	40.01	-	7.32
成都市高新区天府大道 1700 号环球中心东 1 区 3 单元 7 层 703	3 年	3 年	1.48	-	1.09
北京市朝阳区建国路 27 号紫檀大厦 7 层 01、02、03 号	3 年	3 年 4 个月	49.36	-	34.85
昆明市北京路北辰财富中心 A 栋-23 层	3 年	4 年	14.04	14.04	-

装修地点	摊销年限	租赁期限	期末余额	计入管理费用金额	计入销售费用金额
上海市瞿溪路 694 号 516 室	3 年	3 年	3.73	2.03	-
合计			398.75	165.10	47.75
2018 年					
重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢	3 年	3 年	138.67	151.26	-
广州市天河区珠江东路 28 号写字楼 4901 房自边 14-16 单元	3 年	3 年	24.29	-	16.10
成都市高新区天府大道 1700 号环球中心东 1 区 3 单元 7 层 703	3 年	3 年	-	-	1.48
北京市朝阳区建国路 27 号紫檀大厦 7 层 01、02、03 号	3 年	3 年 4 个月	15.68	-	33.68
昆明市北京路北辰财富中心 A 栋-23 层	3 年	4 年	-	14.04	-
上海市瞿溪路 694 号 516 室	3 年	3 年	23.54	8.43	-
上海市徐汇区云锦路 500 号 801、802、803 室	3 年	2 年	9.17	-	1.79
合计			211.35	173.73	53.05

（二）请发行人说明租赁期与摊销期限是否匹配，是否存在摊销年限显著长于租赁期限的情况

发行人报告期内装修费摊销年限均为3年，房屋租赁期大部分为3年及以上，其中摊销年限长于租赁年限的明细及原因如下：

装修地点	摊销年限	租赁年限	摊销年限高于租赁年限的原因
重庆高科财富园 财富三号A栋3楼 1#	3年	2年	租赁合同两年一签，实际租赁年份为2008年，终止租赁年份为2017年，共租赁9年，租赁年限高于摊销年限
重庆高科财富园 财富三号A栋3楼 4#	3年	2年	由于公司变更办公地址，租赁年限短于摊销年限，公司已于2016年不再租赁时，一次性摊销计入费用
上海市徐汇区云 锦路500号801、 802、803室	3年	2年	2018年新增租赁，合同约定租赁期为2年，地段较好，企业续租的可能性较高，故企业按照3年进行摊销合理

综上，发行人长期待摊费用摊销年限与租赁年限相匹配，不存在摊销年限显著长于租赁期限的情况。

【核查过程及方法】

- ①获取发行人相关会计账簿、长期待摊费用明细；
- ②获取发行人各经营场所房产证明及租赁合同、装修合同等，查看经营场所实际使用情况；
- ③查验长期待摊费用大额支出相关凭证，获取合同、发票、付款凭据，查验长期待摊费用发生额是否与装修相关，同时实地查看装修办公场所，核实其真实性；
- ④对租赁期短于摊销期限的项目进行评估，评估其续租的可能性，同时测算如对租赁期短于摊销期限的项目按照租赁期进项摊销对利润的影响。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人长期待摊费用摊销期限与租赁期限相匹配，不存在长期待摊费用摊销期明显长于租赁房屋租赁期的情况。

44.请发行人补充披露各期末应付账款前五大供应商的应付账款余额和占比、具体采购内容，分析各期应付账款波动的原因。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

(一) 公司各期末应付账款前五大供应商的应付账款余额和占比、具体采购内容

报告期各期末，应付账款前五名单位情况

截至 2018 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名单位的具体情况如下：

单位：元

序号	公司名称	期末余额	占比	采购内容
1	甲骨文（中国）软件系统有限公司	1,455,493.39	24.36%	应用系统、诊断包等采购
2	嘉锐世新科技（北京）有限公司	494,710.04	8.28%	网络内容的设计和制作
3	天津英创伟业科技发展有限公司	226,625.00	3.79%	网络内容的设计和制作
4	央视国际网络有限公司	209,616.00	3.51%	服务费
5	成都榆木白羊文化传媒有限公司	180,000.00	3.01%	网络广告发布
合计		2,566,444.43	42.95%	

截至 2017 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名单位的具体情况如下：

单位：元

序号	公司名称	期末余额	占比	采购内容
1	重庆市江北区双乾科技有限责任公司	342,400.00	8.38%	技术开发服务
2	道有道（北京）科技股份有限公司	319,220.00	7.81%	自媒体投放
3	中恩国际文化发展有限公司	235,426.50	5.76%	线下活动服务
4	有米科技股份有限公司	208,480.00	5.10%	自媒体投放
5	北京七乐文化传媒有限公司	186,544.00	4.56%	网络内容发布
合计		1,292,070.50	31.61%	

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名单位的具体情况如下：

单位：元

序号	公司名称	期末余额	占比	采购内容
1	广东睿恩广告传媒有限公司	997,538.91	31.96%	网络内容发布
2	虎扑（上海）文化传播	853,773.54	27.36%	网络广告发布

序号	公司名称	期末余额	占比	采购内容
	股份有限公司			
3	北京道仔文化传媒有限公司	118,750.00	3.80%	网络自媒体内容发布
4	南京掌领互动文化传媒有限公司	106,000.00	3.40%	网络广告发布
5	北京八零印象广告有限公司	96,477.00	3.09%	线下活动服务
合计		2,172,539.45	69.61%	

（二）各期应付账款波动的原因

报告期内，应付账款对应的内容主要为公司从事营销及运营、技术开发服务采购。公司通过自有技术平台为客户提供服务，外包服务规模普遍较小，主要面向可以提供单一形式专业服务的中小型供应商（自媒体、视频拍摄、美术设计、动画制作、专业稿件撰写等），此类外包服务供应商的主要特点是规模小、数量庞大、变化极快、透明度高、响应速度快。除了少量独有或垄断资源、以及结合度要求较高的服务以外，公司的大部分创意外包服务均可在网上搜寻到供应商。

由于互联网和大数据应用模式每年都在发生快速变化（从博客到微博再到微信，从PC互联网到移动互联网），具有典型的更新迭代速度快的特征，不仅是应用和技术更新迭代非常快，而且互联网营销内容也是与时俱进、差异化和迭代特色显著，导致客户的个案项目需求也不断发生改变，具体内容差异大、执行周期短、形式较为单一，因此在项目实施过程中所需要的外包供应商也相应不断变化。

综上，由于供应商比较分散，导致各个供应商提供的信用期有所不同；另外，由于公司为客户提供服务内容的多元化，导致各种服务的结算方式及结算周期也会有所不同。以上两个方面的因素是导致公司各期末前五大应付账款波动的主要原因。

【核查过程及方法】

①通过获取公司各期末应付账款明细表，根据余额构成分析应付账款余额波动原因，同时获取采购合同，检查采购合同约定的服务期限、服务内容、合同金额，检查发票及付款凭证等核查采购业务的真实性；

②对采购金额较大和期末余额较大的供应商实施函证程序，核实采购金额和

期末应付账款余额的准确性；

③对主要供应商进行实地走访，核查采购业务的真实性。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：发行人各期末应付账款前五大供应商各期波动较大，与其主营业务模式相关，具有合理性。

45.请发行人说明：（1）报告期内增值税的变动情况，包括增值税的进项税额、销项税额、当期应缴增值税和实际缴纳的增值税、进项税转出的金额；（2）销项税额与不同类别应税销售收入之间的勾稽关系，进项税额与发行人采购服务或产品、固定资产采购金额的勾稽关系。

请保荐机构和申报会计师进行核查并发表明确意见。

【回复】

（一）报告期内增值税的变动情况，包括增值税的进项税额、销项税额、当期应缴增值税和实际缴纳的增值税、进项税转出的金额

单位：元

年份	进项税额	销项税额/小规模纳税人应纳税额	当期应缴增值税	实际缴纳的增值税	进项税转出
2016 年	6,961,328.07	11,584,506.39	5,182,570.06	5,697,562.59	32,291.20
2017 年	4,705,827.30	11,978,537.90	6,881,240.00	5,774,488.65	91,505.21
2018 年	14,433,793.38	22,985,281.85	8,896,979.87	6,416,996.61	116,192.54
变动金额	2017 年	-2,255,500.77	394,031.51	1,698,669.94	76,926.06
	2018 年	9,727,966.08	11,006,743.95	2,015,739.87	642,507.96
变动比例	2017 年	-32.40%	3.40%	32.78%	1.35%
	2018 年	206.72%	91.89%	29.29%	11.13%

变动分析：随着公司业务规模的扩大，公司年度应缴纳增值税额也随之增长；公司 2017 年、2018 年当期应纳增值税增长率分别为 32.78%、29.29%，营业收入增长率分别为 12.62%、70.77%。

2017 年当期应纳增值税增长率大于营业收入增长率，主要原因是公司 2017 年度向小规模纳税人供应商采购的金额增长较大，抵扣进项税率只有 3%，而同时向一般纳税人供应商采购的金额有所降低；此外，2017 年不存在固定资产采购

所能抵扣的增值税。因此，前述影响造成 2017 年进项税额总体规模较小，导致应纳增值税增加。

2018 年当期应纳增值税增长率小于营业收入增长率，主要原因是公司 2018 年新增数字媒体投放业务，造成营业收入增长幅度较大，但该业务具有资金流大进大出，且毛利率较低的情况，从而导致应纳增值税增长率较小。

（二）销项税额与不同类别应税销售收入之间的勾稽关系，进项税额与发行人采购服务或产品、固定资产采购金额的勾稽关系

1、公司报告期内销项税与销售收入之间的勾稽关系如下：

单位：元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
①一般纳税人收入（合并抵消前，不含免税收入）	337,995,204.55	194,089,909.94	188,352,203.41
②小规模纳税人收入（合并抵消前，不含免税收入）	2,087,378.65	2,711,834.97	9,540,818.91
③减：免税收入	4,827,907.21	9,044,350.28	16,966,807.69
④税率	3%、6%、16%、17%	3%、6%、16%、17%	3%、6%
⑤计算销项税/小规模纳税人应纳税额	22,985,285.13	11,838,407.73	11,587,356.77
减：因冲减以前年度收入而在本期冲减的销项税金额			
⑥账面销项税/小规模纳税人应纳税额	22,985,281.85	11,978,537.90	11,584,506.39
差异（⑤-⑥）	3.28	-140,130.17	2,850.38

注：计算公式为：①*适用税率+②*适用税率=⑤

由于税率政策的变化，公司适用的税率等级增多，因此针对 2016 年、2017 年、2018 年公司营业收入与销项税额之间的勾稽关系进一步列示如下：

（1）2016 年收入与销项税额/小规模纳税人应纳税额勾稽关系如下：

单位：元

项目	金额	税率	税额
营业收入：			

项目	金额	税率	税额
营销及运营、技术开发收入（一般纳税人）	188,352,203.41	6%	11,301,132.20
营销及运营、技术开发收入（小规模纳税人）	9,540,818.91	3%	286,224.57
营销及运营、技术开发收入（免税收入）	16,966,807.69	0%	—
合计	214,859,830.01	—	11,587,356.77
差异	—	—	2,850.38

注：营销及运营、技术开发收入适用税率包括 6%、3%、0%。其中，一般纳税人主要适用税率为 6%；小规模纳税人主要适用税率为 3%；离岸服务外包和满足条件的技术开发服务免征增值税，适用税率为 0%。

（2）2017 年收入与销项税额/小规模纳税人应纳税额勾稽关系如下：

单位：元

项目	金额	税率	税额
营业收入：			
营销及运营收入[注 1]	187,051.24	17%	31,798.71
营销及运营、技术开发收入（一般纳税人）	193,902,858.70	6%	11,634,171.52
营销及运营、技术开发收入（小规模纳税人）	2,711,834.97	3%	81,355.05
营销及运营、技术开发收入（免税收入）	9,044,350.28	0%	0.00
小计	205,846,095.19		11,747,325.28
理财产品投资收益	1,518,040.83	6%	91,082.45
合计	207,364,136.02		11,838,407.73
差异			-140,130.17

（3）2018 年收入与销项税额/小规模纳税人应纳税额勾稽关系如下：

项目	金额	税率	税额
营业收入：			
营销及运营收入	1,948,615.43	17%	331,264.62
电商业务、营销及运营收入	24,837,895.54	16%	3,974,063.29
营销及运营、技术开发收入（一般纳税人）	312,209,449.18	6%	18,732,566.95
营销及运营、技术开发收入（小规模纳税人）	2,087,378.65	3%	62,621.36
营销及运营、技术开发收入（免税收入）	4,827,907.21	0%	0.00-
小计	344,910,490.41		22,940,395.32

项目	金额	税率	税额
理财产品投资收益	695,683.64	6%	41,741.02
其他收益-三代手续费	44,979.86	6%	2,698.79
处置固定资产	5,000.00	3%	150.00
处置固定资产	15,000.00	2%	300.00
小计	760,663.50		44,889.81
合计	345,671,153.91		22,985,285.13
差异			3.28

差异原因：2017 年度应客户税友软件集团股份有限公司要求，于 2017 年 6 月重庆伍觉软件有限公司变为一般纳税人之后，针对原免税收入 230.00 万元，应税收入 485,436.90 元重新开具税率为 6%的增值税专用发票，因此实际缴纳的税金与收入测算值存在差异 144,751.91 元，其余系尾数差。

综上，发行人销项税额与不同类别应税销售收入之间的勾稽关系正确。

2、公司进项税额与采购服务或产品、固定资产采购金额的勾稽关系如下：

单位：元

分类	税率	2018 年		2017 年		2016 年	
		采购金额	进项税	采购金额	进项税	采购金额	进项税
成本类	3%	36,383,184.86	1,091,495.55	33,918,992.02	1,017,569.76	23,160,256.33	694,807.69
	5%	39,625.59	1,981.28				
	6%	144,734,311.27	8,684,058.68	41,682,948.50	2,500,976.91	64,234,550.83	3,854,073.05
	10%	143,585.00	14,358.50				
	16%	16,978,299.97	2,716,527.99				
	17%	2,587,005.61	439,790.95	132,276.18	22,486.95	905,663.18	153,962.74
费用类	3%	1,404,973.62	42,149.21	1,848,564.44	55,456.93	1,559,068.33	46,772.05
	5%	4,127,326.75	206,366.34	4,757,811.39	237,890.57	2,477,540.00	123,877.00
	6%	8,211,696.09	492,701.77	5,200,708.86	312,042.53	5,346,441.67	320,786.50
	10%	291,015.73	29,101.57				
	11%	2,673.86	294.12	194,364.79	21,380.13	2,320.55	255.26
	13%			21,654.26	2,815.05	23,862.38	3,102.11
	16%	616,593.30	98,654.93				
	17%	276,323.57	46,975.01	1,035,795.97	176,085.32	615,996.76	104,719.45
长期资产采购	3%			255,621.39	7,668.64	1,703,594.00	51,107.82
	5%	2,700,662.94	135,033.15			13,980,953.00	699,047.65
	6%					4,920,990.50	295,259.43

分类	税率	2018 年		2017 年		2016 年	
		采购金额	进项税	采购金额	进项税	采购金额	进项税
	10%	1,981,636.36	198,163.64				
	11%			36,936.94	4,063.06	419,650.00	46,161.50
	16%	1,236,414.95	197,826.39				
	17%	225,378.31	38,314.31	2,043,479.08	347,391.44	2,774,914.35	471,735.44
资本公积	6%					1,594,339.67	95,660.38
合计		221,940,707.77	14,433,793.38	91,129,153.83	4,705,827.30	123,720,141.56	6,961,328.07

综上，发行人进项税额与采购服务或产品、固定资产采购金额的勾稽关系正确。

【核查过程及方法】

- ①获取并检查发行人及其子公司的增值税纳税申报表，与账面增值税明细项目核对；
- ②获取并检查税务部门出具的合法合规证明；
- ③分析发行人各期增值税明细项目的波动原因；
- ④检查发行人增值税税率的选取是否正确，计算复核增值税销项税额/小规模纳税人应纳税额与营业收入的勾稽关系；
- ⑤计算复核增值税进项税额与各类采购金额的勾稽关系。

【申报会计师核查意见】

经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人销项税额与不同类别应税销售收入之间勾稽关系正确，增值税进项税额与采购服务或产品、固定资产采购金额的勾稽关系正确。

（此页无正文，立信会计师事务所（特殊普通合伙）关于博拉网络股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的审核问询函的回复之盖章页）



中国注册会计师：



中国注册会计师：



中国·上海

2019年6月29日



营业执照

(副本)

统一社会信用代码 91310101568093764U

证照编号 01000000201808150101

名称 立信会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

主要经营场所 上海市黄浦区南京东路61号四楼

执行事务合伙人 朱建弟

成立日期 2011年1月24日

合伙期限 2011年1月24日至不约定期限

经营范围 审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。

【企业经营涉及行政许可的，凭许可证件经营】



登记机关





会计师事务所 执业证书

名称：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：李天华
主任会计师：朱建弟
经营场所：上海市浦东新区东陆路61号四楼



组织形式：特殊普通合伙制

执业证书编号：310000006

批准执业文号：沪财会〔2000〕26号（转制批文 沪财会〔2010〕82号）

批准执业日期：2000年6月13日（转制日期 2010年12月31日）

证书序号：0001247

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关：

二〇一八年六月一日

中华人民共和国财政部制



证书序号: 000194

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证



经财政部、中国证监会审查，批准
立信会计师事务所(特殊普通合伙) 执行证券、期货相关业务。

首席合伙人: 朱建弟



证书号: 34

发证时间: 二〇〇九年七月十七日

证书有效期至: 二〇〇九年七月十七日



姓名 唐湘衡
Full name
性别 男
Sex
出生日期 1976年03月20日
Date of birth
工作单位 重庆天健会计师事务所
Working unit
身份证号码 430421760320153
Identity card No.



证书编号: 500300750772
No. of Certificate

批准注册协会: 重庆市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2004 年 12 月 3 日
Date of Issuance

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

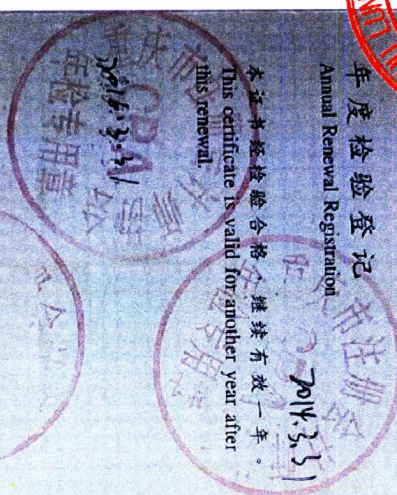
20110101



年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.





姓名 袁丁
Full name
性别 女
Sex
出生日期 1985-11-10
Date of birth
工作单位 天健会计师事务所有限公司
Working unit
身份证号码 510681198511101127
Identity card No.

证书编号: 330000012241
No. of Certificate

批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

有效日期: 2010-06-29
Valid date

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



2011年07月04日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



2012年01月14日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

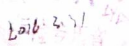
本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



2013年3月31日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



2014年3月31日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



2015年2月21日

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from



同意调入
Agree the holder to be transferred to

立信会计师事务所
(特殊普通合伙)重庆分所
转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
2015年5月14日

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from



同意调入
Agree the holder to be transferred to

立信会计师事务所
(特殊普通合伙)重庆分所
转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
2015年5月30日