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

保荐机构（主承销商）

申万宏源证券承销保荐有限责任公司
SHENWAN HONGYUAN FINANCING SERVICES CO., LTD

二〇一九年六月

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》（上证科审（审核）〔2019〕169 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。博拉网络股份有限公司（以下简称“博拉网络”、“发行人”、“公司”）与申万宏源证券承销保荐有限责任公司（以下简称“保荐机构”）、北京德恒律师事务所（以下简称“发行人律师”）、立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《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招股说明书（申报稿）》中的释义相同。

审核问询函所列问题	**黑体（加粗）**
审核问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
引用原招股说明书内容	楷体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	**楷体（加粗）**

目 录

第一部分 关于发行人股权结构、董监高等基本情况 6

问题 1 6

问题 2 30

问题 3 44

问题 4 79

问题 5 87

问题 6 104

问题 7 118

问题 8 122

问题 9 133

问题 10 135

问题 11 151

问题 12 157

第二部分 关于发行人核心技术 176

问题 13 176

问题 14 197

问题 15 253

第三部分 关于发行人业务 277

问题 16 277

问题 17 291

问题 18 328

问题 19 348

问题 20 387

问题 21 393

问题 22 411

第四部分 关于公司治理与独立性 419
问题 23 419
问题 24 429
第五部分 关于财务会计信息与管理层分析 443
问题 25 443
问题 26 444
问题 27 455
问题 28 468
问题 29 492
问题 30 499
问题 31 505
问题 32 510
问题 33 524
问题 34 524
问题 35 527
问题 36 532
问题 37 541
问题 38 545
问题 39 560
问题 40 566
问题 41 569
问题 42 583
问题 43 586
问题 44 591
问题 45 593
问题 46 598
第六部分 关于其他事项 603
问题 47 603

问题 48 609
问题 49 612
问题 50 614
问题 51 616
问题 52 616

第一部分　关于发行人股权结构、董监高等基本情况

问题 1

2017 年，勤晟泓鹏价值证券投资基金以 10 元/股价格向重庆龙商股权投资管理有限公司转让 190 万股，联合基金 1 号新三板基金以 16 元/股价格向尤启明转让 50 万股。2018 年，尤启明离职并将所持股份以 10.5 元/股价格进行转让。目前，尤启明通过重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）（以下简称重庆英飞尼迪）间接持有发行人股份。

请发行人说明：（1）尤启明的职业经历，加入发行人的背景，在发行人的任职情况，包括任职起始日期、职务、具体工作内容等，直接和间接持有发行人股份的背景及资金来源；（2）尤启明离职原因，是否与发行人存在纠纷或其他协议安排；（3）联合基金 1 号新三板基金相关股东情况，是否与发行人、控股股东及实际控制人存在关联关系，是否存在利益输送；（4）尤启明受让价格明显高于同期其他股东受让价格的原因，此后又以低价转让的合理性，是否存在代持或其他特殊协议安排等；（5）尤启明对外投资情况，是否与发行人存在业务、资金往来，是否与发行人的客户和供应商存在关联关系或发生交易；（6）尤启明及其他历次增资或受让股东是否存在代持、对赌或其他特殊协议安排。

请保荐机构及发行人律师对上述事项进行核查，说明核查方式、核查过程，并发表明确意见。

回复：

截至本问询函回复出具日，尤启明通过重庆英飞尼迪间接持有发行人股份。

尤启明直接持有重庆英飞尼迪 2.49875%的股权；重庆英飞尼迪直接持有发行人 5.27%的股权，同时通过直接持有同趣控股 17.45%的股权从而间接持有发行人的股权；同趣控股直接持有发行人 45.54%的股权。

综上，截至本问询函回复出具日，尤启明合计间接持有发行人 0.33%的股权，占比极小。

一、尤启明的职业经历，加入发行人的背景，在发行人的任职情况，包括任职起始日期、职务、具体工作内容等，直接和间接持有发行人股份的背景及资金来源

（一）尤启明的职业经历

尤启明，男，1982 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。2004 年本科毕业，2004 年—2006 年自主创业，开发物流行业信息管理软件（SaaS 模式）；2007 年至今一直从事投资工作，2007 年至 2009 年任深圳创新投资集团有限公司（以下简称“深创投”）投资助理；2009 年至 2011 年任重庆富坤投资顾问有限公司（以下简称“富坤投资”）投资经理；2011 年至今任英飞尼迪集团（Infinity Group）董事总经理；2015 年 8 月至 2017 年 11 月任发行人董事。现为重庆市巴南区人大代表，重庆市巴南区新的社会阶层专业人士联合会会长。

尤启明拥有较为丰富的投资经验，在深创投、富坤投资、英飞尼迪集团（Infinity Group）工作期间，其主持投资的项目包括：金点园林、虹华环保、中科兴业、重庆慧云科技（教育行业 IT 平台）等。

（二）加入发行人的背景，在发行人的任职情况，包括任职起始日期、职务、具体工作内容等

2015 年 8 月，经发行人股东重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）提名，并由发行人创立大会暨第一次股东大会选举，自 2015 年 8 月 15 日开始，尤启明担任发行人第一届董事会非独立董事（外部董事）。2017 年 11 月 30 日，尤启明自愿辞任发行人董事。除此以外，尤启明未曾在发行人及其子公司担任任何其他职务。

在尤启明担任发行人董事期间，其具体工作内容主要包括法律法规赋予股份公司董事的各项权利及义务，如在股东大会授权范围内，审议公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；制订公司的基本管理制度；及时了解公司业务经营管理状况；对公司定期报告签署书面确认意见等。综上，在任职期间，尤启明谨慎、认真、勤勉地行使了公司赋予董事的权利。

综上，尤启明担任发行人董事期间，履行了法律、行政法规、部门规章及公司章程规定的各项勤勉义务。

（三）直接和间接持有发行人股份的背景及资金来源

1、尤启明退出投资前的持股情况及背景

（1）直接持股

2011 年起，尤启明任英飞尼迪集团（Infinity Group）董事总经理，并因项目投资原因对发行人前身博拉有限开展尽职调查工作。尤启明在创业和投资经历中，涉及了较多的 IT 项目，对信息技术和互联网行业具有较为深刻的认知，出于自身对行业和项目的判断，决定投资发行人。

尤启明于 2014 年 7 月向发行人货币增资 400 万元，2015 年 8 月发行人整体变更为股份公司后，尤启明直接持有发行人 160 万股股份。

2017 年 9 月 18 日，因清理“三类股东”问题，联合基金 1 号新三板基金自愿将持有的发行人 50 万股股份以 16 元/股的价格转让给尤启明，转让价款共计 800 万元。

退出投资前，尤启明直接持有发行人 210 万股股份。

（2）间接持股

在尤启明退出重庆龙商股权投资管理有限公司（以下简称“重庆龙商”）前，重庆龙商注册资本为 895.833334 万元，股权结构：尤启明出资 275 万元，在重庆龙商出资比例为 30.6977%。退出投资前（2014 年 7 月至 2018 年 6 月），尤启明通过重庆龙商间接持有发行人 1.50%股份。

尤启明系重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的有限合伙人，对其出资比例 2.49875%，通过重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）间接持有发行人 0.33%股份。

2、尤启明出资的资金来源

（1）2014 年 7 月增资出资 400 万元

尤启明对博拉网络直接投资的 400 万元资金来源于向吴竹、龚继周、吴健华、凌琳等四人的借款，借款期限 5 年，年利率为 10%。

（2）转让前，重庆龙商原对博拉网络投资的资金来源

在尤启明退出重庆龙商前，重庆龙商对博拉网络投资的资金来源中所涉尤启明部分：尤启明实缴注册资本 275 万元。尤启明对重庆龙商实缴出资的资金为向自然人李雪源的借款，约定借款期限 5 年，年利 10%。

（3）2017 年 9 月支付股份转让款 800 万元

2017 年 9 月，尤启明向联合基金 1 号购买发行人 50 万股股份支付股份转让

款 800 万元资金来源于向宗申产业集团有限公司的借款，借款约定期限 2 年，年利率为 12%。尤启明与宗申产业集团有限公司自 2011 年即开始合作，宗申产业集团有限公司系大型民营企业，也是发行人股东——重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的有限合伙人（出资份额约 55%）

（4）尤启明在重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的出资份额

《重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）合伙协议》载，尤启明认缴出资 500 万元（比例 2.49875%），截至本问询函回复出具日，尤启明已实际缴付 320.08 万元，与其他合伙人实际缴付（出资）比例一致。

经核查，尤启明前述投资款项中有 225 万元源于借款，其余 95.08 万元为尤启明自有资金。其中：125 万元资金来源于向上海润节投资管理有限公司（尤启明出资比例 60.00%）的无息借款；100 万元来源于自然人李耀（宗申产业集团有限公司董事局副主席兼常务副总裁）的借款，借款约定期限 4 年，年利率为 8%。经核查，截至本问询函回复出具日，前述 225 万借款及相应利息已全部清偿。

综上，截至本问询函回复出具日，尤启明通过重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）间接持有发行人 0.33%股份。除此以外，尤启明不再直接或间接持有博拉网络其他任何股份。

二、尤启明离职原因，是否与发行人存在纠纷或其他协议安排

尤启明对博拉网络直接投资的 400 万元资金来源系借款，借款期限 5 年，年利率 10%，将于 2019 年 7 月届满清偿；尤启明向联合基金 1 号支付 50 万股股份的股份转让款共计 800 万元的资金来源系借款，年利率为 12%，将于 2019 年 7 月届满清偿。

2017 年 11 月，发行人申报创业板首发被否，在借款到期前通过上市实现投资变现的可能性极小，因此尤启明决定出售博拉网络股份，收回投资款用以清偿前述借款。而根据《公司法》第一百四十一条的规定，股份有限公司董事在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有公司股份总数的 25%，故尤启明于 2017 年 11 月 30 日向发行人董事会提出辞去董事职务的申请。

经现场访谈尤启明以及发行人出具声明，并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/），确认尤启明与发行人不存在纠纷或其他协议安排。

三、联合基金 1 号新三板基金相关股东情况，是否与发行人、控股股东及实际控制人存在关联关系，是否存在利益输送

（一）联合基金 1 号新三板基金相关股东情况

联合基金 1 号新三板基金，成立于 2015 年 11 月 16 日，于 2015 年 11 月 23 日在中国证券投资基金业协会备案，基金编号为 S66208；其管理人浙江联合中小企业股权投资基金管理有限公司于 2015 年 6 月 11 日在中国证券投资基金业协会登记，登记编号为 P1015788。

截至 2017 年 9 月 18 日（相关股权转让时），联合基金 1 号新三板基金的基金份额认购人及权益结构如下：

单位：股

博拉网络原直接股东			联合基金 1 号新三板基金层面			
股东名称	股份数量	持股比例	基金份额持有人	持有基金份额	最终持有博拉网络股份比例	最终持有博拉网络股份数量
联合基金 1 号新三板基金	500,000	0.57%	王汝芳	38.89%	0.22%	194,450
			陶雷	33.33%	0.19%	166,650
			赵祝华	27.78%	0.16%	138,900
合计	**500,000**	**0.57%**	**—**	**100.00%**	**0.57%**	**500,000**

联合基金 1 号新三板基金持有人的持有份额和持有比例如下：

单位：元

序号	持有人姓名	持有份额	持有比例
1	王汝芳	35,000,000.00	38.89%
2	陶雷	30,000,000.00	33.33%
3	赵祝华	25,000,000.00	27.78%
合计		**90,000,000.00**	**100.00%**

（二）是否与发行人、控股股东及实际控制人存在关联关系

经核查，王汝芳等 3 名联合基金 1 号新三板基金份额持有人与发行人、控股股东及实际控制人不存在关联关系。

（三）是否存在利益输送

发行人股东中原有 2 名两家契约型基金股东——即勤晟泓鹏价值证券投资

基金、联合基金 1 号新三板基金。上述两家契约型基金股东均为发行人 2015 年在新三板定增时引进的股东，定增价格为 10 元/股，增资过程合法合规。2017 年发行人创业板首发申报阶段，按照当时首发上市的审核要求，须将“三类股东”予以清理后，方能顺利推进审核进程。根据审核要求，并经相关各方沟通认可，最终清理方案为两家契约型基金股东将所持发行人的股份转让给发行人当时的老股东。其中，联合基金 1 号新三板基金将所持有的发行人股份 50 万股转让给尤启明，转让价格为人民币 16 元/股，定价依据为入股成本加上合理回报（较联合基金 1 号新三板基金入股发行人的成本价 10 元/股溢价 60%）。

综上，为符合当时首发上市关于股东资格适格性的监管要求，联合基金 1 号新三板基金将所持有的发行人股份 50 万股转让给尤启明，转让价格较其入股成本有一定溢价，转让原因和转让价格合理，不存在利益输送。

四、尤启明受让价格明显高于同期其他股东受让价格的原因，此后又以低价转让的合理性，是否存在代持或其他特殊协议安排等

（一）尤启明受让价格明显高于同期其他股东受让价格的原因，此后又以低价转让的合理性

2017 年，发行人清理“三类股东”的方案为两家契约型基金股东将所持发行人的股份转让给发行人当时的老股东（根据当时的监管政策，IPO 审核期间不能新增股东）。

其中：（1）勤晟泓鹏价值证券投资基金将所持有的发行人股份 190 万股转让给重庆龙商，转让价格为人民币 10 元/股（勤晟泓鹏价值证券投资基金入股发行人的成本价），所获得的股权转让款源于该契约型基金持有人（鲁力等 11 名自然人）对重庆龙商股权投资管理有限公司的增资。上述股权转让完成后，勤晟泓鹏价值证券投资基金的持有人（鲁力等 11 名自然人）由直接持股转变为通过重庆龙商股权投资管理有限公司间接持有发行人股份。勤晟泓鹏价值证券投资基金的持有人是由直接持股转变为间接持股，因此按平价（入股成本）转让。

（2）联合基金 1 号新三板基金将所持有的发行人股份 50 万股转让给尤启明，转让价格为 16 元/股。

两者价格差异的原因为：勤晟泓鹏价值证券投资基金的持有人是由直接持

股转变为间接持股，因此按平价（入股成本）转让。联合基金 1 号新三板基金是彻底退出，因而要求一定的投资回报，16 元转让价格是在必须清理“三类股东”、不能新增股东的政策背景下，由转让双方协商形成，具有合理性。

如前所述，尤启明对发行人直接投资的 400 万元、受让联合基金 1 号新三板基金的 800 万元资金均系借款。2017 年 11 月发行人申报创业板首发被否后，尤启明急需出售发行人股份，收回投资款用以清偿上述借款。2018 年尤启明对外转让股份的价格为 10.50 元/股，低于其 2017 年受让联合基金 1 号新三板基金的价格（16 元/股），除清偿上述借款外，原因还有以下二个：

第一，尤启明 2017 年受让联合基金 1 号新三板基金是在 IPO 审核期间，16 元的价格是在当时对 IPO 成功的预期下双方的协商结果；而尤启明 2018 年对外售股是在发行人创业板 IPO 被否之后的行为。一买一卖的估值背景发生了重大变化，导致发行人股份的市场价格前后也发生了较大变化。

第二，尤启明 2014 年对发行人增资形成的 160 万股的成本较低（2.5 元/股），尽管受让联合基金 1 号新三板基金的成本较高，但综合成本为 5.71 元/股（（400 万元+800 万元）÷（160 万股+50 万股））。尤启明按 10.50 元/股出售其持有的 210 万股发行人股份，仍然可以获得一定的投资回报。

综上，尤启明受让价格明显高于同期其他股东受让价格，此后又以低价转让的原因具有合理性。

（二）是否存在代持或其他特殊协议安排等

转让前，尤启明原直接持有发行人 2,100,000 股股份。

根据相关《股权转让协议》，尤启明将所持有的发行人股份 210 万股分别转让给台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“台州泓石汇泉”）80 万股、无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）（以下简称“无锡泓石汇泉”）80 万股、余艳平 50 万股；转让价格均为人民币 10.50 元/股。

转让后，尤启明不再直接持有发行人的股权。

转让前，尤启明原通过重庆龙商间接持有博拉网络 1.50%的股份。

根据相关《股权转让协议》，尤启明、黄钦芝将其所持有的重庆龙商的股权全部予以转让，受让人分别为来永珍（注册资本 31.253385 万元，转让价格 150 万元）、仲海涛（注册资本 62.506771 万元，转让价格 300 万元）、钟翔宇

（注册资本 62.506771 万元，转让价格 300 万元）、张俊文（注册资本 93.760156 万元，转让价格 450 万元）、周怡（注册资本 20.83559 万元，转让价格 100 万元）。

转让后，尤启明不再持有重庆龙商的股权。

经核查，在直接或间接投资博拉网络以前，余艳平以及台州泓石汇泉、无锡泓石汇泉的各合伙人相关代表、重庆龙商新股东（受让人），通过查阅发行人前次申报招股说明书、到发行人办公场所进行实地调研与考察等方式进行尽职调查，其进行相关投资决策是审慎、理性的；余艳平以及台州泓石汇泉、无锡泓石汇泉的各合伙人、重庆龙商新股东（受让人）均具备进行相关投资相匹配的资金实力、主观意愿、合法合规意识、风险意识以及风险承受能力，且对资本市场有一定的了解和认识，具备一定的专业知识和实务经验。

余艳平以及台州泓石汇泉、无锡泓石汇泉的各合伙人、重庆龙商新股东（受让人）在访谈记录中以及《博拉网络股份有限公司直接/间接股东关于股东资格、股东权益的确认函》中均书面确认，对博拉网络的认购出资（受让股份）是真实意思表示，不存在对外借款情况，不存在委托他人持股或代他人持股的情形，也不存在其他任何影响投资合法性、真实性的情形；余艳平以及台州泓石汇泉、无锡泓石汇泉的各合伙人、重庆龙商新股东（受让人）不存在不得担任股东/合伙人的情形，亦不存在任何书面或口头的可能导致发行人股权不清晰、不稳定、可能产生争议的约定或承诺。

另一方面，余艳平以及台州泓石汇泉、无锡泓石汇泉的各合伙人、重庆龙商新股东（受让人）也已分别书面确认其与发行人其他直接股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、报告期内主要客户、主要供应商均不存在关联关系。

综上，余艳平以及台州泓石汇泉、无锡泓石汇泉的各合伙人、重庆龙商新股东（受让人）对博拉网络的认购出资（受让股份）均是真实意思表示，不存在股份代持行为，不存在其他特殊协议安排。

五、尤启明对外投资情况，是否与发行人存在业务、资金往来，是否与发行人的客户和供应商存在关联关系或发生交易

截至本问询函回复出具日，尤启明对外投资情况如下表：

序号	对外投资单位名称	出资比例	是否与发行人存在业务往来	是否与发行人存在资金往来
1	山东虫飞飞网络科技有限公司	55.00%	否	否
2	重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	2.49875%	否	发行人股东，股权投资款
3	重庆中飞投资管理有限公司	40.00%	否	否
4	上海王见木窄电子商务有限公司	31.20%	否	否
5	上海润节投资管理有限公司	60.00%	否	否
6	重庆渝投投资中心（有限合伙）	1.00%	否	否
7	重庆市巴南区启源创业投资中心（有限合伙）	49.33%	否	否
8	四川中科兴业高新材料有限公司	0.9083%	否	否

发行人 2016 年前十大客户重庆汽摩交易所有限公司的实际控制人左宗申先生系重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的间接出资人；尤启明投资的重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）系发行人股东。

除此以外，前述单位与发行人的主要客户及供应商不存在其他关联关系，与发行人也不存在其他业务、资金往来或发生交易。

六、尤启明及其他历次增资或受让股东是否存在代持、对赌或其他特殊协议安排

经核查发行人及其前身历次股权转让、增资的工商变更登记资料、《验资报告》、相关方的书面确认、发行人的财务数据、已有转让价款支付凭证及纳税凭证，取得各股东出具的承诺与声明，查阅股东出具的确认函/调查表等，按照时间顺序将发行人历次股权转让、增资情况、以及是否存在代持、对赌或其他特殊协议安排的说明如下：

（一）2006 年 4 月，发行人设立

重庆博啦互联网信息服务有限公司（以下简称“博啦互联”，后更名为“重庆博拉网络发展有限公司”，系发行人前身，以下简称“博拉有限”）于 2006 年 4 月工商注册设立，并于 2006 年 5 月进行首期实缴出资，博拉有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	Bolaa Holdings Limited	80.00	80.00	100.00	货币
合计		**80.00**	**80.00**	**100.00**	

根据博拉网络的工商登记资料、重庆普天会计师事务所有限公司出具的重

普天会验［2006］第 06205 号《验资报告》，并经现场访谈 Bolaa Holdings Limited 注销前的股东（股东代表）童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟，上述实缴出资系来源于 Bolaa Holdings Limited 自有资金，不存在代持情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（二）2006 年 6 月，发行人第一次增资

2006 年 6 月 25 日，博拉有限股东决定公司注册资本由原 80 万元人民币增加至 70 万美元，增资部分全部由 Bolaa Holdings Limited 出资。

本次增加注册资本后，博拉有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万美元）	实缴出资额（万美元）	出资比例（%）	出资方式
1	Bolaa Holdings Limited	70.00	70.00	100.00	货币（美元）
合计		**70.00**	**70.00**	**100.00**	

根据博拉网络的工商登记资料、重庆普天会计师事务所有限公司出具的重金会验［2006］字第 083 号《验资报告》，并经现场访谈 Bolaa Holdings Limited 注销前的股东（股东代表）童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟，上述增资资金系来源于 Bolaa Holdings Limited 自有资金，不存在代持情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（三）2006 年 10 月，发行人第二次增资

2006 年 10 月 8 日，博拉有限股东决定公司注册资本由原 70 万美元增加为 100 万美元，增资部分全部由 Bolaa Holdings Limited 出资。

本次增加注册资本后，博拉有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万美元）	实缴出资额（万美元）	出资比例（%）	出资方式
1	Bolaa Holdings Limited	100.00	100.00	100.00	货币（美元）
合计		**100.00**	**100.00**	**100.00**	

根据博拉网络的工商登记资料、重庆普天会计师事务所有限公司出具的重金会验［2006］字第 088 号《验资报告》，并经现场访谈 Bolaa Holdings Limited 注销前的股东（股东代表）童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟，上述增资资金系来源于 Bolaa Holdings Limited 自有资金，不存在代持情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（四）2008 年 5 月，发行人第三次增资

2008 年 5 月 15 日，博拉有限董事会决定公司注册资本增至 200 万美元，新增注册资本 100 万美元全部由 Bolaa Holdings Limited 认缴出资。

本次增加注册资本后，博拉有限的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万美元）	实缴出资额（万美元）	出资比例（%）	出资方式
1	Bolaa Holdings Limited	200.00	200.00	100.00	货币（美元）
合计		**200.00**	**200.00**	**100.00**	

根据博拉网络的工商登记资料、重庆普天会计师事务所有限公司出具的重金会验［2008］字第 040 号《验资报告》，并经现场访谈 Bolaa Holdings Limited 注销前的股东（股东代表）童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟，上述增资资金系来源于 Bolaa Holdings Limited 自有资金，不存在代持情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（五）2013 年 5 月，发行人第一次股权转让（外资转内资）

2013 年 5 月 24 日，博拉有限股东同意：（1）股东 Bolaa Holdings Limited 将持有的公司 62.50%的股权（852.56 万元出资）转让给王树；（2）股东 Bolaa Holdings Limited 将持有的公司 37.50%的股权（511.54 万元出资）转让给童毅；（3）公司企业类型由外资企业转为内资企业。

本次股权转让后，博拉有限的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	童毅	511.54	511.54	37.50	货币
2	王树	852.56	852.56	62.50	货币
合计		**1,364.10**	**1,364.10**	**100.00**	

根据博拉网络的工商登记资料，并经现场访谈 Bolaa Holdings Limited 注销前的股东（股东代表）童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟，上述股权转让系由通过境外公司间接持有转为在境内直接持股，系全体权益人将享有的博拉有限公司权益进行调整的其中一个环节，不存在代持情形。股权转让后相关股东不存在与他人签订代持协议等特殊利益安排的情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（六）2013 年 7 月，发行人第二次股权转让（股权被作价出资）

2013 年 7 月 4 日，经博拉有限股东会审议，王树、童毅分别与重庆同趣科技有限公司签订《重庆博拉网络发展有限公司股权转让协议》，约定：王树、

童毅分别将其所持有的博拉有限 62.50%、37.50%的股权，合计 100%股权作价 900 万元对重庆同趣科技有限公司增资。本次股权转让完成后，博拉有限成为重庆同趣科技有限公司的全资子公司。

本次股权变更后，股东出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万）	实缴出资额（万）	出资比例（%）	出资方式
1	重庆同趣科技有限公司	1,364.10	1,364.10	100.00	股权
合计		**1,364.10**	**1,364.10**	**100.00**	

根据博拉网络的工商登记资料，并经现场访谈童毅、王树，上述股权变更系换股支付对价，不存在代持情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（七）2014 年 7 月，发行人第四次增资

2014 年 7 月 15 日，博拉有限召开股东会并一致同意公司注册资本由 1,364.10 万元增至 1,705.125 万元。重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）货币出资 3,000 万元（其中 255.7688 万元作为公司注册资本，另 2,744.2312 万元作为公司资本公积）；尤启明货币出资 400 万元（其中 34.1025 万元作为公司注册资本，另 365.8975 万元作为公司资本公积）；重庆龙商股权投资管理有限公司货币出资 600 万元（其中 51.1537 万元作为注册资本，另 548.8463 万元作为公司资本公积）。

本次增加注册资本后，博拉有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	重庆同趣控股有限公司	1,364.10	1,364.10	80.00	股权
2	重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	255.7688	255.7688	15.00	货币
3	重庆龙商股权投资管理有限公司	51.1537	51.1537	3.00	货币
4	尤启明	34.1025	34.1025	2.00	货币
合计		**1,705.125**	**1,705.125**	**100.00**	

根据博拉网络的工商登记资料、天健会计师事务所（特殊普通合伙）重庆分所出具的《验资报告》（天健渝验［2014］19 号），并经现场访谈尤启明、重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）、重庆龙商股权投资管理有限公司，重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）的增资资金系来源于自有资金，不存在代持情形；尤启明的增资资金系来源向其他方的借款，不存在代持情形；龙商投资的增资资金系来源于尤启明、黄钦芝对龙商投资的实

缴出资 500 万元及借款 100 万元，不存在代持情形。增资后相关股东不存在与他人签订代持协议等特殊利益安排的情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（八）2014 年 8 月，发行人第五次增资（资本公积转增）

2014 年 8 月 5 日，博拉有限召开股东会并一致同意公司注册资本由 1,705.125 万元增至 5,364.10 万元。增资部分由重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）以资本公积转增方式出资 548.8463 万元；尤启明以资本公积转增方式出资 73.1795 万元；重庆龙商股权投资管理有限公司以资本公积转增方式出资 109.7692 万元；重庆同趣控股有限公司以资本公积转增方式出资 2,927.18 万元。

本次增加注册资本后，博拉有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	重庆同趣控股有限公司	4,291.28	4,291.28	80.00	股权、资本公积
2	重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	804.6151	804.6151	15.00	货币、资本公积
3	重庆龙商股权投资管理有限公司	160.9229	160.9229	3.00	货币、资本公积
4	尤启明	107.282	107.282	2.00	货币、资本公积
合计		**5,364.10**	**5,364.10**	**100.00**	

本次增资系公司资本公积转增至注册资本，不存在股权代持情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（九）2015 年 5 月，发行人第三次股权转让

2015 年 5 月 4 日，博拉有限召开股东会并一致同意：（1）股东重庆同趣控股有限公司将公司 5.7%的股权转让给童毅；（2）股东重庆同趣控股有限公司将公司 6%的股权转让给重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）；（3）股东重庆同趣控股有限公司将公司 6%的股权转让给王树。其他股东放弃优先受让权。

本次股权转让后，博拉有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	重庆同趣控股有限公司	3,341.8343	3,341.8343	62.30	股权、资本公积
2	重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	804.6151	804.6151	15.00	货币、资本公积
3	尤启明	107.282	107.282	2.00	货币、资本公积

4	重庆龙商股权投资管理有限公司	160.9229	160.9229	3.00	货币、资本公积
5	童毅	305.7537	305.7537	5.70	货币
6	王树	321.846	321.846	6.00	货币
7	重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	321.846	321.846	6.00	货币
合计		**5,364.10**	**5,364.10**	**100.00**	

根据博拉网络的工商登记资料，并经现场访谈童毅、王树、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙），上述股权转让系童毅、王树及重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）将其通过同趣控股间接持有的博拉网络股权转为由其直接持有，属于权益表现形式的调整，不存在代持情形。股权转让后相关股东不存在与他人签订代持协议等特殊利益安排的情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（十）2015 年 5 月，发行人第四次股权转让

2015 年 5 月 20 日，博拉有限召开股东会并一致同意：（1）股东重庆同趣控股有限公司将公司 3.3333%的股权转让给海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）；（2）股东重庆同趣控股有限公司将公司 1.6667%的股权转让给惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）。其他股东放弃优先受让权。

本次股权转让后，博拉有限的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	重庆同趣控股有限公司	3,073.6293	3,073.6293	57.30	股权、资本公积
2	重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	804.6151	804.6151	15.00	货币、资本公积
3	重庆龙商股权投资管理有限公司	160.9229	160.9229	3.00	货币、资本公积
4	尤启明	107.282	107.282	2.00	货币、资本公积
5	童毅	305.7537	305.7537	5.70	货币
6	王树	321.846	321.846	6.00	货币
7	重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	321.846	321.846	6.00	货币
8	海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）	178.803333	178.803333	3.3333	货币

9	惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	89.401667	89.401667	1.6667	货币
合计		**5,364.10**	**5,364.10**	**100.00**	

根据博拉网络的工商登记资料，并经现场访谈海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）、惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙），本次股权转让价款来源于自有基金，不存在代持情形。股权转让后相关股东不存在与他人签订代持协议等特殊利益安排的情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（十一）2015 年 12 月，发行人第六次增资

2015 年 8 月 15 日，博拉有限召开创立大会暨第一次股东大会，全体股东一致同意将公司整体变更为股份有限公司，公司名称变更为博拉网络股份有限公司。根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）于 2015 年 6 月 30 日出具的信会师报字【2015】第 850013 号《审计报告》，以博拉有限截至 2015 年 5 月 31 日经审计的母公司账面净资产 90,822,143.89 元，按 1：0.8808 的比例折为 80,000,000.00 股（每股面值 1.00 元）作为股份公司的股本，净资产超过股本的部分 10,822,143.89 元计入资本公积。

2015 年 8 月 20 日，股份公司在重庆两江新区市场和质量监督管理局领取了营业执照。

2015 年 12 月 17 日，博拉网络召开 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，发行数量为不超过 800 万股（含），发行价格为 10 元/股。本次增资最终发行数量为 800 万股，股票发行对象共计九位，包括五位机构投资者和四位自然人投资者。具体如下：

序号	股东姓名/名称	认购数量（股）	金额（元）	认购方式
1	勤晟泓鹏价值证券投资基金	1,900,000	19,000,000.00	现金
2	北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	13,000,000.00	现金
3	新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	12,500,000.00	现金
4	新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	12,500,000.00	现金
5	刘世玉	700,000	7,000,000.00	现金
6	联合基金 1 号新三板基金	500,000	5,000,000.00	现金
7	王麟丽	400,000	4,000,000.00	现金

8	钟小宁	400,000	4,000,000.00	现金
9	孙杰	300,000	3,000,000.00	现金
合计		**8,000,000**	**80,000,000.00**	

本次增资转让完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	45,840,000	52.09%	净资产
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%	净资产
王树	4,800,000	5.45%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%	净资产
童毅	4,560,000	5.18%	净资产
海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）	2,666,640	3.03%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	2,400,000	2.73%	净资产
勤晟泓鹏价值证券投资基金	1,900,000	2.16%	货币
尤启明	1,600,000	1.82%	净资产
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%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
刘世玉	700,000	0.80%	货币
联合基金 1 号新三板基金	500,000	0.57%	货币
王麟丽	400,000	0.45%	货币
钟小宁	400,000	0.45%	货币
孙杰	300,000	0.34%	货币
合计	**88,000,000**	**100.00**	

根据博拉网络的工商登记资料、立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本次增资进行审验并出具了信会师报字[2015]第 850048 号《验资报告》、全国股份转让系统出具的《关于博拉网络股份有限公司股票发行股份登记的函》（股转系统函[2016]1321 号），并经现场访谈勤晟泓鹏价值证券投资基金的基金管理人、联合基金 1 号新三板基金的基金管理人、新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）、新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）、刘世玉、王麟丽、钟小宁、孙杰，取得北京天星盛世投资中心（有限合伙）出具的《承诺函》，本次增资

资金来源均为认购人的自有资金，不存在代持情形。增资后相关股东不存在与他人签订代持协议等特殊利益安排的情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（十二）2017 年 9 月，发行人第五次股权转让（持股份额平移）

2017 年 9 月 18 日，勤晟泓鹏价值证券投资基金与重庆龙商股权投资管理有限公司签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》，勤晟泓鹏价值证券投资基金将所持有的 190 万股博拉网络股份转让给重庆龙商股权投资管理有限公司，转让价格为人民币 10 元/股，所获得的股权转让款源于该契约型基金持有人（鲁力等 11 名自然人）对重庆龙商股权投资管理有限公司的增资。上述股权转让完成后，勤晟泓鹏价值证券投资基金的持有人（鲁力等 11 名自然人）由直接持有变为通过重庆龙商股权投资管理有限公司间接持有博拉网络股份。

2017 年 9 月 18 日，联合基金 1 号新三板基金与尤启明签订《股份转让协议书》，联合基金 1 号新三板基金将所持有的 50 万股博拉网络股份转让给尤启明，转让价格为人民币 16 元/股。

本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	45,840,000	52.09%	净资产
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%	净资产
王树	4,800,000	5.45%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%	净资产
童毅	4,560,000	5.18%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.89%	净资产、货币
海门时代伯乐股权投资合伙企业	2,666,640	3.03%	净资产
尤启明	2,100,000	2.39%	净资产、货币
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%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
刘世玉	700,000	0.80%	货币
王麟丽	400,000	0.45%	货币

钟小宁	400,000	0.45%	货币
孙杰	300,000	0.34%	货币
合计	**88,000,000**	**100.00%**	--

勤晟泓鹏价值证券投资基金的持有人（鲁力等 11 名自然人）由直接持有变为通过重庆龙商股权投资管理有限公司间接持有博拉网络股份，属于持股份额平移，不存在委托他人持股或代他人持股的情形。根据博拉网络的工商登记资料，并经访谈联合基金 1 号新三板基金的基金管理人以及尤启明，前述股权转让价款来源系尤启明自筹资金，不存在委托他人持股或代他人持股的情形。综上，本次股权转让后相关股东不存在与他人签订代持协议等特殊利益安排的情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（十三）2018 年 2、3 月，发行人第六次股权转让

2018 年 2 月 6 日，尤启明、博拉网络与台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》；2018 年 2 月 6 日，尤启明、博拉网络与无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》；2018 年 3 月 20 日，尤启明、博拉网络与余艳平签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》。前述三份协议载，尤启明将所持有的 80 万股博拉网络股份转让给台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）；尤启明将所持有的 80 万股博拉网络股份转让给无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）；尤启明将所持有的 50 万股博拉网络股份转让给余艳平；转让价格均为人民币 10.50 元/股。

本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	45,840,000	52.09%	净资产
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%	净资产
王树	4,800,000	5.45%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%	净资产
童毅	4,560,000	5.18%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.89%	净资产、货币
海门时代伯乐股权投资合伙企业	2,666,640	3.03%	净资产
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合	1,333,360	1.52%	净资产

伙企业（有限合伙）			
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
刘世玉	700,000	0.80%	货币
王麟丽	400,000	0.45%	货币
钟小宁	400,000	0.45%	货币
孙杰	300,000	0.34%	货币
余艳平	500,000	0.57%	净资产、货币
合计	**88,000,000**	**100.00%**	--

余艳平以及台州泓石汇泉、无锡泓石汇泉的各合伙人在访谈记录中以及《博拉网络股份有限公司直接/间接股东关于股东资格、股东权益的确认函》中均书面确认，对博拉网络的认购出资（受让股份）是真实意思表示，不存在对外借款情况，不存在委托他人持股或代他人持股的情形。综上，前述股权转让不存在与他人签订代持协议等特殊利益安排的情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（十四）2018 年 4、5 月，发行人第七次股权转让

2018 年 4 月 8 日，重庆同趣控股有限公司与共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）签订《股权转让协议》，重庆同趣控股有限公司将所持有的 400 万股博拉网络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 10 日，重庆同趣控股有限公司与朱军签订《股份转让协议》，重庆同趣控股有限公司将所持有的 20 万股博拉网络股份转让给朱军。

2018 年 5 月 14 日，重庆同趣控股有限公司与张依林签订《股份转让协议》，重庆同趣控股有限公司将所持有的 20 万股博拉网络股份转让给张依林。

本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	41,440,000	47.09%	净资产

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%	净资产
王树	4,800,000	5.45%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%	净资产
童毅	4,560,000	5.18%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.89%	净资产、货币
共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）	4,000,000	4.55%	净资产
海门时代伯乐股权投资合伙企业	2,666,640	3.03%	净资产
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%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
刘世玉	700,000	0.80%	货币
王麟丽	400,000	0.45%	货币
钟小宁	400,000	0.45%	货币
孙杰	300,000	0.34%	货币
朱军	200,000	0.23%	净资产
张依林	200,000	0.23%	净资产
余艳平	500,000	0.57%	净资产、货币
合计	**88,000,000**	**100.00%**	--

朱军、张依林以及共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）的各合伙人在访谈记录中以及《博拉网络股份有限公司直接/间接股东关于股东资格、股东权益的确认函》中均书面确认，对博拉网络的认购出资（受让股份）是真实意思表示，不存在对外借款情况，不存在委托他人持股或代他人持股的情形。综上，前述股权转让不存在与他人签订代持协议等特殊利益安排的情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

（十五）2018 年 11 月，发行人第八次股权转让

2018 年 11 月 12 日，王树与牟玲玲签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》，王树将所持有的 150 万股博拉网络股份转让给牟玲玲。

本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	41,440,000	47.09%	净资产
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%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%	净资产
童毅	4,560,000	5.18%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.89%	净资产、货币
共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）	4,000,000	4.55%	净资产
王树	3,300,000	3.75%	净资产
海门时代伯乐股权投资合伙企业	2,666,640	3.03%	净资产
牟玲玲	1,500,000	1.70%	净资产
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%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
刘世玉	700,000	0.80%	货币
余艳平	500,000	0.57%	净资产、货币
王麟丽	400,000	0.45%	货币
钟小宁	400,000	0.45%	货币
孙杰	300,000	0.34%	货币
朱军	200,000	0.23%	净资产
张依林	200,000	0.23%	净资产
合计	**88,000,000**	**100.00%**	--

经访谈牟玲玲以及其出具书面确认函，确认其对博拉网络的资金来源均是个人多年积累的自有资金，对博拉网络的出资不存在对外借款情况，出资来源均合法合规；其与转让人王树之间也不存在关联关系。前述股权转让不存在另与他人（王树或其他第三方）签订代持协议等特殊利益安排的情形，也不存在

对赌或其他特殊协议安排。

（十六）2018 年 12 月，博拉网络第七次增资

2018 年 12 月 25 日，博拉网络股份有限公司与上海乾臻投资管理中心（有限合伙）签订《关于上海乾臻投资管理中心（有限合伙）与博拉网络股份有限公司之股份认购协议》，上海乾臻投资管理中心（有限合伙）以现金认购博拉网络向其定向发行的 300 万股普通股。

本次增资完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	41,440,000	45.54%	净资产
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,000,000	13.19%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.27%	净资产
童毅	4,560,000	5.01%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.73%	净资产、货币
共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）	4,000,000	4.40%	净资产
王树	3,300,000	3.63%	净资产
上海乾臻投资管理中心（有限合伙）	3,000,000	3.30%	货币
海门时代伯乐股权投资合伙企业	2,666,640	2.93%	净资产
牟玲玲	1,500,000	1.65%	净资产
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	1.47%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.43%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.37%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.37%	货币
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	800,000	0.88%	净资产、货币
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	800,000	0.88%	净资产、货币
刘世玉	700,000	0.77%	货币
余艳平	500,000	0.55%	净资产、货币
王麟丽	400,000	0.44%	货币
钟小宁	400,000	0.44%	货币
孙杰	300,000	0.33%	货币

朱军	200,000	0.22%	净资产
张依林	200,000	0.22%	净资产
合计	**91,000,000**	**100.00%**	--

根据博拉网络的工商登记资料、重庆金翰会计师事务所有限公司出具的重金翰验[2018]0023 号《验资报告》，并经访谈上海乾臻投资管理中心（有限合伙）各合伙人，确认本次增资资金来源均为自有资金，不存在代持情形。增资后相关股东不存在与他人签订代持协议等特殊利益安排的情形，也不存在对赌或其他特殊协议安排。

综上所述，经核查，尤启明及其他历次增资或受让股东均不存在代持、对赌或其他特殊协议安排

七、核查方式和核查过程

1、查阅尤启明的简历；

2、查阅尤启明辞职书，以及与尤启明辞任相关的董事会决议等文件；

3、取得并查阅发行人出具的声明；

4、查阅联合基金 1 号新三板基金的备案证明；

5、取得并查阅浙江联合中小企业股权投资基金管理有限公司的营业执照副本复印件、私募投资基金管理人登记证明复印件、当时有效的公司章程；并查阅发行人其他各非自然人股东的营业执照、公司章程/合伙协议（含补充协议）、基金合同；

6、查阅《联合基金 1 号新三板基金合同》；

7、查阅历次相关《股权转让协议》、《股份认购协议》；

8、查阅发行人成立至今全套工商底档，了解其历史沿革，并查阅修订后的博拉网络股份有限公司章程；

9、查阅重庆龙商相关会议文件及工商登记文件，并查阅修订后的重庆龙商股权投资管理有限公司章程；

10、访谈历次增资及股权转让涉及的重要股东，核查资金来源；

11、取得相关股东出具的确认函、承诺函；

12、查阅历次验资报告；并查阅全国股份转让系统出具的《关于博拉网络股份有限公司股票发行股份登记的函》（股转系统函[2016]1321 号）；

13、查阅尤启明相关借款的借条；取得借款的资金流水；现场访谈尤启明

的借款人；

14、查询国家企业信用信息公示系统，并查询启信宝（https://www.qixin.com/）作为辅助手段，并现场询问尤启明，获取并确认尤启明截至目前的对外投资情况。

八、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、尤启明与发行人不存在纠纷或其他协议安排；

2、联合基金 1 号新三板基金相关股东与发行人、控股股东及实际控制人不存在关联关系，不存在利益输送；

3、尤启明受让价格明显高于同期其他股东受让价格的原因具有合理性，此后又以低价转让具有合理性，不存在代持或其他特殊协议安排等；

4、发行人 2016 年前十大客户重庆汽摩交易所有限公司的实际控制人左宗申先生系重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的间接出资人；尤启明投资的重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）系发行人股东。除此以外，尤启明对外投资单位与发行人的主要客户及供应商不存在其他关联关系，与发行人也不存在（其他）业务、资金往来或发生交易；

5、尤启明及其他历次增资或受让股东均不存在代持、对赌或其他特殊协议安排。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为，截至本补充法律意见书出具日：

1、尤启明与发行人不存在纠纷或其他协议安排；

2、联合基金 1 号新三板基金相关股东与发行人、控股股东及实际控制人不存在关联关系，不存在利益输送；

3、尤启明受让价格明显高于同期其他股东受让价格的原因具有合理性，此后又以低价转让具有合理性，不存在股权代持或其他特殊协议安排等；

4、发行人 2016 年前十大客户重庆汽摩交易所有限公司的实际控制人左宗申先生系重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的间接出资人；尤启明投资的重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）系发行人直接股东。除此以外，尤

启明对外投资单位与发行人的主要客户及供应商不存在其他关联关系，与发行人也不存在（其他）业务、资金往来或发生交易；

5、尤启明及其他历次增资或受让股东均不存在股权代持、对赌或其他特殊协议安排。

问题 2

实际控制人童毅设立多层、复杂股权结构实现对发行人控制。

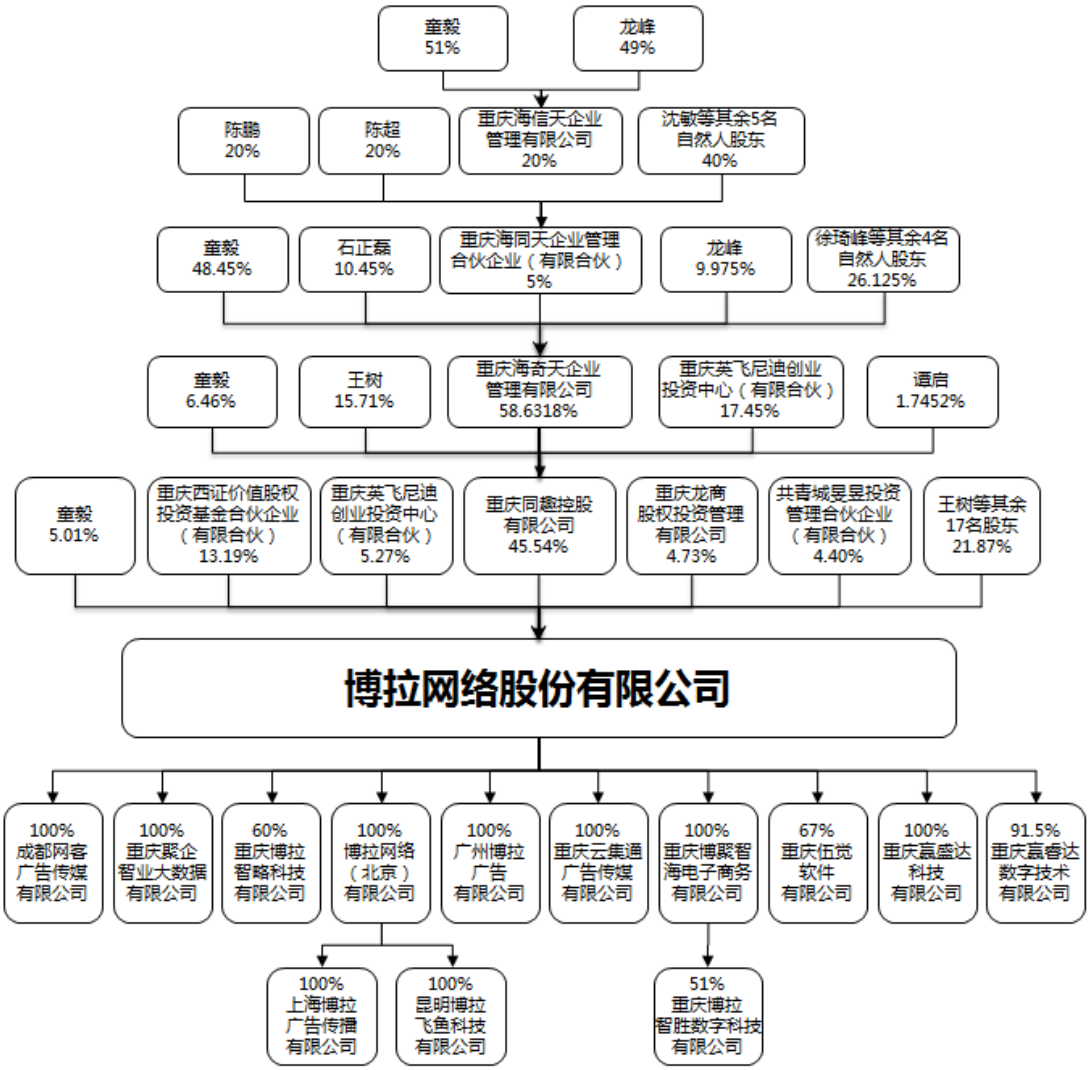
请发行人说明：（1）公司实际控制人童毅通过多层持股实现对发行人控制的真实原因及合理性，童毅与各层其他股东之间是否存在其他协议或利益安排等可能对发行人股权稳定产生影响的情形；（2）海奇天、海同天（有限合伙）、海信天的设立目的，历次股权变动情况、定价依据及合理性，股权转让过程中的纳税情况，是否合法合规，相关股东出资的资金来源及合法性；（3）发行人控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属是否清晰，以及发行人如何确保其公司治理和内控的有效性；（4）同趣控股所从事业务的演变情况，以及与发行人之间的业务关系；（5）结合同趣控股所控制企业的产品或服务的具体内容、定位、应用领域、主要客户及供应商等，说明控股股东及其控制的企业是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

请保荐机构及发行人律师核查，说明核查过程及方法并发表明确意见。

回复：

一、公司实际控制人童毅通过多层持股实现对发行人控制的真实原因及合理性，童毅与各层其他股东之间是否存在其他协议或利益安排等可能对发行人股权稳定产生影响的情形

截至本问询函回复出具日，公司的股权结构图如下：



目前公司设置了四层持股公司，分别是海信天、海同天（有限合伙）、海奇天以及同趣控股，公司实际控制人童毅通过多层的直接及间接持股实现对发行人的控制，拥有对发行人的实际控制权。

童毅通过多层持股实现对发行人控制的主要原因为：在实现核心团队持股目的的同时，保持控制权的稳定和决策的高效性。

第一，保持发行人核心管理、技术团队的持续稳定。在具体方式上，将股权（出资比例）切实分配至员工（自然人主体），这也确保各员工（直接或间接）持有的公司股份均为真实持有，不存在通过协议、委托、信托或其他任何方式代他人持有公司股份的情形，不存在通过协议、委托、信托或其他任何方式由他人代其持有公司股份的情形。同时童毅与各层其它股东（包括但不限于持股员工）之间也不存在其它协议或利益安排等可能对发行人股权稳定产生影

响的情形，以此确保了相关股权的合法性、真实性、有效性，确保了员工股权（出资）的明晰、无争议，确保了不存在任何纠纷或潜在纠纷。通过这样的方式，也能够最大限度地保障与维护员工合法、正当的权益。

第二，随着公司不断快速地发展，公司对于高端人才的需求也会不断增加。通过持股平台的设立，也为公司引进和吸引高端人才预留了空间。

第三，互联网和大数据行业变化较快，需要在合法的基础上高效决策。通过设置多层持股公司，可以在合法合规的前提下提高决策效率，一定程度上避免了公司可能因直接持股股东较多而导致的决策链条冗长繁杂、决策耗时较长、延误决策时间（时机）等问题。

具体分析如下：

1、截至本问询函回复出具之日，同趣控股的控股股东为重庆海奇天企业管理有限公司（持有同趣控股 58.6318%股权），海奇天的股权结构如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
童毅	51.00	48.45
石正磊	11.00	10.45
龙峰	10.50	9.975
徐琦峰	10.00	9.50
黎健艺	10.00	9.50
韩建	6.00	5.70
重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）	5.2631	5.00
蒋元伟	1.50	1.425
合计	**105.2631**	**100.00**

童毅、石正磊、龙峰、徐琦峰、黎健艺、韩建、蒋元伟均为公司创始人团队成员，童毅加海同天的股权比例超过 50%，可保持对海奇天的绝对控股地位。

2、海同天是为中层核心管理人员成立的持股平台，截至本问询函回复出具之日，其合伙人信息如下：

合伙人	承担责任方式	出资额（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
赵犍	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**

截至本问询函回复出具之日，前述有限合伙人在发行人的任职情况如下：

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
赵犍	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

3、海信天系海同天合伙企业的普通合伙人（GP），行使决策权，截至本问询函回复出具之日，海信天的股东为——童毅（持股 51%）、龙峰（49%）。

通过如此架构，既保证了公司创始人团队（海奇天）、中层核心管理人员（海同天）的持股，又保证了公司实际控制人——童毅在每层架构的控制地位，便于提高决策效率。

陈鹏等 7 人未直接在海奇天持股的原因：避免因公司（海奇天）股东人数较多而影响决策效率，区分创始人团队与主要核心骨干，实现分层次激励。

综上所述，经核查，童毅与各层其他股东之间不存在其他协议或利益安排等可能对发行人股权稳定产生影响的情形。公司设置多层持股公司，并根据股份的真实持有情况，最终由童毅实现对发行人的控制，具有真实性和合理性。报告期内，发行人技术、销售等核心团队的人员未发生重大变化，沈敏等核心技术人员也保持稳定，实现了持股公司的既定目的与功能。

二、海奇天、海同天（有限合伙）、海信天的设立目的，历次股权变动情况、定价依据及合理性，股权转让过程中的纳税情况，是否合法合规，相关股东出资的资金来源及合法性

（一）重庆海奇天企业管理有限公司

重庆同趣控股有限公司的控股股东为重庆海奇天企业管理有限公司。海奇天为发行人核心管理团队成员投资成立的公司，系员工持股平台，目前，海奇

天除持有同趣控股的股权外，没有开展其他业务。

1、海奇天设立

2013 年 1 月 28 日，海奇天成立，成立时注册资本为人民币 100 万元。

2、海奇天第一次增资

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，所增加的注册资本由重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）认缴。同日，海奇天修改了公司章程。

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质量监督管理局办理了工商变更登记手续。

增资定价依据：按原始出资额定价。

定价合理性的说明：重庆海奇天企业管理有限公司为发行人核心管理团队成员投资成立的公司；重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）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，其自然人合伙人均为公司业务骨干；且重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）增资金额较小，为 5.2631 万元，占海奇天注册资本比例为 5.00%，故按股东的原始投入（注册资本）定价具有合理性。

自成立至本问询函回复出具日，重庆海奇天企业管理有限公司没有发生过股权转让行为。

截至本问询函回复出具日，海奇天持有重庆两江新区市场和质量监督管理局核发的统一社会信用代码为 915000000605178887 号的《营业执照》，类型为有限责任公司，法定代表人童毅，注册资本 105.2631 万元，住所为重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 4 楼 1-1#，经营范围为企业管理咨询；商务信息咨询（依法须批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。经营期限为 2013 年 1 月 28 日至永久。

截至本问询函回复出具日，海奇天的出资结构如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
童毅	51.00	48.45
石正磊	11.00	10.45
龙峰	10.50	9.975
徐琦峰	10.00	9.50
黎健艺	10.00	9.50

韩建	6.00	5.70
重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）	5.2631	5.00
蒋元伟	1.50	1.425
合计	**105.2631**	**100.00**

经核查，海奇天各股东的资金来源均为自有资金，其资金来源均具有合法合规性。

（二）重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）

重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）成立于 2016 年 3 月 17 日。重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）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。除持有海奇天股权外，海同天（有限合伙）未投资其他企业。

自成立至本问询函回复出具日，海同天（有限合伙）没有发生过增资和合伙份额转让行为，其出资结构也没有发生过变化。

海同天（有限合伙）持有重庆两江新区市场和质量监督管理局核发的统一社会信用代码为 91500000MA5U534Q7E 号的《营业执照》，类型为有限合伙企业，执行事务合伙人为重庆海信天企业管理有限公司，主要经营场所为重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 4 楼 1-2#，经营范围为企业管理咨询，商务信息咨询（以上经营范围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）。经营期限为 2016 年 3 月 17 日至 2036 年 3 月 17 日。

截至本问询函回复出具日，重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人姓名或名称	承担责任方式	出资额（万元）	出资比例（%）
1	重庆海信天企业管理有限公司	普通合伙	0.20	20.00
2	陈鹏	有限合伙	0.20	20.00
3	陈超	有限合伙	0.20	20.00
4	沈敏	有限合伙	0.10	10.00
5	蒋兵	有限合伙	0.10	10.00
6	赵犍	有限合伙	0.10	10.00
7	张萌	有限合伙	0.05	5.00
8	宋涛	有限合伙	0.05	5.00

合计	—	1.00	100.00

经核查，海同天（有限合伙）各合伙人的资金来源均为自有资金，其资金来源均具有合法合规性。

（三）重庆海信天企业管理有限公司

重庆海信天企业管理有限公司成立于 2016 年 2 月 29 日。重庆海信天企业管理有限公司为发行人实际控制人童毅及核心管理人员龙峰投资成立的公司，注册资本 1 万元。其中：童毅出资 0.51 万元，占比 51%；龙峰出资 0.49 万元，占比 49%。

自成立至本问询函回复出具日，海信天没有发生过增资和股权转让行为，其出资结构也没有发生过变化。

重庆海信天企业管理有限公司持有重庆两江新区市场和质量监督管理局核发的注册号为 91500000MA5U4RGHXN 的《营业执照》，注册资本 1 万元，法定代表人童毅，住所为重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 4 楼 1-3#，经营范围为企业管理咨询、商务信息咨询（以上经营范围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）。经营期限为 2016 年 2 月 29 日至永久。

截至本问询函回复出具日，重庆海信天企业管理有限公司的出资结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	童毅	0.51	51.00
2	龙峰	0.49	49.00
合计		**1.00**	**100.00**

经核查，海信天股东童毅及龙峰的资金来源均为自有资金，其资金来源均具有合法合规性。

三、发行人控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属是否清晰，以及发行人如何确保其公司治理和内控的有效性

（一）发行人控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属是否清晰

截至本问询函回复出具日，除自身直接或间接持股外，不存在受发行人控股股东重庆同趣控股有限公司以及实际控制人童毅支配的直接股东，其持股情况如下表：

单位：股

序号	股东姓名或名称	持股数量	直接持股比例
1	重庆同趣控股有限公司	41,440,000	45.54%
2	童毅	4,560,000	5.01%

除了直接持有公司 456 万股股份以外，童毅直接持有同趣控股 6.46%的股权，同时通过重庆海奇天企业管理有限公司（童毅直接和间接持有重庆海奇天企业管理有限公司 49.45%的股权）间接持有同趣控股 28.99%的股权，合计持有同趣控股 35.45%的股权。同时，鉴于童毅为发行人职工持股合伙企业（即海同天）的唯一普通合伙人及执行事务合伙人（即海信天）的控股股东、法定代表人、执行董事、经理，且童毅为间接控股股东重庆海奇天企业管理有限公司的法定代表人、执行董事、经理。综上，本次发行上市前，童毅通过同趣控股能够控制发行人 45.54%的股权，再加上直接持有的 5.01%股权，童毅合计能控制发行人 50.55%的股权。

截至本问询函回复出具日，同趣控股股东出资情形如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
重庆海奇天企业管理有限公司	1,758.954	58.6318
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	523.47	17.45
王树	471.30	15.71
童毅	193.92	6.46
谭启	52.356	1.7452
合计	**3,000.00**	**100.00**

经核查，同趣控股各股东的资金来源均为自有资金，其资金来源均具有合法合规性；同趣控股各股东的股权均为真实持有，不存在通过协议、委托、信托或其他任何方式代他人持有同趣控股股权的情形，也不存在通过协议、委托、信托或其他任何方式由他人代其持有同趣控股股权的情形，相关股权明晰、稳定、无争议，均不存在纠纷及潜在纠纷。综上，发行人控股股东所持发行人的股份权属清晰。

（二）发行人如何确保其公司治理和内控的有效性

自 2015 年 8 月股份公司设立以来，公司按照《公司法》、《证券法》等相关规定建立了股东大会、董事会、监事会和经理层，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》、《独立董事工作制度》及一系列法人治理细则。公司的权力机构、决策机构、监督机

构和管理层之间权责明确，运作相互协调、相互制衡，形成了规范、完善的治理结构。

公司的股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度均按照《公司章程》及公司治理制度规范有效运行。报告期内，公司治理情况良好，不存在重大缺陷。

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。

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》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。

报告期内，发行人内控制度及体系健全，总体上有效运行，发行人会计师出具的信会师报字【2019】第 ZD10159 号《内部控制鉴证报告》载，“博拉网络按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2018 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

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，保荐机构认为，发行人具有规范、完善的公司法人治理结构；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。

四、同趣控股所从事业务的演变情况，以及与发行人之间的业务关系

（一）同趣科技/同趣控股所从事业务的演变情况

同趣控股原名重庆同趣科技有限公司。2005 年 6 月 10 日，重庆同趣科技有限公司成立时的经营范围为“计算机系统服务；网络信息咨询、教育信息咨询（不含教育培训）、商品信息咨询；市场调研服务；营销策划；代理、发布国内外广告；计算机及辅助设备的技术开发、销售；批发、零售汽车（未经国家工商总局备案不得从事经营）及用品、数码产品、服装、日用品、家电、办公用品、通信设备、通信传输设备、通用设备、环保设备、仪器仪表、五金、交电、化工原料（不含危险化学品）、金属材料。（法律、法规禁止经营的，不得经营；法律、法规、国务院规定需经审批的，未获审批前，不得经营。）”

2014 年 4 月 8 日，同趣科技更名为重庆同趣控股有限公司。

2015 年 5 月 21 日，同趣控股将经营范围变更为“计算机系统服务；网络信

息咨询、教育信息咨询（不含教育培训）、商品信息咨询；市场调研服务；营销策划；计算机及辅助设备的技术开发、销售；批发、零售汽车及用品、数码产品、服装、日用品、家电、办公用品、通信设备、通信传输设备、通用设备、环保设备、仪器仪表、五金、交电、化工原料（不含危险化学品）、金属材料。（法律、法规禁止经营的，不得经营；法律、法规、国务院规定需经审批的，未获审批前，不得经营。）”

2016 年 2 月 29 日，同趣控股将经营范围变更为“商务信息咨询；批发、零售汽车及用品、数码产品、服装、日用品、家电、办公用品、通信设备、通信传输设备、通用设备、环保设备、仪器仪表、五金、交电、化工原料（不含危险化学品）、金属材料（以上经营范围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）。”

2018 年 6 月 27 日，同趣控股将经营范围变更为“利用自有资金从事投资业务（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，同趣控股经营范围未再发生变更。

从实际所从事业务来看，自 2005 年成立至 2014 年上半年，同趣科技/同趣控股一直在探索业务发展方向，尝试拓展过包括小游戏网站、图片资源网站、电视购物、出租车杂志、汽车用品电商等在内的许多孵化项目，虽然这些项目可以产生部分收入，但大多数最终并未发展成为主营业务和成熟的商业模式，仍属于项目的早期探索，没有发生实质性的大规模项目投入。

2014 年下半年至今，同趣控股实际转型为投资控股型公司，基本不再进行其他实际经营活动（报告期内，同趣控股的具体经营数据以及情况请详见本问询函回复“问题 10”的答复），其主要业务为投资持股。

（二）与发行人之间的业务关系

“我爱车”网站在 2016 年 3 月出售（2016 年 5 月完成过户）之前，同趣控股与发行人之间存在潜在同业竞争情况，该等情况已通过出售彻底解决；除此以外，2014 年下半年至今，同趣控股已实际转型为投资控股型公司，并变更了经营范围。报告期内，同趣控股与发行人之间不存在同业竞争的情况。

五、结合同趣控股所控制企业的产品或服务的具体内容、定位、应用领域、

主要客户及供应商等，说明控股股东及其控制的企业是否存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争

报告期内，同趣控股为投资控股型公司，不进行实体经营活动。

截至本问询函回复出具日，同趣控股所控制的企业如下：

名称	出资比例	经营范围	实际经营业务（产品以及服务的具体内容、定位、应用领域）	2016 年至 2018 年营业收入
重庆网秀商贸有限公司	同趣控股的全资子公司	批发、零售：酒店用品、酒店设备；酒店管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	拟主要从事商品贸易，具体为从事汽车用品（如车载用品、汽车座垫、脚垫、汽车装饰品等）方面的电商贸易业务（BtoC），报告期内无实际经营	报告期内无实际经营，均为 0 元
重庆车快保汽车服务有限公司	同趣控股全资子公司	汽车美容、汽车维修（取得相关行政许可后方可经营）；汽车技术开发、技术推广、技术服务、技术转让、技术咨询；销售：自行开发的汽车产品、润滑油、汽车配件、汽车用品、电子产品（不含电子出版物）、五金交电、机械设备、仪表仪器、日用品。（以上经营范围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）	拟主要从事汽车美容、汽车维修服务，报告期内无实际经营	报告期内无实际经营，均为 0 元

同趣控股、重庆网秀商贸有限公司、重庆车快保汽车服务有限公司的具体经营数据以及情况请详见本问询函回复“问题 10”的答复。

经核查，同趣控股以及所控制的前述企业不存在与发行人拥有共同的供应商或客户的情形。根据前述企业的经营范围以及实际经营情况、实际经营业务（产品以及服务的具体内容、定位、应用领域），同趣控股以及所控制的前述企业均不存在与发行人构成现实或潜在的竞争情形，不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

此外，经核查，为避免同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，同趣控股、童毅、海奇天、吴远丽均已出具《避免同业竞争承诺函》，具体如下：

同趣控股、海奇天已于 2019 年 3 月 2 日就避免同业竞争出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺：

“1、在本承诺函签署之日，本公司及本公司控制的企业均未以任何方式直接或间接经营与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的

业务，也未参与投资任何与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

2、自本承诺函签署之日起，本公司及本公司控制的企业将不以任何方式直接或间接经营与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

3、自本承诺函签署之日起，若本公司及本公司控制的企业进一步拓展业务范围，本公司及本公司控制的企业将不与发行人及其下属子公司拓展后的业务相竞争；若与发行人及其下属子公司拓展后的业务产生竞争，则本公司及本公司控制的企业将以停止经营相竞争的业务的方式，或者将相竞争的业务纳入到发行人经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。

4、在本公司及本公司控制的企业与发行人存在关联关系期间，本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守,本公司将向发行人赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

童毅、吴远丽已于 2019 年 2 月 21 日就避免同业竞争出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺：

“1、在本承诺函签署之日，本人及本人控制的企业均未以任何方式直接或间接经营与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

2、自本承诺函签署之日起，本人作为发行人实际控制人期间，本人及本人控制的企业将不以任何方式直接或间接经营与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

3、自本承诺函签署之日起，本人作为发行人实际控制人期间，若本人及本人控制的企业进一步拓展业务范围，本人及本人控制的企业将不与发行人及其下属子公司拓展后的业务相竞争；若与发行人及其下属子公司拓展后的业务产生竞争，则本人及本人控制的企业将以停止经营相竞争的业务的方式，或者将

相竞争的业务在同等条件下优先纳入到发行人经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。

4、本人承诺，如果本人违反上述声明与承诺并造成发行人经济损失的，本人将赔偿发行人因此受到的全部损失。”

六、核查方式和核查过程

1、与发行人实际控制人童毅访谈，留存访谈记录；

2、查阅发行人及海信天、海同天（有限合伙）、海奇天以及同趣控股的工商登记资料，调查其历史沿革；

3、通过公开途径查阅发行人及海信天、海同天（有限合伙）、海奇天以及同趣控股的信息；

4、查阅童毅出具的承诺与说明；

5、查阅重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）的《合伙协议》；

6、查阅股东出具的确认函/调查表；

7、查询国家企业信用信息公示系统，并查询启信宝（https://www.qixin.com/）作为辅助手段，查询同趣控股、重庆网秀商贸有限公司、重庆车快保汽车服务有限公司的相关信息；

8、取得同趣控股、童毅、海奇天、吴远丽出具的《避免同业竞争承诺函》。

七、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、公司实际控制人童毅通过多层持股实现对发行人控制的真实原因具有合理性，童毅与各层其他股东之间不存在其他协议或利益安排等可能对发行人股权稳定产生影响的情形；

2、海奇天、海同天（有限合伙）、海信天历次股权变动的定价依据具有合理性，均没有发生过股权转让行为，相关股东出资的资金来源真实、合法；

3、发行人控股股东所持发行人的股份权属清晰（无受控股股东、实际控制人支配的股东），发行人公司治理和内控具有有效性；

4、发行人控股股东及其控制的企业不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为：

1、公司实际控制人童毅通过多层持股实现对发行人控制的真实原因具有合理性，截至本补充法律意见书出具日，童毅与各层其他股东之间不存在其他协议或利益安排等可能对发行人股权稳定产生影响的情形；

2、海奇天、海同天、海信天历次股权变动的定价依据具有合理性，均没有发生过股权转让行为，相关股东出资的资金来源真实、合法；

3、截至本补充法律意见书出具日，发行人实际控制人、控股股东所持发行人的股份权属清晰（无受控股股东、实际控制人支配的股东），发行人公司治理和内控具有有效性；

4、截至本补充法律意见书出具日，发行人控股股东及其控制的企业不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

问题 3

发行人股东中，多家为私募投资基金，其中重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称西证价值）持有发行人 13.19%股份，重庆英飞尼迪持有发行人 5.27%股份，其合伙期限将于 2019 年 8 月 15 日到期。2018 年以来，发行人进行了多次股权转让。

保荐机构及发行人律师核查：（1）西证价值持有发行人的股份是否属于国有股，其历次股权变动是否均履行了国资相关审批程序，是否取得有关主管部门对股份设置的批复文件，如是，请对招股说明书中相关股东进行标识；（2）重庆英飞尼迪的合伙协议内容，包括合伙目的、投资项目内容及期限、退出安排等，合伙存续期限届满后的相关安排，如何确保其所持股份锁定期承诺履行；（3）发行人股东中的私募投资基金设立时间和目的、股权结构变化、间接股东与发行人相关各方的关系；（4）前述私募投资基金是否均按照《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理了备案手续；（5）发行人申报前一年新增股东的基本情况、产生新股东的原因、股权转让或增资的价格及定价依据，有关股权变动是否是双方真实意思表示，是否存在争议或潜在纠纷；（6）新股东与发行人

其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排；（7）新股东是否具备法律、法规规定的股东资格；（8）王树与牟玲玲是否存在关联关系或其他协议安排，是否存在规避 5%股东相关承诺及关联方认定的情形，新股东相关承诺是否符合证监会及交易所相关规定。

请保荐机构及发行人律师对上述事项进行核查，说明核查方式、核查过程，并发表明确意见。

回复：

一、西证价值持有发行人的股份是否属于国有股，其历次股权变动是否均履行了国资相关审批程序，是否取得有关主管部门对股份设置的批复文件，如是，请对招股说明书中相关股东进行标识

截至本问询函回复出具日，西证价值持有发行人 13.19%的股份。西证价值系经私募投资基金备案的有限合伙企业，其出资结构如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	西证股权投资有限公司	16,580.00	39.86
2	西证重庆股权投资基金管理有限公司	100.00	0.24
3	招商财富资产管理有限公司（招商财富-西证并购基金专项资产管理计划）	24,920.00	59.90
合计		**41,600.00**	**100.00**

根据《中华人民共和国企业国有资产法》第五条的规定，“本法所称国家出资企业，是指国家出资的国有独资企业、国有独资公司，以及国有资本控股公司、国有资本参股公司”。

根据《国务院国有资产监督管理委员会关于施行<上市公司国有股东标识管理暂行规定>有关问题的函》（国资厅产权[2008]80 号，下称“80 号文”），上市公司的股东是否被标识为国有股东，主要依据如下四项标准：“1.政府机构、部门、事业单位、国有独资企业或出资人全部为国有独资企业的有限责任公司或股份有限公司。2.上述单位或企业独家持股比例达到或超过 50%的公司制企业；上述单位或企业合计持股比例达到或超过 50%，且其中之一为第一大股东的公司制企业。3.上述‘2’中所述企业连续保持绝对控股关系的各级子企业。4.以上所有单位或企业的所属单位或全资子企业。”

2018 年 7 月 1 日起施行的《上市公司国有股权监督管理办法》（国资委、

财政部、证监会令第 36 号）第三条规定：“本办法所称国有股东是指符合以下情形之一的企业和单位，其证券账户标注“SS”：（一）政府部门、机构、事业单位、境内国有独资或全资企业；（二）第一款中所述单位或企业独家持股比例超过 50%，或合计持股比例超过 50%，且其中之一为第一大股东的境内企业；（三）第二款中所述企业直接或间接持股的各级境内独资或全资企业。”

《上市公司国有股权监督管理办法》第七十八条规定：“国有出资的有限合伙企业不作国有股东认定，其所持上市公司股份的监督管理另行规定。”

根据招商财富资产管理有限公司出具的说明，招商财富资产管理有限公司作为有限合伙人，认缴出资 24,920 万元，出资比例为 59.90%。该部分出资系招商财富资产管理有限公司以其管理的“招商财富-西证并购基金专项资产管理计划”进行出资，根据《证券期货经营机构私募资产管理业务管理办法》等相关规定，其所持有的西证投资 59.90%的合伙企业出资独立于招商财富资产管理有限公司的自有资产，属于委托人资产，且委托人均系自然人，不属于国有资产。

由于西证股权投资有限公司直接和间接合计持有西证价值的财产份额仅 40.10%，并未超过 50%，未形成连续的绝对控股关系，并且《上市公司国有股权监督管理办法》已明确规定国有出资的有限合伙企业不作国有股东认定，不应标注国有股东标识。因此，西证价值无需被认定为国有股东，其股权变动无需履行国资相关审批程序，无需取得有关主管部门对股份设置的批复文件。

综上，西证价值不符合上述应当标注国有股东标识的规定，其持有的发行人股份不属于国有股，其股权变动无需履行国资相关审批程序，无需取得有关主管部门对股份设置的批复文件。

二、重庆英飞尼迪的合伙协议内容，包括合伙目的、投资项目内容及期限、退出安排等，合伙存续期限届满后的相关安排，如何确保其所持股份锁定期承诺履行

重庆英飞尼迪《合伙协议》的主要内容（包括合伙目的、投资项目内容及期限、退出安排等）如下：

“第七条 合伙目的：为了保护全体合伙人的合伙权益，使本合伙企业取得最佳经济效益。

第八条 合伙经营范围：创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个

人创业投资业务；创业投资咨询精力；为创业提供管理服务业务；参与设立创业投资与创业投资理顾问。

合伙期限为 7 年。

第三十条 合伙企业有下列情形之一的，应当解散：

（一）合伙期限届满，合伙人决定不再经营；

（二）合伙协议约定的解散事由出现；

（三）全体合伙人决定解散；

（四）合伙人已不具各法定人数满三十天；

（五）合伙协议约定的合伙目的已经实现或者无法实现；

（六）依法被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销；

（七）法律、行政法规规定的其他原因。

第三十四条 经全体合伙人协商一致，可以修改或者补充合伙协议。”

重庆英飞尼迪合伙人大会决议载，“根据《中华人民共和国合伙企业法》和《重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）有限合伙协议》的约定，重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）于 2019 年 6 月 6 日召开全体合伙人会议，出席本次会议的合伙人及合伙人代表共 5 人，所做出的决议经全体合伙人表决权的 100%通过，决议事项如下：批准重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）存续期延长至 2021 年 12 月 31 日。”

重庆英飞尼迪已出具关于限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的相关承诺，发行人将切实予以关注并督促重庆英飞尼迪严格遵守相关承诺，确保其所持股份锁定期承诺履行。

三、发行人股东中的私募投资基金设立时间和目的、股权结构变化、间接股东与发行人相关各方的关系

（一）发行人股东中的私募投资基金设立时间和目的、股权结构变化

根据《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规和自律规则的规定，保荐机构对发行人股东中是否存在私募投资基金及其备案情况进行了核查。

发行人股东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）、台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）、无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）、海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）、惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）、北京天星盛世投资中心（有限合伙）、新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）、新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规范的私募投资基金。具体如下：

股东名称	设立时间
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	2014 年 3 月 24 日
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	2011 年 8 月 16 日
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	2016 年 11 月 2 日
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	2015 年 10 月 14 日
海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）	2014 年 9 月 26 日
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	2014 年 5 月 14 日
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	2015 年 4 月 29 日
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	2015 年 1 月 7 日
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	2015 年 3 月 11 日

1、重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）

成立时，重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	西证股权投资有限公司	9,900.00	99.00
2	西证重庆股权投资基金管理有限公司	100.00	1.00
合计		**10,000.00**	**100.00**

2014 年 7 月 30 日，招商财富资产管理有限公司（代表“招商财富-西证并购基金专项资产管理计划”）作为新的有限合伙人增资于西证价值，西证股权投资有限公司增资于西证价值，各方签署新的合伙协议。本次增资后，重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	招商财富资产管理有限公司	24,920.00	59.90
2	西证股权投资有限公司	16,580.00	39.86
3	西证重庆股权投资基金管理有限公司	100.00	0.24

合计	41,600.00	100.00

注：西证重庆股权投资基金管理有限公司的股东为西证股权投资有限公司（西证股权投资有限公司系西南证券股份有限公司全资子公司）。

截至本问询函回复出具日，重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）的出资结构未再发生变化。

重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）设立目的为：从事投资业务，主要通过获得、持有及处置投资组合，为合伙人获取长期投资回报。

2、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）

成立时，重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	宗申产业集团有限公司	10,000.00	49.9975
2	重庆公路物流基地建设有限公司	5,000.00	24.99875
3	重庆典雅房地产开发集团有限公司	2,500.00	12.499375
4	重庆四方新材股份有限公司	2,500.00	12.499375
5	英飞尼迪（上海）创业管理投资有限公司	1.00	0.005
合计		**20,001.00**	**100.00**

2011 年 11 月 21 日，重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	宗申产业集团有限公司	10,000.00	49.975
2	重庆公路物流基地建设有限公司	5,000.00	24.9875
3	重庆四方新材股份有限公司	2,500.00	12.49375
4	重庆典雅房地产开发集团有限公司	2,500.00	12.49375
5	重庆英飞尼迪投资管理有限公司	10.00	0.05
合计		**20,010.00**	**100.00**

2015 年 5 月 4 日，重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	宗申产业集团有限公司	11,000.00	54.9725
2	重庆公路物流基地建设有限公司	5,000.00	24.9875

3	重庆四方新材股份有限公司	3,500.00	17.49125
4	尤启明	500.00	2.49875
5	重庆英飞尼迪投资管理有限公司	10.00	0.05
合计		20,010.00	100.00

截至本问询函回复出具日，重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的出资结构未再发生变化。

重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）设立目的为：为了保护全体合伙人的合伙权益，使合伙企业取得最佳经济效益。

3、台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）

成立时，台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	北京泓石资本管理股份有限公司	100.00	10.00
2	鲍臻湧	900.00	90.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

2017 年 7 月 24 日，台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	北京泓石资本管理股份有限公司	100.00	1.32
2	鲍臻湧	2,500.00	32.89
3	王安邦	2,000.00	26.32
4	彭寅生	1,200.00	15.79
5	颜金练	1,000.00	13.16
6	宋德清	500.00	6.58
7	叶彩群	300.00	3.95
合计		**7,600.00**	**100.00**

2017 年 8 月 29 日，台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	北京泓石资本管理股份有限公司	100.00	0.91
2	鲍臻湧	3,200.00	29.09
3	王安邦	2,000.00	18.18
4	彭寅生	1,200.00	10.91
5	颜金练	1,000.00	9.09

6	宋德清	800.00	7.27
7	黄文城	600.00	5.45
8	崔学海	500.00	4.55
9	黄进佳	500.00	4.55
10	于勇	500.00	4.55
11	叶彩群	300.00	2.73
12	吕惠芬	300.00	2.73
合计		**11,000.00**	**100.00**

2018 年 4 月 28 日，台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	北京泓石资本管理股份有限公司	100.00	0.91
2	鲍臻湧	3,200.00	29.09
3	王安邦	2,000.00	18.18
4	彭寅生	1,200.00	10.91
5	颜金练	1,000.00	9.09
6	宋德清	800.00	7.27
7	张贤杰	600.00	5.45
8	于勇	500.00	4.55
9	崔学海	500.00	4.55
10	黄进佳	500.00	4.55
11	吕惠芬	300.00	2.73
12	叶彩群	300.00	2.73
合计		**11,000.00**	**100.00**

截至本问询函回复出具日，台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）的出资结构未再发生变化。

台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）设立目的为：通过以股权投资为主的各种投资及其投资组合方式，以获得资本的增值，并为合伙人谋求投资收益最大化。

4、无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）

成立时，无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	北京泓石资本管理股份有限公司	100.00	50.00
2	陆建英	100.00	50.00
合计		**200.00**	**100.00**

2016 年 10 月 24 日，无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	北京泓石资本管理股份有限公司	500.00	3.61
2	赵宏林	2,000.00	14.44
3	梁永林	2,000.00	14.44
4	王安邦	1,000.00	7.22
5	姜礼平	1,000.00	7.22
6	张高帆	1,000.00	7.22
7	刘燕平	1,000.00	7.22
8	吴克平	1,000.00	7.22
9	陆建英	750.00	5.42
10	章程	500.00	3.61
11	李建三	500.00	3.61
12	周家伟	500.00	3.61
13	张云弟	500.00	3.61
14	廖瑜芳	500.00	3.61
15	宋德清	380.00	2.74
16	王军	370.00	2.67
17	葛祥明	200.00	1.44
18	田成立	150.00	1.08
合计		**13,850.00**	**100.00**

2017 年 4 月 5 日，无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	北京泓石资本管理股份有限公司	500.00	2.17
2	陆建英	2,500.00	10.87
3	宋德清	2,000.00	8.70
4	梁永林	2,000.00	8.70
5	王安邦	2,000.00	8.70

6	姜礼平	2,000.00	8.70
7	赵宏林	2,000.00	8.70
8	张高帆	2,000.00	8.70
9	章程	1,000.00	4.35
10	张云弟	1,000.00	4.35
11	刘燕平	1,000.00	4.35
12	吴克平	1,000.00	4.35
13	廖瑜芳	800.00	3.48
14	王军	700.00	3.04
15	李建三	500.00	2.17
16	周家伟	500.00	2.17
17	牛晓华	500.00	2.17
18	葛祥明	400.00	1.74
19	潘和	300.00	1.30
20	田成立	300.00	1.30
合计		**23,000.00**	**100.00**

截至本问询函回复出具日，无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）的出资结构未再发生变化。

无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）设立目的为：通过以股权投资为主的各种投资及其投资组合方式，以获得资本的增值，并为合伙人谋求投资收益最大化。

5、海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）

成立时，海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	海门科技园发展有限公司	4,000.00	30.07
2	杨彦青	2,000.00	15.04
3	上海礼襄实业有限公司	2,000.00	15.04
4	黄耐雄	1,500.00	11.28
5	倪海平	1,000.00	7.52
6	方玉丽	1,000.00	7.52
7	王健	500.00	3.76
8	宣亚玉	500.00	3.76

9	钱钰	500.00	3.76
10	深圳市时代伯乐创业投资管理有限公司	300.00	2.25
合计		**13,300.00**	**100.00**

2015 年 7 月 13 日，海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	海门科技园发展有限公司	4,000.00	30.07
2	杨彦青	2,000.00	15.04
3	季惠芳	2,000.00	15.04
4	黄耐雄	1,500.00	11.28
5	倪海平	1,000.00	7.52
6	方玉丽	1,000.00	7.52
7	王健	500.00	3.76
8	宣亚玉	500.00	3.76
9	钱钰	500.00	3.76
10	深圳市时代伯乐创业投资管理有限公司	300.00	2.25
合计		**13,300.00**	**100.00**

截至本问询函回复出具日，海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）的出资结构未再发生变化。

海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）设立目的（经营范围）为：从事非证券类股权投资活动及相关咨询业务。

6、惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）

成立时，惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	郭远祥	1,000.00	7.5188
2	伍贵廉	1,000.00	7.5188
3	吴志忠	1,000.00	7.5188
4	惠州市源东国际集团有限公司	1,000.00	7.5188
5	惠州市惠南投资控股有限公司	1,000.00	7.5188

6	南京斯坦德通信股份有限公司	1,000.00	7.5188
7	惠州华宝源实业有限公司	500.00	3.7594
8	广东金宝集团有限公司	500.00	3.7594
9	党红果	500.00	3.7594
10	张晓燕	500.00	3.7594
11	童升焱	500.00	3.7594
12	刘军	500.00	3.7594
13	张少武	500.00	3.7594
14	谭敏霞	500.00	3.7594
15	杨远辉	500.00	3.7594
16	陈培华	500.00	3.7594
17	廖惠云	500.00	3.7594
18	郑伟	400.00	3.0075
19	苏伟浩	300.00	2.2556
20	谢燕辉	300.00	2.2556
21	李森林	300.00	2.2556
22	叶俊青	300.00	2.2556
23	惠州时代伯乐股权投资管理有限公司	200.00	1.5038
合计		**13,300.00**	**100.00**

2015 年 5 月 25 日，惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	郭远祥	1,000.00	8.7719
2	伍贵廉	1,000.00	8.7719
3	惠州市源东国际集团有限公司	1,000.00	8.7719
4	惠州市惠南投资控股有限公司	1,000.00	8.7719
5	惠州华宝源实业有限公司	500.00	4.3860
6	张晓燕	500.00	4.3860
7	童升焱	500.00	4.3860
8	刘军	500.00	4.3860

9	张少武	500.00	4.3860
10	谭敏霞	500.00	4.3860
11	杨远辉	500.00	4.3860
12	廖惠云	500.00	4.3860
13	党红果	500.00	4.3860
14	杨家齐	500.00	4.3860
15	赖亚丽	500.00	4.3860
16	郑伟	400.00	3.5088
17	苏伟浩	300.00	2.6316
18	谢燕辉	300.00	2.6316
19	李森林	300.00	2.6316
20	叶俊青	300.00	2.6316
21	惠州时代伯乐股权投资管理有限公司	200.00	1.7544
22	吴志忠	100.00	0.8772
合计		**11,400.00**	**100.00**

2016 年 2 月 29 日，惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	郭远祥	1,000.00	8.7719
2	伍贵廉	1,000.00	8.7719
3	惠州市源东国际集团有限公司	1,000.00	8.7719
4	惠州市惠南投资控股有限公司	1,000.00	8.7719
5	惠州华宝源实业有限公司	500.00	4.3860
6	张晓燕	550.00	4.8246
7	童升焱	500.00	4.3860
8	刘军	500.00	4.3860
9	张少武	500.00	4.3860
10	谭敏霞	500.00	4.3860
11	杨远辉	500.00	4.3860
12	廖惠云	500.00	4.3860

13	党红果	500.00	4.3860
14	杨家齐	500.00	4.3860
15	赖亚丽	500.00	4.3860
16	郑伟	400.00	3.5088
17	苏伟浩	300.00	2.6316
18	谢燕辉	300.00	2.6316
19	李森林	300.00	2.6316
20	惠州时代伯乐股权投资管理有限公司	200.00	1.7544
21	潘剑波	150.00	1.3158
22	刘水泉	100.00	0.8772
23	吴志忠	100.00	0.8772
合计		**11,400.00**	**100.00**

2018 年 6 月 5 日，惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	郭远祥	1,000.00	8.7719
2	伍贵廉	1,000.00	8.7719
3	深圳市中景商务服务有限公司	1,000.00	8.7719
4	惠州市惠南投资控股有限公司	1,000.00	8.7719
5	惠州华宝源实业有限公司	500.00	4.3860
6	张晓燕	550.00	4.8246
7	童升焱	500.00	4.3860
8	刘军	500.00	4.3860
9	张少武	500.00	4.3860
10	谭敏霞	500.00	4.3860
11	杨远辉	500.00	4.3860
12	廖惠云	500.00	4.3860
13	党红果	500.00	4.3860
14	杨家齐	500.00	4.3860
15	赖亚丽	500.00	4.3860

16	郑伟	400.00	3.5088
17	苏伟浩	300.00	2.6316
18	谢燕辉	300.00	2.6316
19	毛和平	300.00	2.6316
20	惠州时代伯乐股权投资管理有限公司	200.00	1.7544
21	潘剑波	150.00	1.3158
22	刘水泉	100.00	0.8772
23	吴志忠	100.00	0.8772
合计		**11,400.00**	**100.00**

截至本问询函回复出具日，惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）的出资结构未再发生变化。

惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）设立目的为：响应惠州市人民政府号召，促进当地新兴产业发展及规模壮大，通过注入资金以及提供卓有成效的增值服务，推动该类企业成为伟大的企业或行业的隐形冠军；通过投资于企业债券，获得较高的投资收益，通过参与定向增发和收购兼并，获得稳定的投资收益。

7、北京天星盛世投资中心（有限合伙）

成立时，北京天星盛世投资中心（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	王之平	900.00	90.00
2	北京天星创联投资管理有限公司	100.00	10.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

2015 年 8 月 24 日，北京天星盛世投资中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	张世鹏	7,200.00	45.00
2	刘杰	7,200.00	45.00
3	北京天星资本投资管理股份有限公司	1,600.00	10.00
合计		**16,000.00**	**100.00**

2016 年 1 月 22 日，北京天星盛世投资中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	中航信托股份有限公司	30,000.00	71.4286
2	北京天星资本股份有限公司	8,400.00	20.00
3	郭东强	3,000.00	7.1429
4	深圳市普泰金融配套服务有限公司	600.00	1.4286
合计		**42,000.00**	**100.00**

2016 年 5 月 6 日，北京天星盛世投资中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	泉州安凯储运有限公司	30,600.00	72.86
2	北京天星资本股份有限公司	8,400.00	20.00
3	郭东强	3,000.00	7.14
合计		**42,000.00**	**100.00**

截至本问询函回复出具日，北京天星盛世投资中心（有限合伙）的出资结构未再发生变化。

北京天星盛世投资中心（有限合伙）设立目的为：繁荣市场经济，通过合法经营实现资产增值。

8、新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）

成立时，新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	傅康洲	90.00	90.00
2	新余观复投资管理有限公司	10.00	10.00
合计		**100.00**	**100.00**

2015 年 6 月 2 日，新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	新余诚尚汇投资管理中心（有限合伙）	100.00	20.00
2	新余诚新棠投资管理中心（有限合伙）	100.00	20.00
3	新余诚南棠投资管理中心（有限合伙）	100.00	20.00
4	新余诚卓汇投资管理中心（有限合伙）	100.00	20.00
5	东方汇富投资控股有限公司	75.00	15.00

6	新余观复投资管理有限公司	25.00	5.00
合计		**500.00**	**100.00**

2017 年 12 月 11 日，新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	新余诚卓汇投资管理中心（有限合伙）	7,720.00	28.99
2	新余诚尚汇投资管理中心（有限合伙）	6,430.00	24.15
3	新余诚新棠投资管理中心（有限合伙）	5,990.00	22.49
4	新余诚南棠投资管理中心（有限合伙）	5,210.00	19.56
5	徐杰	500.00	1.88
6	义务市浪莎小额贷款股份有限公司	500.00	1.88
7	东方汇富投资控股有限公司	210.00	0.79
8	新余观复投资管理有限公司	70.00	0.26
合计		**26,630.00**	**100.00**

截至本问询函回复出具日，新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）的出资结构未再发生变化。

新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）设立目的为：通过合伙，将有不同资金条件和不同技术、管理能力的人或企业组织起来，集中多方力量共同从事经营活动，相互弥补各自的缺陷，实现一方在一定期限内难以实现的经营目的，分享经营所得。

9、新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）

成立时，新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）的出资结构如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	傅康洲	90.00	90.00
2	新余观悦投资管理有限公司	10.00	10.00
合计		**100.00**	**100.00**

2015 年 7 月 16 日，新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	杭州金转源投资管理合伙企业（有限合伙）	25,700.00	97.05
2	邢映红	500.00	0.19
3	东方汇富投资控股有限公司	210.00	0.0079
4	新余观悦投资管理有限公司	70.00	0.0026
合计		**26,480.00**	**100.00**

2017 年 8 月 28 日，新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）的出资结构变更为：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	宁波梅山保税港区金轩江投资管理合伙企业（有限合伙）	6,670.00	25.5556
2	宁波梅山保税港区诚本泓投资管理合伙企业（有限合伙）	6,600.00	25.2874
3	宁波梅山保税港区诚莱利投资管理合伙企业（有限合伙）	6,060.00	23.2184
4	宁波梅山保税港区诚意泓投资管理合伙企业（有限合伙）	5,990.00	22.9502
5	邢映红	500.00	1.9157
6	东方汇富投资控股有限公司	210.00	0.8046
7	新余观悦投资管理有限公司	70.00	0.2682
合计		**26,100.00**	**100.00**

截至本问询函回复出具日，新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）的出资结构未再发生变化。

新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）设立目的为：通过合伙，将有不同资金条件和不同技术、管理能力的人或企业组织起来，集中多方力量共同从事经营活动，相互弥补各自的缺陷，实现一方在一定期限内难以实现的经营目的，分享经营所得。

（二）间接股东与发行人相关各方的关系

截至本问询函回复出具日，前述私募投资基金的各层股东/合伙人/认购人如下：

1、重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）的各层级股东/合伙人/认购人如下：

股东名称	第二层级	第三层级	第四层级
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	西证股权投资有限公司	西南证券股份有限公司（截至 2019.3.31 的前十大股东）	重庆渝富资产经营管理集团有限公司
			重庆市江北嘴中央商务区投资集团有限公司
			重庆市城市建设投资(集团)有限公司
			中国建银投资有限责任公司
			重庆高速公路集团有限公司
			中国证券金融股份有限公司
			招商财富-招商银行-渝富 4 号专项资产管理计划
			重庆市水务资产经营有限公司
			重庆国际信托股份有限公司
			中央汇金资产管理有限责任公司
	西证重庆股权投资基金管理有限公司	西证股权投资有限公司	西南证券股份有限公司（股票代码：600369.SH）
	招商财富资产管理有限公司（招商财富-西证并购基金专项资产管理计划）	招商财富-西证并购基金专项资产管理计划，已于 2014 年 7 月 31 日办理资产管理计划财产备案登记，委托人总数 69 人，计划认购总金额 2.492 亿元，资产管理人为招商财富资产管理有限公司	赵柏生、金伟、黄为磊、刘源、肖文元、吴世君、陈素兰、周广法、王巍、许健刚、何雪峰、李晓春、陈飞、刘青蓉、王尔略、袁志强、郭永芳、韦莉、周拥平、张峥峥、刘艳、张爱美、王保德、王清河、高小华、金花、赵后鹏、刘卫东、杨明、谢书新、孙大明、冯碧常、张卫、黄朝楷、邵素芹、朱心飚、蔡俊、陈海华、庞海东、孟凯、齐凤琴、赵伟、徐素敏、赵得翔、宿涛、程立君、黄立山、马中心、何小平、邵海青、赵万棣、杨鹏翔、章灵芝、李强、潘剑秋、孙儒蓁、孔德菁、张晓青、叶锋、艾新亚、李国利、张丽娜、郭虹、赵剑秋、盛清平、赵一平、陆斌、张挺、姚德祥

重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）的各层股东/合伙人/认购人均与发行人相关各方（发行人关联方、发行人主要客户及供应商、本次发行的中介机构及签字人员及其关系密切家庭成员）之间不存在关联关系。

2、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的各层级股东/合伙人/认购人如下：

股东名称	第二层级	第三层级	第四层级
重庆英飞尼迪创业	宗申产业集团有限	左宗申	—

投资中心（有限合伙）	公司	袁德秀	—
	重庆公路物流基地建设有限公司	重庆市南部新城产业投资集团有限公司	重庆市巴南区国有资产管理办公室
	重庆四方新材股份有限公司	姚勇、赵世金、杨翔、朱兴华、张林、谢涛、杨永红、黄胜、曾亮、张旭、彭其军、周晓勇、张理兰、李德志、卢健、张伟、喻建中、彭志勇、朱立、刘俊洋、江洪波、杨勇、张禹平、甘立金、舒恋、谭华峰、李波、李禄静、肖岭、何宏敏	—
	重庆英飞尼迪投资管理有限公司	上海创复投资管理有限公司	尹玉杰
			刘学文
		英飞尼迪（北京）创业投资管理有限公司	英飞尼迪资本管理有限公司（外国企业）
		英飞尼迪（上海）创业投资管理有限公司	英飞尼迪资本管理有限公司（外国企业）
	尤启明	—	—

发行人 2016 年前十大客户重庆汽摩交易所有限公司的实际控制人左宗申先生系重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的间接出资人；尤启明投资的重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）系发行人股东。

除此以外，重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）的各层股东/合伙人/认购人均与发行人相关各方（发行人关联方、发行人主要客户及供应商、本次发行的中介机构及签字人员及其关系密切家庭成员）之间不存在关联关系。

3、台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）的各层级股东/合伙人/认购人如下：

股东名称	第二层级	第三层级
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	鲍臻湧、王安邦、彭寅生、颜金练、宋德清、张贤杰、于勇、崔学海、黄进佳、吕惠芬、叶彩群	—

	北京泓石资本管理股份有限公司	宋德清
		张高帆
		章程

台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）的各层股东/合伙人/认购人均与发行人相关各方（发行人关联方、发行人主要客户及供应商、本次发行的中介机构及签字人员及其关系密切家庭成员）之间不存在关联关系。

4、无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）的各层级股东/合伙人如下：

股东名称	第二层级	第三层级
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	陆建英、宋德清、梁永林、王安邦、姜礼平、赵宏林、张高帆、章程、张云弟、刘燕平、吴克平、廖瑜芳、王军、李建三、周家伟、牛晓华、葛祥明、潘和、田成立	—
	北京泓石资本管理股份有限公司	宋德清
		张高帆
		章程

无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）的各层股东/合伙人/认购人均与发行人相关各方（发行人关联方、发行人主要客户及供应商、本次发行的中介机构及签字人员及其关系密切家庭成员）之间不存在关联关系。

5、海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）的各层级股东/合伙人/认购人如下：

股东名称	第二层级	第三层级	第四层级	第五层级
海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）	深圳市时代伯乐创业投资管理有限公司	深圳市瀚信资产管理有限公司	蒋国云	—
			胡秋	—
			石阳陵	—
			王满钢	—
			毛培尧	—
		深圳市共创伯乐管理合伙企业（有限合伙）	深圳市瀚信资产管理有限公司	蒋国云
				胡秋
				石阳陵
				王满钢
				毛培尧
			周涛	—
			刘公宇	—
			王晓玲	—
			刘玉梅	—
			陈天明	—
			蒋中军	—
			唐媛	—
			孙光伟	—

			胡钦	—
			杨稳斌	—
			蒋雨勋	—
			邓伟	—
			周波	—
			杨霜	—
			冷顺	—
			胡峰	
		黄英	—	—
		吴细村	—	—
		蒋国龙	—	—
		陈焕洪	—	—
		胡秋	—	—
		石阳陵	—	—
		黎晓龙	邓澄江	—
				—
	海门科技园发展有限公司	海门市人民政府国有资产管理委员会办公室	—	—
	季惠芳、杨彦青、黄耐雄、方玉丽、倪海平、王健、宣亚玉、钱钰	—	—	—

海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）的各层股东/合伙人/认购人均与发行人相关各方（发行人关联方、发行人主要客户及供应商、本次发行的中介机构及签字人员及其关系密切家庭成员）之间不存在关联关系。

6、惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）的各层级股东/合伙人/认购人如下：

股东名称	第二层级	第三层级	第四层级
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	惠州市惠南投资控股有限公司	惠州仲恺高新技术产业开发区惠南高新科技产业园管理委员会	—
	伍贵廉、郭远祥、张晓燕、谭敏霞、廖惠云、童升焱、刘军、张少武、杨远辉、党红果、杨家齐、赖亚丽、潘剑波、郑伟、谢燕辉、吴志忠、苏伟浩、刘水泉、毛和平	—	—
	惠州华宝源实业有限公司	方子强	—
	惠州时代伯乐股权投资管理有限公司	深圳市瀚信资产管理有限公司	蒋国云
			胡秋
			石阳陵
			王满钢
			毛培尧

		石阳陵	—
		盛剑明	—
		王哲	—
		刘公宇	—
		唐曙光	—
	深圳市中景商务服务有限公司	洪珍晶	—
		周红兵	—

惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）的各层股东/合伙人/认购人均与发行人相关各方（发行人关联方、发行人主要客户及供应商、本次发行的中介机构及签字人员及其关系密切家庭成员）之间不存在关联关系。

7、北京天星盛世投资中心（有限合伙）的各层级股东/合伙人/认购人如下：

股东名称	第二层级	第三层级	第四层级	第五层级
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	北京天星资本股份有限公司	北京天星银河投资有限公司	天星创联资本控股有限公司	刘研
				王骏
			王骏、王之平、白利国、何沛钊、刘晨曦、蔡志明、肖驰、秦源、范文双、杨玲、刘放心、于江蛟、刘振山、郭瑞童、刘研、舒宜民、李萍	—
		天星创联资本控股有限公司	刘研	—
			王骏	—
		刘研	—	—
	泉州安凯储运有限公司	刘宇峰	—	—
		邱尚静	—	—
	郭东强	—	—	—

北京天星盛世投资中心（有限合伙）的各层股东/合伙人/认购人均与发行人相关各方（发行人关联方、发行人主要客户及供应商、本次发行的中介机构及签字人员及其关系密切家庭成员）之间不存在关联关系。

8、新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）各层级股东/合伙人/认购人如下：

股东名称	第二层级	第三层级	第四层级	第五层级	第六层级	第七层级	第八层级	第九层级
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	东方汇富投资控股有限公司	赣商联合股份有限公司	上海凯天实业投资有限公司	钱璟	—	—	—	—
				邓又瑄	—	—	—	—
			上海源海实业有限公司	邓春元	—	—	—	—
				邓春香	—	—	—	—
			上海吉联投资管理有限公司	黄清	—	—	—	—
				黄怀吉	—	—	—	—
			上海国畅恒升投资有限公司	李红	—	—	—	—
				徐江华	—	—	—	—

			上海凯暄矿产资源投资控股有限公司	浙江嘉荣投资有限公司	石强	—	—	—
					石嵘	—	—	—
				上海凯暄经贸有限公司	邓又瑄	—	—	—
					钱璟	—	—	—
				上海吉联投资管理有限公司	黄清	—	—	—
					黄怀吉	—	—	—
				江西省平凡物资有限公司	施秋辉	—	—	—
					徐象南	—	—	—
				李明	—	—	—	—
				朱国玲	—	—	—	—
			宁波宝博贸易有限公司	万浩波	—	—	—	—
			江西益伍实业有限公司	上海洪皓贸易有限公司	朱兰香	—	—	—
					长兴耀文投资管理合伙企业（有限合伙）	上海维彤资产管理有限公司	孙盛裕	万浩波
						江西宝申实业有限公司	上海宝旺实业有限公司	万浩波
								万斌
							万浩波	—
						新兴发展集团有限公司	新兴际华集团有限公司	国务院
				刘荣	—	—	—	—
			赣州市浩鑫矿业贸易有限公司（已注销）	李小冬	—	—	—	—
			其他股东	—	—	—	—	—
		阚治东	—	—	—	—	—	—
		白颐	—	—	—	—	—	—
		深圳东方德润资产管理有限公司	阚治东	—	—		—	—
			郑舜	—	—		—	—
		杨春雷	—	—	—	—	—	—
		刘龙九	—	—	—	—	—	—
		赵立群	—	—	—	—	—	—
	新余诚尚汇投资管理中心（有限合伙）	赵红英、沈卓鑫、胡建民、赵叶飞、金双福、詹建良、马炯、卢继容、张磊、陈莺、王富根	—	—	—	—	—	—
	新余观复投资管理有	—	—	—	—	—	—	—

	限公司（往上追溯见本表）							
	新余诚南棠投资管理中心（有限合伙）	欧阳洁、陈伟军、葛洪燕、徐琪、严朝晖、陈建波、马晓、何荣、蒋胜龙	—	—	—	—	—	—
	新余诚新棠投资管理中心（有限合伙）	新余观悦投资管理有限公司	杭州金开圆观投资管理有限公司	金控香港管理有限公司（外资）	—	—	—	—
		傅康洲	—	—	—	—	—	—
	新余诚卓汇投资管理中心（有限合伙）	新余观复投资管理有限公司	杭州金诚圆观资产管理有限公司	新余金诚实业集团有限公司	韦杰	—	—	—
					徐黎云	—	—	—
					宁波梅山保税港区新黎投资管理合伙企业（有限合伙）	徐黎云	—	—
						新余诚开投资管理有限公司	杭州汇西投资管理有限公司	新余金诚实业集团有限公司（往上追溯见本表）
					宁波梅山保税港区新杰投资管理合伙企业（有限合伙）	韦杰	—	—
						新余诚开投资管理有限公司（往上追溯见本表）	—	—
		傅康洲、范健飒、陶传菊、傅国佩、何燕琴、谢卫萍、陈象豹、沈哲宇、倪彪、汪爱珍、刘龙珠、骆惠祥、陆红燕、王彩君、王后英、祝英俊、马映雁、唐锦晶、留小珠、邢静香、王瑛、何显清、张妙强、王林连、祝瑜慧、赵倩、	—	—	—	—	—	—

		刘海燕、韦京、张天龙、宋一男、徐大剑、谢建华、夏增涛、蔡裕农、俞越峰、杨晓厦、孟菡、秦芳、万显旭、阮盛荣						
	义乌市浪莎小额贷款股份有限公司	何璀军、陈筱仙、楼琦享、倪梅香、楼爱庆	—	—	—	—	—	—
		三力印刷集团有限公司	朱跃潮	—	—	—	—	—
		浙江四达工具有限公司	周福寿	—	—	—	—	—
			周健	—	—	—	—	—
		浪莎控股集团有限公司	翁关荣	—	—	—	—	—
			翁关弟	—	—	—	—	—
			翁荣金	—	—	—	—	—
		义乌市鑫昌拉链有限公司	吴高云	—	—	—	—	—
			吴高远	—	—	—	—	—
			金根福	—	—	—	—	—
			王樟彩	—	—	—	—	—
		浙江思源新材料科技有限公司	义乌市思民实业有限公司	陈桂珍	—	—	—	—
				黄允茂	—	—	—	—
	徐杰	—	—	—	—	—	—	—

新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）的各层股东/合伙人/认购人均与发行人相关各方（发行人关联方、发行人主要客户及供应商、本次发行的中介机构及签字人员及其关系密切家庭成员）之间不存在关联关系。

9、新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）的各层级股东/合伙人/认购人如下：

股东名称	第二层级	第三层级
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	东方汇富投资控股有限公司	（同前述“新余诚鼎汇的各层级股东/合伙人”相关情况）
	邢映红	—

新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）的各层股东/合伙人/认购人均与发行人相关各方（发行人关联方、发行人主要客户及供应商、本次发行的中介机构及签字人员及其关系密切家庭成员）之间不存在关联关系。

四、前述私募投资基金是否均按照《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理了备案手续

经核查，前述私募投资基金均已按照《私募投资基金监督管理暂行办法》

和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的相关规定办理了备案手续，具体如下：

股东名称	备案时间
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	2014 年 12 月 8 日
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	2015 年 11 月 5 日
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	2016 年 12 月 1 日
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	2016 年 1 月 29 日
海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）	2015 年 2 月 11 日
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	2015 年 2 月 5 日
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	2015 年 9 月 7 日
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	2015 年 8 月 7 日
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	2015 年 8 月 7 日

（一）重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）

重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2014 年 12 月 8 日，基金编号 S21478。其基金管理人西证重庆股权投资基金管理有限公司已于 2014 年 5 月 20 日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1002066。

（二）重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）

重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2015 年 11 月 5 日，基金编号 SD5953。其基金管理人重庆英飞尼迪投资管理有限公司已于 2015 年 11 月 4 日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1025986。

（三）台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）

台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2016 年 12 月 1 日，基金编号 SN2336。其基金管理人北京泓石资本管理股份有限公司已于 2015 年 3 月 19 日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1009511。

（四）无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）

无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2016 年 1 月 29 日，基金编号 SD8702。其基金管理人北京泓石资本管理股份有限公司已于 2015 年 3 月 19 日

进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1009511。

（五）海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）

海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2015 年 2 月 11 日，基金编号 S26552。其基金管理人深圳市时代伯乐创业投资管理有限公司已于 2014 年 4 月 17 日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1000517。

（六）惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）

惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2015 年 2 月 5 日，基金编号 S26675。其基金管理人惠州时代伯乐股权投资管理有限公司已于 2014 年 4 月 17 日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1000858。

（七）北京天星盛世投资中心（有限合伙）

北京天星盛世投资中心（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2015 年 9 月 7 日，基金编号 S68464。其基金管理人北京天星资本股份有限公司已于 2014 年 9 月 17 日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1004739。

（八）新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）

新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2015 年 8 月 7 日，基金编码 S60345。其基金管理人东方汇富投资控股有限公司已于 2015 年 1 月 29 日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1007698。

（九）新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）

新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2015 年 8 月 7 日，基金编码 S67025。其基金管理人东方汇富投资控股有限公司已于 2015 年 1 月 29 日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1007698。

五、发行人申报前一年新增股东的基本情况、产生新股东的原因、股权转让或增资的价格及定价依据，有关股权变动是否是双方真实意思表示，是否存在争议或潜在纠纷

（一）2018 年 2、3 月，尤启明转让股权——余艳平、台州泓石汇泉、无锡泓石汇泉

转让前，尤启明原直接持有发行人 2,100,000 股股份。

根据相关《股权转让协议》，尤启明将所持有的发行人股份 210 万股分别转让给台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）80 万股、无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）80 万股、余艳平 50 万股；转让价格均为人民币 10.50 元/股。

转让后，尤启明不再直接持有发行人的股权。

1、台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）持有发行人 800,000 股，持股比例为 0.88%。其基本情况如下：

统一社会信用代码：91331003MA28GTPA54

成立日期：2016 年 11 月 2 日

主要经营场所：浙江省台州市黄岩区东城街道九峰社区桔洲新村 8 幢 2 单元 201 室

执行事务合伙人：北京泓石资本管理股份有限公司

合伙期限：2016 年 11 月 2 日至 2026 年 10 月 31 日

经营范围：投资管理服务（未经金融等监管部门批准不得从事向公众融资存款，融资担保，代客理财等金融服务）。

2、无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）持有发行人 800,000 股，持股比例为 0.88%。其基本情况如下：

统一社会信用代码：91320200MA1M9GLEXW

成立日期：2015 年 10 月 14 日

主要经营场所：江阴市萧山路 30 号

执行事务合伙人：北京泓石资本管理股份有限公司（委派代表：宋德清）

合伙期限：2015 年 10 月 14 日至 2025 年 10 月 13 日

经营范围：利用自有资金对外投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

3、余艳平持有发行人 500,000 股，持股比例为 0.55%。其基本情况如下：

余艳平女士，公民身份号码 42900119800519****，中国国籍，无境外永久

居留权。

余艳平以及台州泓石汇泉、无锡泓石汇泉的各合伙人及其管理人在访谈记录中以及《博拉网络股份有限公司直接/间接股东关于股东资格、股东权益的确认函》中均书面确认，对博拉网络的认购出资（受让股份）是真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

转让原因、新股东进入背景及定价依据：

尤启明转让股份的原因参见本问询函“问题 1”的相关答复。

新股东台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）、无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）、余艳平均看好博拉网络未来发展及投资收益，自愿受让前述股权。转让价格参照同期市场交易的公允价格 10.5 元/股，具有合理性。

（二）2018 年 4、5 月，同趣控股转让部分股权——共青城旻昱、朱军、张依林

1、2018 年 4 月 8 日，重庆同趣控股有限公司与共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）签订《股权转让协议》，重庆同趣控股有限公司将所持有的 400 万股博拉网络股份转让给共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙），转让价格为人民币 10.50 元/股。

共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）持有发行人 4,000,000 股，持股比例为 4.40%。其基本情况如下：

统一社会信用代码：91360405MA37RJLH0U

成立日期：2018 年 3 月 23 日

主要经营场所：江西省九江市共青城市私募基金创新园内

执行事务合伙人：辜剑

合伙期限：2018 年 3 月 23 日至 2028 年 3 月 22 日

经营范围：项目投资，投资管理，实业投资。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）。

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	辜剑	1,785.00	42.50
2	刘炜瑜	735.00	17.50

3	李竞华	315.00	7.50
4	范惠红	315.00	7.50
5	康作添	210.00	5.00
6	区锦标	210.00	5.00
7	梁辉	210.00	5.00
8	梁星林	210.00	5.00
9	白云君	210.00	5.00
合计		**4,200.00**	**100.00**

经访谈共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）各个合伙人及其管理人，有关股权变动是双方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

2、2018 年 5 月 10 日，重庆同趣控股有限公司与朱军签订《股份转让协议》，重庆同趣控股有限公司将所持有的 20 万股博拉网络股份转让给朱军，转让价格为人民币 10.50 元/股。

朱军持有发行人 200,000 股，持股比例为 0.22%。其基本情况如下：

朱军先生，公民身份号码 11010219680910****，中国国籍，无境外永久居留权。

经访谈朱军，有关股权变动是双方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

3、2018 年 5 月 14 日，重庆同趣控股有限公司与张依林签订《股份转让协议》，重庆同趣控股有限公司将所持有的 20 万股博拉网络股份转让给张依林，转让价格为人民币 10.50 元/股。

张依林持有发行人 200,000 股，持股比例为 0.22%。其基本情况如下：

张依林先生，公民身份号码 33010819880411****，中国国籍，无境外永久居留权。

经访谈张依林，有关股权变动是双方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

转让原因、新股东进入背景及定价依据：

因同趣控股的最初一批股东投资时间较长，且部分基金股东面临基金到期的问题。为回馈早期投资人对公司的认同和信赖，进一步回报老股东，应老股东的需求，同趣控股转让部分股权。新股东共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）、朱军、张依林均看好博拉网络未来发展及投资收益，自愿受让前述股权。转让价格参照同期市场交易的公允价格 10.5 元/股，具有合理性。

（三）2018 年 11 月，王树转让部分股权——牟玲玲

2018 年 11 月 12 日，王树与牟玲玲签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》，王树将所持有的 150 万股博拉网络股份转让给牟玲玲，转让价格为人民币 10.50 元/股。

牟玲玲持有发行人 1,500,000 股，持股比例为 1.65%。其基本情况如下：

牟玲玲女士，公民身份号码 33262119720724****，中国国籍，无境外永久居留权。

经访谈牟玲玲，有关股权变动是双方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

转让原因、新股东进入背景及定价依据：

王树系国内知名投资人，具有多年丰富的投资经验。因资金安排等个人原因，王树自愿转让其持有的博拉网络部分股权。新股东牟玲玲看好博拉网络未来发展及投资收益，自愿受让前述股权。转让价格参照同期市场交易的公允价格 10.5 元/股，具有合理性。

（四）2018 年 12 月，发行人增资——上海乾臻投资管理中心（有限合伙）

2018 年 12 月 25 日，博拉网络股份有限公司与上海乾臻投资管理中心（有限合伙）签订《关于上海乾臻投资管理中心（有限合伙）与博拉网络股份有限公司之股份认购协议》，上海乾臻投资管理中心（有限合伙）以现金认购博拉网络向其定向发行的 300 万股普通股，每股价格为人民币 10.50 元，认购总金额为人民币 31,500,000.00 元。

上海乾臻投资管理中心（有限合伙）持有发行人 3,000,000 股，持股比例为 3.30%。其基本情况如下：

统一社会信用代码：913102303986124282

成立日期：2014 年 7 月 11 日

主要经营场所：上海市崇明区新村乡耀洲路 741 号 2 幢 277 室（上海新村经济小区）

执行事务合伙人：朱建萍

合伙期限：2014 年 7 月 11 日至 2024 年 7 月 10 日

经营范围：投资管理、咨询，企业管理、咨询，商务信息咨询，经济信息

咨询，财务咨询（不得从事代理记账），资产管理，创业投资，翻译服务，展览展示服务，礼仪服务，会务服务。（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	出资额（万元）	出资比例（%）
1	刘畅	1,680.00	28.00
2	孟圣喜	1,560.00	26.00
3	朱建萍	1,500.00	25.00
4	葛珉	1,020.00	17.00
5	杜建平	240.00	4.00
合计		**6,000.00**	**100.00**

增资原因、新股东进入背景及定价依据：

发行人为适当补充资本金引入专业投资机构上海乾臻投资管理中心（有限合伙），新股东上海乾臻看好博拉网络未来发展及投资收益，自愿增资入股；增资价格参照同期市场交易的公允价格 10.5 元/股，具有合理性。

经访谈上海乾臻投资管理中心（有限合伙）各个合伙人及其管理人，前述增资入股是双方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

综上所述，发行人申报前一年新增股东具有合理性，所涉股权转让或增资的价格及定价依据具有合理性，有关股权变动均是双方真实意思表示，均不存在争议或潜在纠纷。

六、新股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排

经核查，新股东台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）与新股东无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）的基金管理人均为北京泓石资本管理股份有限公司（法定代表人为宋德清）。

除此以外，新股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员均不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。

七、新股东是否具备法律、法规规定的股东资格

经核查，前述新自然人股东均不属于《中华人民共和国公务员法》、《关

于严禁党政机关和党政干部经商、办企业的决定》、《关于进一步制止党政机关和党政干部经商、办企业的规定》、《关于省、地两级党委、政府主要领导干部配偶、子女个人经商办企业的具体规定（试行）》等法律、法规规定的不得从事或参与营利性经营活动的人员，具备法律法规规定的股东资格。

经核查，前述新股东均具备法律、法规规定的股东资格。

八、王树与牟玲玲是否存在关联关系或其他协议安排，是否存在规避 5%股东相关承诺及关联方认定的情形，新股东相关承诺是否符合证监会及交易所相关规定

经访谈王树、牟玲玲并查阅其填写签署的《关联方调查表》，经核查，王树与牟玲玲双方无亲属关系，双方不存在关联关系或其他协议安排，不存在规避 5%股东相关承诺及关联方认定的情形。

就本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限，王树和牟玲玲承诺：

“本人在本次公开发行股票前已持有的发行人的股份，自发行人股票上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行股票前持有的发行人的股份，也不由发行人回购上述股份。”

经核查，相关承诺符合证监会及交易所相关规定。

九、核查方式和核查过程

1、查询国家企业信用信息公示系统，并查询启信宝（https://www.qixin.com/）作为辅助手段，了解各股东情况；

2、查阅发行人申报前一年新增股东的居民身份证、营业执照、公司章程/合伙协议（含补充合伙协议）、股权款支付凭证；

3、取得并查阅机构股东出具的各层级股东名册、股东身份证明；

4、取得发行人相关股东出具的确认函/调查表；

5、取得招商财富资产管理有限公司出具的说明；

6、查阅招商财富-西证并购基金专项资产管理计划客户信息表；

7、查阅重庆英飞尼迪《合伙协议》以及关于延长合伙期限的重庆英飞尼迪合伙人大会决议；

8、查阅发行人股东中私募投资基金及其管理人的登记备案信息；

9、查阅相关《股权转让协议》、《股份认购协议》；

10、访谈申报前一年新增自然人股东、新增合伙企业股东的各合伙人及管理人，访谈股权转让人尤启明、王树，并留存访谈记录；

11、查阅发行人的历次工商登记资料，并查阅相关《验资报告》；

12、查阅发行人董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员的关联关系调查表。

十、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、西证价值持有发行人的股份不属于国有股，其股权变动无需履行国资相关审批程序，无需取得有关主管部门对股份设置的批复文件；

2、重庆英飞尼迪已将合伙期限延长至 2021 年 12 月 31 日，能够确保其所持股份锁定期承诺的切实履行；

3、发行人股东中的私募投资基金的间接股东与发行人相关各方之间不存在关联关系；

4、前述私募投资基金均按照《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理了备案手续；

5、发行人申报前一年新增股东的原因具有合理性，股权转让或增资的价格及定价依据具有合理性，有关股权变动是双方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷；

6、新股东台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）与新股东无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）的基金管理人均为北京泓石资本管理股份有限公司（法定代表人为宋德清）；除此以外，新股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员均不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排；

7、新股东均具备法律、法规规定的股东资格；

8、王树与牟玲玲不存在关联关系或其他协议安排，不存在规避5%股东相关承诺及关联方认定的情形，新股东相关承诺符合证监会及交易所相关规定。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为，截至本补充法律意见书出具日：

1、西证价值持有发行人的股份不属于国有股，其股权变动无需履行国资相关审批程序，无需取得有关主管部门对股份设置的批复文件；

2、重庆英飞尼迪已将合伙期限延长至 2021 年 12 月 31 日，能够确保其所持股份锁定期承诺的切实履行；

3、发行人股东中的私募投资基金的间接股东与发行人相关各方之间不存在关联关系；

4、前述私募投资基金均按照《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理了备案手续；

5、发行人申报前一年新增股东的原因具有合理性，股权转让或增资的价格及定价依据具有合理性，有关股权变动是双方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷；

6、新股东台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）与新股东无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）的基金管理人均为北京泓石资本管理股份有限公司（法定代表人为宋德清）；除此以外，新股东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员均不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排；

7、新股东均具备法律、法规规定的股东资格；

8、王树与牟玲玲不存在关联关系或其他协议安排，不存在规避5%股东相关承诺及关联方认定的情形，新股东相关承诺符合证监会及交易所相关规定。

问题 4

招股说明书披露，2015 年银信资产评估有限公司采用资产基础法评估后，发行人净资产为 8,680.35 万元，净资产减值 401.86 万元，减值率 4.42%。为确保股改评估的公允性，2019 年 4 月发行人聘请重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司对公司净资产在 2015 年 5 月 31 日的市场价值进行重新评估，评估价值为 8,701.36 万元，高于银信资产评估有限公司的评估结果。

请发行人说明前后评估结果差异的主要原因，以及重新评估的评估结果更加公允的依据。请保荐机构及发行人律师核查对上述事项进行核查，说明核查

方式、核查过程，并对发行人聘请的评估机构是否具备从事证券业务资格，相关评估程序是否合法合规，评估结果是否公允，是否符合发行人全体股东利益发表明确意见。

回复：

一、请发行人说明前后评估结果差异的主要原因，以及重新评估的评估结果更加公允的依据

2015年7月1日，银信资产评估有限公司（以下简称“银信资产评估”）接受博拉有限的委托，以2015年5月31日为评估基准日，出具了银信评报字【2015】沪第0699号《评估报告》，在评估基准日2015年5月31日，采用资产基础法评估后发行人的净资产为8,680.35万元。

为确保股改评估的公允性，公司聘请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“华康资产评估”）对发行人净资产在2015年5月31日的市场价值进行重新评估，并于2019年4月19日出具了重康评报字（2019）第119号《资产评估报告书》，其评估方法也同样采用资产基础法，评估价值为8,701.36万元，高于银信资产评估的评估结果。

两家评估机构评估值差异额为21.01万元，差异率为0.24%。经分析，主要差异情况如下表所示：

序号	科目	差异金额（万元）	差异原因
1	长期股权投资	8.00	差异的主要原因系对子公司固定资产（房屋、设备）评估值差异，原因：（1）对房屋采用市场法评估，对设备采用成本法评估，市场询价结果略有差异；（2）对固定资产重置成本和成新率的判断略有差异
2	固定资产	12.05	主要系对固定资产重置成本和成新率的判断略有差异
3	其他无形资产	0.96	华康资产评估将 2015 年 5 月已授权公告的商标权纳入评估范围
合计		**21.01**	

两家评估机构评估值差异主要是固定资产评估差异，从重置成本差异分析，市场询价结果不同可能对重置成本的判断不同，但总体差异较小；从成新率分析，由于华康资产评估为追溯评估，对成新率的判断系根据现阶段资产使用和维护状况追溯评判基准日的资产状况，与银信资产评估在基准日时点对成新率

的判断略有差异，但总体差异较小，均在合理范围内。

总体来说，两次评估结果差异较小，均具有公允性。

二、发行人聘请的评估机构是否具备从事证券业务资格，相关评估程序是否合法合规，评估结果是否公允，是否符合发行人全体股东利益发表明确意见

（一）评估机构是否具备从事证券业务资格

1、银信资产评估

2015年7月，银信资产评估对博拉有限股改进行评估时，具有2008年12月1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：0210002001）。

2、华康资产评估

2019年4月，华康资产评估对发行人股改进行重新评估时，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）。

（二）相关评估程序是否合法合规

《公司法》（2013年修正）第27条规定："股东可以用货币出资，也可以用实物、知识产权、土地使用权等可以用货币估价并可以依法转让的非货币财产作价出资；但是，法律、行政法规规定不得作为出资的财产除外。对作为出资的非货币财产应当评估作价，核实财产，不得高估或者低估作价。法律、行政法规对评估作价有规定的，从其规定。"

《资产评估准则——评估程序》（中评协[2007]189号）（注：已被于2019年1月1日起施行的《资产评估执业准则——资产评估程序》（中评协〔2018〕36号）废止）第5条规定："注册资产评估师执行资产评估业务，应当遵守法律、法规和资产评估准则的相关规定，履行适当的评估程序。"

《资产评估准则——评估程序》（中评协[2007]189号）第6条规定："注册资产评估师通常执行下列基本评估程序：（一）明确评估业务基本事项；（二）签订业务约定书；（三）编制评估计划；（四）现场调查；（五）收集评估资料；（六）评定估算；（七）编制和提交评估报告；（八）工作底稿归档。注册资产评估师不得随意删减基本评估程序。"

《资产评估执业准则——资产评估程序》（中评协〔2018〕36号）第二条

规定："本准则所称资产评估程序，是指执行资产评估业务所履行的系统性工作步骤。"

《资产评估执业准则——资产评估程序》（中评协〔2018〕36号）第四条规定："执行资产评估业务，应当遵守法律、行政法规和资产评估准则，坚持独立、客观、公正的原则，履行适当的资产评估程序。"

《资产评估执业准则——资产评估程序》（中评协〔2018〕36号）第五条规定："资产评估基本程序包括：明确业务基本事项；订立业务委托合同；编制资产评估计划；进行评估现场调查；收集整理评估资料；评定估算形成结论；编制出具评估报告；整理归集评估档案。

资产评估机构及其资产评估专业人员应当根据资产评估业务的具体情况以及重要性原则确定所履行各基本程序的繁简程度。

资产评估机构及其资产评估专业人员不得随意减少资产评估基本程序。"

《资产评估执业准则——资产评估程序》（中评协〔2018〕36号）第六条规定："执行资产评估业务，因法律法规规定、客观条件限制，无法或者不能完全履行资产评估基本程序，经采取措施弥补程序缺失，且未对评估结论产生重大影响时，资产评估机构及其资产评估专业人员可以继续开展业务，对评估结论产生重大影响或者无法判断其影响程度的，不得出具资产评估报告。"

1、银信资产评估的评估程序是否合法合规

银信资产评估接受博拉有限资产评估委托后，选派评估人员，组成项目评估小组开展评估工作，具体过程如下：

（1）明确评估业务基本事项

承接评估业务时，通过与博拉有限沟通、查阅资料或初步调查等方式，明确博拉有限及被评估企业、评估报告使用者等相关当事方、评估目的、评估对象基本情况和评估范围、价值类型、评估基准日、评估假设和限制条件等评估业务基本事项。

（2）签订业务约定书

根据评估业务具体情况，综合分析专业胜任能力和独立性，评价项目风险，确定承接评估业务后，与博拉有限签订业务约定书。

（3）编制资产评估计划

根据本评估项目的特点，明确评估对象及范围，评估时重点考虑评估目的、资产评估对象状况，资产评估业务风险、资产评估项目的规模和复杂程度，评估对象的性质、行业特点、发展趋势，资产评估项目所涉及资产的结构、类别、数量及分布状况，相关资料收集情况，博拉有限及被评估企业过去委托资产评估的经历、诚信状况及提供资料的可靠性、完整性和相关性，资产评估人员的专业胜任能力、经验及专业、助理人员配备情况后编制合理的资产评估计划，并根据执行资产评估业务过程中的具体情况及时修改、补充资产评估计划。

（4）现场调查

根据评估业务的具体情况对评估对象进行必要的勘查，包括对不动产和其他实物资产进行必要的现场勘查，了解资产的使用状况及性能。

（5）收集资产评估资料

通过与博拉有限及被评估企业沟通并指导其对评估对象进行清查等方式，对评估对象资料进行了解，同时主动收集与资产评估业务有关的评估对象资料及其他资产评估资料，根据评估项目的进展情况及时补充收集所需要的评估资料。通过收集相关资料来了解被评估企业经营状况和委估资产及现状，协助被评估企业收集有关经营和基础财务数据，将资产评估申报表与被评估企业有关财务报表、总账、明细账进行核对，并对相关资料进行验证，采取必要措施确信资料来源的可靠性。

（6）评定估算

对所收集的资产评估资料进行充分分析，确定其可靠性、相关性、可比性，摈弃不可靠、不相关的信息，对不可比信息进行分析调整，在此基础上恰当选择资产评估方法并根据业务需要及时补充收集相关信息，根据评估基本原理和规范要求恰当运用评估方法进行评估形成初步评估结论，对信息资料、参数数量、质量和选取的合理性等进行综合分析形成资产评估结论，资产评估机构进行必要的内部复核工作。

（7）编制和提交资产评估报告

在执行必要的资产评估程序、形成资产评估结论后，按规范编制资产评估报告，与发行人等进行必要的沟通，听取被评估企业等对资产评估结论的反馈意见并引导委托方及被评估企业、资产评估报告使用者等合理理解资产评估结

论，以恰当的方式提交给委托方。

综上，银信资产评估严格按照有关制度和规定完成评估工作，对博拉有限资产及负债实施了实地查勘、市场调查等必要的评估程序，评估程序合法合规。

2、华康资产评估的评估程序是否合法合规

根据国家有关资产评估的规定和会计核算的一般原则，按照发行人与华康资产评估签订的资产评估委托合同，评估人员业已实施了对博拉网络的法律性文件与资产产权证明文件的查阅，对会计记录以及相关资料的审核，对相关资产进行了必要的调查，以及其认为有必要实施的其他资产评估程序。资产评估的详细过程如下：

（1）接受委托阶段

1）接受委托人的委托后，华康资产评估即确定了有关的资产评估人员并与博拉网络相关工作人员就本次的评估目的、评估基准日、评估对象与范围、委托评估主要资产的特点等影响资产评估计划的事项进行了认真的讨论。

2）根据委估资产的具体特点，制定评估综合计划和程序计划，确定重要的评估对象、评估程序及主要评估方法。

（2）资产清查阶段

1）资产评估申报明细表的填报

首先，对博拉网络所有参与资产评估配合人员进行业务培训，根据委托评估资产特点，有针对性地指导博拉网络进行资产清查和填报资产评估明细表。

2）评估对象真实性和合法性的检查

根据博拉网络提供的资产评估明细表，评估人员针对实物资产和债权债务采用不同的方式进行清查，以确定资产的客观存在及合法性。

对债权和债务，评估人员采取核对报表、总账、明细账、抽查凭证等方式确定资产和负债的真实性。

对设备等实物资产，评估人员根据资产评估申报明细表，对重点设备进行逐项清查，查阅产权证明，以确定其客观存在。

3）账面价值构成的调查

根据博拉网络的资产特点，查阅有关会计凭证和会计账簿、以及主要资产购建合同等资料，了解申报评估的资产价值构成情况。

4）评估资料的收集

向博拉网络提交与本次评估相关的资料清单，指导相关人员进行资料收集和准备。

（3）评定估算阶段

1）评估人员在博拉网络有关人员的配合下，对资产进行勘察和清点，具体情况如下：

评估人员对实物资产进行勘查，并查阅其相关的运行记录、大修记录，与博拉网络管理人员和工程技术人员进行交流，了解资产管理制度、维修制度以及利用状况。在充分调查和了解的基础上，结合所收集的资料进行综合分析，确定资产的成新率。

2）各专业组评估人员分别进行市场调查，广泛收集与评估对象有关的市场价格信息，对所收集信息资料进行归类整理和全面分析。

3）评估人员根据勘察结论以及市场调查的结果，确定资产评估值，编制相关资产评估技术说明。

（4）评估汇总、提交报告阶段

项目负责人对各专业组评估结果汇总，组织有关人员对评估结论进行分析，认为对博拉网络净资产的评估结果是基本合理的。

按照资产评估规范化要求，资产评估报告书、评估技术说明按规定程序进行复核后出具评估报告。

综上，华康资产评估严格按照有关制度和规定完成评估工作，对发行人资产及负债实施了实地查勘、市场调查等必要的评估程序，评估程序合法合规。

（三）评估结果是否公允，是否符合发行人全体股东利益

保荐机构和发行人律师对两次评估结果采取了评估复核，选派合格人员组成评估复核工作小组，本次评估复核在以法律法规和资产评估准则为依据的前提下，对照法律法规和资产评估准则对两次评估报告的合规性，包括项目名称、报告形式、评估机构主体资格、报告主体主要内容逐一核实无误。评估复核还对两次评估报告的评估报告基准日的选择、所依据的法律法规和政策、假设条件、采取的评估方法、评估时的每一个会计科目逐项进行复核。复核了评估报告书的过程、步骤是否全面、正确、符合规范惯例要求，复核了每一个会计科

目采用的评估方法、参数取值的合理性等，并执行适当的程序进行验证，从而实现了对两次评估报告结果合理性和公允性的复核。

此外，两次评估报告的评估目的均是为发行人前身博拉有限改制为股份有限公司，提供博拉有限净资产在评估基准日的市场价值参考，仅为整体变更设立提供参考价值。而博拉有限改制时是以经审计的博拉有限净资产折股作为账面股本入账，并不是以评估值作为入账基础，发行人并未据此调整财务报表，评估值的高低并不实际影响股本入账价值。同时，发行人整体变更设立时，净资产折为股份8,000万股，每股面值1元，发行人评估净资产仍高于股改时折股出资额。立信会计师事务所（特殊普通合伙）已就发行人整体变更设立出具了信会师报字【2015】810126号《验资报告》，审验发行人全体出资已缴足。发行人就此次整体变更完成了工商登记程序，并取得重庆两江新区市场和质量监督管理局核发的《营业执照》。因此，评估报告结果不存在损害发行人全体股东利益的情形。

通过上述复核程序，保荐机构和发行人律师认为，两次评估结果是公允、合理的，符合发行人全体股东利益。

三、核查方式和核查过程

1、查阅发行人改制过程的相关文件资料；

2、根据发行人改制基础资料，选派合格人员组成评估复核工作小组；

3、获取评估机构的相关资质文件；

4、获取两次评估报告（包括明细表，评估说明）及其他相关资料；

5、根据两次评估报告的陈述，复核其采用的评估方法是否恰当、实施的评估程序是否合法合规、所列的评估假设及选取的评估参数是否合理；

6、结合相关法律法规和资产评估准则，针对两次评估报告中的相关资产、负债进行复核计算，以判断评估结果是否公允。

四、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、两家评估机构评估值差异主要是固定资产评估差异，由于华康资产评估为追溯评估，对成新率的判断系根据现阶段资产使用和维护状况追溯评判基准

日的资产状况，与银信资产评估在基准日时点对成新率的判断略有差异，但总体差异较小，均在合理范围内；

2、总体来说，两次评估结果差异较小，均具有公允性；

3、银信资产评估和华康资产评估在进行两次评估时具备从事证券业务资格，并已按照有关制度和规定完成评估工作，对发行人资产及负债实施了实地查勘、市场调查等必要的评估程序，评估程序合法合规；

4、保荐机构和发行人律师对两次评估结果采取了评估复核，通过复核程序，保荐机构认为，两次评估结果是公允、合理的，符合发行人全体股东利益。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为，截至本补充法律意见书出具日：

1、两家评估机构评估值差异主要是固定资产评估差异，由于重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司为追溯评估，对成新率的判断系根据现阶段资产使用和维护状况追溯评判基准日的资产状况，与银信资产评估有限公司在基准日时点对成新率的判断略有差异，但总体差异微小，均在合理范围内；

2、总体来说，两次评估结果差异较小，均具有公允性；

3、银信资产评估有限公司和重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司在进行2次评估时具备从事证券业务资格，并已按照有关制度和规定完成评估工作，对发行人资产及负债实施了实地查勘、市场调查等必要的评估程序，评估程序合法合规；

4、本所律师与保荐机构共同对2次评估结果进行复核，通过复核程序，本所律师认为，银信资产评估有限公司和重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司的评估结果公允、合理，符合发行人全体股东利益。

问题 5

Bolaa Holdings Limited（以下简称 BHL）为实际控制人曾设立的境外融资及拟上市主体，持有发行人前身博啦互联 100%股权。2006 年 4 月博啦互联与同趣科技（同趣控股曾用名）及其当时的股东签署了一系列协议，拟实现博啦互联对同趣科技控制，但协议关键条款内容缺失，协议于 2012 年解除。2013 年 BHL 将所持博啦互联股份转让，2016 年 BHL 注销，红筹架构拆除。

请发行人说明：（1）海外架构搭建是否涉及外汇使用，是否取得外汇管理部门的批准，是否符合我国有关税收、外资、外汇管理等方面的法律法规规定、是否符合境外法律规定；（2）协议部分关键条款内容缺失的原因及合理性，IDG、Berkview、Qualicorp、Ho Wing 等机构在关键条款内容缺失的情况下向 BHL 增资的原因及合理性，是否存在其他未披露的协议或利益安排；（3）前述投资机构的基本情况、融资成本、优先股或其他特殊权利义务安排、与 BHL 是否存在关联关系，是否存在委托持股或信托持股情形，是否存在纠纷及潜在纠纷，是否存在其他未披露的协议或利益安排，是否存在其他可能影响发行人股权稳定的情形；（4）BHL 于 2016 年 1 月才清算的原因，注销前的财务状况，是否存在大额未了结的债权、债务，清算的合法合规性，是否存在纠纷或潜在纠纷；（5）海外红筹架构搭建及解除过程中涉及的相关税费是否已依法缴纳。

请保荐机构及发行人律师对上述事项进行核查，说明核查过程及方法，并发表明确意见。

回复：

一、海外架构搭建是否涉及外汇使用，是否取得外汇管理部门的批准，是否符合我国有关税收、外资、外汇管理等方面的法律法规规定、是否符合境外法律规定

（一）海外架构搭建情况

通过设立Bolaa Holdings Limited搭建海外架构，Bolaa Holdings Limited下设全资子公司——重庆博啦互联网信息服务有限公司。通过博拉有限引进外资，然后通过协议控制国内的经营实体——同趣科技（因为同趣科技有网络经营的ICP证等资质，外资企业没有资质）。博拉有限根据《域名转让协议》及《商标转让协议》向同趣科技支付资金，同趣科技再根据《独家技术和咨询服务协议》、《域名许可使用协议》和《商标许可使用协议》向博拉有限支付转移经营利润（上述系列协议的具体情况详见本问题（二）之回复），以实现境外上市的目的。

经查阅同趣科技工商登记资料、Bolaa Holdings Limited公司登记资料及香港Conyers Dill & Pearman律师事务所出具的关于Bolaa Holdings Limited历史沿革

及合法合规性的《法律意见书》，海外架构搭建情况如下：

1、2006年2月海外架构设立时，Bolaa Holdings Limited的股份结构如下：

序号	股东姓名	股份数（股）	出资比例	股票性质
1	童毅	840,000	84.00%	普通股
2	黎健艺	83,300	8.33%	普通股
3	韩建	50000	5.00%	普通股
4	蒋元伟	26,700	2.67%	普通股
合计		**1,000,000**	**100.00%**	

保荐机构就红筹架构搭建等相关事项对童毅等人进行了访谈，据访谈调查，海外投资设立Bolaa Holdings Limited的资金均系童毅等人各自工资收入、多年积累或其他合法方式筹措的资金。本次投资均系其各自真实意思表示，不存在代他人持股的情形，各自持有的股权不存在任何争议或潜在纠纷。经过尽调，未发现所涉投资资金来源存在违反相关外汇监管要求、意思表示不真实、代他人持股等情形，也未发现童毅等人存在因进出境资金的来源不合规而遭受过主管部门任何处罚的情形。

2、2006年4月时全资设立博拉有限，当时的Bolaa Holdings Limited股权结构为：

序号	股东名称	股份数（万股）	比例	股票性质
1	童毅	84.00	63.00%	普通股（面值 0.01 美元）
2	黎健艺	8.33	6.25%	普通股（面值 0.01 美元）
3	韩建	5.00	3.75%	普通股（面值 0.01 美元）
4	蒋元伟	2.67	2.00%	普通股（面值 0.01 美元）
5	IDG Technology Venture Investment III, L.P.	16.6666	12.50%	A 系列优先股（面值 0.01 美元）
6	Berkview Limited（系王树控制的公司）	16.6666	12.50%	A 系列优先股（面值 0.01 美元）
合计		**133.3332**	**100.00%**	—

3、2013年5月-7月，Bolaa Holdings Limited将持有的全部博拉有限股权转让给王树、童毅。转让时，Bolaa Holdings Limited的股权结构如下：

序号	股东名称	股份数（万股）	比例	股票性质
1	童毅	84.00	61.89%	普通股（面值 0.01 美元）
2	黎健艺	8.33	6.14%	普通股（面值 0.01 美元）
3	韩建	5.00	3.68%	普通股（面值 0.01 美元）
4	蒋元伟	2.67	1.97%	普通股（面值 0.01 美元）
5	Berkview Limited	16.6666	12.28%	A 系列优先股

				（面值 0.01 美元）
6	Berkview Limited	19.0476	14.04%	A-1 系列优先股 （面值 0.01 美元）
合计		**135.7142**	**100.00%**	—

4、2016年1月，Bolaa Holdings Limited注销。注销前，Bolaa Holdings Limited的股权结构为：

序号	股东名称	股份数 （万股）	比例	股票性质
1	童毅	84.00	61.89%	普通股（面值 0.01 美元）
2	黎健艺	8.33	6.14%	普通股（面值 0.01 美元）
3	韩建	5.00	3.68%	普通股（面值 0.01 美元）
4	蒋元伟	2.67	1.97%	普通股（面值 0.01 美元）
5	Berkview Limited	16.6666	12.28%	A 系列优先股 （面值 0.01 美元）
6	Berkview Limited	19.0476	14.04%	A-1 系列优先股 （面值 0.01 美元）
合计		**135.7142**	**100.00%**	—

（二）红筹架构的搭建过程中发行人（境内居民法人）的外汇登记及使用事项

发行人前身于2006年4月设立，设立后做了三次外汇增资，分别于2006年6月进行了第一次增资，于2006年10月进行了第二次增资，于2008年5月进行了第三次增资，每次都办理了外汇登记手续。具体如下：

序号	事项	内容	外汇登记备案情况
1	2006 年 6 月，第一次增资	注册资本由 80 万元人民币增至 70 万美元。	2006 年 5 月，公司取得《国家外汇管理局资本项目外汇业务核准件》，显示资本金 9.98 万美元； 2006 年 7 月，公司取得《国家外汇管理局资本项目外汇业务核准件》，显示资本金 70 万美元。
2	2006 年 10 月，第二次增资	注册资本增至 100 万美元。	2006 年 10 月，公司取得《国家外汇管理局资本项目外汇业务核准件》，显示资本金 100 万美元。
3	2008 年 5 月，第三次增资	注册资本增至 200 万美元。	2008 年 6 月，公司取得《国家外汇管理局资本项目外汇业务核准件》，显示资本金 200 万美元。
4	2013 年 5 月，变更为内资企业	发行人变更为内资企业，注册资本变更为 1,364.1 万元。	公司由外商独资企业变更为内资企业也已经办理完成“FDI 境内机构转股外转中”外汇登记。

上述公司设立及历次增资均履行了主管部门审批、取得《外商投资企业批准证书》、办理外汇、工商设立/变更登记等必要程序。股东Bolaa Holdings Limited投入的美元投资款均已出资到位并汇入发行人验资账户。

2016年2月24日，国家外汇管理局重庆外汇管理部出具《国家外汇管理局重

庆外汇管理部关于博拉网络股份有限公司遵守国家外汇管理法规情况的证明》（编号：2016-04），证明发行人截至2016年2月19日未发现存在违反外汇管理规定的行为。

（三）红筹架构的搭建过程中自然人股东（境内居民自然人）的外汇登记使用事项

Bolaa Holdings Limited设立、历次增资时，童毅等四人都办理了外汇登记手续，只有境外股东之间股权转让时，由于境内自然人股东的境外投资事项未发生变更，没有办理境外投资外汇变更登记。Bolaa Holdings Limited设立、历次增资、股份转让、回购的具体情况如下：

序号	事项	内容	外汇登记备案情况
1	2006 年 2 月，股份转让及股份增发	Ho Chi Sing 向童毅转让 1 股普通股；Bolaa Holdings Limited 向童毅配发 839,999 股新普通股，按面值向黎健艺配发 83,300 股新普通股，按面值向韩建配发 50,000 股新普通股，按面值向蒋元伟配发 26,700 股新普通股。	国家外汇管理局重庆外汇管理部于 2008 年 9 月 16 日核发《境内居民个人境外投资外汇登记表》载，境外企业名称为 Bolaa Holdings Limited，外汇备案记录为 2006 年 2 月 16 日，童毅等四人办理了特殊目的公司 Bolaa Holdings Limited 的外汇登记。即，童毅等四人在 2016 年 2 月 21 日通过自 Ho Chi Sing 处受让 1 股普通股及认缴新增 999,999 股普通股控制 Bolaa Holdings Limited 之前，已经办理了居民境外投资的外汇登记备案。
2	2006 年 7 月，股份增发	Bolaa Holdings Limited 以 50 万美元价格向 IDG 配发 166,666 股每股面值为 0.01 美元的 A 系列优先股，以 50 万美元价格向 Berkview 配发 166,666 股 A 系列优先股。	国家外汇管理局重庆外汇管理部于 2008 年 9 月 16 日核发《境内居民个人境外投资外汇登记表》载，2006 年 5 月 24 日，IDG Technology Venture Investment Limited 向特殊目的公司股权融资 100 万美元，Bolaa Holdings Limited 返程投资新设重庆博啦互联网信息服务有限公司，童毅、黎健艺等四人办理特殊目的公司外汇变更登记。
3	2008 年 6 月，股份增发	Bolaa Holdings Limited 以 999,999 美元价格向 Qualicorp 配发 190,476 股每股面值为 0.01 美元的 A-1 系列优先股。	童毅等四人办理了境外投资外汇变更登记，并于 2008 年 9 月 16 日取得国家外汇管理局重庆外汇管理部分别核发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》载特殊目的公司增资，由 100 万美元增至 200 万美元。
4	2010 年 12 月，股份转让	Qualicorp 以 275,000 美元的价格向 Ho Wing 转让 65,476 股 A-1 系列优先股；以 72.5 万美元价格向 Berkview 转让 125,000 股 A-1 系列优先股。	本次 Bolaa Holdings Limited 的股份转让事项，系发生在境外股东之间，童毅等人的境外投资事项未发生变更，因此未按照规定办理境外投资外汇变更登记。
5	2013 年 2 月，股份回购	Bolaa Holdings Limited 以 75 万美元价格自 IDG 回购 166,666 股 A 系列优先股。	本次 Bolaa Holdings Limited 的股份回购（减资）事项，童毅等人的境外投资金额等未主动发生变化，因此未按照规定办理境外投资外汇变更登记。
6	2013 年 4 月，股份转让	Ho Wing 以 41.25 万美元向 Berkview 转让 65,476 股 A-1 系列优先股。	本次 Bolaa Holdings Limited 的股份转让事项，系发生在境外股东之间，童毅等人的境外投资事项未发生变更，因此未按照规定办理境外投资外汇变更登记。

2008年9月16日，童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟分别取得国家外汇管理局重庆外汇管理部核发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，记载（1）境外企业名称为Bolaa Holdings Limited，注册于British Virgin Islands，注册日期为2006

年1月24日，净资产为200万美元；（2）返程投资的境内企业名称为重庆博啦互联网信息服务有限公司；（3）2006年2月16日，童毅、黎健艺等四人办理特殊目的公司Bolaa Holdings Limited的外汇登记；（4）2006年5月24日，IDG Technology Venture Investment Limited 向特殊目的公司股权融资100万美元，Bolaa Holdings Limited返程投资新设重庆博啦互联网信息服务有限公司，童毅、黎健艺等四人办理特殊目的公司外汇变更登记；（5）特殊目的公司增资，由100万美元增至200万美元。

根据当时有效的国家外汇管理局75号文（《关于境内居民通过境外特殊目的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》），Bolaa Holdings Limited设立、增减资、股权转让等事项时，境内自然人股东都应当办理外汇登记手续。因此，存在一定的程序瑕疵。

但是，鉴于境外投资主体Bolaa Holdings Limited已经完成注销，外汇主管部门未对公司和个人进行行政处罚，而且童毅等四人业已办理完成境内居民个人特殊目的公司外汇注销登记手续，因此，上述瑕疵不构成重大违法行为。具体如下：

根据当时有效的《国家外汇管理局关于境内居民通过境外特殊目的公司融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2005]75号）（以下简称“75号文”）（已被于2014年7月4日颁布实施的《国家外汇管理局关于境内居民通过特殊目的公司境外投融资及返程投资外汇管理有关问题的通知》（汇发[2014]37号）废止），“特殊目的公司”是指境内居民法人或境内居民自然人以其持有的境内企业资产或权益在境外进行股权融资（包括可转换债融资）为目的而直接设立或间接控制的境外企业。“返程投资”是指境内居民通过特殊目的公司对境内开展的直接投资活动，包括但不限于以下方式：购买或置换境内企业中方股权、在境内设立外商投资企业及通过该企业购买或协议控制境内资产、协议购买境内资产及以该项资产投资设立外商投资企业、向境内企业增资。

发行人实际控制人童毅及黎健艺、韩建、蒋元伟系中国国籍自然人，其通过Bolaa Holdings Limited控制发行人前身博啦互联的行为构成境内居民通过境外特殊目的公司返程投资，根据75号文“二、境内居民设立或控制境外特殊目的公司之前，应持以下材料向所在地外汇分局、外汇管理部（以下简称”外汇局”）

申请办理境外投资外汇登记手续……”的规定，童毅等人应在控制境外特殊目的公司前办理境外投资外汇登记手续。

根据2008年9月16日国家外汇管理局重庆外汇管理部分别核发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，其中明确记载，境外企业名称为Bolaa Holdings Limited，外汇备案记录为2006年2月16日，童毅等四人办理了特殊目的公司Bolaa Holdings Limited的外汇登记。即，童毅等四人在2006年2月21日通过自Ho Chi Sing处受让1股普通股及认缴新增999,999股普通股控制Bolaa Holdings Limited之前，已经办理了居民境外投资的外汇登记备案。

根据75号文“七、特殊目的公司发生增资或减资、股权转让或置换、合并或分立、长期股权或债权投资、对外担保等重大资本变更事项且不涉及返程投资的，境内居民应于重大事项发生之日起30日内向外汇局申请办理境外投资外汇登记变更或备案手续”的规定，Bolaa Holdings Limited发生增资、减资、股权转让等事项时，童毅等人也应当办理境外投资外汇登记变更手续。

1、2006年7月，Bolaa Holdings Limited向IDG、Berkview配发A系列优先股。

根据2008年9月16日国家外汇管理局重庆外汇管理部分别核发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，其中明确记载童毅等人办理了境外投资外汇变更登记。

2、2008年6月，Bolaa Holdings Limited向Qualicorp配发A-1系列优先股。

童毅等人办理了境外投资外汇变更登记，并于2008年9月16日取得国家外汇管理局重庆外汇管理部分别核发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》。

3、2010年12月，Qualicorp向Ho Wing转让A-1系列优先股，向Berkview转让A-1系列优先股，Qualicorp自2010年12月31日起不再是Bolaa Holdings Limited的股东。

本次Bolaa Holdings Limited的股份转让事项，系发生在境外股东之间，童毅等人的境外投资事项未发生变更，因此未按照规定办理境外投资外汇变更登记。

4、2013年2月，Bolaa Holdings Limited自IDG回购A系列优先股，IDG不再是Bolaa Holdings Limited的股东。

本次Bolaa Holdings Limited的股份回购（减资）事项，童毅等人的境外投

资金额等未主动发生变化，因此未按照规定办理境外投资外汇变更登记。

5、2013年4月，Ho Wing向Berkview转让A-1系列优先股，Ho Wing不再是Bolaa Holdings Limited的股东。

本次Bolaa Holdings Limited的股份转让事项，系发生在境外股东之间，童毅等人的境外投资事项未发生变更，因此未按照规定办理境外投资外汇变更登记。

根据《外汇管理条例》（2008年修订）第四十八条“有下列情形之一的，由外汇管理机关责令改正，给予警告，对机构可以处30万元以下的罚款，对个人可以处5万元以下的罚款：…（五）违反外汇登记管理规定的…就上述情形，外汇管理机关可责令改正，给予警告，对个人可以处5万元以下的罚款”的规定，因此，童毅等人就特殊目的公司发生股份转让、股份回购等事项未及时办理外汇变更登记的情形存在被处以罚款的风险。

2014年颁布实施的37号文中未就历史上未按照75号文办理外汇变更登记手续的情形如何处理进行规定，因此童毅等四人未能就上述未及时办理外汇变更登记事项进行补登记。

发行人、童毅等四人不存在《外汇管理条例》（2008年修订）等三十九条、四十条、四十五条、四十六条、四十九条规定的逃汇、非法套汇、私自买卖外汇、擅自结售汇等扰乱外汇管理秩序的情形，且其未及时办理境外投资外汇变更登记的情形不存在被追究刑事责任的风险。

虽然童毅、黎健艺、韩建及蒋元伟等人存在被处以罚款的法律风险，但鉴于：

（1）根据童毅等四人的说明确认，童毅、黎健艺、韩建及蒋元伟不存在因未办理境内居民个人境外投资外汇登记变更手续而被外汇管理部门处以罚款的情形。

（2）童毅、黎健艺、韩建及蒋元伟未办理境内居民个人境外投资的外汇登记变更手续系其个人行为，该等行为与发行人及其经营不存在直接关系，童毅、黎健艺、韩建及蒋元伟等人如因上述事项而受到处罚，该等处罚将由其个人承担，发行人的实际控制人童毅并不因此存在损害投资者合法权益和社会公共利益的重大违法行为。

（3）童毅、黎健艺、韩建及蒋元伟未及时办理境内居民个人境外投资的外汇登记变更手续，主要系对我国外汇管理法规政策的认识和理解不到位等原因而导致，不存在主观恶意，不属于逃汇、非法套汇、私自买卖外汇、擅自结售汇等严重扰乱危害外汇管理秩序的情形，且发行人的正常生产经营并未因上述事项而产生不利影响。截至本问询函回复出具日，童毅、黎健艺、韩建及蒋元伟均已办理完成境内居民个人特殊目的公司外汇注销登记手续。

（4）特殊目的公司Bolaa Holdings Limited已经注销，并经香港Conyers Dill & Pearman律师事务所出具的关于Bolaa Holdings Limited历史沿革及合法合规性的《法律意见书》确认，其存续期间合法合规，注销时不存在任何纠纷或诉讼事项。

（5）2016年2月24日，国家外汇管理局重庆外汇管理部出具《国家外汇管理局重庆外汇管理部关于博拉网络股份有限公司遵守国家外汇管理法规情况的证明》（编号：2016-04），证明发行人截至2016年2月19日未发现存在违反外汇管理规定的行为。

（6）截至本问询函回复出具日，童毅等四人均已办理完成境内居民个人特殊目的公司外汇注销登记手续。

综上，公司已按规定办理外汇登记及变更手续，并已取得外汇管理局的合规证明；童毅等四人未能及时就个人境外投资变更事项进行外汇变更登记不完全符合个人境外投资外汇管理的相关要求，但鉴于境外投资主体Bolaa Holdings Limited已经完成注销，外汇主管部门未对其进行行政处罚，且截至本问询函回复出具日，童毅等四人业已办理完成境内居民个人特殊目的公司外汇注销登记手续，上述瑕疵不构成重大违法违规行为。因此，上述瑕疵不构成重大违法行为，不会对发行人本次发行上市造成实质性障碍。

除此以外，海外架构搭建及外汇使用符合我国有关税收、外资、外汇管理等方面的法律法规规定、符合境外法律规定。

二、协议部分关键条款内容缺失的原因及合理性，IDG、Berkview、Qualicorp、Ho Wing 等机构在关键条款内容缺失的情况下向 BHL 增资的原因及合理性，是否存在其他未披露的协议或利益安排

经访谈发行人实际控制人、查阅《独家技术和咨询服务协议》、《域名转

让协议》、《域名许可使用协议》、《商标转让协议》及《关于重庆同趣科技有限公司之股权质押协议》，确认2006年4月，博啦互联与同趣科技及其当时的股东童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟签署了一系列“控制协议”，具体情况如下：

1、2006年4月21日，博啦互联与同趣科技签署了《独家技术和咨询服务协议》，约定博啦互联为同趣科技提供独家技术服务和咨询服务，同趣科技按年向博啦互联支付服务费。对于服务费具体支付标准、服务期限等，双方在协议中并未明确约定。

2、2006年4月21日，同趣科技与博啦互联签署《域名转让协议》及《域名许可使用协议》。《域名转让协议》约定同趣科技将其拥有的域名（具体包括：bolaa.com、bolaa.net、bolaa.com.cn、bolaa.net.cn、bolaa.cn、博啦.cn）全部转让给博啦互联。《域名许可使用协议》约定博啦互联许可同趣科技非独家使用上述域名。上述两份协议对于域名转让对价及域名许可使用费均未做明确约定。

3、2006年4月21日，黎健艺与博啦互联签署《商标转让协议》，约定黎健艺将其申请注册中的商标“博啦bolaa”（5097580）转让给博啦互联，双方并未在协议中约定商标转让对价。同日，博啦互联与同趣科技签署《商标许可使用协议》，约定博啦互联许可同趣科技非独家使用商标“博啦”及“bolaa”，双方并未在协议中约定商标许可使用费标准。

4、童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟与博啦互联签署《关于重庆同趣科技有限公司之股权质押协议》，约定童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟将其持有的同趣科技合计100%股权质押给博啦互联，作为对上述《独家技术和咨询服务协议》、《域名许可使用协议》、《商标许可使用协议》项下同趣科技所负合同义务的担保，该协议自各方签署且协议项下的股权质押已依法记载于同趣科技股东名册后方可生效。《关于重庆同趣科技有限公司之股权质押协议》中无签署日期及生效日期。经查询同趣控股的工商登记资料，未发现上述同趣科技的股权质押进行了工商登记。

除此之外，不存在其他涉及到博啦互联控制同趣科技的协议或特殊利益安排。

VIE协议目的在于从业务、无形资产、股权等方面控制同趣控股并将其利润体现至博拉有限及Bolaa Holdings Limited，并最终实现境外主体Bolaa

Holdings Limited的海外上市。最初，境外股东考虑童毅等人拥有丰富的互联网行业创业经验（如童毅系原国内知名网站奇虎网的创始人），看好创始人团队，且因红筹架构刚刚设立，相关费用标准无法公允确定，因此并未立即约定上述协议的费用等条款，并建议童毅等人专注公司发展，待公司发展至一定阶段后再确定服务费、使用费等费用标准。

王树当时作为IDG的投资合伙人，遵循IDG现时规章制度的相关规定及行业惯例，在IDG投资Bolaa Holdings Limited的同时进行跟投，同时，也介绍Qualicorp、Ho Wing后续投资进入。因此，在VIE协议部分关键条款内容缺失的情况下，IDG、Berkview、Qualicorp、Ho Wing依然投资Bolaa Holdings Limited。

经访谈童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟、王树、Berkview，核查Bolaa Holdings Limited的公司登记资料，并根据香港Conyers Dill & Pearman律师事务所出具的关于Bolaa Holdings Limited历史沿革及合法合规性的《法律意见书》，确认IDG、Qualicorp、Ho Wing出于对博拉有限当时经营状况及未来前景的商业判断，以及自身投资安排，决定退出Bolaa Holdings Limited，并通过股份转让或股份回购等方式实现了退出，转让或回购作价系相关方协商确定，均收回投资成本或取得了一定的投资回报，不存在纠纷及潜在纠纷。

Berkview系发行人持股5%以上的股东王树全资控制的公司，其在境外持有的Bolaa Holdings Limited权益通过王树在境内直接、间接持有发行人权益而得以体现。境外股东与Bolaa Holdings Limited之间不存在与股权或权益相关的未披露的协议或特殊利益安排。

综上所述，协议部分关键条款内容缺失的原因具有合理性，IDG、Berkview、Qualicorp、Ho Wing等机构在关键条款内容缺失的情况下向BHL增资的原因具有合理性，除前述情形外，不存在其他未披露的协议或利益安排。

三、前述投资机构的基本情况、融资成本、优先股或其他特殊权利义务安排、与 BHL 是否存在关联关系，是否存在委托持股或信托持股情形，是否存在纠纷及潜在纠纷，是否存在其他未披露的协议或利益安排，是否存在其他可能影响发行人股权稳定的情形

（一）前述投资机构的基本情况、融资成本

IDG：美国国际数据集团（International Data Group），创建于1964年，总

部设在波士顿，是全世界最大的信息技术出版、研究、发展与风险投资公司。

IDG资本同时管理着美元基金与人民币基金，覆盖初创期、成长期、成熟期、Pre-IPO各个阶段，投资规模从上百万美元到上亿美元不等。作为最早进入中国市场的外资投资基金，IDG资本已投资包括腾讯、百度、搜狐、搜房、宜信、小米、携程等超过600家各行业的优秀企业。

IDG Technology Venture Investment Limited系旗下专业风险投资机构，对Bolaa Holdings Limited的出资资金是其合法自有资金。

Berkview：跟投主体，位于英属维京群岛，住所为Palm Grove House, P.O. Box 438 ,Road Town, Tortola,British Virgin Islands.

王树作为当时IDG的投资合伙人，其考察了童毅等人及相应业务，对其表示认可并向IDG进行推荐。同时根据IDG现时规章制度的相关规定，王树作为项目推荐人需进行跟投，以Berkview为主体进行跟投。Berkview是王树全资持股的公司，对Bolaa Holdings Limited的出资资金是王树合法自有资金。

Qualicorp：专业投资基金。出资资金系企业自筹而来的投资资金，合法合规。

Ho Wing：专业投资基金。出资资金系企业自筹而来的投资资金，合法合规。

（二）前述投资机构的优先股或其他特殊权利义务安排、与 BHL 是否存在关联关系，是否存在委托持股或信托持股情形，是否存在纠纷及潜在纠纷，是否存在其他未披露的协议或利益安排，是否存在其他可能影响发行人股权稳定的情形

根据发行人现有各层股东出具的说明，境外投资者IDG、Qualicorp、Ho Wing持有Bolaa Holdings Limited股份系其真实意思表示，除Bolaa Holdings Limited存续期间存在优先股外，不存在其他优先股或其他特殊权利义务安排，与Bolaa Holdings Limited不存在关联关系（除投资Bolaa Holdings Limited以外），不存在委托其他方持有或被其他方委托持有、信托持有Bolaa Holdings Limited股份的情形，不存在纠纷及潜在纠纷，也不存在其他未披露的协议或利益安排，也不存在其他可能影响发行人股权稳定的情形；股份转让或回购后其不再持有Bolaa Holdings Limited股份，不存在其委托其他方、信托持有Bolaa Holdings

Limited股份的情况，也不存在其他未披露的协议或利益安排，也不存在其他可能影响发行人股权稳定的情形；其不持有发行人的股份，不存在其委托其他方或被其他方委托持有、信托持有发行人股份的情况，不存在纠纷及潜在纠纷，也不存在其他未披露的协议或利益安排，也不存在其他可能影响发行人股权稳定的情形。

经查阅Berkview公司登记资料，访谈王树，境外投资者Berkview持有Bolaa Holdings Limited股份系其真实意思表示，不存在纠纷及潜在纠纷，不存在优先股或其他特殊权利义务安排，与Bolaa Holdings Limited不存在关联关系（除投资Bolaa Holdings Limited以外）。境外投资者Berkview系王树全资控制的境外企业，王树间接持有的相关权益已通过其本人或通过同趣控股持有发行人的权益得以体现。除此以外，Berkview持有Bolaa Holdings Limited股份期间未委托其他方持有或被其他方委托持有、信托持有Bolaa Holdings Limited股份，也不存在其他可能影响发行人股权稳定的情形。Bolaa Holdings Limited注销后其不再持有Bolaa Holdings Limited股份，不存在其委托其他方、信托持有Bolaa Holdings Limited股份的情况，也不存在其他未披露的协议或利益安排，也不存在其他可能影响发行人股权稳定的情形；其不持有发行人的股份，不存在其委托其他方或被其他方委托持有、信托持有发行人股份的情况，也不存在其他未披露的协议或利益安排，也不存在其他可能影响发行人股权稳定的情形。

四、BHL 于 2016 年 1 月才清算的原因，注销前的财务状况，是否存在大额未了结的债权、债务，清算的合法合规性，是否存在纠纷或潜在纠纷

经访谈发行人实际控制人、Bolaa Holdings Limited注销前的股东、查阅香港Conyers Dill & Pearman律师事务所出具的关于Bolaa Holdings Limited历史沿革及合法合规性的《法律意见书》，确认发行人在2016年首次公开发行股票并在创业板上市的申报（发行人前次申报IPO）准备工作中，在相关中介机构的建议下，开始着手进行Bolaa Holdings Limited的清算注销工作，并于2016年1月完成注销。

因时间久远且Bolaa Holdings Limited未开展过实际经营业务，海外融资金额已在2006年至2008年期间完成对发行人的设立出资以及后续增资，因此其清算注销时未有明确财务数据，不存在大额未了结的债权、债务，以零资产进行

注销申报；Bolaa Holdings Limited的清算注销已经当地公司主管部门的审核同意，发放注销证书，清算注销工作具有合法合规性。

在Bolaa Holdings Limited的注册地英属维尔京群岛不存在针对Bolaa Holdings Limited的判决以及任何待决法律程序，Bolaa Holdings Limited的历次股份变动已经在英属维尔京群岛公司事务注册处进行了登记，Bolaa Holdings Limited的注销系主动申请进行，不属于因违反法律法规被处以吊销或停业等处罚。海外架构涉及的境内主体博拉有限及同趣科技合规经营，未因海外架构搭建及拆除而被予以行政处罚，综上所述，Bolaa Holdings Limited不存在纠纷或潜在纠纷。

五、海外红筹架构搭建及解除过程中涉及的相关税费是否已依法缴纳

Bolaa Holdings股份转让和回购，转让双方及回购双方均为境外股东且在境内无经营场所；Bolaa Holdings注销时系以零资产进行申报，各方未因注销获得收益；系列控制协议的签署及解除未导致协议各方之间资金或权益的往来，不涉及相关税费缴纳情况。因此，红筹架构搭建及拆除过程中不存在应缴而未缴的税费。红筹架构搭建及拆除过程中涉及到税费情况如下：

（一）Bolaa Holdings Limited

序号	事项	内容	定价	定价依据及合理性	纳税情况
1	2006年2月股份转让	Ho Chi Sing向童毅转让1股普通股	按面值0.01美元转让	Bolaa Holdings Limited2006年1月24日刚设立，平价转让。	系来源于中国境内所得，但未取得溢价收益，无需纳税。
2	2010年12月，股份转让	Qualicorp以27.5万美元的价格向Ho Wing转让65,476股A-1系列优先股；以72.5万美元价格向Berkview转让125,000股A-1系列优先股	每一股A-1系列优先股以4.2美元价格转让；每一股A-1系列优先股以5.8美元价格转让	Bolaa Holdings Limited未实际经营，转让方之间协商确定价格（收回投资成本）。	标的公司及转让双方均为非居民企业。
3	2013年2月，股份回购	Bolaa Holdings Limited以75万美元价格自IDG回购166,666股A系列优先股	A系列优先股以4.5美元价格回购	Bolaa Holdings Limited未实际经营，综合考虑持股期限等因素协商确定回购价格（1.5倍投资成本）。	回购双方均为非居民企业。
4	2013年4月，股份转让	Ho Wing以41.25万美元向Berkview转让65,476股A-1系列优先股	每一股A-1系列优先股以6.3美元价格转让	Bolaa Holdings Limited未实际经营，综合考虑持股期限等因素协商确定回购价格（1.5倍投资	标的公司及转让双方均为非居民企业。

				成本）。	

2010年至2013年期间，Bolaa Holdings Limited发生股份转让及股份回购事项，因各方设立或投资Bolaa Holdings Limited主要是为了以其作为未来海外上市的平台，符合海外上市的惯常运作模式和惯例，商业目的合理，不存在滥用组织形式间接转让中国居民企业股权的目的。且股份转让方、股份被回购方均为财务投资机构，投资进入及退出均基于其内部商业价值判断，其不属于当时有效的《国家税务总局关于加强非居民企业股权转让所得企业所得税管理的通知》（国税函[2009]698号）第六条“境外投资方（实际控制方）通过滥用组织形式等安排间接转让中国居民企业股权，且不具有合理的商业目的，规避企业所得税纳税义务的，主管税务机关层报税务总局审核后可以按照经济实质对该股权转让交易重新定性，否定被用作税收安排的境外控股公司的存在”所规定的情形。

当时有效的《国家税务总局关于加强非居民企业股权转让所得企业所得税管理的通知》（国税函[2009]698号）对非居民企业股权转让所得企业所得税的征收管理做出了详细规定，其中规定“一、本通知所称股权转让所得是指非居民企业转让中国居民企业的股权（不包括在公开的证券市场上买入并卖出中国居民企业的股票）所取得的所得”，并未将非居民企业（境外投资人）转让非居民企业股权的情形明确涵盖在内。

Bolaa Holdings Limited的股份转让和回购，转让双方及回购双方均为注册在中国境外的企业且在大陆境内无经营场所；Bolaa Holdings Limited注销时系以零资产进行申报，各方未因Bolaa Holdings Limited注销立即获得收益；系列控制协议的签署及解除未导致协议各方之间资金或权益的往来，不涉及相关税费缴纳情况。

截至目前，发行人主管税务机关未就Bolaa Holdings Limited的境外股东的股份转让及回购所得做出属于境内所得应缴纳企业所得税的认定。经保荐机构访谈原重庆市两江新区地方税务局人和税务所，其认为Bolaa Holdings Limited为注册在境外的非居民企业，Bolaa Holdings Limited内部的历次股权变动无需在地税部门履行纳税义务。经保荐机构访谈原重庆市两江新区国家税务局，其认为Bolaa Holdings Limited为注册在境外的非居民企业，Bolaa Holdings Limited内部的历次股权变动无需在国税部门履行纳税义务。

上述相关方已做出承诺，承诺如未来被税务机关认定存在未履行的纳税义务，将予以及时缴纳。

（二）博拉有限

博拉有限自2006年设立至2013年期间存在增资情形，无需纳税。

2013年5月，红筹架构拆除时，Bolaa Holdings Limited将博拉有限股权转让给王树、童毅，具体情况如下：

序号	事项	内容	定价	定价依据及合理性	纳税情况
1	2013 年 5 月，第一次股权转让	Bolaa Holdings Limited 将 62.5%股权（852.56 万元出资）转让给王树，将 37.5%的股权（511.54 万元出资）转让给童毅。	每 1 元注册资本以 0.9071 元价格转让	综合考虑发行人净资产协商确定，截至 2012 年 12 月 31 日，公司每 1 元注册资本对应净资产约为 0.84 元。	未取得溢价收益，无需纳税；且本次股权转让为股东权益表现形式由境外调整至境内

（三）VIE 协议

红筹架构搭建时，博拉有限曾与同趣科技签订了《独家技术和咨询服务协议》、《域名转让协议》、《域名许可使用协议》、《商标转让协议》及《关于重庆同趣科技有限公司之股权质押协议》，但上述协议未约定协议费用金额，并且协议均未实际履行，因此不存在因协议签署及履行而需缴纳的税费。

综上所述，红筹架构搭建及拆除过程中不存在应缴而未缴的税费。

六、核查方式和核查过程

1、查阅发行人工商登记资料、同趣科技（同趣控股原名）工商登记资料、Bolaa Holdings Limited公司登记资料；

2、查阅香港Conyers Dill & Pearman律师事务所出具的关于Bolaa Holdings Limited历史沿革及合法合规性的《法律意见书》；

3、对相关人员童毅、黎健艺进行访谈，留存访谈记录；

4、查阅主管部门对同趣科技/同趣控股、童毅出具的证明；

5、查阅《独家技术和咨询服务协议》、《域名转让协议》、《域名许可使用协议》、《商标转让协议》及《关于重庆同趣科技有限公司之股权质押协议》；

6、访谈当事方王树，留存访谈记录；

7、查阅Bolaa Holdings Limited对发行人出资的验资报告；

8、查阅发行人与同趣控股之间的业务合同；

9、查阅据发行人、同趣控股出具的说明；

10、查阅发行人出具的承诺函；

11、访谈《审计报告》的签字会计师，留存访谈记录；

12、查阅童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟分别取得的国家外汇管理局重庆外汇管理部核发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，以及前述自然人的《业务登记凭证》（个人外汇登记注销）。

七、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、海外架构搭建，博拉有限已按规定办理外汇登记及变更手续，并已取得外汇管理局的合规证明，博拉有限的设立及变更为内资企业前的历次增资均已履行外资主管部门审批程序，取得《外商投资企业批准证书》，并办理了工商设立/变更登记等必要程序；童毅等四人未能及时就个人境外投资变更事项进行外汇变更登记不完全符合个人境外投资外汇管理的相关要求，但鉴于境外投资主体Bolaa Holdings Limited已经完成注销，且截至本问询函回复出具日，童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟不存在因违反《外汇管理条例》（2008年修订）而受到行政处罚或诉讼、仲裁的情形，同时，童毅等四人业已办理完成境内居民个人特殊目的公司外汇注销登记手续，上述瑕疵不构成重大违法违规行为，不会对发行人本次发行上市造成实质性障碍。除此以外，海外架构搭建符合我国有关税收、外资、外汇管理等方面的法律法规规定、符合境外法律规定；

2、协议部分关键条款内容缺失的原因具有合理性，IDG、Berkview、Qualicorp、Ho Wing等机构在关键条款内容缺失的情况下向BHL增资的原因具有合理性，不存在其他未披露的协议或利益安排；

3、前述投资机构除Bolaa Holdings Limited存续期间存在优先股外，不存在其他优先股或其他特殊权利义务安排、与BHL不存在关联关系，不存在委托持股或信托持股情形，不存在纠纷及潜在纠纷，不存在其他未披露的协议或利益安排，不存在其他可能影响发行人股权稳定的情形；

4、Bolaa Holdings Limited不存在大额未了结的债权、债务，清算具有合法合规性，不存在纠纷或潜在纠纷；

5、海外红筹架构搭建及拆除过程中不存在应缴而未缴的税费。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为，截至本补充法律意见书出具日：

1、海外架构搭建，博拉有限已按规定办理外汇登记及变更手续，并已取得外汇管理局的合规证明，博拉有限的设立及变更为内资企业前的历次增资均已履行外资主管部门审批程序，取得《外商投资企业批准证书》，并办理了工商设立/变更登记等必要程序；童毅等四人未能及时就个人境外投资变更事项进行外汇变更登记不完全符合个人境外投资外汇管理的相关要求，但鉴于境外投资主体Bolaa Holdings Limited已经完成注销，且截至本补充法律意见书出具日，童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟不存在因违反《外汇管理条例》（2008年修订）而受到行政处罚或诉讼、仲裁的情形，同时，童毅等四人业已办理完成境内居民个人特殊目的公司外汇注销登记手续，上述瑕疵不构成重大违法违规行为，不会对发行人本次发行上市造成实质性障碍。除此以外，海外架构搭建符合我国有关税收、外资、外汇管理等方面的法律法规规定、符合境外法律规定；

2、协议部分关键条款内容缺失的原因具有合理性，IDG Technology Venture Investment III, L.P.、Qualicorp Limited、Ho Wing Technology Limited等机构在关键条款内容缺失的情况下向BHL增资的原因具有合理性，不存在其他未披露的协议或利益安排；

3、前述投资机构除Bolaa Holdings Limited存续期间存在优先股外，不存在其他优先股或其他特殊权利义务安排、与BHL不存在关联关系，不存在委托持股或信托持股情形，不存在纠纷及潜在纠纷，不存在其他未披露的协议或利益安排，不存在其他可能影响发行人股权稳定的情形；

4、Bolaa Holdings Limited不存在大额未了结的债权、债务，清算具有合法合规性，不存在纠纷或潜在纠纷；

5、海外红筹架构搭建及解除过程中涉及的相关税费已依法缴纳。

问题 6

2017 年发行人非独立董事 6 名，2018 年非独立董事 4 名，其中童毅、龙峰未发生变化。发行人独立董事曹靖现任鑫苑（中国）置业有限公司财务管理

部总经理，刘可现任东方海外物流（中国）有限公司成都分公司经理、东方海外货柜航运（中国）有限公司成都地区经理，彭涛现自由从事证券投资工作。报告期内，发行人董事及高级管理人员中，童毅、彭涛、石正磊兼职或对外投资单位存在被吊销的情况。

请发行人说明：（1）结合最近 2 年内董事、高级管理人员及核心技术人员的变动原因、变动人数及比例，分析是否存在报告期内发生重大不利变化的情形；（2）童毅、彭涛、石正磊兼职或对外投资单位被吊销的时间、原因，前述人员是否对相关事项负有主要责任，是否影响其作为发行人董监高的任职资格；（3）独立董事曹靖、刘可、彭涛中，是否具有会计专业背景人员，是否符合担任独立董事的基本条件，发行人聘用该三人为独立董事的原因，是否存在其他利益安排。

请保荐机构及发行人律师对上述事项进行核查，说明核查方式、核查过程，并发表明确意见。

回复：

一、结合最近 2 年内董事、高级管理人员及核心技术人员的变动原因、变动人数及比例，分析是否存在报告期内发生重大不利变化的情形

（一）最近 2 年内董事变动情况

发行人最近2年内董事变动情况如下：

任职期间	董事会成员	变动人数、比例	变动原因
2017.1.1-2017.11.30	童毅、龙峰、尤启明、吴远丽、彭笑、任英勇、曹靖、刘可、彭涛	—	—
2017.12.1-2018.1.21	童毅、龙峰、吴远丽、彭笑、曹靖、刘可、彭涛	减少：尤启明、任英勇，董事会总人数暂时为 7 人，变动比例 2/9	因个人原因辞职
2018.1.22-2019.4.7	童毅、龙峰、黎健艺、吴远丽、彭笑、余熙、曹靖、刘可、彭涛	补选：黎健艺、余熙，董事会总人数未发生变化，变动比例 2/9	补选董事
2019.4.8 至今	童毅、龙峰、黎健艺、王梦、曹靖、刘可、彭涛	董事会总人数由 9 人调整为 7 人，其中吴远丽、彭笑、余熙不再担任董事，王梦出任第二届董事会董事，变动比例为 1/3	董事会换届及提高董事会决策效率、专业性

报告期初，发行人董事会成员共计9人，分别为童毅、龙峰、尤启明、吴远

丽、彭笑、任英勇、曹靖、刘可、彭涛，其中曹靖、刘可、彭涛为独立董事。

2017年11月30日，尤启明、任英勇因个人原因辞去董事职务。本次董事辞职不会导致发行人董事会低于法定最低人数，董事会成员能够继续履行董事职务，符合《公司章程》及相关法律法规的规定。

2018年1月22日，发行人召开2018年第一次临时股东大会，补选黎健艺、余熙为第一届董事会董事。本次董事变动完成后，发行人第一届董事会共9名董事，由童毅、龙峰、黎健艺、吴远丽、彭笑、余熙、曹靖、刘可、彭涛组成。

本次发生2名董事变化，变动比例未超过三分之一，尤启明、任英勇均因个人原因辞任发行人董事职务。其后，发行人主要股东分别提名黎健艺、余熙为董事候选人，并经发行人2018年第一次临时股东大会补选为第一届董事会董事。

因发行人第一届董事会任期届满，故换届进行第二届董事会成员选举。2019年4月8日，发行人召开2018年年度股东大会，选举童毅、龙峰、黎健艺、王梦为第二届董事会非独立董事，选举曹靖、刘可、彭涛为第二届董事会独立董事。本次董事换届选举完成后，董事会人数由9位调整为7位。第二届董事会共7名董事，由童毅、龙峰、黎健艺、王梦、曹靖、刘可、彭涛组成。

发行人第二届董事会成员人数减少2名，1名董事成员发生变化，变动比例未超过三分之一。根据发行人提供的书面说明，“本次董事会换届选举前，为提高公司董事会决策效率性、专业性，在经发行人各主要股东充分讨论、沟通基础上，确定将公司新一届董事会人数由原9人调整为7人，公司原董事吴远丽为发行人董事长童毅先生配偶，换届后不再担任发行人董事职务，西证投资委派王梦为公司第二届董事会董事。”

因此，最近2年，虽然发行人部分董事发生了变化，但发行人董事长童毅、总经理龙峰作为发行人日常经营业务重要管理人员，其董事身份近2年未发生变化；变化主要是相关董事因个人原因辞任发行人董事职务、发行人董事会换届选举时为提高发行人董事会决策效率性、专业性等合理原因所导致，且新董事人员来自于发行人高管或主要股东。其中，减少的董事吴远丽亦为童毅先生配偶，其除曾担任发行人董事职务外，未在发行人处任其他职务；新增加的董事黎健艺近2年内，一直担任发行人副总经理、董事会秘书等高级管理人职务；尤启明、彭笑、余熙3人原均为发行人主要股东提名董事，除担任发行人原董事职

务外，亦未担任发行人其他任何职务。同时，最近2年发行人3名独立董事均未发生变化。发行人上述董事的变更合法、合规，已履行必要的法律程序，不存在因董事辞职导致发行人董事会低于法定最低人数的情形。

综上，发行人最近2年内董事的变动人数较少且变动比例较低，结合相关变动的董事人员的原因、职务、背景等因素综合判断，发行人最近2年董事没有发生重大不利变化，不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

（二）最近 2 年内高级管理人员变动情况

最近2年，发行人有5名高级管理人员，分别为龙峰、黎健艺、石正磊、徐琦峰、张花丽，前述5名高级管理人员未发生变化。

（三）最近 2 年内核心技术人员变动情况

发行人最近2年内核心技术人员变动情况如下：

任职期间	核心技术人员	变动人数、比例	变动原因
2017.1.1-2017.12.31	童毅、沈敏	—	—
2018.1.1 至今	童毅、沈敏、周波依、罗磊、郑磊、谭利辉	新增周波依、罗磊、郑磊、谭利辉 4 名核心技术人员，变动比例为 4/6（均为新增）	发行人战略发展需要

2017年12月15日，博拉网络召开经营管理委员会会议，为进一步加强公司的治理水平，规范公司法人治理结构，增加并夯实公司研发实力，同意增加认定周波依、罗磊、郑磊、谭利辉为发行人核心技术人员，自2018年1月1日起生效执行。据此，发行人核心技术人员由2人增加为6人，分别为童毅、沈敏、周波依、罗磊、郑磊、谭利辉。

最近2年内，发行人核心技术人员未发生减少，新增的上述4名核心技术人员报告期内均持续在发行人任职，具体任职情况为：周波依担任项目开发部技术总监、罗磊与郑磊担任项目开发部技术副总监、谭利辉担任创新产品研发部技术总监。因此，最近2年内，发行人核心技术人员未发生重大不利变化。

综上，最近2年，发行人高级管理人员未发生变化，发行人董事变动人数、比例较低，董事、核心技术人员的相关变化系为加强公司的治理水平，规范公司法人治理结构，增加并夯实发行人研发实力所致，且已履行必要的法律程序，符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定；在报告期内发行人实际

控制人未发生变更，公司经营思路和经营理念均未发生变化，公司业绩持续增长。因此，最近2年，发行人不存在董事、高级管理人员、核心技术人员发生重大不利变化的情形。

二、童毅、彭涛、石正磊兼职或对外投资单位被吊销的时间、原因，前述人员是否对相关事项负有主要责任，是否影响其作为发行人董监高的任职资格

根据发行人提供的相关说明，童毅、彭涛、石正磊兼职或对外投资单位的工商查询档案和行政处罚决定书，并核查，童毅、彭涛、石正磊兼职或对外投资单位被吊销的时间、原因的具体情况如下：

姓名	单位名称	关联关系	吊销时间	吊销原因
童毅	朝华科技集团重庆经贸有限公司	担任监事	2005.12.22	未依法参加年检
	郑州市乐捷网络服务有限公司	担任法定代表人	2002.7.10	未依法参加年检
	武汉乐捷网络服务有限公司	担任法定代表人	2005.2.2	未依法参加年检
	南宁乐捷网络服务有限公司	担任法定代表人	2001.9.12	未依法参加年检
	西安乐捷网络技术服务有限公司	担任法定代表人	2003.6.25	未依法参加年检
彭涛	四川柯瑞帝特投资有限公司	持股 40%，未担任职务	2018.5.7	停业连续 6 个月以上
	成都柳浪湾棋牌俱乐部会议休闲广场（股份制分支机构）	担任负责人	2007.2.15	未依法参加年检
石正磊	重庆数讯科技有限公司	担任监事	2016.5.20	停业连续 6 个月以上

国家工商行政管理总局《关于企业法定代表人是否负有个人责任问题的答复》（工商企字[2002]第123号）：“企业逾期不接受年度检验，被工商行政管理机关依法吊销营业执照，该企业的法定代表人作为代表企业行使职权的负责人，未履行法定的职责，应负有个人责任，但年检期间法定代表人无法正常履行职权的除外。”（该规范性文件已依据《国家工商行政管理总局关于公布规范性文件清理结果的公告》于2014年7月废止）

《公司法》第五十三条规定：“监事会、不设监事会的公司的监事行使下列职权：（一）检查公司财务；（二）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、公司章程或者股东会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（三）当董事、高级管理人员的行为损害公司的

利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（四）提议召开临时股东会会议，在董事会不履行本法规定的召集和主持股东会会议职责时召集和主持股东会会议；（五）向股东会会议提出提案；（六）依照本法第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（七）公司章程规定的其他职权。”

《公司法》第一百四十六条规定：“有下列情形之一的，不得担任公司的董事、监事、高级管理人员：……（四）担任因违法被吊销营业执照、责令关闭的公司、企业的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾三年。……公司违反前款规定选举、委派董事、监事或者聘任高级管理人员的，该选举、委派或者聘任无效。董事、监事、高级管理人员在任职期间出现本条第一款所列情形的，公司应当解除其职务。”

基于上述相关法规，郑州市乐捷网络服务有限公司、武汉乐捷网络服务有限公司、南宁乐捷网络服务有限公司、西安乐捷网络技术服务有限公司未依法参加年检被吊销营业执照，童毅作为法定代表人，依据当时有效的规范性文件，负有个人责任；朝华科技集团重庆经贸有限公司未依法参加年检被吊销营业执照，童毅作为监事，不负有个人责任；同时，自朝华科技集团重庆经贸有限公司被吊销营业执照之日（2005年12月22日）、郑州市乐捷网络服务有限公司被吊销营业执照之日（2002年7月10日）、武汉乐捷网络服务有限公司被吊销营业执照之日（2005年2月2日）、南宁乐捷网络服务有限公司被吊销营业执照之日（2001年9月12日）及西安乐捷网络技术服务有限公司被吊销营业执照之日（2003年6月25日）至2008年2月1日，前述期限均已届满3年，童毅现任发行人董事的资格不受前述相关事项的影响。

四川柯瑞帝特投资有限公司因未开业被吊销营业执照，彭涛作为该公司的小股东且未担任任何职务，对该公司被吊销营业执照不负有个人责任；成都柳浪湾棋牌俱乐部会议休闲广场未依法参加年检被吊销营业执照，彭涛作为负责人负有个人责任；同时，自成都柳浪湾棋牌俱乐部会议休闲广场被吊销营业执照之日（2007年2月15日）至2010年2月14日，期限已届满3年，彭涛现任发行人董事的资格不受前述相关事项的影响。

重庆数讯科技有限公司开业后自行停业连续6个月以上，石正磊作为监事，对该公司被吊销营业执照不负有个人责任，不影响其作为发行人高级管理人员

的资格。

根据现场走访发行人工商注册所在地重庆两江新区市场和质量监督管理局，其工作人员口头答复，发行人的董事、监事、高级管理人员如存在不符合相关任职资格的情形，则发行人在进行相关工商注册登记或变更登记时将不会获得通过。经核查发行人报告期内工商登记资料，发行人自2015年8月15变更设立股份公司自本问询函回复出具日，童毅、彭涛、石正磊担任发行人董事、高级管理人涉及的历次工商登记程序均获得重庆两江新区市场和质量监督管理局通过。

同时，根据童毅、彭涛、石正磊对于上述事项出具的声明，并经登陆国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、全国法院被执行人信息查询系统等相关信息查询网站，截至本问询函回复出具日，童毅、彭涛、石正磊不存在正在进行或尚未了结的重大诉讼、仲裁案件或行政处罚案件，亦不存在可预见的重大诉讼、仲裁案件。

综上，截至本问询函回复出具日，童毅、彭涛、石正磊具备担任发行人董事、高级管理人员的资格，其任职符合法律、行政法规、规范性文件和《公司章程》的相关规定。

三、独立董事曹靖、刘可、彭涛中，是否具有会计专业背景人员，是否符合担任独立董事的基本条件，发行人聘用该三人为独立董事的原因，是否存在其他利益安排

三位独立董事的简历如下：

曹靖先生

1976年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，中国注册会计师。1998年7月至2002年10月任重庆天健会计师事务所项目经理、部门经理；2002年11月至2004年8月任朝华科技（集团）股份有限公司审计部经理；2004年9月至2013年5月任新加坡维信集团股份有限公司区域（重庆及成都）财务总监、区域副总经理；2013年6月至2015年6月任大连万达集团股份有限公司财务管理中心副总经理；2015年7月至2016年12月任鑫苑（中国）置业有限公司财务管理部总经理；2017年1月至2018年3月任北京众美房地产开发有限公司财资中心总经理；2018年3月至今任泰禾集团股份有限公司华南区域财务中心总经理；2015年12月起任发行人独立董事。

刘可先生

1974年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。1996年7月至1999年7月在四川省国际经济贸易发展中心任进出口部业务员、办公室主任、总经理助理；1999年8月至2000年10月在四川中铁国际货运代理有限公司任业务代表；2000年11月至2003年9月在法国贝桑松大学学习；2003年10月至2005年12月在成都欧尚超市有限公司任生鲜处南北货部门经理；2006年1月至今任东方海外物流（中国）有限公司成都分公司业务主任；2011年1月至2018年12月任东方海外物流（中国）有限公司成都分公司经理；2011年1月起任东方海外货柜航运（中国）有限公司成都地区经理；2015年12月起任发行人独立董事。

彭涛先生

1974年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。1998年3月至2000年9月任中国国际贸易促进委员会成都分会国际联络部主管；2000年10月至2005年3月新西兰留学；2006年1月至2009年12月任四川柯瑞帝特投资有限公司副总经理；2010年1月至2014年5月任四川铭誉置业有限公司总经理；2014年6月至今自由从事证券投资工作；2015年12月起任发行人独立董事。

（一）独立董事中是否具有会计专业背景人员

《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》第一条：“上市公司独立董事是指不在公司担任除董事外的其他职务，并与其所受聘的上市公司及其主要股东不存在可能妨碍其进行独立客观判断的关系的董事。各境内上市公司应当按照本指导意见的要求聘任适当人员担任独立董事，其中至少包括一名会计专业人士（会计专业人士是指具有高级职称或注册会计师资格的人士）。”

《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》第十六条：“以会计专业人士身份被提名为独立董事候选人的，应具备较丰富的会计专业知识和经验，并至少符合下列条件之一：（一）具有注册会计师执业资格；（二）具有会计、审计或者财务管理专业的高级职称、副教授职称或者博士学位；（三）具有经济管理方面高级职称，且在会计、审计或者财务管理等专业岗位有5年以上全职工作经验。”

根据发行人提供的书面说明，发行人的3名独立董事中，曹靖具有专业会计背景。根据曹靖提供的调查表、简历及《注册会计师证书》（编号为

B99320051）并经核查，曹靖曾就职于重庆天健会计师事务所、朝华科技（集团）股份有限公司审计部、新加坡维信集团股份有限公司区域（重庆及成都）财务部、大连万达集团股份有限公司财务管理中心、任鑫苑（中国）置业有限公司财务管理部、北京众美房地产开发有限公司财资中心、泰禾集团股份有限公司华南区域财务中心，具备较丰富的会计专业知识和经验，且具有注册会计师执业资格。因此，独立董事曹靖为具有会计专业背景人员，符合上述相关法律规定。

（二）是否符合担任独立董事的基本条件

《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》第一条："独立董事原则上最多在5家上市公司兼任独立董事，并确保有足够的时间和精力有效地履行独立董事的职责；独立董事及拟担任独立董事的人士应当按照中国证监会的要求，参加中国证监会及其授权机构所组织的培训。"

《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》第二条："独立董事应当具备与其行使职权相适应的任职条件。担任独立董事应当符合下列基本条件：（一）根据法律、行政法规及其他有关规定，具备担任上市公司董事的资格；（二）具有本《指导意见》所要求的独立性；（三）具备上市公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则；（四）具有五年以上法律、经济或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验；（五）公司章程规定的其他条件。"

《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》第三条："独立董事必须具有独立性。下列人员不得担任独立董事：（一）在上市公司或者其附属企业任职的人员及其直系亲属、主要社会关系（直系亲属是指配偶、父母、子女等；主要社会关系是指兄弟姐妹、岳父母、儿媳女婿、兄弟姐妹的配偶、配偶的兄弟姐妹等）；（二）直接或间接持有上市公司已发行股份1%以上或者是上市公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；（三）在直接或间接持有上市公司已发行股份5％以上的股东单位或者在上市公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；（四）最近一年内曾经具有前三项所列举情形的人员；（五）为上市公司或者其附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员；（六）公司章程规定的其他人员；（七）中国证监会认定的其他人员。"

《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》第十条："独立董事候选人应具备上市公司运作的基本知识，熟悉相关法律、行政法规、部门规章及其他规范性文件，具有五年以上法律、经济、财务、管理或者其他履行独立董事职责所必需的工作经验，并已根据中国证监会《上市公司高级管理人员培训工作指引》及相关规定取得独立董事资格证书。"

《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》第十一条："独立董事候选人任职资格应符合下列法律、行政法规和部门规章的要求：（一）《公司法》关于董事任职资格的规定；（二）《公务员法》关于公务员兼任职务的规定；（三）中央纪委、中央组织部《关于规范中管干部辞去公职或者退（离）休后担任上市公司、基金管理公司独立董事、独立监事的通知》的规定；（四）中央纪委、教育部、监察部《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》关于高校领导班子成员兼任职务的规定；（五）中国保监会《保险公司独立董事管理暂行办法》的规定；（六）其他法律、行政法规和部门规章规定的情形。"

《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》第十二条："独立董事候选人应具备独立性，不属于下列情形：（一）在上市公司或者其附属企业任职的人员及其直系亲属和主要社会关系；（二）直接或间接持有上市公司已发行股份1%以上或者是上市公司前十名股东中的自然人股东及其直系亲属；（三）在直接或间接持有上市公司已发行股份5%以上的股东单位或者在上市公司前五名股东单位任职的人员及其直系亲属；（四）在上市公司实际控制人及其附属企业任职的人员;（五）为上市公司及其控股股东或者其各自的附属企业提供财务、法律、咨询等服务的人员，包括提供服务的中介机构的项目组全体人员、各级复核人员、在报告上签字的人员、合伙人及主要负责人；（六）在与上市公司及其控股股东或者其各自的附属企业具有重大业务往来的单位担任董事、监事或者高级管理人员，或者在该业务往来单位的控股股东单位担任董事、监事或者高级管理人员；（七）近一年内曾经具有前六项所列举情形的人员；（八）其他本所认定不具备独立性的情形。"

《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》第十三条："独立董事候选人应无下列不良纪录：（一）近三年曾被中国证监会行政处罚；

（二）处于被证券交易所公开认定为不适合担任上市公司董事的期间；（三）近三年曾被证券交易所公开谴责或两次以上通报批评；（四）曾任职独立董事期间，连续两次未出席董事会会议，或者未亲自出席董事会会议的次数占当年董事会会议次数三分之一以上；（五）曾任职独立董事期间，发表的独立意见明显与事实不符。”

《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》第十四条：“已在五家境内上市公司担任独立董事的，不得再被提名为其他上市公司独立董事候选人。”

《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》第十五条：“在拟候任的上市公司连续任职独立董事已满六年的，不得再连续任职该上市公司独立董事。”

根据上海证券交易所企业培训部2019年5月7日发布的《关于科创板董秘、独董任职资格和培训的相关说明》：“拟担任科创板上市公司独董人员，如已持有上交所或深交所独董资格证明，则只需学习完成科创板网络课程。完成科创板网络课程学习的学员将获得本所出具的相应培训记录证明，科创板公司独董持上交所或深交所独董资格证明和科创板培训记录证明任职。”截至本问询函回复出具日，发行人独立董事尚待完成上海证券交易企业培训部规定的科创板网络课程。

根据曹靖、刘可任职单位出具的书面说明，曹靖、刘可、彭涛出具的《独立董事候选人声明》、《个人征信报告》、《无犯罪证明》以及《上市公司高级管理人员培训结业证》，并经查询中国证监会、深圳证券交易所、上海证券交易所、中国证券业协会官网以及证券期货市场失信记录查询平台（http://shixin.csrc.gov.cn/honestypub/），曹靖、刘可、彭涛符合《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《上海证券交易所上市公司独立董事备案及培训工作指引》等相关法律法规的规定。因此，曹靖、刘可、彭涛符合担任发行人独立董事的基本条件。

（三）发行人聘用该三人为独立董事的原因

根据发行人提供的书面说明并经访谈曹靖，曹靖为具备会计专业背景人员，以会计专业人士身份被聘用为发行人独立董事，能提高发行人董事会对发行人

财务相关事项的决策及判断能力，增加发行人董事会财务专业能力。

根据发行人提供的书面说明并经访谈刘可，刘可在对外贸易行业从业多年，熟悉上市公司运作知识，具有多年海外贸易方面的实务经验，熟悉上市公司运作以及海外贸易方面的相关法律、行政法规、规章及规则，且拥有丰富的管理经验以及资源。发行人一直计划拓展与投资海外市场，聘任刘可为发行人独立董事将有助于维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益不受损害。刘可能够利用自己的专业知识和经验为公司的发展提供富有建设性的建议。

根据发行人提供的书面说明并经访谈彭涛，彭涛熟悉上市公司运作方面的知识，熟悉相关法律、行政法规、规章及规则，具备履行独立董事职责所必需的工作经验。聘任彭涛为发行人独立董事将有助于维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益不受损害。彭涛能够利用自己的专业知识和经验为公司的发展提供富有建设性的建议。

（四）是否存在其他利益安排

根据发行人选举独立董事的股东大会会议决议、董事会薪酬与考核委员会会议决议、独立董事的银行流水明细并经访谈上述发行人独立董事，截至本问询函回复出具日，除发行人向独立董事每年发放 6 万元津贴之外，曹靖、刘可、彭涛担任发行人独立董事不存在其它利益安排。

综上，发行人独立董事曹靖、刘可、彭涛中，曹靖为具有会计专业背景人员，该 3 名独立董事符合担任独立董事的基本条件，发行人聘用该 3 人为独立董事具备合理性，除按正常市场标准向该 3 名独立董事发放津贴外，不存在其他利益安排。

四、核查方式和核查过程

1、查阅报告期内与上述人员变动相关的三会文件、辞职信函、工商变更资料等，登录国家企业信用信息公示系统对该等三会文件信息等比对核实；

2、查阅新任人员的简历和相关资格等证明；

3、查阅上述相关被吊销单位的工商档案；

4、对公司管理层进行了访谈；

5、查阅与上述人员履职相关的会议文件；

6、查阅高级管理人员、核心技术人员的《员工聘用合同》、《员工保密协

议》等文件；

7、通过深圳交易所网站（http://www.szse.cn）独立董事信息库网站核查曹靖、刘可、彭涛通过独立董事资格考试的证明文件；

8、核查董事、高管、核心技术人员填写的《董监高核心技术人员调查表》、《个人征信报告》、《无犯罪证明》以及《上市公司高级管理人员培训结业证》等资料；

9、核查独立董事报告期内的银行流水；

10、查询中国证监会、深圳证券交易所、上海证券交易所、中国证券业协会官网以及证券期货市场失信记录查询平台（http://shixin.csrc.gov.cn/honestypub/），了解独立董事的相关情况；

11、经查询国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）、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/），了解童毅、彭涛、石正磊的相关情况。

五、核查意见

（一）保荐机构意见

经核查，保荐机构认为：

1、最近 2 年，发行人高级管理人员未发生变化，发行人董事变动人数、比例较低，且发行人董事长童毅、总经理龙峰作为发行人日常经营业务重要管理人员，其董事身份近 2 年未发生变化；董事、核心技术人员的相关变化系为加强公司的治理水平，规范公司法人治理结构，增加并夯实发行人研发实力所致，且已履行必要的法律程序，符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定；在报告期内发行人实际控制人未发生变更，公司经营思路和经营理念均未发生变化，公司业绩持续增长。因此，最近 2 年，发行人不存在董事、高级管理人员、核心技术人员发生重大不利变化的情形；

2、根据《公司法》等相关法律法规的规定，童毅、彭涛、石正磊兼职或对外投资单位被吊销营业执照，存在不负有个人责任和存在负有个人责任的双重情形；但鉴于童毅、彭涛、石正磊兼职或对外投资单位被吊销营业执照之日至 3 人受聘于公司担任董事、高级管理人员时，该事项已 3 年期满，童毅、彭涛、

石正磊现任发行人董事、高级管理人员的资格不受前述相关事项的影响。因此，童毅、彭涛、石正磊具备担任发行人董事、高级管理人员的资格，其任职符合法律、行政法规、规范性文件和《公司章程》的相关规定；

3、发行人独立董事曹靖、刘可、彭涛中，曹靖为具有会计专业背景人员，该 3 名独立董事符合担任独立董事的基本条件，发行人聘用该 3 人为独立董事具备合理性，除按正常市场标准向该 3 名独立董事发放津贴外，不存在其他利益安排。

（二）发行人律师意见

经核查，发行人律师认为：

1、最近 2 年，发行人高级管理人员未发生变化，发行人董事变动人数、比例较低，且发行人董事长童毅、总经理龙峰作为发行人日常经营业务重要管理人员，其董事身份近 2 年未发生变化；董事、核心技术人员的相关变化系为加强公司的治理水平，规范公司法人治理结构，增加并夯实发行人研发实力所致，且已履行必要的法律程序，符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定；在报告期内发行人实际控制人未发生变更，公司经营思路和经营理念均未发生变化，公司业绩持续增长。因此，最近 2 年，发行人不存在董事、高级管理人员、核心技术人员发生重大不利变化的情形；

2、截至本补充法律意见书出具日，根据《公司法》等相关法律法规的规定，童毅、彭涛、石正磊兼职或对外投资单位被吊销营业执照，存在不负有个人责任和存在负有个人责任的双重情形；但鉴于童毅、彭涛、石正磊兼职或对外投资单位被吊销营业执照之日至 3 人受聘于公司担任董事、高级管理人员时，该事项已 3 年期满，童毅、彭涛、石正磊现任发行人董事、高级管理人员的资格不受前述相关事项的影响。因此，童毅、彭涛、石正磊具备担任发行人董事、高级管理人员的资格，其任职符合法律、行政法规、规范性文件和《公司章程》的相关规定；

3、截至本补充法律意见书出具日，发行人独立董事曹靖、刘可、彭涛中，曹靖为具有会计专业背景人员，该 3 名独立董事符合担任独立董事的基本条件，发行人聘用该 3 人为独立董事具备合理性，除按正常市场标准向该 3 名独立董事发放津贴外，不存在其他利益安排。

问题 7

北京耀途科技有限公司为发行人孙公司，注册资本 200 万元。2016 年，北京博拉将所持北京耀途科技有限公司 51%的股权转让给徐涛，双方确定的价格为人民币 50 万。

请发行人披露：（1）北京耀途科技有限公司的财务数据，转让的原因以及转让价格的确定依据；（2）徐涛与发行人、控股股东或实际控制人是否存在关联关系，是否履行了内部决策程序；（3）北京耀途科技有限公司的业务内容，是否与发行人存在同类业务的情形，是否对发行人生产经营产生不利影响。

请保荐机构及发行人律师对上述事项进行核查，说明核查方式、核查过程，并发表明确意见。

回复：

有关北京耀途科技有限公司的相关情况，已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人设立以来报告期内的重大资产重组情况”中补充披露如下：

三、发行人报告期内的重大资产重组情况

报告期内，公司无单项交易金额超过人民币 100 万元（含）的重大资产重组行为。**报告期内对公司较为重要的资产重组行为如下：**

2016 年 1 月，博拉网络全资子公司北京博拉转让其持有的北京耀途科技有限公司（以下简称“北京耀途”）51%的股权，出让事项发生时北京耀途的基本情况如下：

成立日期：2014 年 11 月 18 日

注册资本：200 万元

注册地址：北京市朝阳区建国路 88 号 9 号楼 6 层 706

股权结构：北京博拉出资 102 万元（占比 51%）、徐涛出资 54.2 万元（占比 27.1%）、肖丹出资 21.6 万元（占比 10.8%）、黄俊杰出资 22.2 万元（占比 11.1%）

经营范围：技术推广服务；计算机系统服务；销售计算机、软件及辅助设备；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；企业策划。（依法须经批准的

项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

主营业务：计算机系统服务

（一）北京耀途科技有限公司的财务数据，履行的相关决策程序，转让的原因以及转让价格的确定依据

1、北京耀途科技有限公司的财务数据

转让前两年，北京耀途的主要财务数据如下：

单位：元

项目	2015 年度或 2015 年 12 月 31 日	2014 年度或 2014 年 12 月 31 日
资产	1,262,651.04	0
所有者权益	1,043,873.43	0
营业收入	1,235,149.33	0
净利润	-376,126.57	0

2、转让的原因

北京博拉设立北京耀途后，在实际业务开展过程中，发行人逐步发现：

耀途的团队在区域市场开拓、渠道资源对接、技术实施和交付能力方面未能达到原来预期。

因此，北京博拉于 2016 年向徐涛转让了北京耀途的股权。转让完成后，北京博拉不再持有北京耀途的股权。

3、转让价格的确定依据和履行的相关决策程序

2016 年 1 月 15 日，北京博拉与徐涛（非关联方）签订《股权转让协议》，约定北京博拉将其持有的北京耀途 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，以经立信会计师事务所（特殊普通合伙）重庆分所审计的北京耀途 2015 年 12 月 31 日净资产 104.39 万元为基础，经内部决策程序通过后，双方协商确定此价格，按照净资产值为基础定价具有合理性。

2016 年 1 月 20 日，北京耀途召开股东会，一致同意股东北京博拉将持有的北京耀途 51%股权以 50 万元转让给徐涛。

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，徐涛合计持有北京耀途 78.1%的股权。2016 年 1 月 20 日及 3 月 15 日，徐涛分两次支付上述 50 万元股权转让款。2016 年 2 月 22 日，上述股权转让在北京市工商行政管理局朝阳分局依法办理了工商变更登记手续。

（二）徐涛与发行人、控股股东或实际控制人的关系

徐涛先生，汉族，身份证号43090319820304****，住址为湖南省益阳市赫山区轻工路25号。

徐涛先生于2004年7月至2006年7月就职于新浪网，担任Flash游戏开发工程师；2006年8月至2009年10月就职于北京天空堂科技有限公司（TKgame天空游戏），担任项目经理；2009年11月至2011年6月就职于星暴国际网络科技（北京）公司，担任天使之城页游部研发总监；2011年7月至2013年8月就职于北京华清飞扬网络股份有限公司，担任ARPG页游制作人；自2014年11月就职于北京耀途。

徐涛先生也是长沙耀途的创始人，其于2013年10月22日全资成立长沙耀途信息科技有限公司，并担任长沙耀途的法定代表人、执行董事。

北京博拉控股北京耀途期间（2014年11月至2016年2月），徐涛系发行人孙公司北京耀途的经理、法定代表人、少数股东，以及长沙耀途的执行董事、法定代表人，除此之外，徐涛系与发行人、控股股东或实际控制人无（关联）关系的第三人，其与发行人、控股股东或实际控制人不存在关联关系。

（三）北京耀途科技有限公司与发行人业务的关系

2014年11月，北京博拉与徐涛等合资成立北京博拉控股的北京耀途，2015年1月，通过北京耀途收购徐涛持有的长沙耀途100%股权，系由于看好当时腾讯微信及腾讯云崛起的大背景，同时长沙耀途是腾讯云的公开接入商和合作伙伴之一，发行人想借助长沙耀途已有的团队和经验快速切入该市场。因此，北京博拉通过与长沙耀途创始人合资设立北京耀途、收购长沙耀途100%股权的方式，计划通过长沙耀途面向全国开展基于腾讯微信的技术应用服务。

从实际开展业务情况看，北京耀途基本未能实际开展业务，长沙耀途也相对发展缓慢，其客户均为区域性、微小型企业。因此，在北京博拉控股北京耀途期间（2014年11月至2016年2月），北京耀途、长沙耀途存在与发行人经营同类业务的情形；但因业务开展并未产生预期的协同效应，长远来看可能对发行人生产经营产生不利影响，这也导致北京博拉于2016年向徐涛转让了北京耀途的股权。

一、核查方式和核查过程

1、取得北京博拉出具的关于北京耀途经营合法性的书面说明及承诺；

2、查阅北京耀途的工商（公司）登记信息；

3、核查相关股权转让合同及其附件、支付凭证、银行流水等；

4、查阅徐涛的《个人简历》；

5、取得北京博拉出具的《说明函》；

6、查阅立信会计师事务所（特殊普通合伙）重庆分所出具的北京耀途2015年《审计报告》（信会师渝报字[2016]第50030号）。

二、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、北京博拉转让北京耀途股权的原因具有合理性，转让价格的确定依据具有合理性；

2、北京博拉控股北京耀途期间即2014年11月至2016年2月，徐涛曾为发行人关联方，2016年2月后，徐涛不再与发行人存在关联关系，徐涛与发行人、控股股东或实际控制人不存在关联关系；北京博拉转让北京耀途股权已履行相关内部决策程序并已办理相关工商变更登记手续，徐涛已支付完毕股权转让对价；

3、北京博拉控股北京耀途期间（2014年11月至2016年2月），北京耀途、长沙耀途存在与发行人经营同类业务的情形；但因业务开展并未产生预期的协同效应，不会对发行人生产经营产生不利影响。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为：

1、北京博拉转让北京耀途股权的原因具有合理性，转让价格的确定依据具有合理性；

2、北京博拉控股北京耀途期间即2014年11月至2016年2月，徐涛曾为发行人关联方，2016年2月后，徐涛不再与发行人存在关联关系，截至本补充法律意见书出具日，徐涛与发行人、控股股东或实际控制人不存在关联关系；北京博拉转让北京耀途股权已履行相关内部决策程序并已办理相关工商变更登记手续，徐涛已支付完毕股权转让对价；

3、北京博拉控股北京耀途期间即 2014 年 11 月至 2016 年 2 月，北京耀途、长沙耀途存在与发行人经营同类业务的情形；但因业务开展并未产生预期的协同效应，不会对发行人生产经营产生不利影响。

问题 8

发行人存在与核心技术人员谭利辉进行共同投资的情形。请发行人说明：（1）2017 年 2 月北京大通恒益技术发展有限公司（以下简称大通恒益）投资博拉智略的原因，大通恒益的股东及背景；（2）发行人与杨定华设立重庆博拉智胜数字科技有限公司的原因，结合该公司的经营业绩情况说明其对发行人业务的贡献情况，杨定华的简历及背景；（3）发行人与谭利辉设立重庆伍觉软件有限公司的原因，谭利辉的简历及背景；（4）发行人与刘晓凤设立重庆赢睿达数字技术有限公司的原因，刘晓凤的简历及背景；（5）发行人上述控股公司的历史沿革；（6）通过与第三方成立控股子公司是否为发行人获取业务的主要方式，上述企业及其关联方与发行人的关联方、供应商和客户之间是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排，是否存在为发行人代垫成本费用的情形。

请保荐机构和发行人律师对上述事项进行核查并发表明确意见。

回复：

一、2017 年 2 月北京大通恒益技术发展有限公司（以下简称大通恒益）投资博拉智略的原因，大通恒益的股东及背景

（一）博拉智略的基本情况

公司名称：重庆博拉智略科技有限公司

成立日期：2011 年 3 月 18 日

注册资本：200 万元

住所：重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 1 楼 3#

统一社会信用代码：915000005699433025

法定代表人：黎健艺

经营范围：计算机系统服务；计算机软硬件及辅助设备的技术开发、销售；计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统集成；平面设计；网页设计；

承办经批准的文化艺术交流活动；设计、制作、代理、发布国内外广告；展示、展览服务；企业形象设计；市场营销策划；仪器仪表、监控设备、工业自动化控制设备、电子产品、机械设备、通讯设备的销售、安装及技术服务、技术咨询。（以上经营范围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，股东构成及出资比例：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	120.00	60.00
北京大通恒益技术发展有限公司	80.00	40.00
合计	**200.00**	**100.00**

（二）2017 年 2 月北京大通恒益技术发展有限公司（以下简称大通恒益）投资博拉智略的原因

根据大通恒益出具的书面说明，2017 年 2 月，大通恒益投资博拉智略的原因是看重博拉智略在人工智能、智能园区方面的技术研发实力以及产业大数据融合的良好发展前景，并与大通恒益过往在工业安防、生产现场管理、智慧园区等领域的服务经验和市场资源可高度结合。

截至本问询函回复出具日，大通恒益的基本情况如下：

名称	北京大通恒益技术发展有限公司
统一社会信用代码	91110108318037364A
类型	有限责任公司（自然人独资）
法定代表人	李坤
注册资本	300 万元
住所	北京市海淀区北三环中路 31 号 4 号楼 11 层 1114 号
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；销售计算机、软件及辅助设备、建筑材料、机械设备、五金交电。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
经营期限	自 2014 年 9 月 23 日至 2034 年 9 月 22 日

（三）大通恒益的股东及背景

截至本问询函回复出具日，大通恒益的股权结构如下：

股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
李坤	300.00	100.00	货币
合计	**300.00**	**100.00**	**—**

李坤的简历及背景如下：

李坤，男，1975 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。

1996 年 7 月至 1999 年 11 月任中国教育电子有限责任公司销售代表；1999 年 12 月至 2001 年 10 月任香港新世纪北大青鸟有限公司销售经理；2001 年 11 月至 2005 年 3 月任北京朝歌宽带网络讯息技术有限公司部门经理；2005 年 4 月起任北京久远金晟商贸有限公司执行董事、总经理；2016 年 12 月起任北京大通恒益技术发展有限公司执行董事、经理。

二、发行人与杨定华设立重庆博拉智胜数字科技有限公司的原因，结合该公司的经营业绩情况说明其对发行人业务的贡献情况，杨定华的简历及背景

（一）博拉智胜的基本情况

公司名称：重庆博拉智胜数字科技有限公司

成立日期：2015 年 8 月 17 日

注册资本：130 万元

住所：重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 1 楼 2#

统一社会信用代码：915000003527712638

法定代表人：江渝

经营范围：计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统设计；平面设计；网页设计；承办经批准的文化艺术交流活动；展示、展览策划；企业形象设计；市场营销策划；网络信息咨询；设计、发布、代理国内外广告。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

截至本问询函回复出具日，股东构成及出资比例：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
重庆博聚智海电子商务有限公司	66.30	51.00
杨定华	63.70	49.00
合计	**130.00**	**100.00**

（二）发行人与杨定华设立重庆博拉智胜数字科技有限公司的原因，结合该公司的经营业绩情况说明其对发行人业务的贡献情况

根据发行人与杨定华共同出具的书面声明，2015 年 8 月，发行人与杨定华共同设立博拉智胜的主要原因是：基于杨定华在房地产行业和社区商业服务领域的丰富渠道资源，与公司在智慧社区、新零售领域的整体解决方案和技术产品能力形成有效结合，共同探索智慧社区、社区新零售电商方面的业务模式和市场拓展。

发行人及博拉智胜 2018 年度（或 2018 年 12 月 31 日）的主要财务数据如

下表：

项目	资产（万元）	所有者权益（万元）	营业收入（万元）	净利润（万元）
博拉网络（合并口径）	35,063.43	32,807.10	30,677.68	4,294.03
博拉智胜	20.12	19.82	0	-31.88
博拉智胜占比（%）	0.06	0.06	0	—

结合发行人与博拉智胜近 1 年的主要财务数据对比，博拉智胜对发行人业务的贡献微小。

（三）杨定华的简历及背景

杨定华的简历及背景如下：

杨定华，男，1964 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1987 年 4 月至 1993 年 6 月，历任重庆市江北县静观建筑材料工程公司施工员、工长；1993 年 3 月至 2003 年 6 月，任重庆三峡建筑安装工程有限公司副总经理；2003 年 7 月至 2005 年 10 月，任重庆喜地来房地产开发有限公司总经理；2005 年 7 月起至今，任重庆利保地产发展有限公司董事。

三、发行人与谭利辉设立重庆伍觉软件有限公司的原因，谭利辉的简历及背景

（一）伍觉软件的基本情况

公司名称：重庆伍觉软件有限公司

成立日期：2015 年 6 月 23 日

注册资本：100 万元

住所：重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 2 楼 2#

统一社会信用代码：91500000345949262D

法定代表人：江渝

经营范围：计算机系统服务，计算机软件及辅助设备的技术开发、销售；计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统设计；计算机软硬件的开发与销售；平面及立体设计制作；网页设计；承办经批准的文化艺术交流活动；设计、制作、发布广告；展示、展览策划；企业形象设计；市场营销策划（以上经营范围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，股东构成及出资比例：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	67.00	67.00

谭利辉	33.00	33.00
合计	**100.00**	**100.00**

（二）发行人与谭利辉设立重庆伍觉软件有限公司的原因

根据发行人与谭利辉共同出具的书面声明，2015 年 6 月，发行人与谭利辉共同设立伍觉软件的主要原因是：谭利辉在智慧园区技术解决方案、以及基于 AI 智能的视觉识别技术等方面具有长期的研究经验和技术积累，对于发行人将大数据技术与人工智能、云计算等前沿技术进行有效结合，并且进一步应用于物联网、智能园区等新场景的技术突破和业务拓展方面可发挥关键作用。

（三）谭利辉的简历及背景

谭利辉的简历及背景如下：

谭利辉，1984 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，法学专业本科。2011 年 9 月至 2011 年 11 月任彩生活服务集团技术部研发总监；2012 年 1 月至 2014 年 4 月任四川大学能士科技发展有限公司科技技术部总监；2014 年 6 月至 2015 年 5 月任重庆公众城市一卡通 P2B 事业部总监；2015 年 6 月至今任伍觉软件总经理；2018 年 1 月 1 日起认定为发行人核心技术人员，2018 年 6 月起任发行人创新产品研发部技术总监。

四、发行人与刘晓凤设立重庆赢睿达数字技术有限公司的原因，刘晓凤的简历及背景

（一）重庆赢睿达数字技术有限公司（以下简称“赢睿达”）的基本情况

公司名称：重庆赢睿达数字技术有限公司

成立日期：2019 年 3 月 11 日

注册资本：2,000 万元

住所：重庆市北碚区润兴路 277 号招商中心二楼 207

统一社会信用代码：91500000MA609M4X2M

法定代表人：黎健艺

经营范围：大数据、计算机、网络技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；应用软件开发；数据处理与存储服务；计算机系统服务；计算机系统设计；计算机软件及辅助设备的研发、设计、销售；网络技术咨询服务；平面设计；网页设计；三维动画设计；货物及技术进出口；计算机系统集成；市场调研；企业管理咨询；市场营销策划；商务信息咨询；企业形象设

计；礼仪服务；承办经批准的文化艺术交流活动；会议及展览展示服务；设计、制作、代理、发布国内外广告；摄影服务；利用互联网销售日用百货；仓储服务（不含危险品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本问询函回复出具日，股东构成及出资比例：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	1,830.00	91.50
刘晓凤	170.00	8.50
合计	**2,000.00**	**100.00**

（二）发行人与刘晓凤设立重庆赢睿达数字技术有限公司的原因

根据发行人与刘晓凤共同出具的书面声明，发行人与刘晓凤共同投资重庆赢睿达数字技术有限公司的主要原因是：赢睿达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公司。刘晓凤加入赢睿达的原因是，考虑到刘晓凤在数字媒体广告行业的服务经验和媒体资源渠道优势，与发行人基于大数据开展数字媒体精准投放的业务规划较为契合，可进一步加快发行人在该项业务上的拓展速度。

（三）刘晓凤的简历及背景

刘晓凤的简历及背景如下：

刘晓凤，女，1989 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2012 年 7 月至 2014 年 2 月任重庆电信客户服务中心 VIP 客户经理；2014 年 10 月至 2018 年 6 月任重庆幸福百年股权投资基金管理有限公司公关总监；2018 年 7 月至 2019 年 3 月任重庆黎古科技有限公司媒介总监；2019 年 4 月起任赢睿达董事、总经理助理。

五、发行人上述控股公司的历史沿革

（一）重庆博拉智略科技有限公司

博拉智略的历史沿革如下：

1、2011 年 3 月，博拉智略成立

2011 年 2 月 9 日，龙峰与同趣科技签署博拉智略章程，确认共同出资设立博拉智略。

2011 年 3 月 4 日，重庆金财会计师事务所出具《验资报告》（重金会验字[2011]第 011 号），经审验，博拉智略已收到全体股东缴纳的注册资本。

2011 年 3 月 18 日，博拉智略办理完毕工商设立登记，取得《企业法人营业执照》（注册号为 500903000029786）。博拉智略设立时的股权结构如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
同趣科技	99.00	99.00	货币
龙峰	1.00	1.00	货币
合计	**100.00**	**100.00**	—

2、2014 年 1 月，第一次股权转让

2014 年 1 月 7 日，博拉智略召开股东会，审议同意同趣科技将其持有的博拉智略 99%的股权转让给博拉有限；并同意修改博拉智略章程。同日，博拉智略股东及法定代表人签署博拉智略章程。2014 年 1 月 8 日，同趣科技与博拉有限就前述股权转让事宜签署《股权转让协议》。本次股权转让已办理完毕工商变更登记手续。本次股权转让后，博拉智略的股权结构如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
博拉有限	99.00	99.00	货币
龙峰	1.00	1.00	货币
合计	**100.00**	**100.00**	—

3、2015 年 12 月，第二次股权转让

2015 年 12 月 1 日，博拉智略召开股东会，审议同意龙峰将其持有的博拉智略 1%的股权转让给博拉网络；并同意修改博拉智略章程。同日，龙峰与博拉网络就前述股权转让事宜签署《股权转让协议》。本次股权转让已办理完毕工商变更登记手续。本次股权转让后，博拉智略的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
博拉网络	100.00	100.00	货币
合计	**100.00**	**100.00**	—

4、2017 年 2 月，第一次增资

2017 年 2 月 3 日，博拉智略召开股东会，审议同意名称变更为“重庆博拉智略科技有限公司”；同意博拉智略注册资本由 100 万元增加至 200 万元，增加部分由博拉网络认缴 20 万元，由北京大通恒益技术发展有限公司认缴 80 万元；并同意修改博拉智略章程。同日，博拉智略法定代表人签署博拉智略章程，博拉智略章程约定出资时间为 2020 年 12 月 31 日之前。本次名称及增资已办理完毕工商变更登记手续。本次增资后，博拉智略的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
博拉网络	120.00	60.00	货币
大通恒益	80.00	40.00	货币
合计	**200.00**	**100.00**	—

（二）重庆博拉智胜数字科技有限公司

博拉智胜的历史沿革如下：

1、2015 年 8 月，博拉智胜成立

2015 年 8 月 5 日，博聚智海与杨定华签署博拉智胜章程，确认共同出资设立博拉智胜，出资时间为 2017 年 12 月 31 日之前。2015 年 8 月 17 日，博拉智胜办理完毕工商设立登记，取得《营业执照》（注册号为 500905008191835）。博拉智胜设立时的股权结构如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
博聚智海	51.00	51.00	货币
杨定华	49.00	49.00	货币
合计	**100.00**	**100.00**	**—**

2、2016 年 10 月，第一次增资

2016 年 8 月 25 日，博拉智胜召开股东会，审议同意博拉智胜注册资本由 100 万元增加至 130 万元，增加部分由博聚智海认缴 15.30 万元，由杨定华认缴 14.70 万元，出资时间为 2018 年 12 月 31 日之前；同意经营范围变更为“计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统设计；平面设计；网页设计；承办经批准的文化艺术交流活动；展示、展览策划；企业形象设计；市场营销策划；网络信息咨询；设计、发布、代理国内外广告”；并同意修改博拉智胜章程。同日，博拉智略法定代表人签署博拉智略章程修正案。本次增资及经营范围变更已办理完毕工商变更登记手续。本次增资后，博拉智胜的股权结构如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
博聚智海	66.30	51.00	货币
杨定华	63.70	49.00	货币
合计	**130.00**	**100.00**	—

（三）重庆伍觉软件有限公司

伍觉软件的历史沿革如下：

1、2015 年 6 月，伍觉软件成立

2015 年 6 月 16 日，博拉有限与谭利辉签署伍觉软件章程，确认共同出资设立伍觉软件，出资时间为 2025 年 6 月 30 日之前。2015 年 6 月 23 日，伍觉软件办理完毕工商设立登记，取得《营业执照》（注册号为 500905008089484）。伍觉软件设立时的股权结构如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
博拉有限	67.00	67.00	货币

谭利辉	33.00	33.00	货币
合计	**100.00**	**100.00**	—

伍觉软件成立至本问询函回复出具日，无股权变更事项。

（四）重庆赢睿达数字技术有限公司

赢睿达的历史沿革如下：

1、2019 年 3 月，赢睿达成立

2019 年 2 月 28 日，博拉网络、黎剑飞签署赢睿达章程，确认出资设立赢睿达，出资时间为 2021 年 12 月 31 日之前。2019 年 3 月 11 日，赢睿达办理完毕工商设立登记，取得《营业执照》（统一社会信用代码：91500000MA609M4X2M）。赢睿达设立时的股权结构如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
博拉网络	1,800.00	90.00	货币
黎剑飞	200.00	10.00	货币
合计	**2,000.00**	**100.00**	—

2、2019 年 4 月，第一次股权转让

2019 年 4 月 15 日，赢睿达召开股东会，审议同意黎剑飞将其持有的赢睿达 1.5%的股权转让给博拉网络，同意黎剑飞将其持有的赢睿达 8.5%的股权转让给刘晓凤；并同意修改赢睿达章程。同日，黎剑飞与博拉网络、刘晓凤分别就前述股权转让事宜签署《股权转让协议》。本次股权转让已办理完毕工商变更或备案登记手续。本次股权转让后，赢睿达的股权结构如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
博拉网络	1,830.00	91.50	货币
刘晓凤	170.00	8.50	货币
合计	**2,000.00**	**100.00**	——

六、通过与第三方成立控股子公司是否为发行人获取业务的主要方式，上述企业及其关联方与发行人的关联方、供应商和客户之间是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排，是否存在为发行人代垫成本费用的情形

（一）通过与第三方成立控股子公司是否为发行人获取业务的主要方式

截至本问询函回复出具日，发行人及其子公司与第三方成立的非全资控股子公司为：重庆博拉智略科技有限公司（一级控股子公司）、重庆博拉智胜数字科技有限公司（二级控股子公司）、重庆伍觉软件有限公司（一级控股子公司）、重庆赢睿达数字技术有限公司（一级控股子公司）。

博拉智略、博拉智胜、伍觉软件 2018 年度（或 2018 年 12 月 31 日）的主

要财务数据以及相关财务数据在发行人中的占比如下表：

项目	博拉网络（万元）	博拉智略		博拉智胜		伍觉软件	
		金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）	金额（万元）	占比（%）
资产	35,063.43	211.00	0.60	20.12	0.06	222.70	0.64
所有者权益	32,807.10	122.42	0.37	19.82	0.06	-283.31	—
营业收入	30,677.68	124.17	0.40	0	0	45.25	0.15
净利润	4,294.03	31.26	0.73	-31.88	—	-422.43	—

注：1、以上子公司最近一年的主要财务数据均经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计；2、以上数据均为合并报表口径。

经查阅赢睿达的财务报表（未经审计），并经访谈发行人管理层相关人员，赢睿达成立于 2019 年 3 月 11 日，截至 2019 年 5 月 31 日，赢睿达总资产为 4,601.80 万元，净资产为 1,994.33 万元；2019 年 3-5 月，赢睿达主营业务收入为 1,174.83 万元，净利润为 164.33 万元。

结合发行人与前述控股子公司的主要财务数据对比，截至 2019 年 5 月 31 日，发行人与第三方成立控股子公司不是发行人获取业务的主要方式；由于数字媒体精准投放是发行人既定规划的大数据应用业务方向之一，而赢睿达的设立可进一步加快发行人在该项业务上的拓展速度，因此赢睿达未来可能成为发行人该项业务的实施主体。

（二）上述企业及其关联方与发行人的关联方、供应商和客户之间是否存在关联关系、资金往来或其他利益安排，是否存在为发行人代垫成本费用的情形

根据发行人提供的公司及上述四家控股子公司的审计报告或财务报表，博拉智略、博拉智胜、伍觉软件、赢睿达及其关联方出具的书面说明及调查表、银行流水，并经对发行人提供的报告期内主要客户、供应商清单的比对、核查，截至本问询函回复出具日，因博拉智略、博拉智胜、伍觉软件、赢睿达为发行人控股子公司，且前述四家公司的相关董事、监事、高级管理人员均存在由发行人相关的董事、监事、高级管理人员、工作人员兼任的情形，故上述控股子公司及其关联方与发行人的关联方存在关联关系。同时，谭利辉为发行人核心技术人员（发行人创新产品研发部技术总监），在发行人领取薪酬。

同时，因博拉智略、博拉智胜、伍觉软件、赢睿达为发行人合并报表范围内的控股子公司并开展相关业务，故前述控股子公司的供应商、客户即为发行

人的供应商、客户，如北京腾讯文化传媒有限公司等。

截至本问询函回复出具日，除上述披露的关联关系及正常业务往来外，前述四家控股子公司及其关联方与发行人关联方不存在其他关联关系、资金往来或其他利益安排；与发行人供应商、客户之间不存在关联关系、其他与业务无关的资金往来或其他利益安排；不存在为发行人代垫成本费用的情形。

七、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、2017 年 2 月大通恒益投资博拉智略的原因具有合理性；

2、发行人与杨定华设立博拉智胜的原因具有合理性，结合该公司的经营业绩情况，其对发行人业务的贡献情况微小；

3、发行人与谭利辉设立伍觉软件的原因具有合理性；

4、发行人与刘晓凤设立赢睿达的原因具有合理性；

5、截至 2019 年 5 月 31 日，发行人与第三方成立控股子公司不是发行人获取业务的主要方式；由于数字媒体精准投放是发行人既定规划的大数据应用业务方向之一，而赢睿达的设立可进一步加快发行人在该项业务上的拓展速度，因此赢睿达未来可能成为发行人该项业务的实施主体；

6、博拉智略、博拉智胜、伍觉软件、赢睿达为发行人控股子公司，上述控股子公司及其关联方与发行人的关联方存在关联关系。因上述控股子公司为发行人合并报表范围内的控股子公司并开展相关业务，故上述控股子公司的供应商、客户即为发行人的供应商、客户。除上述披露的关联关系及正常业务往来外，前述四家控股子公司及其关联方与发行人的关联方不存在其他关联关系、资金往来或其他利益安排；与发行人供应商、客户之间不存在其他关联关系、其他与业务无关的资金往来或其他利益安排；不存在为发行人代垫成本费用的情形。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为：

1、2017 年 2 月大通恒益投资博拉智略的原因具有合理性；

2、发行人与杨定华设立博拉智胜的原因具有合理性，结合该公司的经营业

绩情况其对发行人业务的贡献情况微小；

3、发行人与谭利辉设立伍觉软件的原因具有合理性；

4、发行人与刘晓凤设立赢睿达的原因具有合理性；

5、截至 2019 年 5 月 31 日，发行人与第三方成立控股子公司不是发行人获取业务的主要方式；由于数字媒体精准投放是发行人既定规划的大数据应用业务方向之一，而赢睿达的设立可进一步加快发行人在该项业务上的拓展速度，因此赢睿达未来可能成为发行人该项业务的实施主体；

6、博拉智略、博拉智胜、伍觉软件、赢睿达为发行人控股子公司，上述控股子公司及其关联方与发行人的关联方存在关联关系。因上述控股子公司为发行人合并报表范围内的控股子公司并开展相关业务，故上述控股子公司的供应商、客户即为发行人的供应商、客户。除上述披露的关联关系及正常业务往来外，前述四家控股子公司及其关联方与发行人的关联方不存在其他关联关系、资金往来或其他利益安排；与发行人供应商、客户之间不存在其他关联关系、其他与业务无关的资金往来或其他利益安排；不存在为发行人代垫成本费用的情形。

问题 9

招股说明书披露，刘世玉持有发行人发行前 0.77%的股份，刘世玉系公司副总经理徐琦峰的岳父。请发行人说明刘世玉投资发行人的原因和资金来源，是否存在替他人代持股份的情形，是否存在规避锁定期和锁定承诺的情形。

请保荐机构和发行人律师说明上述事项的核查程序是否充分，补充核查上述两名自然人的资金流水并发表明确意见。

回复：

一、刘世玉投资发行人的原因

刘世玉通过女婿徐琦峰对博拉网络所属行业及相关经营情况有了初步了解，再通过查看博拉网络在全国中小企业股份转让系统挂牌的相关公告文件进行研究和确认，并基于个人多年投资经验，通过独立判断，认为博拉网络具有一定的投资价值。刘世玉通过博拉网络 2015 年 12 日 2 日公告的《股票发行方案》，知悉了博拉网络 2015 年底的定增融资计划，决定参与博拉网络本次定增并最终

成为发行人的直接股东。

二、刘世玉投资发行人的资金来源，是否存在替他人代持股份的情形，是否存在规避锁定期和锁定承诺的情形

刘世玉，男，汉族，中国国籍，公民身份号码 33072519500415****，无境外永久居留权。2001 年至今，刘世玉任浙江诚世实业有限公司董事长、总经理、法定代表人，并系其控股股东（刘世玉出资比例 80%，其配偶朱秀芳出资比例 20%）。浙江诚世实业有限公司于 2001 年成立，注册资本人民币 5,000 万元，住所为浙江省义乌市，从事实业投资、投资管理、投资咨询等业务。刘世玉长期经商并投资多个企业，家境殷实。

根据义乌市聚丰会计师事务所有限公司出具的《浙江诚世实业有限公司 2017 年报审计报告》（聚丰审字（2018）178 号），截至 2017 年 12 月 31 日，浙江诚世实业有限公司实收资本 5,000 万元，未分配利润 2,308.10 万元。

截至本问询函回复出具日，刘世玉对博拉网络投资额为人民币 700 万元，持股数量为 70 万股。根据刘世玉提供的出资凭证和银行流水，以及对刘世玉的访谈及其出具的书面确认函，其投资博拉网络的行为是其自身的真实意思表示，投资的资金来源是刘世玉个人及家庭多年积累的自有资金，收入构成主要为：工资、薪金所得、刘世玉及其配偶朱秀芳投资多个企业的投资所得，其持有的博拉网络股份不存在替他人代持股份的情形。

刘世玉已出具股份锁定承诺函，“就本人在本次公开发行股票前已持有的发行人的股份，自发行人股票上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人在本次公开发行股票前持有的发行人的股份，也不由发行人回购上述股份。”

发行人副总经理徐琦峰书面确认，除已披露的通过海奇天间接持有博拉网络 2.54%的股份外，其不存在通过刘世玉等任何第三方代为持有发行人股份的情形。

综上，刘世玉持有的博拉网络股份不存在替他人代持股份的情形，不存在规避锁定期及锁定承诺的情形，也不存在其他股东通过刘世玉代持发行人股份规避锁定期及锁定承诺的情形。

三、核查方式和核查过程

1、查阅了刘世玉、徐琦峰相关出资凭证和银行流水；

2、对刘世玉、徐琦峰进行访谈；

3、审阅刘世玉、徐琦峰填写确认的调查表与确认函；

4、审阅刘世玉、徐琦峰出具的声明及承诺；

5、查阅义乌市聚丰会计师事务所有限公司出具的《浙江诚世实业有限公司2017年报审计报告》（聚丰审字（2018）178号）；

6、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/），了解刘世玉、徐琦峰的相关情况。

四、核查意见

（一）保荐机构意见

经核查，保荐机构认为：

刘世玉投资博拉网络是其真实意思表示；刘世玉投资博拉网络的资金来源是其个人及家庭多年积累的自有资金，不存在替他人代持股份的情形，亦不存在规避锁定期和锁定承诺的情形。

（二）发行人律师意见

经核查，发行人律师认为：

刘世玉投资博拉网络是其真实意思表示；刘世玉投资博拉网络的资金来源是其个人及家庭多年积累的自有资金，不存在替他人代持股份的情形，亦不存在规避锁定期和锁定承诺的情形。

问题 10

招股说明书披露，发行人控股股东为同趣控股，2018 年 6 月经营范围发生变更，2018 年度同趣控股的营业收入为 35,361.45 万元，净利润为 7,696.33 万元。请发行人说明：（1）报告期内同趣控股的主营业务情况，前五大客户的销售情况，是否与发行人之间存在存在客户和供应商重合的情况，是否与发行人之间存在同业竞争的情况；（2）结合发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制或存在重大影响的其他企业的财务数据、主要客户和供应商的情况，

说明上述企业（包括报告期内注销或转让的企业）是否与发行人存在同业竞争的情形。

请保荐机构和发行人律师对上述事项进行核查并发表明确意见。

回复：

一、报告期内同趣控股的主营业务情况，前五大客户的销售情况，是否与发行人之间存在客户和供应商重合的情况，是否与发行人之间存在同业竞争的情况

（一）报告期内同趣控股的主营业务情况

2015 年 5 月 21 日起，同趣控股经营范围为“计算机系统服务；网络信息咨询、教育信息咨询（不含教育培训）、商品信息咨询；市场调研服务；营销策划；计算机及辅助设备的技术开发、销售；批发、零售汽车及用品、数码产品、服装、日用品、家电、办公用品、通信设备、通信传输设备、通用设备、环保设备、仪器仪表、五金、交电、化工原料（不含危险化学品）、金属材料。（法律、法规禁止经营的，不得经营；法律、法规、国务院规定需经审批的，未获审批前，不得经营。）”

2016 年 2 月 29 日，同趣控股将经营范围变更为“商务信息咨询；批发、零售汽车及用品、数码产品、服装、日用品、家电、办公用品、通信设备、通信传输设备、通用设备、环保设备、仪器仪表、五金、交电、化工原料（不含危险化学品）、金属材料（以上经营范围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）。”

2018 年 6 月 27 日，同趣控股将经营范围变更为“利用自有资金从事投资业务（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，同趣控股经营范围未再发生变更。

从实际所从事业务来看，自 2005 年成立至 2014 年上半年，同趣科技/同趣控股一直在探索业务发展方向，尝试拓展过包括小游戏网站、图片资源网站、电视购物、出租车杂志、汽车用品电商等在内的许多孵化项目，虽然这些项目可以产生部分收入，但大多数最终并未发展成为主营业务和成熟的商业模式，仍属于项目的早期探索，没有发生实质性的大规模项目投入。

2014年下半年至今，同趣控股实际转型为投资控股型公司，基本不再进行其他实际经营活动（报告期内，同趣控股的具体经营数据以及情况请详见本问题（二）的答复），其主要业务为投资持股。

（二）前五大客户的销售情况，是否与发行人之间存在客户和供应商重合的情况

除下表所涉交易外，报告期内，同趣控股无其他交易情况，无其他销售情况，无其他客户或供应商。

2016年	总资产：3,810.36万元	净资产：3,679.99万元
	营业收入：517.28万元	净利润：-97.28万元
	前五大客户：1、重庆云集通（491.51万元）【出售“我爱车”网站（网站首页地址：www.52che.com，网站域名：52che.com）】；2、重庆网路电子商务有限公司（25.77万元）	
	前五大供应商：无	
2017年	总资产：3,930.76万元	净资产：3,818.79万元
	营业收入：0万元	净利润：138.80万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018年	总资产：5,228.28万元	净资产：4,809.54万元
	营业收入：4,683.65万元	净利润：3,442.27万元
	前五大客户：无【仅发生股权出让行为】	
	前五大供应商：无	

注：1、前述主要财务数据均为同趣控股单体报表口径数据；

2、前述2016、2018年主要财务数据经重庆金翰会计师事务所有限公司审计；

3、表格所涉销售收入金额均为不含税金额。

1、同趣控股出售“我爱车”网站

2016年3月13日，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，成交金额为人民币521万元（含税），491.51万元（不含税）。2016年5月18日，重庆云集通取得网站相关域名的所有证明文件和注册证书，并于2016年6月3日支付本次转让价款共计人民币521万元。具体情况请详见招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联交易”。

2、同趣控股提供咨询服务

2016年3月，控股股东同趣控股与重庆网路电子商务有限公司签订《商务咨询合同》，同趣控股主要为其提供电子商务平台总体建设规划和运营的信息咨询服务。

经核查，同趣控股与发行人之间不存在客户和供应商重合的情况。

（三）是否与发行人之间存在同业竞争的情况

为解决潜在同业竞争情况，同趣控股已于 2016 年 3 月出售“我爱车”网站给重庆云集通，并于 2016 年 5 月完成过户手续。

截至本问询函回复出具日，同趣控股所控制企业如下：

名称	出资比例	经营范围	实际经营业务（产品以及服务的具体内容、定位、应用领域）	2016 年至 2018 年营业收入
重庆网秀商贸有限公司	同趣控股的全资子公司	批发、零售：酒店用品、酒店设备；酒店管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	拟主要从事商品贸易，具体为从事汽车用品（如车载用品、汽车座垫、脚垫、汽车装饰品等）方面的电商贸易业务（BtoC），报告期内无实际经营。	报告期内无实际经营，均为 0 元。
重庆车快保汽车服务有限公司	同趣控股全资子公司	汽车美容、汽车维修（取得相关行政许可后方可经营）；汽车技术开发、技术推广、技术服务、技术转让、技术咨询；销售：自行开发的汽车产品、润滑油、汽车配件、汽车用品、电子产品（不含电子出版物）、五金交电、机械设备、仪表仪器、日用品。（以上经营范围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）	拟主要从事汽车美容、汽车维修服务，报告期内无实际经营。	报告期内无实际经营，均为 0 元。

重庆网秀商贸有限公司、重庆车快保汽车服务有限公司的具体经营数据以及情况请参见本问题二、的相关回复。

经核查，同趣控股以及所控制的前述企业不存在与发行人拥有共同的供应商或客户的情形。根据前述企业的经营范围以及实际经营情况、实际经营业务（产品以及服务的具体内容、定位、应用领域），同趣控股以及所控制的前述企业均不存在与发行人构成现实或潜在的竞争情形，不构成对发行人构成重大不利影响的同业竞争。

综上所述，报告期内，同趣控股与发行人之间不存在客户和供应商重合的情况；“我爱车”网站在 2016 年 3 月出售（2016 年 5 月完成过户）之前，同趣控股与发行人之间存在潜在同业竞争情况，该等情况已通过出售彻底解决，除此以外，同趣控股以及所控制的前述企业与发行人之间不存在同业竞争的情况。

二、结合发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制或存在重大影响的

其他企业的财务数据、主要客户和供应商的情况，说明上述企业（包括报告期内注销或转让的企业）是否与发行人存在同业竞争的情形

发行人控股股东同趣控股、实际控制人童毅及其近亲属控制或存在重大影响的其他企业（包括报告期内注销或转让的企业）为：重庆海奇天企业管理有限公司、重庆海信天企业管理有限公司、重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）、重庆奇润富企业管理咨询有限公司、重庆神指奇动网络有限公司、重庆神指游戏有限公司、深圳神指科技有限公司、重庆手之舞游戏有限公司、重庆赢者科技有限公司、重庆网秀商贸有限公司、重庆车快保汽车服务有限公司、重庆宝缇嘉科技有限公司、重庆随手科技有限公司、重庆博趣科技有限公司、上海驾临商贸有限公司、重庆新车道贸易有限公司、重庆奇琥科技有限公司、重庆秀品科技有限公司、重庆奇润赢企业管理合伙企业（有限合伙）、成都淞本家餐饮管理有限公司、重庆萌次元科技有限公司、重庆我爱车电子商务有限公司。

发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制的或存在重大影响的企业的财务数据、主要客户和供应商的相关情况如下（以下表格所涉金额均为不含税金额，均为单体报表数据）：

（一）控股股东：重庆同趣控股有限公司

关联关系	发行人控股股东，发行人实际控制人童毅直接出资 6.46%、并担任董事长	
报告期内（至今）经营范围	2016 年 1 月 1 日至 2016 年 2 月 28 日：计算机系统服务；网络信息咨询、教育信息咨询（不含教育培训）、商品信息咨询；市场调研服务；营销策划；计算机及辅助设备的技术开发、销售；批发、零售汽车及用品、数码产品、服装、日用品、家电、办公用品、通信设备、通信传输设备、通用设备、环保设备、仪器仪表、五金、交电、化工原料（不含危险化学品）、金属材料。（法律、法规禁止经营的，不得经营；法律、法规、国务院规定需经审批的，未获审批前，不得经营。） 2016 年 2 月 29 日至 2018 年 6 月 26 日：商务信息咨询；批发、零售汽车及用品、数码产品、服装、日用品、家电、办公用品、通信设备、通信传输设备、通用设备、环保设备、仪器仪表、五金、交电、化工原料（不含危险化学品）、金属材料（以上经营范围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）。 2018 年 6 月 27 日至今：利用自有资金从事投资业务（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）。	
报告期内（至今）实际经营业务	基本不进行其他实际经营活动（报告期内，同趣控股的经营情况请详见本问题一、的答复），其主要业务为投资持股。	
2016 年	总资产：3,810.36 万元	净资产：3,679.99 万元
	营业收入：517.28 万元	净利润：-97.28 万元
	前五大客户：1、重庆云集通（491.51 万元）【出售“我爱车”网站（网	

	站首页地址：www.52che.com，网站域名：52che.com）】；2、重庆网路电子商务有限公司（25.77 万元）	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：3,930.76 万元	净资产：3,818.79 万元
	营业收入：0 万元	净利润：138.80 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：5,228.28 万元	净资产：4,809.54 万元
	营业收入：4,683.65 万元	净利润：3,442.27 万元
	前五大客户：无【仅发生股权出让行为】	
	前五大供应商：无	

（二）间接控股股东：重庆海奇天企业管理有限公司

关联关系	间接控股股东。发行人实际控制人童毅直接出资 48.45%、并担任法定代表人、执行董事、总经理	
报告期内（至今）经营范围	2016 年 1 月 1 日至 2016 年 2 月 21 日：计算机系统设计；电脑平面设计、制作；计算机系统集成；网络设备安装与维护；计算机技术服务与技术咨询；智能网络控制系统设备的设计及安装；网络系统工程设计与安装；安全防范设备的安装与维护；设计、制作、发布、代理国内外各类广告；企业文化艺术交流；展示、展览策划；企业形象设计；计算机软硬件及网络设备的研究开发；计算机网络设备的安装与维护；销售：计算机产品、网络产品、计算机数码产品。（以上经营范围国家法律、法规禁止经营的不得经营；应经审批而未获审批前不得经营）。 2016 年 2 月 22 日至今：企业管理咨询；商务信息咨询（依法须批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	
报告期内（至今）实际经营业务	不进行其他实际经营活动，其主要业务为投资持股。	
2016 年	总资产：431.02 万元	净资产：104.62 万元
	营业收入：0	净利润：-0.17 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：430.97 万元	净资产：104.57 万元
	营业收入：0	净利润：-0.05 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：2,045.50 万元	净资产：2,045.50 万元
	营业收入：0	净利润：1,940.93 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（三）重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）

关联关系	员工持股平台	
报告期内（至今）经营范围	企业管理咨询、商务信息咨询（以上经营范围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）。	
报告期内（至今）实际经营业务	不进行其他实际经营活动，系发行人员工持股平台。	
2016 年	总资产：5.5 万元	净资产：0.95 万元

	营业收入：0 万元	净利润：-0.05 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：5.37 万元	净资产：0.87 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.08 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：5.39 万元	净资产：0.88 万元
	营业收入：0 万元	净利润：0 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（四）重庆海信天企业管理有限公司

关联关系	发行人实际控制人童毅出资 51%，并担任法定代表人、执行董事、总经理	
报告期内（至今）经营范围	企业管理咨询、商务信息咨询（以上经营范围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）。	
报告期内（至今）实际经营业务	不进行其他实际经营活动，其主要业务为投资持股。	
2016 年	总资产：1.3 万元	净资产：0.98 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.02 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：1.24 万元	净资产：0.94 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.04 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：1.24 万元	净资产：0.93 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.01 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（五）重庆奇润富企业管理咨询有限公司

关联关系	实际控制人童毅出资 58%，并担任执行董事	
报告期内（至今）经营范围	商务信息咨询、企业管理咨询。（以上经营范围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）。	
报告期内（至今）实际经营业务	拟从事企业管理咨询业务，目前尚未实际开展经营。	
2016 年	总资产：0 万元	净资产：-0.07 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.07 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：0.03 万元	净资产：0.03 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.01 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：0.03 万元	净资产：0.03 万元
	营业收入：0 万元	净利润：0 万元

	前五大客户：无
	前五大供应商：无

（六）重庆神指奇动网络有限公司

关联关系	实际控制人童毅持股 68.01%，并担任董事长	
报告期内（至今）经营范围	2016 年 1 月 1 日至 2016 年 2 月 28 日：软件设计开发及销售；游戏设计开发及销售；计算机及辅助设备的技术设计、开发及销售；网站设计及开发；网络技术支持、服务及培训；网络信息咨询、商品信息咨询；市场调研服务；营销策划。（以上经营范围国家法律、法规禁止经营的不得经营；应经审批而未获审批前不得经营）。 2016 年 2 月 28 日至今：游戏设计开发及销售；动漫设计、网络游戏开发、动漫产品的研发。	
报告期内（至今）实际经营业务	手机游戏的研发以及运营。	
2016 年	总资产：568.26 万元	净资产：249.50 万元
	营业收入：299.08 万元	净利润：-133.15 万元
	前五大客户：1、上海嵩恒网络科技股份有限公司（184.52 万元）；2、科大讯飞股份有限公司（002230.SZ）（40.47 万元）；3、厦门铠甲网络股份有限公司（4.95 万元）；4、广州欣点信息科技有限公司（0.49 万元）；5、北京百川天和科技有限公司（0.49 万元）	
	前五大供应商：1、重庆蝉艺网络科技有限公司（20.79 万元）；2、阳江市唯一网络科技有限公司（1.65 万元）；3、北京卓泰天下科技有限公司（1.42 万元）	
2017 年	总资产：763.53 万元	净资产：169.67 万元
	营业收入：293.55 万元	净利润：-179.83 万元
	前五大客户：1、上海嵩恒网络科技股份有限公司（146.24 万元）；2、厦门铠甲网络股份有限公司（37.15 万元）；3、科大讯飞股份有限公司（002230.SZ）（17.40 万元）；4、三六零安全科技股份有限公司（601360.SH）（11.99 万元）；5、霍尔果斯百战网络科技有限公司（5.49 万元）	
	前五大供应商：1、重庆茂纳科技发展中心（116.50 万元）；2、上海乐泾达软件科技有限公司（18.87 万元）	
2018 年	总资产：1,567.04 万元	净资产：140.50 万元
	营业收入：29.09 万元	净利润：-29.17 万元
	前五大客户：1、三六零安全科技股份有限公司（601360.SH）（20.60 万元）	
	前五大供应商：无	

（七）重庆神指游戏有限公司

关联关系	重庆神指奇动网络有限公司全资子公司
报告期内（至今）经营范围	2016 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 13 日：生产、销售各类多媒体产品（不含出版物）；开发、编制相关软件及技术服务、技术支持、技术咨询；网络游戏的开发、运营、销售及游戏相关产品的生产、销售；计算机软件产品的批发、安装、调试、维修、维护；自产产品的技术咨询、技术服务等。（依法经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。 2016 年 3 月 14 日至今：网络游戏的开发、运营、销售（依法经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
报告期内（至今）实际经营	主要从事网络游戏（手游）的开发、运营、销售。

业务		
2016 年	总资产：1.18 万元	净资产：1.18 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.12 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：1.15 万元	净资产：1.15 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.02 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：503.66 万元	净资产：501.14 万元
	营业收入：17.29 万元	净利润：1.28 万元
	前五大客户：1、重庆业勤企业管理咨询有限公司（17.29 万元）	
	前五大供应商：无	

（八）深圳神指科技有限公司

关联关系	重庆神指奇动网络有限公司全资子公司	
报告期内（至今）经营范围	2016 年 2 月 29 日（成立）至 2016 年 9 月 4 日：软件的设计、开发及销售；游戏软件的设计开发及销售；计算机及辅助设备的技术设计、开发及销售；网站的设计、开发及技术咨询；企业管理培训；经济信息咨询；市场营销策划。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。 2016 年 9 月 5 日至今：网络游戏的设计、开发及销售。	
报告期内（至今）实际经营业务	主要从事网络游戏（手游）的开发、运营、销售。	
2016 年	总资产：0 万元	净资产：-0.10 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.10 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：0 万元	净资产：-0.10 万元
	营业收入：0 万元	净利润：0 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：0 万元	净资产：-0.10 万元
	营业收入：0 万元	净利润：0 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（九）重庆手之舞游戏有限公司

关联关系	重庆神指奇动网络有限公司全资子公司	
报告期内（至今）经营范围	2016 年 1 月 1 日至 2016 年 7 月 24 日：游戏设计开发及销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。 2016 年 7 月 25 日至今：游戏设计、开发、销售及技术服务、知识产权代理。（以上经营范围依法经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	
报告期内（至今）实际经营业务	主要从事手机游戏设计开发及销售业务。	
2016 年	总资产：7.30 万元	净资产：-70.58 万元

	营业收入：88.44 万元	净利润：-100.43 万元
	前五大客户：1、上海复娱文化传播股份有限公司（87.38 万元）；2、北京六间房科技有限公司（1.06 万元）	
	前五大供应商：1.重庆蝉艺网络科技有限公司（1.80 万元）	
2017 年	总资产：4.53 万元	净资产：-285.75 万元
	营业收入：2.16 万元	净利润：-215.17 万元
	前五大客户：1、北京六间房科技有限公司（1.58 万元）2、宿迁梦想网络科技有限公司（0.57 万元）	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：3.64 万元	净资产：-349.67 万元
	营业收入：0.33 万元	净利润：-63.93 万元
	前五大客户：1、北京六间房科技有限公司（0.33 万元）	
	前五大供应商：无	

（十）重庆赢者科技有限公司

关联关系	重庆神指奇动网络有限公司控股子公司，实际控制人童毅担任董事长	
报告期内（至今）经营范围	2017 年 9 月 22 日（成立）至 2019 年 4 月 15 日：游戏软件设计、开发及销售；动漫设计；动漫产品研发。（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）。 2019 年 4 月 16 日至今：游戏软件设计、开发及销售；动漫设计；动漫产品研发；影视节目制作；从事经营性互联网文化活动；电信业务经营（以上须经审批的经营项目，取得审批后方可从事经营）。（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）。	
报告期内（至今）实际经营业务	主要从事网络游戏（手游）的开发、运营、销售。	
2016 年	总资产：0 万元	净资产：0 万元
	营业收入：0 万元	净利润：0 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：889.99 万元	净资产：873.61 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-26.39 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：622.11 万元	净资产：602.25 万元
	营业收入：182.82 万元	净利润：-271.36 万元
	前五大客户：1、上海嵩恒网络科技股份有限公司（128.63 万元）；2、霍尔果斯百战网络科技有限公司（26.62 万元）；3、喀什云盘网络科技有限公司（14.40 万元）；4、盖范传媒科技（北京）有限公司（7.75 万元）；5、广州彩途信息科技有限公司（2.91 万元）	
	前五大供应商：1、重庆茂纳科技发展中心（120.38 万元）；2、徐海浪（21.60 万元）；3、深圳市汇天智科技有限公司（3.5 万元）；4、深圳聚果科技有限公司（2.38 万元）；5、上海盛彤网络服务中心（1.98 万元）	

（十一）重庆网秀商贸有限公司

关联关系	同趣控股全资子公司
报告期内（至今）经营范围	2016 年 1 月 1 日至 2019 年 1 月 30 日：批发、销售五金交电、日用百货、针纺织品、洗涤用品、化妆品、家居护理用品、羽绒制品、工艺品、纸制品、床上用品、服装鞋帽、电脑软件、硬件、耗材、通信器材、皮革制

	品、文化办公用品、照明电器、不锈钢制品、铝合金制品、厨房器具、钟表、眼镜、玻璃制品、酒店用品、酒店设备、音响设备、卫生洁具、消防设备、照相器材、体育用品、摄影器材、汽摩配件、汽车用品(以上经营范围国家法律、法规禁止经营的不得经营；应经审批而未获审批前不得经营）。 2019 年 1 月 31 日至今：批发、零售：酒店用品、酒店设备；酒店管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	
报告期内（至今）实际经营业务	主要从事商品贸易。	
2016 年	总资产：458.06 万元	净资产：255.31 万元
	营业收入：0 万无	净利润：-35.26 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：357.36 万元	净资产：146.94 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-108.37 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：354.16 万元	净资产：108.76 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-38.18 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（十二）重庆车快保汽车服务有限公司

关联关系	同趣控股全资子公司	
报告期内（至今）经营范围	汽车美容、汽车维修（取得相关行政许可后方可经营）；汽车技术开发、技术推广、技术服务、技术转让、技术咨询；销售：自行开发的汽车产品、润滑油、汽车配件、汽车用品、电子产品（不含电子出版物）、五金交电、机械设备、仪表仪器、日用品。（以上经营范围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）。	
报告期内（至今）实际经营业务	主要从事汽车美容、汽车维修服务。	
2016 年	总资产：124.78 万元	净资产：64.67 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-21.10 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：290.26 万元	净资产：59.76 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-4.92 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：288.46 万元	净资产：57.96 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-1.79 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（十三）重庆宝缇嘉科技有限公司

关联关系	童晓明（童毅之父亲）出资 99%
报告期内（至	2016 年 1 月 1 日至 2019 年 4 月 17 日：智能网络控制系统设备的设计及安

今）经营范围	装；网络系统工程设计与安装；安全防范设备的安装与维护；销售：办公用品、耗材；办公设备维修服务。（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）。 2019 年 4 月 18 日至今：混合集成电路的技术开发。（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）。	
报告期内（至今）实际经营业务	拟从事混合集成电路的技术开发，目前尚未实际开展经营。	
2016 年	总资产：9.69 万元	净资产：9.69 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.03 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：9.69 万元	净资产：9.69 万元
	营业收入：0 万元	净利润：0 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：9.69 万元	净资产：9.69 万元
	营业收入：0 万元	净利:-0.03 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（十四）重庆随手科技有限公司——已注销

关联关系	曾为重庆同趣控股有限公司全资子公司，已于 2016 年 1 月 4 日完成注销	
注销前经营范围	计算机网络工程技术、软件的开发及维护；电脑及周边产品的销售；计算机辅助设备的安装及维修；计算机网络技术服务；企业管理咨询、电子科技产品的技术开发、技术咨询、技术转让及技术服务；电子产品(不含电子出版物)及配件的安装、维护、保养、维修；办公用品销售。(以上经营范围国家法律、法规禁止经营的不得经营；应经审批而未获审批前不得经营)	
实际经营业务	报告期内无实际经营	
2015 年	总资产： 0	净资产：0
	营业收入：0	净利润：0
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2016 年	总资产：0	净资产：0
	营业收入：0	净利润：0
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（十五）重庆博趣科技有限公司——已注销

关联关系	曾为重庆同趣控股有限公司全资子公司，已于 2016 年 2 月 16 日注销	
注销前经营范围	软件设计、开发、销售,计算机及辅助设备的设计、技术开发、销售，网页设计，计算机网络信息咨询，商务信息咨询，市场调查，市场营销策划，设计、制作、代理、发布国内外广告。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	
实际经营业务	报告期内无实际经营	
2015 年	总资产：0	净资产：0
	营业收入：0	净利润：0
	前五大客户：无	

	前五大供应商：无	
2016 年	总资产：0	净资产：0
	营业收入：0	净利润：0
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（十六）上海驾临商贸有限公司——已注销

关联关系	曾为重庆同趣控股有限公司全资子公司，已于 2016 年 7 月 28 日注销	
注销前经营范围	电子商务(不得从事增值电信、金融业务)；商务车及九座以上乘用车、汽摩配件、汽车饰品、日用百货的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	
实际经营业务	报告期内无实际经营	
2015 年	总资产 0	净资产：0
	营业收入：0	净利润：0
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2016 年	总资产：0	净资产：0
	营业收入：0	净利润：0
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（十七）重庆新车道贸易有限公司——已注销

关联关系	发行人董事、实际控制人之配偶吴远丽（出资比例 90%）投资成立、并担任监事的公司，已于 2016 年 9 月 29 日注销	
注销前经营范围	销售汽车配件及饰品、通讯设备、办公设备、五金交电、化工产品（不含危险化学品）；设计、制作、代理、发布招牌、字牌、灯箱、展示牌、霓虹灯、电子翻板装置、充气装置、电子显示屏、车载广告，代理报刊广告、影视、广播广告。（法律、行政法规禁止的项目，不得经营；法律、行政法规规定应经审批或许可的项目，经批准后方可经营）	
实际经营业务	报告期内无实际经营	
2015 年	总资产：0	净资产：0
	营业收入：0	净利润：0
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2016 年	总资产：0	净资产：0
	营业收入：0	净利润：0
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（十八）重庆奇琥科技有限公司——已注销

关联关系	注销前发行人实际控制人童毅曾持股 35%，发行人副总经理、董事会秘书黎健艺曾持股 65%的企业，已于 2016 年 2 月 25 日注销	
注销前经营范围	计算机软件开发、销售及技术服务，销售计算机及外围设备、网络设备	
实际经营业务	报告期内无实际经营	
2015 年	总资产：——	净资产：——
	营业收入：——	净利润：——
	前五大客户：——	
	前五大供应商：——	

2016 年	总资产：——	净资产：——
	营业收入：——	净利润：——
	前五大客户：——	
	前五大供应商：——	

注：根据发行人提供的资料，重庆奇琥科技有限公司已于 2005 年 6 月 16 日取得重庆市高新技术产业开发区国家税务局盖章确认“同意注销”的《注销税务登记表》，该表确认“各项税款、滞纳金、罚款缴至 2005 年 5 月 31 日止，应缴税款：无，应交滞纳金：无，应缴罚款：无。”

（十九）重庆秀品科技有限公司

关联关系	发行人实际控制人童毅之配偶吴远丽（出资比例 99%），并担任监事	
报告期内（至今）经营范围	2016 年 1 月 1 日至 2016 年 4 月 18 日：计算机软硬件、计算机网络设备的技术开发，计算机系统服务，平面图设计、制作，网页设计，计算机技术咨询及技术服务，销售计算机及网络设备、数码相机，设计、制作、代理、发布招牌、字牌、灯箱、充气装置广告。（以上经营范围法律、法规禁止经营的，不得经营；法律、法规、国务院规定需经审批的，未获审批前，不得经营。） 2016 年 4 月 19 日至 2019 年 5 月 7 日：智能网络控制系统设备的设计及安装，网络系统工程设计与安装，安全防范设备的安装与维护，办公用品及耗材的销售，办公设备维修服务。（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。） 2019 年 5 月 8 日至今：混合集成电路的技术开发。（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）。	
报告期内（至今）实际经营业务	主要经营智能网络控制系统设备的设计及安装，网络系统工程设计与安装，安全防范设备的安装与维护，办公用品及耗材的销售，办公设备维修服务。	
2016 年	总资产：4.80 万元	净资产：4.80 万元
	营业收入：0 万元	净利润：0.18 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：4.76 万元	净资产：4.76 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.04 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：4.76 万元	净资产：4.76 万元
	营业收入：0 万元	净利润：0 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（二十）重庆奇润赢企业管理合伙企业（有限合伙）

关联关系	发行人实际控制人童毅之配偶吴远丽作为有限合伙人出资比例 66.22%.	
报告期内（至今）经营范围	企业管理咨询；商务信息咨询。（依法须经批准的项目、经相关部门批准后方可开展经营活动）。	
报告期内（至今）实际经营业务	报告期内无实际经营，其主要拟经营企业管理咨询；商务信息咨询，目前尚未实际开展经营。	
2016 年	总资产：0 万元	净资产：0 万元

	营业收入：0 万元	净利润：0 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：25.11 万元	净资产：24.91 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.09 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：25.19 万元	净资产：24.89 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.01 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（二十一）成都淞本家餐饮管理有限公司

关联关系	发行人实际控制人童毅之配偶吴远丽出资比例 30%.	
报告期内（至今）经营范围	餐饮管理；销售：预包装食品；餐饮服务。（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）。	
报告期内（至今）实际经营业务	其主要经营餐饮管理。	
2016 年	总资产：20.46 万元	净资产：20.41 万元
	营业收入：11.26 万元	净利润：0.86 万元
	前五大客户：均为零星个人	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：18.02 万元	净资产：18.02 万元
	营业收入：12.73 万元	净利润：-2.39 万元
	前五大客户：均为零星个人	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：14.98 万元	净资产：14.98 万元
	营业收入：8.19 万元	净利润：-3.04 万元
	前五大客户：均为零星个人	
	前五大供应商：无	

（二十二）重庆萌次元科技有限公司

关联关系	发行人实际控制人童毅之配偶吴远丽出资比例 39.52%.	
报告期内（至今）经营范围	2016 年 1 月 1 日至 2019 年 4 月 17 日：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）。 2019 年 4 月 18 日至今：集成电路技术研发。（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）。	
报告期内（至今）实际经营业务	其拟经营集成电路技术研发，目前尚未实际开展经营。	
2016 年	总资产：0.35 万元	净资产：-6.15 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-9.27 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：0.35 万元	净资产：-9.15 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-3.00 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

2018 年	总资产：0.28 万元	净资产：-9.22 万元
	营业收入：0 万元	净利润：-0.07 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

（二十三）重庆我爱车电子商务有限公司——已注销

关联关系	曾为同趣控股的控股子公司（持股比例 95%），已于 2019 年 2 月 20 日完成注销	
注销前经营范围	利用互联网销售：日用百货、包装材料（国家有专项管理规定的除外）、鲜花、电子产品（不含电子出版物）、工艺美术品、皮革制品、服装、鞋帽、玩具、钟表眼镜及配件（不含软性角膜接触镜及护理用液）、文教用品、照相器材、体育用品、家具、家用电器、电脑及配件、汽车零配件、汽车装饰品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	
实际经营业务	报告期内无实际经营。	
2016 年	总资产：97.85 万元	净资产：97.85 万元
	营业收入 0 万元	净利润：-1.02 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2017 年	总资产：97.87 万元	净资产：97.87 万元
	营业收入 0 万元	净利润：0.02 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	
2018 年	总资产：0 万元	净资产：0 万元
	营业收入：0 万元	净利润：0 万元
	前五大客户：无	
	前五大供应商：无	

虽然上述企业在实际经营业务、客户及潜在客户、目标市场等方面均与博拉网络存在明显差异，实质无竞争，但为彻底消除潜在同业竞争情形，控股股东、实际控制人已通过变更相关公司的经营范围、注销尚未开展实质性经营业务的相关公司的方式，以此彻底解决了潜在同业竞争问题。

综上，发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制或存在重大影响的其他企业（包括报告期内注销或转让的企业），其经营范围与实际主营业务，均不存在与发行人从事相同或相似业务的情况；其技术、主要客户（服务对象）、主要供应商与发行人均不存在重叠情况。

经核查，发行人控股股东重庆同趣控股有限公司、发行人间接控股股东海奇天已于 2019 年 3 月 2 日分别出具《避免同业竞争承诺函》；发行人实际控制人童毅、配偶吴远丽已于 2019 年 2 月 21 日分别出具《避免同业竞争承诺函》。

综上所述，截至本问询函回复出具日，发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制或存在重大影响的其他企业（包括报告期内注销或转让的企业）与

发行人不存在同业竞争的情形。

三、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、报告期内，同趣控股与发行人之间不存在客户和供应商重合的情况；

2、“我爱车”网站在 2016 年 3 月出售（2016 年 5 月完成过户）之前，同趣控股与发行人之间存在潜在同业竞争情况，该等情况已通过出售彻底解决；除此以外，报告期内，同趣控股以及所控制的企业与发行人之间不存在同业竞争的情况；

3、发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制或存在重大影响的其他企业（包括报告期内注销或转让的企业）与发行人不存在同业竞争的情形。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为：

1、报告期内，同趣控股与发行人之间不存在客户和供应商重合的情况；

2、“我爱车”网站在 2016 年 3 月出售（2016 年 5 月完成过户）之前，同趣控股与发行人之间存在潜在同业竞争情况，该等情况已通过出售彻底解决；除此以外，报告期内，同趣控股以及所控制的企业与发行人之间不存在同业竞争的情况；

3、截至本补充法律意见书出具日，发行人控股股东、实际控制人及其近亲属控制或存在重大影响的其他企业与发行人不存在同业竞争的情形。

问题 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

上述内容，已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人分公司及控股、参股公司情况”中补充披露如下：

截至本招股说明书签署之日，本公司共计有十家全资或控股子公司，具体情况如下（以下子公司最近一年的主要财务数据均经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计）：

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用整体解决方案	主营业务的重要板块之一	50.00	重庆及西南地区
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

上述内容，已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人分公司及控股、参股公司情况”中补充披露如下：

（3）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：

序号	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**
1	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。**
2	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	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**

							2301 号	**在明显的协同发展关系。**
3	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。**
4	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
5	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

……

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；平面设计；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**
资产	**20.12**
所有者权益	**19.82**
营业收入	**0**
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

上述内容，已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况”中补充披露如下：

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	0	（在同趣控股领取薪酬）**492,000.00**
龙峰	法定代表人、董事、总经理	470,000.00	**0**
黎健艺	董事、董事会秘书、副总经理	340,000.00	**0**
王梦	董事	0	**0**
曹靖	独立董事	60,000.00	**0**

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）**
刘可	独立董事	60,000.00	**0**
彭涛	独立董事	60,000.00	**0**
韩建	监事会主席	0	（在同趣控股领取薪酬）**236,000.00**
黄英	监事	0	**0**
江渝	职工代表监事	109,240.00	**0**
石正磊	副总经理	312,000.00	**0**
徐琦峰	副总经理	390,000.00	**0**
张花丽	财务负责人	290,000.00	**0**
沈敏	大数据平台研发部技术总监	180,000.00	**0**
周波依	项目开发部技术总监	263,700.00	**0**
罗磊	项目开发部技术副总监	230,180.00	**0**
郑磊	项目开发部技术副总监	228,800.00	**0**
谭利辉	创新产品研发部技术总监	222,463.83	**0**

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。

五、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、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。

2、发行人的招股说明书符合《格式准则》等规定。

（二）申报会计师的核查意见

经核查，申报会计师认为：

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。

（三）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为，截至本补充法律意见书出具日：

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。

问题 12

发行人曾经申报创业板首发上市，但 2017 年审核结果为未通过发审会。

请发行人说明：（1）前次申报的简要过程，发审会涉及的主要问题及整改落实情况；（2）前次申报以来相关证券服务机构及其签字人员是否发生变更，如果发生变更，请说明变更的原因；（3）本次申报和前次申报的信息披露差异情况，会计调整事项是否符合《企业会计准则》的规定。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、前次申报的简要过程

2016 年 4 月，发行人向中国证监会提交了前次首次公开发行股票并在创业板上市申请。

2017 年 11 月 29 日，中国证监会第十七届发行审核委员会举行第十七届发审委 2017 年第 56 次工作会议，依法对公司的前次首次公开发行股票并在创业板上市申请进行了审核，未通过发行人前次首次公开发行股票并在创业板上市的申请。

2018 年 4 月 4 日，中国证监会作出不予核准发行人前次首次公开发行股票并在创业板上市申请的决定（证监许可〔2018〕606 号）。

二、发审会涉及的主要问题及整改落实情况

（一）发审会涉及的主要问题

发行人创业板 IPO 发审会审核时所涉及的报告期是 2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月。根据中国证监会《关于不予核准博拉网络股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请的决定》（证监许可〔2018〕606

号），发审会否决意见如下：

“报告期内，你公司净资产收益率（加权平均）持续下降，报告期末应收账款占收入比重大幅增长，你公司报送的《首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报稿）》未能清晰、充分地披露净资产收益率（加权平均）持续下降和报告期末应收账款占收入比重大幅增长的原因以及上述事项对公司持续盈利能力的影响。

鉴于上述情形，发审委认为，你公司信息披露不够准确，不符合《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》（证监会令 123 号）第三十一条的规定。”

（二）发审会涉及的主要问题的整改落实情况

1、净资产收益率（加权平均）持续下降

（1）2014 年-2017 年 6 月，发行人净资产收益率计算过程如下：

单位：元

编号	2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月		2016 年 12 月 31 日/2016 年度		2015 年 12 月 31 日/2015 年度		2014 年 12 月 31 日/2014 年度	
	扣非前	扣非后	扣非前	扣非后	扣非前	扣非后	扣非前	扣非后
P0	19,437,406.33	15,994,449.83	38,475,682.84	35,639,260.04	30,544,916.62	29,269,283.23	17,584,229.80	18,812,747.51
NP	19,437,406.33	19,437,406.33	38,475,682.84	38,475,682.84	30,544,916.62	30,544,916.62	17,584,229.80	17,584,229.80
E0	215,974,314.34	215,974,314.34	180,482,971.12	180,482,971.12	72,032,549.80	72,032,549.80	17,948,915.10	17,948,915.10
Ei	—	—	5,094.34	5,094.34	78,310,000.00	78,310,000.00	40,000,000.00	40,000,000.00
Mi	—	—	11.00	11.00	—	—	5.00	5.00
Ei	—	—	90,566.04	90,566.04	—	—	—	—
Mi	—	—	5.00	5.00	—	—	—	—
M0	6.00	6.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
Ei×Mi÷M0	—	—	42,405.66	42,405.66	—	—	16,666,666.67	16,666,666.67
Ej	5,280,000.00	5,280,000.00	3,080,000.00	3,080,000.00	—	—	—	—
Mj	1.00	1.00	9.00	9.00	—	—	—	—
M0	6.00	6.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
Ej×Mj÷M0	880,000.00	880,000.00	2,310,000.00	2,310,000.00	—	—	—	—
Ek	1,074,272.69	1,074,272.69	—	—	—	—	—	—
Mk	3.00	3.00	—	—	—	—	—	—
M0	6.00	6.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
Ek×Mk÷M0	537,136.35	537,136.35	—	—	—	—	—	—
加权平均净资产	225,350,153.85	225,350,153.85	197,453,218.20	197,453,218.20	87,305,008.11	87,305,008.11	43,407,696.67	43,407,696.67
净资产收益率	8.63%	7.10%	19.49%	18.05%	34.99%	33.53%	40.51%	43.34%

计算公式：加权平均净资产收益率=P0/(E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0)

其中：

P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；

E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；

NP 为归属于公司普通股股东的净利润；

Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；

Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；

M0 为报告期月份数；

Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；

Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；

Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；

Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2）2014 年-2017 年 6 月，发行人净资产收益率呈下降趋势，具体如下：

项 目	2017 年 1-6 月	2016 年度	2015 年度	2014 年度
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	1,599.44	3,563.93	2,926.93	1,881.27
净资产收益率（加权平均）	8.63%	19.49%	34.99%	40.51%
扣除非经常性损益后净资产收益率（加权平均）	7.10%	18.05%	33.53%	43.34%

其中：2015 年扣非前和扣非后加权平均净资产收益率分别较 2014 年下降 13.63%和 22.63%，主要原因：2014 年，重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）、尤启明、重庆龙商股权投资管理有限公司向公司增资 4,000 万元。该增资根据《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》规定在计算 2014 年净资产收益率时，权数为 5 个月，但反映在 2015 年期初净资产中，导致净资产收益率下降。

2016 年扣非前和扣非后加权平均净资产收益率分别较 2015 年下降 44.30%和 46.17%，主要原因：2015 年 12 月，公司通过全国股份转让系统发行股票吸收投资 8,000 万元，扣除发行费用后增资净资产 7,831 万元。该增资根据《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》规定在计算 2015 年净资产收益率时，权数为 0，但反映在 2016 年期

初净资产中，导致净资产收益率大幅下降。

2014-2016 年，公司的盈利能力保持稳步上升，只是净资产增加幅度大于净利润增加幅度。

（3）2016 年-2018 年，发行人净资产收益率计算过程如下：

单位：元

编号	2018 年 12 月 31 日/2018 年度		2017 年 12 月 31 日/2017 年度		2016 年 12 月 31 日/2016 年度	
	扣非前	扣非后	扣非前	扣非后	扣非前	扣非后
P0	44,490,514.69	40,732,598.56	40,577,729.35	35,976,644.13	38,475,682.84	35,639,260.04
NP	44,490,514.69	44,490,514.69	40,577,729.35	40,577,729.35	38,475,682.84	38,475,682.84
E0	253,420,589.07	253,420,589.07	215,974,314.34	215,974,314.34	180,482,971.12	180,482,971.12
Ei	31,500,000.00	31,500,000.00	—	—	5,094.34	5,094.34
Mi	12.00	12.00	—	—	11.00	11.00
Ei	—	—	—	—	90,566.04	90,566.04
Mi	—	—	—	—	5.00	5.00
M0	12.00	12.00	—	—	12.00	12.00
Ei×Mi÷M0	—	—	—	—	42,405.66	42,405.66
Ej	2,640,000.00	2,640,000.00	5,280,000.00	5,280,000.00	3,080,000.00	3,080,000.00
Mj	6.00	6.00	1.00	1.00	9.00	9.00
M0	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
Ej×Mj÷M0	1,320,000.00	1,320,000.00	440,000.00	440,000.00	2,310,000.00	2,310,000.00
Ek	2,148,545.38	2,148,545.38	2,148,545.38	2,148,545.38	—	—
Mk	6.00	6.00	—	—	—	—
M0	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
Ek×Mk÷M0	1,074,272.69	1,074,272.69	—	—	—	—
加权平均净资产	275,420,119.11	275,420,119.11	235,823,179.02	235,823,179.02	197,453,218.20	197,453,218.20
净资产收益率	16.15%	14.79%	17.21%	15.26%	19.49%	18.05%

计算公式及说明参见前述 2014 年-2017 年 6 月净资产收益率计算过程相关说明。

（4）2016 年-2018 年，发行人净利润、净资产收益率指标如下：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	4,073.21	3,597.66	3,563.93
净资产收益率（加权平均）	16.15%	17.21%	19.49%
扣除非经常性损益后净资产收益率（加权平均）	14.79%	15.26%	18.05%

2016 年至 2018 年，发行人加权平均净资产收益率分别为 19.49%、17.21%、16.15%，出现一定幅度下滑，主要是由于报告期内净资产增加幅度大于净利润增加幅度，导致计算的加权平均净资产收益率出现下滑所致。

（5）净资产收益率持续下降对公司持续盈利能力的影响

尽管报告期内发行人净资产有较大幅度的增加，一定时期内会摊薄公司净资产收益率，但行业的市场机遇，叠加公司发行人自身的竞争优势，是发行人报告期内实现业务规模和经营业绩持续增长的主要因素，也将奠定发行人未来持续成长的基础。如果本次科创板上市能够获得成功，且募投项目能如期建成，将会促使公司的品牌形象、业务规模、技术实力、团队建设再上一个新的台阶，进而不断增强公司的持续盈利能力。

2、报告期末应收账款占收入比重大幅增长

（1）2014 年至 2017 年 1-6 月，应收账款余额大幅增长的原因

2014 年至 2017 年 1-6 月，公司收入及应收账款余额情况如下：

单位：万元，%

项目	2017 年 1-6 月/2017 年 6 月 30 日	2016 年 1-6 月/2016 年 6 月 30 日	2016 年度/2016 年 12 月 31 日	2015 年度/2015 年 12 月 31 日	2014 年度/2014 年 12 月 31 日
营业收入	7,882.76	6,390.51	15,951.55	11,605.15	7,721.23
应收账款余额	8,940.75	5,926.68	7,216.97	5,695.31	3,060.23
应收账款占收入比重	113.42%	92.74%	45.24%	49.08%	39.63%

2014 年至 2016 年的上半年（1-6 月）收入占全年收入的比重：

单位：万元

项目	合计	2016 年度	2015 年度	2014 年度
上半年收入	13,014.41	6,390.51	4,230.98	2,392.92
全年收入	35,277.93	15,951.55	11,605.15	7,721.23
上半年占全年比重	36.89%	40.06%	36.46%	30.99%

2017 年 6 月末（报告期末）应收账款占收入比重增大的主要原因如下：

1）1-6 月的收入数据仅为半年的数据，而且，由于公司经营具有季节性，

2014 年至 2016 年的上半年收入占全年收入的平均比重为 36.89%。

2）公司一季度的收入较少，上半年的收入主要体现在二季度。2017 年第一季度、第二季度分别实现收入 2,455.13 万元、5,427.63 万元。公司的账期一般为 1-6 个月，截至 2017 年 6 月 30 日，第二季度大部分收入形成的应收账款尚未到付款期，导致报告期末应收账款余额较大。

3）与去年同期比较，2017 年上半年的应收账款占收入比重为 113.42%，高于 2016 年上半年的应收账款占收入比重 92.74%，主要原因为：

①个别客户的付款期延长

东风裕隆汽车销售有限公司：截至 2017 年 6 月末，东风裕隆汽车销售有限公司应收账款余额 704.25 万元，其中包括 2016 年末余额 610.21 万元超期未付。主要原因系东风裕隆销售体系发生较大人事变动，持续半年多时间，导致造成相关费用审批工作受到影响，导致支付延误。目前该款项已结算完毕。

税友软件集团股份有限公司：截至 2017 年 6 月末，税友软件集团股份有限公司应收账款余额 280 万元。由于税友软件未及时收到最终客户重庆市地方税务局的相关款项，而按双方协议约定需在税友收到最终客户款项后才会支付公司相应合同款项，因而导致截至报告期末税友软件未支付发行人款项。目前该款项已结算完毕。

东风裕隆、税友软件超期应收账款的影响分析：

项目	2017 年 1-6 月/2017.06.30	东风裕隆、税友软件超期金额	剔除后金额	2016 年 1-6 月/2016.06.30
收入（万元）	7,882.76	—	7,882.76	6,390.51
应收账款余额（万元）	8,940.75	890.21	8,050.54	5,926.68
应收账款占收入比重	113.42%	—	102.13%	92.74%

②相较去年同期，公司 2017 年上半年新增大客户较多，如长安铃木（2017 年 6 月末应收账款余额 670.19 万元）、开米（2017 年 6 月末应收账款余额 419.02 万元）、东风雪铁龙（2017 年 6 月末应收账款余额 347.24 万元）等，这些客户均为大型企业，内部付款审批流程周期较长，2017 年上半年新增客户所确认的当期收入无法在 6 月末的时间节点完成回款，因而导致应收账款大幅增加。

客户选择服务商的标准是方案、技术、价格等，公司服务的主要客户均系

大型知名企业，服务费用结算的信用政策以客户对同类供应商制定的统一政策（客户拟定的合同范本）为准，公司作为乙方一般只能被动接受。

（2）2016 年至 2018 年，应收账款余额大幅增长的原因

1）报告期内，收入及应收账款余额增长情况如下：

项目	2018 年度/2018 年 12 月 31 日	2017 年度/2017 年 12 月 31 日	2016 年度/2016 年 12 月 31 日
收入（万元）	30,677.68	17,964.07	15,951.55
应收账款余额（万元）	18,424.95	11,757.02	7,216.97
应收账款占收入比重	60.06%	65.45%	45.24%

报告期内，应收账款增长与公司业务发展相匹配，期末余额逐年增加，占收入的比重上升至 2018 年的 60.06%。报告期内，应收账款占收入的比重的变动主要受行业竞争、客户性质、公司应收账款管理等因素的影响：其一，随着互联网营销行业方兴未艾，行业内竞争日益加剧。其二，公司服务的客户多为国内外知名品牌企业，其付款的审核流程较长，是造成回款较慢的主要原因之一。其三，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加强收款力度，目前尚未出现客户违约现象。公司 2018 年新增部分大客户，如比亚迪、阳狮广告等，账龄多为一年以内，且大客户均系信用较好的企业，由于客户进行项目验收和付款的周期较长，故造成应收账款占收入比重增加。

报告期内，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。

2）报告期内应收账款和同行业对比

报告期内，发行人与同行业上市公司应收账款余额及增长率对比如下：

2016-12-31					
指标名称	宣亚国际	利欧股份	科达股份	蓝色光标	腾信股份
应收账款（万元）	15,422.82	281,208.97	191,754.80	503,122.33	49,160.81
同比增长率（%）	45.77	42.91	40.43	41.82	-31.69
2017-12-31					
指标名称	宣亚国际	利欧股份	科达股份	蓝色光标	腾信股份
应收账款（万元）	25,369.47	423,890.48	291,155.37	609,871.88	71,193.91
同比增长率（%）	64.49	50.74	51.84	21.22	44.82
2018-12-31					
指标名称	宣亚国际	利欧股份	科达股份	蓝色光标	腾信股份
应收账款（万元）	14,054.02	447,173.05	375,328.14	599,744.58	40,763.97

同比增长率（%）	-44.60	5.49	28.91	-1.66	-42.74

从上表可知，报告期内，同行业上市公司中，除宣亚国际和腾信股份外（宣亚国际 2018 年营业收入下滑导致应收账款下降；腾信股份 2016 年、2018 年营业收入下滑导致应收账款下降），应收账款余额均保持较大增长，与发行人的实际情况比较吻合。

（5）报告期末应收账款占收入比重大幅增长对公司持续盈利能力的影响

项目	2018 年度/2018 年 12 月 31 日	2017 年度/2017 年 12 月 31 日	2016 年度/2016 年 12 月 31 日
收入（万元）	30,677.68	17,964.07	15,951.55
归属于母公司股东的净利润（万元）	4,449.05	4,057.77	3,847.57
应收账款余额（万元）	18,424.95	11,757.02	7,216.97

从上表可知，报告期内，公司应收账款余额伴随收入的稳定增长而增长，也带来盈利能力的不断提升。但应收账款余额较大，主要是由于公司服务的主要客户均系大型知名企业，存在部分客户因内部审批、结算流程较长而不能按合同约定期限及时回款的情形。同时，由于回款周期较长，也导致公司报告期内经营活动产生的现金流量净额逐年下滑并由正转负，对公司的资金流转情况造成一定程度的影响。

报告期各期末，公司 80%以上的应收账款账龄在 1 年以内，且客户大多为各行业龙头企业，信誉良好、支付能力强，应收账款总体回收风险可控。未来，随着公司业务规模的持续扩大，应收账款规模预计仍将保持相应的增长，如果公司不能妥善管理资金回笼，将面临如下的财务风险：第一，坏账准备计提金额有可能进一步提高，影响当期经营业绩；第二，应收账款周转率下降，导致公司营运资金周转压力可能进一步增加；第三，如果出现客户违约，则不排除形成坏账损失的风险。

此外，有关应收账款的其他情况请参见本问询函回复“问题 38”中的相关分析说明。

三、前次申报以来相关证券服务机构及其签字人员是否发生变更，如果发生变更，请说明变更的原因

发行人前次申报以来相关证券服务机构及其签字人员的变化情况及原因如下：

证券服务机构	前次申报	本次申报	是否变更及变更原因
保荐机构（主承销商）	申万宏源证券承销保荐有限责任公司	申万宏源证券承销保荐有限责任公司	未变更
	保荐代表人： 童筝、任俊杰	保荐代表人： 童筝、任俊杰	
	协办人：申冬辉	协办人：申冬辉	
发行人律师	国浩律师（上海）事务所	北京德恒律师事务所	发行人律师变更系发行人与中介机构自主、友好协商的结果，主要考虑属地服务的便利性和及时性
	经办律师： 秦桂森、汤荣龙	经办律师： 徐建军、廖俊	
申报会计师	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	未变更
	经办注册会计师： 唐湘衡、袁丁	经办注册会计师： 唐湘衡、袁丁	
资产评估机构	银信资产评估有限公司	重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司	前次资产评估机构被立案调查，本次重新聘请资产评估机构
	经办评估师： 徐铁军、陈美蓉	经办评估师： 柏露、何春明	

四、本次申报和前次申报的信息披露差异情况，会计调整事项是否符合《企业会计准则》的规定

通过对比发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌期间、创业板申报审核期间披露的招股说明书的相关信息与本次向上交所递交的首次公开发行股票并在科创板上市申请文件所披露的内容，发行人披露的信息存在以下方面的差异：

（一）财务信息部分

发行人 2015 年 9 月在全国中小企业股份转让系统挂牌时公告文件所涉及的报告期是 2013 年、2014 年和 2015 年 1-5 月，在持续督导期间公告文件所涉及的年度报告报告期是 2015 年和 2016 年。发行人创业板 IPO 申报文件所涉及的报告期是 2013 年、2014 年、2015 年、2016 年和 2017 年 1-6 月。发行人本次发行涉及的报告期是 2016 年、2017 年和 2018 年。

1、会计差错调整

（1）研发支出会计处理

发行人在创业板 IPO 审核期间就研发支出的会计处理对 2014 年年度报告、2015 年年度报告、2016 年年度报告和 2017 年半年度报告部分信息披露与公司实际情况存在差异，并就相关信息披露差异情况在向证监会报送的创业板首次公开发行股票招股说明书（申报稿 2017 年 9 月 29 日报送）进行了说明。

经全国中小企业股份转让系统（股转系统函【2017】5467 号）同意，自 2017 年 9 月 18 日起，公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌。由于发行人在创业板 IPO 审核期间进行会计差错调整时，已在全国中小企业股份转让系统终止挂牌，因此发行人未在全国中小企业股份转让系统进行信息更正补充披露。

会计差错调整的具体情况如下：

公司将研发支出区分为研究阶段和开发阶段，并于前期将进入开发阶段的研发项目进行了资本化。根据企业会计准则及谨慎性考虑，公司对报告期原资本化的项目进行了费用化处理。上述调整对各期的财务数据影响如下：

1）2014 年 12 月 31 日/2014 年度

单位：元

科　目	调整前	调整后	差异
无形资产	—	—	—
开发支出	5,088,821.92	—	-5,088,821.92
递延所得税资产	219,211.80	971,077.52	751,865.72
资产总计	86,122,644.13	81,785,687.93	-4,336,956.20
应交税费	4,522,107.29	4,209,903.43	-312,203.86
负债合计	9,858,371.40	9,546,167.54	-312,203.86
盈余公积	3,315,544.00	3,138,628.48	-176,915.52
未分配利润	17,897,755.46	14,060,759.00	-3,836,996.46
归属于母公司所有者权益合计	76,046,461.78	72,032,549.80	-4,013,911.98
少数股东权益	217,810.95	206,970.59	-10,840.36
所有者权益合计	76,264,272.73	72,239,520.39	-4,024,752.34
管理费用	11,119,996.79	16,208,818.71	5,088,821.92
所得税费用	3,929,173.46	2,865,103.88	-1,064,069.58
净利润	21,578,739.65	17,553,987.31	-4,024,752.34
归属于母公司所有者的净利润	21,598,141.78	17,584,229.80	-4,013,911.98
少数股东损益	-19,402.13	-30,242.49	-10,840.36

2）2015 年 12 月 31 日/2015 年度

单位：元

科　目	调整前	调整后	差异
无形资产	4,286,041.02	—	-4,286,041.02
开发支出	2,415,538.96	—	-2,415,538.96
递延所得税资产	1,924,203.08	2,610,645.26	686,442.18
资产总计	199,776,532.95	193,761,395.15	-6,015,137.80
应交税费	5,002,352.44	4,408,980.75	-593,371.69

负债合计	13,547,120.32	12,953,748.63	-593,371.69
盈余公积	2,500,991.14	2,164,747.18	-336,243.96
未分配利润	14,301,108.54	9,226,426.75	-5,074,681.79
归属于母公司所有者权益合计	185,893,896.87	180,482,971.12	-5,410,925.75
少数股东权益	335,515.76	324,675.40	-10,840.36
所有者权益合计	186,229,412.63	180,807,646.52	-5,421,766.11
管理费用	18,125,317.53	19,738,075.59	1,612,758.06
所得税费用	3,044,608.43	2,828,864.14	-215,744.29
净利润	31,049,602.45	29,652,588.68	-1,397,013.77
归属于母公司所有者的净利润	31,941,930.39	30,544,916.62	-1,397,013.77
少数股东损益	-892,327.94	-892,327.94	—

3）2016 年 12 月 31 日/2016 年度

单位：元

科　目	调整前	调整后	差异
无形资产	12,092,505.98	4,656,254.72	-7,436,251.26
开发支出	—	—	—
递延所得税资产	1,326,730.50	1,937,986.11	611,255.61
资产总计	237,604,143.39	230,779,147.74	-6,824,995.65
应交税费	4,163,451.98	3,414,767.66	-748,684.32
负债合计	14,826,887.83	14,078,203.51	-748,684.32
盈余公积	3,280,785.35	2,856,530.89	-424,254.46
未分配利润	49,571,542.39	43,930,325.88	-5,641,216.51
归属于母公司所有者权益合计	222,039,785.31	215,974,314.34	-6,065,470.97
少数股东权益	737,470.25	726,629.89	-10,840.36
所有者权益合计	222,777,255.56	216,700,944.23	-6,076,311.33
管理费用	25,337,524.23	26,072,195.51	734,671.28
所得税费用	6,608,884.36	6,528,758.30	-80,126.06
净利润	39,287,418.00	38,632,872.78	-654,545.22
归属于母公司所有者的净利润	39,130,228.06	38,475,682.84	-654,545.22
少数股东损益	157,189.94	157,189.94	—

4）2017 年 6 月 30 日/2017 年 1-6 月

单位：元

科　目	调整前	调整后	差异
无形资产	11,416,494.56	4,407,000.02	-7,009,494.54
开发支出	—	—	—
递延所得税资产	1,721,894.05	2,295,556.37	573,662.32
资产总计	251,536,022.15	245,100,189.93	-6,435,832.22
应交税费	5,321,821.62	4,531,679.76	-790,141.86

负债合计	14,182,080.27	13,391,938.41	-790,141.86
盈余公积	3,280,785.35	2,856,530.89	-424,254.46
未分配利润	63,298,327.75	58,087,732.21	-5,210,595.54
归属于母公司所有者权益合计	236,840,843.36	231,205,993.36	-5,634,850.00
少数股东权益	513,098.52	502,258.16	-10,840.36
所有者权益合计	237,353,941.88	231,708,251.52	-5,645,690.36
管理费用	14,216,301.06	13,789,544.34	-426,756.72
所得税费用	2,519,038.41	2,515,174.16	-3,864.25
净利润	18,782,413.63	19,213,034.60	430,620.97
归属于母公司所有者的净利润	19,006,785.36	19,437,406.33	430,620.97
少数股东损益	-224,371.73	-224,371.73	—

（2）现金流量表差异

单位：元

项目	年份	前次披露的数据	本次披露数据	差异	调整原因
购买商品、接受劳务支付的现金	2016 年	48,050,097.58	44,923,577.55	-3,126,520.03	调整职工薪酬和税费影响
支付给职工以及为职工支付的现金	2016 年	48,742,972.81	51,594,268.00	2,851,295.19	调整职工薪酬和税费影响
支付的各项税费	2016 年	12,505,071.68	12,780,296.52	275,224.84	调整职工薪酬和税费影响
合计		**109,298,142.07**	**109,298,142.07**	—	

（3）期间费用明细差异

1）2016 年管理费用明细差异

单位：元

项目	前次 2016 年披露	本次披露数据	差异	调整原因
职工薪酬	5,879,374.03	5,879,374.03	—	
租赁费	1,760,278.67	1,760,278.67	—	
长期待摊费用摊销	—	287,667.73	287,667.73	之前汇总在其他费用披露
咨询顾问费	1,607,176.24	1,607,176.24	—	
折旧费	—	276,501.12	276,501.12	之前汇总在其他费用披露
办公费	1,139,645.52	1,136,258.88	-3,386.64	统计有误
无形资产摊销	328,839.62	328,839.62	—	
差旅交通费	414,199.38	414,199.38	—	

物业费用（含水电气费、物管费）	—	62,648.41	62,648.41	之前汇总在其他费用披露
会议费	—	300,508.36	300,508.36	
业务招待费	—	89,697.83	89,697.83	
董事会费	—	165,000.00	165,000.00	
税费	—	72,629.69	72,629.69	
其他费用	1,355,599.10	104,332.60	-1,251,266.50	
合计	**12,485,112.56**	**12,485,112.56**	—	

2）2016 年销售费用明细差异

单位：元

项目	前次 2016 年披露	本次披露数据	差异	调整原因
职工薪酬	8,630,548.43	8,630,548.43	—	
租赁费	3,165,776.38	3,199,611.88	33,835.50	统计有误
差旅费	1,483,175.92	1,483,175.92	—	
交通及通信费	1,126,711.32	1,126,711.32	—	
办公费	1,854,961.69	1,619,600.26	-235,361.43	统计有误
长期待摊费用摊销	—	235,361.43	235,361.43	之前汇总在其他费用披露
广告宣传费	431,933.33	431,933.33	—	
会议费	128,045.87	128,045.87	—	
折旧费	—	121,225.26	121,225.26	之前汇总在其他费用披露
物业费用（含水电气费、物管费）	—	250,258.04	250,258.04	
业务招待费	—	622,868.01	622,868.01	
其他费用	1,900,446.57	872,259.76	-1,028,186.81	
合计	**18,721,599.51**	**18,721,599.51**	**—**	

2、会计政策调整

由于会计政策的影响导致本次发行申请文件与全国中小企业股份转让系统挂牌期间、创业板申报审核期间的信息披露内容有差异，具体如下：

（1）2016 年

执行《增值税会计处理规定》

财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》（财会[2016]22 号），适用于 2016 年 5 月 1 日起发生的相关交易。公司执行该规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
（1）将利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。	税金及附加

（2）将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目，2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。	调增税金及附加 2016 年金额 49,010.18 元，调减管理费用 2016 年金额 49,010.18 元。
（3）将“应交税费”科目下的“应交增值税”、“未交增值税”、“待抵扣进项税额”、“待认证进项税额”、“增值税留抵税额”等明细科目的借方余额从“应交税费”项目重分类至“其他流动资产”（或“其他非流动资产”）项目。比较数据不予调整。	调增其他流动资产 2016 年期末余额 526,536.22 元，调减应交税费 2016 年期末余额 526,536.22 元。

（2）2017 年

执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》、《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》。

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于 2017 年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于 2017 年度的财务报表。

公司执行上述三项规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
（1）在利润表中分别列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”。比较数据相应调整。	列示持续经营净利润 2017 年金额 40,552,676.25 元，2016 年金额 38,632,872.78元。
（2）与公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。比较数据不调整。	调增2017年其他收益4,033,617.95元，调减 2017 年营业外收入 4,033,617.95 元。

（3）2018 年

财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2018）15 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
（1）资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”；“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”，2018 年金额 189,210,916.73 元，2017 年金额 116,662,134.21 元，2016 年金额 77,855,403.73 元； “应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”，2018 年金额 5,975,996.90 元，2017 年金额 4,087,431.51 元，2016 年金额 3,121,039.61 元；
（2）在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	调减“管理费用”2018 年金额 13,824,042.27 元，2017 年金额 15,710,525.19 元，2016 年金额 13,587,082.95 元，重分类至“研发费用”。
（3）所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。比较数据相应调整。	公司执行该准则对公司本年报表无影响。

综上，除了上述会计差错和会计政策变更的影响外，发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌期间、创业板申报审核期间其他会计财务相关披露信息与本次发行申报文件提供的信息不存在差异。上述会计调整事项符合《企业会计准则》及相关文件的规定。

（二）非财务信息部分

发行人在本次发行申报文件中按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 42 号——首次公开发行股票并在科创板上市申请文件》、《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》等的要求，全面、系统地对发行人进行了信息披露。本次发行上市申请文件与全国中小企业股份转让系统挂牌期间、创业板申报审核期间信息披露文件中的非财务信息部分主要差异情况如下：

内容	全国中小企业股份转让系统披露文件	创业板披露文件	本次申请披露文件	差异原因
发行方案	不涉及	1、无超额配售权安排 2、无保荐机构参与战略配售安排	1、有超额配售权安排 2、有保荐机构参与战略配售安排	发行人因科创板制度所作出的相应安排
风险因素	公开转让说明书中披露了“技术替代”、“人才流失”等风险因素	增加披露了“侵犯个人隐私权的潜在法律风险”、“产业政策风险”等风险因素	对风险因素进行了相应增减	更加系统、充分地披露公司风险因素
募投项目	不涉及	募投总额为 31,958.81 万元	募投总额为 50,484.88 万元，且募投项目有变化	主要因发行人经营情况和未来战略的变化而导致

				募投总额增加及募投项目变化
股权变动及股权结构	披露至公开转让说明书签署日的股权变动情况及股权结构	披露至 2017 年 9 月 29 日创业板招股说明书签署日股权变动情况及股权结构	披露至 2019 年 4 月 19 日科创板招股说明书股权签署日变动情况及股权结构	根据发行人于前次创业板否决后的股权变动情况进行补充披露
重大资产重组情况	2014 年以来发行人先后直接完成了对重庆博聚智海电子商务有限公司 99%股权、北京博拉广告传媒有限公司 99%股权、重庆博拉智略科技有限公司 99%股权、成都网客广告传媒有限公司 99%股权的收购	新增 2015 年 12 月发行人完成了对重庆博聚智海电子商务有限公司 1%股权、北京博拉广告传媒有限公司 1%股权、重庆博拉智略科技有限公司 1%股权、成都网客广告传媒有限公司 1%股权的收购。 新增北京博拉出让北京耀途 51%的股权	未披露	科创板披露准则要求披露报告期内重大资产重组情况，该等重组发生在报告期外，且不属于重大资产重组
下属企业情况	披露至公开转让说明书签署日的子公司情况	新增子公司重庆赢盛达科技有限公司和天津星趣游科技有限公司的情况、参股公司重庆职学大伽信息技术咨询有限公司的情况	减少注销子公司上海网延文化传媒有限公司和天津星趣游科技有限公司的情况，新增子公司重庆聚企智业大数据有限公司和重庆赢睿达数字技术有限公司的情况、参股公司天津艺点意创科技有限公司的情况	根据发行人最新下属企业情况进行补充披露
主营业务产品结构	公司定位于国内领先的“互联网+”服务商和电子平台，服务主要包括基于互联网技术产品的 E2C 数字商业平台服务（数字营销 E-Marketing、电商服务 E-Commerce、电子会员 E-Club），数字媒体服务及数字技术开发服务	公司起步于互联网技术产品研发和运营，定位于国内领先的“互联网+”整体解决方案提供商。公司提供的 E2C 数字商业平台服务所具备的三大功能模块——整合数字营销（E-Marketing）、专业电商服务（E-Commerce）、电子会员服务（E-Club），通过数字商业服务、数字技术开发服务两类业务作为载体实现收入	公司是企业大数据服务提供商，基于自主研发的 E2C 数字商业大数据云平台，通过“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式，为企业客户提供技术开发服务和大数据应用服务。公司提供的企业大数据服务，根据服务类型主要分为技术开发服务和大数据应用服务两大类。2018 年按既定业务规划增加了数字媒体投放和电商业务二项业务收入	前次申报文件中的主营业务、业务模式与本次申报文件体现的主营业务、业务模式没有重大变化，主要是根据近两年来发行人技术发展重点突出了大数据方面相关内容和 2018 年新增的二项业务收入，更符合发行人业务的实际情况
发展战略	未披露	对公司未来三年的发展规划及措施进行了详尽披露	对公司未来三年的发展规划及措施进行了详尽披露	根据发行人最新情况进行修改披露
重大合同	披露至公开转让说明书签署日的重大合同情况	披露至 2017 年 9 月 29 日创业板招股说明书签署日重大合同情况	披露至 2019 年 4 月 19 日科创板招股说明书（申报稿）签署日重大合同情况	根据发行人最新签署合同情况进行披露

综上，除以上情况外，发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌期间、创业板申报审核期间其他非财务相关披露信息与本次发行申报文件提供的信息不存在重大差异。

五、核查方式和核查过程

1、查阅前次申报的相关文件，重点分析发审会否决意见和要求落实的主要问题，向发行人董秘黎健艺先生访谈了解前次申报的主要问题和落实情况，核查这些问题在本次申报期的解决情况；

2、分析两次申报材料相关证券服务机构及其签字人员差异情况，向发行人董秘黎健艺先生访谈了解两次申报证券服务机构及其签字人员变动的原因；

3、查阅发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌期间、创业板申报审核期间的信息披露内容，对比核查与本次发行申报文件之间是否存在差异。核查会计调整事项是否符合《企业会计准则》的规定。

六、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、前次申报发审会否决意见和要求落实的主要问题在本次申报期内已得到解决或充分披露，不构成本次发行的障碍；

2、前次申报以来相关证券服务机构及其签字人员部分发生变化，变动具有合理性；

3、发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌期间、创业板申报审核期间的信息披露情况与发行人的申报文件提供的信息存在部分差异，主要是会计差错调整、根据国家会计政策变更、不同挂牌及上市板块信息披露内容与格式准则的规定差异以及发行人实际情况发生变动等调整披露内容，不构成重大信息披露差异。相关会计调整事项符合《企业会计准则》的规定。

第二部分 关于发行人核心技术

问题 13

请发行人说明：（1）数字营销业务发展趋势与国家战略的匹配程度，对照《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》（以下简称《审核问答》）第九条说明公司是否符合科创板定位；（2）结合核心技术、产品结构、核心技术人员的科研能力、取得的研发进展及成果，说明发行人技术创新机制、后续技术储备及技术创新的情况；（3）前次申报文件中披露的核心技术、产品结构、科研能力、技术创新机制等相关信息与本次申报的信息披露对比情况，是否存在显著差异并说明原因。

请保荐机构核查上述事项并发表明确意见。

回复：

一、数字营销业务发展趋势与国家战略的匹配程度

“数字营销”即大数据用于精准营销，是国家政府层面明确定义的“大数据”应用之一。国务院《促进大数据发展行动纲要》（国发〔2015〕50 号）中的“专栏 5——工业和新兴产业大数据工程”中明确指出要发展“服务业大数据应用”，即利用大数据支持品牌建立、产品定位、精准营销、认证认可、质量诚信提升和定制服务等，研发面向服务业的大数据解决方案，扩大服务范围，增强服务能力，提升服务质量，鼓励创新商业模式、服务内容和服务形式。

发行人提供的服务，根据国家标准 GB/T 35274-2017《信息安全技术大数据服务安全能力要求》，属于“大数据应用服务”和大数据平台中的“服务组件”的定义范围，主要提供大数据在数字营销、电子商务、数字媒体投放、智慧园区等商业场景应用的技术开发和增值运营服务，大数据应用服务涉及应用场景和行业较多，目前发行人的大数据应用服务中涉及数字营销的收入占比较高，主要原因还是源于目前企业客户在当下阶段的普遍性刚需集中在营销这个商业应用场景。但随着企业数字化运营的持续发展，企业大数据服务会远超数字营销的概念，扩展到企业产品、销售、服务的各个环节，贯穿整个企业生命周期，是否掌握数据驱动的体系和方法成为企业必备的核心竞争力。

根据中国信息通信研究院发布的《中国大数据发展调查报告（2018 年）》显示，2017 年已经应用大数据的企业中，将大数据用于营销分析的企业占比最

高，达到 63.2%，与 2016 年相比上升了 1.5%。

在当前经济下行的大环境背景下，如何利用大数据技术有效帮助企业降低营销成本、提升精准营销效果和运营效率，通过数据化驱动为企业赋能，已成为广大实体企业普遍性的迫切需求，因此基于大数据技术的数字营销也是发行人重要的业务领域之一。

（一）数字营销是基于数据信息的营销手段

数字营销借助于互联网、电脑通信技术和数字交互式媒体、虚拟技术手段的出现而诞生，它是以互联网信息技术为基础的表现形式，是基于明确的数据库对象，通过数字化多媒体渠道，比如电话、短信、邮件、电子传真、网络平台等数字化媒体通道，实现营销精准化、营销效果可量化、数据化的一种高层次的营销活动。

数字营销是实现以消费者需求为核心的数字化体验创新，将传统营销进行在线化和智能化改造，是数字经济时代企业的主流营销方式和发展趋势。在数字经济时代，数字营销的出现促使企业改变商业模式和策略。企业如需要创造更多利润，必须就管理、生产制造和营销进行改变，而数字营销可以基于数据信息挖掘潜在客户、拓展市场，实现数据化营销，满足了企业数字化转型需求，因此日渐成为企业主流的营销方式。

（二）数字营销发展趋势

数字营销在中国虽然发展时间较短，但是市场规模不断扩大。根据赛迪顾问发布的《2019 年中国数字营销解决方案市场白皮书》预测，在中国宏观经济的下行、经济结构的转型升级、激烈的市场竞争等大背景下，2020 年中国数字营销市场规模将达到 818.20 亿元。

除了市场规模扩大，数字营销发展呈现出技术驱动特征：

1、服务企业的数据存储、管理、数据分析能等营销技术和数据能力愈发受重视。发行人通过“大数据+技术产品+应用服务”模式向企业提供技术开发服务和大数据应用服务，具体包括数据采集工具、多渠道数据整合平台、数据分析系统和数据管理和运营平台等，涵盖的服务领域包括数字营销、企业管理、电子商务、物联网等领域。如发行人为长虹开发的集客大数据分析平台，就是通过对用户行为、沟通和消费数据的分析，实现图像化的用户画像和关注图谱，

实现精准营销和潜客挖掘。另外，房地产大数据精准营销系统、支付宝春节集福卡大数据分析系统、车展数据管理分析系统等都是大数据在营销、集客管理方面的具体应用。

2、从单纯营销服务向数字化服务转型，推动企业内部运营、客户关系管理，并通过 SaaS 提供全链条解决方案。发行人在服务大型客户中积累研发的成熟技术软件形成了组件库，可根据新客户要求自定义安装使用，随着服务客户数量的增多和技术的成熟，组件库软件数量也在增加，形成了 SaaS 云平台的基础。下一步可基于该平台丰富软件类型和数量，如加入智能订单管理软件、生产管理工具、供应链管理软件等，面向中小企业提供完整的 end-and-end 解决方案。

3、程序化购买空间较大，程序化购买是基于自动化技术和数据进行广告投放，可降低人工成本、广告成本，提升购买效率和规模，随着人工智能、区块链等技术的应用，未来程序化购买市场将保持中高速稳健式增长。

（三）数字营销、大数据发展与国家发展战略相匹配

十九大报告提出：“推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合”。营销分析、客户分析、内部运营管理是目前企业大数据应用场景最多的领域。

根据中国信息通信研究院发布的《中国大数据发展调查报告（2018 年）》显示，2017 年已经应用大数据的企业中，用于营销分析的企业占比为 63.2%。以营销为切入，大数据向企业生产、管理、研发等环节延伸，系统性提高企业生产效率，真正实现智能化和数字化。

除此以外，近年来数字营销、大数据发展趋势在国家战略中的体现如下：

国务院《促进大数据发展行动纲要》（国发〔2015〕50 号）中的“专栏 5——工业和新兴产业大数据工程”中明确指出要发展“服务业大数据应用”，即利用大数据支持品牌建立、产品定位、精准营销、认证认可、质量诚信提升和定制服务等，研发面向服务业的大数据解决方案，扩大服务范围，增强服务能力，提升服务质量，鼓励创新商业模式、服务内容和服务形式。

国务院《促进大数据发展行动纲要》（国发〔2015〕50 号）提出，围绕全面推动我国大数据发展和应用，加快建设数据强国这一总体目标，确定三大重点任务：一是加快政府数据开放共享，推动资源整合，提升治理能力；二是推

动产业创新发展，培育新业态，助力经济转型；三是健全大数据安全保障体系，强化安全支撑，提高管理水平，促进健康发展。

国务院《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》（国发【2016】67 号）指出，实施网络强国战略，加快建设“数字中国”，推动物联网、云计算和人工智能等技术向各行业全面融合渗透，构建万物互联、融合创新、智能协同、安全可控的新一代信息技术产业体系。鼓励运用信息网络技术推动生产、管理和营销模式变革，重塑产业链、供应链、价值链、加快形成新的生产和流通交换模式。推动数字创意在电子商务、社交网络中的应用，发展虚拟现实购物、社交电商、“粉丝经济”等营销新模式。

工信部《关于印发大数据产业发展规划（2016-2020 年）》指出，推动大数据应用，加快传统产业数字化、智能化，做大做强数字经济，能够为我国经济转型发展提供新动力，为重塑国家竞争优势创造新机遇，为提升政府治理能力开辟新途径，是支撑国家战略的重要抓手。在总体目标方面，到 2020 年，技术先进、应用繁荣、保障有力的大数据产业体系基本形成。大数据相关产品和服务业务收入突破 1 万亿元，年均复合增长率保持 30%左右，加快建设数据强国，为实现制造强国和网络强国提供强大的产业支撑。

综上所述，发行人作为互联网、数字营销、大数据和实体企业深度融合的科技型企业，提供的以大数据应用为基础的数字营销服务主要服务对象为实体企业，满足实体企业逐步实现以数据为驱动力的数字化转型升级需求，顺应了企业转型升级需求，符合供给侧改革发展趋势。发行人将大数据、云计算、人工智能与数字营销结合，直接服务于中国经济高质量发展，符合国家战略定位，符合科创板定位。

二、对照《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》（以下简称《审核问答》）第九条说明公司是否符合科创板定位

（一）所处行业及其技术发展趋势与国家战略的匹配程度

具体情况请参见本问题、一的相关回复。

（二）企业拥有的核心技术在境内与境外发展水平中所处的位置

目前，大数据技术无论是在大数据文件系统、数据存储、大数据搜集、数据处理、查询引擎、分析和报告工具、调度与管理服务等方面均有大量开源工

具，已经构建了庞大和完整的大数据开源组件图谱。著名的大数据开源框架，例如批处理框架 Hadoop、流处理框架 Storm、混合框架 Spark 等已经被业内广泛使用。国内外大多数知名数字经济企业如谷歌、IBM、Oracle、英特尔，Adobe、Facebook、Twitter、华为等均明确支持，并且大量使用开源技术框架，在开源基础上开发大量自有产品和应用功能。在国内的大数据及互联网企业，包括阿里、百度、腾讯、360 等均全面采用开源大数据技术框架进行数据处理和产品开发，共享大数据知识成果。

由此，大数据行业领域和权威专家学者也都普遍认为，在开源的生态环境中，大数据企业如何拥有自己的核心技术和竞争力，关键在于理解、掌握开源代码，能优化提升现有数据处理工具的效率和处理范围，能更合理的使用开源基础来解决实际的应用问题，能为行业和客户提供满足其需求的大数据工具和应用服务。“大数据没有应用场景（目的）就没有价值”，大数据已应用到企业经营的各个环节，其中决策支持、效率提升和精准营销三项为最主要、也是最广泛的应用方向，这也需要大数据服务商能够提供高度融合的行业应用产品，将大数据技术落地和产生实际应用价值。

发行人以互联网和大数据技术起家，技术是发行人的核心竞争优势。发行人管理和技术核心系奇虎网（类似“今日头条”APP 的搜索聚合应用模式）原始创业团队，拥有深厚的互联网产品技术底蕴，在搜索引擎、数据采集和分析、挖掘技术方面积累了丰富的经验和技术实力，为公司以大数据为核心的技术产品研发和创新奠定了基础。

发行人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，进一步升级了主要的技术和产品体系，开发了独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，推出了“数据+智能技术+场景”三位一体的应用模式，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。

发行人已拥有自主研发的高新技术产品 3 项；原始取得的软件著作权 89 项；拥有和正在申请的大数据及相关发明专利 47 项。

有关发行人技术先进性的相关具体描述，请参见本问询函回复“问题 14”。

（三）核心竞争力及其科技创新水平的具体表征，如获得的专业资质和重要奖项、核心技术人员的科研能力、科研资金的投入情况、取得的研发进展及其成果等

1、获得的专业资质和重要奖项

报告期内，公司研发团队取得的科研成果体现为公司的核心技术产品，该等技术成果也斩获了国内行业权威机构颁发的多项荣誉，详情招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况”之“（五）、1、发行人的市场地位以及报告期内的变化情况”。

自科创板招股说明书披露日至本问询函回复出具日，发行人主要新增如下三项奖项：

编号	奖项名称	颁发单位
1	2019 中国国际大数据产业博览会（数博会）-2019 领先科技成果“优秀项目”	中国国际大数据产业博览会组委会
2	2019 中国云计算和物联网大会-2019 中国云计算/大数据及物联网影响力企业奖	2019 中国云计算和物联网大会组委会、中国电子学会
3	中国创业企业新苗榜-年度科创企业	证券时报社

2019 年 5 月 26 日，2019 中国国际大数据产业博览会（数博会）领先科技成果在贵阳发布。其中，发行人凭借长安乘用车经销商网上云店系统，获得领先科技成果优秀项目奖。该系统集云计算技术、大数据、社交媒体运营、VR 技术和数字营销为一体，为传统企业打造了云端上的销售新渠道，帮助企业实现了数据和平台的统一管理，解决了线上线下业务链接问题。

该奖项具备较强的权威性，表明公司在布局大数据产业，将大数据应用于精准营销、电子商务和数字商业等领域取得的成果获得了行业认可。

2、核心技术人员的科研能力、科研资金的投入情况、取得的研发进展及其成果

发行人的核心团队均为技术出身，拥有丰富的数字技术和产品研发经验。

在十余年发展中，发行人以创始团队为依托不断引进研发技术人员，截至 2018 年 12 月 31 日拥有研发技术人员 173 名，占员工总数的近 40%。此外，发行人还通过产学研合作“借力”外部科研能力，并通过承担地方或国家关键技术项目研发保证技术的领先。

发行人拥有自主研发的高新技术产品 3 项，原始取得软件著作权 89 项，拥有和正在申请的大数据及相关发明专利 47 项。公司通过对软件和产品模块组装应用，构建完善了 E2C 平台，向企业提供数字营销、电子商务、客户关系管理、智慧园区、媒体投放等服务，并实现营收和利润规模持续增长，具有较强成长性。

有关核心技术人员的科研能力、取得的研发进展及其成果详情，请参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、核心技术和研发”和本问询函回复“问题 13、三”。

（四）保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的具体安排

发行人具有保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的具体安排，请参见本问询函回复“问题 13、三”。

（五）依靠核心技术开展生产经营的实际情况等

自成立以来，发行人以市场、实体企业需求为导向驱动技术创新，再以技术输出、平台、系统等形式推动企业数字化，在技术应用广度（如广告数据监测、数据分析、客户关系管理、物联网等内容）和深度（如数据采集、清洗、分析等方面）上具备丰富的经验沉淀，有效地链接企业客户的营销、客户管理、内部运营、数字资产建立、技术升级等需求，形成较为稳定的长期合作关系，而客户关系的黏性正是建立在公司技术驱动的运营模式基础上。

发行人为实体企业提供“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，发行人的核心技术产品服务是综合利用、有机结合、相辅相成的，从而体现发行人大数据整体解决方案服务商的定位。

在十余年发展过程中，发行人不断扩大服务客户类型和规模，涉及行业包

括汽车、快消、家电数码、流通业、互联网游戏行业等等，服务区域延展到全国市场，逐渐形成全国性布局。发行人还不断磨合软件产品，根据市场需要实现技术创新，反过来又投入企业服务中心，实现技术成果与收入的良性发展。

报告期内，发行人核心技术产品服务收入占主营业务收入的比例均为 100%。

综上，对照《审核问答》第九条，公司符合科创板定位要求。

三、结合核心技术、产品结构、核心技术人员的科研能力、取得的研发进展及成果，说明发行人技术创新机制、后续技术储备及技术创新的情况

（一）发行人核心技术、产品结构、核心技术人员的科研能力、取得的研发进展及成果的对应关系如下表：

<table>
<tr><th rowspan="2">核心技术</th><th rowspan="2">主要服务或产品</th><th rowspan="2">对应的核心技术人员及科研能力</th><th colspan="2">研发进展及成果</th></tr>
<tr><th>对应的相关发明专利（21项）
（3项已获得，18项均已受理审查）</th><th>已获取的软件著作权（89项）</th></tr>
<tr><td rowspan="2">企业商业数据监测技术</td><td>互联网商业信息监测与大数据分析系统技术服务</td><td rowspan="2">1、童毅：带领博拉网络全面进军 2B 行业，把 2C 的大数据技术与算法运用于 2B 行业，面向世界与国内知名行业龙头企业提供大数据服务。
带领博拉网络与多家高校、科研院所共同建立了产学研战略合作基地和企业大数据技术研发中心，构建了规模化的技术研发团队。
是公司 26 件正在申请的发明专利的第一发明人，被评为 2018 年重庆市科技创业领军人才（列入重庆市人民政府“高层次人才特殊支持计划”）。
2、沈敏：长期研究搜索引擎算法和大数据采集、分析挖掘技术，在大数据挖掘分析以及通过数据提升产品体验和用户增长方面有独特的理解和技术沉淀，尤其是在针对汽车等</td><td rowspan="2">1、一种基于大数据的用户搜索匹配方法；
2、面向文本大数据的词语处理方法；
3、基于子网格特征自适应加权的视频图像文字识别方法；
4、一种社交网络中的社区结构发现方法；
5、一种基于大数据的用户购买意向预测方法；
6、一种云计算服务方法装置和存储介质；
7、一种基于大数据的供应链需求预测方法</td><td rowspan="2">1、互联网商业信息监测与大数据分析系统 V1.0；
2、线下营销数据监测系统 V1.0；
3、智能视频安防管理系统；
4、360 度全景产品展示系统 V1.0；
5、虚拟现实 VR 导览应用系统（简称：VR 导览）V1.0；
6、伍觉全景微展示系统 V1.0；
7、交互式企业在线虚拟展馆应用系统 V1.0；
8、管网巡检 AR 管理系统；
9、物业智能终端系统 V1.0；
10、电子政务基础管理平台 V1.0；
11、伍觉社区智能服务平台 V1.0；
12、赛事提醒互联网软件 V1.0；
13、赛事竞猜互联网软件 V1.0；
14、潘多拉魔盒互动游戏互联网软件 V1.0；
15、E-CMS 大型网站内容管理系统 V1.0；
16、伍觉物联网综合协议服务平台 V1.0；
17、特许加盟经营管理平台（简称：加盟管理平台）V1.0；
18、网上税务局综合服务大厅信息服务平台 v1.0；
19、税务综合服务 iOS 版移动应用软件 V1.0；
20、企业在线虚拟积分管理系统 V1.0；
21、B-HOME 智慧社区服务云平台 V1.0；</td></tr>
<tr><td>B-HOME 智慧社区服务云平台</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">核心技术</th><th>主要服务或产品</th><th rowspan="2">对应的核心技术人员及科研能力</th><th colspan="2">研发进展及成果</th></tr>
<tr><th></th><th>对应的相关发明专利（21项）
（3项已获得，18项均已受理审查）</th><th>已获取的软件著作权（89项）</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td>主要垂直行业研发了行业大数据-用户关注耦合挖掘算法方面有深刻理解。在职期间，重点负责“我爱车网”的建设，还主持开发了博拉网络舆情大数据平台以及其他相关核心研发项目。
3、郑磊：对系统后台开发、移动端开发、数据库规划、优化等领域有深刻研究，在软件设计、大数据与应用场景融合运用有丰富的经验。
在职期间，负责汽车行业解决方案的优化和升级、汽车行业大数据分析平台模型创建及行业智能搜索引擎规划研发的工作；主导研发了汽车行业舆情全网监测系统、汽车行业销售全生命周期管理系统、汽车行业外展活动效果监测系统。</td><td></td><td>22、税务综合服务 Android 版移动应用软件 V1.0；
23、企业绩效管理服务云平台 V1.0；
24、旅游集散中心站务管理系统 V1.0；
25、工程建设招投标交易管理系统 V1.0；
26、股票交易分析移动应用软件 V1.0；
27、金融信贷授信计算管理软件 V1.0；
28、汽车金融在线服务平台 V1.0；
29、图文智能识别与管理软件 V1.0；
30、孵化园区项目管理平台；
31、食品安全 VR 教育系统 V1.0；
32、博啦博客话题广告系统 V1.0；
33、博拉品牌汽车移动 app IOS 版软件 V1.0；
34、博拉品牌汽车移动 app android 版软件 V1.0；
35、博拉会务管理 IOS 版软件 V1.0；
36、博拉会务管理 android 版软件 V1.0；
37、博拉微喜帖软件微喜帖 V1.0；
38、伍觉社区智能服务平台 V2.0；
39、微信 CRM 智能应答系统 V1.0。</td></tr>
</table>

<table>
<tr><th rowspan="2">核心技术</th><th rowspan="2">主要服务或产品</th><th rowspan="2">对应的核心技术人员
及科研能力</th><th colspan="2">研发进展及成果</th></tr>
<tr><th>对应的相关发明专利（21项）
（3项已获得，18项均已受理审查）</th><th>已获取的软件著作权（89项）</th></tr>
<tr><td rowspan="2">用户大数据画像技术</td><td>多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统 V1.0</td><td rowspan="2">1、沈敏：同上。
2、周波依：在互联网、移动互联网及大数据应用领域有丰富的实战经验和领悟，曾主导开发了多个商业自动化、ERP、CRM 项目，以及金融大数据生产平台、通用电商平台、CRM 移动互联网应用等项目。
在职期间，负责率领技术开发团队完成通用产品打造，致力于实现底层大数据驱动企业产品创新和营销拓展，不断拓展大数据产品应用深度。
是公司 26 件正在申请的发明专利的第二发明人，主持了国家教育部产学合作协同育人项目。
3、谭利辉：2015 年，负责人工智能、物联网与个体项目深度融合，主持打造了 AI 视觉智能监控系统，该系统已运用于国内</td><td rowspan="2">1、大数据精准模型的构建方法及装置；
2、基于用户习惯的大数据画像及模型构建方法；
3、一种购买意愿预测方法装置和商品管理服务器。</td><td rowspan="2">1、基于大数据的 Mooc 数字培训软件 V1.0；
2、多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统 V1.0；
3、物联网信息处理与数据分析系统；
4、扫拉会员推广互联网软件 V1.0；
5、博拉我爱车车友会平台软件 V1.0；
6、P2P 金融服务电子平台 V1.0；
7、微信矩阵应用管理系统 V1.0；
8、博拉微信分享达人软件 V1.0；
9、博拉微信全民经纪人软件 V1.0；
10、博拉集客服务平台软件 V1.0；
11、E-SCRM 互联网客户关系管理系统 V1.0。</td></tr>
<tr><td>E-SCRM 互联网客户关系管理系统</td></tr>
</table>

核心技术	主要服务或产品	对应的核心技术人员及科研能力	研发进展及成果	
			对应的相关发明专利（21项）（3项已获得，18项均已受理审查）	已获取的软件著作权（89项）
		中石化、长城润滑油等企业园区中。2016 年，主导了公司智慧社区项目建设，该项目被列为重庆市商务委第七批现代服务业综合试点项目，2018 年底实现了在两江新区人才公寓的应用。2017 年，主导了重庆市科委重点产业共性关键技术创新专项--基于 GIS 的虚拟增强现实关键技术及软件平台研发。目前，还以顾问身份帮助重庆市住房和城乡建设委员会智慧城市-智慧小区标准的编订与技术标准的规范。		
智能营销技术	电商营销大数据分析系统技术服务	**1、周波依：**同上。 **2、罗磊：**有着丰富的电商行业大数据应用经验，在通用电商系统的规划及	1、一种基于大数据用户行为分析的个性化推荐方法； 2、互联网产品运用中的 360 度全景展示系统；	1、博拉电商营销大数据分析系统 V1.0； 2、电子商务大数据分析系统 V1.0； 3、博拉微电商平台 V1.0； 4、博拉数字营销管理平台 V1.0；

<table>
<tr><th rowspan="2">核心技术</th><th rowspan="2">主要服务或产品</th><th rowspan="2">对应的核心技术人员及科研能力</th><th colspan="2">研发进展及成果</th></tr>
<tr><th>对应的相关发明专利（21项）
（3项已获得，18项均已受理审查）</th><th>已获取的软件著作权（89项）</th></tr>
<tr><td rowspan="6"></td><td>集客通-移动营销软件系统技术服务</td><td rowspan="6">研发、电商大数据整合及分析领域有独到的见解和创新。罗磊精通市场各业态、主流的电商系统构建与迭代建设，包括 B2B、B2C、B2B2C、F2B2C、跨境电商、分销等。先后为五粮液、金六福、长安欧尚、京东、达能集团等知名企业提供了服务。
3、郑磊：同上。</td><td rowspan="6">3、一种大数据金融场景下的用户购买预测方法；
4、一种基于移动大数据的用户购买意向预测方法；；
5、O2O 渠道数据分析系统
6、基于大数据分析销售数据算法
7、电商后台数据分析算法
8、基于大数据搜索的 AI 机器人对话控制方法和系统；
9、一种训练人工智能摄像头识别特征物体的训练方法；
10、一种用于自助存取件的物流调度平台及方法；
11、基于 MapReduce 的 LBS 兴趣点发现方法。</td><td rowspan="6">5、博拉跨境投资服务电子平台 V1.0；
6、电子商务数字营销服务系统（简称：数字营销）V1.0；
7、博拉电子商务销售服务软件 V1.0；
8、博拉电子商务分销管理系统 V1.0；
9、电子商务数字营销服务系统（简称：数字营销）V2.0；
10、博拉物流中转管理电子平台 V1.0；
11、综合跨境电商平台 V1.0；
12、汽车云店商城系统 V1.0；
13、二手车综合在线交易服务平台 V1.0；
14、跨平台电商渠道管理系统 V1.0；
15、博拉精准广告联盟系统 V1.0；
16、博拉在线游戏互动营销软件 V1.0；
17、E-SBS 社会化营销资产管理平台 V1.0；
18、数字街市-微电商聚合平台 V1.0；
19、微团 OTO 电商互联网软件 V1.0；
20、微信通-微信营销商业支持系统 V1.0；
21、电商物流调度管理移动平台 Android 版软件 V1.0；
22、电商物流调度管理移动平台 iOS 版软件（简称：物流管理 iOS 版软件）V1.0；
23、汽车销售交车管理系统 V1.0；
24、E-Mob 移动 APP 营销系统 V1.0；
25、众创空间 O2O 信息服务平台 V1.0；</td></tr>
<tr><td>O2O 终端门店管理电子平台</td></tr>
<tr><td>跨平台电商渠道管理系统</td></tr>
<tr><td>电子商务数字营销服务系统（简称：数字营销）V2.0</td></tr>
<tr><td>汽车云店商城系统 V1.0</td></tr>
</table>

核心技术	主要服务或产品	对应的核心技术人员及科研能力	研发进展及成果	
			对应的相关发明专利（**21**项）（**3**项已获得，**18**项均已受理审查）	已获取的软件著作权（**89**项）
				26、E-SHOP 电子商城管理平台 V1.0； 27、酒业 B2B 全渠道管理平台软件 V1.0； 28、智慧医疗健康 o2o 服务平台 V1.0； 29、新零售电商运营平台； 30、农村生鲜电商管理平台； 31、020 社区电商平台； 32、区域市场电商促销系统； 33、博拉 B2B 电商平台管理软件 V1.0； 34、博拉 O2O 终端门店管理电子平台 V1.0； 35、博拉微电商分销体系管理系统 V1.0； 36、集客通-移动营销软件系统 V1.0； 37、E-SEM 搜索营销系统 V1.0； 38、商业直供渠道管理电子平台 V1.0； 39、电子商务客服服务平台 V1.0。

报告期内，公司研发团队取得的科研成果体现为公司的核心技术产品，该等技术成果也斩获了国内行业权威机构颁发的多项荣誉，详情参见招股说明书“第六节业务与技术”之“二、公司所处行业的基本情况”之“（五）、1、发行人的市场地位以及报告期内的变化情况”。

公司在发展中不断夯实技术水平和研发实力，公司体系中已有 2 家企业（博拉网络、控股公司伍觉软件）获得了高新技术企业认定。

2018 年 12 月 6 日，公司获得重庆市企业技术中心认定，认定的企业是在重庆市行业中具有显著的发展优势和竞争优势，具有较强的技术创新能力和水平。

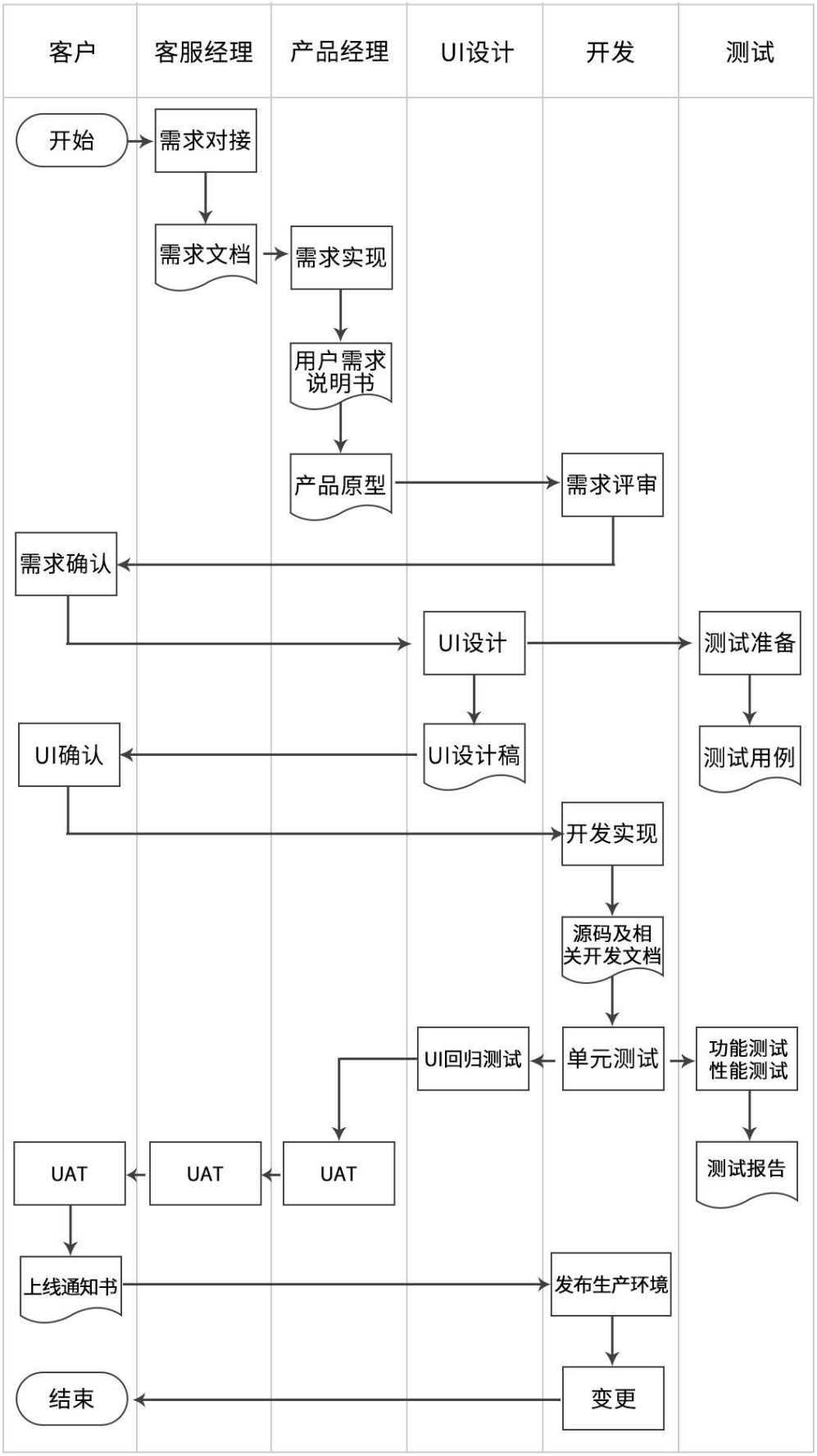
此外，博拉网络在国内大数据产业中的技术优势以及一定的市场影响力，公司作为大数据产业核心企业，经全国信息技术标准化技术委员会大数据标准工作组批复，公司成为全国信标委大数据标准工作组全权成员单位，共同参与我国大数据领域国家标准、行业标准的规划及制定工作。

（二）发行人技术创新机制、后续技术储备及技术创新情况

发行人通过从制度建立、知识产权保护、人才激励等方法激励技术不断创新增加后续储备，为大数据场景应用提供技术支撑。

1、建立研发体系制度和项目管理流程

发行人研发项目由技术创新委员会统领。技术创新委员会负责科研方向总体规划、项目统筹、资源配置、协调、督察、验收，规范完善技术创新项目的管理制度，对项目执行情况及经费使用情况进行跟踪、协调、督察，组织创新项目进行阶段评审、结题、审定。具体作业中，发行人按照项目管理开发流程进行工作如下图，通过增强精细化考核，保证开发工作顺利施行。


客户
客服经理
产品经理
UI设计
开发
测试
开始
需求对接
需求文档
需求实现
用户需求说明书
产品原型
需求评审
需求确认
UI设计
测试准备
UI确认
UI设计稿
测试用例
开发实现
源码及相关开发文档
UI回归测试
单元测试
功能测试性能测试
UAT
UAT
UAT
测试报告
上线通知书
发布生产环境
结束
变更

2、完善激励制度保证创新力

发行人制定了《科技创新激励体系管理办法》，并建立了技术创新激励体系、研发费用核算管理办法、对外合作科研项目管理制度、软件开发管理制度、知识产权奖励制度、专利管理制度、著作权管理制度、商标管理制度、招聘管理制度、岗位人员评价制度、员工培训管理制度、员工嘉奖管理制度等一系列保障技术创新的内部机制。

3、建立相关制度保护自有知识产权

发行人于 2006 年即设立副总经理直管的知识产权部，设置两名专职知识产权管理人员，负责开展知识产权相关工作。目前，发行人按照《公司知识产权管理规范》（GB/T 29490-2013）以及《工业企业知识产权管理指南》建立公司的知识产权管理体系，并制定了知识产权管理制度和相关协议书。同时，根据知识产权工作实际开展的需要，建立了知识产权相关工作细则和程序控制文件，对知识产权各项工作内容和操作规程进行了细化和明确，明确了知识产权管理人员的日常工作规范，如技术创新点信息收集、文献检索、奖励、知识产权费用管理等工作的工作内容和工作方式，确保了知识产权工作的高效开展和有效管控。

4、重视专业技术人才引进和内部培养

发行人通过各种渠道和方式吸纳高端研发人才的加盟，加强发行人技术研发团队的建设。发行人在内部建立成熟的技术人员培养机制，通过定期的内部技术分享、技术培训、外出学习、组织同行业技术交流等多种方式，提升技术人员的整体知识水平和综合素质。

5、后续技术储备及技术创新情况

（1）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 云服务平台技术支撑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技术	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	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、	通过对数据挖掘，发现用户访问页面的相关性，从而对

数据的电子商务数据分析平台					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。	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平台项目	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。	通过智慧化的社区管理和服务，打造安全，便捷，绿色的社区；提高社会资源的综合利用率，提升社区的整体服务效能。
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发和在线推送管理。	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、智慧电商商务进行整合，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。

（2）正在从事的创新技术项目

名称	技术优势	技术来源	应用领域	对应相关发明专利（8项）（均已受理审查中）
物联网及 AI 生	1、利用物联网云、管、端技术，将监控、安防、门禁、灌溉、消防、楼宇自控等国内	自主研发	智慧园区，智慧小区，	1、一种用于人工智能监控系统的服务器；

物行为分析与数据分析技术	主流厂家以及各产品型号的多种协议进行数据连结、转化、实现数据标准化的存储和管理，通过 AI-IBMS 对社区进行统一综合的物联网设备集中管理、运维。 2、OrganismsPoseestimation 通过 M-RCNN 卷积神经网络技术对监控视频及其他传感设备进行综合分析，对人、动物、设备、环境等因素进行百万级数据强化训练实现智能分析与感知，并在机器视觉领域是第一个在 COCO 数据集上实现 91.3mAP 和在 MPII 数据集上实现 85.1mAP 的实时视觉分析系统，并与物联网 AI-IBMS 系统深度整合，在抛物、打架、盗取等生物行为特征被识别后，第一时间通过 AI-IBMS 向业务单位保安部门报警。 3、将感知结果进行分类存储，结合大数据方法，将业务特征和日常分析数据通过多维数据分析方式，动态构建学习模型库强化学习，构建更智能化的智慧业务落地场景与应用的稳定性。		智慧家居，智慧安防，新零售应用	2、基于 VR 的管网巡检系统； 3、一种用于特殊区域的人工智能认知识别系统； 4、一种基于大数据的小型企业失信预测方法； 5、一种商业信息处理方法装置及存储介质； 6、一种大数据门禁管理方法及其管理系统； 7、一种智慧社区模块化管理系统； 8、一种全景图像展示方法系统及存储介质。

四、前次申报文件中披露的核心技术、产品结构、科研能力、技术创新机制等相关信息与本次申报的信息披露对比情况，是否存在显著差异并说明原因

内容	创业板披露文件	本次申请披露文件	差异原因
核心技术	列举了 37 项核心技术产品及对应的相关软件著作权	列举了 3 项核心技术及对应相关已获得和正在申请的 21 项专利 1、企业商业数据监测技术 2、用户大数据画像技术 3、智能营销技术 列举了 10 项核心技术产品	根据科创板的披露要求，重点提炼并详细阐述了公司的核心技术； 列举数量减少是因为发行人根据产品特性和场景应用做了精简，减少了一些市场需求较少的产品，增加了在大数据领域的应用； 核心技术依然基于数字营销，根据数字技术和大数据发展趋势做了升级和细化，无明显差异
主营业务产品结构	公司起步于互联网技术产品研发和运营，定位于国内领先的“互联网+”整体解决方案提供商。公司提供的 E2C 数字商业平台服务所具备的三大功能模块——整合数字营销（E-Marketing）、专业电商服务（E-Commerce）、电子会员服务（E-Club），通过数字商业服务、数字技术开发服务两类业务作为载体实现收入	公司是企业大数据服务提供商，基于自主研发的 E2C 数字商业大数据云平台，通过“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式，为企业客户提供技术开发服务和大数据应用服务。公司提供的企业大数据服务，根据服务类型主要分为技术开发服务和大数据应用服务两大类。2018 年按既定业务规划增加了数字媒体投放和电	前次申报文件中的主营业务、业务模式与本次申报文件体现的主营业务、业务模式没有重大变化，主要是根据近两年来发行人技术发展重点突出了大数据相关内容和 2018 年新增收入的二项业务，更吻合发行人业务的实际情况

		商业务二项业务收入	
科研能力	申报期间发行人获得的软件著作（原始取得）72 项，高新技术企业认定 1 家（博拉网络母公司）	拥有专利 21 项，正在申请专利 26 项，获得的软件著作权共计 89 项，高新技术产品 3 件，高新技术企业认定 2 家（博拉网络母公司、子公司伍觉软件），重庆市企业技术中心认定，以及全国信标委大数据标准工作组全权成员单位认定	前后两次披露时隔一年多时间，发行人跟踪技术升级和市场竞争，加大了科研能力，集中表现在软件著作权、专利的数量上，无实质变动
技术创新机制	人才引进，内部培训、分享机制，职级晋升奖金等激励，营销分支机构技术支持团队配合等	设立技术创新委员会，为研发创新提供组织保障。发行人建立、完善了研发创新的详细管理办法和制度，有效地提升了研发战略规划的合理性	发行人通过制度设计、设立专门委员会等措施为创新“保驾护航”，更利于创新推进

综上，发行人前次申报文件中披露的核心技术、产品结构、科研能力、技术创新机制等相关信息与本次申报的信息披露不存在重大差异。

五、核查方式和核查过程

1、获取了发行人所处的大数据行业、互联网行业及其细分数字营销等领域的行业研究资料、行业杂志、行业分析报告和国家有关产业政策及发展纲要；

2、获取发行人专利、软件著作权等知识产权以及高新技术产品等相关证明材料；

3、访谈核心技术人员；

4、中介机构（保荐机构、发行人律师、申报会计师）在客户走访中，了解发行人主要客户对发行人提供的技术服务的相关评价；

5、访谈相关行业专家，了解其对发行人提供的技术服务评价；

6、获取了发行人获得的行业权威等奖项的证明材料；

7、获取了发行人主持或参与制定国家标准、行业标准情况的相关资料；

8、获取了的发行人相关研发管理制度和奖励约束机制等文件；

9、获取了发行人技术创新的机制等资料；

10、抽样获取了研发费用投入明细表以及对应的支付凭证；

11、抽样获取了技术储备的项目内容等资料；

12、查阅发行人在创业板申报审核期间的信息披露内容，对比核查与本次发行申报文件之间是否存在差异。

六、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人作为互联网、数字营销、大数据和实体企业深度融合的科技型企业，提供的以大数据应用为基础的数字营销服务主要服务对象为实体企业，满足实体企业逐步实现以数据为驱动力的数字化转型升级需求，顺应了企业转型升级需求，符合供给侧改革发展趋势，符合国家战略定位，符合科创板定位；

2、发行人掌握具有自主知识产权的核心技术，核心技术权属清晰；产品结构完善且主营业务突出，具有较强的市场竞争力；发行人建立了完善的研发管理体系，组建了完善的研发团队，积累了丰富的经验和技术实力，取得了大量的科研成果和荣誉，为公司以大数据为核心的技术产品研发和创新奠定了坚实的基础；发行人始终注重对技术人才的引进、技术团队的培养，以及技术研发的创新，通过建立各种机制来保持技术创新优势；发行人每年持续投入经费进行新技术、新产品的研发工作，现有研发体系具备持续创新能力，并且根据互联网和大数据行业快速迭代的特征实施持续技术创新；

3、发行人前次申报文件中披露的核心技术、产品结构、科研能力、技术创新机制等相关信息与本次申报的信息披露不存在重大差异。

问题 14

招股说明书披露，发行人大数据应用业务的可比同行业上市公司有蓝色光标、省广股份、腾信股份、宣亚国际等。公司技术优势集中在互联网大数据挖掘与分析，更多的是集中在应用层面。发行人首次招股说明书申报稿披露主营业务为数字商业平台服务，后修改为数字营销及运营和技术开发服务，本次申报发行人披露的主营业务为大数据应用服务和技术开发服务，变化较大。

请发行人：（1）结合可比公司的业务构成，说明可比公司的选取是否准确，是否存在误导投资者的风险，并在相关同行业公司比较情况中，补充披露腾信股份相关情况；（2）使用浅白易懂的语言直接、准确地披露发行人具体业务内容，在互联网大数据挖掘与分析方面的优劣势，与同行业可比公司的比较情况，相关技术是否为行业普遍、基础性技术，发行人拥有的互联网技术是否难以被复制或研发，是否能够持续保持相关的技术独特性及创新性；（3）发行人主要技术中哪些属于行业共性技术、哪些属于公司特有技术，详细披露公司特有核心技术的独

特性和突破点；（4）发行人主要产品与核心技术、专利、软件著作权、业务许可和资质等匹配关系，如何保持核心技术的先进性；（5）发行人关键核心技术的重要参数指标构成，从海量数据的采集、存储、智能运算和管理能力等方面，量化分析发行人核心技术与市场同类产品的差异及优劣势；（6）结合我国汽车行业及快速消费品行业变动情况，分析说明发行人业务未来发展趋势及确保持续经营能力的具体措施；（7）发行人多次修改主营业务的原因及合理性，报告期内主营业务是否存在重大变化，结合各收入类型的具体服务模式说明营销及运营收入、数字媒体投放和电商业务与大数据之间的关系，尤其是低毛利的数据媒体投放和电商业务是否符合大数据应用的定义，是否存在误导投资者的风险；（8）请针对前述事项充分揭示风险。

请保荐机构对上述事项进行核查并发表明确意见，对照《上海证券交易所科创板企业上市推荐指引》及《审核问答》的核查要求将发行人与同行业可比公司（包括已上市和未上市）在技术先进性、行业地位、成长性等各方面进行对比分析，并就发行人是否符合科创板定位的相关规定发表明确意见。

回复：

一、结合可比公司的业务构成，说明可比公司的选取是否准确，是否存在误导投资者的风险，并在相关同行业公司比较情况中，补充披露腾信股份相关情况

“数字营销”是国家战略层面明确定义的“大数据”应用之一，也是企业大数据应用场景最广泛的领域。根据中国信息通信研究院发布的《中国大数据发展调查报告（2018 年）》显示，2017 年已经应用大数据的企业中，将大数据用于营销分析的企业占比最高，达到 63.2%。蓝色光标、省广集团、宣亚国际等数字营销企业均在积极应对互联网商业模式和数字技术的发展演变，将大数据技术大量应用于营销业务中。

发行人主业定位于企业大数据服务提供商，大数据技术产品研发涵盖的应用领域和涉及行业较为丰富，发行人核心团队互联网产品技术的出身背景也有别于传统营销公司。由于目前企业服务市场上大数据应用场景最为广泛的还是集中在营销领域，这也是当前广大实体企业需求最迫切、市场空间最大的领域，因此目前发行人的主要营收集中在营销应用领域。发行人主营业务“大数据应用服务”中包含的“大数据营销及运营”和“数字媒体投放”成为报告期内公司最主要的收入来源，并且发行人在市场上的主要竞争对手也是利用大数据技术从事数字营销和媒体投放

的上市公司，所以将蓝色光标、省广集团、宣亚国际等作为主要对比公司。

以下将各主要对标公司与发行人业务构成等相关情况进行对比分析，并增加腾信股份：

（一）蓝色光标

项目/名称	蓝色光标	与博拉网络比较情况
公司定位	在大数据和社交网络时代为企业智慧经营全面赋能的营销科技公司	与博拉网络的“企业大数据服务提供商”的定位较为相近
主营业务	蓝色光标及其旗下子公司的业务板块有营销服务（数字营销、公共关系、活动管理等）、数字广告（移动广告、智能电视广告、中国企业出海数字广告）和国际业务	与博拉网络的“大数据在数字营销、电子商务、客户关系管理等应用场景的行业解决方案”业务方向有较多重合
公司产品（服务）	以营销科技为核心的营销技术与营销产品相结合的变革与创新，并开发出一系列包括分析与策略、创意产出、智能投放及监测评估的营销全产业链产品	与博拉网络的”营销及运营收入”和“数字媒体投放”具有一定重叠
主要行业	为信息技术、汽车、消费品、房地产、互联网、金融、游戏等七大行业	与博拉网络服务两大行业——汽车和快速消费品具有较高的重合度
研发方向	分析及策略、创意产出、智能投放、监测及评估的相关技术及产品	与博拉网络核心技术——“企业商业数据监测技术”、“用户大数据画像技术”和“智能营销技术”具有一定重叠

（二）省广集团

项目/名称	省广集团	与博拉网络比较情况
公司定位	省广拥有全产业链服务能力，能够为全球客户提供涵盖品牌营销、数字营销、媒介营销、内容营销、公关营销等一站式全营销解决方案。联合全球顶尖科技、互联网企业打造 GIMC 云，在全国各地部署云计算中心，提供更加智能、个性化的大数据产品及营销解决方案，全面提升市场洞察能力和营销传播效率，满足客户的多元化营销需求。	与博拉网络的大数据营销服务和大数据平台具有一定的重合
主营业务	品牌管理，媒介代理，数字营销，自有媒体，公共活动	与博拉网络的” 大数据营销及运营收入”和“数字媒体投放”具有较高重叠
公司产品（服务）	全营销服务平台，GIMC 云平台	与博拉网络的大数据在数字营销业务方向有所重合
主要行业	汽车行业为主要行业	与博拉网络主要服务行业——汽车具有一定的重合度
研发方向	在大数据技术的赋能下，公司自去年下半年开始着手升级数字营销的方法论，打造全营销一站式服务体系	与博拉网络核心技术“智能营销技术”具有一定重叠

（三）宣亚国际

项目/名称	宣亚国际	与博拉网络比较情况
公司定位	国内领先的整合营销传播服务商	与博拉网络的大数据营销服务的业务方向具有一定的重合
主营业务	数字营销，传统营销	与博拉网络的”营销及运营收入”具有部分重叠
公司产品（服务）	数字营销平台	与博拉网络大数据营销平台有一定重合
主要行业	汽车、互联网及信息技术、能源、金融、新零售等行业客户	与博拉网络服务主要行业——汽车具有一定的重合度
研发方向	优化数字营销平台	与博拉网络核心技术“智能营销技术”、“企业商业数据监测技术”和“用户大数据画像技术”有部分重合

（四）腾信股份

项目/名称	腾信股份	与博拉网络比较情况
公司定位	互联网营销公司	与博拉网络的大数据营销服务的业务方向具有部分的重合
主营业务	广告和公关服务	细分服务与博拉网络的主营业务存在一定重合
公司产品（服务）	为广告投放服务的 Behemoth 和 42V 平台	与博拉网络大数据平台有一定差异
主要行业	快消、汽车、金融、医药、家电数码	与博拉网络现有客户具有一定的重合度
研发方向	包括“媒介可视化系统”、“区块存储”、“自制剧评估系统”、“经销商活动提报系统”、“媒体端数据管理系统”、“视频资源数据采集系统”基本是为数字广告服务提供技术支撑	与博拉网络研发方向有一定差异

从以上对比分析（数据来源为可比公司网站、定期报告和招股说明书进行整理概括）可以看出，在目前营销占据大数据主要应用场景的阶段，蓝色光标、省广集团、宣亚国际和腾信股份在大数据营销方面的相关经营情况与发行人较为类似，具有可比性，不存在误导投资者的风险。

关于腾信股份的相关同行业比较分析，已在招股说明书各相关章节中补充披露。

二、使用浅白易懂的语言直接、准确地披露发行人具体业务内容，在互联网大数据挖掘与分析方面的优劣势，与同行业可比公司的比较情况，相关技术是否为行业普遍、基础性技术，发行人拥有的互联网技术是否难以被复制或研发，是否能够持续保持相关的技术独特性及创新性

（一）使用浅白易懂的语言直接、准确地披露发行人具体业务内容

关于发行人具体业务内容，已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要服务及其变化情况”之“（一）公司的主营业务”中补充披露如下：

公司提供的企业大数据服务，根据服务类型主要分为技术开发服务和大数据应

用服务两大类：

1、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，帮助企业获取、分析、管理数据资源，挖掘、利用数据价值，满足企业在管理决策、市场传播、产品销售、客户服务等各个方面的应用需求。技术开发内容主要包括以下类型：

（1）企业各类商业数据的采集、管理和分析系统；

（2）企业数据资产管理平台，用于整合、管理企业内外部各种零散数据源（如销售、客服、生产经营等）和可视化分析等；

（3）营销应用场景的各种互动集客组件、精准投放平台，潜客挖掘系统；

（4）电子商务应用场景的商城管理系统、渠道管理系统，数据分析系统；

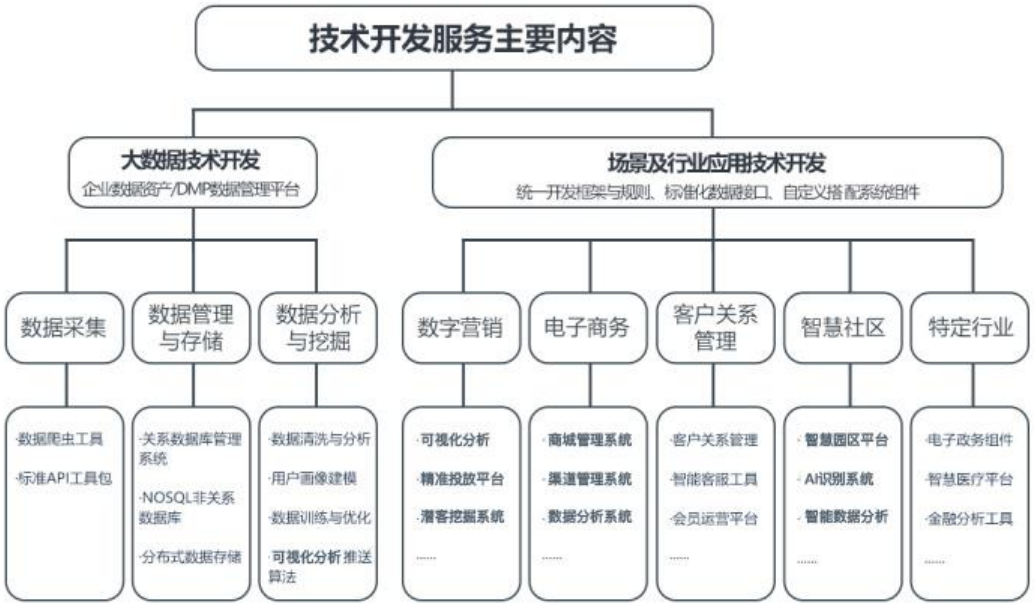
（5）客户关系管理应用场景的会员（或粉丝）的数据管理和运营平台；

（6）智慧社区应用平台，智慧园区平台、AI 识别系统，智能数据分析等；

（7）针对政府、金融等特定行业的运营管理和数据分析系统；

（8）相关的各类 AR/VR、APP、H5、小程序等技术应用组件。

在长期服务企业客户过程中，公司研发和积累了大量的、各种类型的大数据应用程序组件，采用统一技术开发规则（开发框架、数据和接口规范等），可以根据客户功能需求进行自定义的搭配组装和应用，从而提升开发效率，降低开发成本。



2、大数据应用服务

公司基于E2C（E-service to Company）大数据云平台和应用组件库的技术产品，为企业客户提供大数据在各商业场景的应用解决方案，目前主要分为大数据营销及运营、数字媒体投放、电商运营三种类型。

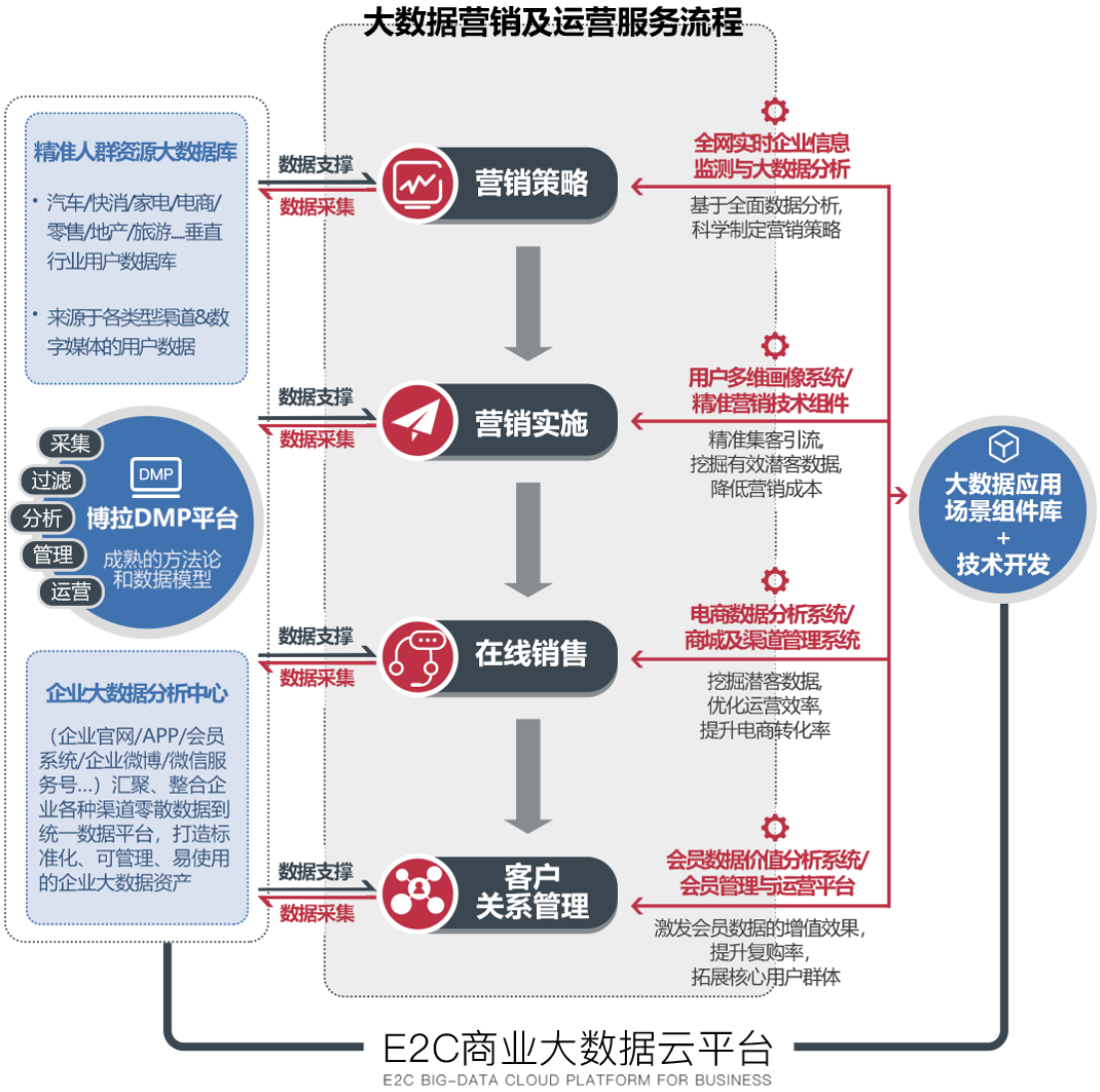
（1）大数据营销及运营

基于公司 E2C 大数据平台和各类营销技术产品组件，为企业提供各类商业数据的采集、监测与分析服务；潜在客户数据挖掘和精准集客引流；企业自媒体的托管运营、数据整合和管理服务；电商营销、电商数据分析和运营优化；企业会员或粉丝数据管理与运营；最终实现企业数据资产体系的构建（企业各类数据源的聚合、管理、分析和价值挖掘）。主要服务流程和内容如下表：

大数据营销及运营服务流程及技术应用

服务流程	主要服务内容	主要应用的软件产品	技术作用
1.营销策略	为企业品牌或产品提供全网实时商业信息数据的采集、监测与多维分析服务，定期向企业客户提供各类数据分析报告（市场调研、消费者意见反馈、产品改进分析、竞品动态、营销策略分析等）	互联网商业信息监测与大数据分析系统等	基于数据分析，科学制定各类经营决策
2.营销实施	①基于搜索优化、数据分析等关键技术的应用，整合多元化数字媒体渠道和创意互动形式，帮助客户实施精准营销，进行精准集客引流和潜客数据挖掘； ②提供企业数据聚合、管理和运营服务，帮助企业客户汇集和整合各类用户数据（企业官网、APP、官方微博、微信服务号/公众号、小程序、CRM、线上/线下门店等），构建企业自有数据资产。	360度全景产品展示系统、虚拟现实VR导览应用系统、精准广告联盟系统，博拉数字营销管理平台、集客通-移动营销软件系统，E-SBS社会化营销资产管理平台，微信通-微信营销商业支持系统、线下营销数据监测系统等	基于多维用户画像实现精准营销，采集和挖掘潜客数据，积累媒体和用户数据资源，提升营销效果，降低成本
3.在线销售	①基于电子商城管理、电商数据分析、渠道管理、物流仓储等技术系统的应用，为客户提供电商解决方案，构建在线销售体系； ②基于消费分析、精准推送、创意展示、在线团购等大数据营销和技术手段，帮助客户获取精准潜客数据、实施电商销售管理，O2O导流至线下实体店促发最终销售等。	电子商务大数据分析系统、B2B电商平台管理软件，跨平台电商渠道管理系统，区域市场电商促销系统，微团O2O电商软件，物流中转管理电子平台等	基于数据分析和挖掘获取精准潜客，提升电商转化率和O2O销售效果，降低获客成本，提升渠道管理效能

4.客户关系管理	基于会员数据管理和运营系统的应用，为企业提供在线电子会员（例如车友会、粉丝团等用户组织）的数据采集、数据管理和运营服务（会员价值分析/会员活动组织/会员积分管理/消费反馈沟通/精准信息推送/会员智能服务）等，通过打造企业“品牌粉丝圈”，聚集核心用户群体。	E-SCRM 互联网客户关系管理系统，CRM 智能应答系统，车友会平台软件，B-HOME 智慧社区服务云平台等	分析和挖掘会员数据价值，激发会员数据的增值效应，提升复购率



（2）数字媒体投放

公司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，具体流程如下：

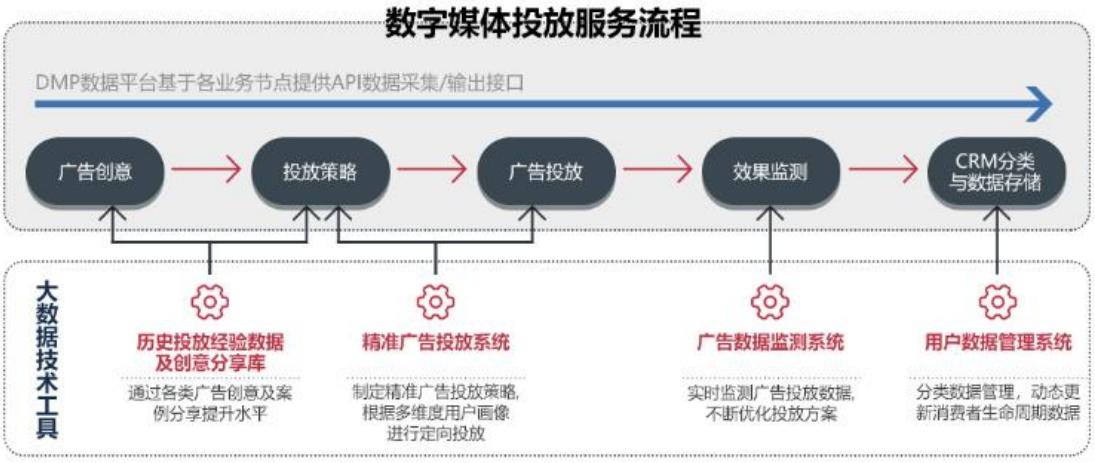
投放前：结合对企业目标受众群体基本属性的洞察和既往媒体投放的经验，

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，形成多维分析报表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。

公司目前的数字媒体投放主要集中在微信朋友圈、今日头条等社会化媒体。



（3）电商运营

公司目前的电商运营服务通常采用买断式销售的方式，即公司向供货企业采购商品，然后将商品销售给京东等特定线上电商平台，线上电商平台再把商品售卖给最终用户；商品在电商平台售卖的过程中，公司为该商品提供精准营销、电商运营和优化的服务。

发行人通过对电商平台的消费者来源、商品浏览偏好、消费行为路径、商品评价和返馈等关键数据的采集和分析，有针对性地制定和调整营销渠道和策略，优化上架商品、排序和展示效果、仓储备货数量、物流配送等电商运营方案，达到提升用户转化率，促进实际销售，降低仓储物流成本，减少货损等效果。

（二）在互联网大数据挖掘与分析方面的优劣势，与同行业可比公司的比较情况，相关技术是否为行业普遍、基础性技术

1、与同行业可比公司的比较情况

由于同行业可比公司并未对数据挖掘与分析技术进行详细的功能说明，仅能从目前同行业可比公司发布的定期报告、官方网站中针对相关服务产品的描述内容与发行人核心技术说明内容进行对比。

（1）蓝色光标和博拉网络比较情况

类目	蓝色光标	博拉网络	差异化
数据挖掘技术涉及产品描述 **（对比服务产品：情报来源、BlueMC 营销捕手、麦谱云）**			
数据挖掘范围	1、识别新闻内容； 2、自媒体数据	全网的舆情信息	发行人的挖掘范围更为广泛； 蓝色光标专注于新闻、自媒体数据挖掘
采集技术	无披露	通过自主开发的分布式网络智能蜘蛛（NSS）采集系统	—
时效性	24 小时不间断监测	实时	无实质差异
挖掘结果	传播内容生成、发布以及传播效果监测	进行企业相关数据实时收集和分析、跟踪，对信息处理有自动化的建议和响应机制，通过大数据分析更及时地生成数字商业方案和执行策略调整	发行人与蓝色光标数据挖掘技术价值因为应用方向不同不具完全可比性
技术经验	无披露	十多年自有技术经验	—
数据分析技术涉及产品描述 **（对比服务产品：情报来源、BlueMC 营销捕手、麦谱云）**			
数据分析范围	1、自媒体数据的分析平台 2、聚合线下场景流量、用户肖像等综合数据为企业线下营销提供区域洞	按用户对企业产品兴趣、个体行为、消费评价等特征进行数据分析收集，按行业建立了产品属性参数、用户兴趣参数的多维度用户分析大数据画像模	发行人针对企业用户兴趣、行为、产品分析具备自主独特技术； 蓝色光标专注于自媒体数据及线下营

	察、选址、目标客群分析、效果评估等	型	销数据的分析和评估
分析技术	对数据通过自然语言处理（NLP）、深度学习，机器学习等涉及 AI 技术进行分析	基于业务场景的行业自主训练的 NLP（自然语言处理技术）对信息主题、情感进行分析归类	使用行业共性技术进行分析、无本质差异
分析结果	提供一键式操作，实时可视化呈现，快速高效地完成策略分析、人群洞察、执行监测、效果评估等全流程工作	1、营销效果预测：根据自主研发的自动化训练模型进行机器学习训练，预估效果准确，为营销选择更精准的媒体渠道和实施方式，便于营销和电子商务活动价值落地，实现智能优化营销路径，提升效果； 2、精准营销：和数据监控技术的分析数据结合，对方案聚类、归纳、效果优化，能迅速地根据客户和业务团队需求精准匹配，给出多种可行营销方案建议和产品改进建议	发行人掌握的数据分析技术在具体业务应用方向如：营销效果预测及精准营销方向具备优势； 蓝色光标数据分析主要针对数字营销全流程工作，如在策略分析、人群洞察、执行监测更具备优势
大数据 应用产品扩展	10 款轻应用场景产品：微信公众号比比、微信公众号找找、微信公众号营销价值排行榜、微信舆情、微信公众号画像、微信公众号监测、社群画像、KOL 画像、聚	建立了超过 100 项的以大数据为支撑的专业组件，除营销应用外，还涉及电商、客户关系管理、物联网、AI 视觉识别等更多应用方向，并且支持用户自定义选择组件库中的技术模块，组合成起吻合其应用需求的数据业务平台	发行人大数据应用产品扩展针对业务应用范围更为广泛，且支持用户自定义组装应用； 蓝色光标大数据应用产品专注于自媒体传播领域

	合搜索、词云工具等		
数据积累	无披露	十多年的行业数据积累	—

（2）省广集团和博拉网络比较情况

类目	省广集团	博拉网络	差异化
数据挖掘技术涉及产品描述 **（对比服务产品：产品官网披露 G-Eagle 线上广告监测系统）**			
数据挖掘范围	专业广告流量分析工具，实时监测并回流数据，使广告有“据”可寻	全网的舆情信息	发行人的挖掘范围更为广泛； 省广集团主要针对广告投放、广告流量数据方面
采集技术	采用市场主流的同源监测技术	通过自主开发的分布式网络智能蜘蛛（NSS）采集系统	由于省广集团未就采集技术进行详细描述，因此相关技术不具可比性
时效性	实时	实时	无实质差异
挖掘结果	追踪广告曝光、点击、转化全链路数据，深入分析广告受众，为投放效果评估及策略优化提供量化指导	进行企业相关数据实时收集和分析、跟踪，对信息处理有自动化的建议和响应机制，通过大数据分析更及时地生成数字商业方案和执行策略调整	发行人主要针对数据进行舆情响应、营销和产品消费分析，在形成数字商业解决方案上有优势； 省广集团主要针对广告曝光、点击、转化为投放效果评估方面具备优势
技术经验	2018 年 8 月 28 日上线	十多年自有技术经验	发行人更具技术积累和经验优势
数据分析技术涉及产品描述 **（对比服务产品：产品官网披露 G-Eagle 线上广告监测系统）**			
数据分析范围	专业广告流量分析工具	按用户对企业产品兴趣、个体行为、消费评价等特征进行数据	发行人针对企业用户兴趣、行为、产品分析具备自主独特技

		分析收集，按行业建立产品属性参数、用户兴趣参数等多维度用户分析大数据画像模型	术； 省广集团专注于广告流量数据分析技术
分析技术	独家算法模型	利用按行业自主训练的 NLP（自然语言处理技术）对信息主题、情感进行分析归类	由于分析内容不同，相关技术不具可比性
分析结果	深度挖掘受众特征，为广告主提供完善的人群画像数据	1、营销效果预测：根据自主研发的自动化训练模型进行机器学习训练，预估效果准确，为营销选择更精准的媒体渠道和实施方式，便于营销和电子商务活动价值落地，实现智能优化营销路径，提升效果； 2、精准营销：和数据监控技术的分析数据结合，对方案聚类、归纳、效果优化，能迅速地根据客户和业务团队需求精准匹配，给出多种可行营销方案建议和产品改进建议	发行人数据分析技术在具体业务应用方向如：营销效果预测及精准营销方向具备优势； 省广集团专注于广告投放领域
大数据 应用产品扩展	无披露	建立了超过 100 项的以大数据为支撑的专业组件，除营销应用外，还涉及电商、客	—

		户关系管理、物联网、AI 视觉识别等更多 应用方向，并且支持用户自定义选择组件库中的技术模块，组合成起吻合其应用需求的数据业务平台	
数据积累	无披露	十多年的行业数据积累	—

（3）宣亚国际和博拉网络比较情况

类目	宣亚国际	博拉网络	差异化
数据挖掘技术涉及产品描述 **（对比服务产品：年报披露舆情大数据分析平台）**			
数据挖掘范围	智能全媒体监测	全网的舆情信息	发行人的挖掘范围更为广泛； 宣亚国际主要针对媒体数据方向更为深入
采集技术	AI 技术	通过自主开发的分布式网络智能蜘蛛（NSS）采集系统	相关技术不具可比性
时效性	无披露	实时	—
挖掘结果	极大地提升了服务效率与效益	进行企业相关数据实时收集和分析、跟踪，对信息处理有自动化的建议和响应机制，通过大数据分析更及时地生成数字商业方案和执行策略调整	发行人主要针对数据进行舆情响应、营销和产品消费分析，在形成数字商业解决方案上有优势； 宣亚国际注重功能整合和提升服务效率
技术经验	无披露	十多年技术经验	—
数据分析技术涉及产品描述 **（对比服务产品：年报披露舆情大数据分析平台）**			
数据分析范围	媒体价值评估系统	按用户对企业产品兴	发行人针对企业用户

		趣、个体行为、消费评价等特征进行数据分析收集，按行业建立产品属性参数、用户兴趣参数等多维度用户分析大数据画像模型	兴趣、行为、产品分析方面具备优势； 宣亚国际专注于媒体价值分析和评估
分析技术	AI 技术	利用按行业自主训练的 NLP（自然语言处理技术）对信息主题、情感进行分析归类	相关技术不具可比性
分析结果	为客户推荐适合自己品牌的媒体，为客户精准化传播、精细化运营提供综合解决方案	1、营销效果预测：根据自主研发的自动化训练模型进行机器学习训练，预估效果准确，为营销选择更精准的媒体渠道和实施方式，便于营销和电子商务活动价值落地，实现智能优化营销路径，提升效果； 2、精准营销：和数据监控技术的分析数据结合，对方案聚类、归纳、效果优化，能迅速地根据客户和业务团队需求精准匹配，给出多种可行营销方案建议和产品改进建议	发行人数据分析技术在具体业务应用方向如：营销效果预测及精准营销方面具备优势； 宣亚国际针对广告投放、媒体推荐方面具备优势
大数据应用产品扩展	无披露	建立了超过 100 项的以大数据为支撑的专	—

		业组件，除营销应用外，还涉及电商、客户关系管理、物联网、AI 视觉识别等更多 应用方向，并且支持用户自定义选择组件库中的技术模块，组合成起吻合其应用需求的数据业务平台	
数据积累	长时间在媒体端数据积累	十多年的行业数据积累	—

（4）腾信股份和博拉网络比较情况

类目	腾信股份	博拉网络	差异化
数据挖掘技术涉及产品描述 **（对比服务产品：官网披露巨兽数据平台）**			
数据挖掘范围	全文本信息	全网的舆情信息	发行人的挖掘范围更为广泛
采集技术	无披露	通过自主开发的分布式网络智能蜘蛛（NSS）采集系统	—
时效性	实时	实时	无实质差异
挖掘结果	实时了解互联网任何角落的口碑变化	进行企业相关数据实时收集和分析、跟踪，对信息处理有自动化的建议和响应机制，通过大数据分析更及时地生成数字商业方案和执行策略调整	发行人主要针对数据进行舆情响应、营销和产品消费分析，在形成数字商业解决方案上有优势； 腾信股份主要针对口碑变化进行了解，并未提到策略报告及分析
技术经验	未披露	十多年技术经验	—
数据分析技术涉及产品描述 **（对比服务产品：官网披露巨兽数据平台）**			

数据分析范围	海量自制内容	按用户对企业产品兴趣、个体行为、消费评价等特征进行数据分析收集，按行业建立了产品属性参数、用户兴趣参数等多维度用户分析大数据画像模型	发行人针对企业用户兴趣、行为、产品分析具备自主独特技术； 腾信股份主要针对海量自制内容数据分析；
分析技术	未披露	利用按行业自主训练的 NLP（自然语言处理技术）对信息主题、情感进行分析归类	—
分析结果	帮助广告主更理性地审视互联网自制内容资源	1、营销效果预测：根据自主研发的自动化训练模型进行机器学习训练，预估效果准确，为营销选择更精准的媒体渠道和实施方式，便于营销和电子商务活动价值落地，实现智能优化营销路径，提升效果； 2、精准营销：和数据监控技术的分析数据结合，对方案聚类、归纳、效果优化，能迅速地根据客户和业务团队需求精准匹配，给出多种可行营销方案建议和产品改进建议	发行人数据分析技术在具体业务应用方向如：营销效果预测及精准营销方向具备优势； 腾信股份专注于广告投放、广告内容分析方面
大数据	无披露	建立了超过 100 项的	—

应用产品扩展		以大数据为支撑的专业组件，除营销应用外，还涉及电商、客户关系管理、物联网、AI 视觉识别等更多 应用方向，并且支持用户自定义选择组件库中的技术模块，组合成起吻合其应用需求的数据业务平台	
数据积累	无披露	十多年的行业数据积累	—

总体看来，大多数可比公司主要专注于互联网媒体和广告投放领域的大数据技术投入，而发行人则更侧重于对企业用户兴趣、行为、产品消费的数据挖掘和分析，以及智能营销等技术方向上，且发行人的大数据产品研发还涉及电商、客户关系管理、物联网、AI 视觉识别等更多应用方向，未来可延伸和发展的空间更大。

2、在互联网大数据挖掘与分析方面的优劣势，相关技术是否为行业普遍、基础性技术

（1）相关技术是否为行业普遍、基础性技术

由前述同类可比公司的技术使用情况及挖掘结果、分析结果情况可知，使用数据采集技术、自然语义分析技术为行业普遍、基础性技术，各方在基础技术上凭借各自经验积累和能力进行技术优化，不同程度地提升产品性能和运行效率。

但数据挖掘及分析由于具体应用场景不同，因此发行人通过不同商业应用场景中的数据学习获得的数据算法和专利技术属于发行人的独特、创新技术。

（2）在互联网大数据挖掘与分析方面的优劣势

发行人基于十余年的行业技术经验及数据积累，在互联网大数据挖掘及分析方面优势主要集中在全网舆情挖掘（包括视文字、图片、视频等多维异构数据）、针对用户兴趣、行为、产品为基础的多场景精准用户画像、潜客挖掘算法、精准营销效果预测、智能营销分析方面，大数据应用产品的扩展性更为丰富，未来可延展空间更大。

由于业务发展方向不同，单一营销场景如媒体广告、线下门店等数据分析及挖

掘能力与同行业可比公司存在一定的劣势。

（三）发行人拥有的互联网技术是否难以被复制或研发，是否能够持续保持相关的技术独特性及创新性

1、发行人拥有的互联网技术是否难以被复制或研发

（1）互联网技术的迭代特性

互联网具有典型的技术快速迭代的特征，发行人的业务模式、行业竞争优势均与大数据技术、互联网技术和新媒体技术的发展密切相关，与同行业可比公司的发展方向具有一定的相似性，也存在一定的差异性，在研发方向上会基于更符合自身业务发展需要进行，在技术上会存在相互借鉴及优化的情况。但发行人依靠长期服务多行业大型用户的经验，通过反复打磨、不断修正和完善、持续迭代升级所形成的技术产品体系，其应用成熟度和行业性价比难以在短时间内被复制。

（2）互联网技术的先发优势和门槛积累

近年来从事大数据及整合数字营销的企业数量迅速增加，市场竞争日趋激烈。随着行业技术的发展和更新，竞争企业或潜在竞争企业有可能复制或推出发行人已有的相关技术产品，但发行人所拥有的核心技术均针对特定行业的企业客户，具有一定的研发门槛，研发时间较长，数据资源和技术组件积累较多，且发行人进入toB 领域已有十余年，对服务行业、企业有丰富的认知和经验，可与时俱进地推出更符合客户需要的创新型大数据应用产品，建立了客户黏性，较之后来者更具优势。

（3）技术价值体现需要多维度条件匹配

发行基于自主研发的 E2C（E-service to Company）数字商业大数据云平台，形成了“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式，在长期为汽车、快消、家电、零售等各类实体企业服务的业务实践中，积累了丰富的数据资源，构建了覆盖营销、电商、客户关系管理等各个大数据应用场景的技术产品体系，形成了针对主要行业客户的较为成熟的数字商业解决方案。即使竞争企业或潜在竞争企业复制了单项相关技术产品，但在缺乏数据或应用场景等其他必备条件配合的情况下，也很难发挥技术价值。

综上，随着行业技术的发展及迭代，在基于共性技术的软件开发及优化系统功能会存在被复制的可能，但发行人在不同商业应用场景中通过长期海量数据学习所积累的各类数据算法和技术专利，以及针对特定行业的创新应用产品为公司特有技术成果，较难被复制。

2、发行人是否能够持续保持相关的技术独特性及创新性

随着移动互联、大数据、云计算和社交媒体等的兴起和快速迭代，发行人持续保持大数据技术和新媒体技术独特性、创新性和先进性是提高客户需求响应速度、保持市场竞争力的决定性因素。

为此，发行人在新技术研究、产品创新开发、人才引进上持续投入，保证了公司技术的与时俱进和领先优势。

（1）通过建立研发管理机制，发行人有效地提升了研发战略规划的合理性，调动了技术人员的创新积极性，规范了研发流程和经费使用，确保了研发工作有序、高效开展，保证了技术成果的有效转化和公司知识产权安全。

（2）发行人为激发新产品、新场景研发和深入，激活研发人员创造性和积极性，设立了目标考核+制度保证的激励和约束机制。

（3）发行人的核心团队均为技术出身，拥有丰富的数字技术和产品研发经验。在十余年发展中，发行人以创始团队为依托不断引进研发技术人员，截至 2018 年 12 月 31 日拥有研发技术人员 173 名，占员工总数的近 40%。此外，发行人还通过产学研合作“借力”外部科研能力，并通过承担地方或国家关键技术项目研发保证技术的领先。

（4）2016-2018 年，公司共投入研发费用 4,312.165 万元，主要研发方向是商业场景应用系统和核心技术的拓展升级，确保了公司在技术和产品的持续创新力度。研发涵盖数据采集工具、多渠道数据整合平台、数据分析系统、会员数据管理和运营平台，以及涉及企业管理、精准营销、电子商务、物联网、人工智能等各类场景应用的技术系统，这些研发产品可以根据客户功能需求进行自定义的搭配组装和应用，从而提升公司的开发效率，降低公司开发成本。未来公司的研发方向主要是围绕在企业大数据平台、行业大数据中台、中小企业 SaaS 服务平台等方面进行完善和升级，为实现大企业的服务个性化，中小企业服务批量化提供技术平台支撑。

（5）发行人拥有自主研发的高新技术产品 3 项，原始取得软件著作权 89 项，拥有和正在申请的大数据及相关发明专利 47 项。公司通过对软件和产品模块组装应用，构建完善了 E2C 平台，向企业提供数字营销、电子商务、客户关系管理、智慧园区、媒体投放等服务，并实现营收和利润规模持续增长。

发行人与主要客户均保持多年合作业务关系，为保持原有业务持续发展以及新领域拓展，公司必须通过完整的研发机制，不断进行研发投入以保持技术独特性和

创新性。发行人具有保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的具体安排，具体情况请参见招股说明书“第六节 业务与技术”之“七、核心技术和研发”和本问询函回复“问题 13、三”。

综上，发行人能够持续保持相关的技术独特性及创新性，是基于发行人始终注重对技术人才的引进、技术团队的培养，以及技术研发的创新，通过建立各种机制来保持技术独特性及创新优势。

三、发行人主要技术中哪些属于行业共性技术、哪些属于公司特有技术，详细披露公司特有核心技术的独特性和突破点

（一）发行人主要技术中哪些属于行业共性技术、哪些属于公司特有技术

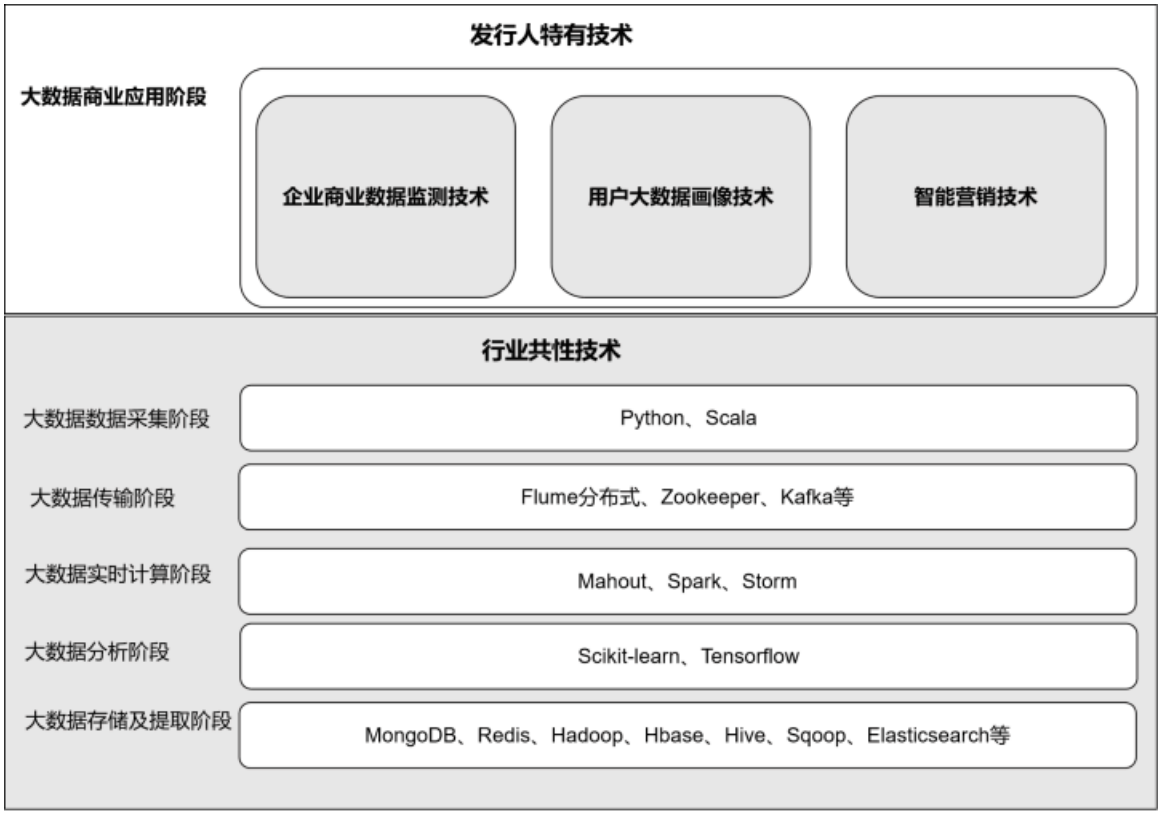
1、行业共性技术

目前，大数据技术无论是在大数据文件系统、数据存储、大数据搜集、数据处理、查询引擎、分析和报告工具、调度与管理服务等方面均有大量开源工具，已经构建了庞大和完整的大数据开源组件图谱。著名的大数据开源框架，例如批处理框架 Hadoop、流处理框架 Storm、混合框架 Spark、人工智能框架 TensorFlow 等已经被业内广泛使用，关键在于在对开源代码的理解和使用。发行人持续跟踪和更新开源技术、使用最新版本，与主流的大数据公司在技术平台方面没有明显差别。技术的差异主要表现在在各公司凭借各自经验积累和技术优化能力，输出的产品的性能、功能、经济性方面是否更能满足客户的切实需求。

2、发行人特有技术

针对不同的企业大数据应用场景的差异化需求，发行人基于大数据应用技术（包括企业商业数据监测技术、用户大数据画像技术、智能营销技术）获得的 100 多项专利及软件著作权（含正在申请的）相关技术都是发行人的独有技术。

行业共性技术与发行人特有技术关系情况如下图：



注：图中所列的行业共性技术是公司研发产品中已使用的技术

（二）详细披露公司特有核心技术的独特性和突破点

关于发行人具体业务内容，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”中补充披露如下：

（1）企业商业数据监测技术独特性和突破

核心技术名称	使用的平台技术及技术框架	独特性和突破点
企业商业数据监测技术	Python、Scala、Flume 分布式、Zookeeper、Kafka、MongoDB、Redis、Hadoop、Hbase、Hive、Sqoop、Elasticsearch 等	1、对海量数据持续跟踪的分布式智能协调调度技术，让采集服务器在可控的资源成本下高效协调采集跟踪数据，并提高了数据的复用度； 2、智能大数据架构，伸缩弹性更大。设备自组网、自管理，支持企业便捷私有化部署，按需弹性扩容。支持分布式检索引擎，通过分布式数据库 MongoDB，支持海量数据存储，PB 级记录，毫秒级即可完成数据检索； 3、智能分析技术，基于计算机多媒体识别算法，对互联网的视频图像、图片、文字内容进行理解和分析，生成可视化分析结果和商业行为的特征信息。通过对企业线下商业场景多源异构数据的整合，包括视频监控数据和商业运营数据通过智能分析技术进行用户购买意向等商业行业的预测和分析，基于该特有技术已形成相关多项专利。

举例：商业信息监测及数据分析系统：

发行人为汽车行业客户开发了互联网商业信息监测和数据分析系统，该系统可以 24 小时不间断自动采集客户汽车品牌在互联网上的相关信息，分析该品牌的网络声量、分布区域、用户关注度、车型评价，客户对该车型的配置、操控、安全、油耗高低、空间等各个产品要素的总体反馈意见，及时发现和追踪用户投诉和负面信息，分析比较竞争对手的产品优缺点和市场最新动态等，为客户在产品改进、营销规划等方面提供数据支撑。

独特性和突破点如下：

通过大数据手段，打通了企业外部及内部各个系统间的信息孤岛，整合各类信息资源并挖掘信息深层次价值。

1）支持智能分析技术，多媒体信息挖掘

区别于传统舆情监测系统的数据分析，发行人自主研发的智能分析技术基于计算机图像识别算法技术，能够实现对图片、文字内容进行理解和分析，还支持汽车行业产品及相关媒体数据，实现精准语义理解、情感判断学习，生成可视化内容和行为的描述信息。

2）基于行业定制的智能事件挖掘

突破常规舆情监测系统针对事件以时间、数据本身进行分析的维度，打造基于客户行业定制化的分析纬度，构建对单一或多个媒体、KOL 或产品、竞争产品关联的事件分析，能够有效的进行情感预判，分析事件走向。

3）行业数据监测体系构建

与传统数据监测只提供数据检索的服务不同，针对汽车行业专门建立数据指标体系，涵盖产品功能体系、媒体舆论体系，企业活动相关的 UGC（用户原创内容）内容体系、企业活动相关的用户情感体系等，体系内容可灵活更新扩充，并提供相关的舆情监测自定义信息推送服务。

（2）用户大数据画像技术独特性和突破

核心技术名称	使用的平台技术及技术框架	独特性和突破点
用户大数据画像技术	Mahout、Spark、Storm、Scikit-learn、Tensorflow、MongoDB、Redis、Hadoop、Hbase、Hive、Sqoop、Elasticsearch 等	1、对海量商业数据进行自动化多维度的数据标注技术，产生用于后续进行机器学习、智能分析的高价值商业数据标注库； 2、多维度智能分析能力，通过对精准模型的构建方法和基于用户习惯的大数据画像模型的研究，形成了独有的模型架构和分析方法，并支持可视化操作管理和图形化研判分析及智能标签分析； 3、实现对线下商业场景视频监控中出现的用户/物体/动作等内容精准识别并进行标签画像； 4、大于 250 个用户基础画像标签，可根据业务和商业场景需要生成上万个不同的组合标签。

举例：零售行业客户小程序会员管理项目：

聚焦用户生命周期，持续挖掘转化潜在价值

该小程序会员管理项目形成了智慧零售的数字会员管理，更精准触达目标消费人群，提升品牌忠诚度的目的。该项目主要运用用户大数据画像技术，通过独立业务场景进行数据采集与用户行为分析，度量运营效果，融合业务消费场景，

打通数据孤岛，丰富自建数据平台的用户画像。针对应用场景下的模型需求进行数据训练，验证数据模型的可行性与准确性。

发行人提供了完善的渠道数据采集接入方案，提升了监控、度量引流效果。采集并记录应用中每一个用户的活跃状态、流量分布特征，能够清晰地统计各应用载体中留存用户数据，提炼留存用户特征模型。平台中的销售转化漏斗功能记录每一个转化节点的数据，便于项目测评与优化，提升销售质量。同时提供 AB test 机制测评可行性方案、多种自传播效果度量手段，适用于不同的应用场景，如："一人一码"、微信朋友圈广告自传播等组件服务。

独特性和突破点如下：

1）以跨平台大数据驱动新零售链路

公众号+小程序+微信支付+卡券的互通营销链路，形成营销闭环、拉动复购：充分利用社交分享，提升回访率及拉新率，通过公众号模板消息精准推送消费者，带动小程序领券及核销。

2）对千万级会员数据进行自动化多维度的数据标注，精准接触消费人群

为客户小程序的会员进行精准的用户画像，触达更具转化价值的消费人群。数据维度包括：年龄、学历、性别、星座、消费行为、消费偏好、兴趣爱好、互动行为、转发行为等。

3）基于用户画像技术，提升转化、促进销售

线上线下用户画像整合促进销售，借助小程序精准推送不同客户群体，优化优惠券发放形式，全场券针对用户消费客单价（每一个顾客平均购买商品的金额，客单价也即是平均交易金额）、活跃度等多维关联行为标签筛选，进行促活拉新，有助提高客单价；联合品牌资源制定单品券，针对用户偏好、消费行为进行投放，吸引用户到店，拉动销售。

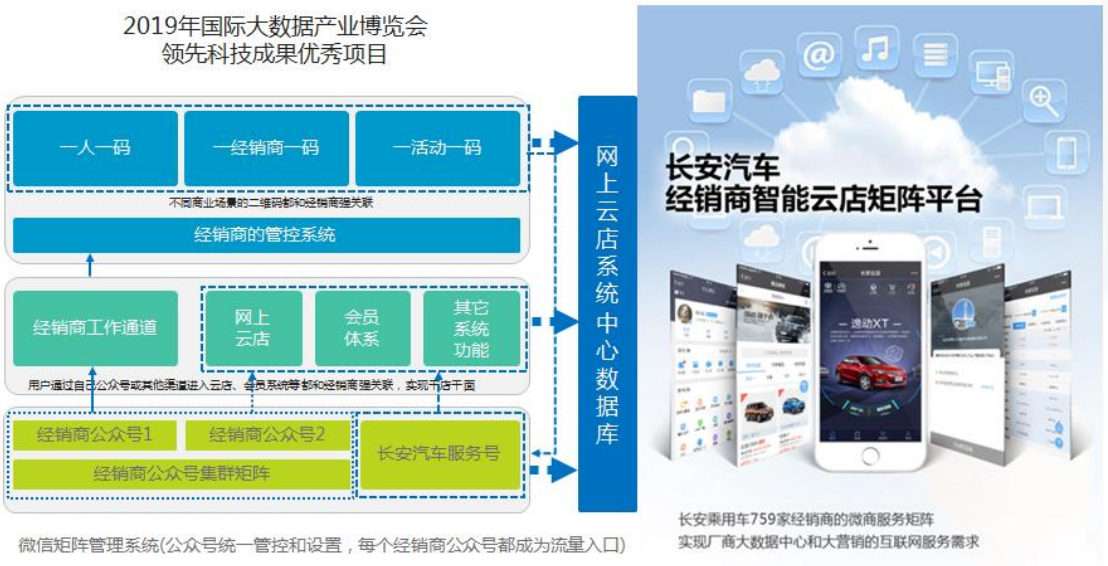
4）通过用户偏好推送分类信息，大数据实现"千人千面"，提升用户体验

通过精准人群定向技术，针对不同用户人群进行分类券推送，培养不同用户群体线上领券转化消费，单一业务场景活动尝试。同时通过多类互动活动，培养用户打开小程序习惯，区别单一的粗放式领券。不同互动活动刺激不同用户关注，通过参与取得额外"收获"，提升用户体验。

（3）智能营销技术独特性和突破

核心技术名称	使用的平台技术及技术框架	独特性和突破点
智能营销技术	Flume 分布式、Zookeeper、Kafka、Mahout、Spark、Storm、Scikit-learn、Tensorflow、MongoDB、Redis、Hadoop、Hbase、Hive、Sqoop、Elasticsearch 等	1、营销效果预测技术：根据独有的营销模型算法和业务经验，提供离线特征计算、效果仿真评估、AB 测试服务，并基于流式技术支持客户进行实时决策，实现营销路径的智能优化，提升营销效果； 2、精准营销技术：基于营销大数据的挖掘与分析，提供从营销策划到人群定向、创意设计、媒介投放、电商管理的营销全生命周期数据化运营支撑，并结合用户应用场景实时跟踪转化路径和效果，实现了基于分类场景和用户行为分析的消费预测及个性化推荐、AI 客服等特有方法和技术，并形成了多项相关专利； 3、营销数据支撑软件库：建立了超过 100 项的以大数据为支撑的专业组件，企业客户可根据智能分析营销结果选择组件库中的技术模块，自定义组合成吻合其自身应用需求的数据业务平台。

案例：乘用车经销商网上云店系统项目：



该乘用车经销商网上云店平台管理系统和前端产品均由博拉网络根据汽车客户需求、线下销售特点，在考虑到针对用户精准营销的前提下进行设计开发。整体应用系统开发采用用户名、密码、CA 认证等多重系统安全认证体系，支持灵活的权限设计，系统通讯过程进行了加密传输和存储。采用灵活、互动式的功能设计和界面设计，体现现有的业务流程，实现功能性和易用性的统一，使平台具有强大的数据处理以及业务管理能力。

独特性和突破点如下：

1）打破汽车厂商与经销商的用户及潜客数据孤岛的行业应用

乘用车经销商网上云店平台是一种创新型电商通过与经销商及其活动的管控以及与微信矩阵的结合，最终形成一个创新型的矩阵电商平台系统。这是传统企业联网思维经营的一次有益尝试。

2）通过自有数据平台构建起了企业的“数据资产”

用户无论是扫描经销商顾问、经销商活动还是经销商处二维码最终会聚焦在汽车客户微信服务号下，微信服务号成为用户的“蓄水池”。数据采集、分析关乎到如何寻觅潜在客户、提升已有客户忠诚度。以往全国消费者和潜客的数据都是分散在各地经销商手中，厂商很难描绘出消费者的“画像”，等于流失了数字资产，有了这个“蓄水池”就能为之后的决策提供客观依据。

3）不仅实现了精准营销，还通过粉丝数据运营实现了长期价值

乘用车经销商网上云店平台通过一店一码、一人一码、一活动一码实现了每个经销商的活动都有一个专属页面，且是粉丝聚合到服务号上，契合了大数据智能营销技术中关于“千店千面”的构想。经销商可维护自身引进的粉丝，向这部分粉丝单独推送消息，提升用户黏性。厂商可统一管控所有经销商的微信公众账号，实现对经销商公众号的图文统一推送、菜单统一管理、粉丝用户信息统一聚合等功能，有效掌握粉丝变动情况，也便于推送覆盖所有经销商的活动，实现步调一致，而且利用模板信息向消费者进行信息推送内容,打破服务号每月限制 4 次内容推送的限制。

四、发行人主要产品与核心技术、专利、软件著作权、业务许可和资质等匹配关系，如何保持核心技术的先进性

公司核心技术是公司在业务中不断积累和总结形成的。公司开发的相关技术服务和软件均来源于公司的核心技术，发行人所开展的业务无需前置审批的特殊业务许可和资质。发行人主要产品与核心技术、专利、软件著作权、业务许可和资质等匹配关系，具体情况请参见本问询函回复“问题 13、三”。

发行人从以下几个方面的阐述和分析来印证公司的核心技术优势、以及如何保持核心技术的先进性：

（一）客户服务方面

中介机构（保荐机构、发行人律师、申报会计师）在客户走访中，发行人主要客户对发行人提供的技术服务评价如下表：（以下“客户评价”的来源：中介机构

走访客户时客户接待人的口述）在客服访谈中客户一致认为，博拉网络技术开发能力强或者具有优势，与营销、销售、客户服务等方面结合较好。

客户名称	客户技术服务评价
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	博拉网络的优势：在提供的创意的同时可以去提供技术上的东西，所有的东西都和销售挂钩的，博拉网络把营销和技术结合得很好。大数据分析和精准定位客户的能力比较强。响应速度很快。 不足之处：创意再提高一些，技术特别好，但是创意和传统广告公司比还可以再提高。
长安福特汽车有限公司、重庆长安汽车股份有限公司	服务时间长，对业务的了解比较彻底，在数据的应用方面有优势。在技术开发方面能力也较强。
比亚迪股份有限公司	网络技术强，从大数据应用到电商领域、销售线索搜集方面较强，客户精准定位，有一定的技术能力，自主研发能力强。 从趋势看，公关在转变。以前推荐权掌握在人手中，现在靠算法、技术支撑，推荐权掌握在算法手中，根据算法进行内容推荐。算法有一定的逻辑，博拉在这方面的技术上有潜力。
四川虹微技术有限公司、绵阳科技城大数据技术有限公司	数字营销综合的能力比较强，比营销多数据，比数据多营销，两者结合比较好。
长安标致雪铁龙汽车有限公司	技术非常过硬（在比稿的时候能体现出来）。用户口碑数据库、口碑维护理念先进，数据应用和投放更有逻辑性和条理性，数据投放精准。博拉提的方案非常务实，会把理念落到实处。
阳狮广告有限公司	灵活性强、对互联网内容很了解，技术研发是强项，可以支撑他们的业务需求。博拉可以贴合客户需求，性价比也比较高，主要核心竞争力还是在于技术优势。

在客户服务方面，公司保持核心技术先进性的措施如下：

1、结合业务实践，巩固技术创新优势

公司主要基于核心技术产品为企业客户提供各类大数据应用服务，技术能力是公司在市场中的核心竞争力及关键所在。根据一些大型客户，如家乐福、长安汽车、比亚迪等反馈，发行人主要是从数据资产构建、大数据营销及运营等方面提供服务，并对发行人的技术开发和大数据应用表示了认可。未来，随着公司业务规模的持续增长，技术和一对一创新服务能力依然是在竞争中胜出的重要因素，结合大型企业客户的需求和业务实践，有针对性地加强核心技术的研发升级和产品创新，与时俱进地保持与前沿数字技术的同步，通过技术领先来不断增强客户黏性，保持市场竞争优势。

2、扩大客户应用领域

目前企业大数据应用需求最多的领域是营销。但未来，企业内部运营管理、供应链管理、生产管理环节都将逐渐被大数据应用渗透。因此，除了巩固在营销领域

的竞争力外，公司还将扩大涉足领域，如公司目前在智慧园区、生产现场 AI 智能监控管理、供应链金融服务等领域的布局和尝试就是大数据应用领域延伸的体现。

3、加强核心技术的持续迭代，巩固技术深度

公司坚持“大数据+技术产品+应用服务”三位一体的发展模式，形成了“企业商业数据监测技术”、“用户大数据画像技术”和“智能营销技术”核心技术，具有较强的行业竞争优势。目前，公司已经构建起相对完整的技术体系，并可根据最新技术和场景需求不断优化、更新，保持核心技术的持续迭代升级。

（1）“企业商业数据监测技术”方面

公司是在国内最早开展数据和信息的采集研究的企业之一，也是最早推出数据监测服务的公司之一（2008 年）。经过十年的应用，可以利用按行业自主训练的 NLP（自然语言处理技术）对信息主题、情感进行分析归类，自动生成分析报告，对敏感信息和热点信息进行跟踪分析。公司的服务可应用于客户的全业务体系中，能根据全网的舆情信息进行行业数据实时收集和分析、跟踪，对舆情处理有自动化的建议和响应机制，通过舆情大数据分析更及时地智能生成数字商业方案和执行策略调整。

未来，发行人将基于自身企业商业数据监测技术方面的优势，为企业客户定制 BI（Business Intelligence）即商务智能，形成完整的商业解决方案，用于有效整合内部和外部数据，快速准确地提供数据分析报表并自动生成决策依据和建议，帮助企业做出科学客观的业务经营决策，从营销业务的决策分析领域扩展至销售分析、产品分析、生产分析等领域。

（2）“用户大数据画像技术”方面

公司成立之初即基于博客人的 KNOW-WHO 数据算法构建了用户大数据画像的算法基础，根据不断优化发展，现利用 Kafka、spark streaming 的实时流技术，以及 MongoDB、HBase 等分布式数据库，收集用户行为数据，高效进行清洗、脱敏、存储 、索引、搜索等数据处理，实现其标准化。发行人具备数据挖掘、算法定制、数据可视化、预测性分析等核心技术能力。发行人十多年的行业数据积累和以多形态、多模态数据进行交互并利用，通过 Spark MLlib（spark 机器学习库）利用上千次项目实践的业务数据进行强化迭代训练，按用户对产品兴趣、个体行为等特征进行数据分析收集，按行业建立了用户属性参数、产品属性参数、用户兴趣参数的多维度用户分析大数据画像模型，在用户参数维度数量和分析精准性等方面处

于行业领先地位。公司的“用户大数据画像技术”实现了用户不同触点的统一视图，打通用户在短信、社交媒体、电商平台、实体店铺，客服中心的可识别的用户标识UniqueID（不限于 Cookie，IDFA，UDID 等）的管理，实现了用户的全周期全息的归一分析。

未来，发行人计划将“用户大数据画像技术”形成 SaaS 化部署，满足大中小不同企业对于用户分析的需求，同时通过可视化技术部署，在数据上帮助企业多维度洞察客户特性；帮助垂直行业中的中小型企业以及行业代理，快速搭建完整的大数据应用管理系统。

（3）“智能营销技术”方面

公司自 2007 年开展数字营销业务，经过十多年的发展，公司利用上万数字营销案例和数百种方案维度和效果参数，结合自身已实现的数千万条营销和电商方案大数据进行特征归类，根据研发的自动化训练模型进行机器学习训练，预估效果准确，让广告投放选择更精准的媒体渠道，让营销和电子商务活动价值落地，实现智能优化营销路径，提升效果。公司的精准营销技术和数据监控技术的分析数据结合，对方案聚类、归纳、效果优化，能迅速地根据客户和业务团队需求精准匹配，给出多种可行营销方案建议，提供更丰富和个性化的营销方案和电子商务转化路径，结合用户的实际场景，实时跟踪转化路径和效果并及时调整营销方案，使用户价值最大化。另一方面，公司构建并不断完善营销数据支撑软件库，建立了超过 100 项的以大数据为支撑的专业组件，企业客户可根据智能分析营销结果选择组件库中的技术模块，组合成吻合其应用需求的数据业务平台。

未来，发行人将基于目前的“智能营销技术”扩展更广泛的专业营销组件，结合 AR\VR、AI、物联网技术扩展更多智能营销场景，包括智能创意、智能策略、智能投放、垂直行业营销活动可视化跟踪系统等方面，帮助企业提高营销管理效率，实现营销数据资产的管理。同时进行 SaaS 化部署行程满足中小企业智能营销技术平台，支撑企业在营销业务中的扩展应用。

（二）大数据行业技术运用的价值方面

数据的价值是与应用平台数量成倍数或指数增加，只有运用越广泛，价值越巨大，其技术领先才越明显，发行人在大数据服务方面提供的内容较为广泛，主要包括数据分析咨询、数据采集和管理、增值运营服务，以及大数据在数字营销、电子商务、客户关系管理等应用场景的行业解决方案，同时也帮助实体企业构建大数据

资产和智能应用平台。

此外，发行人提供的大数据应用技术能够基于实际开展的广泛业务，在行业市场运行中进行多维度持续的学习训练及优化，通过持续扩大的业务规模保持公司技术的领先性。

下一步，公司计划从大数据应用深度与广度体现企业价值和服务价值：

1、应用深度

（1）BI（商业智能）：即将企业已有数据有效整合，提供准确的决策判断。目前大数据应用更多集中在营销层面，而 BI 是将数据转换为知识，通过数据仓库、联机分析处理工具和数据挖掘等技术为企业提供完整的解决方案。对比大数据更多在某个环节的应用，通过研发和提供 BI 服务，公司能更深入参与企业生命周期建设，贴近客群，形成较长期的合作关系。

（2）深挖 CRM 系统价值：CRM 的意义在于连接客户，做好互动和服务。未来结合大数据技术的 CRM 还将参与企业数字化和智能化闭环，除了分析用户数据外，还可以对销售行为、线索进行分析，提升营销精准度和用户数据价值的整体利用程度。

（3）扩大特定主要行业的大数据应用深度：以公司主要服务的零售行业为例，公司涉入大数据应用场景日渐增多，包括营销、电商运营、数字媒体投放等。同时，针对新零售物流发展特点，即提升配送速度满足当日甚至“闪电送”需求，根据用户所在地点、下单时间匹配商品，安排好快递人员做好路线规划等，这都需要大数据进行分析，甚至是针对节庆提前预判客户需求做好规划。针对性地加强在主要行业的大数据技术应用深度，将核心技术应用下沉和细分到该行业的各个业务环节，通过精细化覆盖以形成在该行业领域的技术领先优势。

2、应用广度

（1）在“大数据+物联网”方面，公司已经在智慧社区进行了实际应用，通过“智能园区物联网+数据分析管理平台”为住户提供数字化体验，为物业完成在线的基础功能和增值服务，以社区为单位形成集群和网格化的信息管理及服务支撑，让社区管理者与住户形成信息交互的大数据服务平台。

（2）在人工智能方面，公司正在积极开拓视频智能监控系统并投入实际应用。针对市场中视频监控技术的“短板”，公司通过 AI 视觉神经网络的分析算法，可识别人体特征和动作，这一技术可用于厂区、园区、人流密集地带的如工服监测、保

安离岗监测、越界监测、入侵预警等场景。

（3）在 5G 应用开始扩大的阶段，通过大数据在车联网、工业互联网等领域进行更多应用场景的研发和实践。

（三）知识产权方面

1、软件著作权和发明专利相关情况与同类可比公司相比

根据公开渠道（同行业上市公司定期报告、官方网站）及第三方机构（天眼查等）查询所获信息，发行人基于大数据应用技术（包括企业商业数据监测技术、用户大数据画像技术、智能营销技术）获得 100 多项专利及软件著作权（含正在申请的），表明发行人具有较强的技术创新能力和水平。

项目	软著+专利	数据来源
博拉网络	获得 89 项软件著作权、21 项专利，26 项专利在审核中	招股说明书
蓝色广标	获得 119 项软件著作权，所申请的技术专利 21 项获得授权，20 项在审核中	年报数据
省广集团	包含所有子公司、孙公司共获得 240 项软件著作权，32 项专利	第三方企业信息查询：天眼查等
宣亚国际	包含所有子公司、孙公司共获得 17 项软件著作权	第三方企业信息查询：天眼查等
腾信股份	包含所有子公司、孙公司共获得 54 项软件著作权，1 项专利	第三方企业信息查询：天眼查等

2、紧跟国家战略要求和产业发展趋势

大数据发展已上升为国家战略，各行各业也处在供给侧改革、产业升级的关键时期，这为大数据应用提供了机会和挑战。如汽车行业中的新能源汽车已成为下一个风口，公司通过向比亚迪等客户提供服务已经切入该领域占得先机。其他行业如政务、新零售、金融、智慧园区等都进一步开放了与大数据的“接口”，公司未来将紧密跟踪各行业数据化的发展动态、把握市场机遇，扩展公司技术的应用行业。

3、加大中小企业大数据应用覆盖度

目前公司服务的客户大部分为行业大型企业，但中国市场还有千万家中小企业也具有数据化转型升级的强烈诉求，发行人将通过建设完善 SaaS 平台，将这部分企业客户纳入服务范畴。通过平台向中小企业提供一站式、个性化、性价比更高的大数据应用工具和服务，带动中小企业发展。

五、发行人关键核心技术的重要参数指标构成，从海量数据的采集、存储、智能运算和管理能力等方面，量化分析发行人核心技术与市场同类产品的差异及

优劣势

（一）发行人关键核心技术的重要参数指标构成

发行人关键核心技术的重要参数指标由以下几方面构成：数据源构成及数量、数据采集的效率和准确度、数据存储、智能分析的准确程度和及时性、以及对数据和应用整合管理能力，具体如下表。由于发行人的核心技术主要应用于客户具体业务场景中，数据指标和运行场景及选用的功能组件具备关联性，所以不同应用场景间数据指标存在一定差异。

指标类型	指标	数值	说明
数据源构成及数量、数据采集的效率和准确度	数据源构成	客户内部营销数据，外部网站、社区、微博、微信、APP	客户内部数据包括：销售系统、生产管理系统、CRM 系统中分散的数据，进行整合。外部公开数据，以及第三方式提供的数据接口数据
	网站数量	>10 万	包含搜索引擎、门户网站、专业网站，特定区域网站
	社区数量	>1 万	专业社区论坛数量
	微信数量	>10 万	重点 KOL 和官方微信号
	App 数据采集	支持	通过 Api 接口获取数据
	支持第三数据集成	支持	能够接入国际及全国特定或公开的接口数据
	非暴力采集技术	有	统一数据采集平台，根据需求进行数据分发，避免相同数据被重复采集
	复用度	>250 次	同一条数据被多项目采用
	重点信息监控时间	3 分钟	从网络信息发布，更新到系统报警的间隔时间
	分析采用的技术	人工智能技术	通过神经网络技术框架，将采集数据进行标注，提供程序进行识别训练，提高程序识别采集数据的准确度
数据存储	存储数据级	>10PB	包括自有服务器及管理客户服务器数量的存储容量，1PB=1024TB
	是否支持分布存储	是	通过 Hadoop 的 HDFS 及其他分布文件系统进行数据存储管理
	是否采用多级缓存	是	通过反向代理缓存，分布式 Cache，本地应用缓存，提高大数量的并发和读取速度
智能分析的准确程度和及时	监控信息类型	文字、图片、视频	分析的数据类型

性	语义训练数量	>4 亿条	大数据训练库实现行业词汇识别，情感判定，销售机会判定
	人体行为图片训练数量	>40 万张	人体行为及动作识别
	商品图片训练数量	>100 万张	电商平台商品识别
	实时分析技术	有	利用 Kafka、spark streaming 的实时流技术
	多维分析能力	有	通过 Kylin 对 TB 级数据实现多维数据分析运算
	标签数量	>250 条基础标签	可根据业务需要生成不同的组合标签
	分析模型数量	68 个	从品牌、产品、销售、用户等维度对“品牌形象指数分析”、“用户发布行为分析”、“用户触媒属性分析”，“产品投诉场景分析”、“用户社会阶层分析”、“竞品卖点分析”等 68 个维度进行分析
数据和应用整合管理能力	应用模块数量	>100 个	大数据运用模块越多，说明数据价值越被充分利用
	是否能够进行二次开发及系统整合	支持	提供将平台增加算法插件等手段，将数据提供给客户进一步分析使用
	同时服务客户数量	>300 家	

（二）从海量数据的采集、存储、智能运算和管理能力等方面，量化分析发行人核心技术与市场同类产品的差异及优劣势

发行人核心技术	可比产品	所属公司	重要参数指标	比较情况
企业商业数据监测技术\用户大数据画像技术\智能营销技术	对比服务产品：情报来源、BlueMC 营销捕手、麦谱云	蓝色光标	**采集：**海量的媒体资源，自媒体平台进行用户画像 **存储：**强大的内容数据库 **智能运算：**人工智能机器算法，策略分析、人群洞察、执行监测、效果评估 **管理：**危机信息及时反馈，一键式操作，实时可视化呈现	由于公开信息较少，暂无法量化分析
	对比服务产品：产品官网披露 G-Eagle 线上广告监测系统	省广集团	**采集：**采用市场主流的同源监测技术 **存储：**未披露 **智能运算：**省广独家算法模型、深度挖掘受众特征，为广告主提供完善的人群画像数据 **管理：**未披露	由于公开信息较少，暂无法量化分析
	对比服务产品：年报披露	宣亚国际	**采集：**AI 技术 **存储：**未披露	由于公开信息较少，暂无法

	舆情大数据分析平台		**智能运算：**依托 AI 技术\媒体价值评估系统 **管理：**未披露	量化分析
	对比服务产品：官网披露巨兽数据平台	腾信股份	**采集：**媒介数据、人工摘录、三方数据；覆盖国内 4 大搜索引擎、6 大电商平台，并和 30+国内热点媒体实现 Api 端口对接，每天获取 7000 万+条有效信息、620 万+独立用户 IP **存储：**未披露 **智能运算：**根据行业、时间、媒体类型、产品属性、情感类别、地区等指标预设 40+数据模型，200+内容标签。提供智能预测、量化评估、目标匹配。 **管理：**10 个维度考察商业合作价值，自由设定权重比例，满足不同人群评定需求	数据采集规模与发行人基本相当，在分析维度和数据运用广度方面发行人具有优势

通过上述对比分析可知，由于同行业公司同类产品公开的相关量化指标和信息较少，无法准确的进行对比。

六、结合我国汽车行业及快速消费品行业变动情况，分析说明发行人业务未来发展趋势及确保持续经营能力的具体措施

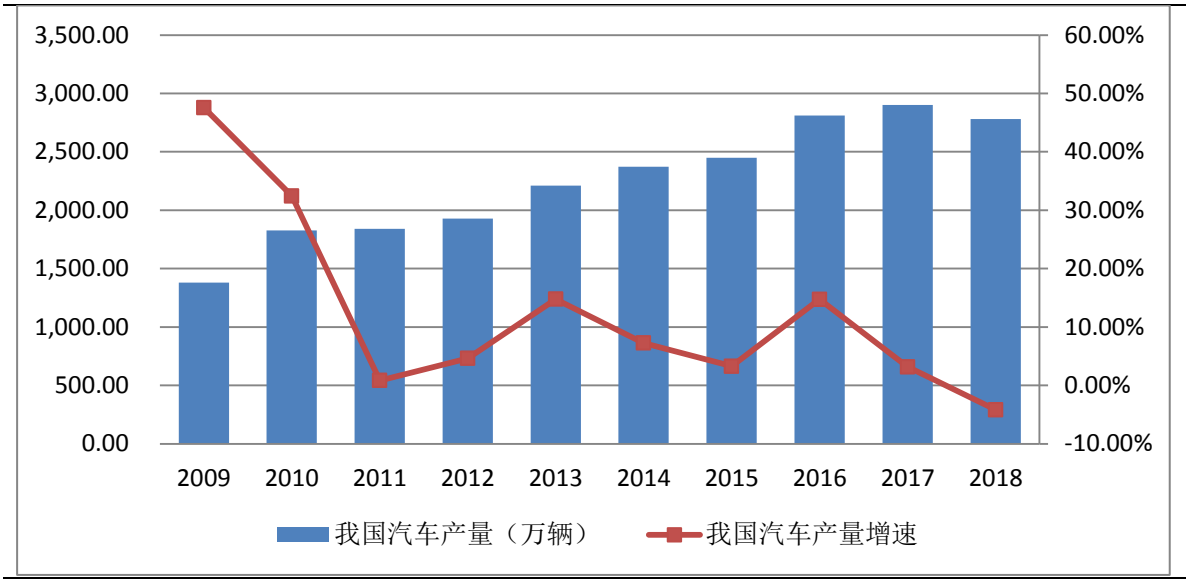
（一）我国汽车行业行业变动情况

1、我国汽车整体产销情况

最近十年，我国汽车市场总产量整体呈稳步上升态势。从增长速度而言，在经历 2009、2010 每年 30%-50%的爆发式增长之后，2011 年增速迅速跌落至 0.84%。但从 2012 年开始，汽车市场增速再次提升。2017 年，我国汽车产销 2,901.54 万辆和 2,887.89 万辆汽车，同比增长 3.19%和 3.04%，创历史新高。

2018 年，我国汽车产销 2,780.92 万辆和 2,808.06 万辆，同比下降 4.16%和 2.76%，为 1990 年来首次年度下降。

中国汽车产量以及增速



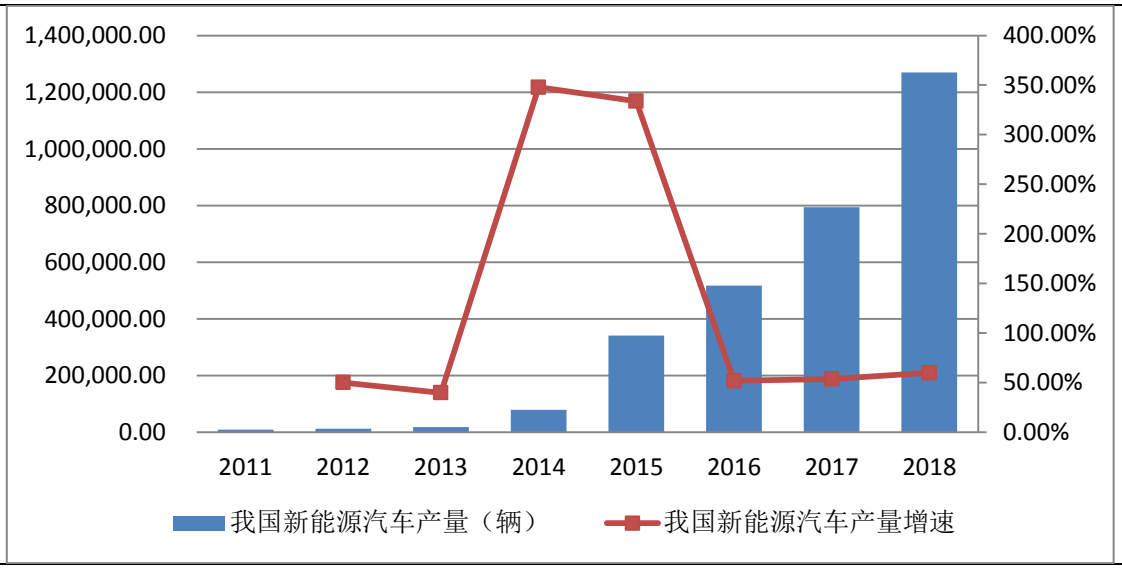
数据来源：Wind、中国汽车工业协会

据中国汽车工业协会统计分析，2019 年 1-4 月，我国汽车产销 838.86 万辆和 835.33 万辆，同比下降 10.98%和 12.12%，汽车行业继续承受较快下降的压力，行业产销整体下降的趋势没有得到有效缓解。

2、我国新能源汽车产销情况

在我国汽车产销增速整体放缓甚至下降的环境下，新能源汽车却出现产销二旺的良好局面，从 2011 年至 2018 年均呈现快速增长的态势。据中国汽车工业协会统计，2018 年我国新能源汽车产销分别完成 127 万辆和 125.6 万辆，首次突破 100 万辆，比上年同期分别增长 59.9%和 61.7%。2019 年 1-4 月，新能源汽车产销分别完成 36.8 万辆和 36.0 万辆，比上年同期分别增长 58.5%和 59.8%。

我国新能源汽车产量及增速

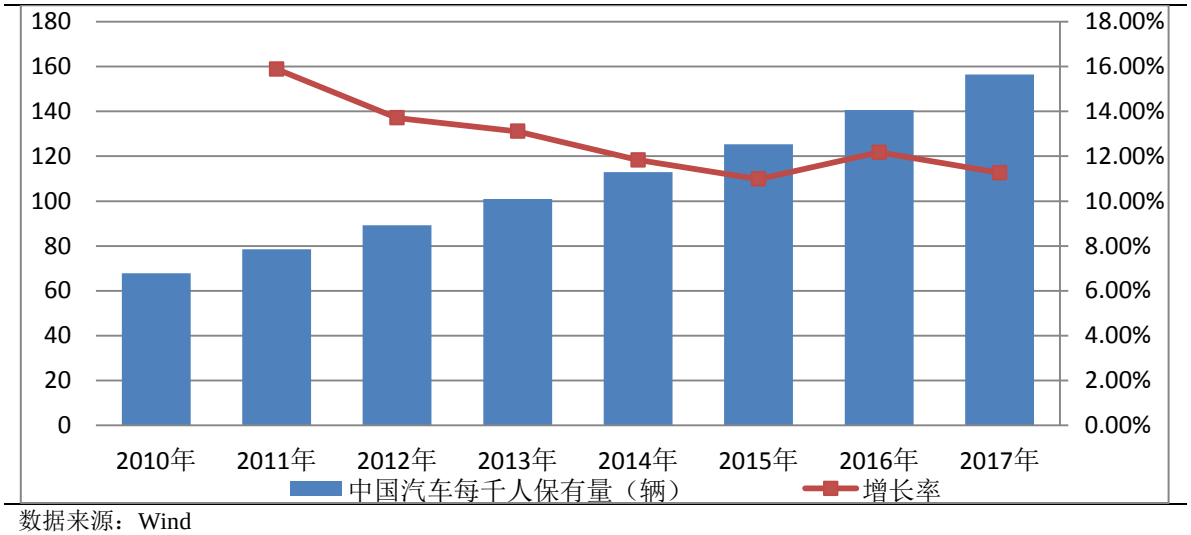


数据来源：Wind、中国汽车工业协会

3、国内每千人汽车保有量较发达国家仍较低

中国汽车市场需求已由“快速增长”转向“平稳增长”，随着汽车保有量的不断增长（东部沿海地区的汽车普及过程接近尾声），产销增速逐步下滑。但是当前国内人均汽车保有量（2017 年底约 156 辆/千人）才和世界平均水平（2011 年底约 150 辆/千人）持平，离发达国家的千人保有量差距更大（根据世界银行统计，2011 年德国每千人汽车保有量为 530 辆，美国为 403 辆，日本为 454 辆），国内汽车普及仍需一段时间。

中国每千人汽车保有量（辆/千人）



数据来源：Wind

综上，汽车市场低迷主要原因为消费信心不足，另外受国五国六标准切换的影响，以及对国家刺激消费政策期待等因素影响，消费者观望情绪明显。但随着国家减税、降费等一系列政策的逐步落地，“国六”标准的陆续推进，基建投资对消费市场促进作用的逐步显现，中国汽车市场预计将会逐步好转和回暖。

（二）发行人在汽车行业未来发展趋势

1、布局新能源汽车领域

传统汽车市场进入相对饱和期，但新能源汽车产业却驶上快车道。随着越来越多的厂商进入新能源汽车领域，必然加剧市场竞争，车企对智能营销、物联网、5G 等前沿应用的需求也会增加。对比传统燃油汽车，新能源汽车厂商需结合产品性能重新定位潜在客户群体，以消费者喜好为导向制定新的营销、整合推广策略，还必须强化对充电桩的布局和管控。而发行人已布局新能源汽车服务领域，如为行业龙头比亚迪提供数字营销服务、为中石化实施充电桩物联网管控开发等。随着未来新能源汽车行业市场规模的进一步扩大，发行人将借助已有服务经验和反复打磨的技术，扩展在该领域的服务应用，打造新的业务增长点。

2、帮助汽车行业扩展渠道数据服务

随着汽车行业营销已经从“以产品为中心”转变为“以用户为中心”，结合大数据及 AI 技术，发行人提供的大数据整体运营也在调整、升级，缩短厂商与消费者之间的距离，构建以“用户为中心”的智能汽车消费场景应用，具体表现为：

为车企构建大数据资产，升级销售渠道。传统的销售模式中，厂商将销售、发货、客户服务等环节交给 4S 店，厂商只能通过销售数据等少量信息了解市场、客户偏好。以“长安云店”项目为例，发行人打造了创新型矩阵电商平台系统，将 4S 店中的获客、交易、车辆交付、优惠推广、信息展示等经销商活动信息均汇总到长安汽车服务后台，形成数据“蓄水池”。最终厂商得到了全国所有门店实施的销售数据，可逐步形成用户画像，对营销优化、前端生产提供策略支持。随着数据的不断增加，大数据分析效果会愈加准确。

AI 智能帮助销售渠道升级。发行人正在布局智能化的线下门店销售场景应用，该应用主要基于 AI 技术的多目标追踪算法进行方言、人脸识别等技术打造智能门店，即：实时了解消费者在不同车型处停留时间、对车辆色彩的偏好、提问时间，对门店的访问评率等动态行为，将收集到的视频信息通过后台大数据分析得出用户对车型的偏好、购车习惯，最终形成用户画像。且不同门店的视频信息可用于后台共享，便于厂商了解用户真实购车意愿，改善 4S 店整体服务水平，提升销售转化。

3、升级以“用户数据和运营为中心”的数据服务扩展

发行人把汽车行业的数字营销作为切入汽车企业客户生命周期的开始部分与获客的早期阶段。发行人未来的企业大数据服务将超过传统营销所定义的范畴，将从企业的营销部门逐步扩展到企业用户的产品内部、客户服务、数据技术、战略管理等多个部门。发行人不仅只是为企业提供单一的数字营销，而是为企业提供从营销、电商、技术、商业转型升级、会员数据运营与管理的，企业数据生态的建设。

发行人给汽车客户带来竞争优势的一个途径是帮助汽车厂商充分利用海量的车主与潜客数据，利用用户行为数据寻找驱动增长的制胜方法。目前许多汽车主机厂商已对持续连接用户，实现对汽车全生命周期的数据资产运营和用户数据的持续运营，这需要以数字资产经营的思维贯穿全程，进行体系化数据生态管理。未来新能源时代的汽车企业，是否掌握数据驱动的体系和方法，运用数据指导各个业务部门的运营能力，利用分析工具代替人力，将成为推动汽车行业发展的关键。发行人所具备的大数据技术和营销的整合服务能力，更容易满足车企客户在数字营销、电子

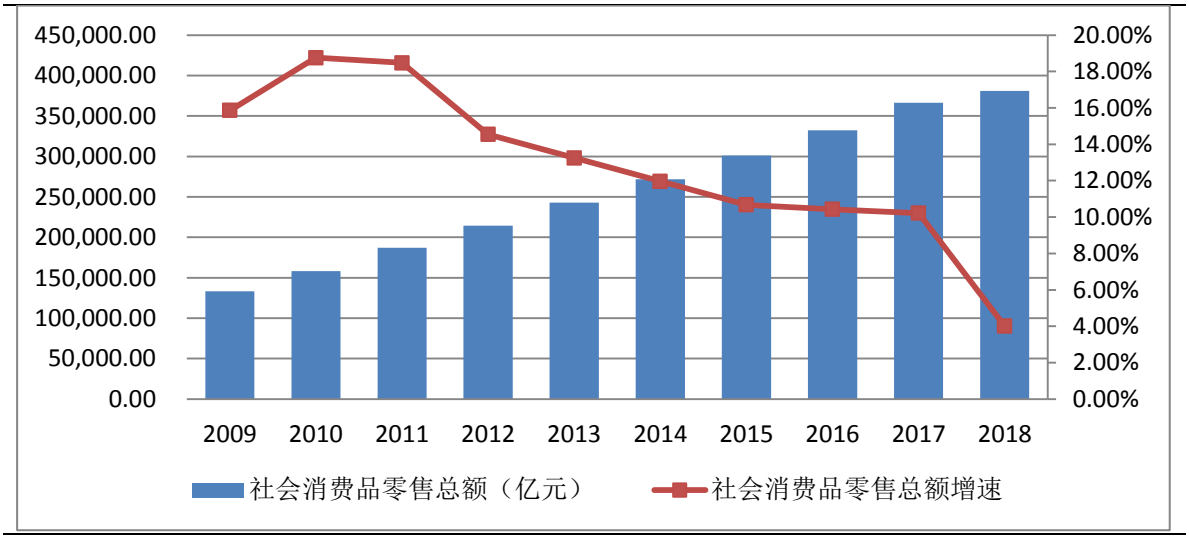
商务、产品改进、客户关系管理等方面的需求，结合大数据分析技术的应用，改进用户数字化体验、满足汽车行业的大数据需求。

（三）我国快速消费品行业变动情况

1、我国社会消费品零售总额

我国消费市场经历了 30 多年的高速增长（2018 年全国社会消费品零售总额超过 38 万亿元，创历史新高），已经进入消费规模稳步扩大、消费需求日益多元、消费结构不断升级的新阶段。这一变化符合我国经济社会发展的客观规律，也符合消费市场发展的阶段性特征。

我国社会消费品零售总额及增速



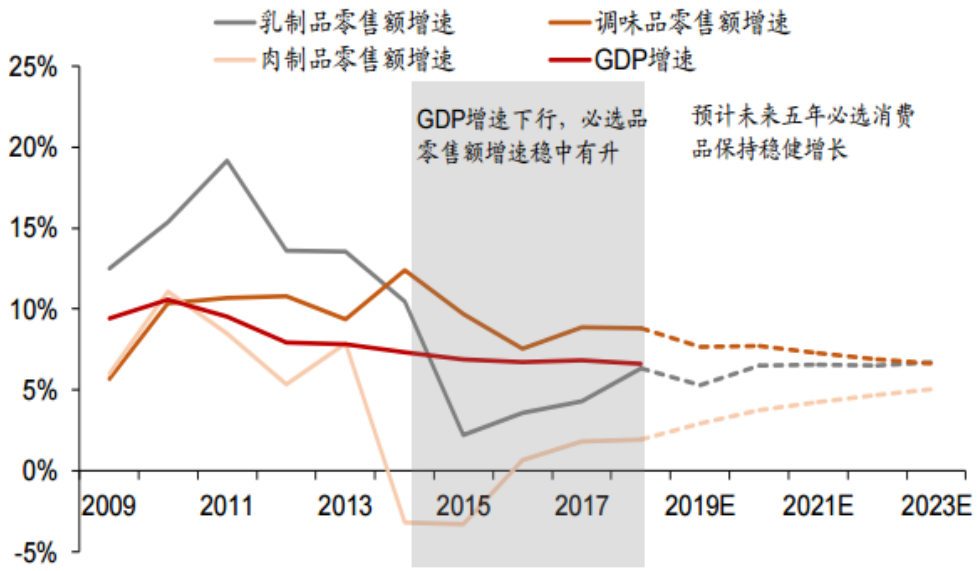
数据来源：Wind、国家统计局

2、必选消费品需求稳健

社会消费品零售总额增速虽面临下行压力，但是从消费品类来看，增速有所分化。从 2018 年限额以上企业消费品零售额增速来看，化妆品、黄金珠宝、汽车、家电、家具等可选消费增速下滑明显。而粮油食品、日用品、服装、饮料、烟酒等与超市销售相关的必选消费类产品销售额增速相对平稳，抗经济周期属性凸显。

必选消费品因需求较为刚性，受经济波动影响较小，近年来在 GDP 增速下滑的背景下仍保持稳健增速，同时 CPI 预期进入上行周期，将进一步推升消费需求。具体来看，必选品如乳制品、调味品和肉制品零售额最近五年复合增速分别 5.3%、9.4%和-0.5%，结构升级带来的价升贡献主要增量，增长明显由销量驱动转换为由价升驱动。根据欧睿（Euromonitor）预测，未来五年必选品整体将保持约 5%复合增速。

必选消费品需求稳健

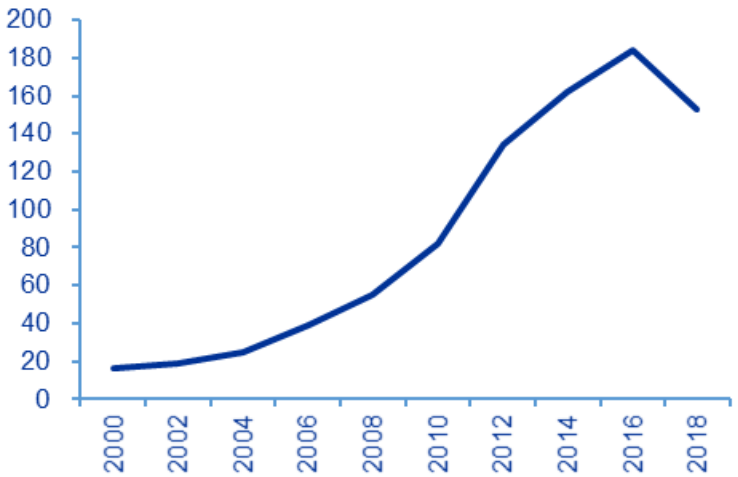


数据来源：Euromonitor、华创证券

3、饮料行业保持平稳增长

最近 10 年来中国饮料制造行业保持平稳。2000-2018 年收入年复合增长率为 13%，利润年复合增长率为 19%，2018 年行业收入 15,439 亿元，同比降低 13%；利润 2,094 亿，同比增长 4%。

我国饮料制造行业收入（单位：百亿元）

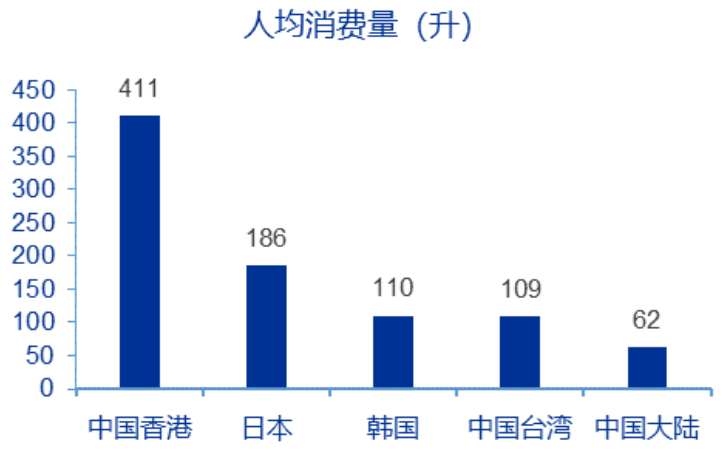


数据来源：国家统计局、申万宏源研究

从软饮料消费量和消费结构上来看，我国与发达国家及地区存在较大差距。根据欧睿（Euromonitor）统计，仅与消费和饮食结构相近的东亚国家和地区作为比较，截止到 2018 年，中国香港人均软饮料年消费量超过 400 升，日本、韩国、中国台湾人均在 100-200 升之间，而中国大陆人均消费量仅 60 余升，人均消费量提升仍有空间。另外从产品结构角度而言，中国大陆软饮料产品均价约 1 美元/升，亦与其他国家或地区存在较为明显的差距。未来伴随经济发展、居民收入和消费水

平提升，我国人均消费量和消费产品均价均有长足提升空间，饮料行业未来将继续保持稳定增长。

我国饮料制造行业收入（单位：百亿元）

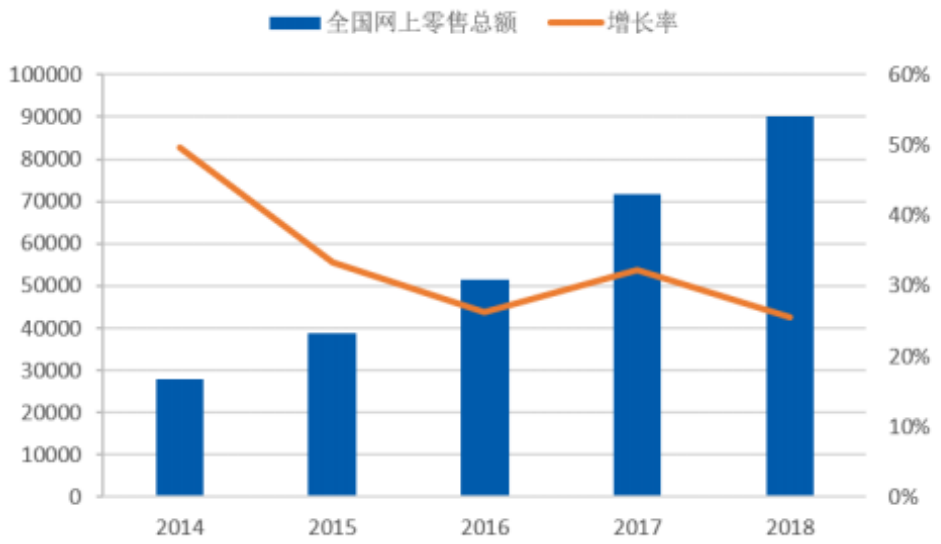


数据来源：Euromonitor、申万宏源研究

4、线上零售日趋成熟

随着消费者需求的变化和零售市场竞争的加剧，传统零售行业已经形成百货店、大型超市、便利店、专业店、专卖店、购物中心等多业态共同发展的局面，呈现出多元化发展趋势。经济新常态下，中国传统零售行业渐入下行趋势，电商等新零售业态迅速崛起。近年来我国网上零售业态度过了最初的爆发式增长阶段，增速有所放缓，但仍处于较高水平，电商企业之间的竞争从增量扩张转为存量开发，发展质量、服务水平和购物体验全面提高。2016-2018 年，我国网上零售额增速分别为 26.20%、32.20%和 25.52%，2018 年实物商品网上零售额占社会消费品零售总额的比重达 18.40%。

全国网上零售总额及增速



数据来源：wind，东北证券整理

5、各种新零售业态层出不穷

在零售行业双线融合以及消费不断升级的趋势下，许多商业超市开始寻找新的业绩增长点，进入了新一轮的调整与转型，在这过程中涌现出来许多变革与创新，于是新零售应运而生。新业态的推出让零售业再现生机，而这个新业态也最先在超市领域应用。

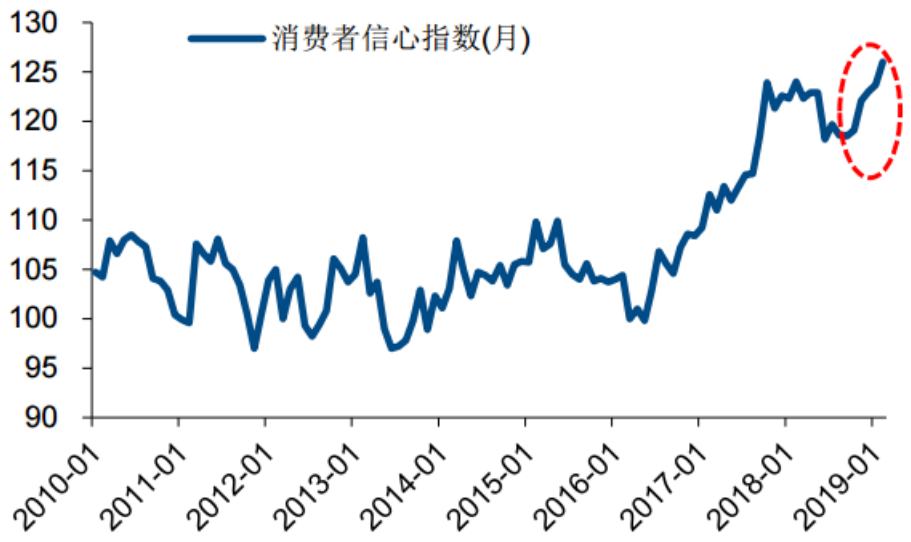
我国零售业态经历了“百货商店-大型集市-购物中心-线上购物-新零售”5 个发展阶段。2017 年，我国零售业开始进入新零售时代，也被称为“新零售元年”，各种零售新模式、新业态、新技术不断涌现。苏宁 BIU 店、缤果盒子等无人店业态层出不穷；永辉超级物种、天虹 SP@CE、新华都海物会等跨界新物种竞相登场。

无论零售的形式如何演进，零售的本质没有变化，让消费者方便地购买到物美价廉的产品，始终是众多零售经营者的核心。未来能够打通全渠道销售场景，构建具有竞争优势的供应链体系，打造具有可持续复制能力零售业态的企业将脱颖而出。

6、消费者信心指数稳步回升

2019 年以来，在积极政策发力下，基建企稳回升和地产施工的持续改善，叠加减税降费利好，整体国内经济增速企稳，一季度 GDP 同比增长 6.4%，投资、消费、进出口等增速有所回暖。从社零数据来看，2019 年一季度社会消费品零售总额为 9.78 万亿，同比增长 8.3%。从消费者信心指数来看，2018 年 9 月以来指数环比稳步回升，2019 年 2 月消费者信心指数为 126，创历史新高，表明居民消费信心及意愿逐渐回暖。

消费者信心指数



数据来源：Wind、华创证券

综上，2019 年我国消费增长尽管承受了一定的压力，但消费发展仍然具备很多有利条件。随着城镇化水平不断提高，促进消费政策效应逐步显现，新兴消费群体快速增长，发展新动能不断涌现。我国消费市场稳健发展的基本面不会改变，消费升级的趋势不会改变，消费潜力继续释放的势头也不会改变。

（四）发行人在快速消费品行业未来发展趋势

1、帮助零售企业打通线上线下零售边界

中国的零售行业在经历了传统门店销售、密集布局电商平台后，进入到新零售快速发展阶段。一方面传统零售急需通过线上平台增加销售渠道；另一方面，电商平台面临用户活跃度不高、用户体验度待完善等“瓶颈”，因此融合线上、线下优势的新零售成为发展新亮点。

新零售的实现不是简单的“线下门店+电商平台”，而是利用大数据、AI 技术，打通线上线下获客通道；企业通过线上大量获客，利用商品数字化、会员数字化无纸化、终端数字化、支付移动化、物流极速化等方式提升用户体验感，通过线下门店实现场景满足感，同时企业利用大数据可对经营管理以及门店进行调整，有效实现成本管控，促进销售增长。

在新零售探索的过程中，发行人已经进行了探索和应用，在服务客户的过程中提出了整合解决方案，通过移动支付解决方案、O2O 解决方案、大数据解决方案，新型体验店解决方案等实现大数据应用，升级企业数字体验，构建数字资产，实现数字化转型。

2、发展大数据 SaaS 平台提升中小零售商核心竞争力

大数据在各行各业的融合和应用存在差异，发展尚不平衡和充分，在新零售领域也如此。近年来新零售领域成为资本聚集的“沃土”，尤其是一些大型互联网企业纷纷转战新零售，通过并购、合作等战略抢占市场份额，对中小零售商带来了冲击。

一些中小型零售企业可以利用大数据分析对细分渠道、小众群体需求开拓新市场。在激烈的市场竞争中，还有一些中小企业纷纷通过技术合作、服务外包、载体建设等方式寻求突破。

发行人在大数据行业十余年积累的技术组件可以帮助这些企业搭建电商平台，利用线下优势提升竞争力。未来，发行人还计划针对有独特竞争优势的中小型企业提供 SaaS 化平台服务，提供更多新零售场景的大数据咨询及数据支撑、大数据软

件应用工具，帮助中小企业在变革中抢占一席之地，带动实体企业朝着智能化、数字化方向迈进。

3、优化智能营销技术满足多业态的消费体验感

新零售的核心是利用互联网、大数据、物联网、AI 技术、云计算，甚至是虚拟技术打通场景、消费者、物品之间的关系，嫁接商家与消费者的关系，以人的体验为中心提升服务，因此新零售也成为“体验经济”的一种代名词。

具体来说，新零售为个人提供了线上、线下的场景式体验消费模式。在线上，个人可以通过移动支付、扫码购、物流快递、在线会员钱包、促销信息接收等服务销售便捷服务，在家乐福数字体验店中，付款只需几秒完成，这得益于“家乐福扫码购”小程序，消费者完成了商品选购，只需在小程序中扫描拟采购商品的条形码，便可进入支付界面进行提前支付，在出口处通过专用通道展示支付完成的二维码直接离开，避免排队买单的麻烦；在线下，特色门店通过现场烹制、用餐、食物制作等形式延展了“购物”概念，提升了客户对品牌的忠诚度。

借助大数据的应用还可以对海量用户消费行为进行分析，挖掘潜在需求，提供准备、生产相应产品或服务，比如定制“爆款”、针对热门商品进行促销等等。

发行人的智能营销技术、人群精准画像技术可以对各门店、商超、产品、品牌数据进行汇总分析，将个体行为沉淀为数据，更好地提升消费者的体验感，帮助企业提升销售转化。

（五）发行人确保持续经营能力的具体措施

1、加强公司治理，完善内控制度

公司高度重视内部控制制度的完善，在已建立较为完善的内部控制管理制度的基础上，将组织各部门开展内部规章制度的修订工作，全面提升基础管理能力和治理水平，进一步完善公司的内部控制体系。

2、加大新技术、新产品开发力度，提升核心竞争力

科技创新是公司具备行业影响和认可的根源。公司自成立以来持续加大科研投入，通过设立“技术创新委员会”积极推动技术创新工作开展，提供人力资源、资金和调度支撑，用于加大在大数据核心技术方面的投入，主要用于应用软件的开发、大数据算法的磨合生成、场景应用的试验、大数据平台的搭建等。在“大数据整体解决方案”完善上，公司的服务逐渐覆盖了营销、会员管理、市场传播、运营等环节。在产品体系方面，公司通过掌握云计算、人工智能、物联网、虚拟现实等技术

不断丰富应用场景，设计运营、电子商务、数字媒体投放、智慧园区等领域，扩展行业应用。在组件积累上，公司依托 E2C 平台拥有了上百款自主研发的数据应用技术组件，帮助企业建立自由数据资产。截至本问询函回复出具日，公司已拥有 89 项原始取得的软件著作权；拥有和申请了大数据及相关发明专利 47 项；拥有 3 项高新技术产品。

公司正在升级改造数据资产管理平台，基于行业的解决方案框架库，计划在 SaaS 云平台中开发包括数据资产挖掘工具、数字营销分析工具、自动营销工具、营销效果工具、定制的企业头条软件、电商渠道管理工具、潜客转化工具、供应链管理软件、智能订单管理软件、生产管理工具、企业运营基础管理工具等总计超过 300 项的服务工具或软件，为中小企业提供完整的 end-and-end 的解决方案。

此外，为了适应未来大数据业务快速发展的需要，公司将继续加大在大数据核心技术方面的研发投入，保持行业领先优势，丰富软件工具的内容并提高多样化程度，推升科研成果转化率，实现更多场景应用，实现跨行业、多产业链的融合发展。

3、巩固汽车、快速消费品行业的领先地位，加大其他行业和领域开发

（1）巩固汽车、快速消费品行业的领先地位

关于巩固汽车、快速消费品行业的领先地位的相关措施，请参见本小问（二）、（四）的相关回复。

（2）优化整体解决方案交付的市场开拓

未来，公司将提升大数据解决方案对市场的贴近性、个性化和易操作性，提高交付能力，进一步挖掘尚未涉及的空白市场和目标企业。

（3）扩大数字营销多元化策略

鉴于营销是大数据应用最常用领域，公司将丰富营销内容，增加输出载体，提升创意输出能力；同时将品牌形象作为发展战略的重中之重，不断提高在市场中的话语权和影响力。

（4）推动大数据与实体经济融合

牢牢把握国家大数据发展战略、数字中国建设这一历史机遇，深入大数据与实体经济各领域渗透融合发展。目前公司已明确未来三年发展规划，将不断丰富和完善大数据应用技术深度、广度，积极推动制造业转型、服务业创新，具体在金融科技、智能装备、智慧家居、安防、政务、金融科技等领域拓展业务，扩大公司服务领域。

4、提升效率降低运营成本

在全公司深入贯彻成本控制理念，做好企业成本管理优化，加强预算和费用管控。在采购上根据《采购管理制度》，在全国范围内寻找供应商保证“质优、价廉”的采购原则，保证采购内容最大程度满足客户需求。在员工考核上，定岗定责，根据年度规划做好绩效考核和激励措施，保持高效作业实现任务达成。在研发流程中，做到各环节资金、人才调配的透明化，如涉及设备购买严格按照采购流程，降低产品成本，杜绝无效开支和浪费以及侵占公司费用。在组织运营上，通过标准化、流程化降低人力和耗材开支。

5、遵循科学管理推动品质体系建设

公司不断完善质量管理体系建设和认证，保证运营、产品交付和高品质输出。公司通过了 ISO20000 信息技术服务管理体系认证和 ISO27001 信息安全体系认证，严格软件开发、测试、系统维护流程和安全性。另外，公司已取得质量管理体系认证、环境管理体系认证、职业健康安全管理体系认证。下一步，公司将通过通知、培训，要求员工按照相关认证、制度进行作业。

6、丰富产学研合作内涵

近年来，公司已与重庆大学、重庆邮电大学、重庆工商大学等高校建立了良好的产学研合作和人才培养机制，签署了《产学研合作协议书》、《联合开发协议》、协同育人合作等协议。公司将依托高校的人才优势和研发专业程度，深挖大数据、人工智能、智慧城市等领域的实际应用。下一步，公司还将继续深入推进产学研合作之路，加快相关技术、软件的推进。

7、践行“走出去”战略、提升全国服务能力和水平、拓展和海外市场

推动优质中国企业践行“走出去”战略，助力中国企业提升国际竞争力。构建以华北片区、华东片区和华南片区的北京、上海、广州三个核心业务公司为大数据解决方案中心，以青岛、长沙、深圳、香港为重点二类区域交付中心，建立健全全国大数据服务拓展，深入加强区域方案解决能力，提高客户服务效率。

积极拓展以香港为突破的海外市场。公司已在香港服务了迪士尼、香港机场等优质客户，对境外客户背景、需求有一定认知，未来将把香港作为拓展国际业务的“桥头堡”，做链接国际企业到国内市场的“助推器”。挖掘境外企业客户资源，拓展国际市场，向国际输出公司的大数据应用服务能力和技术开发服务能力，以国际化眼光吸收、学习经验，做到“兼收并蓄”发展。

七、发行人多次修改主营业务的原因及合理性，报告期内主营业务是否存在重大变化，结合各收入类型的具体服务模式说明营销及运营收入、数字媒体投放和电商业务与大数据之间的关系，尤其是低毛利的数据媒体投放和电商业务是否符合大数据应用的定义，是否存在误导投资者的风险

（一）发行人多次修改主营业务的原因及合理性，报告期内主营业务是否存在重大变化

发行人的主营业务一直系基于公司的 E2C（E-service to Company）数字商业大数据云平台，为企业客户提供互联网和大数据服务。报告期内，根据市场、客户行业发展需求和技术迭代速度，公司持续完善、丰富平台内容和应用组件，帮助企业客户实现数字化转型升级，主营业务未发生实质变化。

发行人于 2015 年 9 月在全国中小企业股份转让系统挂牌的公开转让说明书和 2016 年 4 月申报创业板首次公开发行的招股说明书中，披露的主营业务为“数字商业平台服务”，即“基于互联网技术产品平台的 E2C 数字商业服务（数字营销 E-Marketing、电商服务 E-Commerce、电子会员 E-Club）、数字媒体服务及数字技术开发服务等”。

2017 年 11 月，发行人根据创业板招股说明书应“使用浅白易懂的语言直接、准确地披露发行人具体业务内容”的披露要求，对主营业务进行了进一步细分的、更具体的描述，将公司主营业务划分为“数字营销及运营、技术开发服务两大板块”。该次描述的变化是根据创业板首发的反馈意见的要求，对主营业务收入构成的拆分和直白描述，其业务实质并没有发生变化。

2019 年 4 月，发行人申报科创板招股说明书披露的主营业务为“大数据应用服务和技术开发服务”，其中大数据应用服务细分为“大数据营销及运营、数字媒体投放、电商运营”三个部分。发行人主营业务仍是基于公司 E2C 数字商业大数据云平台，为企业客户提供“营销及运营、技术开发”两大板块的主要服务，并按前述整体业务规划（原公开转让说明书和创业板招股说明书已披露的）在 2018 年进行了数字媒体和电商运营业务的首次尝试（属于 2018 年新增业务，但仍然围绕公司大数据核心技术进行开展），公司的主营业务实质并未发生变化。

由于发行人前后披露的创业板招股说明书（申报稿）、科创板招股说明书间隔约三年的时间，这期间数字技术快速迭代更新，发行人适应市场环境和技术变化情况，实现了技术和业务模式的同步升级和发展，其中最主要的发展特征是原本作为

基础应用的大数据技术得到了进一步的强化，作用也更加突显，因此为更加准确的描述公司业务定位，对主营业务描述进行了适当修正，但其业务实质并未发生变化。

以下通过对主营业务中最主要的“营销及运营”和“技术开发”两个业务板块在前后两次招股说明书披露的内容进行比较和分析：

数字营销及运营 （前次创业板披露）	大数据营销及运营 （本次科创板披露）	备注说明
（1）互联网信息监测与分析 提供品牌或产品在互联网上的信息采集、监测与分析，为营销策略制定、产品改进、销售线索挖掘等方面提供服务，针对企业的品牌和产品提供多个层面和纬度的分析。	（1）营销策略 为企业品牌或产品提供全网实时商业信息数据的采集、监测与多维分析服务，定期向企业客户提供各类数据分析报告（市场调研、消费者意见反馈、产品改进分析、竞品动态、营销策略分析等。	未有实质变化。
（2）数字营销策略咨询 分析品牌和产品属性的调研和目标受众特征，结合企业互联网信息的数据分析结果，提供相应的数字营销策略咨询服务，如针对目标受众的互联网传播策略和创意以及传播渠道和传播方式的选择等。		
（3）数字营销推广 通过搜索引擎优化技术、聚合索引技术、数据分析等关键技术的应用，并利用互联网媒体传播渠道（微信、微博及各类社会化媒体、专业社区、新闻门户等）和传播形式（视频、动漫、文字、游戏等），帮助客户实施品牌或产品的互联网传播推广等。	（2）营销实施 ①基于搜索优化、数据分析等关键技术的应用，整合多元化数字媒体渠道和创意互动形式，帮助客户实施精准营销，进行精准集客引流和潜客数据挖掘；②提供企业数据聚合、管理和运营服务，帮助企业客户汇集和整合各类用户数据（企业官网、APP、官方微博、微信服务号/公众号、小程序、CRM、线上/线下门店等），构建企业自有数据资产。	未有实质变化。
（5）自媒体运营 提供官方自媒体（官方微博、官方微信等）账号的管理和日常运营服务，帮助客户打造线上的数字化品牌形象。		
（4）电商营销 规划设计、装修电子商务平台，拓展和管理电子商务分销渠道，规划和衔接第三方在线支付和仓储物流体系等。提供电商促销推广进行电商的集客引流和潜客挖掘，以及 O2O 导流至线下实体店产生最终销售等。	（3）在线销售 ①基于电子商城管理、电商数据分析、渠道管理、物流仓储等技术系统的应用，为客户提供电商解决方案，构建在线销售体系；②基于消费分析、精准推送、创意展示、在线团购等大数据营销和技术手段，帮助客户获取精准潜客数据、实施电商销售管理，O2O 导流至线下实体店促发最终销售等。	未有实质变化。

（6）电子会员运营 在社会化媒体渠道上构建起企业与消费者的在线沟通平台，实现会员数据采集和分析、消费反馈收集和会员制管理的功能，聚集起核心用户群体和 KOL 引导潜客的消费需求。	（4）客户关系管理 基于会员数据管理和运营系统的应用，为企业提供在线电子会员的数据采集、数据管理和运营服务等，通过打造企业“品牌粉丝圈”，聚集核心用户群体。	未有实质变化。

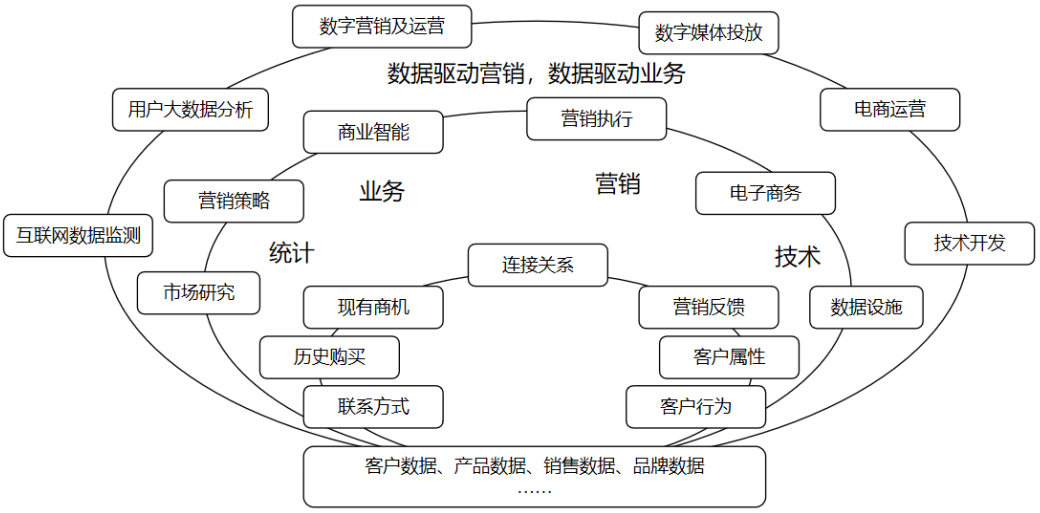
技术开发服务披露内容对比如下：

数字营销及运营 （前次创业板披露）	大数据营销及运营 （本次科创板披露）	备注说明
定制设计、开发诸如微信功能程序、支付宝功能程序、手机 APP 软件、电子商务程序、网站程序、互动活动程序等互联网应用软件，并提供相应的部署、维护及迭代升级等服务。 程序组件库采用统一技术开发规则（开发框架、数据和接口规范等实现标准化组装。可以根据客户功能需求进行搭配组合，提升了开发效率。经过反复应用的程序组件，其成熟性也可以减少试错成本，确保开发质量。	定制开发大数据应用系统及其他相关技术产品，主要包括数据采集工具、多渠道数据整合平台、数据分析系统、会员数据管理和运营平台，以及涉及企业管理、精准营销、电子商务、物联网、人工智能等各类场景应用的技术工具等。 大数据应用程序组件采用统一技术开发规则（开发框架、数据和接口规范等），可以自定义的搭配组装和应用，从而提升开发效率，降低开发成本。	根据数字技术快速发展迭代的形势实现进一步升级，但未发生实质变化。

综上，发行人前次创业板申报，首次招股说明书申报稿预披露的主营业务为“数字商业平台服务”，后预披露更新稿（上会稿）修改为“数字营销及运营和技术开发服务”，主要系根据创业板首发审核反馈意见的要求，对主营业务进行了细分的、更浅显直白的描述。本次科创板申报披露的主营业务为“大数据应用服务和技术开发服务”，主要系根据行业发展趋势、结合公司的技术特点，对公司的主营业务进行更为精准的定位。自 2008 年以来，公司的主营业务一直是针对企业客户提供基于 E2C 大数据云服务平台的各类互联网应用服务，满足企业客户在大数据时代转型升级的普遍性需求。因此，报告期内，发行人主营业务不存在重大变化。

（二）结合各收入类型的具体服务模式说明营销及运营收入、数字媒体投放和电商业务与大数据之间的关系，是否符合大数据应用的定义

发行人的大数据应用服务涵盖大数据营销及运营、数字媒体投放、电商运营三种类型，提供整合大数据应用服务为企业客户提供服务。



由上图可知，发行人为企业提供的大数据服务贯穿整个业务闭环，涵盖采集、过滤、分析、管理和运营数据资源，不仅需要积累精准人群资源大数据（如汽车、快消、家电、电商、零售、地产、旅游等垂直领域数据），还需要整合企业各种渠道，如微信微博、会员系统等的自有数据；再将来自行业和单个企业的数据为后续活动提供数据支撑，从中分析出客户购买历史、销售反馈、属性、行为习惯等数据信息；这些数据信息是发行人开展数字营销运营、媒体投放及电商服务的依据。

在整个市场业务过程中，大数据应用贯穿从市场研究、营销策略、商业智能、营销执行、电子商务、数据设施等，以发行人服务的家乐福客户举例：

家乐福小程序电商平台，在节假日促销活动中，首先会根据积累的大数据资源进行大数据用户画像，同时制定营销策略，包含活动策略、数字媒体投放策略、电商运营策略等。

接下来的营销执行阶段，会根据大数据的用户偏好进行活动平台的技术实施、活动内容的策划、社交媒体运营，同时基于用户精准画像选择对活动感兴趣的目标用户在微信朋友圈对其进行数字媒体投放。

基于数字媒体的广告投放，引流进入家乐福小程序电商平台中，通过对家乐福用户的购买行为、偏好分析，推荐不同用户感兴趣的电商产品，结合促销策略完成最终销售，从而实现更高的销售转化。

整个营销过程的消费者行为数据，会通过数据采集系统，采集到统一的 DMP 系统进行管理、分析、挖掘、优化，再运用到家乐福的其它营销活动中。

由此可见，整个大数据营销领域，包括大数据营销及运营、数字媒体投放，而

在电子商务销售环节，电商运营也涉及到电商精准引流、电商产品优化、电商用户服务、产品销售等相关大数据分析的工作，三者与大数据之间具有紧密相连的关系，符合大数据应用的定义。

（三）低毛利的数据媒体投放和电商业务是否符合大数据应用的定义，是否存在误导投资者的风险

数据媒体投放和电商业务符合大数据应用的定义，已在前述问题中进行了解答，而毛利率较低的主要原因如下：

1、新增业务规模较小

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。该业务资金量大，毛利率低，通常毛利率会随着业务规模的增长而增加，是行业普遍特性（销售和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，系公司依据既定规划，依托自身大数据精准画像与效果数据转换的技术优势切入该行业，目前处于起步阶段，业务规模尚小，因此毛利率相对较低。随着公司基于智能营销等技术优势的发挥，逐步争取更多数量的客户和更大体量的投放规模，数字媒体投放业务的毛利率可得到有效提升。

电商业务与数字媒体投放业务一样属于公司 2018 年新增营收业务，是公司按既定规划，依托自身大数据精准画像与电商数据转换的技术优势，从生产厂商直接购买商品，通过电商平台（目前主要是京东商城）实现对外销售。但由于公司从事该项业务时间较短，销售规模较小，导致了目前阶段毛利率较低。但随着公司电商销售规模的逐步扩大，与供货厂商的议价话语权增强，可有效提升电商销售毛利率水平。

2、符合大数据的发展特征

数据的价值是与应用平台数量成倍数或指数增加，运用越广泛，价值越巨大。

发行人新布局的数字媒体投放、电商运营业务方向尽管目前毛利率不高，但能提升自身的整合营销能力，通过广泛的大数据应用提升其核心竞争力。目前发行人已发展成为具备大数据营销及运营、数字媒体投放、电商运营、技术开发服务且能够提供完整业务场景的跨行业大数据整合服务提供商。

综上，低毛利的数据媒体投放和电商业务符合大数据应用的定义，不存在误导投资者的风险。

八、请针对前述事项充分揭示风险。

（一）可比公司的选取是否准确的风险

针对该事项，已在招股说明书“第四节 风险因素”中补充披露如下：

九、可比公司的选取是否准确的风险

发行人主营业务为“大数据应用服务”包括“大数据营销及运营”、“数字媒体投放”以及“电商运营”，其中“大数据营销及运营”、“数字媒体投放”在报告期内为公司最主要的收入来源，该业务收入获取方式主要为通过大数据场景技术的应用取得。由于目前发行人主要营收集中在营销应用领域，所以在市场上的主要竞争对手是利用大数据技术从事数字营销和媒体投放的上市公司，所以将蓝色光标、省广集团、宣亚国际和腾信股份作为主要对比公司，其相关经营情况与发行人较为类似，具有可比性。但由于可比公司的选取标准具有主观性，并未获得有关权威机构或者第三方的直接认可，提醒投资者关注该可比公司选取的准确性，注意相关可比风险。

（二）发行人拥有的互联网技术是否难以被复制或研发，是否能够持续保持相关的技术独特性、创新性和先进性的风险

针对该事项，已在招股说明书“重大事项提示”之“八、特别风险提示”以及“第四节 风险因素”之“一、技术风险”中补充披露如下：

（一）发行人拥有的互联网技术是否难以被复制或研发，是否能够持续保持相关的技术独特性、创新性和先进性的风险

互联网具有典型的更新迭代速度快的特征，发行人的业务模式、行业竞争优势均与大数据技术、互联网技术和新媒体技术的发展密切相关，与同行业可比公司的发展方向具有一定的相似性，也存在一定的差异性，在研发方向上会基于更符合自身业务发展需要进行，在技术上会存在相互借鉴及优化的情况。

近年来从事大数据及整合数字营销的企业数量迅速增加，市场竞争日趋激烈。随着行业技术的发展和更新，竞争企业或潜在竞争企业有可能复制或推出发行人已有的相关技术产品。

随着移动互联、大数据、云计算和社交媒体等的兴起和快速迭代，在及时把握大数据技术和新媒体技术的基础上，进行技术和产品的持续创新更迭，提高客户需求的响应速度，是发行人能否持续保持相关的技术独特性、创新性和先进性的决定性因素。如果发行人不能在技术上针对平台变化做出前瞻性判断、快速响

应与精准把握，将导致发行人的技术服务不能适应客户“互联网+”和大数据应用服务与时俱进的迭代需要，从而根本上削弱发行人的市场竞争力。

（三）发行人多次修改主营业务，报告期内主营业务是否存在重大变化风险

针对该事项，已在招股说明书“第四节 风险因素”中补充披露如下：

七、发行人报告期内主营业务是否存在重大变化风险

发行人前次创业板申报，首次招股说明书申报稿预披露的主营业务为“数字商业平台服务”，后预披露更新稿（上会稿）修改为“数字营销及运营和技术开发服务”，主要系根据创业板首发审核反馈意见的要求，对主营业务进行了细分的、更浅显直白的描述。本次科创板申报披露的主营业务为“大数据应用服务和技术开发服务”，主要系根据行业发展趋势、结合公司的技术特点，对公司的主营业务进行更为精准的定位。自 2008 年以来，公司的主营业务一直是针对企业客户提供基于 E2C 大数据云服务平台的各类互联网应用服务，满足企业客户在大数据时代转型升级的普遍性需求。因此，报告期内，发行人主营业务不存在重大变化。但由于发行人多次修改主营业务描述，提醒投资者关注该修改可能造成投资者相关理解和判断不同的风险。

（四）低毛利的数据媒体投放和电商业务是否符合大数据应用定义的风险

针对该事项，已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、财务风险”中补充披露如下：

（六）低毛利的数据媒体投放和电商业务是否符合大数据应用定义的风险

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，因此毛利率相对较低。电商业务由于公司从事该项业务时间较短，销售规模较小，电商产品的选择和定位还在逐渐摸索阶段，亦导致了目前阶段毛利率较低。

整个大数据营销领域，包括大数据营销及运营、数字媒体投放，而在电子商务销售环节，电商运营也涉及到电商数据的精准引流和转换、电商产品优化、电商用户服务、产品销售等相关大数据分析的工作。因此，大数据营销及运营、数字媒体投放、电商运营三者与大数据之间具有紧密相连的关系，符合大数据应用的定义。但由于数据媒体投放和电商业务符合大数据应用的定义具有主观性，并未获得有关权威机构或者第三方的直接认可，提醒投资者关注该认定风险。

九、对照《上海证券交易所科创板企业上市推荐指引》及《审核问答》的核查要求将发行人与同行业可比公司（包括已上市和未上市）在技术先进性、行业

地位、成长性等各方面进行对比分析

经核查，有关发行人与同行业可比公司在技术先进性的对比分析，具体情况请参见本问询函回复“问题 14、二、三、四”。

（一）发行人与同行业可比公司在行业地位方面进行对比分析

经核查，发行人与同行业可比公司（数据来源于定期报告、官方网站等）在行业地位的对比情况如下：

行业主要企业	基本情况	行业地位	所获奖项 （对比同一评比机构）
蓝色光标 （300058）	蓝色光标是一家在大数据和社交网络时代为企业智慧经营全面赋能的营销科技公司。 2018 年营业收入超过 231 亿人民币，持续服务于约 3,000 个国内外品牌客户，其中财富 500 强企业 100 多个。客户涵盖信息技术、汽车、消费品、房地产、互联网、金融、游戏七大行业的知名品牌。	蓝色光标是一家在中国大陆为企业提供公共和营销的行业龙头企业。 连续三年位列全球公关公司及营销传播控股集团 TOP10（全球权威公关行业咨询机构 The Holmes Report）。	1、2016 年度中国数字营销公司汽车类 17 名（互联网周刊） 2、2017 年度中国数字营销公司综合 12 名（互联网周刊） 3、2018 年度中国数字营销公司综合 12 名（互联网周刊）
省广集团 （002400）	省广集团创立于 1979 年，是中国最早成立的一批广告公司，也是目前中国实力最强的营销集团之一。 省广集团拥有全产业链服务能力，能够为全球客户提供涵盖品牌营销、数字营销、媒介营销、内容营销、公关营销等一站式全营销解决方案。联合全球顶尖科技、互联网企业打造 GIMC 云，在全国各地部署云计算中心，提供更加智能、个性化的大数据产品及营销解决方案，全面提升市场洞察能力和营销传播效率，满足客户的多元化营销需求。 省广集团拥有超过 100 家成员企业，营业收入、总资产均超百亿，在中国主要城市均设有分支机构，服务网络覆盖中国各地。	2016 年成为首家入选《财富》中国 500 强的营销集团。 2018 年获全国企业单位最高荣誉，被授予“全国五一劳动奖状”，是迄今为止唯一获此国家级权威肯定的营销集团。	1、2017 年度中国数字营销公司综合 9 名（互联网周刊） 2、2018 年度中国数字营销公司综合 9 名（互联网周刊）
宣亚国际 （300612）	宣亚国际以打造“中国传播行业第一推动力”为核心使命和目标，坚持“合适就是竞争力”的经营哲学，通过借鉴与学习国际传	宣亚国际是中国领先的整合传播机构之一。	1、2016 年度中国数字营销公司快消类 13 名（互联网周刊）

	播行业的先进经验及其深刻的消费者洞察体系，结合中国本土市场的传播特征和独特需求，建立了品牌全传播服务体系，品牌咨询、公关、广告、体育营销、数据化营销、娱乐营销等多个业务板块，形成了具有差异化的体系竞争力，从而能够为客户量身定制合适的整合传播解决方案。		
腾信股份（300392）	腾信股份于 2001 年成立，成立以来一直专注于中国互联网环境以及营销演变趋势，以技术为内核，以创新为使命，致力于为客户提供策略制定、创意实施、媒介策划与执行及自动化投放等一整套解决方案。 腾信股份积极加强资源的整合，开发出与部分互联网媒介进行对接的技术平台，可以从重要的互联网媒体中获得数据支持。从而形成庞大的互联网资源监控及采集数据库。	腾信股份是国内最早涉足互联网营销领域的公司之一。连续多年获得门户类媒体（如凤凰、搜狐）、汽车类媒体（如易车）、视频类媒体（如爱奇艺、腾讯视频）授予的“核心媒介代理商”及“优秀合作伙伴”的荣誉。	1、2016 年度中国数字营销公司汽车类 15 名（互联网周刊） 2、2016 年度中国数字营销公司快消类 9 名（互联网周刊） 3、2017 年度中国数字营销公司综合 10 名（互联网周刊） 4、2018 年度中国数字营销公司综合 10 名（互联网周刊）
品友互动（未上市）	品友互动创立于 2008 年，旨在打造中国前沿的基于人工智能和大数据技术的企业决策 AI 平台。 品友互动拥有全球卓越的数据挖掘和机器学习算法科研团队，在广告技术领域率先引入大数据研究方法。	品友互动占有中国品牌程序化广告市场 59.8%的市场份额。 品友互动多次荣获中国国际广告节、中国广告长城奖、金投赏等多个行业颁发的金奖。	1、2016 年大数据应用解决方案提供商 43 名（互联网周刊） 2、2016 年度中国数字营销公司快消类 14 名（互联网周刊） 3、2017 年大数据应用解决方案提供商 92 名（互联网周刊） 4、2017 年度中国数字营销公司综合 19 名（互联网周刊） 5、2018 年大数据蓄势提供商 60 名（互联网周刊） 6、2018 年度中国数字营销公司综合 28 名（互联网周刊）
发行人	基于自主研发的 E2C（E-service to Company）数字商业大数据云平台，通过“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式，为企业客户提供技术开发服务和大数据应用服务（主要包括数据分析咨询、数据采集和管理、增值运营服务，以及大数据在数字营销、电子商务、客户关系管理等应用场景的行业解决方案），帮助实	具有核心技术优势和行业影响力的我国企业大数据服务供应商	1、2016 年大数据应用解决方案提供商 85 名（互联网周刊） 2、2017 年大数据应用解决方案提供商 47 名（互联网周刊） 4、2018 年大数据企业 100 强（互联网周刊）

	体企业构建大数据资产和智能应用平台，实现以数据为驱动力的数字化转型升级。		

2019 年 4 月，鉴于博拉网络在国内大数据产业中的技术优势以及一定的市场影响力，公司作为大数据产业核心企业，经全国信息技术标准化技术委员会大数据标准工作组批复，公司成为全国信标委大数据标准工作组全权成员单位，共同参与我国大数据领域国家标准、行业标准的规划及制定工作。

（二）发行人与同行业可比公司在成长性方面进行对比分析

行业主要企业	财务指标	2018 年度		2017 年度		2016 年度
		金额（万元）	增长率	金额（万元）	增长率	金额（万元）
蓝色光标（300058）	营业收入	2,310,396.85	51.69%	1,523,083.77	23.64%	1,231,910.59
	净利润	41,232.02	66.28%	24,797.02	-64.03%	68,944.77
省广集团（002400）	营业收入	1,211,475.11	7.26%	1,129,519.62	3.48%	1,091,502.23
	净利润	25,261.26	-349.13%	-10,139.99	-114.53%	69,782.62
宣亚国际（300612）	营业收入	36,928.12	-26.80%	50,451.03	7.93%	46,744.20
	净利润	2,154.29	-73.70%	8,192.20	38.39%	5,919.50
腾信股份（300392）	营业收入	133,206.65	-18.00%	162,438.46	20.40%	134,915.96
	净利润	2,075.77	-115.11%	-13,741.44	-48.40%	-26,630.65
发行人	营业收入	30,677.68	70.77%	17,964.07	12.62%	15,951.35
	净利润	4,294.03	5.89%	4,055.27	4.97%	3,863.29

经核查，保荐机构认为，与同行业已上市公司相比，报告期内受经济大环境影响各公司经营情况呈现大幅波动，虽然发行人目前营业收入及净利润规模相对较小，但发行人能够切入之前被大型广告营销公司所垄断的大型品牌企业客户服务市场，并且增长率保持稳定提升，体现了发行人依靠核心技术具备了较强的成长性。

综上，通过对照《上海证券交易所科创板企业上市推荐指引》及《审核问答》的核查要求将发行人与同行业可比公司在技术先进性、行业地位、成长性等各方面进行对比分析，保荐机构认为，发行人符合科创板定位的相关规定。

十、核查方式和核查过程

1、查阅发行人所处的大数据行业、互联网行业及其细分数字营销等领域、汽车行业、快速消费品的行业研究资料、行业杂志、行业分析报告和国家有关产业政策及发展纲要；

2、通过公开渠道（官方网站、上市公司公告等）获得主要竞争对手资料；

3、通过上述查询获取的资料，将发行人与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术水平和实力、成长性等关键业务数据、指标等方面的进行比较分析；

4、获取发行人专利、软件著作权等知识产权以及高新技术产品等相关证明材料；

5、实地查看并访谈了核心技术人员，了解行业的相关共性技术和发行人的相关特有技术，以及如何持续保持相关的技术独特性、创新性和先进性的机制和相关措施；了解营销及运营收入、数字媒体投放和电商业务与大数据之间的关系，尤其是低毛利的数据媒体投放和电商业务是否符合大数据应用的定义；

6、中介机构（保荐机构、发行人律师、申报会计师）在客户走访中，了解发行人主要客户对发行人提供的技术服务的相关评价；

7、访谈相关行业专家，了解其对发行人提供的技术服务评价；

8、获取了发行人获得的行业权威等奖项的证明材料；

9、获取了发行人主持或参与制定国家标准、行业标准情况的相关资料；

10、获取了的发行人相关研发管理制度和奖励约束机制等文件；

11、获取了发行人技术创新的机制等资料；

12、抽样获取了研发费用投入明细表以及对应的支付凭证；

13、抽样获取了技术储备的项目内容等资料；

14、访谈发行人董事会秘书黎健艺先生，了解发行人业务未来发展趋势及确保持续经营能力的具体措施，了解发行人多次修改主营业务的原因，报告期内主营业务是否存在重大变化；

15、查阅发行人在创业板申报审核期间的信息披露内容，对比核查与本次发行申报文件之间是否存在差异。

十一、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、由于目前发行人主要营收集中在营销应用领域，在市场上的主要竞争对手是利用大数据技术从事数字营销和媒体投放的上市公司，所以将蓝色光标、省广集团、宣亚国际等作为主要对比公司，其相关经营情况与发行人较为类似，具有可比性；

2、通过对比同类可比公司的技术使用情况及挖掘结果、分析结果情况可知，使用数据采集技术、自然语义分析技术为行业普遍、基础性技术。但数据挖掘及分析由于具体应用场景不同，因此发行人通过不同商业应用场景中的数据学习获得的数据算法和专利技术属于发行人的独特、创新技术；

3、近年来从事大数据及整合数字营销的企业数量迅速增加，市场竞争日趋激烈。随着行业技术的发展和更新，竞争企业或潜在竞争企业有可能复制或推出发行人已有的相关技术产品。而发行人对行业洞察及研发投入增加，可与时俱进地推出更符合客户需要的大数据应用产品，提升自身的市场竞争力；

4、发行人在新技术研究、产品创新开发、人才引进上持续投入，保证了公司技术的与时俱进和领先优势；

5、公司特有核心技术具有独特性和突破点；

6、发行人从客户服务方面、数据行业技术运用的价值方面和知识产权方面保持技术先进性；

7、关于海量数据的采集、存储、智能运算和管理能力等方面的同行业比较分析，由于同行业公司同类产品公开的相关量化指标和信息较少，无法准确地进行对比；

8、发行人业务具有良好的未来发展趋势，将采取包括加强公司治理、完善内控制度等 7 个方面的措施来确保持续经营能力；

9、低毛利的数据媒体投放和电商业务符合大数据应用的定义；

10、已针对相关事项在招股说明书中进行了风险揭示；

11、发行人多次修改主营业务主要是因为创业板审核要求，以及根据行业发展趋势、结合公司的技术特点，对公司的主营业务进行更为精准的定位，发行人主营业务不存在重大变化；

12、通过对照《上海证券交易所科创板企业上市推荐指引》及《审核问答》的核查要求将发行人与同行业可比公司在技术先进性、行业地位、成长性等各方面进行对比分析，发行人符合科创板定位的相关规定。

问题 15

招股说明书披露，发行人正在申请的专利 26 项，其中 18 项涉及公司自主研发的互联网和大数据主要核心技术。发行人 3 项高新技术产品均于 2017 年取得。此外，“52CHE.COM”商标处于“行政诉讼判决撤销驳回复审决定”状态。

请发行人说明：（1）自有商标、专利、软件著作权等知识产权的法律状态，除上述“52CHE.COM”以外，是否存在其他权利、提前终止等异常情况；（2）

“52CHE.COM”是否存在注册障碍，是否对发行人相关业务开展产生重大不利影响；（3）相关商标、专利、软件著作权等知识产权管理的内部控制制度是否建立健全并有效运行；（4）结合相关专利所处状态，具体分析发行人是否拥有关键核心技术，是否依靠核心技术开展生产经营；（5）单列未获授权的专利申请，避免对投资者形成误导；（6）高新技术产品的认定期限，是否享有相应的税收优惠。请保荐机构及发行人律师核查发行人拥有和使用的各项知识产权、非专利技术的来源和取得过程是否符合相关法律法规的规定，是否存在合作开发的情况，是否存在利用关联方或非关联方的职务发明的情形，核心技术对第三方是否存在依赖，是否存在诉讼、纠纷或其他引致权利不确定性的情况，是否影响发行人的资产完整性和独立持续经营能力，并发表明确意见。

回复：

一、自有商标、专利、软件著作权等知识产权的法律状态，除上述“52CHE.COM”以外，是否存在其他权利、提前终止等异常情况

截至本告知函回复出具之日，发行人拥有注册商标 8 项，专利 21 项，软件著作权 89 项，域名证书 32 项，上述知识产权的法律状态具体情况，请参见招股说明书“第六节 业务和技术” 之“五、与公司业务相关的资源要素”之“（二）主要无形资产”。

根据发行人出具的书面说明，并经核查，截至本问询函回复出具日，发行人拥有的注册号为“第 5097580 号”的“博啦网站；BOLAA”商标已经于 2019 年 6 月 6 日到期，发行人正在办理该商标的续展手续。除上述“52CHE.COM”商标注册申请尚在进行中、“博啦网站；BOLAA”商标已经到期并正在办理续展手续外，发行人及其子公司拥有的上述其他商标、专利、软件著作权等知识产权均处于有效期内，不存在其他权利、提前终止等异常情况。

二、“52CHE.COM”是否存在注册障碍，是否对发行人相关业务开展产生重大不利影响

“52CHE.COM”商标的申请过程如下：

2017 年 1 月 22 日，发行人申请“52CHE.COM”商标。2017 年 1 月 26 日，原国家工商行政管理总局商标局（已于 2018 年 11 月 15 日与商标评审委员会、商标审查协作中心整合为国家知识产权局商标局）出具《商标注册申请受理通知书》，受理发行人关于“52CHE.COM”商标的注册申请，申请号为 22714268，类别为第 35

类。

2017 年 10 月 17 日，原国家工商行政管理总局商标局出具《商标驳回通知书》，驳回发行人对于“52CHE.COM”商标的注册申请，其理由如下：52CHE.COM”商标与上海携车汽车咨询服务有限公司在类似服务项目上已注册的第 6776141 号“我爱你车”商标（以下称“引证商标一”）近似，与北京盛拓鸿远信息技术有限公司在类似服务项目上已注册的第 3316481 号“CHE168.COM”商标（以下称“引证商标二”）近似。

2017 年 11 月 21 日，发行人申请商标驳回复审。2017 年 12 月 21 日，原国家工商行政管理总局商标评审委员会（已于 2018 年 11 月 15 日与国家工商行政管理总局商标局、商标审查协作中心整合为国家知识产权局商标局）出具《商标评审申请受理通知书》，受理发行人的商标驳回复审申请。

2017 年 11 月 21 日，发行人以无正当理由连续三年不适用为由，申请撤销引证商标一在“替他人推销”等全部核定使用服务上的注册。

2018 年 7 月 19 日，原国家工商行政管理总局商标评审委员会出具编号为“商评字[2018]第 0000128566 号”《商标驳回复审决定书》，驳回发行人对于“52CHE.COM”商标在复审服务上的注册申请，理由如下：引证商标一处于连续三年停止使用撤销程序中，仍为在先的有效商标，与申请商标构成近似商标；引证商标二与申请商标未构成近似商标。

2018 年 7 月 29 日，原国家工商行政管理总局商标局出具《关于第 6776141 号第 35 类“我爱你车”注册商标连续三年不使用撤销申请的决定》，决定撤销第 6776141 号第 35 类“我爱你车”商标。商标注册人上海携车汽车咨询服务有限公司未申请复审。

2018 年 9 月 3 日，发行人就商标驳回复审决定向北京知识产权法院提起行政诉讼；2018 年 12 月 25 日，北京知识产权法院出具编号为“（2018）京 73 行初 9146 号”《行政判决书》，判决撤销被告国家工商行政管理总局商标评审委员会于 2018 年 7 月 19 日作出的关于第 22714268 号的商标驳回复审决定；国家工商行政管理总局商标评审委员会重新作出审查决定。如不服本判决，双方当事人可于判决书送达之日起十五日内提起上诉。

经核查，截至本问询函回复出具日，（1）北京知识产权法院作出的编号为“（2018）京 73 行初 9146 号”《行政判决书》已经生效，国家知识产权局商标局应

当重新作出审查决定；（2）根据原国家工商行政管理总局商标局出具的《关于第6776141号第35类“我爱你车”注册商标连续三年不使用撤销申请的决定》，引证商标一已经被依法撤销；（3）根据原国家工商行政管理总局商标评审委员会（现已整合为国家知识产权局商标局）出具的编号为“商评字[2018]第0000128566号”《商标驳回复审决定》，引证商标二与发行人申请的“52CHE.COM”商标不构成近似商标。

同时，根据发行人的书面说明并经查询重庆云集通签署的业务合同，“52CHE.COM”商标为由重庆云集通运营的“我爱车”网站（www.52che.com）的标识商标，未用作其他用途，未在重庆云集通相关业务合同中作为产品或服务直接或间接使用。即使商标注册最终未完成，也不会对重庆云集通的上述相关业务开展产生重大不利影响。

因此，截至本问询函回复出具日，“52CHE.COM”商标正在注册申请过程中，待国家知识产权局商标局重新作出审查决定，“52CHE.COM”商标申请不存在实质性法律障碍，不会对发行人相关业务开展产生重大不利影响。

三、相关商标、专利、软件著作权等知识产权管理的内部控制制度是否建立健全并有效运行

发行人已制定了《商标管理制度》、《专利管理制度》和《软件著作权管理制度》，并于 2015 年 9 月 1 日经发行人总经理办公会会议审议通过，对商标、专利、软件著作权、知识产权管理机构及其职责、奖惩机制进行规定，并重点明确知识产权管理的各项制度，包括知识产权申报程序、知识产权使用、知识产权保护承诺及知识产权保护制度等。公司严格执行商标、专利、软件著作权的内部控制制度，对商标、专利、软件著作权进行管理，确保该制度能够有效运行。

自《商标管理制度》、《专利管理制度》和《软件著作权管理制度》施行以来，发行人申请并取得注册商标共3项，受让专利共21项，申请专利共26项，登记完成软件著作权共65项。发行人总经理负责知识产权管理过程中的总体决策，知识产权部负责商标、专利和软件著作权等知识产权的具体管理工作，主要工作内容有：编制、修订知识产权工作管理办法；制定知识产权工作的年度计划和目标；组织、参与知识产权战略的制定和实施；组织、指导各部门的知识产权有关工作；组织知识产权宣传、培训；管理专利文献，提供专利信息检索、分析服务；管理知识产权申报工作，提供知识产权咨询服务；办理知识产权申请、维护、合同备案等事务；

实施专利奖惩；管理专项资金等。发行人严格按照《商标管理制度》、《专利管理制度》和《软件著作权管理制度》对知识产权进行管理。

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/）并走访法院，以及对发行人高级管理人员的访谈，截至本问询函回复出具日，发行人不存在正在进行的或将要进行的诉讼等纠纷。

综上，发行人已制定商标、专利、软件著作权管理的相关内部控制制度，该等内部控制制度建立健全并有效运行。

四、结合相关专利所处状态，具体分析发行人是否拥有关键核心技术，是否依靠核心技术开展生产经营

（一）结合相关专利所处状态，具体分析发行人是否拥有关键核心技术

公司以三大关键核心技术“企业商业数据监测技术”，“用户大数据画像技术”和“智能营销技术”形成自身的技术产品体系，主要是基于公司创始团队在搜索引擎、数据采集和语义分析、信息挖掘技术方面的技术背景和底蕴，以及长期为实体客户提供技术服务的实践过程中根据市场需求持续研发和不断积累的成果。

公司核心技术从形成之初到逐步成熟，经历了不断迭代升级的过程，并基于这些核心技术开发出数十款各类软件产品和技术系统，并广泛应用于实体客户的各个服务项目和具体需求场景中。

公司基于核心技术研发出来的各类软件产品和技术系统，公司是分批以申请软件著作权的形式进行了知识产权的保护，均已取得软件著作权证书，截至本问询函回复出具日共有 89 项。由于考虑到专利申请后需要将技术方案对外公开，有可能加剧市场竞争，因此公司先通过商业秘密进行保护，前期未立即申请相关专利。2018 年底，根据公司的战略部署和考虑到相关技术的成熟度，公司已将专有技术进行了专利的统一申请（目前 26 项正在申请中），将通过专利体系全面保护发行人的核心技术。

公司核心技术的形成过程和专利所处状态如下：

序号	所处阶段	核心技术形式	技术来源	取得的专利和软件著作权
1	2006 年至 2009 年，技术探索试验阶段	专有技术+软件著作权	自主研发	该阶段的阶段的知识产权以博拉网络平台技术为主，包括博啦博客话题广告系统 1 项软件著作权
2	2010 年至 2016 年，技术成熟阶段	专有技术+软件著作权	自主研发	该阶段的知识产权主要为智能营销服务，智能监控及用户画像技术及具体业务运用为主： 互联网商业信息监测与大数据分析系统等 70 项软件著作权
3	2017 至今，技术场景应用拓展升级阶段	专有技术+专利+软件著作权	自主研发	该阶段知识产权主要包括技术平台升级和智能分析及应用： 智能视频安防管理系统等 18 项软件著作权，26 项专利正在申请中

1、2006 年至 2009 年，技术探索试验阶段

基于奇虎网（原国内知名搜索聚合网站）的技术创业背景，公司核心研发团队具备针对互联网海量信息的搜索聚合技术底蕴，基于搜索引擎技术、数据库技术、数据算法等开发了国内首个跨平台的博客人聚合网络，以及博客精准广告系统和体验式直销系统、大型社区电子商务系统等。在这个过程中，公司研发了基于全文搜索引擎框架、独有的面向文本词语处理的博客及博文内容的搜索聚合平台，以及用户购买意愿预测方法、基于用户行为分析的个性推荐方法等基础核心技术。

在上述 toC 业务模式的探索中，公司积累了大量以博客人为代表的各类社交网络用户资源（从前期的博客，一直延展到后面持续发展的微博、微信、短视频、社交电商等）。为进一步提升这些用户资源的商业应用价值，公司开始着手基于 SNS 社交网络的数据管理 DMP 平台、大数据画像及精准模型构建方法等核心技术的研发，逐步开展社交网络数据资源商业应用模式的探索，并借助市场蓝海机遇逐步切入了企业级客户的大数据营销市场，针对性地开发在大数据采集、存储和分析方面的软件产品和系统模块，为公司日后的企业大数据整合服务奠定了技术基础。

2、2010 年至 2016 年，公司核心技术成熟阶段

随着公司服务的企业客户数量持续增加，以及移动互联网的快速发展和商业应用场景的增多，公司在业务过程中根据市场需求为客户定制开发了各种类型的大数据应用软件和技术模块，涉及在线互动展示、电商、营销、客户关系管理等各个环节。同时，公司有计划地展开相关核心技术的研发，如在线 360 度全景展示系统、

基于移动大数据和金融场景下的用户购买意向预测方法、基于大数据的供应链需求预测方法、基于大数据分析销售数据算法、电商后台数据算法、O2O 渠道数据分析系统、仓储物流调度系统、以及基于大数据搜索的 AI 机器人对话技术应用于智能客服等一系列技术成果。

（1）企业商业数据监测技术

基于互联网数据资源的持续积累和沉淀，以及相关基础核心技术研发进一步升级和产品衍生，推动了公司在汽车、快消零售等主要行业客户的业务迅速扩增。随着互联网从传统门户时代向社交网络的快速转换，企业客户对逐步失控的海量社交网络舆论产生了明确的监测与分析需求，公司有针对性地开展了包括互联网商业信息监测和大数据分析在内的多项关键性技术系统，如：分布式智能调度爬虫技术、行业大数据多维度自动化标签技术、基于大数据的用户搜索匹配方法、特定应用场景 NLP 特征提取技术等。将公司在互联网海量信息的数据采集和处理能力运用于企业客户在商业信息的监测和数据分析，帮助客户进行各类商业数据的收集、消费者反馈分析、市场趋势预测、潜在客户挖掘、传播效果评估等。通过专业大数据监测平台的建设和迭代更新，公司在大数据采集、存储和管理、机器学习等核心技术上趋于成熟，形成了在特定行业具备智能应用功能的企业商业数据监测与分析核心技术。

（2）智能营销技术

公司敏锐地察觉以营销为主要应用场景的大数据服务的巨大市场空间，即着手打通、兼容和整合以前为企业客户定制开发各类大数据应用软件和技术系统，构建公司的智能营销核心技术体系，包括营销效果预测、精准营销、多维数据的电商销售分析、自动客服等一系列主要功能板块，实现技术模块和组件的自定义组合和智能化应用，支撑企业客户日益增长的精准营销和整合性服务的需求。

（3）用户大数据画像技术

为提升公司资源整合利用率和客户服务效果，增强市场竞争门槛和客户粘性，公司继续加强用户大数据画像的技术研究，将用户数据进一步精准的分解到各个标签维度中，并且随着应用场景的不断扩大，标签维度不断增加，在应用业务的持续校验和结果反馈中，用户画像技术不断得到修正和完善，从单个样本分析到人群聚类分析，通过大数据手段为客户寻找最佳目标人群及够买意愿趋势。通过技术和业务的相互促进，用户大数据画像的核心技术价值得到凸显。

在该阶段，公司基于上述核心技术和应用产品的研发，共取得 70 余项软件著作权及形成了专有技术。至此，公司以“企业商业数据监测技术”，“用户大数据画像技术”，“智能营销技术”为三大关键核心的技术体系趋于成形。

3、2017 至今，技术场景应用拓展升级阶段

随着公司服务的客户行业和数量不断增加，各类大数据场景应用需求也日益丰富。在巩固三大核心技术优势的同时，公司又逐步形成了智慧园区、汽车云店商城系统、AI 视觉识别监控系统，供应链金融等更多大数据应用技术，以满足客户需求的不断扩大，增加大数据应用领域和利润增长点。

此后随着云计算技术的发展，公司还进一步将技术应用系统移植到云平台上，利用云资源提供更为高效和便捷的应用部署。

综上，公司核心技术形成的知识产权成果均为自主所有，不存在与第三方共有、或是第三方授权的情形。因此，公司掌握具有自主知识产权的核心技术、权属清晰。

（二）是否依靠核心技术开展生产经营

公司为企业客户提供的各类大数据应用服务是基于公司的 E2C 大数据云平台展开，而构成该平台的一系列软件产品和技术功能模块均依托于公司的核心技术，因此公司的生产经营均是依靠核心技术开展的。报告期内，公司核心技术产品服务收入占主营业务收入的比例均为 100%。公司自主研发的核心技术对应的主要相关服务或产品具体情况如下：

序号	服务/产品名称	知识产权类别	技术来源	对应的核心技术	生产经营中的用途
1	互联网商业信息监测与大数据分析系统技术服务	重庆市高新技术产品	自主研发	企业商业数据监测技术、用户大数据画像技术	运用于大数据营销及运营中，进行信息采集和分析。 为企业提供包括行业和市场分析、消费者意见反馈、营销效果评估、竞品市场动态、潜在客户信息挖掘在内的数据分析结果，并提供可视化分析结果和报告，从而帮助企业经营决策者快速把握消费市场动态，并作出及时准确的经营决策。
2	电商营销大数据分析系统技术服务	重庆市高新技术产品	自主研发	用户大数据画像技术、智能营销技术	在电商运营中使用，进行电子商城数据分析。 有针对性地帮助经营者制定和调整营销渠道和策略，优化上架商品的种类、排序和展示效果、仓储备货数量、物流配送，从各方面改善用户体验，有效提升用户转化率和口碑。

序号	服务/产品名称	知识产权类别	技术来源	对应的核心技术	生产经营中的用途
3	集客通-移动营销软件系统技术服务	重庆市高新技术产品	自主研发	用户大数据画像技术、智能营销技术	运用于会员数据管理与运营，帮助企业进行在线客户关系管理。
4	跨平台电商渠道管理系统	软件著作权	自主研发	企业商业数据监测技术、智能营销技术	用于辅助企业对跨平台的多个电商渠道进行监控和管理
5	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	软件著作权	自主研发	企业商业数据监测技术、用户大数据画像技术、智能营销技术	数据的深度挖掘与分析，用户在可以对相应的内容、搜索数据进行决策知识特征的提取，可以进行相应的谱图的查看，系统支持相应的数据对比分析的操作。
6	O2O 终端门店管理电子平台	软件著作权	自主研发	智能营销技术	连锁终端门店实现移动智能化管理的电子平台。 商家可随时了解各终端门店的销售动态，优化仓储、物流和配送的管理，提高商家运营水平。
7	E-SCRM 互联网客户关系管理系统	软件著作权	自主研发	用户大数据画像技术、智能营销技术	进行客户获取渠道的分析和分类管理，促动新用户消费决策转化和老用户复购等增值效果。
8	电子商务数字营销服务系统（简称：数字营销）	软件著作权	自主研发	企业商业数据监测技术、用户大数据画像技术、智能营销技术	整合电商营销服务平台，实现对电子商务数字营销的服务控制处理，通过大数据分析，运用智能化的管理模块建立电商营销活动的管理。
9	汽车云店商城系统	软件著作权	自主研发	企业商业数据监测技术、用户大数据画像技术、智能营销技术	汽车电商系统，提供 O2O 的一体化服务，能够有效提高销售、售后的服务效率，实现厂家、经销商、消费者数据互通。
10	B-HOME 智慧社区服务云平台	软件著作	自主研发	企业商业数据监测技术、用户大数据画像技术、智能营销技术	运用于智慧社区的应用场景中，实现统一平台下的社区居家智能化管理。

五、单列未获授权的专利申请，避免对投资者形成误导

有关未获授权的专利申请的相关情况，发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“五、与公司业务相关的资源要素”之“（二）主要无形资产”中删除。

有关未获授权的专利申请的相关情况，发行人已在招股说明书“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”补充披露如下：

3、未获专利

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司正在申请的专利26项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利申请号	申请人	发明人	类型	申请日	状态
1	一种云计算服务方法装置和存储介质	2019100161881	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.8	等待实审提案
2	一种用于自助存取件的物流调度平台及方法	2019100162009	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.8	等待实审提案
3	一种智慧社区模块化管理系统	2019100162051	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.8	等待实审提案
4	一种大数据门禁管理方法及其管理系统	2019100167322	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.8	等待实审提案
5	一种商业信息处理方法装置及存储介质	2019100167479	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.8	等待实审提案
6	一种购买意愿预测方法装置和商品管理服务器	2019100243237	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
7	一种基于移动大数据的用户购买意向预测方法	2019100214075	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
8	一种基于大数据的用户购买意向预测方法	2019100214198	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
9	一种基于大数据的小型企业失信预测方法	2019100214253	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
10	一种大数据金融场景下的用户购买预测方法	2019100214287	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
11	一种基于大数据的用户搜索匹配方法	2019100214319	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案

12	一种基于大数据用户行为分析的个性化推荐方法	2019100214323	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
13	一种基于大数据的供应链需求预测方法	2019100214342	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
14	一种全景图像展示方法系统及存储介质	2019100274860	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.11	等待实审提案
15	互联网产品运用中的360度全景展示系统	2019100278734	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.11	等待实审提案
16	020渠道数据分析系统	2019100278876	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.11	等待实审提案
17	基于大数据搜索的AI机器人对话控制方法和系统	201910032359X	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
18	一种训练人工智能摄像头识别特征物体的训练方法	201910032373X	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
19	基于用户习惯的大数据画像及模型构建方法	201910032398X	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
20	大数据精准模型的构建方法及装置	201910033017X	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
21	面向文本大数据的词语处理方法	2019100323674	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
22	一种用于特殊区域的人工智能认知识别系统	2019100329952	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
23	基于VR的管网巡检系统	2019100330131	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
24	一种用于人工智能监控系统的服务器	2019100330199	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
25	电商后台数据分析算法	2019100683788	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.24	等待实审提案
26	基于大数据分析销售数据算法	2019100687717	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.24	申请受理

公司目前有26项正在申请的专利，是否能够获得授权存在不确定性。若上述专利最终不能获得授权，则公司的核心技术可能得不到有效保护，可能会对公司

的经营发展产生不利影响。

六、高新技术产品的认定期限，是否享有相应的税收优惠

截至本问询函回复出具日，发行人拥有经重庆市科学技术委员会认定的高新技术产品 3 项，其具体情况如下：

产品名称	企业名称	有效期	证书编号	发证日期
互联网商业信息监测与大数据分析系统技术服务	博拉网络	三年	2017A1317	2017.1.12
电商营销大数据分析系统技术服务	博拉网络	三年	2017A1318	2017.1.12
集客通-移动营销软件系统技术服务	博拉网络	三年	2017A1319	2017.1.12

经查阅发行人相关税收优惠文件，并访谈发行人财务负责人张花丽女士，发行人不存在因高新技术产品认定而享有相应的税收优惠的情形。

七、发行人拥有和使用的各项知识产权、非专利技术的来源和取得过程是否符合相关法律法规的规定，是否存在合作开发的情况，是否存在利用关联方或非关联方的职务发明的情形，核心技术对第三方是否存在依赖，是否存在诉讼、纠纷或其他引致权利不确定性的情况，是否影响发行人的资产完整性和独立持续经营能力

发行人拥有和使用的各项知识产权、非专利技术的具体情况，请参见招股说明书“第六节 业务和技术” 之“五、与公司业务相关的资源要素”之“（二）主要无形资产”。

（一）商标的来源和取得过程

根据发行人提供的《商标注册证》、《商标档案》、《转让合同》及书面说明，截至本告知函回复出具之日，发行人拥有的 8 项注册商标具体情况如下：

序号	商标内容	国际分类	有效期限	注册号	取得方式	转让方
1	博拉	35 类	2011-2-28 至 2021-2-27	第 7935554 号	继受取得	同趣控股
2	博拉网	42 类	2012-2-7 至 2022-2-6	第 6381934 号	继受取得	同趣控股
3	博啦网站 BOLAA	42 类	2009-6-7 至 2019-6-6	第 5097580 号	继受取得	同趣控股

4	BOLAA	42 类	2016-10-21 至 2026-10-20	第 17566463 号	原始取得	无
5	BOLAA	35 类	2016-11-7 至 2026-11-6	第 17566392 号	原始取得	无
6	博拉旺客	9 类	2018-9-7 至 2028-9-6	第 26582826 号	原始取得	无
7	博拉旺客	35 类	2018-9-7 至 2028-9-6	第 26570423 号	原始取得	无
8	博拉旺客	42 类	2018-9-7 至 2028-9-6	第 26577848 号	原始取得	无

根据发行人出具的书面说明，并经核查，截至本问询函回复出具日，发行人拥有的注册号为“5097580”的“博啦网站；BOLAA”商标已经于 2019 年 6 月 6 日到期，发行人正在办理该商标的续展手续。

《中华人民共和国商标法》（2019 修正）第四条规定：“自然人、法人或者其他组织在生产经营活动中，对其商品或者服务需要取得商标专用权的，应当向商标局申请商标注册”。

《中华人民共和国商标法》（2019 修正）第四十二条规定：“转让注册商标的，转让人和受让人应当签订转让协议，并共同向商标局提出申请。受让人应当保证使用该注册商标的商品质量。转让注册商标的，商标注册人对其在同一种商品上注册的近似的商标，或者在类似商品上注册的相同或者近似的商标，应当一并转让。对容易导致混淆或者有其他不良影响的转让，商标局不予核准，书面通知申请人并说明理由。转让注册商标经核准后，予以公告。受让人自公告之日起享有商标专用权。”

《中华人民共和国商标法实施条例》（2014 修订）第三十一条规定：“转让注册商标的，转让人和受让人应当向商标局提交转让注册商标申请书。转让注册商标申请手续应当由转让人和受让人共同办理。商标局核准转让注册商标申请的，发给受让人相应证明，并予以公告。

转让注册商标，商标注册人对其在同一种或者类似商品上注册的相同或者近似的商标未一并转让的，由商标局通知其限期改正；期满未改正的，视为放弃转让该注册商标的申请，商标局应当书面通知申请人。”

综上，截至本告知函回复出具之日，发行人取得的 8 项注册商标，其中 5 项系向商标局申请注册并原始取得商标专用权，另外 3 项系博拉有限 2015 年 5 月与同

趣控股签订《转让合同》并向商标局提出申请后受让取得。

因此，经核查，保荐机构认为，截至本问询函回复出具日，发行人拥有的注册商标的来源和取得过程符合《中华人民共和国商标法》（2019 修正）、《中华人民共和国商标法实施条例》（2014 修订）等相关法律法规的规定。

（二）专利的来源和取得过程

1、发行人取得的 21 项发明专利

根据发行人提供的《发明专利证书》、知识产权转让协议、支付凭证及书面说明，发行人取得的 21 项发明专利，均系从与发行人无关联关系的第三方受让取得，具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	授权公告日	专利权人	取得方式	转让方	发明人	是否属于职务发明
1	基于 MapReduce 的 LBS 兴趣点发现方法	2014100379997	2016.11.9	博拉网络	继受取得	重庆邮电大学	胡峰、向倞、于洪、娄华宾	非关联方职务发明
2	一种社交网络中的社区结构发现方法	2014100200366	2017.1.18	博拉网络	继受取得		苏畅、王裕坤、贾文强、余跃、吴琪	
3	基于目标空间关系约束的视频监控智能预警方法	2013104754107	2016.4.6	博拉网络	继受取得		丰江帆、周文雯、夏英、宋虎	
4	基于视觉注意的全景可定位视频编码方法	2013104761505	2016.10.26	博拉网络	继受取得		丰江帆、朱毅、夏英	
5	基于子网格特征自适应加权的视频图像文字识别方法	2012101243764	2014.2.12	博拉网络	继受取得		尚凤军、胡晓冬、王斌辅、臧李立、苏畅	
6	一种基于 GPU 的并行演化超网络 DNA 微阵列基因数据分类系统及方法	201310200205X	2016.12.28	博拉网络	继受取得		王进、黄萍丽、孙开伟	
7	一种基于多特征和稀疏	2014103338791	2018.4.27	博拉网络	继受取得		陈乔松、丁园园、	

	表示的图像检索系统及方法						黎海、闫亚星、刘畅、王曦、张俊伟、王元、蔡桦	
8	一种基于自学习算法的预警系统及移动终端	2015107673628	2018.9.7	博拉网络	继受取得		雷大江、刘光军、张莉萍、王明达	
9	一种社会网络数据敏感属性隐私保护方法	2013106830020	2017.1.11	赢盛达	继受取得	南京信息工程大学	马廷淮、张玉亮、朱节中、曹杰	非关联方职务发明
10	一种应用于多核系统的分布式引用计数系统及计数方法	2014101208168	2017.8.11	赢盛达	继受取得		侯荣涛、荣欢、王琴	
11	基于时间信息的适应用户兴趣变化的动态推荐方法	2014105839817	2018.9.7	赢盛达	继受取得		马廷淮、郭莉敏、唐美丽、曹杰、钟水明、薛羽	
12	一种基于改进 ABC 算法与 DE 变异策略的自适应聚类方法	2015107665195	2018.11.27	赢盛达	继受取得		蒋炯明、薛羽	
13	一种新型元数据管理系统和一种元数据属性混合索引方法	2011102564518	2013.8.21	赢盛达	继受取得	江苏汇智知识产权服务有限公司	蔡涛、牛德姣、宋丽丽	否
14	基于机器视觉的安全带佩带识别方法及装置	2012100187108	2013.10.23	赢盛达	继受取得		葛如海、胡满江、符凯	否
15	一种基于数据库参数利用的系统开发的方法	2014103452496	2016.5.25	赢盛达	继受取得	佛山市恒南微科技有限公司	黄庆梅、陈秀成	非关联方职务发明
16	一种人工智能交互支架	2018100205688	2019.2.15	赢盛达	继受取得	杭州路享科技有限公司	王薇	非关联方职务发明
17	一种 NFC 系统智能识别方法	2015102491820	2018.4.3	赢盛达	继受取得	湖州优研知识产权服	饶品魁	否

						务有限公司		
18	传感器、传感器应用电路、人工智能设备、智能机器人、具有机器学习能力人工神经元硬件	2014107447618	2017.12.8	赢盛达	继受取得	朱正直	刘伟、朱正直	否
19	设置基于互联网的大数据分发平台的巴士	2017109887584	2018.6.15	赢盛达	继受取得	胡海明	刘萍	否
20	基于图像分析的拥堵程度判断系统	2018102430110	2019.4.5	赢盛达	继受取得	李金平	李金平	否
21	大数据画面内容核查方法	2018102690372	2019.4.9	赢盛达	继受取得	时明	时明	否

2、发行人正在申请的 26 项发明专利

根据发行人提供的专利权申请文件并经核查，发行人正在申请的 26 项发明专利，发明人均为发行人核心技术人员童毅、周波依，同时童毅为发行人董事长、实际控制人，属于发行人利用关联方职务发明的情形。

《中华人民共和国专利法》（2008 修正）第六条第一款规定："执行本单位的任务或者主要是利用本单位的物质技术条件所完成的发明创造为职务发明创造。职务发明创造申请专利的权利属于该单位；申请被批准后，该单位为专利权人"。

《中华人民共和国专利法》（2008 修正）第十条规定："专利申请权和专利权可以转让。……转让专利申请权或者专利权的，当事人应当订立书面合同，并向国务院专利行政部门登记，由国务院专利行政部门予以公告。专利申请权或者专利权的转让自登记之日起生效。"

《中华人民共和国专利法》（2008 修正）第二十六条第一款规定："申请发明或者实用新型专利的，应当提交请求书、说明书及其摘要和权利要求书等文件"。

《中华人民共和国专利法实施细则》（2010 修订）第十二条规定："专利法第六条所称执行本单位的任务所完成的职务发明创造，是指：（一）在本职工作中作出的发明创造；（二）履行本单位交付的本职工作之外的任务所作出的发明创造；（三）退休、调离原单位后或者劳动、人事关系终止后 1 年内作出的，与其在原单位承担的本职工作或者原单位分配的任务有关的发明创造。

专利法第六条所称本单位，包括临时工作单位；专利法第六条所称本单位的物质技术条件，是指本单位的资金、设备、零部件、原材料或者不对外公开的技术资料等。”

《中华人民共和国专利法实施细则》（2010 修订）第十三条规定：“专利法所称发明人或者设计人，是指对发明创造的实质性特点作出创造性贡献的人。在完成发明创造过程中，只负责组织工作的人、为物质技术条件的利用提供方便的人或者从事其他辅助工作的人，不是发明人或者设计人。”

根据上述相关法规并经核查，发行人取得的 21 项发明专利，不存在合作开发的情形，均系发行人及其子公司与原权利方签订转让协议并向专利局登记后受让取得，其中 14 项属于非关联方的职务发明；发行人正在申请的 26 项发明专利，发明人均为发行人核心技术人员童毅、周波依，均属于关联方的职务发明，已经依法提交请求书、说明书及其摘要和权利要求书等文件。

因此，经核查，保荐机构认为，截至本问询函回复出具日，发行人拥有的专利和正在申请未获授权的专利的来源和取得过程符合《中华人民共和国专利法》（2008 修正）等相关法律法规的规定，存在利用关联方或非关联方职务发明的情形。

（三）软件著作权的来源和取得过程

《中华人民共和国著作权法》（2010 修正）第十一条规定：“著作权属于作者，本法另有规定的除外。创作作品的公民是作者。由法人或者其他组织主持，代表法人或者其他组织意志创作，并由法人或者其他组织承担责任的作品，法人或者其他组织视为作者。”

《中华人民共和国著作权法》（2010 修正）第十六条规定：“公民为完成法人或者其他组织工作任务所创作的作品是职务作品，除本条第二款的规定以外，著作权由作者享有，但法人或者其他组织有权在其业务范围内优先使用。作品完成两年内，未经单位同意，作者不得许可第三人以与单位使用的相同方式使用该作品。

有下列情形之一的职务作品，作者享有署名权，著作权的其他权利由法人或者其他组织享有，法人或者其他组织可以给予作者奖励：

（一）主要是利用法人或者其他组织的物质技术条件创作，并由法人或者其他组织承担责任的工程设计图、产品设计图、地图、计算机软件等职务作品；

（二）法律、行政法规规定或者合同约定著作权由法人或者其他组织享有的职务作品。”

《中华人民共和国著作权法实施条例》（2013 修订）第十一条规定：“著作权法第十六条第一款关于职务作品的规定中的“工作任务”，是指公民在该法人或者该组织中应当履行的职责。

著作权法第十六条第二款关于职务作品的规定中的“物质技术条件”，是指该法人或者该组织为公民完成创作专门提供的资金、设备或者资料。”

根据上述相关法规并经核查，发行人及子公司拥有的 89 项软件著作权均系发行人及子公司原始取得，不存在合作开发的情形，发行人及子公司就该等软件著作权已经依法取得《计算机软件著作权登记证书》。

因此，经核查，保荐机构认为，截至本问询函回复出具日，发行人拥有的软件著作权的来源和取得过程符合《中华人民共和国著作权法》（2010 修正）、《中华人民共和国著作权法实施条例》（2013 修订）等相关法律法规的规定。

（四）域名的来源和取得过程

根据发行人提供的《域名注册证书》、缴费凭证及书面说明，发行人及子公司取得的域名使用权具体情况如下：

序号	域名	注册所有人	注册时间	到期时间	取得方式	受让人
1	bolaa.cn	博拉网络	2005.6.3	2020.6.3	继受取得	同趣控股
2	bolaa.com.cn	博拉网络	2005.6.3	2020.6.3	继受取得	同趣控股
3	bolaa.net.cn	博拉网络	2005.6.3	2020.6.3	继受取得	同趣控股
4	bolaa.com	博拉网络	2005.4.20	2021.4.20	继受取得	同趣控股
5	bolaa.net	博拉网络	2005.4.22	2021.4.22	继受取得	同趣控股
6	fordapp.top	博拉网络	2015.8.26	2022.8.26	原始取得	无
7	changan001.cn	博拉网络	2015.11.17	2020.11.17	原始取得	无
8	bolaa.cc	博拉网络	2016.4.12	2026.4.12	原始取得	无
9	wauwo.cn	伍觉软件	2015.7.7	2020.7.7	原始取得	无
10	wauwo.com	伍觉软件	2015.7.7	2020.7.7	原始取得	无
11	wauwo.net	伍觉软件	2015.7.7	2020.7.7	原始取得	无
12	52che.com	重庆云集通	2007.4.4	2025.4.4	继受取得	同趣控股
13	52che.cn	重庆云集通	2007.9.15	2023.9.15	继受取得	同趣控股
14	cqysda.com	赢盛达	2016.2.24	2021.2.24	原始取得	无

15	carrefourvip.com.cn	赢盛达	2016.4.6	2021.4.6	原始取得	无
16	lifan001.com	赢盛达	2016.4.20	2020.4.20	原始取得	无
17	migateway.com	赢盛达	2016.5.13	2020.5.13	原始取得	无
18	bolaae2c.com	赢盛达	2016.5.25	2020.2.25	原始取得	无
19	dsn2017.com	赢盛达	2016.11.11	2019.11.11	原始取得	无
20	lingmu001.com	赢盛达	2016.12.30	2020.12.30	原始取得	无
21	changan002.cn	赢盛达	2017.5.5	2020.5.5	原始取得	无
22	china4ajinyinjiang.com	赢盛达	2017.6.23	2020.6.23	原始取得	无
23	china4ajinyin.com	赢盛达	2017.6.23	2020.6.23	原始取得	无
24	china4ajyj.com	赢盛达	2017.6.23	2020.6.23	原始取得	无
25	ysdact.com	赢盛达	2018.1.23	2020.1.23	原始取得	无
26	e2cysd.com	赢盛达	2018.1.23	2020.1.23	原始取得	无
27	changan003.cn	赢盛达	2018.5.20	2020.5.20	原始取得	无
28	becdoor.com	博聚智海	2012.11.30	2020.11.30	原始取得	无
29	cafconference.com	博聚智海	2013.12.9	2019.12.9	原始取得	无
30	bolaafy.cn	昆明博拉	2016.4.14	2021.4.14	原始取得	无
31	kmbolaafy.cn	昆明博拉	2017.9.7	2019.9.7	原始取得	无
32	kmbolaa.cn	昆明博拉	2018.2.23	2020.2.23	原始取得	无

《互联网域名管理办法》第二十六条规定："域名注册服务原则上实行'先申请先注册'……"。

《互联网域名管理办法》第二十八条第一款："任何组织或者个人注册、使用的域名中，不得含有下列内容：（一）反对宪法所确定的基本原则的；（二）危害国家安全，泄露国家秘密，颠覆国家政权，破坏国家统一的；（三）损害国家荣誉和利益的；（四）煽动民族仇恨、民族歧视，破坏民族团结的；（五）破坏国家宗教政策，宣扬邪教和封建迷信的；（六）散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定的；（七）散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或者教唆犯罪的；（八）侮辱或者诽谤他人，侵害他人合法权益的；（九）含有法律、行政法规禁止的其他内容的"。

《互联网域名管理办法》第三十三条规定："域名持有者的联系方式等信息发生变更的，应当在变更后 30 日内向域名注册服务机构办理域名注册信息变更手续。域名持有者将域名转让给他人的，受让人应当遵守域名注册的相关要求"。

根据上述相关法规并经核查，发行人及子公司取得 32 项域名使用权不存在合

作开发的情形，其中 25 项系发行人及子公司注册所有，其中 7 项系从同趣控股受让取得。

因此，经核查，保荐机构认为，截至本问询函回复出具日，发行人拥有的域名的来源和取得过程符合《互联网域名管理办法》等相关法律法规的规定。

（五）高新技术产品的来源和取得过程

截至本问询函回复出具日，发行人拥有经重庆市科学技术委员会认定的高新技术产品 3 项，其具体情况如下：

产品名称	企业名称	有效期	证书编号	发证日期
互联网商业信息监测与大数据分析系统技术服务	博拉网络	三年	2017A1317	2017.1.12
电商营销大数据分析系统技术服务	博拉网络	三年	2017A1318	2017.1.12
集客通-移动营销软件系统技术服务	博拉网络	三年	2017A1319	2017.1.12

《重庆市高新技术企业和高新技术产品认定办法》第八条规定：“高新技术企业和高新技术产品的认定，由企业自愿向市级主管部门或区市县科委提出申请。申请单位须填写《重庆市高新技术企业认定申请表》或《重庆市高新技术产品认定申请表》，由市级主管部门或区市县科委初审后，一式三份报市科委。市科委根据本办法所规定的标准和条件，组织评委会对申报企业或产品进行评审。必要时，可对申请单位进行现场实地考查”。

《重庆市高新技术企业和高新技术产品认定办法》第九条规定：“评审合格的高新技术企业和高新技术产品，由市科委批准并颁发《重庆市产新技术企业认定证书》或《重庆市高新技术产品认定证书》”。

根据上述相关法规并经核查，发行人取得的 3 项高新技术产品系发行人依法申请并经重庆市科学技术委员会认定后取得，不存在合作开发的情形，发行人已经依法取得《重庆市高新技术产品》认定证书。

因此，截至本问询函回复出具日，发行人拥有的高新技术产品的来源和取得过程符合《重庆市高新技术企业和高新技术产品认定办法》等相关法律法规的规定。

综上，经核查，保荐机构认为，截至本问询函回复出具日，发行人拥有和使用的上述知识产权、非专利技术的来源和取得过程符合《中华人民共和国商标法》（2019 修正）、《中华人民共和国商标法实施条例》（2014 修订）、《中华人民共和国专利法》、《中华人民共和国专利法实施细则》（2010 修订）、《中华人民共和国著作权法》（2010 修正）、《中华人民共和国著作权法实施条例》（2013 修订）、《互联网域名管理办法》、《重庆市高新技术企业和高新技术产品认定办法》等相关法律法规的规定；该等知识产权、非专利技术不存在合作开发的情况；发行人正在申请的 26 项发明专利属于关联方的职务发明；发行人已经取得的 21 项专利中 14 项属于非关联方的职务发明。

（六）核心技术对第三方是否存在依赖，是否存在诉讼、纠纷或其他引致权利不确定性的情况，是否影响发行人的资产完整性和独立持续经营能力

根据发行人提供的书面说明并经核查，发行人自主研发的互联网和大数据主要核心技术涉及 21 项发明专利（其中 3 项已继受取得专利，18 项正在受理审查中；18 项系发行人自主研发，自主研发比例达 85.71%）、89 项软件著作权（均系自主研发）和 3 项高新技术产品（均系自主研发）。因此，发行人核心技术对第三方不存在依赖。

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/）并走访法院，以及对发行人高级管理人员的访谈，截至本问询函回复出具日，发行人不存在正在进行或尚未了结的重大诉讼或行政处罚案件，亦不存在可预见的重大诉讼或行政处罚案件，不存在其他引致权利不确定性的情况，不影响发行人的资产完整性和独立持续经营能力。

经核查，发行人资产独立、完整，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力，不存在影响发行人的资产完整性和独立持续经营能力的情形。

因此，经核查，保荐机构认为，发行人核心技术对第三方不存在依赖；不存在诉讼、纠纷或其他引致权利不确定性的情况，不存在影响发行人的资产完整性和独立持续经营能力的情形。

综上所述，经核查，保荐机构认为，截至本问询函回复出具日，发行人拥有和使用的上述知识产权、非专利技术的来源和取得过程符合相关法律法规的规定，该

等知识产权、非专利技术不存在合作开发的情况，但发行人存在利用关联方或非关联方的职务发明的情形；发行人核心技术对第三方不存在依赖，不存在诉讼、纠纷或其他引致权利不确定性的情况，不存在影响发行人的资产完整性和独立持续经营能力的情形。

八、核查方式和核查过程

1、查阅发行人相关的《商标注册证》及《商标档案》；

2、审阅关于“52CHE.COM”商标的《受理通知书》、《商标驳回通知书》、《驳回复审决定书》、《行政判决书》等资料；

3、审阅发行人相关的《发明专利证书》；

4、审阅发行人相关的《计算机软件著作权登记证书》；

5、审阅发行人相关的《域名注册证书》；

6、审阅发行人相关的知识产权转让协议；

7、审阅重庆市高新技术产品认定证书；

8、审阅发行人相关的《商标管理制度》、《专利管理制度》、《软件著作权管理制度》；

9、核对《审计报告》；

10、登陆国家知识产权局商标局（http://sbj.saic.gov.cn/）、中国及多国专利审查信息查询（http://cpquery.sipo.gov.cn/）、中国版权保护中心（http://www.ccopyright.com.cn/）、中国互联网络信息中心（http://www.cnnic.net.cn/）、国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）等行政事业机关网站，和天眼查、启信宝、企查查等网站进行检索查询，并分别前往国家商标局、国家知识产权局、国家版权局进行走访以及与发行人提供的书面确认文件进行比对核查；

11、走访了相关法院；

12、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/）。

九、核查意见

（一）保荐机构意见

经核查，保荐机构认为：

1、除上述“52CHE.COM”商标注册申请尚在进行中、“博啦网站；BOLAA”商标已经到期并正在办理该商标的续展手续外，发行人自有商标、专利、软件著作权等知识产权的法律状态不存在其他权利瑕疵、提前终止等异常情况；

2、“52CHE.COM”商标注册不存在实质性法律障碍，不对发行人相关业务开展产生重大不利影响；

3、发行人相关商标、专利、软件著作权等知识产权管理的内部控制制度已经建立健全并有效运行；

4、发行人掌握具有自主知识产权的核心技术、权属清晰，报告期内发行人依靠核心技术开展生产经营；

5、发行人高新技术产品的认定有效期限为 3 年，发行人不存在因高新技术产品认定而享有相应的税收优惠的情形；

6、发行人拥有和使用的上述知识产权、非专利技术的来源和取得过程符合相关法律法规的规定；该等知识产权、非专利技术不存在合作开发的情况；发行人存在利用关联方或非关联方的职务发明的情形；发行人核心技术对第三方不存在依赖；不存在诉讼、纠纷或其他引致权利不确定性的情况，不存在影响发行人的资产完整性和独立持续经营能力的情形。

（二）发行人律师意见

经核查，发行人律师认为，截至本补充法律意见书出具日：

1、除上述“52CHE.COM”商标注册申请尚在进行中、“博啦网站；BOLAA”商标已经到期并并正在办理该商标的续展手续外，发行人自有商标、专利、软件著作权等知识产权的法律状态不存在其他权利瑕疵、提前终止等异常情况；

2、“52CHE.COM”商标注册不存在实质性法律障碍，不对发行人相关业务开展产生重大不利影响；

3、发行人相关商标、专利、软件著作权等知识产权管理的内部控制制度已经建立健全并有效运行；

4、发行人掌握具有自主知识产权的核心技术、权属清晰，报告期内发行人依靠核心技术开展生产经营；

5、发行人高新技术产品的认定有效期限为 3 年，发行人不存在因高新技术产品认定而享有相应的税收优惠的情形；

6、发行人拥有和使用的上述知识产权、非专利技术的来源和取得过程符合相关法律法规的规定，该等知识产权、非专利技术不存在合作开发的情况，发行人存在利用关联方或非关联方的职务发明的情形；发行人核心技术对第三方不存在依赖，不存在诉讼、纠纷或其他引致权利不确定性的情形，不存在影响发行人的资产完整性和独立持续经营能力的情形。

第三部分　关于发行人业务

问题 16

发行人的大数据应用服务包括大数据营销及运营、数字媒体投放及电商运营，相关业务内容涉及广告投放。请发行人说明：（1）对数据来源进行分类，说明数据采集和应用过程中是否获得用户许可，是否存在侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）的情形；（2）在业务开展过程中，是否存在因过度宣传产品效果或虚假宣传等受到有关部门行政处罚或监管措施的情形；（3）报告期内以及未来的业务规划中是否涉及广告内容的制作、相关内容合规性审查的具体方式及流程；（4）发行人是否已取得全部相关资质、许可、认证以及相关取得时点，报告期内是否持续拥有上述资质，资质续期是否存在障碍，是否存在超出许可范围从事生产经营以及无证经营的情形；（5）是否存在明知或应知广告虚假或具有其他违法情形，仍然为之代理营销的情形，下游客户是否存在广告虚假宣传等违法违规的情形；（6）发行人是否存在受到行政处罚的法律风险，对公司持续经营是否存在不利影响；（7）公司是否存在违反投放地法律法规的情形，并进行风险揭示。

请保荐机构和发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、对数据来源进行分类，说明数据采集和应用过程中是否获得用户许可，是否存在侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）的情形

（一）对数据来源进行分类

公司的大数据来源，主要通过企业客户、互联网采集、自有媒体和应用工具三种形式获得，数据来源分类具体如下：

1、从企业客户获得的数据

（1）企业客户主动提供的数据。为满足精准营销的需要，企业客户向公司提供其自有的各类商业数据，公司通过和客户签订保密协议在业务范围内进行存储和使用。

（2）营销项目过程数据。公司在为企业客户提供大数据营销服务（如自媒体代运营、在线主题活动、电商和客户平台运营等）过程中，获得了参与用户的主动注册数据，公司根据和客户的服务协议，在规定范围内存储和规范使用相关数据。

2、公司从互联网采集的公开数据

对于通过网络（网站、自媒体、APP 等）公开发布的信息数据，公司将根据“网络爬虫排除标准”（Robots Exclusion Protocol）等行业标准进行收集，未出现超范围收集数据的情况。

3、通过公司自有媒体和应用工具取得的数据

为加强公司在主要行业领域的竞争力，公司针对汽车、快消、3C 家电等行业建设开发了自有媒体（例如“我爱车”网站等）或应用工具（例如车友会平台、APP、服务号/公众号、小程序等），通过主动联系、免费使用等方式引导用户主动注册加入，根据用户注册协议和国家数据安全法规进行规范的数据采集、存储和使用。

（二）说明数据采集和应用过程中是否获得用户许可，是否存在侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）的情形

1、相关法律法规的规定

隐私权又称个人生活秘密权，是指自然人享有的私人生活安宁与私人信息秘密依法受到保护，不被他人非法侵扰、知悉、收集、利用和公开的一种基本人格权，而且权利主体对他人在何种程度上可以介入自己的私生活，对自己是否向他人公开隐私以及公开的范围和程度等具有决定权。公民为了维持正常的生活和精神的安宁，往往希望保护自己私生活中的秘密，世界上许多国家都将隐私权作为一种宪法权利加以保护。一般而言，公民的隐私权包括通信秘密权与个人生活秘密权。

值得特别说明的是，大数据时代，隐私权的内涵已从消极被动的私生活不受干扰的人格性权利发展为积极能动的个人信息自己控制、兼具人格和财产属性的权利。网络隐私权是公民在互联网上享有的私人生活安宁与私人信息依法受到保护，不被他人非法侵犯、知悉、搜集、复制、公开和利用的权利，包括个人网络信息的知情权、选择权、安全权、支配权以及索赔权等等。

肖像权是公民可以同意或不同意他人利用自己肖像的权利。

现行法律法规对公民隐私权、肖像权等人格权利的规定主要见于《中华人民共和国宪法》（2018 修正）、《中华人民共和国民法总则》、《中华人民共和国民法通则》（2009 修正）、《中华人民共和国侵权责任法》等。此外，《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》、《电信和互联网用户个人信息保护规定》、《最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》、《最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身

权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》等法律法规对保护互联网用户的隐私权及公民个人信息进行了进一步细化规定。

2、数据采集和应用过程中是否获得用户许可，是否存在侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）的情形

我国针对个人信息数据保护出台了多份法律、法规、规章制度，但较分散，随着大数据产业纵深发展，对数据立法的呼声越来越大。企业在数据使用上需依据现有法律法规开展业务，做到行业自律。因此，公司对已收集的公开、自有及客户的各类数据进行了合法合规的收集和使用，且公司仅将数据用于相关技术研发和基于数据分析的企业场景应用，不存在非法采集、使用、应用、披露或出售的行为。

发行人在为企业客户提供大数据营销服务过程中，通常会通过吸引用户参与在线互动活动、用户主动关注官方自媒体，引导用户注册会员、电子社区、搜索引擎营销等方式，进行目标受众的集客引流，并通过大数据系统对用户资源进行消费属性分析，从而进一步挖掘潜客资源，促进实际销售。此类服务不可避免的涉及用户个人隐私信息。鉴于此，发行人历来十分重视对用户信息的个人隐私的保护，一方面，从技术层面加强用户数据库的安全性和保密性；另一方面，公司已经制定并施行《博拉网络股份有限公司保护个人隐私管理办法》、《博拉网络股份有限公司数据安全与保密管理规定》等在内的一系列关于个人隐私保护的相关管理制度和内部规范性文件，对用户信息保密提出了严格要求，公司具有合法、有效、完整的相关内部管理流程。

需要说明的是：发行人为企业客户设计、开发和交付的手机 APP、电子商务程序、网站、微信应用等多项软件都是归属于企业客户所有，所有营销活动的用户数据都由这些软件的数据库保存。其中一类软件（例如：电子商务程序、网站），企业用户的技术部门在交付上传和后期更新升级前都会对这些软件的功能做检查评测，确保用户隐私安全；另外一类软件会上传到第三方下载平台，比如：手机 APP 上传到各大手机 APP 应用市场供用户下载之前，各大手机 APP 应用下载市场（例如：应用宝、百度手机助手、360 手机助手、华为应用市场、三星应用市场、苹果 IOS 应用市场等）都会对公司代客户上传的手机 APP 做软件安全检测和认证，确保该 APP 软件没有侵犯用稳私的代码、没有恶意骚扰用户的代码、没有盗取用户流量的代码，没有低俗广告的代码，所以能确保用户隐私安全。此外，微信应用

和小程序等本来在上传之前就必须要通过微信官方平台的检测和认证，也一样能确保用户隐私安全。

公司深耕大数据行业多年，已编制出一套流程化、规范化、多层次的研发体系。该套研发体系基于不同的技术与业务，设立研发团队、质管团队、销售和营销团队。公司深厚的核心技术底蕴能够有效保障公司在提供营销服务的过程，以及相关运营平台运行过程中的安全性、保密性，确保不存在侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）的情形。

公司采取了严格的制度和技术措施，尽可能确保不会侵犯个人隐私。经核查，《博拉网络股份有限公司数据安全与保密管理规定》在人员配备、数据信息分类和要求、数据库运行维护、操作和访问数据库路径、操作记录留痕、数据库系统口令更换、权限设置等方面作出规定，确保数据库的安全稳定，防止用户信息泄露。同时，公司与能够接触原始数据库的员工签署了《员工保密协议》，约定员工不得非法获取、出售、使用业务操作中知悉的任何身份、隐私等电子信息。

公司出具声明载，“公司及其子公司为客户提供营销服务过程中，相关运营平台的运作不可避免的涉及众多政府机密、商业机密和个人隐私。在实际经营过程中，公司及其子公司业务开展符合《关于加强网络信息保护的决定》、《电信和互联网用户个人信息保护规定》、《最高人民法院、最高人民检察院关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》等相关规定，不存在侵犯个人隐私的行为。”

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 万元、公证费人民币 1,030 元、诉讼费人民币 1,700 元，合计人民币 62,730 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。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/），发行人不存在因侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）而被起诉、判决、仲裁等情形。

除前述情形外，经实地走访报告期内重大客户，未发现公司存在相关侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）的行为，未发现公司存在因侵犯他人权益（隐私权、肖像权等）而被用户（客户）投诉等情形。

经访谈发行人高管，报告期内公司不存在因侵犯他人权益（隐私权、肖像权等）而被用户投诉等情形。

经查询，公司无相关违规违法记录，公司没有受到过网络管理机构（如公安局的网安大队、通信管理局、工商管理部门等）的处罚事项。

综上所述，发行人建立了相应的风险控制措施，除前述情形外，报告期内不存在其他因侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）而受主管部门处罚或被用户投诉等情形，不存在因侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）导致的相关诉讼或仲裁等纠纷。

二、在业务开展过程中，是否存在因过度宣传产品效果或虚假宣传等受到有关部门行政处罚或监管措施的情形

公司出具声明载，“在业务开展过程中，公司及其子公司不存在因过度宣传产品效果或虚假宣传等受到有关部门行政处罚或监管措施的情形。”

经实地走访报告期内重大客户，未发现公司所承接承做的相关业务存在因过度宣传客户产品效果或虚假宣传等，客户因此受到有关部门行政处罚或监管措施的情形。

经访谈发行人高管，报告期内公司不存在因过度宣传产品效果或虚假宣传等受到有关部门行政处罚或监管措施的情形。

经查询，公司无相关违规违法记录，公司没有受到过网络管理机构（如公安局的网安大队、通信管理局、工商管理部门等）的处罚事项。

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/），发行人不存在因过度宣传产品效果或虚假宣传等受到有关部门行政处罚或监管措施的情形。

综上所述，在业务开展过程中，公司及其子公司不存在因过度宣传产品效果或虚假宣传等受到有关部门行政处罚或监管措施的情形。

三、报告期内以及未来的业务规划中是否涉及广告内容的制作、相关内容合规性审查的具体方式及流程

报告期内以及未来的业务规划中，发行人从事的部分业务涉及广告内容的制作。报告期内，发行人已结合业务开展的实际情况，建立了广告内容合规性审查的内部审查制度，其具体方式及流程如下：

（一）业务承接阶段审查

在正式合同签订前，具体业务部门（项目团队）、采购部门、财务部门、法务审计部门均会对合同内容进行审核，包括具体服务要求、定价、风险控制、合作对方的相关企业信息、品牌信息、拟宣传信息及其证明材料（如代言人协议、相关知识产权授权书等）等事宜，只有各部门均确认后方可正式与客户签署协议并确认合作关系。

（二）策划创意执行阶段审查

对于承接的业务，如涉及广告内容的创意设计制作，业务团队内部会先进行立项讨论及审批，然后在内容创意设计制作过程中进行审核，包括团队中层人员的初审及修订，团队高层人员参与讨论及最终审定稿件等，除了针对内容及品质的把关外，还会特别关注合法合规以及知识产权保护事宜（数字营销业务针对线上投放文案、宣传内容等有自动检测是否存在“最”、“最佳”等违反《广告法》用语的代码程序）。此外，业务团队成员对交付内容是否合法合规、是否存在知识产权潜在争议等事项若存在疑问，会与公司法务人员进行沟通并根据其建议相应修订、执行。

（三）交付阶段审查

在交付阶段，对于内容创意设计制作项目，在最终交付成果前，发行人会与客户进行讨论、沟通，客户亦可能会根据其内部制度对作品的合规情况进行审核，若存在合规方面的风险，发行人会根据客户反馈及业务部门综合判断后，进行相应的修订及完善。对于媒介投放项目，公司会将广告内容提交到媒体平台进行审核（媒体平台自有广告合规审核机制），只有通过审核的白名单客户及合规广告内容才能进行广告投放。而对于其他媒介供应商，公司会就广告投放的合规性等与其进行沟通和讨论，并根据其要求及建议进行返稿修订、完善，并征询客户的意见，在各方达成一致意见后才进行相应的投放。在投放过程中，发行人的业务团队还会对执行情况及舆情反应等进行监测，根据需要及时进行修正、补充等。

（四）广告合规培训

除了上述在业务流程方面的合规控制外，发行人还会定期组织广告合规培训，向员工提供对于广告法、著作权法、反不正当竞争法等相关法律法规和业务规则的知识培训，提高员工的合规意识。

随着《互联网广告管理暂行办法》、2018 年 10 月 26 日新《广告法》（2018 修正）的实施，公司根据这一法律之要求建立了更为完善和严格的内部流程和制度，以及如《博拉网络股份有限公司广告内容审查及投放管理办法》等制度，进一步提升了公司法务部门、业务团队负责人在项目合规审核过程中的参与度，加强了在内容创意设计制作过程中及内容投放方面对合法合规情况的把关及审查，并强化了在项目执行过程中以及投放发布后的监控等。

四、发行人是否已取得全部相关资质、许可、认证以及相关取得时点，报告期内是否持续拥有上述资质，资质续期是否存在障碍，是否存在超出许可范围从事生产经营以及无证经营的情形

（一）发行人是否已取得全部相关资质、许可、认证以及相关取得时点，报告期内是否持续拥有上述资质，资质续期是否存在障碍

发行人已取得全部相关资质、许可、认证，具体如下：

序号	拥有人	名称	编号	发证时间	发证机关
1	博拉有限	软件企业认定证书	渝 R-2013-0132	2014 年 5 月 6 日	重庆市经济和信息化委员会
2	博拉有限	软件及信息服务外包企业认定证书	渝 S-2010-0008	2010 年 9 月 25 日	重庆市经济和信息化委员会
3	博拉有限	电子商务企业认定证书	渝 EC-2013-0001	2013 年 5 月 2 日	重庆市经济和信息化委员会
4	重庆云集通	增值电信业务经营许可证	渝 B2-20170002	2017 年 1 月 3 日	重庆市通信管理局
5	重庆云集通	ICP/IP 地址/域名信息备案（网站域名：52che.com）	备案主体备案/许可证号：渝 ICP 备 16005637 号 网站备案/许可证号：渝 ICP 备 16005637 号-1	2016 年 6 月 7 日	工业和信息化部
6	博拉网络	ICP/IP 地址/域名信息备案（网站域名：bolaa.com.cn；bolaa.com；bolaa.cn；	备案主体备案/许可证号：渝 ICP 备 15011108 号	2018 年 4 月 12 日	工业和信息化部

		bolaa.net；bolaa.net.cn；）	网站备案/许可证号：渝ICP备15011108号-1		
7	博聚智海	食品经营许可证	JY15003590086865	2019年4月8日	重庆两江新区市场和质量监督管理局

上述《电子商务企业认定证书》、《软件及信息服务外包企业认定证书》、《软件企业认定证书》的公司名称仍为“重庆博拉网络发展有限公司”。整体变更设立股份公司后，公司及时向发证机关提出了更名申请。

2016年2月29日，重庆市经济和信息化委员会出具《关于博拉网络股份有限公司申请变更证书名称的回复意见》，确认根据国务院下发的《关于取消和调整一批行政审批项目等事项的决定》（国发【2015】11号）以及重庆市经济和信息化委员会下发的《关于废止部分规范性文件的通知》（渝经信法规【2015】18号），停止软件企业认定以及重庆市软件及信息服务外包企业、重庆市电子商务企业的认定。由于发行人系由博拉有限整体变更设立的股份有限公司，因此，上述证书所载公司名称无法变更不会对发行人正常生产经营造成实质性法律障碍。

根据《广告管理条例》、《广告经营许可证管理办法》（已于2016年12月1日废止）、《广告发布登记管理规定》（2016年12月1日起实施生效），并经核查，截至本问询函回复出具日，发行人仅涉及广告内容制作，并未开展广告发布或其他广告经营业务，无须就广告内容制作和广告发布取得相关法定许可或资质。

此外，发行人是中国4A协会会员单位（即中国商务广告协会综合代理专业委员会）。

重庆云集通《增值电信业务经营许可证》证载到期日为2022年1月3日，博聚智海《食品经营许可证》证载到期日为2023年8月19日；除此以外，其余资质、许可、认证证载无到期日。报告期内，发行人及其子公司持续拥有上述资质、许可、认证，截至本告知函回复出具之日，其续期不存在障碍。

（二）是否存在超出许可范围从事生产经营以及无证经营的情形

保荐机构主要通过履行以下核查程序进行核查：

1、查询国家企业信用信息公示系统，并查询启信宝（https://www.qixin.com/）作为辅助手段，核查了发行人及其子公司的相关公司登记信息；

2、查阅了发行人提供的发行人及其子公司现行有效的《营业执照》、《公司章程》；

3、抽查发行人业务合同，付款凭证，并对相关业务部门人员进行了访谈；

4、查阅了发行人及其子公司的各政府主管部门出具的合规证明文件；

5、查阅了发行人针对题述事项出具的书面说明及确认；

6、通过网络公开渠道（包括政府主管部门官方网站）核查发行人及其子公司是否存在违法违规行为而遭致重大行政处罚或诉讼的记录等。

截至本问询函回复出具日，发行人及其子公司的经营范围为：

公司名称	经营范围
博拉网络	网络信息咨询；计算机系统服务；计算机软件及辅助设备的技术开发、销售；设计、制作、发布广告。销售汽车及配件。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
北京博拉	互联网信息服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；技术推广、技术服务、技术咨询、技术转让、技术开发；承办展览展示；会议服务；技术推广服务；设计、制作、代理、发布广告；计算机系统服务；销售计算机、软件及辅助设备、机械设备、五金交电、电子产品、化工产品（不含危险化学品）、金属材料、文具用品、通讯设备；经济贸易咨询；企业管理咨询；企业策划；数据处理。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；互联网信息服务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
上海博拉	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、技术转让，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），市场营销策划，企业形象策划，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），系统内职（员）工培训，商用车及九座以上乘用车销售，汽车零配件、汽车饰品、日用百货的批发、零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
昆明博拉	计算机软硬件的开发及应用；计算机系统集成；计算机技术咨询；计算机网络技术开发；经济信息咨询（1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益）；企业形象设计及营销策划；承办会议及商品展览展示活动；组织文化艺术交流活动（演出除外）；设计、制作、代理、发布国内各类广告
博聚智海	利用互联网销售：日用百货、包装材料、绿色植物、电子产品（不含电子出版物）、工艺美术品（象牙及其制品除外）、皮革制品、服装、鞋帽、玩具、钟表眼镜及配件、文教用品、照相器材、体育用品、家具、家用电器、装潢材料、电脑及配件、汽车饰品、宠物用品、针纺织品、卫生用品、母婴用品、洗涤用品、化妆品、厨房用具、珠宝首饰、五金工具、电子元器件、数码产品、办公用品、机械设备、化工产品（不含危险化学品）、初级农产品、饲料、园艺用品、金属材料、通讯设备（不含无线电地面接收设备及发射设备）、建筑材料（不含危险化学品）、仪器仪表、陶瓷制品、橡胶及塑料制品、化肥、I 类医疗器械；计算机系统设计；平面及立体设计、制作；网页设计；承办经批准的文化艺术交流活动；展示、展览策划；企业形象设计；市场营销策划；销售：汽车、手机及配件；预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）；货物进出口、技术进出口；商务信息咨

	询；从事网络技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；软件开发及设计；设计、制作、代理、发布国内外广告；摄影服务；仓储服务（不含危险品）；房屋租赁；机械设备安装、维修；出版物零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）；会议及展览服务；企业管理咨询；市场调研服务。【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】
博拉智胜	计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统设计；平面设计；网页设计；承办经批准的文化艺术交流活动；展示、展览策划；企业形象设计；市场营销策划；网络信息咨询；设计、发布、代理国内外广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动
成都网客	设计、制作、代理、发布广告（气球广告除外）；计算机软、硬件的技术咨询服务；文化传播的咨询服务；汽车配件及饰品的销售；计算机软、硬件的开发与销售（以上经营范围国家法律、法规禁止的除外，限制的取得许可后方可经营）
博拉智略	计算机系统服务；计算机软、硬件及辅助设备的技术开发、销售；计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统集成；平面设计；网页设计；承办经批准的文化艺术交流活动；设计、制作、代理、发布国内外广告；展示、展览服务；企业形象设计；市场营销策划；仪器仪表、监控设备、工业自动化控制设备、电子产品（不含电子出版物）、机械设备、通讯设备(不含无线电地面接收设备及发射设备)的销售、安装及技术服务、技术咨询（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。
广州博拉	软件开发；信息技术咨询服务。
重庆云集通	设计、制作、代理、发布国内外广告；图文设计及制作；计算机系统服务；网络技术咨询、企业管理咨询；市场调研服务；企业营销策划；承办经批准的文化艺术交流活动；商务代理；展示展览服务、礼仪服务；销售汽车、汽车配件、手机及其配件。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
伍觉软件	计算机系统服务，计算机软件及辅助设备的技术开发、销售；计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统设计；计算机软硬件的开发与销售；平面及立体设计制作；网页设计；承办经批准的文化艺术交流活动；设计、制作、发布广告；展示、展览策划；企业形象设计；市场营销策划（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
赢盛达	计算机系统服务；计算机软件及辅助设备的技术开发、销售；设计、制作、代理、发布国内外广告；图文设计及制作；计算机系统服务；网络技术咨询、商务信息咨询、企业管理咨询；市场调研服务；企业营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
聚企智业	提供大数据、计算机、网络技术领域的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；应用软件开发；数据处理与存储服务；计算机系统服务；计算机系统设计；计算机软件及辅助设备的研发、设计、销售；网络技术咨询服务；平面设计；网页设计；三维动画设计；货物及技术进出口；计算机系统集成；市场调研；企业管理咨询；市场营销策划；商务信息咨询，企业形象设计；礼仪服务；承办经批准的文化艺术交流活动；会议及展览展示服务；设计、制作、代理、发布国内外广告；摄影服务；利用互联网销售日用百货；仓储服务（不含危险品）【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】
赢睿达	大数据、计算机、网络技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；应用软件开发；数据处理与存储服务；计算机系统服

	务；计算机系统设计；计算机软件及辅助设备的研发、设计、销售；网络技术咨询服务；平面设计；网页设计；三维动画设计；货物及技术进出口；计算机系统集成；市场调研；企业管理咨询；市场营销策划；商务信息咨询；企业形象设计；礼仪服务；承办经批准的文化艺术交流活动；会议及展览展示服务；设计、制作、代理、发布国内外广告、摄影服务；利用互联网销售日用百货；仓储服务（不含危险品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

发行人的主营业务为基于自主研发的 E2C（E-service to Company）数字商业大数据云平台，通过“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式，为企业客户提供技术开发和大数据应用服务。

综上，经核查，发行人及其子公司已取得全部相关资质、许可、认证。报告期内，发行人及其子公司持续拥有上述资质，资质续期均不存在障碍，不存在超出许可范围从事生产经营以及无证经营的情形。

五、是否存在明知或应知广告虚假或具有其他违法情形，仍然为之代理营销的情形，下游客户是否存在广告虚假宣传等违法违规的情形

公司出具声明载，“在业务开展过程中，公司及其子公司不存在明知或应知下游客户广告虚假或具有其他违法情形，仍然为之代理营销的情形；在公司及其子公司代理营销的下游客户广告中，不存在虚假宣传等违法违规的情形，公司及其子公司也未曾因代理营销涉及虚假宣传的广告等违法违规行为受到有关部门行政处罚或监管措施的情形或产生诉讼、纠纷、争议的情形。”

经实地走访报告期内重大客户，未发现公司及其子公司代理营销的下游客户广告中存在虚假宣传等违法违规的情形。

经访谈发行人高管，报告期内公司代理营销的下游客户广告中，不存在虚假宣传等违法违规的情形。

经查询，公司无相关违规违法记录，公司没有受到过网络管理机构（如公安局的网安大队、通信管理局、工商管理部门等）的处罚事项。

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/），发行人不存在因代理营销涉及虚假宣传的广告等违法违规行为受到有关部门行政处罚或监管措施的情形。

根据重庆市公安局两江新区分局康美派出所于 2019 年 4 月 3 日出具的发行人不存在违法行为《证明》、重庆市渝北区人民法院于 2019 年 4 月 4 日出具的发行人

无诉讼、执行案件《证明》、重庆两江新区市场和质量监督管理局于 2019 年 3 月 11 日出具的《重庆市企业信用信息查询报告》，截至本问询函回复出具日，发行人无相关违规违法记录，未受到过主管机关的处罚，不存在因代理营销涉及虚假宣传的广告等违法违规行为受到有关部门行政处罚或监管措施的情形。

综上，发行人不存在明知或应知广告虚假或具有其他违法情形，仍然为之代理营销的情形，在发行人代理营销的下游客户广告中，不存在广告虚假宣传等违法违规的情形。

六、发行人是否存在受到行政处罚的法律风险，对公司持续经营是否存在不利影响

综上所述，通过本题前述一~五问的相关核查手段（公司出具声明、实地走访报告期内重大客户、访谈发行人高管、查询公司是否存在相关违规违法记录、查阅主管部门/机关出具的证明等），截至本告知函回复出具之日，发行人不存在受到行政处罚的法律风险，对公司持续经营不存在不利影响。

七、公司是否存在违反投放地法律法规的情形，并进行风险揭示

报告期内，公司境外销售收入均来自中国香港地区，2016 至 2018 年度占比分别为 3.76%、4.16%、1.55%，其余收入均来自境内。

（一）中国香港地区

来自香港的业务主要如下：

香港国际主题乐园有限公司：业务主要涉及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系统构建、移动互联网技术开发等。

香港机场管理局、香港国际机场（中国）有限公司：业务主要涉及向香港国际机场提供技术服务，基于微信端的功能性开发、技术维护营销服务，利用数字手段结合市场活动在内地发展用户、推广业务。

经核查，公司在香港地区的业务不存在广告投放，公司不存在违反中国香港地区有关广告投放方面的法律法规的情形，也不存在违反中国香港地区其他法律法规的情形。

（二）中华人民共和国境内

1、信息网络传播纠纷

重庆云集通系网站（域名为：52che.com）的账号主体，未经许可使用上海睿奢文化传播有限公司的摄影作品。2018 年 10 月 31 日，上海睿奢文化传播有限公司与重庆云集通达成《和解协议》，约定重庆云集通向上海睿奢文化传播有限公司支付和解金人民币 4,500 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。上海市杨浦区人民法院民事裁定书（(2018)沪 0110 民初 17422 号）载，上海睿奢文化传播有限公司已撤回起诉。

2、肖像权纠纷

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 万元、公证费人民币 1,030 元、诉讼费人民币 1,700 元，合计人民币 62,730 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。

除此以外，经核查，报告期内，公司不存在其他违反中华人民共和国（港、澳、台除外）有关广告投放方面的法律法规的情形。

（三）风险揭示

有关广告内容不合格的潜在法律风险，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“五、法律及政策风险”之“（五）广告内容不合规的潜在法律风险”中补充披露如下：

（五）广告内容不合规的潜在法律风险

虽然公司在发展过程中，一贯高度重视广告内容合规性审查及广告投放的合规性，尽可能确保不会产生相关违法违规行为。但因公司业务存在特殊性，在未来公司业务开展中，仍不能完全避免存在可能违反相关法律法规的潜在法律风险。一旦发生相关违法违规情形，将会对公司声誉造成不利影响，甚至可能受主管部门处罚、采取监管措施或被用户投诉，或因此导致诉讼或仲裁等纠纷，进而可能会对公司的业务开展造成不利影响，影响公司的经营业绩。

八、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、除 2016 年与苏炳添肖像权纠纷以外，发行人数据采集和应用过程中获得了用户许可，不存在侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）的情形；

2、在业务开展过程中，发行人不存在因过度宣传产品效果或虚假宣传等受到有关部门行政处罚或监管措施的情形；

3、报告期内以及未来的业务规划中，发行人涉及广告内容的制作，并已制定相关内容合规性审查的具体方式、流程；

4、发行人已取得全部相关资质、许可、认证，报告期内持续拥有上述资质，资质续期不存在实质性法律障碍，发行人不存在超出许可范围从事生产经营以及无证经营的情形；

5、发行人不存在明知或应知广告虚假或具有其他违法情形，仍然为之代理营销的情形，在发行人代理营销的下游客户广告中，不存在广告虚假宣传等违法违规的情形；

6、发行人不存在受到行政处罚的法律风险，不存在对公司持续经营有不利影响的情形；

7、除前述已披露情形外，发行人不存在违反投放地法律法规的情形，并已在招股说明书中进行了风险揭示。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为，截至本补充法律意见书出具日：

1、除 2016 年与苏炳添肖像权纠纷以外，发行人数据采集和应用过程中获得了用户许可，不存在侵犯用户权益（隐私权、肖像权等）的情形；

2、在业务开展过程中，发行人不存在因过度宣传产品效果或虚假宣传等受到有关部门行政处罚或监管措施的情形；

3、报告期内以及未来的业务规划中，发行人涉及广告内容的制作，并已制定相关内容合规性审查的具体方式、流程；

4、发行人已取得全部相关资质、许可、认证，报告期内持续拥有上述资质，资质续期不存在实质性法律障碍，发行人不存在超出许可范围从事生产经营以及无证经营的情形；

5、发行人不存在明知或应知广告虚假或具有其他违法情形，仍然为之代理营销的情形，在发行人代理营销的下游客户广告中，不存在广告虚假宣传等违法违规的情形；

6、发行人不存在受到行政处罚的法律风险，不存在对公司持续经营有不利影响的情形；

7、除前述已披露情形外，发行人不存在违反投放地法律法规的情形，并已进行风险揭示。

问题 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

上述内容，已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司的销售情况和主要客户”之“（三）报告期内主要客户情况”中补充披露如下：

4、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
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%
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%
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

上述内容，已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要服务及其变化情况”之“（三）公司主要经营模式”中补充披露如下：

（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

（4）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

（5）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服务也多为整合性服务，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

上述内容，已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要服务及其变化情况”之“（三）公司主要经营模式”中补充披露如下：

4、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%
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

上述内容，已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要服务及其变化情况”之“（三）公司主要经营模式”中补充披露如下：

（3）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，公司在业界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

（一）2016 年度重要招标情况、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
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

（二）2017 年度重要招标情况、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		
	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有限公司	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		
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）文化传播股份有限公司	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

（三）2018 年度重要招标情况、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		
	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	长安福特 2018—CRC 客户关怀活	是	会员体系运营	1,413,000.00		博拉网络股份有		

公司	动项目					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		
	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
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

（一）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
2016 年度						
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。
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%				

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
2017 年度						
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 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。	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系统构建、移动互联网技术开发等。	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%。
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	长安福特汽车有限公司	银行	服务完成，验收合格后 60 天

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
			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。		汇兑	见发票付款。
合计	4,511.85	89.32%				
2018 年度						
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。
长安福特汽车有限公司	898.62	8.89%	互联网商业信息监测与数据分析；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。	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。
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	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。

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
			施；网络自媒体营销；以及相应技术应用系统开发等。			
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%				

（二）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
2016 年度						
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；移动互联网技术开发等。	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 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	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%。

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
			活动策划与执行。			
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%				
2017 年度						
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	比亚迪汽车销售有限公司	电子银行	按季度付款，需方须在供方提供付款通知书及阶段工作

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
			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		承兑汇票	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，创意内容输出等	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
合计	2,957.35	27.87%				
2018 年度						
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，挂账之月起第三个月（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	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

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
			SEO 项目。			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。	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%				

（三）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
2016 年度						
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%				
2017 年度						
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。
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 工作日内支付。

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
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%				
2018 年度						
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。
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

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
						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

（一）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家有关规定办理)；汽车事务代理和咨询服务	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
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	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%	国务院国有资产监督管理委员会	从 2011 年开始合作	通过招投标方式成为客户的供应商

	股份有限公司重庆分公司委托的电信业务				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%、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
香港国际主题乐园有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
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	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上

询服务有限公司								
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限责任公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
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	通过招投标方式成为客户的供应商

（二）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）。上述产品同类商品的批发、佣金代理（拍卖除外）	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

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								
四川长虹电器股份有限公司	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上	同上
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	32022.589 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
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

（三）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	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

					49%			
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（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%	党部	2015 年开始合作	通过“比稿比价”成为客户的供应商
上海碟泉广告有限公司	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	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 Communicatio	2016 年开始合作	通过招投标成为客户的供应

	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					ns（Hong Kong）Limited		商
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								
阳狮广告有限公司	设计、制作、发布、代理国内外各类广告。提供相关咨询服务	1996/12/13	1000 万人民币	广东省	PUBLICIS WORLDWIDE（HONG KONG）LIMITED 100%	PUBLICIS WORLDWIDE（HONG KONG）LIMITED	2018 年开始合作	通过“比稿比价”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、	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

	制作、代理、发布，数字新媒体，销售计算机、软件及辅助设备							
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 COMMUICATIONS（HONG KONG）LIMITED 100%	WPP MARKETING COMMUICATIONS（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

（一）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，但仅从营销应用这个层面来看，其实施方式和内容有一些相似或重合之处。

（二）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。

（三）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。

（一）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。

（二）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	第三方付款人	第三方付款人与抵款客户的关系
长安标致雪铁龙	车辆抵款	2,417,716.00	—	—	—

汽车有限公司					
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在汽车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。但该客户 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）管理咨询服务有限公司	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披露，只是分类方式的不同，具有合理性。

十三、核查方式和核查过程

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抹账的情况；

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。

十四、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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

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。

（一）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
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
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	长安汽车
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
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，以现金转账的方式向乙方支付季度服务费。	银行汇兑	否	力帆汽车
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

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	七彩云南第壹城
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	长安汽车
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	长安汽车
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，以现金转账的方式向乙方支付季度服务费。	银行汇兑	否	力帆汽车
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
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	科尔沁牛排
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	长安汽车

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	七彩云南第壹城
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。

（二）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	福特汽车
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
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	香港迪士尼
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	汇源食品
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

重庆长安铃木汽车有限公司	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%。	银行汇兑	是	铃木汽车
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	长虹电器
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	雪铁龙汽车
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	长安汽车
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
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	福特汽车
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
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	银行汇兑	否	百事、林肯、立白、妮维雅、奥利奥、佳得

					针对该执行单的应付款项。			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。

（三）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	长安汽车
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	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
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	福特汽车
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	新	长虹电器
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	新	税友软件
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	长安汽车

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
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	开米
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
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	金成荣达
合计			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用。	银行汇兑	否	家乐福
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	长安汽车
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	银行汇兑	是	家乐福

					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。			
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
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	京东
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。

（四）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	衣页
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
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	银行汇兑	是	家乐福

					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。			
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。	银行汇兑	否	不凡帝、亿滋、玛氏等
合计			6,200.24	78.97%				

数字媒体投放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。

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	-	528.3	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	636.4	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	85.9	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	-	133.6	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	-	
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

（一）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，增加一定的毛利率计算广告投放业务的价格。

（二）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

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	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、陈巧凤、尹喜地和尹索微	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%	李惠森	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%	尹明善、陈巧凤、尹喜地和尹索微	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；青贮玉米种植及销售；肉、禽、蛋、奶及水产品批发兼	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限公司	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

				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）	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%、杜丹 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、应用软件服务；软件开发；软件咨询；产品设计等	梁志东 70.00% 韩桂梅 30.00%	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
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	北京六间房科技有限公司 100.00%	黄巧灵	2018 年开始合	通过招投标方式成为客户的

				作、代理、发布广告；会议服务等			作	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% 张雳 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

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参见本问询函“问题 17、七”的相关回复内容。

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。

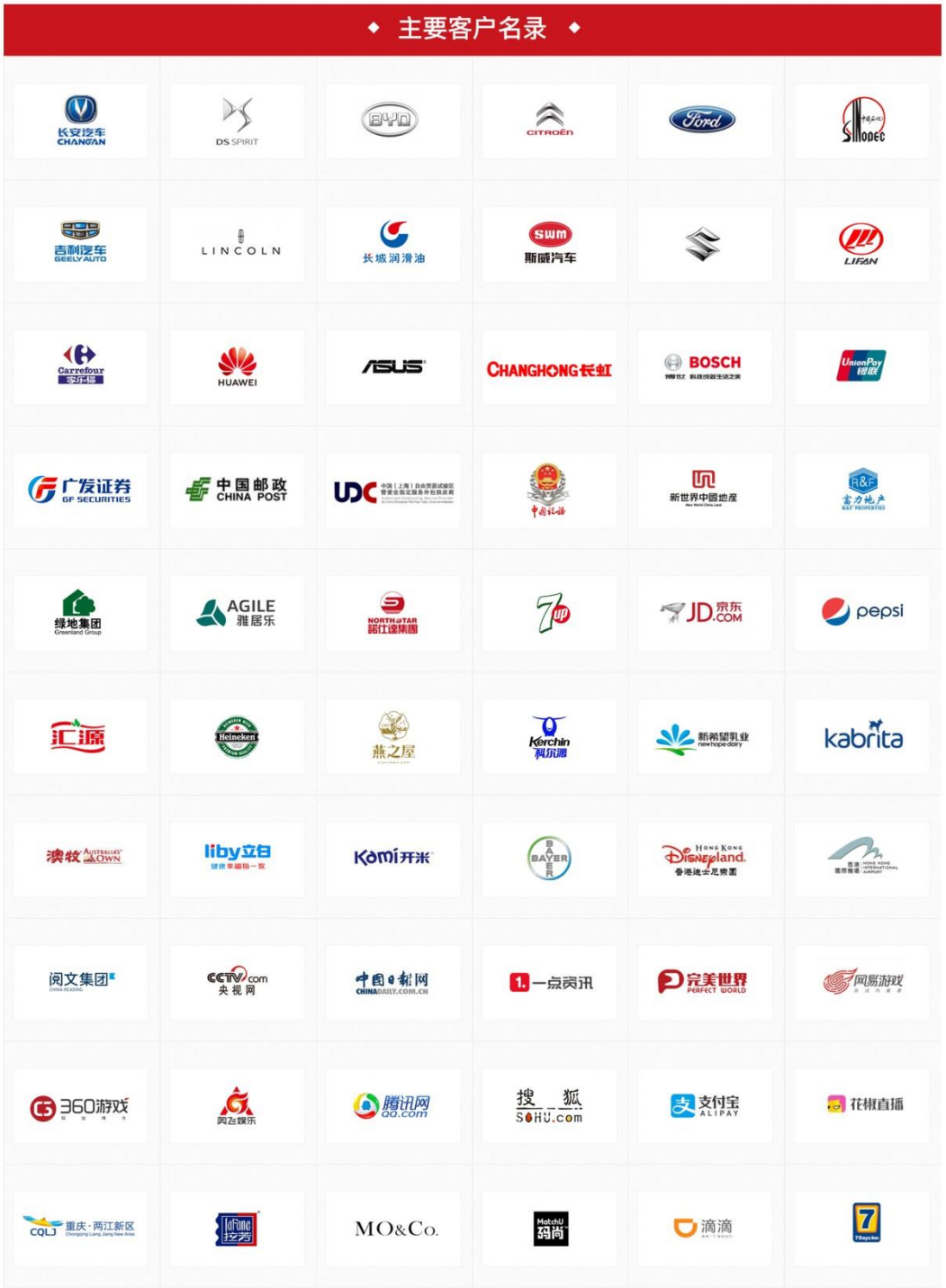
六、招股说明书第 171 页公司服务过的主要客户是否报告期内形成销售，如不是，请修改相关表述和图表

上述内容，已在招股说明书“第六节 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）：



七、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。

八、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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

（一）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
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。

（二）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
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。

（三）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					
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。

（四）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
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
北京世东沃野传媒广告有限公司上海分公司	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
广东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 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
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为其提供服务。

（五）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%	2018.10.30 支付	否

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。

（六）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
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

第一，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，此类外包服务的规模不大，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，公开透明地进行价格、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。

第二，供应商与公司一直保持业务关系，但由于前十大供应商金额门槛的提高而未进入后续年度的主要供应商名单之列。最近三年，随着业务规模的扩大，公司对外采购金额分别为 4,626.68 万元、5,401.17 万元、16,640.43 万元，2017 年、2018 年的增幅分别为 16.74%、208.09%。采购规模大幅增加，相应进入发行人前十大供应商的门槛也由 2016 年的 130 万元提高至 2018 年的 250 万元，因此出现以前年度进入前十大的供应商，由于其自身服务能力未能提升导致采购金额变化不大，所以未能进入当年前十大供应商的情况。

第三，2018 年新增大量的数字媒体投放，主要系因为 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”方式成为发行人供应商	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
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	从 2017 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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%，颜道焓 50%	刘晓、颜道焓	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	从 2015 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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有限公司	2014/4/11	12.8 万元	重庆	刘海利 84.38%，刘家骐 15.62%	刘海利、刘家骐	从 2014 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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。
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%，上海景扑投资管理中心(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(有限合伙)7.69%，上海创稷投资中心(有限合伙)7.69%，青岛金石灏汭投资有限公司 6.99%，西藏达孜北辰联众投资合伙企业(有限合伙)6.46%，秦适	韩毅	从 2013 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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。

					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%			
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	从 2017 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	北京爱点互动科技有限公司	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%，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%	周建修	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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%，	周建修	从 2017 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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。

					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%			
20	重庆德闻软件服务中心	2015/4/17	无	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	无	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,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；网络系统工程设计与安装；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	从 2017 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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%	卢燕燕、刘洋	从 2017 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	从 2017 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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；应用软件服务等
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	从 2017 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	重庆市远华科技开发有限公司	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	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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%	甲骨文新加坡有限公司	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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 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	无	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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；应用软件服务；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；经济贸易资询；组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。

					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%			
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告有限公司上海分公司	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”方式成为发行人供应商	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）；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	从 2017 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	周浩	从 2017 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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

					0.90%，解辉 0.9%，杨楠 0.90%，陈瑞峡 0.90%			节目制作；电影发行。
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	从 2016 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	广东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	从 2017 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	从 2018 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	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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
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	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	2006/9/28	1000 万元	北京	刘阅博 100%	刘阅博	从 2018 年开始，通	演出经纪；文艺表演；道路货物运输；销售日用

	限公司						过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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	从 2018 年开始，通过“比稿比价”方式成为发行人供应商	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。
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	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工合同并支付报酬，同时根据其与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

（一）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
		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
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。

（二）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
		门户网站新闻推荐（篇）	382,127.77	1,315	290.59
		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
		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

微播易、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。

（三）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公司	技术开发	816,744.84	1	816,744.84
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。

（四）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。

（五）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	根据投放规模和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。

（六）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

（一）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购服务，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经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。

（二）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。

（三）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。

十、核查过程及方法

1、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；

2、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；

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、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；

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。

十一、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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；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；

6、报告期内，发行人向主要供应商采购定价公允；

7、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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

（三）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为：

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，报告期内上述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、截至本补充法律意见书出具日，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、截至本补充法律意见书出具日，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；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；

6、报告期内，发行人向主要供应商采购价格公允；

7、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。

问题 20

招股说明书披露，公司与多所研究高校建立了产学研合作，并签署 5 项合作协议，其中 4 项研究成果归属为共同所有。

请发行人说明：（1）与各院校合作模式，研究成果归属分配的具体安排，包括知识产权使用限制、使用费等；（2）发行人目前已有或正在申请的专利是否来源于与高校合作的研究成果；（3）是否曾受让、使用或以其他方式受益于来源于高校的技术、人员、设备或其他支持；（4）是否存在受让、使用属于院校人员职务发明的专利或其他知识产权、核心技术的情况；（5）是否存在相关知识产权的权属纠纷或诉讼。

请保荐机构及发行人律师对上述情况进行核查，说明核查方式、核查过程，并就相关知识产权权属是否清晰、是否存在知识产权相关诉讼及是否对发行人生产经营产生重大不利影响发表明确意见。

回复：

一、与各院校合作模式，研究成果归属分配的具体安排，包括知识产权使用限制、使用费等

发行人与各合作院校签署了产学研相关合作协议，具体合作情况如下：

合作单位	合作模式	研究成果归属	知识产权使用限制	使用费
重庆市科学技术研究院、重庆大学、北京大学、北京航空航天大学、广东省科技图书馆（广东省科技信息与发展战略研究所）、国信优易数据有限公司、上海市科学学研究所、重庆西信天元数据咨询有限公司、中国科学院成都文献情报中心、重庆科技发展战略研究院有限责任公司、北京科学学研究中心、重庆摩托车（汽车）知识产权信息中心、上海交通大学、成都艾瑞信息咨询有限公司、成都探码科技有限公司、重庆生产力促进中心、重庆大数据研究院有限公司、深圳市知识经济协会	共同研究科技咨询的数据关联化、层次化、图谱化技术，研究科技咨询的大数据采集、存储与处理技术；支撑科技咨询的数据资源模型，搭建科技咨询大数据资源体系；研究基于数据的咨询分析方法与工具，研究面向产业创新生态的产业竞争态势分析、区域人才资源分析、企业外部环境分析等大数据分析方法等，围绕前沿产业开展咨询服务，提升信息过载环境下的咨询服务效率和质量，增强咨询服务的即时性和准确性。	共同所有	承担单位与合作单位在申请本项目之前各自所获得的知识产权及相应权益均归各自所有，不因共同申请本项目而改变	不适用
重庆大学计算机学院	双方在大数据和人工智能，电子商务运用方向进行科研合作，由企业提供研究方向，高校提供研究人员和设备，共享研究成果。其中课题内容为，收集互联网大数据通过神经网络进行社会化媒体的关联性分析，建立了统一的影响力指数，为营销活动提供科学的数据支撑。这类课题，为企业的发展提供了前沿的技术支撑，降	共同所有	未约定	不适用

	低了研发风险。为高校提供了实际的研究方向，提升了技术的转化能力。			
重庆邮电大学	双方建立战略合作关系及交流合作常态机制，成立重邮博拉网络联合开发基地，共同进行大数据、人工智能等领域前沿技术探讨和研究开发工作，正在进行中的有大数据 API 平台研究及开发。	在发行人同意的情况下，合作方可以在教学、课题研究、论文、学术交流等领域使用。取得专利成果双方共同申请共同所有。项目所取得的技术资料归发行人所有。	未经许可任一方不得单独申请专利，不得私自将项目成果转让。	不适用
北京工业大学北京智慧城市研究院	双方共同挂牌成立建设智慧城市科技协同创新中心，共同进行基于云计算、物联网的研究开发和技术改进，围绕高精尖、自主可控或国内薄弱环节进行共性、关键技术的研发，突破智慧城市共性关键技术和应用瓶颈，形成具有自主知识产权的专利技术和专有技术，共同进行大数据智能化应用规范的研究。	专利申请权和专利权双方共同所有。使用研究成果产生的收益由双方协商确定分配方式。	未经对方许可，不得单独申请专利或向第三方转让专利申请权。未经对方许可，不得转让专利权或许可第三方实施该专利。	不适用
重庆工商大学商务策划学院	共同承担教育部协同育人项目工作，对在实际项目遇到的知识点及难点进行整理，与高校的相关的专家及老师进行难点攻关，建立了教师培养、课程建设、学生实训等方式的产学研合作，将项目输出到高校课程中，助推实用型人才培养。	发行人向学校出资投资的项目产生的知识产权由公司所有。	学校可在教学、科研领域无偿使用该知识产权。	不适用

经核查，并对合作主体访谈，发行人与合作主体没有约定相关知识产权使用费，上述产学研项目尚在初期研发阶段，具有一定的不确定性，后期各方将根据研发成果的进展程度，视情况再对知识产权使用费等细节进行详细约定。

二、发行人目前已有或正在申请的专利是否来源于与高校合作的研究成果

截至本问询函回复出具日，发行人已拥有 21 项专利，正在申请 26 项专利。根据公司相关经办人员的书面说明，并经核查发行人前述该等已经使用和正在申请的专利的相关文件，对产学研合作主体进行访谈，截至本问询函回复出具日，发行人已有或正在申请的专利不存在来源于与高校合作的研究成果的情形。

三、是否曾受让、使用或以其他方式受益于来源于高校的技术、人员、设备或其他支持

发行人除受让过重庆邮电大学 8 项发明专利和南京信息工程大学 4 项发明专利外，不存在曾受让、使用或以其他方式受益于来源于其他高校的技术、人员、设备或其他支持的情况。

发行人受让重庆邮电大学和南京信息工程大学共计 12 项专利情况如下：

序号	专利名称	专利号	授权公告日	专利权人	取得方式	转让方	发明人	是否属于职务发明
1	基于 MapReduce 的 LBS 兴趣点发现方法	2014100379997	2016.11.9	博拉网络	继受取得	重庆邮电大学	胡峰、向倞、于洪、娄华宾	非关联方职务发明
2	一种社交网络中的社区结构发现方法	2014100200366	2017.1.18	博拉网络	继受取得		苏畅、王裕坤、贾文强、余跃、吴琪	
3	基于目标空间关系约束的视频监控智能预警方法	2013104754107	2016.4.6	博拉网络	继受取得		丰江帆、周文雯、夏英、宋虎	
4	基于视觉注意的全景可定位视频编码方法	2013104761505	2016.10.26	博拉网络	继受取得		丰江帆、朱毅、夏英	
5	基于子网格特征自适应加权的视频图像文字识别方法	2012101243764	2014.2.12	博拉网络	继受取得		尚凤军、胡晓冬、王斌辅、臧李立、苏畅	

6	一种基于GPU的并行演化超网络DNA微阵列基因数据分类系统及方法	201310200205X	2016.12.28	博拉网络	继受取得		王进、黄萍丽、孙开伟	
7	一种基于多特征和稀疏表示的图像检索系统及方法	2014103338791	2018.4.27	博拉网络	继受取得		陈乔松、丁园园、黎海、闫亚星、刘畅、王曦、张俊伟、王元、蔡桦	
8	一种基于自学习算法的预警系统及移动终端	2015107673628	2018.9.7	博拉网络	继受取得		雷大江、刘光军、张莉萍、王明达	
9	一种社会网络数据敏感属性隐私保护方法	2013106830020	2017.1.11	赢盛达	继受取得	南京信息工程大学	马廷淮、张玉亮、朱节中、曹杰	非关联方职务发明
10	一种应用于多核系统的分布式引用计数系统及计数方法	2014101208168	2017.8.11	赢盛达	继受取得		侯荣涛、荣欢、王琴	
11	基于时间信息的适应用户兴趣变化的动态推荐方法	2014105839817	2018.9.7	赢盛达	继受取得		马廷淮、郭莉敏、唐美丽、曹杰、钟水明、薛羽	
12	一种基于改进ABC算法与DE变异策略的自适应聚类方法	2015107665195	2018.11.27	赢盛达	继受取得		蒋炯明、薛羽	

经核查，发行人购买的上述 12 项发明专利均与重庆邮电大学和南京信息工程大学签署专利转让协议并支付完毕转让对价，发行人已向国家知识产权局提出专利权人著录项目变更并取得《手续合格通知书》及《专利登记簿副本》。结合重庆市渝北区人民法院 2019 年 4 月 4 日出具的发行人无诉讼《证明》，并经查询中国裁判文书网（http://wenshu.court.gov.cn/），访谈重庆邮电大学和南京信

息工程大学相关经办人员，截至本问询函回复出具日，该 12 项发明专利权人均为发行人，不存在权属纠纷。

四、是否存在受让、使用属于院校人员职务发明的专利或其他知识产权、核心技术的情况

经核查，并访谈重庆邮电大学和南京信息工程大学相关经办人员，发行人从重庆邮电大学和南京信息工程大学购买的 12 项发明专利均属于院校人员职务发明。截至本问询函回复出具日，该等 12 项发明专利为发行人合法拥有，且不存在权属纠纷。除该等 12 项发明专利外，发行人不存在受让、使用属于院校人员职务发明的专利或其他知识产权、核心技术的情况。

五、是否存在相关知识产权的权属纠纷或诉讼

根据发行人说明，并经访谈公司相关工作人员，结合重庆市渝北区人民法院 2019 年 4 月 4 日出具的发行人无诉讼《证明》，并经查询中国裁判文书网（http://wenshu.court.gov.cn/），和对合作主体访谈，截至本问询函回复出具日，发行人不存在相关知识产权的权属纠纷或诉讼等情形。

六、核查方式和核查过程

1、审阅发行人和产学研合作机构签署的协议；

2、走访合作机构并进行访谈；

3、审阅发行人受让重庆邮电大学 8 项和南京信息工程大学 4 专利的相关协议及支付对价的相关资料；

4、审阅发行人申请发明专利的相关文件；

5、查阅发行人拥有的发明专利证书；

6、搜索并查询中国裁判文书网（http://wenshu.court.gov.cn/）、国家知识产权局专利审查信息查询系统（http://cpquery.sipo.gov.cn/）。

七、核查意见

（一）保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人与上述合作高校签署的产学研协议合法合规；

2、发行人已有或正在申请的前述相关专利不存在来源于与高校合作的研究成果的情形；

3、发行人拥有的相关知识产权权属清晰，其中部分发明专利受让于高等院校职务发明专利，不存在知识产权相关诉讼及纠纷，不存在对发行人生产经营产生重大不利影响的情形。

（二）发行人律师核查意见

经核查，发行人律师认为，截至本补充法律意见书出具日：

1、发行人与上述合作高校签署的产学研协议合法合规：

2、发行人已有或正在申请的前述相关专利不存在来源于与高校合作的研究成果的情形；

3、发行人拥有的相关知识产权权属清晰，其中部分发明专利受让于高等院校人员职务发明专利，不存在知识产权相关诉讼及纠纷，不存在对发行人生产经营产生重大不利影响的情形。

问题 21

发行人获取业务订单的方式为招投标方式及与中间代理商合作的方式。服务模式方面，通常以框架协议进行整体服务约定，或是签定年度代理协议，最终按照公司实际提供并经客户验收的服务内容和服务金额结算服务费用。

请发行人说明：（1）报告期内发行人以竞标方式取得订单的具体内容及占比，不同客户供应商资质标准及差异；（2）报告期内相关订单的获取方式，主要业务合同是否需履行公开招投标程序，是否存在应招标未招标的情形，是否存在法律纠纷以及合同无效或被撤销的风险，是否存在商业贿赂、不正当利益交换或不正当竞争的情形；（3）结合发行人业务构成、同一客户销售变动情况等，量化分析客户黏性较高的具体表现，以及未来保持业务合作关系的具体措施；（4）框架协议的内容构成，是否明确协议双方的权利义务，是否具有强制执行效力；（5）报告期内框架协议平均金额大幅下滑的原因，是否与协议内容相匹配，是否履行了相关决策程序。

请保荐机构及发行人律师对上述事项进行核查，说明核查方式、核查过程，并发表明确意见。

回复：

一、报告期内发行人以竞标方式取得订单的具体内容及占比，不同客户供

应商资质标准及差异

（一）报告期内发行人以竞标方式取得订单的具体内容及占比

报告期内，发行人一般以竞标方式（招投标方式、“比稿比价”方式，均属于竞标）取得订单，其具体内容为：企业大数据应用服务和技术开发服务，其中大数据应用服务包括大数据营销及运营、数字媒体投放和电商运营。

2016-2018 年，发行人以招投标方式取得订单的占比分别为 35.74%、40.51%、43.02%。除招投标方式外，发行人一般以比稿比价的形式取得订单。

（二）不同客户供应商资质标准及差异

不同客户对其供应商的具体资质标准不尽相同，其差异主要体现在供应商合法存续年限、注册资本、专业能力及同行业项目经验、项目管理制度以及其他客户反馈（评价）、需求理解以及实现能力、行业认证资质（许可）、成本控制能力、合法合规方面的要求、投诉处理反应、对项目服务团队的资历、人数要求等等方面。现以两个不同行业客户对供应商的具体资质标准，举例如下：

1、采购人重庆长安汽车股份有限公司“长安汽车 2019 年社交网络生态运营代理采购项目”公开寻源（资格预审）公告对供应商的资质要求如下：

（1）公司必须在中华人民共和国境内注册，具有独立承担民事责任的能力。营业范围必须涵盖与本次项目内容相关的业务，且注册时间须在 5 年及以上；

（2）公司注册资金要求不低于 1,000 万人民币；

（3）近 3 年内（2016 年 3 月至 2019 年 2 月），具备至少三家及以上中国汽车品牌或合资汽车品牌社交网络运营的项目经验（单独立项或框架合同均可）。

（4）供应商不得存在下列情形：被责令停业的；被暂停或取消投标资格的；在最近三年内有骗取中选或严重违约的；有诉讼及仲裁情况的；近三年有不良合作史的；提供虚假证明资料的；

（5）参与本项目的询价报价团队及其提案团队须为服务采购人的专属项目团队，核心服务团队人员保证在 8 人及以上。

2、采购人上海衣页信息科技有限公司“2019 年线上推广项目”招标公告对供应商的资质要求如下：

（1）公司规模不少于 50 人，不少于 10 人的专项运营优化团队，不少于 10 人的专项素材优化团队（包括独立视频团队提供创意支持）；

（2）提供符合国家法规要求的“营业执照”等相关证明，必须是合法经营企业；

（3）提供至少 1 个电商类产品优秀推广案例及指标达成情况。

二、报告期内相关订单的获取方式，主要业务合同是否需履行公开招投标程序，是否存在应招标未招标的情形，是否存在法律纠纷以及合同无效或被撤销的风险，是否存在商业贿赂、不正当利益交换或不正当竞争的情形

（一）报告期内相关订单的获取方式

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。公司一般均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。

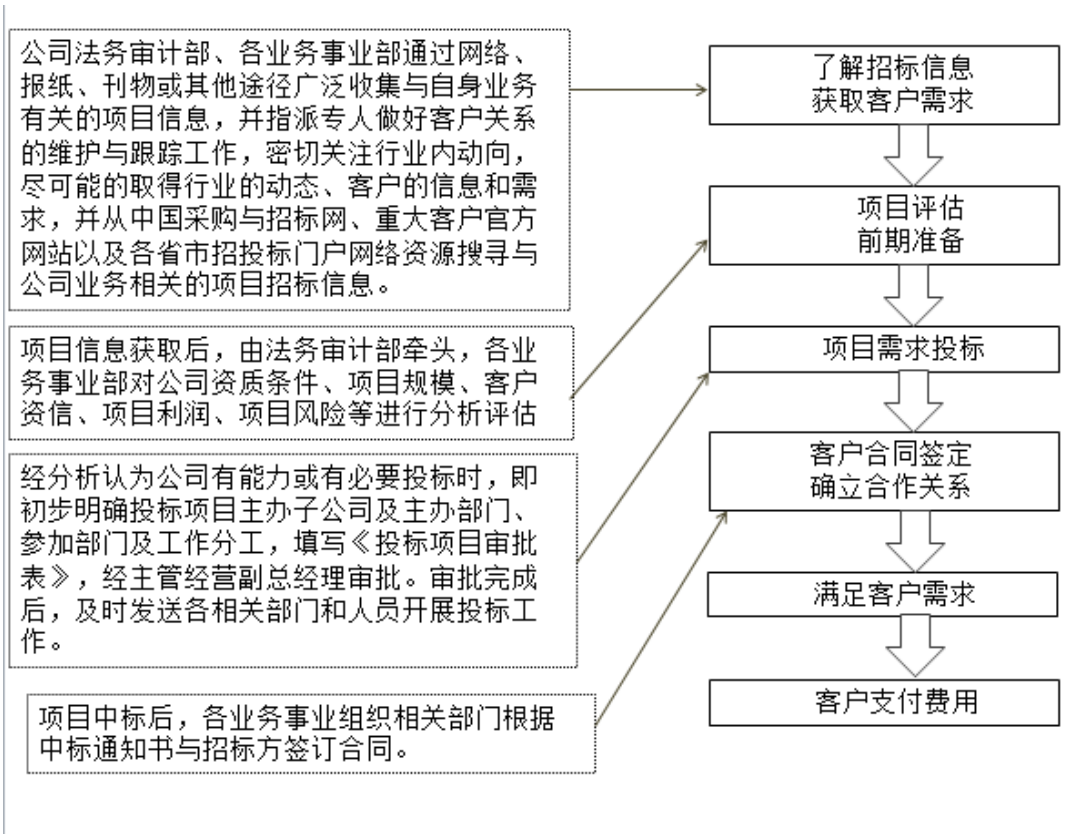
综上，公司服务的客户主要系各行业内具有较高知名度的大型实体企业，公司主要通过竞标方式获取业务订单。除此以外，一小部分业务采取与中间代理商合作的方式，即中间代理商与终端客户确立代理关系后，将终端客户的部分或全部数字技术服务或媒体资源项目委托公司实施。

（二）主要业务合同是否需履行公开招投标程序，是否存在应招标未招标的情形，是否存在法律纠纷以及合同无效或被撤销的风险

1、公司投标项目/业务承接的流程概述

公司已制定包括《博拉网络股份有限公司招投标流程管理规范（试行）》在内的一系列关于业务承接环节流程、招投标流程的相关管理制度和内部规范性文件，公司具有合法、有效、完整的招投标流程。在招标过程中，公司严格按照相关法律法规、公司内部规范性文件以及招标客户的相关管理规定，并根据特定招标项目具体、细化的要求，合法依规地进行投标竞标工作。

公司投标项目/业务承接流程图如下：



公司的主要、核心客户均为行业知名企业，在选择互联网服务供应商时采取严格的招标或“比稿比价”程序，并且一般会定期重新招标，以保证供应商能够满足其互联网应用的动态需求。

根据相关法律法规的规定，客户的项目需要进行公开招投标的，公司均通过公开招投标的方式承接项目/业务。如客户的项目不属于根据法律法规要求必须公开招投标的，客户一般采取邀标（邀请三家以上供应商“比稿比价”）等合法合规的方式进行。

2、相关法律法规

《中华人民共和国招标投标法》（2017 修正）（以下简称“《招标投标法》”）第三条规定：在中华人民共和国境内进行下列工程建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，必须进行招标：（一）大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目；（二）全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目；（三）使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。前款所列项目的具体范围和规模标准，

由国务院发展计划部门会同国务院有关部门制订，报国务院批准。法律或者国务院对必须进行招标的其他项目的范围有规定的，依照其规定。

《招标投标法》第四十七规定：依法必须进行招标的项目，招标人应当自确定中标人之日起十五日内，向有关行政监督部门提交招标投标情况的书面报告。

《中华人民共和国招标投标法实施条例》（2019 修正）（以下简称“《招标投标法实施条例》”）第二条规定：招标投标法第三条所称工程建设项目，是指工程以及与工程建设有关的货物、服务。

前款所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等；所称与工程建设有关的货物，是指构成工程不可分割的组成部分，且为实现工程基本功能所必需的设备、材料等；所称与工程建设有关的服务，是指为完成工程所需的勘察、设计、监理等服务。

《招标投标法实施条例》第八条规定：国有资金占控股或者主导地位的依法必须进行招标的项目，应当公开招标；但有下列情形之一的，可以邀请招标：

（一）技术复杂、有特殊要求或者受自然环境限制，只有少量潜在投标人可供选择；（二）采用公开招标方式的费用占项目合同金额的比例过大。

有前款第二项所列情形，属于本条例第七条规定的项目，由项目审批、核准部门在审批、核准项目时作出认定；其他项目由招标人申请有关行政监督部门作出认定。

《招标投标法实施条例》第九条规定：除招标投标法第六十六条规定的可以不进行招标的特殊情况外，有下列情形之一的，可以不进行招标：（一）需要采用不可替代的专利或者专有技术；（二）采购人依法能够自行建设、生产或者提供（三）已通过招标方式选定的特许经营项目投资人依法能够自行建设、生产或者提供；（四）需要向原中标人采购工程、货物或者服务，否则将影响施工或者功能配套要求；（五）国家规定的其他特殊情形。

招标人为适用前款规定弄虚作假的，属于招标投标法第四条规定的规避招标。

根据《招标投标法》第十条及第十七条，招标分为公开招标和邀请招标。公开招标，是指招标人以招标公告的方式邀请不特定的法人或者其他组织投标。

邀请招标，是指招标人以投标邀请书的方式邀请特定的法人或者其他组织投标。招标人采用邀请招标方式的，应当向三个以上具备承担招标项目的能力、资信良好的特定的法人或者其他组织发出投标邀请书。

3、项目情况

根据《招标投标法》、《招标投标法实施条例》等相关法律法规的规定，经对发行人法务审计部经理、项目人员（经办人员）的访谈，查看相关合同，网络查询，以及对主要客户相关人员的访谈，报告期内，发行人均按商业原则通过正常的程序获得项目/业务，不存在违反法律而导致项目被取消，公司被处罚，从而给公司造成重大损失的情形。对于需要采用公开招标的项目，经核查发行人中标通知书、发行人的业务资质、发行人签订的项目/业务合同，上网核查了主要招投标项目的公示信息（如有），并对部分主要客户进行访谈确认，发行人相关项目公开招投标程序符合法律、法规的有关规定。即，公司所涉业务属于必须进行公开招标的项目，均进行了公开招标（投标）程序，不存在应招标而未招标的情形，不存在法律纠纷以及合同无效或被撤销的风险。

同时，发行人已出具声明，确认发行人承接、承做的项目/业务不存在因未履行公开招投标程序导致项目合同被终止、解除、撤销、确认无效或发生争议等法律纠纷等情形；不存在关于合同效力、履行情况等事项的争议或潜在纠纷、风险，亦不存在因该等项目未履行公开招投标程序的方式取得而被处以行政处罚或承担行政责任的情形；不存在被处以行政责任或承担其他法律责任的情形；所有项目/业务的取得均不存在贿赂、贪污、非法利益输送、不正当竞争等违反法律法规规定的情形。

综上，发行人主要业务合同如属于必须进行公开招标的项目，均进行了公开招标（投标）程序，不存在应招标而未招标的情形，不存在法律纠纷以及合同无效或被撤销的风险。

（三）是否存在商业贿赂、不正当利益交换或不正当竞争的情形

1、涉及商业贿赂、不正当利益交换或不正当竞争的相关法律法规概述

《中华人民共和国反不正当竞争法》（2019 修正）（以下简称“《反不正当竞争法》”）、《最高人民法院、最高人民检察院关于办理商业贿赂刑事案件适用法律若干问题的意见》（法发[2008]33 号）、《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》

（国家工商行政管理局令第 60 号）等法律法规及规范性文件，均对商业贿赂行为的构成要件及其相应的法律责任等事项进行了规定。

2、对发行人商业贿赂、不正当利益交换或不正当竞争的内部制度文件和措施的核查情况

根据发行人的说明，发行人总体内控环境良好；部分客户招标时会在招标文件中明确要求投标企业不得进行商业贿赂，发行人能严格遵守招标程序，招标记录良好；发行人制定了禁止不正当竞争和商业贿赂、员工培训制度、营销费用支出审核制度等内控制度在内的内部规范文件并严格执行，明确要求项目人员、经办人员不得有商业贿赂行为、不得通过不正当利益交换、不得通过不正当竞争方法获利；在日常经营中，发行人定期对其员工作出反商业贿赂要求和培训，要求员工不得包庇、袒护、纵容腐败行为；所有销售活动遵守国家的相关法律法规；发行人相关员工均签订了《员工廉洁自律承诺书》，保证严格遵守国家的法律和规定，按规定的程序参与合法竞争，禁止利用回扣等非法手段腐蚀、贿赂客户单位及其工作人员，不向其有关人员请客送礼及施行各种形式的贿赂促进其销售。

发行人与客户一般均会明确约定，在销售或推广过程中须严格遵守《中华人民共和国反不正当竞争法》及《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》等法律法规规章的规定，不得以明扣、暗扣、好处费、现金、有价证券、购物卡、实物、礼品、吃喝宴请、旅游等不正当手段向客户及工作人员进行销售，否则视为违约。

查阅发行人销售费用明细表，并对销售费用结构进行分析性复核，将报告期内发行人销售费用占营业收入的比例与可比上市公司销售费用相关指标比较分析，未发现明显异常情况；取得并查阅公司《费用管理制度》，不存在违反《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》的条款；发行人销售费用主要包括职工薪酬（主要由销售人员工资及业务提成构成）、差旅费、租赁费、办公费和通讯费等，2016-2018 年，职工薪酬（主要由销售人员工资及业务提成构成）合计占销售费用的比重为 46.10%、48.70%、39.10%，具有合理性；发行人项目人员（经办人员）报销严格按照公司报销制度执行。

3、有关国家机关出具的意见

重庆两江新区市场和质量监督管理局出具《重庆市企业信用信息查询报告》，发行人“自 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日，未发现有违反工商行政管理法律法规的违法行为。”重庆市公安局两江新区分局康美派出所于 2019 年 4 月 3 日出具发行人不存在违法行为《证明》；重庆市渝北区人民法院于 2019 年 4 月 4 日出具发行人无诉讼、执行案件《证明》。

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/），发行人不存在因商业贿赂、不正当利益交换或不正当竞争而被起诉、判决等情形。

根据发行人出具的声明，经查询全国行贿犯罪档案库以及通过其他互联网方式查询有关发行人商业贿赂的新闻报道或被立案调查等情况，公司报告期内未发现相关商业贿赂事件以及因商业贿赂行为曾被公安机关、检察机关立案侦查或审查起诉，及受到主管行政部门行政处罚、人民法院刑事处罚的情况。

4、发行人及其控股股东出具的承诺

根据发行人及发行人控股股东出具的书面说明及承诺，发行人及其子公司在报告期内未发生商业贿赂、不正当利益交换和不正当竞争行为；发行人未因商业贿赂、不正当利益交换和不正当竞争行为受到任何投诉、举报、行政处罚、立案侦查和诉讼；发行人及其实际控制人从未以任何方式许可或指使员工进行商业贿赂、不正当利益交换和不正当竞争；发行人建立了员工培训制度、营销费用支出审核制度等内控制度，在避免商业贿赂行为、不正当利益交换和不正当竞争方面已采取了有效的防范措施。

发行人控股股东并出具书面说明及承诺：如政府主管部门或其他有权机构因发行人发生商业贿赂、不正当利益交换和不正当竞争行为对其予以处罚；或有权机关、人员就此提起诉讼、仲裁等情形，公司承担因此遭受的全部损失以及产生的其他全部费用，且在承担相关责任后不向发行人追偿，保证发行人不会因此遭受任何损失。

综上，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》（2019 修正）、《最高人民法院、最高人民检察院关于办理商业贿赂刑事案件适用法律若干问题的意见》（法发[2008]33 号）、《关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》（国家工商行政管理

局令第 60 号）等法律法规及规范性文件的规定，未发现发行人存在商业贿赂、不正当利益交换和不正当竞争的情形。

三、结合发行人业务构成、同一客户销售变动情况等，量化分析客户黏性较高的具体表现，以及未来保持业务合作关系的具体措施

（一）结合发行人业务构成、同一客户销售变动情况等，量化分析客户黏性较高的具体表现

1、主营业务收入构成

公司专注于主业的发展，报告期内的主营业务收入全部来自于大数据应用服务和技术开发服务收入。具体如下：

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
大数据应用服务	24,561.17	80.35%	12,664.67	70.50%	10,399.53	65.20%
营销及运营收入	15,935.87	52.13%	12,664.67	70.50%	10,399.53	65.20%
数字媒体投放	7,851.56	25.69%	—	—	—	—
电商业务	773.73	2.53%	—	—	—	—
技术开发服务收入	6,006.56	19.65%	5,299.40	29.50%	5,551.82	34.80%
合计	**30,567.73**	**100.00%**	**17,964.07**	**100.00%**	**15,951.35**	**100.00%**

2、前十大客户基本情况及销售金额变化原因

报告期内，公司前十大客户基本情况及销售变化情况如下：

序号	客户名称	最近三年销售金额（万元）			销售金额变化原因
		2016年	2017年	2018年	
1	长安福特汽车有限公司	1,971.34	514.71	898.62	2017年和2018年长安福特的部分业务通过代理商上海奔越广告有限公司进行间接销售。
2	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	1,436.09	1,799.06	2,518.33	新零售商业转型进一步深入，以及线上精准营销的投入逐年大幅度递增。
3	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	—	
4	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	—	—	
5	重庆长安汽车股份有限公	985.06	620.91	3,074.14	进一步加大大数据营销、电商系统方面

序号	客户名称	最近三年销售金额（万元）			销售金额变化原因
		2016年	2017年	2018年	
	司				的投入和升级改造
	重庆长安车联科技有限公司	—	120.02	—	
6	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	—	
7	东风裕隆汽车销售有限公司	636.40	126.25	—	客户股权结构发生重大变化，以及业务形态的重大调整。
8	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。
9	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。
10	华晨鑫源重庆汽车有限公司	350.56	25.22	0.34	双方业务合作暂时中断。
11	重庆长安铃木汽车有限公司	—	823.86	85.90	客户股权结构发生重大变化，以及业务形态发生重大调整。
12	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	
13	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。

序号	客户名称	最近三年销售金额（万元）			销售金额变化原因
		2016年	2017年	2018年	
14	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	—	
15	阳狮广告有限公司	—	—	1,946.89	2018年新获取客户。
16	广东信翔信息科技有限公司	—	—	1,730.92	2018年新获取客户。
17	上海衣页信息科技有限公司	—	—	1,491.04	2018年新获取客户。
18	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	
19	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。

3、发行人客户黏性的分析

报告期内，发行人前十大客户与发行人的业务关系持续性大致分为三类：

（1）自发行人通过竞标取得客户供应商资质后，一直维持业务合作关系

如长安福特汽车有限公司、家乐福（中国）管理咨询服务有限公司、四川长虹电器股份有限公司、重庆长安汽车股份有限公司、香港国际主题乐园有限公司、汇源食品（哈尔滨汇源、鲁中汇源）、广州王老吉药业股份有限公司、重庆力帆汽车销售有限公司、上海奔越广告有限公司、上海蓝瀚广告有限公司、东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司、上海合印网络科技有限公司、比亚迪汽车销售有限公司、比亚迪汽车工业有限公司等。

（2）因客户原因中断了业务关系

北京世界星辉科技有限责任公司、趣游时代（北京）科技有限公司：游戏行业政策影响和客户自身市场策略调整影响。

东风裕隆汽车销售有限公司：股权结构发生重大变化，以及业务形态的重大调整。

华晨鑫源重庆汽车有限公司：双方业务合作系暂时中断。

（3）2018 年新增的主要客户

阳狮广告有限公司（家乐福全球代理商）、广东信翔信息科技有限公司（代理商）、上海衣页信息科技有限公司（直客），截至本问询函回复出具日一直保持持续合作。

中介机构（保荐机构、发行人律师、申报会计师）在客户走访中，公司主要老客户对公司提供服务的评价均较为积极、正面、中肯，例如“博拉网络的方案、成本具有优势；博拉网络对网上信息的监控和数据分析反应迅速，专业性强，可以协助客户在各个环节解决问题；博拉网络在大数据营销方面能够给客户提供很多新的概念；执行力强；对新媒体的传播营销研究较好，舆情监控分析具备核心技术（客户使用起来很满意）；服务态度好；反应迅速……”

综上所述，发行人与大部分主要客户一直保持业务关系。报告期内，发行人自通过市场竞标方式取得客户供应商资质后，除了少数因客户自身原因未继续合作的情形以外，与大部分主要客户均保持着持续业务合作关系，客户黏性总体上较高。

（二）未来保持业务合作关系的具体措施

未来发行人与客户保持业务合作关系的具体措施主要如下：

1、虽然前述重大客户与发行人保持着良好的合作关系，形成较高的客户黏性，但是公司提供的产品及服务若不能满足客户的及时性、多样化需求，可能会对公司的经营业绩造成不利影响。未来，公司将不断主动加强与客户的交流沟通工作，在交流过程中，积极了解客户需求以开发更加迎合客户需求的产品及提供更好更快的服务，从而不断提升客户满意度，增强客户黏性并寻求新的利润增长点。

2、深挖客户需求。我国正在实施国家大数据战略，推动实体经济与互联网、大数据互相渗透，促进经济高质量发展。在这一过程中一批新技术、新产业、新兴业态相继出现，诞生了海量市场需求，为发行人业务前景提供了广阔的空间。发行人将不断主动深挖客户数字化、智能化的需求，提升客户的认可度和信任度，提升服务与技术产品的知名度与美誉度，发掘更大市场空间。

3、发挥好技术+应用服务的综合优势。技术+营销造就了发行人的整合服务能力，客户的需求是个性化、复杂化的，往往涉及营销、推广、内部运营、生产等多个环节，发行人将不断提升技术与营销的协同能力，争取客户和市场，形成长期合作关系。

4、深化技术嵌入度，强化客户黏性。技术开发和大数据应用服务是发行人主营业务，是实现与客户持续合作的关键。而大数据应用发展的核心就是技术

的更迭，需不断提升大数据分析、挖掘的精度才能洞察市场需求，还需与人工智能、物联网、AR、VR 技术有机结合才能解决应用端“瓶颈”。发行人将不断研发、提供符合客户需求的技术产品，主要包括数据采集工具、多渠道数据整合平台、数据分析系统、会员数据管理和运营平台（涉及企业管理、精准营销、电子商务、物联网、人工智能等各类场景应用的技术工具等），通过技术输出深度嵌入企业运营过程，持续增强发行人服务的“不可替换性”。

5、持续研发更多场景产品和前沿技术产品。发行人正在建设数据中台并计划发展为 AI 中台，前期主要构建支撑不同业务的数据能力，逐步优化智能算法，实现算例应用的快速高效。同时，发行人还在打造 SaaS 云平台，主要针对不同行业的具体需求，如在线引流、潜客转化、企业基础管理、营销推广等，计划推出超过 300 项服务工具，将通过不断丰富大数据场景应用和强化科技创新能力增强客户黏性。

6、多维度挖掘客户需求，形成战略携手发展态势。发行人提供的“大数据整合解决方案”是多维度的服务，涵盖技术产品开发、场景应用、会员数据增值运营服务，乃至智慧园区、智能安防等领域，发行人将以某一业务为切入点，并持续渗透至客户更多业务领域，更好服务客户全生命周期，成为客户长期的合作伙伴。

7、基于大数据分析的行业拓展。发行人将在现有如汽车、消费零售、家电等较为稳定的行业客户基础上，扩展在政务、智能制造、金融、智慧园区等领域的大数据场景应用，加大对已有头部企业客户的业务渗透力。发行人将不断扩大直接销售（直客）模式下客户的家数，扩展服务客户的行业与地域，培育更多的直销客户。

8、区域营销拓展。发行人计划在青岛、深圳、长沙建立三个交付中心，强化区域方案解决能力，更好贴近目标市场、更好贴近客户市场、更好贴近消费者市场，更好服务当地企业客户。同时发行人拟在香港设立子公司，打通“出海”通道。发行人将不断提高自身实力，持续加大研发投入力度，不断提高大数据应用服务（包括数字营销及运营、数字媒体投放、电商业务）以及技术开发服务的能力，增加并优化现有的市场营销和运维服务网络布局，加强对终端市场

的拓展和掌握力度，逐步提高市场份额，通过强化自身的市场地位巩固与客户的合作关系。

四、框架协议的内容构成，是否明确协议双方的权利义务，是否具有强制执行效力

在业务实际开展过程中，直客整体框架协议往往约定需持续提供相对比较固定的服务内容，也即客户往往会就某一范围内的需求，要求供应商（博拉网络及其子公司）在一段服务期限内（例如 6 个月、9 个月、12 个月等）持续提供相关服务，并在前述约定的服务期限内，要求供应商提供若干项具体服务项目，双方根据具体项目在结算周期内据实结算。

以家乐福各商业公司（以下简称“甲方”）与发行人（以下简称“乙方”）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》（2018 年沿用 2017 年合同，根据收货单据实结算）为例，其合同主要内容如下：

“第一条 前提

甲方有意在本合同规定的服务期间内根据实际需求多次委托乙方提供家乐福中国第三方移动支付项目数字商业服务（“服务”），乙方同意每次均按照甲方提出的要求和条件向其提供服务。

第二条 服务范围

乙方的服务范围包括：

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地实施（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。

第三条 服务期间

本合同的定的服务期间自 2017 年 2 月 1 日起，至 2018 年 1 月 31 日止。

第四条 服务方式

乙方应根据甲方需求，向甲方提供具体项目的策划方案及报价单，并经甲方书面同意后实施。

乙方应于具体项目的策划方案实施完毕后 10 日内，向甲方提供项目测评报告（其中报告【】等内容）由甲方进行审核。

第五条 服务费用及支付

5.1 乙方应依据本合同第四条的约定就每一具体服务项目以书面形式向甲方报价，报价单所列价格应为乙方可提供的最佳的服务含税价格，且为甲方就乙方提供本合同项下的服务应支付的对价。除此之外，甲方无须再向乙方支付其他任何费用。

5.2 乙方应在每完成 2 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，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（须载明其向甲方在上一个结算周期中实际提供的各项服务内容及相应的费用）。甲方确认无误后，应于收到项目费用明细表后 20 日内向乙方提供费用分摊信息表，乙方应按照甲方提供的费用分推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……

第九条 违约责任

9.1 除本合同另有明确规定外，若乙方未严格按本合同约定按时提供合格的服务，或乙方有其它违反本合同（含附件）的行为（包括但不限于违反保证、保密等合同义务的），甲方有权要求乙方就其每一次违约行为支付相当于本合同总服务费用 10%的违约金。如该等违约金不足以赔偿甲方因此遭受的全部损失，乙方还应就差额部分承担赔偿责任。

9.2 在乙方切实、全面地履行其在本合同项下相应服务的前提下，甲方应依照本合同的约定按时支付乙方服务费用，每逾期一天应按照当期应付款项千分之五向乙方支付违约金。

9.3 甲方如提供不真实、不准确的信息或资料的，应对因此引起的所有责任自行负责，并对乙方由此遭受的直接损失进行赔偿。

第十条 合同的变更和解除

10.1 若双方在本合同有效期内对本合同有关事项提出变更，需经双方协商一致并就此签订相应的补充协议。该等补充协议与本合同具有同等法律效力。

10.2 若乙方因非甲方的原因未能履行本合同项下的义务，且经甲方连续两次书面催告后仍未履行的，甲方有权经书面通知乙方后立即解除本合同，并要求乙方赔偿甲方由此遭受的实际损失。

10.3 在任何情况下，甲方有权经提前 30 天书面通知乙方后无条件解除本合同，且无须向乙方支付任何补偿或赔偿，但甲方应根据经其确认的、乙方在本合同解除前实际提供的服务向乙方支付相应的服务费。

10.4 如因乙方原因给甲方造成重大损失，甲方有权立即解除本合同并要求乙方赔偿相应损失。”

经核查，发行人及其子公司签订的其他框架合同其内容要素构成均与之类似，如包含服务范围、服务期间、服务费用及支付、违约责任、合同的变更和解除等核心要素，均明确协议双方的权利义务，且具有强制执行效力。

五、报告期内框架协议平均金额大幅下滑的原因，是否与协议内容相匹配，是否履行了相关决策程序

最近三年，公司每年签署的框架合同数量、合同金额及合同平均金额如下：

单位：合同数量 个，金额 万元

项目	2016 年度			2017 年度		
	合同数量	合同金额	平均金额	合同数量	合同金额	平均金额
框架合同	16	3,156.84	197.30	18	761.00	42.28
项目	2018 年度			备注		
	合同数量	合同金额	平均金额			
框架合同	80	4,695.83	58.70			

前述合同金额统计口径：仅统计约定具体金额的框架合同，并计算其总额。

因部分框架合同未约定具体金额（如根据合同约定的标准据实结算、根据收货单据实结算、按推广充值执行单结算等），前表所涉之框架合同金额仅统计相关框架合同约定具体金额的总额（例如合同约定“本年度项目服务费的上限为含税总金额为 200 万元，双方确认本合同为框架合同，具体费用按每次双方确认的《数字商业服务确认单》及其附件报价表执行”），而不包含框架合同本身未约定具体金额的情况。

从框架合同最终实现的收入来看，报告期内，公司每年签署的框架合同数量、直客实现的整体框架合同收入及收入平均金额如下：

单位：合同数量 个，金额 万元

项目	2016 年度			2017 年度		
	合同数量	合同收入	平均金额	合同数量	合同收入	平均金额
框架合同	16	4,732.02	295.75	18	5,051.30	280.61
项目	2018 年度			备注		
	合同数量	合同收入	平均金额			
框架合同	80	10,106.44	126.33			

报告期内，直客的整体框架收入、直客的项目定制收入和中间代理商的收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直客的整体框架收入	10,106.44	33.06%	5,051.30	28.12%	4,732.02	29.67%
直客的项目定制收入	14,221.64	46.53%	10,613.03	59.08%	10,751.02	67.40%
中间代理商收入	6,239.65	20.41%	2,299.74	12.80%	468.31	2.94%
合计	**30,567.73**	**100%**	**17,964.07**	**100%**	**15,951.35**	**100%**

综上，报告期内框架协议平均金额大幅下滑的原因主要如下：

第一，框架协议总金额逐年递增：

报告期内，直客收入（包括整体框架收入和项目定制收入）金额均逐年递增。直客收入中，由于与公司签订整体框架协议的大型企业客户数量和服务额度均有明显增加，因此整体框架收入逐年稳定增长。

第二，2018 年框架合同数量大幅增加，拉低了 2018 年框架合同收入平均金额：

直客整体框架协议往往约定是需持续提供的、相对比较固定的服务内容，而由于数字技术的快速迭代，在较长的全年服务周期里通常会产生许多新的技术开发和个性化应用需求，再加上客户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，此部分需求及对应收入不在框架合同收入里体现，这与项目定制收入金额在 2018 年大幅增加主要与互联网、大数据技术更新迭代较快的特征相吻合。加上 2018 年框架合同数量大幅增加，拉

低了框架合同收入平均金额，导致报告期内框架协议平均金额大幅下滑，其原因具有合理性，与协议内容相匹配。

相关决策程序：

项目信息获取后，由法务审计部牵头，各业务事业部对公司资质条件、项目规模、客户资信、项目利润、项目风险等进行分析评估，经分析认为公司有能力或有必要投标时，即初步明确投标项目主办子公司及主办部门、参加部门及工作分工，填写《投标项目审批表》，经相关主管业务条线的副总经理审批。审批完成后，及时发送各相关部门和人员开展投标工作。项目中标后，各业务事业组织相关部门根据中标通知书与招标方签订合同。报告期内，框架协议均履行了相关决策程序。

六、核查过程及方法

1、与发行人法务审计部经理、项目人员（经办人员）访谈，留存访谈记录；

2、查阅招标文件、竞标书、投标文件、中标通知书等资料；

3、核查相关业务合同及其附件；

4、走访主要客户，留存访谈记录；

5、取得公司出具的声明；

6、针对报告期前 10 大客户中存在终止合作的情形，访谈发行人相关业务部门主管，并结合对报告期内重大客户的访谈，分析发行人的客户黏性；

7、对报告期内各期前十大客户的工商登记信息进行查询；

8、查阅发行人提供的其业务承接环节流程与相关管理制度、内部控制制度；

9、查阅重大、核心客户的招投标网站；

10、取得工商行政主管部门等机构出具的说明；

11、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/）；

12、取得相关员工签订的《员工廉洁自律承诺书》；

13、查阅与招投标过程相关的往来邮件。

七、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人报告期内主要业务合同如需履行公开招投标程序的，不存在应招标未招标的情形，不存在法律纠纷以及合同无效或被撤销的风险，不存在商业贿赂、不正当利益交换或不正当竞争的情形；

2、发行人与客户签订的框架协议明确协议双方的权利义务，具有强制执行效力；

3、发行人报告期内框架协议平均金额大幅下滑的原因具有合理性，与协议内容相匹配，已履行相关决策程序。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为，截至本补充法律意见书出具日：

1、发行人报告期内主要业务合同应需履行公开招投标程序的，不存在应招标未招标的情形，不存在法律纠纷以及合同无效或被撤销的风险，不存在商业贿赂、不正当利益交换或不正当竞争的情形；

2、发行人与客户签订的框架协议明确约定双方的权利义务，具有强制执行效力；

3、发行人报告期内框架协议平均金额大幅下滑的原因具有合理性，与协议内容相匹配，已履行相关决策程序。

问题 22

报告期内，发行人与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、绵阳市鸿华实业有限公司签订合同，以合计 376.05 万元债务抵付商品房价款。发行人与长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司签订合同，以十辆汽车抵偿合计 241.77 万元应付款项。

请发行人说明：（1）上述债权债务形成的原因，发行人是否通过催款等方式进行权益保护，相关债务处理方式是否符合公司全体股东利益；（2）上述相关方是否与发行人、控股股东或实际控制人存在关联关系，相关决策过程是否与公司章程相符，如涉及关联交易，关联股东或董事在审议相关交易时是否回避，以及独立董事和监事会成员是否发表不同意见等；（3）结合发行人

生产经营及业务构成，说明将债务置换房产及车辆的原因及合理性，是否存在后续处置安排；（4）相关抵债资产的评估定价是否公允，定价是否遵循了市场原则，是否损害公司及中小股东利益。

请保荐机构及发行人律师对上述事项进行核查，说明核查方式、核查过程，并发表明确意见。

回复：

一、上述债权债务形成的原因，发行人是否通过催款等方式进行权益保护，相关债务处理方式是否符合公司全体股东利益

（一）上述债务形成的原因

根据发行人提供的与上述债务人的业务合作协议和发行人的书面说明，并经核查，该等债务人曾为发行人的业务合作客户，发行人为其提供服务，上述债务形成的原因如下：

1、以物抵债所涉房屋

序号	我方签约主体	合同相对方	签订日期	合同内容摘要
1	博拉网络	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。
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，抵款 2,179,800 元。
3	博拉网络	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。
合计				抵款 5,041,381 元。

（1）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。

（2）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。

（3）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 元。

2、以物抵债所涉车辆

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 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 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 元。

经核查，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）发行人是否通过催款等方式进行权益保护

根据发行人出具的书面说明，经对该等业务经办人员访谈，发行人曾多次通过电话及派人到客户公司催要款项，通过与对方开会沟通，最终达成以物抵债协议。

截至本问询函回复出具日，发行人与长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司因上述服务合同产生的合同款已结清；发行人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因上述服务合同产生的合同款扣除以物抵债及支付的部分现金外，仍有 673,625.68 元尚在清收过程中，发行人将继续沟通、协商，如对方仍无法支付，将进一步采取诉讼等手段收回剩余合同款项。

（三）相关债务处理方式是否符合公司全体股东利益

根据公司提供的与上述以物抵债相关的协议、资产评估报告、资产权属登记文件，并经核查，该等客户除支付部分现金外，对公司的应付债务以客户能够提供的合法房产、车辆等实物予以支付，其中四川野马汽车股份有限公司签署的以物抵债相关合同中确定的以物抵债金额为 3,760,515 元，四川野马汽车销售有限公司签署的以物抵债相关合同中确定的以物抵债金额为 1,280,866 元，以上两项抵债房屋协议价格总价为 5,041,381 元，评估值为 5,105,800 元。长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司签署的以物抵债相关合同中确定的以物抵债金额为 2,417,716 元，抵债车辆评估值为 2,423,000 元。以上以物抵债资产评估价值与协议抵款价格相当，不存在较大差异。

同时，发行人独立董事及监事会成员均对上述以物抵债事宜发表无保留的肯定性意见。

经核查，截至本问询函回复出具日，除下表所涉资产外，其余该等以物抵债房屋均已履行资产过户登记手续，以物抵债车辆均已出售并收回资金。

尚未完成过户手续的房产信息如下（1886 汽车生活馆：绵阳市高新区绵兴东路 85 号）：

序号	楼层	铺面编号	预测建筑面积（m^2）	预测套内面积（m^2）	公摊面积（m^2）	建筑面积单价（m^2/元）	总价（元）
1	2	33 号	79.76	41.28	38.48	11,645	928,831
2	2	34 号	83.47	43.20	40.27	11,645	972,036
合计总价							**1,900,867**

综上，该等以物抵债资产价值与评估价值相当，以物抵债资产已转为公司固定资产或通过销售变现处理，处理方式合法、有效，符合公司全体股东利益。

二、上述相关方是否与发行人、控股股东或实际控制人存在关联关系，相关决策过程是否与公司章程相符，如涉及关联交易，关联股东或董事在审议相关交易时是否回避，以及独立董事和监事会成员是否发表不同意见等

（一）上述相关方是否与发行人、控股股东或实际控制人存在关联关系

经查询国家企业信用信息公示系统，启信宝（https://www.qixin.com/）作为辅助手段，上述以物抵债合同的相关方（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、绵阳市鸿华实业有限公司、长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司）与发行人、控股股东同趣控股或实际控制人童毅不存在关联关系。

（二）相关决策过程是否与公司章程相符

经核查发行人《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《应收账款管理办法》、《总经理工作细则》等相关规定，前述以物抵债相关决策过程与公司章程相符。

本次以物抵债相关事项未达到《公司章程》相关决策程序的决策条件，不属于需要召开股东大会、董事会进行决策的事由。但出于审慎考虑，前述以物抵债相关事项已经发行人 2018 年 10 月 10 日召开的总经理办公会审议通过，会议载："因公司与四川野马汽车股份有限公司、四川野马汽车股份有限公司、长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司签署了相关服务合同，公司已提供相关服务，公司员工已多次催收，因对方公司经营状况、资金安排等原因一直无法付款。为了追回应收账款，公司同意与四川野马汽车股份有限公司、四川野马汽车股份有限公司、长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司达成以物抵债协议，以对方可提供的房产及车辆抵债以回收剩余款项。"

因此，前述以物抵债相关决策过程与公司章程相符，履行了公司内部的相关审批流程。

（三）如涉及关联交易，关联股东或董事在审议相关交易时是否回避

相关所涉交易不属于关联交易。

（四）独立董事和监事会成员是否发表不同意见等

就上述问题，发行人独立董事和监事会成员均发表如下相同意见：

独立董事已发表独立意见载：

“本次以物抵债不存在损害公司及其股东特别是中小投资者利益的情形。考虑到对方公司及我公司的实际情况，采取以物抵债方式可避免公司遭受重大损失，能保障公司收回成本，同意采取以物抵债方式收回服务款，相关债务处理方式符合公司全体股东利益。”

发行人监事会成员意见载：

“公司本次以物抵债资产已经过第三方机构评估，相关债务处理方式不存在损害公司和中小股东合法权益的情形。”

三、结合发行人生产经营及业务构成，说明将债务置换房产及车辆的原因及合理性，是否存在后续处置安排

（一）结合发行人生产经营及业务构成，说明将债务置换房产及车辆的原因及合理性

发行人主营业务为基于自主研发的 E2C（E-service to Company）数字商业大数据云平台，通过“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式，为企业客户提供技术开发和大数据应用服务。发行人公司成立初期是通过对汽车厂商的服务实现市场切入，并依靠对汽车行业互联网和大数据营销的经验积累和技术沉淀，陆续与国内多家汽车品牌厂家建立了业务关系。2016 年度至 2018 年度，公司约三分之一的营业收入来源自汽车行业客户。

发行人将债务置换为房产及车辆主要原因是发行人穷尽了有效的催收手段，客户的经营及财务状况预期出现重大不确定性及坏账风险。发行人为更有效、及时、低成本的收回债务，在对以物抵债资产进行判断选择后，及时采取按市场价格，将债务置换为该等汽车行业客户可提供的合法的流动性较好且较易变现处置的车辆、房产等资产。

同时，根据《审计报告》（信会师报字[2019]第 ZD10143 号），发行人 2018 年度营业收入为 306,776,812.46 元，上述以物抵债金额总计为 7,459,097 元，占比仅为 2.43%。因此，该等以物抵债降低了发行人应收账款回收风险，保护了发行人股东的合法权益，处理方式合理且合法有效。

综上，发行人将债务置换房产及车辆具有合理性。

（二）是否存在后续处置安排

根据发行人提供的资料、书面说明，并经核查，截至本问询函回复出具日，发行人已将上述以物抵债车辆全部出售并收回资金。抵款车辆的抵款金额为2,417,716.00 元，后续实际销售金额为 1,839,153.85 元，造成损失 578,562.15 元。

对于上述以物抵债房产，后续处置安排为：鉴于上述以物抵债房产与发行人的主营业务无关联性，发行人也暂时没有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。

四、相关抵债资产的评估定价是否公允，定价是否遵循了市场原则，是否损害公司及中小股东利益

根据发行人书面说明，并经核查，发行人已委托第三方机构重庆信诚资产评估房地产土地估价有限责任公司对上述抵债资产进行评估，并出具《房地产估价报告》（重庆信诚资评报字[2019]第 X009 号）、《资产评估报告》（重庆信诚资评报字[2019]第 X010 号），经评估 5 套以物抵债房产价值 510.58 万元，10 台以物抵债车辆价值 242.30 万元。同时，根据对公司员工的访谈以及查阅发行人独立董事意见、监事会成员意见，该等抵债资产评估定价公允，定价遵循了市场原则，未损害公司及中小股东利益。

五、核查方式和核查过程

1、查阅公司提供的以物抵债相关协议、销售合同；

2、查阅相关资产评估报告；

3、访谈公司经办人员，并留存访谈记录；

4、查阅公司出具的书面说明；

5、查阅交易发生时期有效的《公司章程》及总经理办公会会议记录等资料；

6、审阅独立董事意见，监事会成员意见；

7、查阅以物抵债相关房屋产权证书，车辆购置发票及后续销售资料；

8、查阅会议纪要等。

六、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、上述债权债务形成的原因主要是客户欠发行人服务费用，发行人已履行了必要的权益保护措施，相关债务处理方式符合公司全体股东利益；

2、上述相关方与发行人、控股股东或实际控制人不存在关联关系，相关决策过程符合《公司章程》，公司独立董事和监事会成员均发表相同意见；

3、发行人将债务置换房产及车辆的原因真实、合理，有明确的后续处置安排；

4、抵债资产评估定价公允，定价遵循了市场原则，未损害公司及中小股东利益。

（二）发行人律师的核查意见

经核查，发行人律师认为：

1、上述债权债务形成的原因主要是客户欠发行人服务费用，发行人已履行了必要的权益保护措施，相关债务处理方式符合公司全体股东利益；

2、截至本补充法律意见出具日，上述相关方与发行人、控股股东或实际控制人不存在关联关系，相关决策过程符合《公司章程》，公司独立董事和监事未发表不同意见；

3、发行人将债务置换房产及车辆的原因真实、合理，有明确的后续处置安排；

4、抵债资产评估定价公允，定价遵循了市场原则，未损害公司及中小股东利益。

第四部分　关于公司治理与独立性

问题 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：

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》的相关规定已在招股说明书“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”补充披露如下：

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。"

一、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

（一）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	—	—
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为：

（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。

（二）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 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。

（三）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 万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 万资金起，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 万元和 1,000 万元，用于偿还其 2018 年 8 月的借款 1,200 万元。

3、博拉网络拆出的资金去向

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 万元资金拆借估算利息费用约为 20.30 万元（计算公式为：200*4.35%*3/12+1,000*4.35%*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。

二、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

（一）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：

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。

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。

报告期内，发行人内控制度及体系健全，总体上有效运行，发行人会计师出具的信会师报字【2019】第 ZD10159 号《内部控制鉴证报告》载，“博拉网络按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2018 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

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。

（二）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。

三、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。

四、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 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 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 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。

五、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。

六、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 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 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。

七、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。

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。

八、核查方式和核查过程

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。

九、核查意见

（一）保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）发行人律师核查意见

经核查，发行人律师认为：

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。

（三）申报会计师核查意见

经核查，申报会计师认为：

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。

问题 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、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，预计可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、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，但未与汽车厂商直接合作。

以上其他内容，已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“七、关联交易”之“（一）偶发性关联交易”中补充披露如下：

（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

（4）报告期各期“我爱车”网站的主要经营数据

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“我爱车网”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。

（二）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

以上内容，已在招股说明书“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”中补充披露如下：

（5）报告期末“我爱车”网站减值测试的情况

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

Ft——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 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。

三、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评估（以下简称“华康资产评估”），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）。华康资产评估相关背景如下：

华康资产评估具有 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。华康资产评估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责任公司无形资产的资产评估项目

四、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

（一）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
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 年申报会计师专门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 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。

（二）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 万元。

“我爱车”网站收购价格为 521 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。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资产评估类同，评估价值为 610 万元，高于华康资产评估的评估结果。

综上，“我爱车”网站收购价格具有公允性。

五、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

（一）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。

（二）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

六、“我爱车”网站作为无形资产入账的依据充分，预计可使用寿命的估计合理

（一）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。

（二）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。

七、核查方式和核查过程

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。获取华康资产评估的相关资质证书、其他案例评估报告等了解华康资产评估的专业胜任能力；获取华康资产评估评估报告，并取得技术说明对评估方法进行复核；

4、复核专家工作。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，评估价值为 610 万元，高于华康资产评估的评估结果；

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、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。

八、核查意见

（一）保荐机构核查意见

经核查，保荐机构认为：

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 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，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，预计可使用寿命估计为 10 年具有合理性。

（二）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 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，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，预计可使用寿命估计为 10 年具有合理性。

第五部分　关于财务会计信息与管理层分析

问题 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：

一、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

报告期内，发行人按收入和净利润计算重要性水平分别如下：

单位：元

项目	2018 年	2017 年	2016 年
收入	306,776,812.46	179,640,695.90	159,515,458.72
按收入 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

根据谨慎性原则，发行人取较低者作为重要性水平，因此 2018 年选取税前利润作为重要性水平基准，2017 年、2016 年选择营业收入作为重要性水平基准。

二、核查方式和核查过程

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。

三、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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、资产明称及具体信息、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。

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、请发行人补充披露以物抵债的具体情况，包括交易各方的名称、资产明称及具体信息、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

上述内容，已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“一、重要合同”之“（四）其他重大合同”之“3、以物抵债合同”中补充披露如下：

3、以物抵债合同

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	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	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	1,900,867	1年以内	192.61	投资性房地产	2018.12.21	正在履行

			富临实业集团有限公司		1,900,867 元	幢 2 层 33、34 号						
4	博拉网络	长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司	长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司	2018.12	长安标致雪铁龙汽车有限公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	谛艾仕汽车十辆	2,417,716	1 年以内	242.30	存货	2018.12	履行完毕

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。保荐机构及发行人律师认为，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。

（1）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 元。

截至本招股说明书出具之日，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。

（2）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 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 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 元。

截至本招股说明书出具之日，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、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；经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。

三、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。

（一）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，其采用的评估方法是比较法和收益法，评估时是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，保荐机构和申报会计师也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。

（二）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。

（三）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。

四、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。

（一）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，评估时是参照了类似评估车辆的市场销售价格的。

此外，保荐机构和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。

（二）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。

特殊假设主要包括以下 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。

（三）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（抵款车辆的抵款金额为 2,417,716.00 元，后续实际销售金额为

1,839,153.85 元，造成损失 578,562.15 元），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。

五、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

（一）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

发行人将客户抵款车辆一部分安置在公司楼下停车场及租用的其他场所进行自行销售，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 店进行销售

另一部分抵款车辆，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。

（二）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”。

（三）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

公司安排了专门的车辆管理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。

六、核查方式和核查过程

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，核查抵款交易的真实性、合理性和抵款价格的公允性；

3、核查控股股东、实际控制人童毅及其控制的相关企业的的资金流水、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，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、询问发行人，检查发行人出租抵款房屋的合同，查阅房屋拟出租的经营管理委员会会议，实地查看发行人抵债房屋，核实发行人抵款所得房屋及建筑物的真实用途和使用状况。

七、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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中予以揭示；（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

上述内容，已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、公司主营业务、主要服务及其变化情况”之“（三）公司主要经营模式”中补充披露如下：

5、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	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。	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》，与重庆长安车联科技有限公司签订《长安商城自媒体平台建设及运营项目合同》。
大数据营销及运营		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，主要为家电和美妆产品。 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营商》，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（长虹日电集成烟灶）》。

二、在第八节披露各项服务或产品收入确认的具体依据

上述内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（一）收入”中补充披露如下：

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

上述内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（一）收入”中补充披露如下：

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，其修订的内容主要如下：（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 技术开发服务收入	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
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。

关于新收入准则对发行人财务报表的影响风险，已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、财务风险”中补充披露如下：

（五）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。

四、区分各业务披露在手合同或订单及其完成量的相关情况

上述内容，已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、公司的销售情况和主要客户”之“（三）报告期内主要客户情况”中补充披露如下：

5、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。

五、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

已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，具体参见下述问题回复楷体加粗部分。

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。但合同中未对各项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的具体服务需求，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。

（一）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的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，形成多维分析报表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。

（二）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

上述内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”中补充披露披露如下：

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，下半年起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

上述内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”中补充披露披露如下：

4）技术开发服务

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

上述内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”中补充披露如下：

（1）2016 年不同业务类型各季度收入

单位：万元

项目	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	0.20
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

单位：万元

项目	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

单位：万元

项目	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

电商运营收入	—	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%。

十二、核查方式和核查过程

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。

十三、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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、公司有权自主决定提供服务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。

（二）申报会计师的核查意见

经核查，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。

问题 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，与各项目的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：

发行人已按照重要性原则和《格式准则》的要求并结合下述说明事项，在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（二）主营业务成本分析”中进行了补充披露，以下楷体加粗部分为具体补充披露内容。

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：

单位：元

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
	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

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
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
	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
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

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
	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
			网络内容发布
			线下活动
	营销及运营	10,670,926.52	网络内容的设计和制作
			网络内容发布
			线下活动
	技术开发	2,509,180.05	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

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
	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限公司	营销及运营	8,140,566.04	网络内容的设计和制作
			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

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
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
			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

客户名称	项目类型	主要项目收入	对应成本类型
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
			线下活动
	营销及运营	264,150.94	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

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
	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公司	营销及运营	1,555,630.17	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	2,462,264.08	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

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
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

（一）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

（二）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。

（三）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 020 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，为更好的控制采购成本，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

（一）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**	—

注：KOL 自媒体：KOL 是 Key Opinion Leader 的简称，意思是关键意见领袖。KOL 被视为一种比较新的营销手段，它发挥了社交媒体在覆盖面和影响力方面的优势，通常被定义为：拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人。KOL 自媒体通常是指在自媒体上有一定话语权和拥有一定规模粉丝数量的意见领袖。

社交网络发布：指在以社交为核心的网络平台中的内容发布，例如常规的微博、微信、SNS 网站、垂直行业社区（IT、汽车类等）、视频平台（如优酷、抖音等）、电商社交（如小红书等）、wiki 平台（如百度知道、知乎等）。

垂直媒体内容发布：是指在行业垂直媒体网站进行的内容发布，例如人民网（政务类）、汽车之家（汽车类）、凤凰财经（财经类）等，发布形式包括网站专题、人物专访、主题活动、软文和广告发布等。

门户网站新闻推荐：指在以综合新闻为主的门户网站进行的主题推荐，例如今日头条、一点资讯、腾讯新闻、网易新闻、新浪新闻等。

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
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。

（二）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。

（三）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—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	迪士尼主题乐园推	香港	100,708.68	30

	推广	广			
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**	

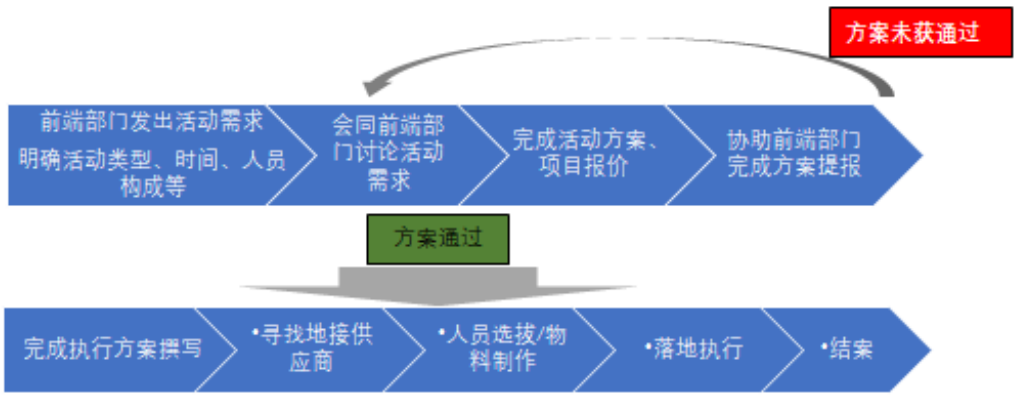
3、2018 年主要线下活动（单项活动金额大于 10 万元的活动）明细：

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	322,409.2	100
东风标致雪铁龙汽车销售有	东风雪铁龙网络信息监	苏州、徽州、上海	苏州、安徽、北	992,236.24	1,000 人左右

限责任公司	测分析及整合数字营销项目	车友会、C4L 郊游，C3XR 踏青、雪铁龙车展活动、C5C6 北京车转、天翼北京车展等	京、上海等		
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类型的内容，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，与各项目的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

数字技术开发服务是针对企业客户的行业属性和个性化需求，为其定制开发大数据应用系统及其他相关技术产品，主要包括数据采集工具、多渠道数据整合平台、数据分析系统、会员数据管理和运营平台，以及涉及企业管理、精准营销、电子商务、物联网、人工智能等各类场景应用的技术工具等，帮助企业客户利用数据资源，激发数据价值，通过数据应用提升企业在管理决策、市场传播、产品销售、客户服务等方面的经营效果。

其中，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

（一）什么是程序化购买

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。

（二）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	投放开始时间：未来 1~28 自然日

		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 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	投放开始时间：未来 1~28 自然日 投放持续时间：12 小时~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	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	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均是公开透明的，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	4,657,631.45	122.73
美妆产品（阿玛尼、汤姆福特口红）	7,439	2,762,705.23	371.38
合计	**45,388**	**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

（一）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	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，原因有以下三点：

（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或公关公司待遇水平。

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 元（2017 年为 74,318 元），比上年增长 11.0%。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 元（2017 年为 133,150 元，2016 年为 122,478 元），金融业 129,837 元，科学研究和技术服务业 123,343 元。

2018 年全国城镇私营单位就业人员年平均工资为 49,575 元（2017 年为 45,761 元），比上年增长 8.3%。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 元（2017 年为 70,415 元，2016 年为 63,578 元），金融业 62,943 元，科学研究和技术服务业 61,876 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 3.1%。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 元、11,596 元、9,668 元及 8,088 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 元，与 2017 年的 70,889 元相比，增长 11.3%。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 元；信息传输、软件和信息技术服务业 123,128 元（2017 年为 112,043 元、2016 年为 100,517 元）；科学研究和技术服务业 115,365 元。

2018 年重庆市城镇私营单位就业人员年平均工资为 52,558 元，与 2017 年的 50,450 元相比，增长 4.2%。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 元；信息传输、软件和信息技术服务业 64,667 元（2017 年为 59,897 元、2016 年为 52,016 元）；科学研究和技术服务业 59,487 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 元、15,833 元、11,779 元、10,218 元、10,012 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。

九、核查方式和核查过程

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的设计、执行有效；

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。

十、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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，客户及开发内容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。

（二）申报会计师的核查意见

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，客户及开发内容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。

问题 29

招股说明书披露，报告期内，发行人综合毛利率分别为 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 年又大幅下降的原因；（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 年又大幅下降的原因

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。

（一）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
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，主要原因来自以下三方面：

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，既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是社交网络、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。

（二）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

（一）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，这是行业经营特征所致（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，因此这些客户急需要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。

（二）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等），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场、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，由于京东商场、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。

三、核查方式和核查过程

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。

四、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）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。

问题 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

上述内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用情况”中补充披露如下：

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	单位名称	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为：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
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

（一）2018 年度，发行人销售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	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%
代理服务费	—	—	—	3.66%	—	—	—
运费保险费	—	—	—	—	7.29%	—	—
社会保险费	—	—	—	—	—	10.94%	—
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。

（二）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%
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。

七、核查方式和核查过程

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。

八、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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

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
合计	44	587.94	13.36

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

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因为 2018 年新入职的员工薪酬较低，故而拉低了平均薪酬。

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

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。

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。

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、实际控制人童毅及其控制的相关企业的的资金流水、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

报告期间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
定增券商费	—	—	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

（一）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	平均	博拉网络
职工薪酬	57.64%	27.56%	45.55%	44.80%	46.04%	26.77%	41.39%	38.16%
房租、物业、水电费	6.08%	17.65%	11.86%	14.08%	—	2.63%	8.72%	12.11%
折旧、摊销费	10.42%	19.30%	—	3.85%	12.68%	32.02%	13.05%	19.64%
咨询顾问费	4.81%	16.21%	—	13.28%	6.26%	16.96%	9.59%	6.27%

办公费	5.37%	17.05%	5.66%	2.76%	22.71%	5.43%	9.83%	4.03%
差旅交通费	6.51%	—	4.25%	5.95%	2.09%	2.57%	3.56%	3.18%
广告宣传费	—	—	—	—	—	—	—	1.32%
会议费	—	—	—	1.76%	—	—	0.29%	0.46%
业务招待费	1.50%	1.75%	—	5.83%	1.41%	3.66%	2.36%	0.22%
保险费	—	—	—	—	—	4.60%	0.77%	0.13%
股权激励费用	—	—	—	—	5.55%	—	0.93%	13.43%
市场信息费	—	—	—	—	—	3.26%	0.54%	—
其他费用	7.67%	0.48%	32.67%	7.68%	3.25%	2.10%	8.98%	1.05%
合计	**100.00%**	**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。

（二）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。

五、核查方式和核查过程

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。分析薪酬变动的原因和合理性；

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。

六、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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；发行人的管理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。

（二）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；发行人的管理费用结构和管理费用率与同行业可比企业不存在显著差异。

问题 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；（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

上述内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用情况”中补充披露如下：

3、研发费用

（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%。

……

（5）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

上述内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用情况”中补充披露如下：

（6）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，研发人员按年龄结构划分如下：

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%
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	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

上述内容中除无法获取同地区同类型企业的研发人员薪酬外，其余已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用情况”中补充披露如下：

（7）研发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，与同行业可比上市公司的对比情形

公司设立技术研发中心专门从事研发工作，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

上述内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用情况”中补充披露如下：

（8）研发费用加计扣除的情况

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
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	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

上述内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十、经营成果分析”之“（四）期间费用情况”中补充披露如下：

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维护费如下：

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
	智慧社区大数据服务平台项目	163.33

2）其中大额技术维护费具体内容如下：

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	

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在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，其核心技术就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：

8、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云服务平台技术支撑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技术	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**	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。**

					程。	
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平台项目	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。	通过智慧化的社区管理和服务，打造安全，便捷，绿色的社区；提高社会资源的综合利用率，提升社区的整体服务效能。
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	开发阶段	自主研发	谭利辉	0.02	实现校园视频大数据的智能安防	以行业大数据和智慧分析为基础，为校园提供智慧服

园系统平台	（2019年启动）				管理，大数据教学资源的研发和在线推送管理。	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、智慧电商商务进行整合，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

研发费用率与同行业可比公司的比较情况及差异原因详见本问题一的答复。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	宣亚国际	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%	—	—
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。

（一）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。

（二）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等。

（三）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。

十、核查方式和核查过程

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。

十一、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）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。

问题 33

发行人未按照《格式准则》的相关要求对政府补助进行披露。

请发行人按照《格式准则》的要求区分与资产相关或与收益相关分析披露政府补助的相关情况。

回复：

有关政府补助的相关内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“七、经注册会计师鉴证的非经常性损益”中补充披露如下：

3、与资产相关的政府补助

发行人报告期内不存在与资产相关的政府补助，均是与收益相关的政府补助。

问题 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

（一）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 万元、公证费人民币 1,030 元、诉讼费人民币 1,700 元，合计人民币 62,730 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。

（二）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，重要性水平是以本问询函第 25 题的标准为基础。由于以下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。

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
重庆赢盛达科技有限公司	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，被告已付清款项。	（2017）鲁 0214 民初 5035 号
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，而新的办公环境更上档次，有利于企业的外部形象宣传。

三、核查方式和核查过程

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、查阅了报告期发行人涉及诉讼的相关文件；

3、检查了发行人涉及诉讼事件的相关账务处理的正确性；

4、对照或有事项准则的规定，检查发行人申报期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。

四、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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。

（一）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）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，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

（二）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）规定："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%

项目	2018 年	2017 年	2016 年
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

（一）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**

（二）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

（一）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**

（二）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

公司名称	成立日期	净利润		
		2018 年度	2017 年度	2016 年度
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。

四、核查方式和核查过程

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。

五、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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

（一）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
赵犍	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质量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。

（二）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

（一）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
赵犍	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 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。

（二）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均将上涨 182.63 万元。

（三）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 咨询

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。

（四）历次股权变动的情况说明

经查阅公司报告期内的历次股份变动文件、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》等相关法律法规等，复核公司相关股份支付的处理依据与计算过程，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，公司历史上不存在其他应确认而未确认股份支付的情况。

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
赵犍	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
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

（一）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。

（二）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。

五、核查方式和核查过程

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。

六、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为，

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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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：

有关应收票据的相关内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产构成及变化”中补充披露如下：

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。

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

应收票据背书在现金流量表中无体现。应收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。相关会计处理及影响的科目见下问。

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

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

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，相关会计处理如下：

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。票据背书时，账务处理如下：

借：应付账款

　　贷：应收票据

票据贴现，账务处理如下：

借：银行存款

　　财务费用

　　贷：应收票据

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。

四、核查方式和核查过程

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。

五、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

发行人应收票据背书、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，坏账计提充分。

（二）申报会计师的核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人应收票据背书、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。

问题 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

相关内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产构成及变化”中补充披露如下：

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	6,362.95	88.17%
2017 年末								
1000 万元以上	—	—	—	—	—	—	—	—
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	6,880.88	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、客户验收后 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、的回复。

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	重庆汽摩交易所有限公司	264.29	3.66%	1 年以内	是	74.29	客户经营进展未达预算，付款安排有所延期，正在催收中	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%。
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%。

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
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。

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
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，挂账之月起第三个月（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)管理咨询服务有限公司	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。

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
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。
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

（一）报告期内，超过合同约定付款时点的应收账款

单位：万元

项目	**2018** 年末	**2017** 年末	**2016** 年末
超期应收账款	5,180.67	3,029.84	1,938.30
总的应收账款余额	18,424.95	11,757.02	7,216.97
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

（二）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 季度社交媒体网络营销第三方费用	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%
		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%

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
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	MICROSOFT GLOBAL FINANCE	微软营销服务	968,752.05	1 年以内,1-2 年	0.00	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	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	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%

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
		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 专项传播代理合同	201,400.00	1-2 年	201,400.00	100.00%
		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	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	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	0.00%
		数字技术开发	845,726.23	1-2 年	0.00	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	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
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 FINANCE	微软营销服务	912,501.03	1-2 年,2-3 年	0.00	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%
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	家乐福中国第三方移动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	0.00%
		SCRM 系统开发	440,000.00	1-2 年	0.00	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
		园区视频监控管理平台部署与开发	1,600,000.00	1-2 年	0.00	0.00%
		软件分销系统	672,000.00	1-2 年	0.00	0.00%
		技术开发服务	735,000.00	2-3 年	0.00	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	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	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	0.00%
		数字技术开发	845,726.23	2-3 年	0.00	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	0.00%
		重庆市智慧小区平台建设	1,000,000.00	1-2 年	0.00	0.00%
		永川区智慧小区建设	370,000.00	1-2 年	0.00	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	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	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	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%	—
	0.5-1 年	14.32%	5.00%
	1-2 年	1.94%	30.00%
	2 年以上	1.20%	100.00%
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 年度	2017 年度	2016 年度
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相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不同。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。

六、核查方式和核查过程

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、查验各期应收账款期后收款情况；

4、对大额应收账款以及大额销售客户实施函证程序；

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，将公司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。

七、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）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。

问题 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、补充披露：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

有关北京京东的相关内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、公司资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产构成及变化”中补充披露如下：

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
重庆赢盛达科技有限公司	135.00	2018 年 11 月	106.13	支付京东云的云计算资源、商品图片素材及分析服务费用等，服务期限为 2018-11-13 至 2019-11-12	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
博拉网络股份有限公司	185.00	2018 年 12 月	185.00	支付京东云的云计算资源、行业数据分析报告等服务费用，服务期限为 2018-12-22 至 2019-12-21	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

合计	335.00		306.13		

二、补充披露：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

有关开米科技的相关内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、公司资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“2、流动资产构成及变化”中补充披露如下：

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。

三、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。

四、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

（一）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。

（二）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

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。

五、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系以下几点原因造成：

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。

六、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。

七、核查方式和核查过程

1、检查会计凭证、检查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—备用金期后报销（归还）进行检查，是否存在跨期现象。

八、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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；发行人与上海开米科技有限公司的经济业务真实，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。

（二）申报会计师的核查意见

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系业务规模的扩大，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。

问题 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
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
合计						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：

（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。

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

（一）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 年分别对外投资 35 万元、1,800 万元，分别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中投资所支付的现金与购买理财产品的支付金额勾稽关系正确。

（二）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，公司现金流量中收回投资收到的现金与理财产品的收回勾稽如下表：

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。

因此，除上述差异外，公司报告期内现金流量中收回投资收到的现金与理财产品的收回勾稽关系正确。

（三）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	—	—	—

注：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报表科目其他流动资产勾稽关系正确。

三、核查方式和核查过程

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。

四、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

发行人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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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

关于发行人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，以及发行人与上述企业之间是否存在业务或资金往来已在招股说明书"第五节 发行人基本情况"之"七、发行人分公司及控股、参股公司情况"之"（三）发行人参股公司"中补充披露如下：

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）	出资比例	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（%）
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。截至本招股说明书签署之日，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

（一）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。

（二）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（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，艺点意创营业收入呈上涨趋势，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。

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

（一）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

2016 年 5 月 30 日，公司与汤波、李鲁以货币形式共同出资设立重庆职学大伽信息技术咨询有限公司，注册资本 100 万元。

2016 年 7 月 26 日，职学大伽变更注册资本为 200 万元。公司与汤波、李鲁分别出资 15 万元、75 万元和 10 万元，职学大伽增加注册资本 100 万元，并在重庆两江新区市场和质量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 13.50 万元的价格转让给李鲁，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。

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

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。

（二）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		**1,241.134**	**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
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	重庆八戒网络股份有限公司	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	177.649	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		**377.649**	**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

（一）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。

（二）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。

七、核查方式和核查过程

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、财务报告；

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、验资报告、增资及股权转让协议、财务报告和审计报告；

5、获取博拉网络对外投资相关资料、对外投资银行回单等相关资料；

6、获取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及其股东关于其他股东出资资金来源的说明。

八、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人投资职学大伽和艺点意创二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，公司与二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，职学大伽经济效益处于亏损状态，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。

（二）发行人会计师的核查意见

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二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，未来暂时没有对二家参股企业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，查阅发行人的银行流水及被投资公司的流水及审计报告，公司与二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，职学大伽的主要财务数据均未经审计，由于职学大伽成立于 2016 年 5 月，目前仍处于投资的初始阶段，经济效益还未产生，预计未来会产生足够的经济利益流入，不存在减值风险。

5、报告期内，艺点意创的主要财务数据均经审计，连续两年盈利，不存在减值风险。

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。

问题 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：

有关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，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、公司资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“3、非流动资产构成及变化”中补充披露如下：

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。

一、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。

二、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。

三、核查方式和核查过程

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。

四、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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：

有关长期待摊费用的相关内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与

管理层分析”之“十一、公司资产质量分析”之“（一）资产状况分析”之“3、非流动资产构成及变化”中补充披露如下：

（5）长期待摊费用

报告期内，公司长期待摊费用均为办公场所装修费，具体的明细如下：

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	5.60	—
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	2.90	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	—
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

一、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，实际租赁起始年份为 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。

二、核查方式和核查过程

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。

三、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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年限明显长于房屋租赁期的情况。

（二）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该租赁房屋租赁期的情况。

问题 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：

有关应付账款的相关内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、公司资产质量分析”之“（二）负债状况分析”中补充披露如下：

1、应付票据及应付账款

报告期各期末，应付账款余额如下：

单位：万元

项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付账款	597.60	408.74	312.10
其中：外购服务费	597.60	408.74	312.10
合计	597.60	408.74	312.10
应付账款/总负债	26.49%	29.86%	22.17%
变动额	188.86	96.64	—
变动率	46.20%	30.96%	—

截至 2018 年末，公司账龄 1 年以内的应付账款占全部应付账款的比例为 100%。公司不存在应付持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位及其他关联方款项。

（1）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：万元

公司名称	期末余额	占比	采购内容
甲骨文（中国）软件系统有限公司	145.55	24.36%	应用系统、诊断包等采购
嘉锐世新科技（北京）有限公司	49.47	8.28%	网络内容的设计和制作

天津英创伟业科技发展有限公司	22.66	3.79%	网络内容的设计和制作
央视国际网络有限公司	20.96	3.51%	服务费
成都榆木白羊文化传媒有限公司	18.00	3.01%	网络广告发布
合计	256.64	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：万元

公司名称	期末余额	占比	采购内容
重庆市江北区双乾科技有限责任公司	34.24	8.38%	技术开发服务
道有道（北京）科技股份有限公司	31.92	7.81%	自媒体投放
中恩国际文化发展有限公司	23.54	5.76%	线下活动服务
有米科技股份有限公司	20.85	5.10%	自媒体投放
北京七乐文化传媒有限公司	18.65	4.56%	网络内容发布
	129.20	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：万元

公司名称	期末余额	占比	采购内容
广东睿恩广告传媒有限公司	99.75	31.96%	网络内容发布
虎扑（上海）文化传播股份有限公司	85.38	27.36%	网络广告发布
北京道仔文化传媒有限公司	11.88	3.80%	网络自媒体内容发布
南京掌领互动文化传媒有限公司	10.60	3.40%	网络广告发布
北京八零印象广告有限公司	9.65	3.09%	线下活动服务
	217.26	69.61%	

（2）报告期各期末，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、数量大、变化快、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。

一、核查方式和核查过程

1、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。

二、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

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。

（二）申报会计师的核查意见

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。

问题 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

（一）报告期内增值税的变动情况如下：

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	59,214.01
	2018 年	9,727,966.08	11,006,743.95	2,015,739.87	642,507.96	24,687.33
变动比例	2017 年	-32.40%	3.40%	32.78%	1.35%	183.38%
	2018 年	206.72%	91.89%	29.29%	11.13%	26.98%

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

（一）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

单位：元

项目	金额	税率	税额
营业收入：			
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

2、2017 年收入与销项税额/小规模纳税人应纳税额勾稽关系

单位：元

项目	金额	税率	税额
营业收入：			
营销及运营收入	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

单位：元

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
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

说明：上述收入为母子公司未抵消收入合计。营销及运营、技术开发收入有 17%、16%、6%、3%、0%五档税率，其中大部分按 6%计算，在营销及运营服务过程中含有的硬件设备等采购对外销售的按 17%（16%）计算，小规模纳税人按 3%计算，离岸服务外包和满足条件的技术开发免征增资税，按 0%计算。

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 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。

（二）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

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
	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。

三、核查方式和核查过程

1、查阅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。

四、核查意见

（一）保荐机构的核查意见

经核查，保荐机构认为：

报告期内，发行人销项税额与不同类别应税销售收入之间的勾稽关系正确；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。

（二）申报会计师的核查意见

经核查，申报会计师认为：

报告期内，发行人销项税额与不同类别应税销售收入具有勾稽关系，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。

问题 46

请发行人结合经营模式、信用政策、客户采购习惯和供应商付款政策等多方面因素，补充披露经营活动产生的现金流量逐年下降的原因，删除“以各行各业的优质大型品牌企业为主”等类似表述。

请发行人说明：（1）经营活动产生的现金流量各主要项目与各报表科目之间的勾稽关系；（2）供应商结算周期短于客户结算周期的原因，是否与“海量供应商”的描述存在矛盾，相关供应商的表述是否准确。

回复：

一、补充披露经营活动产生的现金流量逐年下降的原因，删除“以各行各业的优质大型品牌企业为主”等类似表述

有关经营活动产生的现金流量逐年下降原因的相关内容，已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、偿债能力、流动性及持续经营能力分析”之“（二）现金流量分析”中补充披露如下：

（1）报告期经营活动产生的现金净流量波动因素分析

报告期内，公司经营活动产生的现金净流量持续减少，其中：

2017 年经营活动产生的现金流量净额较 2016 年减少 1,731.50 万元，主要原因：一方面，由于 2017 年公司营业收入增加较小，而应收票据及应收账款的增幅超过了营业收入的增幅，导致销售商品、提供劳务收到的现金与上年基本持平；另一方面，由于营业成本涉及的外购服务、人工成本和各项费用支出多是需要及时付现，导致购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金和支付的各项税费三项合计增加 1,560.22 万元。

2018 年经营活动产生的现金流量净额较 2017 年减少 3,714.98 万元，主要原因：一方面，2018 年公司营业收入较上年增加 12,713.61 万元，而应收票据及应收账款较上年增加 7,816.53 万元，导致销售商品、提供劳务收到的现金较上年只增加 9,191.70 万元；另一方面，同 2017 年的原因，购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金和支付的各项税费三项合计增加 12,994.56 万元。付现成本的增加大于销售回款的增加，因此 2018 年经营活动产生的现金流量净额继续下降。

造成上述现象的根本原因在于：

1）公司提供各类服务，涉及策划、创意、技术、实施和效果评估等各个环节，与客户约定的合同多按固定金额收取各类服务费，该经营模式下需要公司垫付前期人工成本和外采费用；同时公司与客户签订合同中的信用政策，大多数情况下为服务结束、客户验收后 3-6 个月（具体时间因客户而异）内付款；这导致报告期内，发行人虽然营业收入稳步增加，但应收账款金额也同步增加较大，销售回款较慢。

2）而在采购环节，大型供应商（如数字媒体投放供应商腾讯朋友圈）由于拥有资源优势，要求以预充值的形式进行结算；很多热门自媒体资源也只接受预付结算方式；小型供应商由于规模小，资金实力弱，不具备较长周期的垫资能力，根据行业惯例，此类供应商一般不接受较长的结算周期；由于上述综合因素的影响，导致报告期内，发行人的付现成本支出较大。

二、经营活动产生的现金流量各主要项目与各报表科目之间的勾稽关系

（一）销售商品、提供劳务收到的现金与销售收入的勾稽关系

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入金额比较情况如下：

单位：万元

项目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	金额	23,648.87	14,457.17	14,395.91
	同比增速	63.58%	0.43%	—
营业收入	金额	30,677.68	17,964.07	15,951.55
	同比增速	70.77%	12.62%	—
应收票据及应收账款	金额	20,088.16	12,271.63	8,059.97
	同比增速	63.70%	52.25%	—

报告期内销售商品、提供劳务收到的现金逐年上升与营业收入同步增长，销售商品、提供劳务收到的现金增长幅度小于营业收入的增长幅度，主系公司应收账款逐年增加所致。

发行人销售商品、提供劳务收到的现金与相关会计科目的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	30,677.68	17,964.07	15,951.55
加：增值税——销项税额	2,049.38	790.41	785.82
加：应收票据及应收账款余额减少	-7,820.56	-4,211.66	-2,334.67
减：应收账款核销	3.12	0.96	—
加：预收账款余额增加	56.53	-44.70	-6.79
减：通过非现金减少	1,301.05	—	—
减：票据背书	10.00	40.00	—
销售商品、提供劳务收到的现金	23,648.87	14,457.17	14,395.91
差异	0.00	0.00	0.00

（二）购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本的勾稽关系

报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本金额比较情况如下：

项目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
购买商品、接受劳务支付的现金	金额	18,198.42	5,554.61	4,492.36
	同比增速	227.63%	23.65%	—
营业成本	金额	20,444.32	8,205.87	7,266.46
	同比增速	149.14%	12.93%	—

报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本同步增长。

发行人购买商品、接受劳务支付的现金与相关会计科目勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业成本	20,444.32	8,205.87	7,266.46
加：增值税——进项税额	1,071.81	196.87	138.20
加：应付票据及应付账款余额减少	-188.86	-96.64	-262.72
加：预付账款余额增加	554.84	-153.09	145.44
减：营业成本中所含的工资及工资附加费	3,551.61	2,803.46	2,638.55
减：用于各项费用的预付账款	122.07	-245.07	156.48

减：票据背书	10.00	40.00	—
购买商品、接受劳务支付的现金	18,198.43	5,554.61	4,492.35
差异	0.00	0.00	0.00

（三）支付给职工以及为职工支付的现金与成本费用的勾稽关系

报告期内，公司现金流量中支付给职工以及为职工支付的现金与计入成本和费用的职工薪酬的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
计入成本和费用中的薪酬金额	6,304.25	5,628.82	5,195.46
应付职工薪酬变动（期初-期末）	17.96	-48.94	-36.03
减：股份支付	214.85	214.85	—
小计	6,107.35	5,365.02	5,159.43
支付给职工以及为职工支付的现金	6,107.35	5,365.02	5,159.43
差异	0.00	0.00	0.00

三、供应商结算周期短于客户结算周期的原因，是否与“海量供应商”的描述存在矛盾，相关供应商的表述是否准确

公司的供应商可以概括为三类：第一类是大型的数字媒体，主要是指腾讯（微信朋友圈广告投放）及其代理商；第二类是大批中小型的各类供应商，主要涉及自媒体、创意内容制作、线下活动执行、技术开发等业务需求；第三类是公司在电商运营业务中采购货品的特定供应商企业。

1、第一类大型数字媒体供应商：腾讯的效果广告购买系通过其广告投放平台进行统一结算，采用的是程序化购买的方式，即广告主需预先将广告费充值进腾讯平台，再根据广告展示效果数据等进行预充值的扣付。由于公司的数字媒体业务尚处于起步尝试阶段，规模不大，目前只能采用预充值的方式进行结算，还未能取得腾讯及其代理商的固定结算账期。而公司的大型企业客户针对数字媒体投放均存在一定的审批流程时间和结算周期要求，因此导致供应商结算周期短于客户结算周期。

2、第二类中小型供应商：主要包括社交网络的各类型自媒体资源，各种创意、视频和内容制作公司，区域性的线下活动执行公司、小型技术开发公司等。“海量供应商”即指此类型的供应商。该类供应商数量庞大、种类繁多，虽然响应快、性价比高，但由于普遍规模较小，不具备较长周期的垫款能力，因此，根据行业惯例，

此类供应商一般不接受较长的结算周期，部分热门自媒体资源甚至只接受预付结算方式。这是导致此类供应商结算周期短于客户结算周期的主要原因。

3、第三类电商运营业务的供应商：公司的电商运营模式为买断式销售，即向供应商采购商品，再将商品销售给京东等特定电商平台。由于公司的电商运营业务处于起步阶段，规模尚小，因此在进行货品交付前即需向供应商先行支付货款，而电商平台需待货品销售完毕后一定周期内才将款项结算给公司，从而导致公司电商业务的供应商结算周期短于客户结算周期。未来，公司电商运营规模逐步扩大后，公司可与供应商进一步协商新的结算政策。

鉴于“海量供应商”是指第二类供应商，不能涵盖上述三类供应商，为描述的准确性起见，发行人已在招股说明书中将“海量供应商”的描述进行相应修改。

第六部分　关于其他事项

问题 47

发行人本次募集资金 5.05 亿元，拟用于区域方案中心建设项目、企业数据资产管理云平台升级改造项目、总部基地建设项目以及补充流动资金。

请发行人说明：（1）募投项目是否均取得发改委的项目备案；（2）结合上海博拉和广州博拉的办公室场所租赁期限，分析发行人在此基础上进行扩建的必要性及合理性；（3）发行人拟购买写字楼而非通过租赁办公场所的原因及必要性，由轻资产转变为重资产对运营模式、财务结构的影响。

请保荐机构对上述事项进行核查，说明核查方式、核查过程，并发表明确意见。

回复：

一、募投项目是否均取得发改委的项目备案

（一）相关法律法规

根据国家发改委《企业投资项目核准和备案管理办法》（中华人民共和国国家发展和改革委员会令第 2 号）第二条的规定：“本办法所称企业投资项目，是指企业在中国境内投资建设的固定资产投资项目”。

根据《重庆市企业投资项目核准和备案管理办法》第二条的规定：“本办法所称企业投资项目，重庆市行政区域内投资建设的固定资产投资项目”。

（二）发行人募投项目具体备案情况

发行人募投项目备案情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	备案情况
1	区域方案中心建设项目	19,668.20	——
2	企业数据资产管理云平台升级改造项目	10,000.00	《重庆市企业投资项目备案证》（项目代码：2019-500112-65-03-067462）
3	总部基地建设项目	11,816.68	——
4	补充流动资金	9,000.00	——
	合计	**50,484.88**	

上述三个项目中，根据项目投资备案主管部门的审核情况，“企业数据资产管理云平台升级改造项目”已予备案，“区域方案中心建设项目”、“总部基地建设项目”无需备案。具体情况如下：

1、发行人的注册地为重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢。2016 年 2 月，重庆市委、市政府出台《关于调整优化两江新区管理体制的决定》，调整优化两江新区管理体制，撤销重庆北部新区工作委员会、重庆北部新区管理委员会，其职能职责划归重庆两江新区工作委员会、重庆两江新区管理委员会。

北部新区撤销后，相关职能部门并入两江新区，辖区内企业的项目投资备案主管部门为两江新区经济运行局（合并了发改委的功能）。2019 年 4 月 2 日，重庆两江新区经济运行局对“博拉网络企业数据资产管理云平台升级改造项目”核发了《重庆市企业投资项目备案证》（项目代码：2019-500112-65-03-067462）。

2、“区域方案中心建设项目”主要投资方向是拟拓展区域如北京、上海、广州和香港等地的房屋租赁、装修、新增办公设备和新增人员薪酬等，不属于固定资产投资类项目。

3、“总部基地建设项目”计划是拟在重庆市两江新区购置总面积为 3500 平方米的办公用房，建设总部基地，主要投资方向是购置成品写字楼并进行私有云平台建设（主要是采购服务器、存储设备等电子设备），不属于固定资产投资类项目。

4、经咨询重庆市发改委投资处，确认“区域方案中心建设项目”由于主要涉及各地区房屋租赁投资，不需要办理固定资产投资项目备案；“总部基地建设项目”由于主要涉及购置成品写字楼，原写字楼建设时已经履行相关备案手续，因此后续购买时无需再次办理固定资产投资项目备案。

综上，“企业数据资产管理云平台升级改造项目”已予备案，由于“区域方案中心建设项目”和“总部基地建设项目”均不属于固定资产投资项目，因此不属于备案范围，依照相关规定无需办理项目备案的相关手续。

二、结合上海博拉和广州博拉的办公室场所租赁期限，分析发行人在此基础上进行扩建的必要性及合理性

上海博拉和广州博拉以租赁方式使用的办公用房的情况如下：

承租方	出租方	租赁物业地址	面积（m^2）	租赁期限	用途	租金（元/月）
重庆云集通广告传媒有限公司	广州景耀置业有限公司	广州市天河区珠江东路 28 号写字楼 4901 房自编 14-16 单元	640.75	2017.04.25—2020.04.30	办公	61,024-129,371
上海博拉广告传播有限公司	刘仁花	上海市徐汇区云锦路 500 号绿地汇中心 A 栋 1909-1913 室	351.18	2018.07.09—2020.07.08	办公	53,408.63

其中，广州博拉的办公场所是由重庆云集通广告传媒有限公司转租而来并经出租方同意，广州景耀置业有限公司对出租时限的要求是三年起租。刘仁花常年定居海外，对出租时限的要求是二年起租。

随着公司业务的发展，为提高客户需求的响应速度，和扩大公司在全国企业大数据服务的市场占有率，公司较早以上海博拉和广州博拉作为区域城市方案中心的承载主体，为所在区域提供大数据应用服务和技术开发服务，加速本地化落地和产业链发展。

上海博拉和广州博拉要辐射区域内业务，并为辖区内其他子（分）公司提供业务、技术和人才支持。目前，上海博拉与广州博拉的办公场所较为拘束，一定程度上影响该区域方案中心的管理规范和运营效率。截至 2018 年 12 月 31 日，广州博拉有在职员工 64 人，租赁面积 640.75 平方米，人均可使用面积 10 平方米；上海博拉有在职员工 31 人，租赁面积共 351.18 平方米，人均可使用面积 11.3 平方米。随着公司业务规模的快速增长，以及客户需求的不断提升，上海博拉与广州博拉现有的场地和人员配置已逐渐表现出不足。

上海、广州是公司主要业务区域，经过多年市场积累和耕耘，公司在此区域已拥有大量稳定、优质的客户群体，例如家乐福，比亚迪，长安标致雪铁龙，香港迪士尼。目前，上海博拉已新开拓了王老吉等客户，广州博拉也新挖掘了香港国际机场等客户。上海博拉是公司华东与华中区域的管理中心，广州博拉是公司拓展国际市场的先头部队，肩负着公司国际化战略起步的重要布局。二地人员配置的薄弱直接影响了公司对于客户需求反应的速度和精度，随着业务拓展，该情况将进一步放大，从而直接影响公司的市场竞争力。

扩建上海博拉和广州博拉，通过改善现有上海博拉与广州博拉的硬件基础和人员配置，能加强大数据服务团队的建设，使上海博拉与广州博拉的综合服务能力得到实质性提升，能够有效保障该区域的服务质量，使其具备承担该区域内经营事务统筹管理的能力，从而提升公司整体的管理和运行效率。

上海博拉和广州博拉的扩建完成后，一方面，可以通过与客户建立及时紧密的沟通渠道，更好把握客户需求和建议，为公司产品、技术、市场等方面的经营策略提供可靠的决策依据；另一方面，通过拓展业务网络、扩大业务团队，提升自身对客户服务能力的基础，借力国家“大数据”战略，发掘更多优质客户，对数字商业意

识成熟的前沿城市的潜在客户深耕细作，增加公司市场份额。

综上所述，公司在现有基础上扩建上海博拉与广州博拉是具有必要性和合理的。

三、发行人拟购买写字楼而非通过租赁办公场所的原因及必要性，由轻资产转变为重资产对运营模式、财务结构的影响

（一）发行人拟购买写字楼而非通过租赁办公场所的原因及必要性

1、重庆是中西部唯一的直辖市，国务院印发的《“十三五”现代综合交通运输体系发展规划》明确重庆定位为国际性综合交通枢纽。随着国家全面创新改革、西部大开发、成渝城市群发展等战略的实施，重庆正迎来一系列重大的历史机遇。重庆市两江新区是我国内陆地区唯一的国家级开发开放新区，也是继上海浦东新区、天津滨海新区后，由国务院直接批复的第三个国家级开发开放新区。公司在重庆市两江新区购置办公楼是基于公司技术研发、人才储备和产业发展的需要，集商务办公、科技研发、营销服务为一体，公司将利用重庆和两江新区的资源优势，吸引更多的优秀技术人才，加快产业布局和资源整合，在两江新区购置办公楼对公司未来的长期稳定发展将起到积极的推动作用。

2、公司作为企业大数据服务提供商，要吸引大量优秀人才，寻求产业合作，离不开企业品牌和文化建设。公司将企业文化和品牌宣传作为发展战略的重要一环，能够在重庆市两江新区购置办公楼，与众多优秀的互联网和大数据企业毗邻，无形中给企业宣传带来了宝贵的财富。

3、本次购置办公楼是公司发展战略的重要组成部分，有助于进一步巩固公司在大数据领域的核心竞争力，保障公司未来发展战略的顺利实施，从而加速公司业务的健康快速发展。

4、公司目前租用的重庆市两江新区办公场所租赁面积仅有 2,278.81 平方米，拟购置总面积为 3,500 平方米的办公用房，从长远发展战略考虑，需为公司未来发展人员增长及业务发展预留一定的空间。

5、本次购置办公楼将能更好的为公司员工创造良好的工作环境，有利于稳定公司员工队伍，提升公司对人才的吸引力，打造优秀的研发团队。

（二）由轻资产转变为重资产对运营模式、财务结构的影响

公司 2018 年 12 月底的轻资产结构为（投资性房地产+固定资产）/资产总额=（1,917.58+379.40）/35,063.43=6.95%。

假设“总部基地建设项目”（投资额 11,816.68 万元）全部于 2018 年 12 月底建成，则公司 2018 年 12 月底的资产结构将逐步向重资产转变，资产结构将变为（投资性房地产+固定资产+“总部基地建设项目”的投资额）/（资产总额+“总部基地建设项目”的投资额）=（1,917.58+379.40+11,816.68）/（35,063.43+11,816.68）=30.40%。

1、上述资产转变对公司运营模式的影响

本次购置办公楼并不实质影响公司的运营模式，只是主要办公地将由租赁形式变为自有住房。

“总部基地建设项目”拟购置办公楼除用于员工办公外，1,500 ㎡将用作作私有云平台区域。私有云主要建设目标是建设 IaaS 云、PaaS 云亦或是 SaaS 云，根据博拉网络现有 E2C 平台发展的需要，以及企业数据资产和中小企业 SAAS 平台研发的需要，并且降低软硬件成本、实现应用系统快速部署、应对业务负载突发性增长需求、构建安全可靠自主可控的基础架构环境。

私有云平台的建设可降低公司运营成本，让承载数据及相关研发具有高度自控能力及高安全保障。运用私有云帮助公司自身更轻松、迅速地收集、管理和分析数据，从中挖掘出蕴含可贵商业价值的信息，最终为公司创造价值。

2、上述资产转变对公司财务结构的影响

（1）公司计划在重庆市两江新区购置总面积为 3,500 平方米的办公用房，建设总部基地。根据企业会计准则及公司的会计政策，总部基地的固定资产折旧年限为 40 年，净残值率为 5%，共 480 个月，年折旧费用为 188.61 万元，装修等费用按 8 年摊销计算，年摊销 109.38 万元。总部基地建设项目实施后前 8 年新增折旧摊销费用共计 297.99 万元，之后年折旧 188.61 万元。总部基地建设完成后，母公司及注册地在重庆的子公司均入驻新的办公地点，以目前重庆市两江新区写字楼场地月租金在 90 元/㎡左右计算，若租用与本项目建筑面积相同的办公场地，每月需要承担租金 31.50 万元左右，年租金 378.00 万元左右（尚不含装修增加的摊销费用）。因此，本项目选择购置办公用房，相较目前公司在重庆全部采取租房方式具有一定的成本优势，有利于减少未来办公场地租金持续上涨的风险。

（2）由于公司属于轻资产企业，向金融机构融资面临一定难度，因此一直采用直接融资方式筹集自身生产经营所需资金。通过购置办公用房，将能增加公司未

来间接融资的抵押物，便于优化公司的融资能力和融资方式，有利于未来经营业务的有序发展。

（3）本次购置办公楼，公司总资产规模、净资产规模都将得到显著增加，公司的资产负债结构亦将会得到进一步优化，将有助于公司使用财务杠杆的灵活性。公司资产规模的扩大将有助于抗风险能力的提升，并使公司未来能够继续适应日益增长的行业发展需求，提升公司的市场应变速度。

四、核查方式和核查过程

1、取得并查阅了募投项目的可行性研究报告；

2、取得并查阅了募投项目“博拉网络企业数据资产管理云平台升级改造项目”《重庆市企业投资项目备案证》（项目代码：2019-500112-65-03-067462）；

3、查阅了国家发改委《企业投资项目核准和备案管理办法》（中华人民共和国国家发展和改革委员会令第 2 号）和《重庆市企业投资项目核准和备案管理办法》等法律法规；

4、取得并查阅了上海博拉、广州博拉和发行人重庆地区的办公室场所租赁协议；

5、访谈发行人董秘黎健艺先生，了解上海博拉和广州博拉进行扩建的必要性及合理性，了解发行人拟购买写字楼而非通过租赁办公场所的原因及必要性；

6、访谈发行人财务负责人张花丽女士，了解发行人拟购买写字楼由轻资产转变为重资产对运营模式、财务结构的影响；

7、咨询重庆市发改委投资处，了解“区域方案中心建设项目”和“总部基地建设项目”是否需要履行备案手续。

五、核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、“企业数据资产管理云平台升级改造项目”已予备案，由于“区域方案中心建设项目”和“总部基地建设项目”均不属于固定资产投资项目，因此不属于备案范围，依照相关规定无需办理项目备案的相关手续；

2、公司在现有基础上扩建上海博拉与广州博拉是具有必要性和合理的；

3、公司拟购买写字楼而非通过租赁办公场所具有必要性和合理的；本次购置办公楼并不实质影响公司的运营模式，只是主要办公地将由租赁形式变为自有住房，

并增加私有云平台区域；本次购置办公楼，公司总资产规模、净资产规模都将得到显著增加，将有助于抗风险能力的提升，亦有助于公司使用财务杠杆的灵活性。

问题 48

招股说明书披露，股东大会选举董事、监事进行表决时，可以实行累计投票制。

请发行人明确是否采取累积投票制选举公司董事，并对股东投票制度建设情况进行说明。

回复：

一、请发行人明确是否采取累积投票制选举公司董事

截至本问询函回复出具日，发行人现行有效的《公司章程》未对是否采取累积投票制选举公司董事予以明确约定。

公司自整体变更以来共召开了 12 次股东大会，除 2019 年 4 月 8 日发行人召开的 2018 年年度股东大会选举董事、监事进行表决时采取了累积投票制以外，其余股东大会选举董事、监事进行表决时，均未采取累计投票制。

二、股东投票制度建设情况

股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据《公司章程》的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

除累积投票制外，股东大会对所有提案应当逐项表决。对同一事项有不同提案的，应当按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会不得对提案进行搁置或不予表决。

根据《公司章程（草案）》，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络方式，为股东参加股东大会提供便利。股东以网络投票方式进行投票表决的，按照中国证券监督管理委员会、证券交易所和中国证券登记结算有限责任公司等机构的相关规定以及本章程执行。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

三、发行人制定的上市后适用的《公司章程（草案）》以及《博拉网络股份有限公司累积投票制度实施细则》的相关规定

（一）《公司章程（草案）》第八十一条规定："董事、监事候选人名单以提案的方式提请股东大会表决。董事、监事提名的方式和程序如下：

（一）董事候选人的提名采取以下方式：

1、公司董事会提名；

2、单独持有或合并持有公司有表决权股份总数 3%以上的股东，其提名候选人人数不得超过拟选举或变更的董事人数。

董事选举应实行累积投票制。

（二）公司可以根据股东大会决议聘任独立董事，独立董事候选人的提名采取以下方式：

1、公司董事会提名；

2、公司监事会提名；

3、单独或合并持有公司已发行股份 1%以上的股东。

独立董事选举应实行累积投票制。

（三）监事候选人的提名采取以下方式：

1、公司监事会提名；

2、单独持有或合并持有公司有表决权股份总数 3%以上的股东，其提名候选人人数不得超过拟选举或变更的监事人数。

（四）股东提名董事、独立董事、监事候选人的须于股东大会召开 10 日前以书面方式将有关提名董事、独立董事、监事候选人的意图及候选人的简历提交公司董事会秘书，董事、独立董事候选人应在股东大会召开之前做出书面承诺（可以任何通知方式），同意接受提名，承诺所披露的资料真实、完整并保证当选后切实履行董事职责。提名董事、独立董事的由董事会负责制作提案提交股东大会；提名监事的由监事会负责制作提案提交股东大会；

（五）职工代表监事由公司职工代表大会、职工大会或其他形式民主选举产生。

股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。

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

董事、监事的提名、选举，若采用累积投票制，具体程序为：

每一股份有与所选董事、监事总人数相同的董事、监事提名权，股东可集中提名一名候选人，也可以分开提名若干候选人，最后按得票之多寡及本公司章程规定的董事、监事条件决定董事、监事候选人。

选举时，股东每一股份拥有与所选董事、监事总人数相同的投票权，股东可平均分开给每个董事、监事候选人，也可集中票数选一个或部分董事、监事候选人和有另选他人的权利，最后按得票之多寡及本公司章程规定的董事、监事条件决定董事、监事。”

（二）发行人召开的 2018 年年度股东大会审议通过《关于制定公司首次公开发行股票并上市后适用的制度》，经核查，发行人制定了上市后适用的《博拉网络股份有限公司累积投票制度实施细则》，主要内容如下：

“第四条 公司在选举两名及以上董事或监事时，应当实行累积投票制。董事会应当在召开股东大会通知中，表明该次董事、监事选举采用累积投票制。

第六条 当全部提案所提候选人多于应选人数时，应当进行差额选举。

第七条 股东大会选举董事或监事时，股东持有的每一股份均有与应选董事或监事人数相同的表决权，即股东在选举董事或监事时所拥有的全部表决票数，等于其所持有的股份数乘以应选董事或监事人数之积。

第八条 股东大会对董事候选人和监事候选人进行表决前，大会主持人应明确告知与会股东对董事候选人、监事候选人议案实行累积投票方式，董事会必须制备适合实行累积投票方式的选票，董事会秘书应对累积投票方式、选票填写方法做出说明和解释。

第九条 股东大会进行多轮选举时，应根据每轮选举应选举董事或监事人数重新计算各股东每轮拥有的投票表决权总数。公司董事会秘书应当在每轮累积投票表决前，宣布每位股东拥有的投票表决权总数。

第十条 股东大会在选举董事、监事时，股东可以将其拥有的表决票集中选举一人，也可以分散选举数人，但股东累计投出的票数不得超过其所享有的总表决票数，每位投票股东所投选的候选人数不能超过应选人数。

第十一条 股东对某一个或某几个董事或监事候选人行使的表决权总数多于其拥有的全部表决权时，该股东投票视为弃权；股东对某一个或某几个董事或监事候选人行使的表决权总数少于其拥有的全部表决权时，该股东投票有效，差额部分视为放弃表决权。

第十二条 独立董事和非独立董事应分开投票。具体操作如下：

（一）选举独立董事时，每位股东所拥有的投票表决权等于其持有的股份总数乘以该次股东大会应选独立董事人数的乘积数，该部分投票表决权只能投向本次股东大会的独立董事候选人；

（二）选举非独立董事时，每位股东所拥有的投票表决权等于其所持有的股份总数乘以该次股东大会应选非独立董事人数的乘积数，该部分投票表决权只能投向该次股东大会的非独立董事候选人。

第十三条 实行差额选举的，若两名以上董事、监事候选人所得票数完全相同，且只能其中部分候选人当选时，股东大会应对该几名候选人再次投票，所得票数多者当选。再次投票该几名候选人所得票数仍然完全相同的，应择期另行召开股东大会，重新履行提名候选人相关程序。

第十四条 实行等额选举的，当选董事、监事所获得的最低票数不应低于出席本次股东大会股东所持股份总数的二分之一，否则股东大会应对未当选的董事、监事候选人再次投票。再次投票仍不符合上述条件的，应择期另行召开股东大会，重新履行提名候选人等相关程序。”

问题 49

请控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上的股东，严格按照有关规定的要求，披露限售期结束后两年内的减持意向，说明届时减持的价格预期、减持股数，并对减持预披露内容进行更正。

回复：

发行人控股股东、实际控制人及持有发行人 5%以上的股东已出具《关于持股

意向、减持意向的承诺函》，对减持价格预期、减持数量进行了承诺。

关于控股股东、实际控制人及持有发行人5%以上的股东减持的价格预期、减持股数，已在招股说明书“第十节 投资者保护”之“三、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等做出的重要承诺及履行情况”之“（一）关于发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向的承诺”中补充披露如下：

2、本次发行前股东的持股及减持意向的相关承诺

（1）本公司控股股东——重庆同趣控股有限公司承诺：

“本公司如确因自身经济需求，可以在锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后，在不违反本公司关于本次发行上市已作出的相关承诺的前提下，视自身实际情况进行股份减持。本公司将根据需要通过集中竞价、大宗交易、协议转让或其他合法方式适当转让部分发行人股票，但不会因转让发行人股票影响本公司的控股股东地位。在本公司所持发行人股票锁定期满后两年内，每年减持的股份不超过本公司所持有发行人股份总数的25%，且减持价格不低于发行价。**发行人上市后6个月内，如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，则持有的发行人股份的锁定期限自动延长6个月。**若发行人股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，减持价格应相应调整。在实施减持时，应至少提前五个交易日告知发行人，并积极配合发行人的公告等信息披露工作。”

（2）本公司实际控制人——童毅承诺：

“（1）锁定期满后，为继续支持公司发展及回报股东，本人原则上将继续持有公司股份。如本人确有其他投资需求或急需资金周转，且采取其他渠道融资较难解决，确实需要减持公司股份时，在符合相关规定及承诺的前提下，本人将综合考虑二级市场股价的表现，减持所持有的部分公司股份。

（2）本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。**公司上市后6个月内，如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，则持有的发行人股份的锁定期限自动延长6个月。**若公司股票在本人持股期间发生派发股利、送股、转增股本等除息除权事项的，

减持价格将相应进行除权除息调整。

（3）本人减持时，减持行为将通过集中竞价、大宗交易及协议转让等法律法规、交易所规定的合法方式进行。

（4）本人所持首发前股份自限售期满之日起四年内，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的25%；并且，本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的公司股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的25%。

（5）公司上市后，本人在减持时将提前五个交易日履行公告义务。

（6）本承诺函一经作出，即对本人产生约束力；本人不因职务变更、离职等原因，而放弃履行承诺。”

（3）本次发行前持股比例超过5%的股东——重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）承诺：

“如果本合伙企业在股份锁定期满后两年内减持的，减持方式包括但不限于二级市场集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等，减持价格不低于发行人最近一期经审计的每股净资产。若发行人股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，减持价格应相应调整。在实施减持时，应至少提前三个交易日予以公告。”

（4）本次发行前持股比例超过5%的股东——重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）承诺：

“如果本合伙企业在股份锁定期满后两年内减持的，减持方式包括但不限于二级市场集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等，减持价格将不低于发行价。若发行人股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，减持价格应相应调整。在实施减持时，应至少提前三个交易日予以公告。”

问题 50

招股说明书多次使用广告性及宣传性用语，包括“已服务了大量世界及国内大中型品牌企业”“行业知名”等，还存在“某能源龙头企业园区中”“某知名汽车品牌”含糊表述。行业分析部分引用较多第三方数据。

请发行人：（1）对招股说明书全文进行校对，使用事实描述性语言，不得使用市场推广的宣传用语；披露内容应当清晰、明确、客观，对相关论述尽量提供

客观数据支持；（2）明确披露相关案例，若需豁免披露，请按照《审核问答》的相关要求提交豁免申请，中介机构应一并出具相关核查报告，经本所同意后方可豁免。

请保荐机构及发行人律师就发行人是否符合信息披露豁免申请的相关规定发表意见，如是，请补充提交信息豁免披露的申请文件。

请保荐机构核查引用数据的来源、数据是否公开、是否专门为本次发行上市准备、以及发行人是否为此支付费用或提供帮助、是否为定制的或支付的报告、一般性网络文章或非公开资料、是否是保荐机构所在证券公司的研究部门出具的报告，并发表明确意见。

回复：

一、对招股说明书全文进行校对，使用事实描述性语言，不得使用市场推广的宣传用语；披露内容应当清晰、明确、客观，对相关论述尽量提供客观数据支持。

发行人已对招股说明书全文进行了校对，并使用事实描述性语言就市场推广宣传用语进行了修订。发行人披露内容清晰、明确、客观，对相关论述补充提供了客观数据支持。

二、明确披露相关案例，若需豁免披露，请按照《审核问答》的相关要求提交豁免申请，中介机构应一并出具相关核查报告，经本所同意后方可豁免。

请保荐机构及发行人律师就发行人是否符合信息披露豁免申请的相关规定发表意见，如是，请补充提交信息豁免披露的申请文件。

发行人已修改“某能源龙头企业园区中”、“某知名汽车品牌”含糊表述，明确披露相关案例。

公司已按照《审核问答》的要求，向贵所提交了豁免申请，并经中介机构一并出具相关的核查报告。

三、请保荐机构核查引用数据的来源、数据是否公开、是否专门为本次发行上市准备、以及发行人是否为此支付费用或提供帮助、是否为定制的或支付的报告、一般性网络文章或非公开资料、是否是保荐机构所在证券公司的研究部门出具的报告，并发表明确意见。

经保荐机构核查，发行人招股说明书中引用数据来源于国家标准 GB/T 35274-

2017《信息安全技术大数据服务安全能力要求》、国际数据公司 IDC（全球著名的市场研究公司）、中国互联网协会、CNNIC（中国互联网络信息中心）、易观咨询（TMT 领域数据研究第三方机构）、中国信息通信研究院（工信部直属科研事业单位）、QuestMobile（中国移动互联网商业智能服务商）、贵阳大数据交易所、赛迪顾问、中国大数据产业生态联盟、艾瑞咨询（互联网研究第三方机构）等国内外权威行业协会、第三方研究机构，以及境内外上市公司年报或研究报告等公开资料，相关数据公开，非专门为本次发行上市准备，发行人未就获得此数据支付费用或提供帮助，非为定制的或支付的报告，非为一般性网络文章或非公开资料，不是保荐机构所在证券公司的研究部门出具的报告。

问题 51

请保荐机构核查发行人于全国中小企业股份转让系统挂牌期间、创业板申报审核期间披露的招股说明书的相关信息与本次申报文件是否存在重大差异，说明核查方式、核查过程，并发表明确意见。

回复：

通过对比发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌期间、创业板申报审核期间披露的招股说明书的相关信息与本次向上交所递交的首次公开发行股票并在科创板上市申请文件所披露的内容，发行人披露的信息存在部分差异。

保荐机构已在本问询函回复“问题 12”中发表明确意见，请参见该题回复内容。

问题 52

请保荐机构自查与发行人本次公开发行相关的媒体质疑情况，并就相关媒体质疑核查并发表意见。

回复：

保荐机构自查了《东方财富网》、《中国证券网》、《证券时报网》、《上海证券报》、《新浪财经》、《凤凰财经》等传统媒体及自媒体报道，媒体重点关注了发行人应收账款大幅增加、发行人经营活动产生的现金流量净额大幅下降，发行人产品毛利下降、发行人净资产收益率下滑、发行人研发费用率下降等问题。

一、针对发行人应收账款大幅增加问题

保荐机构已在本问询函回复“问题 12”、“问题 38”中发表明确意见，并在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、财务风险”之“（一）应收账款增加的风险”处作风险提示。

二、针对发行人经营活动产生的现金流量净额大幅下降问题

保荐机构已在本问询函回复“问题 46”中发表明确意见，并在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、财务风险”之“（三）经营性现金流状况不佳的风险”处作风险提示。

三、针对发行人产品毛利下降问题

保荐机构已在本问询函回复“问题 29”中发表明确意见，并在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、财务风险”之“（二）毛利率持续下降的风险”处作风险提示。

四、针对发行人净资产收益率下滑问题

保荐机构已在本问询函回复“问题 12”中发表明确意见，并在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、财务风险”之“（四）净资产收益率被摊薄的风险”处作风险提示。

五、针对发行人研发费用率下降问题

报告期内，公司研发投入具体情况如下：

单位：元

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1、职工薪酬	11,226,736.90	11,102,907.42	11,059,134.76
2、技术维护费	2,327,942.76	4,319,006.94	2,150,054.38
3、折旧费	241,741.34	273,325.81	180,656.27
4、其他	27,621.27	15,285.02	197,237.54
研发支出合计	13,824,042.27	15,710,525.19	13,587,082.95
研发支出占营业收入的比重	4.51%	8.75%	8.52%

发行人 2016 年至 2018 年的研发投入分别为 1,358 万、1,571 万、1,382 万元，主要是当期研发项目所需要的研发人员和相关投入支出。由于每年的研发课题和具体内容有所差异，因此发行人每年的研发投入总额会存在小幅差异，但总体而言保持在合理的波动范围内。2018 年的研发投入总额与前两年差异不大，但由于该年度公司销售收入大幅增长 70%，进而导致 2018 年的研发投入总额占营业收入的比

例显著下降。

2016-2018 年，公司共投入研发费用 4,312.165 万元，主要研发方向是场景应用系统和核心技术的拓展升级。研发涵盖数据采集工具、多渠道数据整合平台、数据分析系统、会员数据管理和运营平台，以及涉及企业管理、精准营销、电子商务、物联网、人工智能等各类场景应用的技术系统，这些研发产品可以根据客户功能需求进行自定义的搭配组装和应用，从而提升公司的开发效率，降低公司开发成本。未来公司的研发方向主要是围绕在企业大数据平台，行业大数据中台，中小企业 SaaS 服务平台等方面进行完善和升级，实现大企业更加个性化的服务，以及重点行业深耕植入及发力全面服务中小企业的战略规划提供技术平台支撑。

综上，发行人保持了研发投入金额的相对稳定性，确保了公司在技术和产品的持续创新力度。

此外，保荐机构已并在招股说明书“第四节 风险因素”之“一、技术风险”之“（三）研发投入波动风险”处作风险提示。

（本页无正文，为《博拉网络股份有限公司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）

博拉网络股份有限公司

2019 年 06 月 19 日

（本页无正文，为《申万宏源证券承销保荐有限责任公司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》之签署页）

保荐代表人： _____ _____

童　筝　　任俊杰

保荐机构总经理： _____

张　剑

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2019年 6 月 29 日

保荐机构申万宏源证券承销保荐有限责任公司

总经理声明

本人已认真阅读博拉网络股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，审核问询函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

张 剑

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2019 年 6 月 29 日