

创业板特别投资风险提示

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

深圳掌众智能科技股份有限公司

Shenzhen Zhangzhong Intelligent Technology Co., Ltd.

(深圳市南山区粤海街道科技路1号桑达科技大厦14楼南A)



掌众科技
ZHANGZHONG TECHNOLOGY

首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

(申报稿)

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

保荐机构（主承销商）



华菁证券有限公司

(上海市虹口区吴淞路575号2501室)

声明及承诺

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

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

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

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

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

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

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

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	46,152,277 股，占发行后总股本的 25%
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	184,609,108 股
保荐机构（主承销商）	华菁证券有限公司
招股说明书签署日期	2019 年【】月【】日

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别注意下列重大事项。

一、相关责任主体关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

（一）控股股东、实际控制人、董事长袁春关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

公司控股股东、实际控制人、董事长袁春已出具《关于股份锁定的承诺函》，承诺：

“1、自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份；

2、本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于公司股票发行价格；公司股票上市后 6 个月内如连续 20 个交易日的收盘价格均低于发行价格，或者上市后 6 个月期末收盘价格低于发行价格，本人持有的公司股票的锁定期自动延长 6 个月。公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，则上述发行价格将相应进行调整；

3、上述股份限售期（包括延长的锁定期）届满后，在本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式直接或者间接转让的股份不得超过本人直接或者间接持有的公司股份总数的 25%，所持股份不超过 1,000 股或因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外；离职后半年内，不转让本人直接或者间接持有的公司股份；

4、本人在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不得转让本人直接或者间接持有的公司股份；在首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不得转让本人直接或者间接持有的公司股份；

5、本人将遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、

高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性制度的规定，若中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本人将按相关要求执行。”

（二）持有公司 5%以上股份的股东、董事、总经理汪嫦关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

持有公司 5%以上股份的股东、董事、总经理汪嫦已出具《关于股份锁定的承诺函》，承诺：

“1、自公司股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份；

2、本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于公司股票发行价格；公司股票上市后 6 个月内如连续 20 个交易日的收盘价格均低于发行价格，或者上市后 6 个月期末收盘价格低于发行价格，本人持有的公司股票的锁定期自动延长 6 个月。公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，则上述发行价格将相应进行调整；

3、上述股份限售期（包括延长的锁定期）届满后，在本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式直接或者间接转让的股份不超过本人直接或者间接持有的公司股份总数的 25%，所持股份不超过 1,000 股或因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外；离职后半年内，不转让本人直接或者间接持有的公司股份；

4、本人在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不得转让本人直接或者间接持有的公司股份；在首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不得转让本人直接或者间接持有的公司股份；

5、本人将遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性制度的规定，若中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本人将按相关要求执行。”

（三）持有公司 5%以上股份的股东安赐互联陆号及其一致行动人安赐文创叁号、安赐互联并购关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

持有公司 5%以上股份的股东安赐互联陆号及其一致行动人安赐文创叁号、安赐互联并购已出具《关于股份锁定的承诺函》，承诺：

“1、自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份；

2、本企业将遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性文件的规定，若中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本企业持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本企业将按相关要求执行。”

（四）间接持有公司股份的董事、高级管理人员关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

间接持有公司股份的董事、高级管理人员石磊、程金文、樊文、刘莉已出具《关于股份锁定的承诺函》，承诺：

“1、自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份；

2、本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于公司股票发行价格；公司股票上市后 6 个月内如连续 20 个交易日的收盘价格均低于发行价格，或者上市后 6 个月期末收盘价格低于发行价格，本人持有的公司股票的锁定期自动延长 6 个月。公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，则上述发行价格将相应进行调整；

3、上述股份限售期（包括延长的锁定期）届满后，在本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式直接或者间接转让的股份不超过本人直接或者间接持有的公司股份总数的 25%，所持股份不超过 1,000 股或因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份

变动的除外；离职后半年内，不转让本人直接或者间接持有的公司股份；

4、本人在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不得转让本人直接或者间接持有的公司股份；在首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不得转让本人直接或者间接持有的公司股份；

5、本人将遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性制度的规定，若中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本人将按相关要求执行。”

（五）间接持有公司股份的监事关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

间接持有公司股份的监事舒东树、喻涛已出具《关于股份锁定的承诺函》，承诺：

“1、自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份；

2、上述股份限售期届满后，在本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年通过集中竞价、大宗交易、协议转让等方式直接或者间接转让的股份不超过本人直接或者间接持有的公司股份总数的 25%，所持股份不超过 1,000 股或因司法强制执行、继承、遗赠、依法分割财产等导致股份变动的除外；离职后半年内，不转让本人直接或者间接持有的公司股份；

3、本人在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内申报离职的，自申报离职之日起 18 个月内不得转让本人直接或者间接持有的公司股份；在首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间申报离职的，自申报离职之日起 12 个月内不得转让本人直接或者间接持有的公司股份；

4、本人将遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性制度的规定，若中国证

券监督管理委员会、深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本人将按相关要求执行。”

（六）其他持有公司 1%以上股份的股东关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺

其他持有公司 1%以上股份的股东奥瑞佳、佳云科技、掌众共创、苏运荣、广发乾和、李维、振粤一号、周伟民、金雅福博熙、鸿盈景祥、吕敏强、扬天下、林辉、广发证券、郭志清已出具《关于股份锁定的承诺函》，承诺：

“1、自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人/本企业直接或者间接持有的公司首次公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份；

2、本人/本企业将遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性文件的规定，若中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本人/本企业直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本人/本企业将按相关要求执行。”

（七）其他持有公司首次公开发行股票前股份的股东的限售安排

根据《公司法》等相关法律法规的规定，本次发行前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。

此外，其他持有公司首次公开发行股票前股份的股东还应遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性文件的规定，若中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对其直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，其应按相关要求执行。

二、公司首次公开发行股票前持有 5%以上股份的股东及其一致行动人的持股意向及减持意向

公司首次公开发行股票前持有 5%以上股份的股东及其一致行动人包括：（1）公司控股股东、实际控制人袁春；（2）公司持有 5%以上股份的股东、董事、总

经理汪嫦；（3）公司持有 5% 以上股份的股东安赐互联陆号及其一致行动人安赐文创叁号、安赐互联并购。

（一）公司控股股东、实际控制人袁春的持股意向及减持意向

公司控股股东、实际控制人袁春已出具《关于持股意向及减持意向的承诺函》，具体内容如下：

“本人持续看好公司的发展前景，愿意长期持有公司股票。如锁定期满后拟减持公司股票，将严格遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价的需要，审慎制定股票减持计划。本人自锁定期满之日起两年内减持股份的具体安排如下：

1、减持价格：减持价格将不低于公司首次公开发行股票时的发行价格。公司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，则上述发行价格将相应进行调整；

2、减持方式：将通过深圳证券交易所竞价交易系统、大宗交易平台或深圳证券交易所允许的其他转让方式减持公司股票；

3、信息披露：所持股票在锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日通知公司，并由公司在减持前 3 个交易日予以公告；

4、本人将遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性制度的规定，若中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本人将按相关要求执行。”

（二）公司持有 5% 以上股份的股东汪嫦的持股意向及减持承诺

公司持有 5% 以上股份的股东汪嫦已出具《关于持股意向及减持意向的承诺函》，具体内容如下：

“本人持续看好公司的发展前景，愿意长期持有公司股票。如锁定期满后拟减持公司股票，将严格遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价的需要，审慎制定股票减持计划。本人自锁定期满之日起两年内减持股份的具体安排如下：

1、减持价格：减持价格将不低于公司首次公开发行股票时的发行价格。公

司如有派息、送股、资本公积金转增股本、配股等除权除息事项，则上述发行价格将相应进行调整；

2、减持方式：将通过深圳证券交易所竞价交易系统、大宗交易平台或深圳证券交易所允许的其他转让方式减持公司股票；

3、信息披露：所持股票在锁定期满后两年内减持的，将提前 5 个交易日通知公司，并由公司在减持前 3 个交易日予以公告；

4、本人将遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性文件的规定，若中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本人直接或者间接持有的公司股份的转让、减持另有要求的，本人将按相关要求执行。”

（三）公司持有 5%以上股份的股东安赐互联陆号及其一致行动人安赐文创叁号、安赐互联并购的持股意向及减持承诺

公司持有 5%以上股份的股东安赐互联陆号及其一致行动人安赐文创叁号、安赐互联并购已出具《关于持股意向及减持意向的承诺函》，具体内容如下：

“本企业持续看好公司的发展前景，愿意长期持有公司股票。如锁定期满后拟减持公司股票，将严格遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价的需要，审慎制定股票减持计划。本企业自锁定期满之日起至本企业与本企业的一致行动人合计持有公司 5%以上股份期间减持股份的具体安排如下：

1、减持价格：减持当日的市场价格；

2、减持方式：将通过深圳证券交易所竞价交易系统、大宗交易平台或深圳证券交易所允许的其他转让方式减持公司股票；

3、信息披露：将提前 5 个交易日通知公司，并由公司在减持前 3 个交易日予以公告；

4、本企业将遵守《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等法律、法规、规范性文件的规定，若中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所对本企业持有的公司股份的转让、减持

另有要求的，本企业将按相关要求执行。”

三、上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价措施的预案

为稳定公司股价，保护中小股东和投资者利益，公司制定了《关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价措施的预案》，并经 2019 年 11 月 22 日召开的 2019 第七次临时股东大会审议通过。

（一）启动稳定公司股价预案的条件和主体

公司上市后三年内，如非因不可抗力因素所致，公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司最近一期未经审计的每股净资产（因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）时，在符合国家相关法律法规的前提下，公司及相关主体将采取以下措施中的一项或多项稳定公司股价：（1）公司回购股票；（2）公司控股股东、实际控制人袁春增持公司股票；（3）公司非独立董事、高级管理人员（既包括在公司上市时任职的非独立董事、高级管理人员，也包括公司上市后三年内新任职的非独立董事、高级管理人员）增持公司股票；（4）其他证券监管部门认可的方式。

（二）稳定公司股价的具体安排

1、股价稳定措施的方式

- （1）公司回购股票；
- （2）公司控股股东、实际控制人增持公司股票；
- （3）公司非独立董事、高级管理人员增持公司股票。

选用前述方式时应考虑：

- （1）不能导致公司不满足法定上市条件；
- （2）不能迫使相关主体履行要约收购义务；
- （3）符合相关法律、法规、规章、规范性文件及证券交易所的相关规定。

2、股价稳定措施的实施顺序

（1）第一顺位选择为公司回购股票，在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下，公司将在 15 个交易日内召开董事会。

（2）第二顺位选择为公司控股股东、实际控制人袁春增持公司股票。在下列情形之一出现时，将启动第二顺位选择：

①公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，且公司控股股东、实际控制人袁春增持公司股票不会致使公司不满足法定上市条件，或迫使其履行要约收购义务；

②公司虽实施股票回购计划但仍未满足“公司股票连续 10 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期末经审计的每股净资产”之条件，且公司控股股东、实际控制人袁春增持公司股票不会致使公司不满足法定上市条件，或迫使其履行要约收购义务。

（3）第三顺位选择为公司非独立董事、高级管理人员增持公司股票。在下列情形之一出现时，将启动第三顺位选择：

①公司控股股东、实际控制人袁春继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件，或将迫使其履行要约收购义务，且公司非独立董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司不满足法定上市条件，或迫使其履行要约收购义务；

②在公司控股股东、实际控制人袁春增持公司股票方案实施完成后，如公司股票仍未满足“公司股票连续 10 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期末经审计的每股净资产”之条件，且公司非独立董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司不满足法定上市条件，或迫使其履行要约收购义务。

公司稳定股价措施实施完毕及承诺履行完毕后，如公司股票价格再度触发启动股价稳定措施的条件，则本公司、本公司控股股东、实际控制人袁春以及本公司非独立董事、高级管理人员等相关责任主体将继续按照上述承诺履行相关义务。

（三）公司回购股票的程序

在达到触发启动股价稳定措施条件的情况下，公司将在 15 个交易日内召开董事会，综合考虑公司经营发展实际情况、所处行业情况、股价的二级市场表现情况、现金流量状况、社会资金成本和外部融资环境等因素，依法审议是否实施回购股票的决议，若决定回购公司股份的，将一并审议回购数量、回购期限、回购价格等具体事项，同时提交股东大会批准并履行相应公告程序。

公司将在董事会作出实施回购股份决议出具之日起 30 个交易日内召开股东

大会，审议实施回购股票的议案，公司股东大会对实施回购股票作出决议，必须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。一个会计年度内，公司用于回购的资金总额不超过上一年度经审计的归属于母公司所有者的净利润的 50%，且回购数量不超过公司股本总额的 2%，具体回购股票的数量等事项将在启动股价稳定措施时提前公告。用于回购的资金来源为公司自有资金。

公司股东大会批准实施回购股票的议案后，公司将依法履行相应的公告、备案等义务。在满足法定条件下，公司依照决议通过的实施回购股票的议案中所规定的价格区间、期限实施回购。

除非出现下列情形之一，公司将在股东大会决议作出之日起 6 个月内回购股票：

- 1、公司股票连续 10 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期末经审计的每股净资产；
- 2、继续回购股票将导致公司不满足法定上市条件。

单次实施回购股票完毕或终止后，就本次回购的公司股票，公司将按照《公司法》等法律法规规定，办理股份注销。

（四）公司控股股东、实际控制人增持公司股票的程序

1、启动程序

（1）公司未实施股票回购计划

在达到触发启动股价稳定措施条件时，若同时满足以下三种情形：

- ①公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准；
- ②公司控股股东、实际控制人袁春增持公司股票不会致使公司不满足法定上市条件；
- ③公司控股股东、实际控制人袁春增持公司股票不会迫使其履行要约收购义务。

公司控股股东、实际控制人袁春须在公司股东大会作出不实施回购股票计划的决议之日起 30 个交易日内，向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

（2）公司已实施股票回购计划

在达到触发启动股价稳定措施条件时，若同时满足以下三种情形：

- ①公司实施股票回购计划后，仍未满足“公司股票连续 10 个交易日的收盘价

均已高于公司最近一期未经审计的每股净资产”之条件；

②公司控股股东、实际控制人袁春增持公司股票不会致使公司不满足法定上市条件；

③公司控股股东、实际控制人袁春增持公司股票不会迫使其履行要约收购义务。

公司控股股东、实际控制人袁春须在公司股票回购计划实施完毕或终止之日起 30 个交易日内，向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

2、公司控股股东、实际控制人增持公司股票的计划

在履行相应的公告等义务后，公司控股股东、实际控制人袁春将在满足法定条件下依照方案中所规定的价格区间、期限实施增持。

公司不得为控股股东、实际控制人袁春实施增持公司股票提供资金支持。

除非出现下列情形之一，公司控股股东、实际控制人袁春将在增持方案公告之日起 6 个月内实施增持公司股票计划，且一个会计年度内累计增持股票的数量不超过公司股本总额的 1%：

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

(2) 继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

(3) 继续增持股票将迫使其履行要约收购义务。

(五) 公司非独立董事、高级管理人员增持公司股票的程序

1、启动程序

(1) 公司控股股东、实际控制人未实施股票增持计划

在达到触发启动股价稳定措施条件时，若同时满足以下四种情形：

①公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，或公司实施股票回购计划后，仍未满足“公司股票连续 10 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期未经审计的每股净资产”之条件；

②公司控股股东、实际控制人袁春增持公司股票将致使公司不满足法定上市条件，或迫使其履行要约收购义务；

③公司非独立董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司不满足法定上市条件；

④公司非独立董事、高级管理人员增持公司股票不会迫使其履行要约收购义务。

公司非独立董事、高级管理人员须在公司控股股东、实际控制人袁春作出不实施增持股票计划的公告之日起 30 个交易日内，向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

（2）公司控股股东已实施股票增持计划

在达到触发启动股价稳定措施条件时，若同时满足以下四种情形：

①公司无法实施回购股票或回购股票议案未获得公司股东大会批准，或公司实施股票回购计划后，仍未满足“公司股票连续 10 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期未经审计的每股净资产”之条件；

②公司控股股东、实际控制人袁春实施股票增持计划后，仍未满足“公司股票连续 10 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期未经审计的每股净资产”之条件；

③公司非独立董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司不满足法定上市条件；

④公司非独立董事、高级管理人员增持公司股票不会迫使其履行要约收购义务。

公司非独立董事、高级管理人员须在公司控股股东、实际控制人袁春股票增持计划实施完毕或终止之日起 30 个交易日内，向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

2、公司非独立董事、高级管理人员增持公司股票的计划

在履行相应的公告等义务后，公司非独立董事、高级管理人员将在满足法定条件下依照方案中所规定的价格区间、期限实施增持。

公司不得为公司非独立董事、高级管理人员实施增持公司股票提供资金支持。

除非出现下列情形之一，公司非独立董事、高级管理人员将在增持方案公告之日起 6 个月内实施增持公司股票计划，且用于增持股票的资金不低于其上一年度于公司取得薪酬总额的 50%：

（1）公司股票连续 10 个交易日的收盘价均已高于公司最近一期未经审计的

每股净资产；

(2) 继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件；

(3) 继续增持股票将迫使其履行要约收购义务。

公司在未来聘任新的非独立董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行股票并上市时公司非独立董事、高级管理人员已做出的稳定股价承诺和未履行承诺的约束措施。

（六）稳定公司股价承诺的约束措施

当触发启动股价稳定措施的具体条件时，公司将根据证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件的要求，以及有关稳定股价预案的内容，严格执行有关股份回购稳定股价事项。

若公司控股股东、实际控制人袁春未能履行稳定公司股价的承诺，则公司有权自其未能履行承诺之日起对其领取的薪酬和取得的分红予以扣留，并专项用于履行上述承诺，直至其履行增持义务。

若公司非独立董事、高级管理人员未能履行稳定公司股价的承诺，则公司有权自其未能履行承诺之日起对其从公司领取的薪酬和取得的分红予以扣留，并专项用于履行上述承诺，直至其履行增持义务。

（七）稳定股价的具体承诺

公司控股股东、实际控制人袁春已出具《关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价措施的预案的承诺函》，承诺：“自公司上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于其最近一期未经审计的每股净资产（因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），则在公司按照《关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价措施的预案》启动稳定股价方案时，本人将严格按照稳定公司股价方案的要求，依法履行相应的义务。”

公司非独立董事、高级管理人员已出具《关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价措施的预案的承诺函》，承诺：“自公司上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于其最近一期未经审计的每股净资产（因利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整），则在公司按照《关于上市后三年

内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价措施的预案》启动稳定股价方案时，本人将严格按照稳定公司股价方案的要求，依法履行相应的义务。”

四、相关责任主体关于招股说明书信息披露的承诺

（一）公司关于招股说明书信息披露的承诺

公司已出具《关于招股说明书信息披露的承诺函》，具体内容如下：

“1、公司保证公司首次公开发行股票招股说明书的内容真实、准确、完整；
2、公司对公司首次公开发行股票招股说明书进行了核查，确认其不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承诺：如果中国证券监督管理委员会或司法机关认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受实际损失的，公司将依法赔偿投资者损失；

3、如果公司首次公开发行股票招股说明书被中国证券监督管理委员会或司法机关认定为存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在有关违法事实认定后公司将回购首次公开发行的全部新股；

4、公司将在中国证券监督管理委员会或司法机关相关行政处罚或判决作出之日起 20 个工作日内召开董事会，并将按照董事会、股东大会审议通过的股份回购具体方案回购本公司首次公开发行的全部新股，回购价格以本公司股票发行价格和有关违法事实被中国证券监督管理委员会或司法机关认定之日前 30 个交易日本公司股票交易均价的孰高者确定。公司上市后发生除权除息事项的，上述发行价格及回购股份数量应做相应调整。”

（二）公司控股股东、实际控制人袁春关于招股说明书信息披露的承诺

公司控股股东、实际控制人袁春已出具《关于招股说明书信息披露的承诺函》，具体内容如下：

“1、保证公司首次公开发行股票招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件的内容真实、准确、完整；

2、本人对公司首次公开发行股票招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件进行了核查，确认其不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗

漏；

3、如果中国证券监督管理委员会或司法机关等有权部门认定公司招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受实际损失的，本人将依法赔偿投资者损失；

4、如果公司首次公开发行股票招股说明书被中国证券监督管理委员会或司法机关认定为存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在中国证券监督管理委员会或司法机关等有权部门作出最终认定或生效判决后，促使公司召开股东大会回购首次公开发行的全部新股，并在股东大会中投赞成票。”

（三）公司董事、监事、高级管理人员关于招股说明书信息披露的承诺

公司董事、监事、高级管理人员已出具《关于招股说明书信息披露的承诺函》，具体内容如下：

“1、本人已对公司首次公开发行股票招股说明书进行了核查，确认其不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任；

2、如果中国证券监督管理委员会或者司法机关认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

（四）与本次发行相关的中介机构承诺

保荐机构（主承销商）华菁证券有限公司已出具《关于赔偿投资者损失的承诺》，承诺：“如因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。”

审计机构、验资复核机构天健会计师事务所（特殊普通合伙）已出具《关于赔偿投资者损失的承诺》，承诺：“因本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，如能证明本所没有过错的除外。”

发行人律师广东华商律师事务所已出具《关于赔偿投资者损失的承诺》，承诺：“因本所为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

资产评估机构坤元资产评估有限公司已出具《关于赔偿投资者损失的承诺》，承诺：“如因本机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的坤元评报（2012）320号《资产评估报告》有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

五、本次发行前滚存利润的安排

经2019年11月22日召开的2019年度第七次临时股东大会审议通过，公司首次公开发行股票完成前滚存的未分配利润由发行后新老股东按照持股比例共享。如因国家财会政策调整而相应调整前述未分配利润数额，以调整后的数额为准。

六、利润分配政策

2019年11月22日，公司2019年第七次临时股东大会审议通过了公司发行上市后适用的《公司章程（草案）》，对本次发行完成后的股利分配政策规定如下：

（一）公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

（二）公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

（三）公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会

召开后 2 个月内完成股利(或股份)的派发事项。

（四）公司利润分配政策和决策程序如下：

1、公司利润分配政策：

（1）利润分配原则：公司实行积极的利润分配政策，公司的利润分配应重视对社会公众股东的合理投资回报，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，应保持利润分配政策的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定；

（2）利润分配方式：公司利润分配可采取现金、股票、现金股票相结合或者法律许可的其他方式；优先考虑现金方式分配利润；

（3）分红条件：

①现金分红条件：当公司当年度的可供分配利润为正值（即在弥补以前年度亏损和依法提取法定公积金、任意公积金的利润为正值且审计机构对公司该年度财务报告出具无保留意见的审计报告）时，公司应当进行现金分红；

②采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；

（4）现金分红比例：在满足现金分红条件时，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 10%，三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十。公司董事会应综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策；

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

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

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

④公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

（5）在满足现金分红条件时，公司在保证正常经营和长远发展的前提下，原则上每年进行一次现金分红，公司可以根据实际经营状况进行中期现金分红。

2、利润分配的决策程序：

（1）公司每年的利润分配预案由董事会结合本章程的规定、盈利状况和资金供需情况提出和拟定，经董事会全体董事过半数表决通过并经三分之二以上独立董事表决通过后提交股东大会审议；独立董事应当对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具独立意见；

（2）董事会制定现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见；

（3）独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

（4）如果公司在上一会计年度实现盈利，但公司董事会在上一会计年度结束后未制定现金利润分配方案或者按低于本章程规定的现金分红比例进行利润分配的，应当在定期报告中详细说明不分配利润或者按低于本章程规定的现金分红比例进行分配的原因、未用于分配的未分配利润留存于公司的用途；独立董事应当对此发表独立意见；

（5）股东大会在对利润分配预案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（6）公司应当严格执行本章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司因投资规划、实际经营情况、股东意愿和要求等因素需对本章程规定的利润分配政策进行调整或者变更的，应由董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，并经独立董事认可后方能够提交董事会审议，独立董事应当对利润分配政策调整发表独立意见；调整利润分配政策的议案经董事会审议通过后提交股东大会以特别决议审议通过。公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

（五）公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- 1、是否符合本章程的规定或者股东大会决议的要求；
- 2、分红标准和比例是否明确和清晰；

- 3、相关的决策程序和机制是否完备；
- 4、独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；
- 5、中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

七、填补被摊薄即期回报的承诺

本次发行后，公司净资产将增加，公司净资产收益率短期内存在被摊薄的风险；本次发行后，公司股本将扩大，而募集资金投资项目尚未达产的情况下，公司每股收益短期内存在被摊薄的风险。为降低本次发行摊薄即期回报的影响，公司承诺在募集资金到位后采取以下措施提高回报投资者的能力：

（一）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

1、加强募集资金管理和运用

公司已按照相关法律法规、规范性文件的要求制定了《募集资金管理制度》，规范募集资金的使用。本次发行募集资金将存放于董事会指定的募集资金专项账户中。本次发行募集资金到位后，公司将有序推进募集资金投资项目投入，尽快产生效益回报股东。同时，公司将根据相关法律、法规和《募集资金管理制度》的要求，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

2、促进公司健康发展，奠定未来快速发展的基础

本次发行后，从短期来看，公司的资金压力和经营压力将随财务费用的降低和流动资金的补充得以缓解；从中长期来看，随着募投项目的建设落地，公司的核心竞争力将得以巩固，为公司在日趋激烈的市场竞争中快速发展奠定基础，能够有效的提升公司盈利能力，有利于股东财富的保值增值。

3、不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理

人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

4、完善并执行利润分配制度，强化投资者回报机制

根据中国证券监督管理委员会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发〔2012〕37号）、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告〔2013〕43号）等规定要求，公司对《公司章程（草案）》中有关利润分配的相关条款进行了修订，进一步明确了利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则。上市后，公司将严格执行《公司章程（草案）》等相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

（二）公司董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的承诺

公司董事、高级管理人员承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并根据中国证券监督管理委员会相关规定对公司填补即期回报措施能够得到切实履行出具《关于填补被摊薄即期回报的承诺函》，承诺：

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

2、对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

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

5、拟公布的公司股权激励的行权条件（如有）与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。”

（三）公司控股股东、实际控制人袁春关于填补被摊薄即期回报的承诺

公司控股股东、实际控制人袁春根据中国证券监督管理委员会相关规定，对公司填补即期回报措施能够得到切实履行出具《关于填补被摊薄即期回报的承诺函》，承诺：

“不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。”

八、相关责任主体关于承诺履行约束措施的承诺

（一）公司关于承诺履行约束措施的承诺

公司已出具《关于承诺履行约束措施的承诺函》，承诺：

“公司将严格履行对公司首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，并接受以下约束措施：

1、如公司非因自然灾害、法律、法规变化或其他不可抗力因素，未履行公开承诺事项的，公司将采取以下措施：

（1）及时在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）如该违反的承诺属可以继续履行的，公司将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，公司将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议；

（3）公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由公司依法赔偿投资者的损失；公司因违反承诺有违法所得的，按相关法律法规处理。

2、如公司因自然灾害、法律、法规变化或其他不可抗力因素导致未能履行公开承诺事项的，公司将采取以下措施：

（1）及时在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因；

（2）尽快制定将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护投资者利益。”

（二）公司控股股东、实际控制人袁春关于承诺履行约束措施的承诺

公司控股股东、实际控制人袁春已出具《关于承诺履行约束措施的承诺函》，承诺：

“本人将严格履行对公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，并接受以下约束措施：

1、如本人非因自然灾害、法律、法规变化或其他不可抗力因素，未履行公开承诺事项的，本人将采取以下措施：

（1）通过公司及时在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议；

（3）本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人依法赔偿投资者的损失；本人因违反承诺而获得收益的，将归公司所有；

（4）其他根据届时规定可以采取的措施。

2、如本人因自然灾害、法律、法规变化或其他不可抗力因素导致未能履行公开承诺事项的，本人将采取以下措施：

（1）通过公司在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）尽快作出将公司和投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司和投资者利益。”

（三）其他持有公司 5%以上股份的股东及其一致行动人关于承诺履行约束措施的承诺

公司持有 5%以上股份的股东汪嫦，持有 5%以上股份的股东安赐互联陆号及其一致行动人安赐文创叁号、安赐互联并购已出具《关于承诺履行约束措施的承诺函》，承诺：

“本人/本企业将严格履行对公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，并接受以下约束措施：

1、如本人/本企业非因自然灾害、法律、法规变化或其他不可抗力因素，未履行公开承诺事项的，本人/本企业将采取以下措施：

（1）通过公司及时在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）如该违反的承诺属可以继续履行的，本人/本企业将及时、有效地采取

措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人/本企业将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议；

（3）本人/本企业承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人/本企业依法赔偿投资者的损失；本人/本企业因违反承诺而获得收益的，将归公司所有；

（4）其他根据届时规定可以采取的措施。

2、如本人/本企业因自然灾害、法律、法规变化或其他不可抗力因素导致未能履行公开承诺事项的，本人/本企业将采取以下措施：

（1）通过公司在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）尽快作出将公司和投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司和投资者利益。”

（四）其他持有公司 1%以上股份的股东关于承诺履行约束措施的承诺

公司其他持有公司 1%以上股份的股东奥瑞佳、佳云科技、掌众共创、苏运荣、广发乾和、李维、振粤一号、周伟民、金雅福博熙、鸿盈景祥、吕敏强、扬天下、林辉、广发证券、郭志清已出具《关于承诺履行约束措施的承诺函》，承诺：

“本人/本企业将严格履行对公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，并接受以下约束措施：

1、如本人/本企业非因自然灾害、法律、法规变化或其他不可抗力因素，未履行公开承诺事项的，本人/本企业将采取以下措施：

（1）通过公司及时在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）如该违反的承诺属可以继续履行的，本人/本企业将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人/本企业将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议；

（3）本人/本企业承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人/本企业依法赔偿投资者的损失；本人/本企业因违反承诺而获得收益的，将归公司所有；

（4）其他根据届时规定可以采取的措施。

2、如本人/本企业因自然灾害、法律、法规变化或其他不可抗力因素导致未能履行公开承诺事项的，本人/本企业将采取以下措施：

（1）通过公司在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）尽快作出将公司和投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司和投资者利益。”

（五）公司董事、监事、高级管理人员关于承诺履行约束措施的承诺

公司其他董事、监事、高级管理人员石磊、张瑞广、胡正清、钟明霞、舒东树、喻涛、王智敏、程金文、樊文、刘莉已出具《关于承诺履行约束措施的承诺函》，承诺：

“本人将严格履行对公司就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，并接受以下约束措施：

1、如本人非因自然灾害、法律、法规变化或其他不可抗力因素，未履行公开承诺事项的，本人将采取以下措施：

（1）通过公司及时在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议；

（3）本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人依法赔偿投资者的损失；本人因违反承诺而获得收益的，将归公司所有；

（4）其他根据届时规定可以采取的措施。

2、如本人因自然灾害、法律、法规变化或其他不可抗力因素导致未能履行

公开承诺事项的，本人将采取以下措施：

（1）通过公司在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）尽快作出将公司和投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司和投资者利益。”

九、财务报告审计截止日后的经营状况

本招股说明书财务报告审计基准日为 2019 年 6 月 30 日，财务报告审计基准日至本招股说明书签署日之间，公司经营状况正常，经营模式无重大变化，管理层及主要核心业务人员保持稳定，未出现对公司生产经营能力产生重大不利影响的事项。

十、对公司持续盈利能力可能产生重大不利影响的因素及保荐人对公司持续盈利能力的核查结论意见

对公司持续盈利能力可能产生重大不利影响的因素已在本招股说明书“第四节 风险因素”进行了充分披露。保荐机构经核查后认为：发行人主营业务突出，具有较强的自主创新能力和核心竞争力，在所处细分领域具有一定市场地位和影响力，成长性良好，根据行业未来发展趋势及发行人当前经营情况，发行人具备持续盈利能力。

十一、特别风险提示

本公司提醒投资者仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别注意下列风险因素：

（一）市场竞争的风险

随着移动互联网技术不断发展，移动数字营销行业亦随之高速发展，行业内企业在技术水平、服务能力、客户及媒体资源、业务模式创新等方面的竞争亦日益加剧。移动数字营销企业必须紧跟行业发展潮流，方可在激烈的竞争与快速的变革中保持稳定发展。

公司专注于移动数字营销行业，管理团队在移动数字营销行业从业多年，拥有丰富的服务经验与资源。尽管目前公司在移动数字营销领域具有一定的竞争优势，但如果公司无法适应移动数字营销行业的市场变化，不能根据行业与市场的

变化及时调整发展战略，保持与增强自身市场竞争力，竞争优势可能被削弱，进而对公司经营产生不利影响。

（二）核心技术人员和技术人才流失的风险

公司作为技术创新型企业，且所属的移动数字营销行业是新兴发展的行业，急需知识交叉型复合人才，既要熟悉传统传媒行业的运作逻辑，也要对移动互联网的传播特性有深入了解，以便能够跟上行业日新月异、推陈出新的步伐。公司自成立以来一直重视技术开拓、产品研发以及研发团队的建设，培养、积累了一批高素质研发人员，并且良好的公司文化和人性化的公司制度吸引优质人才。当前公司多项产品和技术处于研发阶段，核心人员稳定对公司的发展尤为重要。如果未来公司不能有效维持核心人员的激励机制并根据环境变化而持续完善，将会影响到核心人员的积极性和创造性，甚至造成核心人员的流失；同时，如未来公司不能对内保留并从外引进与其发展所需密切相关的技术及运营人才，导致核心员工大量流失，将可能对其长期稳定的发展带来一定的不利影响。

（三）数据存储安全和广告内容审核风险

公司严格按照国家有关法规和公司内控文件，充分保障数据存储安全，公司智能广告平台系统已通过信息系统安全保护等级 3 级测评。但如果公司的技术保障体系没能阻挡互联网上的恶意软件、病毒的影响，或者受到黑客攻击，将会影响公司信息系统正常运行、损害公司的市场声誉，并对公司经营业绩造成不利影响。

此外，报告期内公司未发生因广告内容审核违规而遭受处罚的情形。但是，随着公司业务规模的扩大，仍存在因广告内容审核失误等原因导致公司受到罚款、行政处罚，或导致公司形象受到损害、广告客户流失和广告收入下降等风险。

（四）应收账款风险

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司应收账款账面价值分别为 8,232.55 万元、4,971.05 万元、8,929.91 万元和 7,961.61 万元，占当年度营业收入的比例分别为 35.23%、12.12%、16.00%和 11.84%。

报告期内，公司应收账款结构主要以一年内到期的为主，不存在账龄较长的大额应收账款，账龄结构合理，公司亦制定了较为严格的坏账准备计提政策，足

额计提坏账准备。但是应收账款规模的增长加大了营运资金的占用，不利于经营效率的提高，也可能由此发生坏账而使公司遭受损失。公司通过事前把关、事中监控、事后催收等控制措施强化了客户信用管理和应收账款管理，但仍存在个别客户因自身原因经营不善或存在纠纷等导致应收账款无法按时收回或无法全额收回的风险。

目 录

声明及承诺	1
本次发行概况	2
重大事项提示	3
一、相关责任主体关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺	3
二、公司首次公开发行股票前持有 5% 以上股份的股东及其一致行动人的持股意向及减持意向	7
三、上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价措施的预案	10
四、相关责任主体关于招股说明书信息披露的承诺	16
五、本次发行前滚存利润的安排	18
六、利润分配政策	18
七、填补被摊薄即期回报的承诺	21
八、相关责任主体关于承诺履行约束措施的承诺	23
九、财务报告审计截止日后的经营状况	27
十、对公司持续盈利能力可能产生重大不利影响的因素及保荐人对公司持续盈利能力的核查结论意见	27
十一、特别风险提示	27
目 录	30
第一节 释义	34
一、普通术语	34
二、专业术语	36
第二节 概览	40
一、公司简要情况	40
二、公司控股股东、实际控制人简要情况	41
三、公司主要财务数据及财务指标	41
四、募集资金用途	43
第三节 本次发行情况	45
一、本次发行的基本情况	45
二、本次发行有关当事人	45
三、发行人与有关中介机构的关系	48
四、与本次发行上市有关的重要日期	48
第四节 风险因素	49
一、市场风险	49
二、经营风险	49
三、财务与税收风险	51
四、募集资金投资项目风险	52

五、证券市场风险	53
第五节 公司基本情况	55
一、公司基本情况	55
二、公司设立情况	55
三、公司重大资产重组情况	56
四、公司产权关系与内部组织架构情况	60
五、公司控股、参股公司基本情况	62
六、公司实际控制人、持有 5% 以上股份的主要股东基本情况	77
七、公司股本情况	82
八、公司正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况	87
九、公司员工情况	90
十、公司、公司控股股东、实际控制人、持有公司 5% 以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施	91
第六节 业务与技术	93
一、主营业务及主要服务概述	93
二、行业基本情况及市场竞争状况	106
三、公司销售情况和主要客户	127
四、公司采购情况和主要供应商	129
五、主要固定资产及无形资产情况	131
六、经营资质及特许经营权	138
七、公司研发概况及主要技术情况	138
八、境外经营情况	146
九、发行当年和未来三年的发展计划及拟采取的措施	146
第七节 同业竞争与关联交易	149
一、独立运行情况	149
二、同业竞争情况	150
三、关联交易情况	151
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理	165
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简要情况	165
二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有公司股份的情况	168
三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况	170
四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况	171
五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员薪酬情况	172
六、公司与董事、监事、高级管理人员与核心技术人员签订的协议	172
七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员作出的重要承诺及履行情况	173
八、董事、监事、高级管理人员的变动情况	173
九、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会运行及履职情况	174
十、内部控制情况	180
十一、违法违规情况	181

十二、资金占用和对外担保情况	181
十三、资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及其执行情况.....	181
十四、投资者权益保护情况	185
第九节 财务会计信息与管理层分析	188
一、经审计的财务报表	188
二、审计意见	199
三、影响发行人收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析	199
四、财务报告审计基准日至招股说明书签署日之间的经营状况	201
五、财务报表的编制基础、合并财务报表合并范围及变化情况	201
六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计	202
七、公司适用的税种、税率及享受的税收优惠政策	226
八、分部信息	229
九、最近一年及一期收购兼并事项	229
十、非经常性损益	230
十一、期后事项、或有事项及其他重要事项	231
十二、财务指标	232
十三、盈利预测情况	234
十四、财务状况分析	234
十五、盈利能力分析	259
十六、现金流量分析	282
十七、本次发行摊薄即期回报分析及填补措施	286
十八、报告期内实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策	290
十九、本次发行完成前滚存利润的分配安排	294
第十节 募集资金运用	295
一、本次募集资金投资运用计划	295
二、本次募集资金投资项目的具体情况	296
三、董事会对募集资金投资项目情况的可行性分析意见	323
四、募集资金运用对经营成果和财务状况的影响	324
五、募投资金投资项目合规性分析	324
六、募集资金投资项目实施后对同业竞争及公司独立性的影响	325
第十一节 其他重要事项	326
一、重要合同	326
二、对外担保情况	328
三、重大诉讼或仲裁事项	328
第十二节 有关声明	330
全体董事、监事、高级管理人员声明	331
保荐机构（主承销商）声明	332
保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明	333
发行人律师声明	334
审计机构声明	335

验资机构声明	336
验资机构关于会计师事务所变更名称的说明	337
验资复核机构声明	338
资产评估机构声明	339
资产评估机构关于签字注册资产评估师离职的说明	340
第十三节 附件	341
一、本招股说明书的备查文件	341
二、查阅时间	341
三、查阅地点	341

第一节 释义

在本招股说明书中，除非文中另有说明，下列词语或简称具有如下含义：

一、普通术语

发行人、公司、本公司、掌众科技、掌纵文化、申石软件	指	深圳掌众智能科技股份有限公司，曾用名“上海申石软件科技股份有限公司”，2016年8月4日更名为“上海掌纵文化传媒股份有限公司”，2017年7月13日更名为现称
招股说明书/招股书/本招股说明书/本招股书	指	《深圳掌众智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》
申石有限	指	上海申石软件有限公司，公司前身，于2012年10月整体变更为股份有限公司，即“上海申石软件科技股份有限公司”
掌众信息	指	深圳市掌众信息技术有限公司，公司一级子公司
会盒科技	指	深圳会盒科技有限公司，公司一级子公司
掌众保代	指	深圳掌众保险代理有限公司，公司一级子公司
前海视界	指	深圳前海视界科技有限公司，公司一级子公司
爱告技术	指	深圳爱告技术有限公司，掌众信息子公司、公司二级子公司
众源信息	指	深圳众源信息技术有限公司，掌众信息子公司、公司二级子公司
掌众传媒	指	深圳市掌众传媒有限公司，掌众信息子公司、公司二级子公司
龙川科技	指	深圳龙川科技有限公司，掌众信息子公司、公司二级子公司
掌众网络	指	深圳掌众网络服务有限公司，掌众信息子公司、公司二级子公司
亿达传媒	指	深圳亿达传媒有限公司，掌众信息子公司、公司二级子公司
全球掌众	指	全球掌众有限公司，掌众信息子公司、公司二级子公司
霍尔果斯掌众	指	霍尔果斯掌众信息技术有限公司，掌众信息子公司、公司二级子公司
上海申石	指	上海申石软件有限公司，公司2015年重大资产重组置出资产承接主体，2016年3月至2016年7月期间为公司一级子公司
掌众互金	指	深圳掌众互联网金融服务有限公司，报告期初至2017年12月期间为掌众信息子公司、公司二级子公司
视范科技	指	深圳视范科技有限公司，掌众信息持有其40%股权，系公司联营企业
惠游信息	指	深圳惠游信息技术有限公司，掌众信息持有其49%股权，系公司联营企业
艺特珑	指	深圳艺特珑信息科技有限公司，掌众信息持有其15%股权，系公司联营企业
圆石网络	指	深圳圆石网络有限公司，2016年10月至2017年11月期间掌众信息持有其15%股权，该期间内为公司联营企业
维普世	指	深圳维普世科技有限公司，2017年5月至2019年6月期间掌众信

		息持有其 7.37% 股权，该期间内为公司联营企业
控股股东、实际控制人	指	袁春
掌众共创	指	深圳掌众共创合伙企业（有限合伙），公司员工持股平台
扬天下	指	深圳扬天下投资合伙企业（有限合伙），公司员工持股平台
安赐互联陆号	指	珠海安赐互联陆号股权投资基金企业（有限合伙），持有公司 5% 以上股份的股东
安赐文创叁号	指	珠海安赐文创叁号股权投资基金企业（有限合伙），与持有公司 5% 以上股份的股东安赐互联陆号同受安赐资产管理有限公司控制
安赐互联并购	指	珠海安赐互联股权并购投资基金企业（有限合伙），与持有公司 5% 以上股份的股东安赐互联陆号同受安赐资产管理有限公司控制
佳云科技、明家科技	指	广东佳兆业佳云科技股份有限公司（300242.SZ），曾用名“广东明家联合移动科技股份有限公司”，2018 年 5 月 17 日更名为现称，2016 年 3 月至 2017 年 2 月为持有公司 5% 以上股份的股东
咸太宁	指	上海咸太宁通讯科技有限公司，报告期初至 2016 年 3 月为持有公司 5% 以上股份的股东
奥瑞佳	指	山西奥瑞佳企业管理咨询有限公司
金斯纳克	指	常州金斯纳克投资基金管理中心（有限合伙）
科珞普	指	上海科珞普资产管理中心（有限合伙）
广发证券	指	广发证券股份有限公司（000776.SZ）
广发乾和	指	广发乾和投资有限公司，广发证券全资子公司
振粤一号	指	广东粤科振粤一号股权投资合伙企业（有限合伙）
鸿盈景祥	指	福鼎市鸿盈景祥股权投资合伙企业（有限合伙）
广发互联时尚	指	珠海广发互联网时尚产业基金（有限合伙）
金雅福博熙	指	深圳市金雅福博熙创业投资企业（有限合伙）
第一创业	指	第一创业证券股份有限公司（002797.SZ）
2015 年重大资产重组	指	公司 2015 年第二次临时股东大会审议通过的重大资产置换、发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金事项，其中置入资产已于 2015 年 12 月完成交割
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
股转系统公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
深交所	指	深圳证券交易所
中国结算	指	中国证券登记结算有限责任公司
保荐机构、主承销商、华菁证券	指	华菁证券有限公司
发行人律师、华商律师	指	广东华商律师事务所
审计机构、验资复核机构、天健会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）

验资机构、公证天业会计师	指	公证天业会计师事务所（特殊普通合伙），曾用名“江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）”
资产评估机构、坤元评估	指	坤元资产评估有限公司
最近三年及一期/报告期	指	2016年、2017年、2018年和2019年1-6月

二、专业术语

移动互联网	指	在手机、平板电脑或其他便携式终端设备上实现的网络平台，目前已发展成为介入互联网最便捷、最灵活的方式
移动互联网广告	指	所有以移动互联网作为实施载体的广告活动，包括但不限于移动互联网的网站、浏览器、终端应用程序等
数字营销	指	是以互联网、移动互联网为实施载体并采用数字技术手段开展的营销活动，涵盖了包括营销策略制定、创意内容制作、媒体投放、营销效果监测和优化提升、流量整合与导入等内容的完整营销服务链条
精准营销	指	充分利用各种新媒体，将营销信息推送到比较准确的受众群体中，从而既节省营销成本，又能起到最大化的营销效果
整合营销	指	一种对各种营销工具和手段的系统化结合，根据环境进行即时性的动态修正，以使交换双方在交互中实现价值增值的营销理念与方法。整合就是把各个独立地营销综合成一个整体，以产生协同效应
移动数字营销	指	指面向移动终端（手机或平板电脑）用户，在移动终端上直接向分众目标受众定向和精确地传递个性化即时信息，通过与消费者的信息互动达到市场营销目标的行为
移动互联网媒体	指	以移动互联网作为信息传播途径、广告介质的一种数字化、多媒体的传播媒介
流量/广告流量/媒体流量	指	网站、网页或移动应用被浏览用户访问的量，通常以用户访问量或页面访问量衡量
流量变现	指	通过将互联网流量曝光在广告内容以实现现金收益的行为
中长尾流量	指	中长尾为统计学名词，指正态分布中相对平缓的部分。中长尾媒体是指大量规模较小，访问量较少的媒体渠道
广告主	指	为推销自身的商品或服务，自行或者委托他人设计、制作、投放广告的企业、其他经济组织或个人
互联网广告交易平台	指	利用大数据技术连接广告买方和卖方的交易平台
程序化广告平台	指	利用大数据技术为广告主提供程序化广告投放服务的平台
效果广告	指	以促进销售为直接目的，广告主根据可衡量的广告效果进行付费的一种广告类别
精准广告	指	在对互联网用户行为数据进行细致分析的基础上实现将特定的广告内容精准地投放给有潜在需求或消费意愿的互联网用户的一种广告方式，可以极大提高互联网广告的准确度和实施效果
开屏广告	指	在应用开启时加载的广告，展示固定时间，展示完毕后自动关闭并进入应用主页面的一种广告形式
信息流	指	新闻或社交类应用中，以不打扰用户体验为前提，在用户浏览内容时插播推广信息，并依据关联内容及用户属性进行智能推广的广告

		形式。表现形式多为图文结合
传统媒体	指	电视、报纸、杂志、广播等在互联网出现之前的大众传播媒体
新媒体	指	新媒体涵盖了所有数字化的媒体形式。包括所有数字化的传统媒体、网络媒体、移动端媒体、数字电视、数字报刊杂志等
投放	指	实施广告策略、创意的具体执行过程
监测	指	运用技术手段测定广告效果的过程，基于互联网作为广告介质具有可跟踪、可计量的优良特性，互联网广告监测的结果通常准确、可靠
短视频 APP	指	是一种互联网内容传播方式，几秒到几分钟不等。内容融合了技能分享、幽默搞怪、时尚潮流、社会热点、街头采访、公益教育、广告创意、商业定制等主题。由于内容较短，可以单独成片，也可以成为系列栏目
应用商店	指	俗称 APP STORE，专门为移动设备手机，平板电脑等提供收费（免费）游戏，应用下载服务的电子应用商店
分布式计算	指	把一个需要巨大计算能力才能解决的问题分成许多小的部分，然后把这些部分分配给许多计算机进行处理，最后把这些计算结果综合起来得到最终结果的计算过程
数据挖掘	指	从海量数据中发掘隐藏的特殊关联性的过程，涉及统计、搜索、机器学习、专家系统、模式识别等多种技术或系统，在精准广告系统中有重要应用
机器学习	指	针对计算机模拟或实现人类的学习行为，以获取新的知识或技能，重新组织已有的知识结构使之不断改善自身的性能实现方法的研究
流式处理	指	基于实时数据流的数据处理
SDK	指	Software Development Kit，即软件开发工具包
API	指	API（Application Programming Interface，应用程序接口）是一些预先定义的函数，或指软件系统不同组成部分衔接的约定。目的是提供应用程序与开发人员基于某软件或硬件得以访问一组例程的能力，而又无需访问原码，或理解内部工作机制的细节
DSP	指	Demand Side Platform，广告需求方平台，是指整合广告主需求，为广告主提供发布服务的广告主服务平台。广告需求方平台的经营者是互联网广告发布者、广告经营者
SSP	指	Supply Side Platform，媒介方平台，是指整合媒介方资源，为媒介所有者或者管理者提供程序化的广告分配和筛选的媒介服务平台
ADX/ AD Exchange	指	Ad Exchange/ Advertising Exchange，广告信息交换平台，是提供数据交换、分析匹配、交易结算等服务的数据处理平台
DMP	指	Data Management Platform，即数据管理平台，通过把分散的多方数的一个综合性管理平台，通过同一个界面管理多个数字广告和数据交换的账户
IMEI	指	International Mobile Equipment Identity，国际移动设备身份码
H5	指	HTML5，也指用 HTML 语言制作的一切数字产品

PD	指	Preferred Deals，即首选交易，一种程序化广告采买模式，买卖双方协商好固定的价格进行交易，流量会优先进入首选交易
PDB	指	Programmatic Direct Buying，即程序化直接交易，一种程序化广告采买形式，可以使买卖双方按照协商好的价格或流量，绕过竞价直接进行一对一交易
RTB	指	Real Time Bidding，实时竞价，是一种利用第三方技术在数以百万计的网站或移动端针对每一个用户展示行为进行评估以及出价的竞价技术。与大量购买投放频次不同，实时竞价规避了无效的受众到达，针对有意义的用户进行购买
Hadoop	指	一个由 Apache 基金会所开发的分布式系统基础架构，用户可以在不了解分布式底层细节的情况下，开发分布式程序
HDFS	指	Hadoop Distributed File System 的缩写，Hadoop 分布式文件系统
Hive	指	基于 Hadoop 的一个数据仓库工具，可以将结构化的数据文件映射为一张数据库表，并提供简单的 sql 查询功能，可以将 sql 语句转换为 MapReduce 任务进行运行
Spark	指	UC Berkeley AMP lab 所开源的通用并行框架，专为大规模数
ID-Mapping	指	将不同的数据 ID 进行对应的技术
MySQL	指	关系型数据库管理系统
Flume	指	Cloudera 公司开发的一个分布式海量日志采集、聚合和传输的系统
Kafka	指	一种高吞吐量的分布式发布订阅消息系统，可以处理消费者规模的网站中的所有动作流数据
IDC	指	数据中心，为互联网内容提供商、企业、媒体和各类网站提供大规模、高质量、安全可靠的专业化服务器托管、空间租用、网络批发带宽等业务
光大银行	指	中国光大银行股份有限公司（601818.SH）及其旗下子公司、分支机构
浦发银行	指	上海浦东发展银行股份有限公司（600000.SH）及其旗下子公司、分支机构
民生银行	指	中国民生银行股份有限公司（600016.SH）及其旗下子公司、分支机构
交通银行	指	交通银行股份有限公司（601328.SH）及其旗下子公司、分支机构
中国平安	指	中国平安保险（集团）股份有限公司（601318.SH）及其旗下子公司、分支机构
大唐高鸿	指	大唐高鸿数据网络技术股份有限公司（000851.SZ）及其旗下子公司
AdView	指	北京快友世纪科技股份有限公司旗下的 DSP 平台
互众广告	指	互众广告（上海）有限公司，吴通控股集团股份有限公司（300292.SZ）旗下的 DSP 平台
百度/百度联盟	指	百度股份有限公司（BIDU.O）及其旗下子公司、业务产品
腾讯/广点通/微信	指	腾讯控股有限公司（0700.HK）及其旗下子公司、业务产品
字节跳动/今日头条/抖音/	指	字节跳动有限公司及其旗下子公司、业务产品

火山小视频		
360/360 联盟	指	三六零安全科技股份有限公司（601360.SH）及其旗下子公司、业务产品
连尚网络	指	上海连尚网络科技有限公司，旗下运营工具类软件“WiFi 万能钥匙”
VIVO/VIVO 应用商店	指	维沃移动通信有限公司及其旗下子公司、业务产品
OPPO/OPPO 应用商店	指	OPPO 广东移动通信有限公司及其旗下子公司、业务产品

特别说明：本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是由于采用四舍五入的运算法则造成的。

第二节 概览

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

一、公司简要情况

（一）基本情况

中文名称	深圳掌众智能科技股份有限公司
英文名称	Shenzhen Zhangzhong Intelligent Technology Co.,Ltd.
注册资本	138,456,831 元
法定代表人	袁春
有限公司成立时间	2006 年 1 月 17 日
股份公司成立时间	2012 年 10 月 10 日
注册地址	深圳市南山区粤海街道科技路 1 号桑达科技大厦 14 楼南 A
邮政编码	518057
联系电话	0755-3330 0083
联系传真	0755-3330 0090
互联网网址	http:// www.chinamobiad.com/
电子邮箱	dongmi@chinamobiad.com

（二）经营范围和主营业务

公司经营范围为：计算机软硬件、通讯设备、手机软件、多媒体技术开发、电子产品的技术开发与技术咨询及销售；网络技术开发、数据库技术开发；经营电子商务及平台建设；广告代理、从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）；在网上从事商贸活动（根据法律行政法规、国务院决定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）。信息服务业务。

2015 年重大资产重组实施后至本招股说明书签署日，公司主要从事移动数字营销服务业务，是一家以程序化广告交易技术和精准运营为核心驱动力的移动数字营销服务商。公司始终秉持“为客户创造价值”的经营理念，专注深耕移动数字营销细分领域。一方面，公司凭借程序化广告交易技术服务能力，深度赋能中长尾流量，为其实现流量价值最大化变现；另一方面，公司通过整合涵盖“需求

确认、用户洞察、方案定制、内容创意、广告投放、数据分析、运营优化、效果达成”等多维度运营环节，为海量广告主实现精准营销效果。

公司是中国互联网协会评定的 2018 年“智能营销代理机构”、IAI 国际广告奖评定的“2019 年度最具成长性数字营销公司”、德勤中国评定的“2017 年深圳高科技高成长 20 强”。报告期内，公司与百度、今日头条等互联网企业及光大银行、大唐高鸿等大中型广告主建立了合作伙伴关系，并得到了诸多合作伙伴的认可，如被光大银行信用卡中心授予“2017 年度独占鳌头奖”及“2017 年度最佳获客创新奖”，被 360 联盟授予 2018 年“年度最佳卓越贡献奖”等。

二、公司控股股东、实际控制人简要情况

2015 年 12 月公司 2015 年重大资产重组置入资产实缴到位后，袁春成为公司控股股东、实际控制人，并持续至本招股说明书签署日。

截至本招股说明书签署日，袁春直接持有公司 38.9455% 的股份，通过掌众共创、扬天下间接持有公司 0.0709% 的股份，合计持有公司 39.0164% 的股份，并担任公司董事长，是公司的控股股东、实际控制人。

袁春先生，1972 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。曾先后担任深圳市新能达计算机系统集成有限公司技术部经理、深圳华侨城兴侨科技发展有限公司研发部经理、康佳集团股份有限公司通信事业部经理，2010 年 9 月至今担任掌众信息总经理，2016 年 4 月至今担任公司董事长。

三、公司主要财务数据及财务指标

（一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
资产合计	37,011.56	32,312.03	26,401.71	15,294.30
其中：流动资产	28,647.52	23,326.60	23,805.57	13,432.27
非流动资产	8,364.03	8,985.44	2,596.14	1,862.03
负债合计	10,579.53	7,638.51	4,444.35	3,887.02
其中：流动负债	7,907.48	4,800.19	4,411.99	3,811.91
非流动负债	2,672.05	2,838.32	32.36	75.11
归属于母公司所有者权益合计	26,432.03	24,673.52	21,922.02	11,406.00
少数股东权益	-	-	35.34	1.27

所有者权益合计	26,432.03	24,673.52	21,957.36	11,407.28
---------	-----------	-----------	-----------	-----------

（二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业收入	33,635.40	55,798.71	41,030.77	23,365.56
营业成本	26,008.37	42,117.86	29,368.34	15,796.90
利润总额	4,505.32	8,169.72	6,310.65	4,688.07
净利润	4,325.63	7,737.15	6,130.08	4,624.07
归属于母公司所有者的净利润	4,325.63	7,730.41	6,096.01	4,622.80
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	3,934.40	7,259.88	5,965.11	4,559.85

（三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动产生的现金流量净额	6,578.27	3,826.92	9,280.73	551.00
投资活动产生的现金流量净额	256.47	-6,373.48	-765.26	-1,819.00
筹资活动产生的现金流量净额	-1,517.12	-1,928.88	4,418.20	-145.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-0.17	3.67	-4.17	-
现金及现金等价物净增加额	5,317.45	-4,471.78	12,929.50	-1,412.99
期末现金及现金等价物余额	17,437.22	12,119.76	16,591.54	3,662.04

（四）主要财务指标

项目	2019年1-6月/末	2018年度/末	2017年度/末	2016年度/末
流动比率（倍）	3.62	4.86	5.40	3.52
速动比率（倍）	3.62	4.86	5.40	3.52
资产负债率（母公司）	8.41%	0.10%	1.93%	0.95%
资产负债率（合并）	28.58%	23.64%	16.83%	25.41%
应收账款周转率（次）	7.40	7.29	5.74	3.52
存货周转率（次）	-	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	4,693.30	8,341.54	6,378.65	4,749.54
归属于母公司股东的净利润（万元）	4,325.63	7,730.41	6,096.01	4,622.80
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）	3,934.40	7,259.88	5,965.11	4,559.85

利息保障倍数（倍）	39.05	156.87	-	-
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.46	0.27	0.65	0.04
每股净现金流量（元/股）	0.37	-0.31	0.90	-0.10
每股净资产（元）	1.84	1.72	1.53	0.83
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例（%）	-	-	-	-

注：上述各项指标的计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

资产负债率=负债总额/资产总额×100%

应收账款周转率（次）=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率（次）=营业成本/存货平均余额

息税折旧摊销前利润=净利润+利息支出+所得税+固定资产折旧+长期待摊和无形资产摊销

利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出

每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本

每股净现金流量=现金及现金等价物增加额/期末总股本

每股净资产=期末净资产/期末总股本

无形资产占净资产比例=（无形资产-土地使用权）/期末净资产

为增加可比性，2019年1-6月应收账款周转率指标在计算时以2倍计算

四、募集资金用途

本次募集资金将投资以下项目：

单位：万元

序号	募集资金项目	项目总投资金额	募集资金投资金额	项目备案文号
1	广告大数据平台升级建设项目	21,947.70	21,947.70	深南山发改备案（2019）0586号
2	数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目	6,857.93	6,857.93	深南山发改备案（2019）0590号
3	MarTech 平台研发建设项目	5,245.85	5,245.85	深南山发改备案（2019）0587号
4	补充流动资金项目	12,000.00	12,000.00	-
合计		46,051.48	46,051.48	

本次发行的募集资金到位后，公司将根据投资项目的建设进度逐步投入上述资金。募集资金未到位前，公司将利用自有或自筹资金先行投入，募集资金到位后将用于支付项目剩余款项、置换先行投入的自有或自筹资金。如本次发行实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金额，不足部分由公司通过自筹方式解

决，以保障项目的顺利实施。

第三节 本次发行情况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数、占发行后总股本的比例	46,152,277 股，占发行后总股本的 25%
每股发行价格	【】元/股
发行市盈率	【】倍（每股收益按照经审计的扣除非经常性损益前后孰低的【】年净利润除以本次发行前的总股数计算）
	【】倍（每股收益按照经审计的扣除非经常性损益前后孰低的【】年净利润除以本次发行后的总股数计算）
发行前每股净资产	【】元/股（截至【】年【】月【】日）
发行后每股净资产	【】元/股
发行市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	包括但不限于采取网下向配售对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，如中国证监会或深交所出台新规定，从其规定
发行对象	符合资格的询价对象和在深交所开立账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止者除外）
承销方式	余额包销
预计募集资金总额	【】万元
预计募集资金净额	【】万元
发行费用概算 （不含税金额）	保荐承销费用：【】万元
	审计验资费用：【】万元
	律师费用：【】万元
	与本次发行有关的信息披露费用：【】万元
	发行手续费用：【】万元
	发行费用合计：【】万元

二、本次发行有关当事人

（一）发行人

名称：深圳掌众智能科技股份有限公司

住所：深圳市南山区粤海街道科技路 1 号桑达科技大厦 14 楼南 A

法定代表人：袁春

联系电话：0755-3330 0083

传真号码：0755-3330 0090

联系人：刘莉

（二）保荐人（主承销商）

名称：华菁证券有限公司

住所：上海市虹口区吴淞路 575 号 2501 室

法定代表人：刘威

联系电话：021-6015 6857

传真号码：021-6015 6733

保荐代表人：许道然、王楚媚

项目协办人：孙文

项目经办人：黎子洋、高晗月、贾一航、段琦

（三）发行人律师

名称：广东华商律师事务所

住所：中国深圳福田区深南大道 4011 号港中旅大厦 21A-3 层、第 22A、23A、24A 层

负责人：高树

联系电话：0755- 8302 5555

传真号码：0755- 8302 5058

经办律师：周燕、张鑫、刘丽萍、袁锦

（四）审计机构、验资复核机构

名称：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

住所：浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号 6 楼

负责人：张希文

联系电话：0571-8821 6703

传真号码：0571-8821 6999

经办注册会计师：张立琰、龙琦

（五）验资机构

名称：公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）

住所：无锡市太湖新城嘉业财富中心 5-1001 室

负责人：张彩斌

联系电话：0755-2541 8395

传真号码：0755-2542 0611

经办注册会计师：邓燊、刘新民

（六）资产评估机构

名称：坤元资产评估有限公司

住所：杭州市西溪路 128 号 901 室

负责人：俞华开

联系电话：0571-8821 6941

传真号码：0571-8717 8826

经办注册评估师：谢单、朱小波

（七）股票登记机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

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

联系电话：0755-2189 9999

传真号码：0755-2189 9000

（八）收款银行

名称：上海浦东发展银行上海分行营业部

住所：上海市浦东新区浦东南路 588 号 2 楼

电话：021-6888 7208

开户名：华菁证券有限公司

账号：97020155300004201

（九）拟上市证券交易所

名称：深圳证券交易所

住所：深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-8866 8888

传真：0755-8866 3194

三、发行人与有关中介机构的关系

截至本招股说明书签署日，本公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日、【】年【】月【】日
预计股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快申请在深交所上市

第四节 风险因素

投资者在评价公司此次公开发售的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。以下风险因素可能直接或间接对公司生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生不利影响。

一、市场风险

（一）宏观经济波动的风险

公司主营业务为移动数字营销服务，具体包括移动广告程序化交易服务及移动整合营销服务，下游广告主涵盖金融、文娱、电子商务等多个细分领域，营销服务需求规模主要依赖于市场中广告主对营销传播推广的投入程度，而广告主所处的行业发展状况和景气程度是决定其营销传播推广投入的重要因素。当宏观经济上行、行业周期繁荣，广告主对营销费用投入敏感度较低；当宏观经济下行、行业周期衰退，广告主对营销费用的投入趋于谨慎。当宏观经济和行业发展出现不利于广告主经营的波动时，广告主对营销费用预算的削减，将对公司的营业收入和经营业绩产生不利影响。

（二）市场竞争的风险

随着移动互联网技术不断发展，移动数字营销行业亦随之高速发展，行业内企业在技术水平、服务能力、客户及媒体资源、业务模式创新等方面的竞争亦日益加剧。移动数字营销企业必须紧跟行业发展潮流，方可在激烈的竞争与快速的变革中保持稳定发展。

公司专注于移动数字营销行业，管理团队在移动数字营销行业从业多年，拥有丰富的服务经验与资源。尽管目前公司在移动数字营销领域具有一定的竞争优势，但如果公司无法适应移动数字营销行业的市场变化，不能根据行业与市场的变化及时调整发展战略，保持与增强自身市场竞争力，竞争优势可能被削弱，进而对公司经营产生不利影响。

二、经营风险

（一）业务拓展风险

基于对移动数字营销行业未来发展的积极判断，为进一步巩固和提高公司的

竞争优势，扩大业务规模，公司近年来在持续加大业务拓展力度。报告期内，公司不断加强对新客户的开发，谋求新的利润增长点；持续扩大公司业务覆盖范围，大幅提升对客户的全面服务能力和在程序化广告平台研发上的技术优势，增强公司在移动数字营销服务领域的综合竞争力；搭建算法模型进行营销数据分析，以提升实时竞价系统的准确性及运营投放策略优化。持续的业务拓展伴随着公司各方面的资金投入规模也持续加大，特别是对于新技术、新业务的投入，如果研发失败、研发进度缓慢导致无法满足客户的需求，或者新业务拓展不及预期而产生项目亏损，进而影响公司营收规模、盈利能力和综合竞争力的提升。

（二）规模扩张带来的管理风险

报告期内，公司业务规模实现了持续快速增长，人员数量均增长较快，组织架构和管理层级日趋复杂。未来随着募集资金投资项目的实施，公司业务规模仍将保持较快的发展态势，如果公司未能提高各部门管理地缜密性、协调性、及时培养后续管理人才梯队，组织管理模式未能随着规模的扩张则有可能无法适应公司规模快速扩张对市场开拓、营运管理、财务管理、内部控制等多方面的更高要求，影响公司的经营和发展，从而对公司短期经营业绩产生不利影响。

（三）业务资质风险

报告期内，公司未因经营资质违法违规受到处罚。但如果各级行政管理部门对公司目前所经营业务提高或新增资质许可要求，或未来公司在现有业务之外拓展出更加丰富的变现模式，而新模式可能需要新的资质准入，如果公司无法持续或及时获得相关资质许可，则有可能对公司业务经营造成不利影响。

（四）知识产权被侵权或品牌形象受损的风险

移动数字营销行业是技术和知识产权密集型行业，公司持有的商标、软件著作权等无形资产以及对外宣传时使用的宣传册、幻灯片等资料，都是公司的重要资产。虽然公司历来重视对品牌形象和知识产权的保护，但目前本行业在国内发展时间较短，对相关领域的品牌和知识产权保护意识还有待提高，故可能存在公司商标、知识产权被他人仿制、冒用，从而对公司的日常经营和市场声誉造成负面影响的风险，公司为此将花费人力和财力维护自身权益，增加日常运营成本；如果公司对恶意侵权事件没有及时处理或解决不力，还可能影响公司业务的正常

运营。

（五）核心技术人员和技术人才流失的风险

公司作为技术创新型企业，且所属的移动数字营销行业是新兴发展的行业，急需知识交叉型复合人才，既要熟悉传统传媒行业的运作逻辑，也要对移动互联网的传播特性有深入了解，以便能够跟上行业日新月异、推陈出新的步伐。公司自成立以来一直重视技术开拓、产品研发以及研发团队的建设，培养、积累了一批高素质研发人员，并且良好的公司文化和人性化的公司制度吸引优质人才。当前公司多项产品和技术处于研发阶段，核心人员稳定对公司的发展尤为重要。如果未来公司不能有效维持核心人员的激励机制并根据环境变化而持续完善，将会影响到核心人员的积极性和创造性，甚至造成核心人员的流失；同时，如未来公司不能对内保留并从外引进与其发展所需密切相关的技术及运营人才，导致核心员工大量流失，将可能对其长期稳定的发展带来一定的不利影响。

（六）数据存储安全和广告内容审核风险

公司严格按照国家有关法规和公司内控文件，充分保障数据存储安全，公司智能广告平台系统已通过信息系统安全保护等级 3 级测评。但如果公司的技术保障体系没能阻挡互联网上的恶意软件、病毒的影响，或者受到黑客攻击，将会影响公司信息系统正常运行、损害公司的市场声誉，并对公司经营业绩造成不利影响。

此外，报告期内公司未发生因广告内容审核违规而遭受处罚的情形。但是，随着公司业务规模的扩大，仍存在因广告内容审核失误等原因导致公司受到罚款、行政处罚，或导致公司形象受到损害、广告客户流失和广告收入下降等风险。

三、财务与税收风险

（一）供应商变动风险

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司向前五名供应商采购金额分别为 5,320.53 万元、11,064.48 万元、13,577.48 万元和 15,292.17 万元，占当期营业成本的比例分别为 33.68%、37.68%、32.23%和 58.80%，供应商集中度整体趋于稳定，但主要供应商构成存在一定变动：一方面，移动互联网广告流量资源的市场热点会随着移动互联网用户的体验和取向不断改变，公司会紧密追

踪市场热点的变化，适时调整广告流量资源采买内容；另一方面，除今日头条、微信、抖音、百度等头部广告流量资源以外，公司还会基于客户需求及自身业务模式，采买中长尾广告流量资源，该等广告流量资源与头部广告流量资源相比抗风险能力相对较差，存在一定的稳定性风险。

（二）税收优惠政策变化风险

报告期内，根据《财政部、国家税务总局关于企业所得税若干优惠政策的通知》（财税[2008]1号）、《中华人民共和国企业所得税法》（主席令第63号）、《财政部、国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税[2012]27号）、《财政部、税务总局关于集成电路设计和软件产业企业所得税政策的公告》（财政部、税务总局公告2019年第68号）、《财政部、国家税务总局关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税[2011]112号）等法律、法规的规定，公司部分控股子公司依法享受税收优惠政策。

如果因国家税收优惠政策变化等原因，使得公司及公司控股子公司无法继续享受上述所得税优惠政策，则可能对公司以后年度的盈利能力产生不利影响。

（三）应收账款风险

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司应收账款账面价值分别为8,232.55万元、4,971.05万元、8,929.91万元和7,961.61万元，占当年度营业收入的比例分别为35.23%、12.12%、16.00%和11.84%。

报告期内，公司应收账款结构主要以一年内到期的为主，不存在账龄较长的大额应收账款，账龄结构合理，公司亦制定了较为严格的坏账准备计提政策，足额计提坏账准备。但是应收账款规模的增长加大了营运资金的占用，不利于经营效率的提高，也可能由此发生坏账而使公司遭受损失。公司通过事前把关、事中监控、事后催收等控制措施强化了客户信用管理和应收账款管理，但仍存在个别客户因自身原因经营不善或存在纠纷等导致应收账款无法按时收回或无法全额收回的风险。

四、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目未达预期的风险

公司本次发行募集资金拟投向广告大数据平台升级建设项目、数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目、MarTech 平台研发建设项目和补充流动资金项目。上述项目是依据公司的发展战略，充分考虑公司的现有业务经营状况、市场竞争环境、技术发展水平，并根据移动数字营销行业发展趋势等进行了充分的可行性分析论证。鉴于从募集资金投资项目论证完成到募集资金到位的周期较长，本次发行募集资金投资项目是否能够顺利实施具有一定的不确定性，甚至有可能出现公司于上市后将根据项目建设条件的变化而变更募集资金用途的情形。另外，由于相关技术更迭较快，如果募集资金不能及时到位、市场环境突变、行业的相关政策发生变化、行业竞争加剧等情况发生，导致募集资金投资项目无法实现预期收益，将对公司的经营业绩造成不利影响。

（二）募集资金投资项目新增折旧、摊销及研发投入影响公司业绩的风险

本次募集资金投资项目中包括固定资产（服务器、交换机等）、无形资产（软件系统等）和研发投入。本次募集资金到位后，随着募集资金投资项目的实施，固定资产和无形资产的规模将相应增加，研发投入相应增大。由于募集资金投资项目产生效益需要一定时间，从短期看，尤其是募集资金投资项目建成初期，固定资产折旧、无形资产摊销以及研发费用支出将直接影响公司经营业绩；长期看，如果募集资金投资项目未能实现预期效益，上述新增的折旧、摊销及研发费用将会给公司净利润造成一定压力，从而对经营业绩造成不利影响。

（三）发行后公司即期回报被摊薄的风险

2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润为计算基础的加权平均净资产收益率分别为50.14%、38.34%、29.57%和15.40%。本次发行后，公司净资产将增加，公司净资产收益率短期内存在被摊薄的风险；2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润为计算基础的基本每股收益分别为0.33、0.43、0.51和0.28。本次发行后，公司股本扩大，而募集资金投资项目尚未达产的情况下，公司每股收益短期内存在被摊薄的风险。

五、证券市场风险

股票价格不仅受公司的经营状况、盈利能力、发展前景和股利分配政策等因素影响，还会受经济周期波动、宏观经济政策调整、所处行业监管政策变化、股票市场的投机行为、投资者的心理预期等诸多因素的影响。我国资本市场属于新兴市场，股票价格波动性较大，因此投资者应当注意证券市场风险。

第五节 公司基本情况

一、公司基本情况

中文名称	深圳掌众智能科技股份有限公司
英文名称	Shenzhen Zhangzhong Intelligent Technology Co.,Ltd.
注册资本	138,456,831 元
法定代表人	袁春
有限公司成立时间	2006 年 1 月 17 日
股份公司成立时间	2012 年 10 月 10 日
注册地址	深圳市南山区粤海街道科技路 1 号桑达科技大厦 14 楼南 A
邮政编码	518057
联系电话	0755-3330 0083
联系传真	0755-3330 0090
互联网网址	http: // www.chinamobiad.com/
电子邮箱	dongmi@chinamobiad.com
信息披露负责部门	董事会办公室
信息披露负责人	董事会秘书刘莉
信息披露联系电话	0755-3330 0083

二、公司设立情况

（一）有限公司设立情况

2005 年 12 月 31 日，许青、曹小娟签署《公司章程》，共同投资设立申石有限。根据《公司章程》约定，申石有限注册资本 50.00 万元，其中许青以货币形式出资 37.50 万元，占注册资本的 75.00%；曹小娟以货币形式出资 12.50 万元，占注册资本的 25.00%；全体股东分三期缴纳注册资本，具体安排如下表所示：

单位：万元

项目	第一期出资	第二期出资	第三期出资
出资日期	2006 年 1 月 18 日前	2007 年 3 月 18 日前	2007 年 12 月 28 日前
出资金额	15.00	15.00	20.00
其中：许青	11.25	11.25	15.00
曹小娟	3.75	3.75	5.00
出资金额占注册资本的比例	30.00%	30.00%	40.00%

2006年1月9日，上海申洲会计师事务所有限公司出具《验资报告》（沪申洲（2006）验字第005号），验证确认申石有限设立的第一期应缴注册资本15.00万元已实缴到位，出资形式为货币。

2006年1月17日，申石有限取得上海市工商行政管理局浦东新区分局核发的3101152025386号《营业执照》。

申石有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	许青	37.50	11.25	75.00%
2	曹小娟	12.50	3.75	25.00%
	合计	50.00	15.00	100.00%

（二）股份公司设立情况

公司系由申石有限整体变更设立。2012年9月7日，申石有限股东会作出决议：同意公司整体变更为股份有限公司，由申石有限全体股东作为股份公司的发起人，以截至2012年6月30日经审计净资产5,174,278.59元为基础，折合为股份公司股本500万股，每股面值1元，净资产高于股本部分全部计入资本公积金，各发起人的持股比例不变。

上述事项业经天健会计师于2019年12月9日出具的《实收资本复核报告》（天健验（2019）3-54号）予以验证。

2012年9月10日，公司召开创立大会，审议通过《上海申石软件科技股份有限公司章程》等议案；选举产生第一届董事会成员及第一届监事会非职工代表监事成员。

2012年10月10日，公司取得上海市工商行政管理局核发的310115000933491号《营业执照》。

三、公司重大资产重组情况

公司设立以来，曾于2015年进行重大资产置换、发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金，具体情况如下：

2015年6月19日，广东中联羊城资产评估有限公司出具《资产评估报告书》（中联羊城评字[2015]第VIMQD0177号），采用收益法对截至2015年3月31日掌众信息的股东全部权益价值作出评估，评估结果为40,977.28万元；出具《资

产评估报告书》（中联羊城评字[2015]第 VIMQD0178 号），采用资产基础法对截至 2015 年 3 月 31 日公司的全部资产与负债价值作出评估，评估结果为 1,294.62 万元。

2015 年 6 月 26 日，掌众信息召开股东会，同意邹文强、袁春、明家科技将其所有的掌众信息 13.60%、74.40%、12.00% 股权，对应 77.5000 万元、422.5000 万元、68.1818 万元出资额，以 53,605,200 元、309,007,600 元、47,160,000 元（合计 409,772,800 元）的价格转让给公司。

2015 年 8 月 3 日，明家科技召开董事会，同意向公司转让其持有的掌众信息 12.00% 股权并签订《发行股份及支付现金购买资产暨重大资产重组协议》。

2015 年 8 月 3 日，公司召开董事会，审议通过《关于公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨重大资产重组的议案》等相关议案。

2015 年 8 月 3 日，公司与邹文强、袁春、明家科技签订《发行股份及支付现金购买资产暨重大资产重组协议》，各方同意：（1）本次重组由重大资产置换、发行股份及支付现金购买标的资产、募集配套资金三部分组成，任何一项未获审查批准则本次重组自始不生效；（2）参考广东中联羊城资产评估有限公司出具的《资产评估报告书》的评估结果，各方同意掌众信息的股东全部权益价值为 409,772,800 元、公司的全部资产与负债价值为 12,946,237.61 元；（3）公司以截至 2015 年 3 月 31 日的全部资产与负债与袁春持有的掌众信息股权中的等值部分进行置换；（4）掌众信息 100% 股权作价经上述资产置换后的差额部分，由公司向掌众信息全体股东发行股份及支付现金购买；（5）公司拟向安赐文创叁号、安赐互联陆号、奥瑞佳、金斯纳克、科洛普、戴婷婷、郭志清、苏运荣、周伟民、吕敏强、谢秋英、梁文焕、张宇驰共 13 名特定对象定向发行股份 59,999,994 股募集配套资金 18,000 万元（发行价格 3.00 元/股），用于支付本次交易的现金对价。

2015 年 8 月 3 日，公司与安赐文创叁号、安赐互联陆号、奥瑞佳、金斯纳克、科洛普、戴婷婷、郭志清、苏运荣、周伟民、吕敏强、谢秋英、梁文焕、张宇驰共 13 名特定对象分别签订《附生效条件的股份认购协议》，公司拟向上述 13 名特定对象定向发行股份合计 59,999,994 股募集配套资金 18,000 万元，发行价格 3.00 元/股。

序号	股东名称	认购数量（股）	认购金额（万元）	认购方式
1	周伟民	15,666,666	4,700.00	货币
2	安赐互联陆号	10,266,666	3,080.00	货币
3	安赐文创叁号	6,666,666	2,000.00	货币
4	奥瑞佳	6,666,666	2,000.00	货币
5	苏运荣	6,000,000	1,800.00	货币
6	张宇驰	3,666,666	1,100.00	货币
7	金斯纳克	3,000,000	900.00	货币
8	郭志清	1,666,666	500.00	货币
9	谢秋英	1,666,666	500.00	货币
10	梁文焕	1,666,666	500.00	货币
11	戴婷婷	1,066,666	320.00	货币
12	科珞普	1,000,000	300.00	货币
13	吕敏强	1,000,000	300.00	货币
合计		59,999,994	18,000.00	-

2015年11月25日，公司召开2015年第二次临时股东大会，审议通过《关于公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨重大资产重组的议案》等相关议案。

2015年12月11日，邹文强、袁春、明家科技（作为转让方）与公司（作为受让方）签订《股权转让协议书》，邹文强、袁春、明家科技将其所有的掌众信息13.60%、74.40%、12.00%股权，对应77.5000万元、422.5000万元、68.1818万元出资额，作价53,605,200.00元（对价形式为9,763,317股公司股票和24,315,247.30元现金）、309,007,600.00元（对价形式为公司截至2015年3月31日价值12,946,237.61元的全部资产和负债、53,922,774股公司股票和134,293,039.53元现金）、47,160,000.00元（对价形式为8,589,428股公司股票和21,391,713.17元现金）转让给公司。上述《股权转让协议书》已经深圳联合产权交易所见证，并出具《股权转让见证书》（见证书编号JZ20151214201）。2015年12月18日，掌众信息100%股权转让完成交割并办理完成工商变更登记。

截至2015年12月21日，安赐文创叁号、安赐互联陆号、金斯纳克、科珞普、谢秋英、周伟民、奥瑞佳、苏运荣、张宇驰、郭志清、梁文焕、戴婷婷、吕敏强应缴配套募集资金合计18,000万元已实缴到位，出资形式为货币；袁春、

邹文强、明家科技应缴股权出资已实缴到位，出资形式为股权。上述事项业经天健会计师于 2019 年 12 月 9 日出具的《实收资本复核报告》（天健验（2019）3-54 号）予以验证。

上述变更完成后，公司的股东构成如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	袁春	53,922,774	39.28%
2	周伟民	15,666,666	11.41%
3	安赐互联陆号	10,266,666	7.48%
4	邹文强	9,763,317	7.11%
5	明家科技	8,589,428	6.26%
6	安赐文创叁号	6,666,666	4.86%
7	奥瑞佳	6,666,666	4.86%
8	苏运荣	6,000,000	4.37%
9	张宇驰	3,666,666	2.67%
10	金斯纳克	3,000,000	2.19%
11	许青	2,700,000	1.97%
12	咸太宁	1,250,000	0.91%
13	郭志清	1,666,666	1.21%
14	谢秋英	1,666,666	1.21%
15	梁文焕	1,666,666	1.21%
16	戴婷婷	1,066,666	0.78%
17	吕敏强	1,000,000	0.73%
18	科珞普	1,000,000	0.73%
19	沙毅	300,000	0.22%
20	任高锋	300,000	0.22%
21	汪建仁	300,000	0.22%
22	陈云窗	150,000	0.11%
合计		137,275,513	100.00%

2016 年 3 月 2 日，公司新增股份在股转系统挂牌并公开转让。

2016 年 7 月 5 日，置出资产完成交割并办理完成工商变更登记。

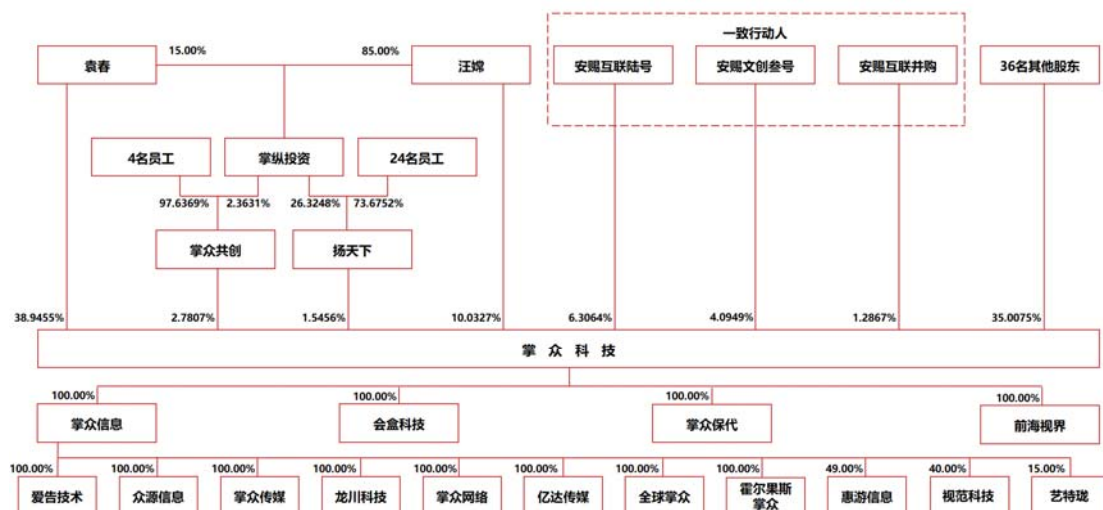
2016 年 8 月 4 日，公司取得上海市工商行政管理局核发的 9131000078189996XG 号《营业执照》，同时更名为“掌纵文化”。

2017 年 7 月 13 日，公司注册地迁入深圳市，取得深圳市市场监督管理局核

发的 9131000078189996XG 号《营业执照》，同时更名为“掌众科技”。

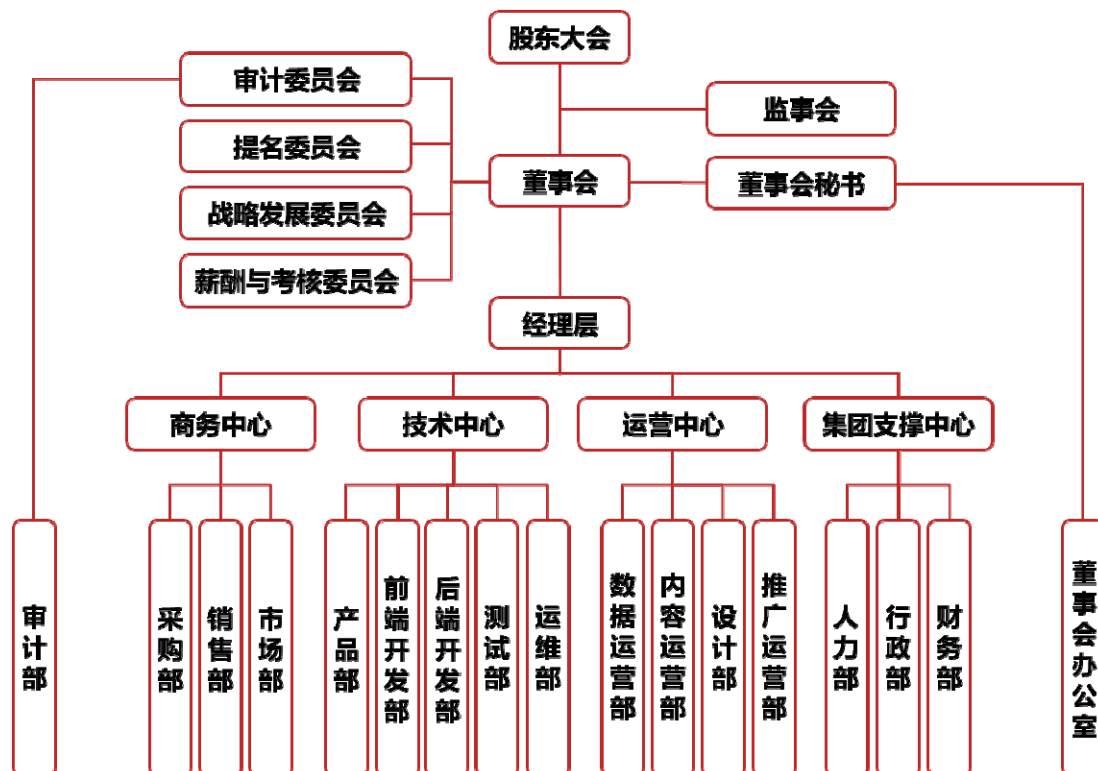
四、公司产权关系与内部组织架构情况

（一）公司产权关系图



（二）公司内部组织架构

1、公司内部组织结构图



2、主要内部职能部门工作职责

公司设置了采购部、销售部、市场部、产品部、前端开发部、后端开发部、测试部、运维部、数据运营部、内容运营部、设计部、推广运营部、人力部、行政部、财务部、审计部和董事会办公室等职能部门，各部门主要职责如下：

职能部门	主要职责
采购部	负责寻找广告媒介并建立合作关系，采购合适的广告投放流量资源；负责采购 IDC 带宽及机柜托管、服务器等其它物资。
销售部	负责寻找具有移动营销需求的广告主，参与其年度或特定项目招标；寻找具有广告投放需求的广告服务商。
市场部	负责维护公司与客户、供应商及其它外部主体的关系；负责公司品牌基础建设和传播，建立公司在行业、客户中的知名度和美誉度。
产品部	负责结合公司内部技术水平、行业技术现状以及行业发展趋势等因素提出产品需求，整理出产品规划书等相关文档，组织召开产品研发可行性及必要性的会议。
前端开发部	负责对客户端的产品进行开发，提供广告展示、点击下载、交互功能等内容。
后端开发部	负责开发广告接入口、下发广告的程序、报表展示软件、广告交易平台等内容。
测试部	负责检测所开发的产品在本地网络环境、模拟线上环境的运营情况，并将检测结果反馈给各开发部门。
运维部	负责对公司网络设备、服务器设备、操作系统运行状况进行监控和管理，为公司系统、软件、网络的稳定运行提供保障。
数据运营部	负责设计广告投放的监测指标；收集广告投放的反馈数据；对数据进行多维度挖掘、分析。
内容运营部	负责对广告内容的相关文案、图片和视频进行设计、制作和加工，以及日常维护运营工作。
设计部	负责结合公司技术水平，从契合客户需求的战略层面开展可行性整体创意设计；从优化广告受众体验和实现最佳传播效果的角度设计基于整体传播策略的全方位创意。
推广运营部	负责将公司产品推广给外部主体使用并提供操作指导服务，协助其解决运营过程中的相关问题，并将出现的相关问题反馈回公司。
人力部	负责制定公司人力资源年度需求与执行计划；建设人力资源管理体系、制定管理制度以及各部门、岗位职责和任职资格说明；执行员工招聘；组织业务培训；落实员工薪酬、福利及业绩考核；制定激励措施；管理员工的关系以及处理人事档案纠纷等工作。
行政部	负责协助总经理协调公司内部工作关系；负责公司级会议管理、纪要整理以及会议各项决策的执行情况监督；负责公司各项制度和重要文件、资料的归档管理；负责企业文化建设、行政后勤服务等工作；
财务部	负责公司财务会计制度、管理办法的制定、实施；会计报告、财务分析报告的编制；年度、季度财务预算及成本（费用）预算的编制；资金收支计划、信贷计划、资金调配计划的编制、调整和执行；资金的筹措和日常经营活动收付；信用风险、账款回笼的协同管理；

	负责公司及下属各公司资产的综合管理工作，公司本部的日常会计核算工作，对子公司的会计核算进行指导和管理；公司本部税务的申报、缴纳；员工工资的发放、管理；与财政、税务等管理部门的沟通、协调等。
审计部	负责公司内部审计和内控制度的制定和检查监督；审查公司及下属公司的财务收支和各项业务活动情况；评审内部控制体系的有效性和适当性。
董事会办公室	负责协助董事会秘书组织召开股东大会、董事会以及对外信息披露；跟踪证券市场的动态，代表公司与投资者、证券中介机构、证券交易机构和证券监管机构等沟通联络；负责公司股票上市及交易的其他相关事项。

五、公司控股、参股公司基本情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 4 家一级子公司，8 家二级子公司，1 家二级子公司的分公司，以及 3 家联营企业。

报告期内，公司还曾持有 1 家一级子公司（上海申石）和 1 家二级子公司（掌众互金），已分别于 2016 年 7 月和 2017 年 12 月对外转让；2 家分公司，已分别于 2016 年 11 月和 2018 年 4 月注销；2 家联营企业，已分别于 2017 年 11 月和 2019 年 6 月对外转让。

（一）公司一级子公司基本情况

1、掌众信息

公司名称	深圳市掌众信息技术有限公司
成立日期	2010 年 9 月 2 日
注册资本	2,000 万元
实收资本	2,000 万元
公司住所	深圳市南山区科技路 1 号桑达科技大厦 14 楼南 A
法定代表人	石磊
经营范围	计算机、通讯设备、电子产品的技术开发与技术咨询；从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营），广告代理。信息服务业务
主营业务	移动数字营销服务

截至本招股说明书签署日，掌众信息股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	公司	2,000.00	2,000.00	100.00%
	合计	2,000.00	2,000.00	100.00%

经天健会计师审计，掌众信息简要财务数据如下：

项目	2019年1-6月/末（万元）	2018年度/末（万元）
总资产	10,548.02	10,426.75
净资产	5,213.02	8,062.86
净利润	1,150.16	6,760.55

掌众信息历史沿革情况如下：

（1）2010年9月，掌众信息设立

2010年8月10日，袁春、邹文强签署《公司章程》，共同投资设立掌众信息。根据《公司章程》约定，掌众信息注册资本300.00万元，其中袁春以货币形式出资210.00万元，占注册资本的70.00%；邹文强以货币形式出资90.00万元，占注册资本的30.00%。

2010年8月6日，深圳中企华南会计师事务所（普通合伙）出具《验资报告》（中企会验字[2010]056号），验证确认掌众信息设立的应缴注册资本已实缴到位，出资形式为货币。

2010年9月2日，掌众信息取得深圳市市场监督管理局核发的440301104914079号《营业执照》。

掌众信息设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	袁春	210.00	210.00	70.00%
2	邹文强	90.00	90.00	30.00%
合计		300.00	300.00	100.00%

（2）2013年8月，第一次股权转让

2013年6月24日，掌众信息召开股东会，同意邹文强将其所有的掌众信息14.50%股权，共计43.50万元出资额，以1.00元的价格转让给袁春。

2013年6月25日，邹文强（作为转让方）与袁春（作为受让方）签订《股权转让协议书》，邹文强将其所有的掌众信息14.50%股权，共计43.50万元出资额，以1.00元的价格转让给袁春。上述《股权转让协议书》已经广东省深圳市深圳公证处公证，并出具《公证书》（（2013）深证字第94398号）。

2013年8月7日，掌众信息就上述事宜办理完成工商变更登记。

完成上述变更后，掌众信息的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	袁春	253.50	253.50	84.50%
2	邹文强	46.50	46.50	15.50%
合计		300.00	300.00	100.00%

(3) 2013年8月，第一次增资

2013年8月1日，掌众信息召开股东会，同意掌众信息注册资本由300.00万元增至500.00万元，新增注册资本200.00万元由袁春、邹文强按84.50%、15.50%的比例以货币形式出资，增资价格为1.00元每1.00元出资额。

2013年8月20日，深圳市华图会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（深华图验字[2013]42号），验证确认掌众信息第一次增资的应缴注册资本已实缴到位，出资形式为货币。

2013年8月23日，掌众信息就上述事宜办理完成工商变更登记。

完成上述变更后，掌众信息的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	袁春	422.50	422.50	84.50%
2	邹文强	77.50	77.50	15.50%
合计		500.00	500.00	100.00%

(4) 2014年9月，第二次增资

2014年9月5日，掌众信息召开股东会，同意新增明家科技为掌众信息股东；同意掌众信息注册资本由500.0000万元增至568.1818万元，新增注册资本68.1818万元由明家科技以1,600万元认购，其中68.1818万元作为实收资本，剩余1,531.8182万元计入资本公积，其他股东放弃认缴权。

2014年9月2日，深圳策信泓业会计师事务所（普通合伙）出具《验资报告》（深策信泓业验字[2014]第001号），验证确认掌众信息第二次增资的应缴注册资本已实缴到位，出资形式为货币。

2014年9月15日，掌众信息就上述事宜办理完成工商变更登记。

完成上述变更后，掌众信息的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	袁春	422.5000	422.5000	74.40%
2	邹文强	77.5000	77.5000	13.60%
3	明家科技	68.1818	68.1818	12.00%

合计	568.1818	568.1818	100.00%
----	----------	----------	---------

（5）2015年12月，第二次股权转让

2015年6月26日，掌众信息召开股东会，同意邹文强、袁春、明家科技将其所有的掌众信息13.60%、74.40%、12.00%股权，对应77.5000万元、422.5000万元、68.1818万元出资额，以53,605,200.00元、309,007,600.00元、47,160,000.00元的价格转让给公司。

2015年12月11日，邹文强、袁春、明家科技（作为转让方）与公司（作为受让方）签订《股权转让协议书》，邹文强、袁春、明家科技将其所有的掌众信息13.60%、74.40%、12.00%股权，对应77.5000万元、422.5000万元、68.1818万元出资额，作价53,605,200.00元（对价形式为9,763,317股公司股票和24,315,247.30元现金）、309,007,600.00元（对价形式为公司截至2015年3月31日价值12,946,237.61元的全部资产和负债、53,922,774股公司股票和134,293,039.53元现金）、47,160,000.00元（对价形式为8,589,428股公司股票和21,391,713.17元现金）转让给公司。上述《股权转让协议书》已经深圳联合产权交易所见证，并出具《股权转让见证书》（见证书编号JZ20151214201）。

2015年12月18日，掌众信息就上述事宜办理完成工商变更登记，并取得深圳市市场监督管理局核发的91440300561521172G号《营业执照》。

完成上述变更后，掌众信息的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	公司	568.1818	568.1818	100.00%
合计		568.1818	568.1818	100.00%

（6）2018年12月，第三次增资

2018年12月4日，公司召开第三届董事会第二十五次会议，审议通过《关于对外投资（对全资子公司增资）的议案》，同意掌众信息注册资本由568.1818万元增至2,000.00万元，新增注册资本1,431.8182万元由公司货币形式出资，增资价格为1.00元每1.00元出资额。

2018年12月11日，公司向掌众信息平安银行深圳旭飞支行账户汇入投资款14,318,182.00元（银行流水号：18R1008631487），掌众信息第三次增资的应缴注册资本已实缴到位，出资形式为货币。

2018年12月10日，掌众信息就上述事宜办理完成工商变更登记。

完成上述变更后，掌众信息的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	公司	2,000.00	2,000.00	100.00%
	合计	2,000.00	2,000.00	100.00%

2、会盒科技

公司名称	深圳会盒科技有限公司
成立日期	2019年8月19日
注册资本	300万元
实收资本	0万元
公司住所	深圳市南山区粤海街道科技园社区科技路1号桑达科技大厦14楼C区
法定代表人	汪嫦
经营范围	计算机软硬件、通讯设备、手机软件、多媒体的技术开发；电子产品的技术开发与技术咨询及销售；网络技术开发、数据库技术开发；在网上从事商贸活动(不含限制项目)；电子商务平台建设；从事广告业务(法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的,需取得许可后方可经营)。(以上各项涉及法律、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)经营增值电信业务
主营业务	截至本招股说明书签署之日尚未开展业务,拟从事移动数字营销服务

截至本招股说明书签署日，会盒科技股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	认缴比例
1	公司	300.00	0.00	100.00%
	合计	300.00	0.00	100.00%

报告期内，会盒科技尚未成立，不存在财务数据。

3、掌众保代

公司名称	深圳掌众保险代理有限公司
成立日期	2019年9月3日
注册资本	5,000万元
实收资本	0万元
公司住所	深圳市南山区粤海街道科技园社区科技路1号桑达科技大厦14楼I区
法定代表人	汪嫦
经营范围	一般经营项目是：计算机软硬件、通讯设备、手机软件、多媒体的技术开发；电子产品的技术开发与技术咨询及销售；网络技术的技

	术开发；数据库技术的技术开发；从事广告业务。（以上项目法律、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），许可经营项目是：代理销售保险产品；代理收取保险费；代理相关保险业务的损失勘查和理赔；中国保监会批准的其他业务；经营增值电信业务
主营业务	截至本招股说明书签署之日尚未开展业务，拟从事移动数字营销服务

截至本招股说明书签署日，掌众保代股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	认缴比例
1	公司	5,000.00	0.00	100.00%
	合计	5,000.00	0.00	100.00%

报告期内，掌众保代尚未成立，不存在财务数据。

4、前海视界

公司名称	深圳前海视界科技有限公司
成立日期	2018年4月2日
注册资本	500万元
实收资本	500万元
公司住所	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
法定代表人	汪嫦
经营范围	计算机软硬件、通讯设备、手机软件、多媒体的技术开发；电子产品的技术开发与技术咨询及销售；网络技术开发、数据库技术开发；在网上从事商贸活动（不含限制项目）；电子商务平台建设；从事广告业务（法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的，需取得许可后方可经营）。（以上各项涉及法律、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）。经营性互联网信息服务业务
主营业务	除持有位于深圳市南山区的办公用房外，未开展实际经营业务

截至本招股说明书签署日，前海视界股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	公司	500.00	500.00	100.00%
	合计	500.00	500.00	100.00%

经天健会计师审计，前海视界简要财务数据如下：

项目	2019年1-6月/末(万元)	2018年度/末(万元)
总资产	6,466.88	6,450.27
净资产	347.20	447.95

净利润	-100.75	-52.05
-----	---------	--------

5、上海申石（已对外转让）

报告期内，公司曾持有一级子公司上海申石 100% 股权，已于 2016 年 7 月对外转让。

上海申石系为配合公司 2015 年重大资产重组方案的实施而设立：公司于 2016 年 3 月以货币出资设立上海申石并持有其 100% 股权；上海申石于 2016 年 6 月以自有资金从公司受让重大资产重组置出资产；公司于 2016 年 7 月将上海申石 100% 股权转让给重大资产置换交易对手方暨公司现控股股东、实际控制人袁春。

（二）公司二级子公司基本情况

1、爱告技术

公司名称	深圳爱告技术有限公司
成立日期	2015 年 11 月 10 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
公司住所	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
法定代表人	汪嫦
经营范围	一般经营项目是：计算机、通讯设备、电子产品的技术开发与技术咨询（以上不含限制项目）；移动互联网软件的技术开发。（以上各项涉及法律、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），许可经营项目是：从事广告业务；经营增值电信业务
主营业务	移动数字营销服务

截至本招股说明书签署日，爱告技术股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	掌众信息	1,000.00	1,000.00	100.00%
	合计	1,000.00	1,000.00	100.00%

经天健会计师审计，爱告技术简要财务数据如下：

项目	2019 年 1-6 月/末（万元）	2018 年度/末（万元）
总资产	10,105.42	6,936.79
净资产	9,011.82	5,646.74
净利润	3,365.08	4,666.36

2、众源信息

公司名称	深圳众源信息技术有限公司
成立日期	2018年1月30日
注册资本	1,000万元
实收资本	100万元
公司住所	深圳市南山区粤海街道科技路1号桑达科技大厦14楼南A
法定代表人	程金文
经营范围	计算机软硬件、通讯设备、手机软件、多媒体技术开发、电子产品的技术开发与技术咨询及销售；网络技术开发、数据库技术开发；经营电子商务及平台建设；广告代理、从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）；在网上从事商贸活动（根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）。信息服务业务
主营业务	移动数字营销服务

截至本招股说明书签署日，众源信息股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	认缴比例
1	掌众信息	1,000.00	100.00	100.00%
	合计	1,000.00	100.00	100.00%

经天健会计师审计，众源信息简要财务数据如下：

项目	2019年1-6月/末（万元）	2018年度/末（万元）
总资产	953.33	118.04
净资产	710.58	109.46
净利润	601.12	9.46

3、掌众传媒

公司名称	深圳市掌众传媒有限公司
成立日期	2013年4月9日
注册资本	1,000万元
实收资本	1,000万元
公司住所	深圳市南山区粤海街道科技路1号桑达科技大厦14楼南A
法定代表人	石磊
经营范围	一般经营项目是：计算机软硬件、通讯设备、手机软件、多媒体技术开发、电子产品的技术开发与技术咨询及销售；网络技术开发、数据库技术开发；经营电子商务及电子商务平台开发；从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）；在网上从事商贸活动（根据法律、行政法规、

	国务院决定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）。许可经营项目是：互联网信息服务；移动网信息服务
主营业务	移动数字营销服务

截至本招股说明书签署日，掌众传媒股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	掌众信息	1,000.00	1,000.00	100.00%
	合计	1,000.00	1,000.00	100.00%

经天健会计师审计，掌众传媒简要财务数据如下：

项目	2019年1-6月/末(万元)	2018年度/末(万元)
总资产	9,412.02	8,597.40
净资产	5,524.38	5,516.29
净利润	8.09	1,591.82

4、龙川科技

公司名称	深圳龙川科技有限公司
成立日期	2016年1月25日
注册资本	500万元
实收资本	500万元
公司住所	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室(入驻深圳市前海商务秘书有限公司)
法定代表人	程金文
经营范围	计算机软硬件、通讯设备、手机软件、多媒体技术开发、电子产品的技术开发与技术咨询及销售；网络技术开发、数据库技术开发；在网上从事商贸活动（不含限制项目）；电子商务平台建设；广告代理、从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）；在网上从事商贸活动（不含限制项目）。（以上各项涉及法律、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）。信息服务业务
主营业务	移动数字营销服务

截至本招股说明书签署日，龙川科技股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	掌众信息	500.00	500.00	100.00%
	合计	500.00	500.00	100.00%

经天健会计师审计，龙川科技简要财务数据如下：

项目	2019年1-6月/末(万元)	2018年度/末(万元)
总资产	594.79	499.70

净资产	539.58	499.70
净利润	39.89	-0.30

5、掌众网络

公司名称	深圳掌众网络服务有限公司
成立日期	2013年3月28日
注册资本	1,000万元
实收资本	1,000万元
公司住所	深圳市南山区科技路1号桑达科技大厦14层南F
法定代表人	石磊
经营范围	计算机、通讯设备、电子产品的技术开发、技术咨询；从事广告业务。经营信息服务业务（仅限移动网信息服务业务）
主营业务	移动数字营销服务

截至本招股说明书签署日，掌众网络股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	掌众信息	1,000.00	1,000.00	100.00%
	合计	1,000.00	1,000.00	100.00%

经天健会计师审计，掌众网络简要财务数据如下：

项目	2019年1-6月/末(万元)	2018年度/末(万元)
总资产	6,860.84	8,465.79
净资产	3,594.93	4,290.53
净利润	304.40	224.99

6、亿达传媒

公司名称	深圳亿达传媒有限公司
成立日期	2016年1月14日
注册资本	1,000万元
实收资本	700万元
公司住所	深圳市南山区粤海街道科技路1号桑达科技大厦14楼南D
法定代表人	石磊
经营范围	一般经营项目是：计算机、通讯设备、电子产品的技术开发、技术咨询；从事广告业务。，许可经营项目是：互联网信息服务；移动互联网信息服务
主营业务	移动数字营销服务

截至本招股说明书签署日，亿达传媒股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
----	------	----------	----------	------

1	掌众信息	1,000.00	700.00	100.00%
合计		1,000.00	700.00	100.00%

经天健会计师审计，亿达传媒简要财务数据如下：

项目	2019年1-6月/末（万元）	2018年度/末（万元）
总资产	1,777.54	1,920.77
净资产	1,034.15	942.69
净利润	91.46	89.29

7、全球掌众

公司名称	全球掌众有限公司
成立日期	2016年12月8日
股本总额	100万港元
公司住所	香港旺角新填地街251号宏昌大厦20楼A室
董事	石磊
经营范围	移动互联网广告代理业务和互联网信息服务
主营业务	在香港特别行政区从事移动数字营销服务

截至本招股说明书签署日，全球掌众股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额（万港元）	实缴金额（万港元）	认缴比例
1	掌众信息	100.00	0.00	100.00%
合计		100.00	0.00	100.00%

经天健会计师审计，全球掌众简要财务数据如下：

项目	2019年1-6月/末（万元）	2018年度/末（万元）
总资产	177.92	124.11
净资产	37.31	64.24
净利润	-26.92	46.08

8、霍尔果斯掌众

公司名称	霍尔果斯掌众信息技术有限公司
成立日期	2016年6月28日
注册资本	1,000万元
实收资本	1,000万元
公司住所	新疆伊犁州霍尔果斯中哈国际边境合作中心B4地块东方公寓13层1306、1311室
法定代表人	石磊
经营范围	计算机、通讯设备、电子产品的技术开发与技术咨询；从事广告业

	务；互联网和移动互联网、手机软件、游戏的技术开发，计算机、通讯设备、电子产品的销售和技术开发、技术咨询，电子商务平台建设
主营业务	移动数字营销服务，目前正在注销程序中

截至本招股说明书签署日，霍尔果斯掌众股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	掌众信息	1,000.00	1,000.00	100.00%
	合计	1,000.00	1,000.00	100.00%

经天健会计师审计，霍尔果斯掌众简要财务数据如下：

项目	2019年1-6月/末(万元)	2018年度/末(万元)
总资产	2,168.48	2,180.07
净资产	1,861.92	1,911.37
净利润	-49.46	75.10

9、掌众互金（已对外转让）

报告期内，公司子公司掌众信息曾持有掌众互金 100% 股权，已于 2017 年 12 月对外转让。

自 2015 年 9 月设立至 2017 年 12 月对外转让，掌众互金未开展实际业务。

经天健会计师审计，自报告期初至 2017 年 12 月对外转让期间，掌众互金简要财务数据如下：

项目	2016年度/末(万元)
总资产	1.94
净资产	-0.06
净利润	-0.06

（三）公司分公司基本情况

1、掌众网络上海分公司

公司名称	深圳掌众网络服务有限公司上海分公司
成立日期	2018年7月30日
公司住所	上海市杨浦区隆昌路3号楼308室(集中登记地)
经营范围	计算机科技、通讯科技、电子科技、信息科技领域内的技术服务、技术开发、技术转让、技术咨询,广告的设计、制作、发布、代理。 【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】
主营业务	移动数字营销服务

经天健会计师审计，掌众网络上海分公司简要财务数据如下：

项目	2019年1-6月/末（万元）	2018年度/末（万元）
总资产	10.13	8.46
净资产	-78.21	-30.46
净利润	-47.75	-30.46

2、北京分公司（已注销）

报告期内，公司曾设置北京分公司，已于2018年4月注销。

北京分公司成立于2012年9月19日，系公司2015年重大资产重组前为开展原有业务而设立，公司2015年重大资产重组实施完毕后未开展实际业务。

3、深圳分公司（已注销）

报告期内，公司曾设置深圳分公司，已于2016年11月注销。

深圳分公司成立于2011年8月21日，系公司2015年重大资产重组前为开展原有业务而设立，公司2015年重大资产重组实施完毕后未开展实际业务。

（四）公司参股公司基本情况

1、艺特珑（联营企业）

公司名称	深圳艺特珑信息科技有限公司
成立日期	2015年12月9日
注册资本	632.5111万元
实收资本	632.5111万元
公司住所	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室(入驻深圳市前海商务秘书有限公司)
法定代表人	陈素珍
经营范围	一般经营项目是：计算机网络技术领域的技术开发、技术咨询、技术转让；经营进出口业务；电子电气产品、电子产品、通讯器材、计算机软件及辅助设备的销售；投资管理；受托资产管理(不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理等业务)；企业管理咨询；投资咨询；项目投资；影视策划及技术推广服务；会议展览服务、从事广告业务(法律、行政法规、国务院决定规定需另行办理广告经营项目审批的,需取得许可后方可经营)。(以上各项涉及法律、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),许可经营项目是：信息服务业务
主营业务	移动广告解决方案服务

2015年11月2日，掌众信息召开股东会，同意向艺特珑投资2,000万元，持有其15%股权。

2016年5月10日，掌众信息与艺特珑及艺特珑股东签署《增资协议》，各

方同意掌众信息以 2,000 万元认购艺特珑 15% 股权；2019 年 4 月 30 日，掌众信息与艺特珑及艺特珑其他股东签署《增资协议之补充协议》，各方同意掌众信息取得艺特珑 15% 股权的对价变更为 1,500 万元，且确认已足额缴纳。上述对外投资已于 2016 年 5 月 17 日办理完成工商变更登记。

截至本招股说明书签署日，艺特珑股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例
1	陈素珍	275.0000	43.48%
2	沈悦	225.0000	35.57%
3	掌众信息	94.8767	15.00%
4	韦薇	32.2581	5.10%
5	张栗滔	5.3763	0.85%
合计		632.5111	100.00%

艺特珑简要财务数据（未经审计）如下：

项目	2019 年 1-6 月/末（万元）	2018 年度/末（万元）
总资产	1,484.61	1,282.12
净资产	1,228.48	1,217.30
净利润	-236.70	-87.33

2、视范科技（联营企业）

公司名称	深圳视范科技有限公司
成立日期	2019 年 8 月 28 日
注册资本	200 万元
实收资本	200 万元
公司住所	深圳市南山区粤海街道科技园社区科技路 1 号桑达科技大厦 14 楼 J 区
法定代表人	汪佳明
经营范围	一般经营项目是：计算机软硬件、通讯设备、手机软件、多媒体的技术开发；电子产品的技术开发与技术咨询及销售；网络技术的技术开发；数据库技术的技术开发；经营电子商务（不含限制项目）；从事广告业务。（以上项目法律、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），许可经营项目是：经营电信业务。
主营业务	截至本招股说明书签署之日尚未开展业务，拟从事移动数字营销服务

2019 年 8 月 27 日，公司召开第四届董事会第六次会议，同意掌众信息向视范科技投资 80 万元，持有其 40% 股权，上述对外投资已于 2019 年 8 月 28 日办

理完成工商变更登记。

截至本招股说明书签署日，视范科技股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	实缴比例
1	徐玲玲	120.00	120.00	60.00%
2	掌众信息	80.00	80.00	40.00%
合计		200.00	200.00	100.00%

报告期内，视范科技尚未成立，不存在财务数据。

3、惠游信息（联营企业）

公司名称	深圳惠游信息技术有限公司
成立日期	2019年9月24日
注册资本	100万元
实收资本	50万元
公司住所	深圳市南山区粤海街道科技园社区科技路1号桑达科技大厦14楼K区
法定代表人	刘思恺
经营范围	一般经营项目是：代订门票、机票、火车票、汽车票；展览展示服务；工艺礼品的销售；酒店预订；旅游产品开发及销售；旅游服务；计算机软硬件、通讯设备、手机软件、多媒体的技术开发；电子产品的技术开发与技术咨询及销售；网络技术开发、数据库技术开发；经营电子商务（不含限制项目）；电子商务平台建设；从事广告业务（以上各项涉及法律、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），许可经营项目是：旅游信息咨询；经营增值电信业务；旅游服务。
主营业务	截至本招股说明书签署之日尚未开展业务

2019年9月24日，公司召开第四届董事会第七次会议，同意掌众信息向惠游信息投资24.50万元，持有其49%股权，上述对外投资已于2019年9月24日办理完成工商变更登记。

截至本招股说明书签署日，惠游信息股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额(万元)	实缴金额(万元)	认缴比例
1	掌众信息	49.00	24.50	49.00%
2	西安行旅信息科技有限公司	34.00	0.00	34.00%
3	刘思恺	17.00	8.50	17.00%
合计		100.00	33.00	100.00%

报告期内，惠游信息尚未成立，不存在财务数据。

4、圆石网络（联营企业，已对外转让）

报告期内，公司曾持有联营企业圆石网络 15% 股权，已于 2017 年 11 月对外转让。

圆石网络成立于 2016 年 7 月 25 日，主要从事互联网电商产品 APP 的研发。2016 年 9 月 8 日，公司召开第三届董事会第八次会议，审议通过《关于公司全资子公司向圆石网络投资的议案》，掌众信息向圆石网络投资 200 万元，持有其 15% 股权，上述对外投资已于 2016 年 10 月 17 日办理完成工商变更登记。2017 年 9 月 22 日，公司召开第三届董事会第十六次会议，审议通过《关于处置对外投资的议案》，由于被投资公司圆石网络业务发展方向改变，经与创始股东深圳圆石传媒有限公司协商，掌众信息拟将持有的 15% 股权全部转让给深圳圆石传媒有限公司，转让价格为 200 万元，上述股权转让已于 2017 年 11 月 1 日办理完成工商变更登记。

5、维普世（联营企业，已对外转让）

报告期内，公司曾持有联营企业维普世 7.37% 股权，已于 2019 年 6 月对外转让。

维普世成立于 2014 年 11 月 24 日，主要从事互联网营销客户关系管理的研发，提供基于微信、抖音渠道的大数据营销解决方案。

2017 年 1 月 6 日，公司召开第三届董事会第十次会议，审议通过《关于公司全资子公司对维普世增资的议案》，掌众信息向维普世投资 700 万元，持有其 7.37% 股权，上述对外投资已于 2017 年 5 月 5 日办理完成工商变更登记。

2019 年 4 月 18 日，公司召开第四届董事会第二次会议，审议通过《关于出售参股公司维普世 7.37% 股权的议案》，为提升公司资产流动性，提高自有资金使用效率，实现股东利益最大化，掌众信息拟将持有的维普世 7.37% 股权以 650 万元的价格转让给自然人郭琳琳。郭琳琳已按照《股权转让协议》的约定于 2019 年 6 月 21 日向掌众信息支付 50% 股权转让款暨 325 万元，并将按照约定于 2020 年 3 月 31 日前支付剩余款项，上述股权转让已于 2019 年 8 月 16 日办理完成工商变更登记。

六、公司实际控制人、持有 5% 以上股份的主要股东基本情况

（一）公司控股股东、实际控制人基本情况

截至本招股说明书签署日，袁春直接持有公司 38.9455%的股份，通过掌众共创、扬天下间接持有公司 0.0709%的股份，合计持有公司 39.0164%的股份，并担任公司董事长，是公司的控股股东、实际控制人。

1、控股股东、实际控制人基本情况

袁春，男，1972年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：352***197203*****。袁春的详细情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、（一）董事会成员”。

2、控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除直接控制本公司及本公司控股子公司以外，公司控股股东、实际控制人袁春无控制的其它企业。

报告期内，袁春曾于2016年7月至2017年1月期间持有上海申石100%股权。上海申石系为配合公司2015年重大资产重组方案的实施而设立：公司于2016年3月以货币出资设立上海申石并持有其100%股权；上海申石于2016年6月以自有资金从公司受让重大资产重组置出资产；公司于2016年7月将上海申石100%股权转让给重大资产置换交易对手方暨公司现控股股东、实际控制人袁春；袁春于2017年1月将上海申石100%股权转让给公司原控股股东、实际控制人许青。

上海申石具体情况参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“五、（一）公司一级子公司基本情况”。

3、控股股东、实际控制人直接或间接持有公司的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人袁春直接或间接持有公司的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（二）公司其他持有5%以上股份的主要股东基本情况

截至中国结算北京分公司最近一次出具定期《证券持有人名册》之日（2019年12月10日），公司其他持有5%以上股份的主要股东包括汪嫦，安赐互联陆号及其一致行动人安赐文创叁号、安赐互联并购。

1、汪嫦基本情况

汪嫦，女，1983年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号：342***198308****，其直接持有公司10.0327%的股份，通过掌众共创、扬天下间接持有公司0.4017%的股份，合计持有公司10.4344%的股份，是持有5%以上股份的主要股东。

汪嫦目前担任公司董事、总经理，其基本情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、（一）董事会成员”。

2、安赐互联陆号及其一致行动人安赐文创叁号、安赐互联并购基本情况

安赐互联陆号、安赐文创叁号、安赐互联并购均由安赐资产管理有限公司控制，系一致行动人。安赐资产管理有限公司由陈长洁、殷敏共同控制。

（1）安赐互联陆号

安赐互联陆号直接持有公司6.3064%的股份，其基本情况如下：

企业名称	珠海安赐互联陆号股权投资基金企业（有限合伙）
成立日期	2014年7月15日
认缴出资	6,250万元
实缴出资	6,250万元
公司住所	珠海市横琴新区宝华路6号105室-906
执行事务合伙人	珠海安赐创业股权投资基金管理企业（有限合伙）
执行事务合伙人委派代表	殷敏
经营范围	协议记载的经营范围：股权投资（私募基金应及时在中国证券投资基金业协会完成备案）。（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	从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资以及相关服务

安赐互联陆号出资情况如下：

序号	合伙人类型	合伙人名称	出资金额（万元）	出资比例
1	普通合伙人	珠海安赐创业股权投资基金管理企业（有限合伙）	48.46	0.78%
2	有限合伙人	戴青	5,961.54	95.38%
3	有限合伙人	珠海横琴安赐文化互联股权投资基金企业（有限合伙）	240.00	3.84%
合计			6,250.00	100.00%

安赐互联陆号简要财务数据（未经审计）如下：

项目	2019年1-6月/末（万元）	2018年度/末（万元）
----	-----------------	--------------

总资产	5,994.23	7,132.33
净资产	5,830.30	7,132.33
净利润	42.11	690.61

安赐互联陆号属于《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定的私募投资基金，已按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案：基金编号为 SD6391，基金管理人为珠海安赐创业股权投资基金管理企业（有限合伙），基金管理人登记编号为 P1006384。

（2）安赐文创叁号

安赐文创叁号直接持有公司 4.0949% 的股份，其基本情况如下：

企业名称	珠海安赐文创叁号股权投资基金企业
成立日期	2014 年 11 月 6 日
认缴出资	1,886.00 万元
实缴出资	1,885.70 万元
公司住所	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-67149（集中办公区）
执行事务合伙人	珠海安赐共创投资基金管理企业（有限合伙）
执行事务合伙人委派代表	殷敏
经营范围	协议记载的经营范围：股权投资（私募基金应及时在中国证券投资基金业协会完成备案）。（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	从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资以及相关服务

安赐文创叁号出资情况如下：

序号	合伙人类型	合伙人名称	认缴出资（万元）	认缴比例	实缴出资（万元）
1	普通合伙人	珠海安赐共创投资基金管理企业（有限合伙）	0.30	0.02%	0.00
2	有限合伙人	珠海安赐互联股权并购投资基金企业（有限合伙）	942.85	49.99%	942.85
3	有限合伙人	许一	942.85	49.99%	942.85
合计			1,886.00	100.00%	1,885.70

安赐文创叁号简要财务数据（未经审计）如下：

项目	2019 年 1-6 月/末（万元）	2018 年度/末（万元）
总资产	2,079.20	2,188.17
净资产	2,075.85	2,188.17
净利润	104.55	217.73

安赐文创叁号属于《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定的私募投资基金，已按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案：基金编号为 S39214，基金管理人为珠海安赐共创投资基金管理企业（有限合伙），基金管理人登记编号为 P1008915。

（3）安赐互联并购

安赐互联并购直接持有公司 1.2867% 的股份，其基本情况如下：

企业名称	珠海安赐互联股权并购投资基金企业（有限合伙）
成立日期	2014 年 12 月 4 日
认缴出资	50,000 万元
实缴出资	50,000 万元
公司住所	珠海市横琴新区宝兴路 118 号 1 栋 219-353 室
执行事务合伙人	珠海安赐共创投资基金管理企业（有限合伙）
执行事务合伙人委派代表	殷敏
经营范围	从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资以及相关服务，为企业并购提供咨询服务；为企业资产重组提供咨询服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	从事对未上市企业的投资，对上市公司非公开发行股票的投资以及相关服务，为企业并购提供咨询服务；为企业资产重组提供咨询服务

安赐互联并购出资情况如下：

序号	合伙人类型	合伙人名称	出资金额（万元）	出资比例
1	普通合伙人	珠海安赐共创投资基金管理企业（有限合伙）	500.00	1.00%
2	有限合伙人	嘉兴创融投资合伙企业（有限合伙）	25,000.00	50.00%
3	有限合伙人	杨一鸣	7,000.00	14.00%
4	有限合伙人	陈向东	3,000.00	6.00%
5	有限合伙人	魏建华	3,000.00	6.00%
6	有限合伙人	王志	2,000.00	4.00%
7	有限合伙人	梁泽坚	2,000.00	4.00%
8	有限合伙人	张韶方	2,000.00	4.00%
9	有限合伙人	冯渊	1,500.00	3.00%
10	有限合伙人	广州巨元生化有限公司	1,000.00	2.00%
11	有限合伙人	魏哲玲	1,000.00	2.00%
12	有限合伙人	刘建新	1,000.00	2.00%

13	有限合伙人	吴志敏	1,000.00	2.00%
合计			50,000.00	100.00%

安赐互联并购简要财务数据（未经审计）如下：

项目	2019年1-6月/末（万元）	2018年度/末（万元）
总资产	36,336.94	50,240.90
净资产	36,336.94	49,740.99
净利润	298.91	-678.84

安赐互联并购属于《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定的私募投资基金，已按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案：基金编号为SD5619，基金管理人为珠海安赐共创投资基金管理企业（有限合伙），基金管理人登记编号为P1008915。

七、公司股本情况

（一）本次发行前后股本情况

本次发行前公司总股本为138,456,831股，本次拟公开发行股份46,152,277股，占发行后公司总股本的25%。发行前后，公司股本结构如下（发行前股本结构按照截至中国结算北京分公司最近一次出具定期《证券持有人名册》之日（2019年12月10日）情况披露）：

序号	股东	发行前		发行后	
		持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
一、有限售条件流通股					
1	袁春	53,922,774	38.9455%	53,922,774	29.2092%
2	汪嫦	13,891,000	10.0327%	13,891,000	7.5245%
3	安赐互联陆号	8,731,666	6.3064%	8,731,666	4.7298%
4	安赐文创叁号	5,669,666	4.0949%	5,669,666	3.0712%
5	奥瑞佳	5,620,666	4.0595%	5,620,666	3.0446%
6	佳云科技	4,589,428	3.3147%	4,589,428	2.4860%
7	掌众共创	3,850,000	2.7807%	3,850,000	2.0855%
8	苏运荣	3,765,000	2.7193%	3,765,000	2.0394%
9	广发乾和	3,708,791	2.6787%	3,708,791	2.0090%
10	李维	3,000,000	2.1667%	3,000,000	1.6251%
11	振粤一号	2,942,000	2.1249%	2,942,000	1.5936%

12	周伟民	2,919,166	2.1084%	2,919,166	1.5813%
13	金雅福博熙	2,851,000	2.0591%	2,851,000	1.5443%
14	鸿盈景祥	2,472,527	1.7858%	2,472,527	1.3393%
15	吕敏强	2,311,000	1.6691%	2,311,000	1.2518%
16	扬天下	2,140,000	1.5456%	2,140,000	1.1592%
17	林辉	2,001,000	1.4452%	2,001,000	1.0839%
18	广发证券	2,000,000	1.4445%	2,000,000	1.0834%
19	安赐互联并购	1,781,500	1.2867%	1,781,500	0.9650%
20	郭志清	1,666,666	1.2037%	1,666,666	0.9028%
21	吉宁	1,011,000	0.7302%	1,011,000	0.5476%
22	梁文焕	999,666	0.7220%	999,666	0.5415%
23	戴婷婷	952,666	0.6881%	952,666	0.5160%
24	第一创业	951,000	0.6869%	951,000	0.5151%
25	张上勇	712,000	0.5142%	712,000	0.3857%
26	徐秀娣	674,000	0.4868%	674,000	0.3651%
27	苏铭	666,000	0.4810%	666,000	0.3608%
28	曹毅斌	616,000	0.4449%	616,000	0.3337%
29	谢秋英	500,666	0.3616%	500,666	0.2712%
30	严匡武	500,000	0.3611%	500,000	0.2708%
31	曹桂虎	500,000	0.3611%	500,000	0.2708%
32	毛玲颖	197,666	0.1428%	197,666	0.1071%
33	陈锦明	193,000	0.1394%	193,000	0.1045%
34	李卫平	120,000	0.0867%	120,000	0.0650%
35	邹文强	13,317	0.0096%	13,317	0.0072%
36	李戟	5,000	0.0036%	5,000	0.0027%
37	杨秋华	3,000	0.0022%	3,000	0.0016%
38	王强	3,000	0.0022%	3,000	0.0016%
39	周军	1,000	0.0007%	1,000	0.0005%
40	吴锦娟	1,000	0.0007%	1,000	0.0005%
41	钱江涛	1,000	0.0007%	1,000	0.0005%
42	姚继红	1,000	0.0007%	1,000	0.0005%
43	刘翔	1,000	0.0007%	1,000	0.0005%
二、无限售条件的流通股		-	-	46,152,277	25.0000%
三、合计		138,456,831	100.0000%	184,609,108	100.0000%

（二）本次发行前后前十名股东情况

本次发行前后前十名股东情况参见本小节“（一）本次发行前后股本情况”。

（三）前十名自然人股东及其在公司担任的职务

截至中国结算北京分公司最近一次出具定期《证券持有人名册》之日（2019年12月10日），公司前十名自然人股东及其在公司任职情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	在公司任职情况
1	袁春	53,922,774	38.9455%	董事长
2	汪嫦	13,891,000	10.0327%	董事、总经理
3	苏运荣	3,765,000	2.7193%	业务总监
4	李维	3,000,000	2.1667%	无
5	周伟民	2,919,166	2.1084%	无
6	吕敏强	2,311,000	1.6691%	无
7	林辉	2,001,000	1.4452%	无
8	郭志清	1,666,666	1.2037%	无
9	吉宁	1,011,000	0.7302%	无
10	梁文焕	999,666	0.7220%	无

（四）国有股份和外资股份情况

截至中国结算北京分公司最近一次出具定期《证券持有人名册》之日（2019年12月10日），公司不存在国有股份或外资股份。

（五）最近一年新增股东情况

截至中国结算北京分公司最近一次出具定期《证券持有人名册》之日（2019年12月10日）前一年内，公司的新增股东均通过股转系统二级市场买入的方式取得公司股份，截至2019年12月10日，上述新增股东的持股情况如下：

序号	股东名称	买入时间	买入价格（元/股）	买入数量（股）	买入后持股比例	是否为公司员工或关联方
1	金雅福博熙	2019-12-09	8.67	2,851,000	2.0591%	否
2	扬天下	2019-01-14	5.00	2,140,000	1.5456%	员工持股平台
3	钱江涛	2019-08-14	9.39	1,000	0.0007%	否
4	吴锦娟	2019-08-16	6.71	1,000	0.0007%	否
5	姚继红	2019-08-19	6.77	1,000	0.0007%	否
6	刘翔	*注	*注	1,000	0.0007%	否

注：公司尚无法取得股东刘翔相关信息

上述最近一年新增股东具体情况如下：

1、金雅福博熙

截至中国结算北京分公司最近一次出具定期《证券持有人名册》之日（2019年12月10日），金雅福博熙直接持有公司2.0591%的股份。金雅福博熙的出资结构如下：

序号	合伙人类型	合伙人名称	出资金额（万元）	出资比例
1	普通合伙人	深圳市金雅福投资管理有限公司	1.00	0.04%
2	有限合伙人	刘梓文	10.00	0.40%
3	有限合伙人	陈政铭	15.00	0.60%
4	有限合伙人	刘娜	100.00	4.01%
5	有限合伙人	王慧婷	100.00	4.01%
6	有限合伙人	刘羿	100.00	4.01%
7	有限合伙人	张丽光	100.00	4.01%
8	有限合伙人	张威	100.00	4.01%
9	有限合伙人	江金凤	100.00	4.01%
10	有限合伙人	周国莲	150.00	6.01%
11	有限合伙人	赵丹	170.00	6.81%
12	有限合伙人	李杨军	200.00	8.01%
13	有限合伙人	谭建林	250.00	10.02%
14	有限合伙人	幸三生	300.00	12.02%
15	有限合伙人	苏艺强	300.00	12.02%
16	有限合伙人	珠海横琴嘉盛福瑞供应链管理有 限公司	500.00	20.03%
合计			2,496.00	100.00%

金雅福博熙属于《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定的私募投资基金，已按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案登记：基金编号为SJE139，基金管理人为深圳市金雅福投资管理有限公司，基金管理人编号为P1006439。

2、扬天下

截至本招股说明书签署日，扬天下直接持有公司1.5456%的股份。扬天下的出资结构如下：

序号	合伙人类型	合伙人名称	出资金额（万元）	出资比例	是否在发行人任职
1	普通合伙人	掌纵投资	281.7080	26.3248%	-
2	有限合伙人	胡兴	100.0000	9.3447%	是
3	有限合伙人	舒东树	100.0000	9.3447%	是
4	有限合伙人	李焰卓	70.5000	6.5880%	是
5	有限合伙人	陈奕锦	60.0000	5.6068%	是
6	有限合伙人	杨文军	59.1250	5.5251%	是
7	有限合伙人	申红霞	50.0000	4.6724%	是
8	有限合伙人	向菲	50.0000	4.6724%	是
9	有限合伙人	朱杰华	41.3750	3.8664%	是
10	有限合伙人	王斌	37.7500	3.5276%	是
11	有限合伙人	丘龙杰	35.0000	3.2706%	是
12	有限合伙人	喻涛	30.0000	2.8034%	是
13	有限合伙人	庞丽华	30.0000	2.8034%	是
14	有限合伙人	陈冠洪	25.0000	2.3362%	是
15	有限合伙人	张伟文	25.0000	2.3362%	是
16	有限合伙人	贺韧坚	15.0000	1.4017%	是
17	有限合伙人	黄兴成	15.0000	1.4017%	是
18	有限合伙人	张迪	10.0000	0.9345%	是
19	有限合伙人	黄天财	10.0000	0.9345%	是
20	有限合伙人	李木生	5.0000	0.4672%	是
21	有限合伙人	李国良	5.0000	0.4672%	是
22	有限合伙人	陈丽琪	5.0000	0.4672%	是
23	有限合伙人	杨剑辉	5.0000	0.4672%	是
24	有限合伙人	李芳敏	2.6665	0.2492%	是
25	有限合伙人	陈璐	2.0000	0.1869%	是
合计			1,070.1245	100.0000%	-

扬天下为公司骨干人员持股平台，合伙目的是使发行人骨干人员与发行人共享成长红利，股票来源均为按照市场交易价格自股转系统购入。扬天下不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定的私募投资基金，亦无需按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案登记。

3、钱江涛

中国籍，无境外居留权，身份证号：330***196710*****。

4、吴锦娟

中国籍，无境外居留权，身份证号：321***198303*****。

5、姚继红

中国籍，无境外居留权，身份证号：422***196202*****。

6、刘翔

公司尚无法取得股东刘翔提供的确认说明，根据《证券持有人名册》，刘翔身份证号：440***198604*****。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比

例

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	备注
1	安赐互联陆号	8,731,666	6.3064%	安赐互联陆号、安赐文创叁号、安赐互联并购均由安赐资产管理有限公司控制，系一致行动人。安赐资产管理有限公司由陈长洁、殷敏共同控制
	安赐文创叁号	5,669,666	4.0949%	
	安赐互联并购	1,781,500	1.2867%	
2	广发乾和	3,708,791	2.6787%	广发乾和是广发证券全资子公司
	广发证券	2,000,000	1.4445%	

截至中国结算北京分公司最近一次出具定期《证券持有人名册》之日（2019年12月10日），除上表所述情形外，公司股东袁春间接持有公司股东（员工持股平台）掌众共创、扬天下 0.3545%、3.9487%的出资份额，公司股东汪嫦间接持有公司股东（员工持股平台）掌众共创、扬天下 2.0087%、22.3761%的出资份额，但上述关联关系均不构成控制或一致行动关系；其他持有公司 1%以上股份的股东之间不存在关联关系。

（七）发行人股东公开发售股份情况

本次发行不进行老股东公开发售股份。

八、公司正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在正在执行的股权激励安排。

为使公司高级管理人员、骨干人员与公司共享成长红利，公司相关员工作为合伙人共同设立掌众共创、扬天下 2 个员工持股平台，具体情况如下：

（一）掌众共创

掌众共创直接持有公司 2.7807% 的股份。其基本情况如下：

企业名称	深圳掌众共创合伙企业（有限合伙）
成立日期	2017 年 1 月 5 日
认缴出资	1,269.4999 万元
实缴出资	1,269.4999 万元
公司住所	深圳市南山区粤海街道科技路 1 号桑达科技大厦 14 楼南 F
执行事务合伙人	深圳掌纵投资发展有限公司
执行事务合伙人委派代表	汪嫦
经营范围	一般经营项目：投资兴办实业（具体项目另行申报）；经济信息咨询；创业投资业务；投资咨询
主营业务	公司员工持股平台，除对本公司的投资以外，未开展其它经营活动或对外投资

截至本招股说明书签署日，掌众共创的出资结构如下：

序号	合伙人类型	合伙人名称	出资金额（万元）	出资比例	是否在发行人任职
1	普通合伙人	掌纵投资	30.0000	2.3631%	-
2	有限合伙人	樊文	520.5390	41.0035%	是
3	有限合伙人	石磊	428.9405	33.7881%	是
4	有限合伙人	刘莉	145.0102	11.4226%	是
5	有限合伙人	程金文	145.0102	11.4226%	是
合计			1,269.4999	100.0000%	-

掌众共创为公司高级管理人员持股平台，合伙目的是使公司高级管理人员与公司共享成长红利，股票来源均为按照市场交易价格自股转系统购入。掌众共创不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定的私募投资基金，亦无需按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案登记。

掌众共创执行事务合伙人掌纵投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例	是否在发行人任职
1	汪嫦	0.85	85.00%	是
2	袁春	0.15	15.00%	是
合计		1.00	100.00%	-

掌纵投资系公司董事、总经理汪嫦和董事长袁春全资持有的有限责任公司，

不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定的私募投资基金，亦无需按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案登记。

（二）扬天下

扬天下直接持有公司 1.5456% 的股份，其基本情况如下：

企业名称	深圳扬天下投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2017 年 11 月 13 日
认缴出资	1,070.1245 万元
实缴出资	1,070.1245 万元
公司住所	深圳市南山区粤海街道科技路 1 号桑达科技大厦 14 楼南 F
执行事务合伙人	深圳掌纵投资发展有限公司
执行事务合伙人委派代表	汪嫦
经营范围	投资兴办实业（具体项目另行申报）；经济信息咨询；创业投资业务；投资咨询（不含证券、保险、基金、金融业务、人才中介服务及其它限制项目）。（以上项目法律、行政法规、国务院决定禁止的除外，限制的项目须取得许可后方可经营）
主营业务	公司员工持股平台，除对本公司的投资以外，未开展其它经营活动或对外投资

截至本招股说明书签署日，扬天下的出资结构如下：

序号	合伙人类型	合伙人名称	出资金额（万元）	出资比例	是否在发行人任职
1	普通合伙人	掌纵投资	281.7080	26.3248%	-
2	有限合伙人	胡兴	100.0000	9.3447%	是
3	有限合伙人	舒东树	100.0000	9.3447%	是
4	有限合伙人	李焰卓	70.5000	6.5880%	是
5	有限合伙人	陈奕锦	60.0000	5.6068%	是
6	有限合伙人	杨文军	59.1250	5.5251%	是
7	有限合伙人	申红霞	50.0000	4.6724%	是
8	有限合伙人	向菲	50.0000	4.6724%	是
9	有限合伙人	朱杰华	41.3750	3.8664%	是
10	有限合伙人	王斌	37.7500	3.5276%	是
11	有限合伙人	丘龙杰	35.0000	3.2706%	是
12	有限合伙人	喻涛	30.0000	2.8034%	是
13	有限合伙人	庞丽华	30.0000	2.8034%	是
14	有限合伙人	陈冠洪	25.0000	2.3362%	是
15	有限合伙人	张伟文	25.0000	2.3362%	是

16	有限合伙人	贺韧坚	15.0000	1.4017%	是
17	有限合伙人	黄兴成	15.0000	1.4017%	是
18	有限合伙人	张迪	10.0000	0.9345%	是
19	有限合伙人	黄天财	10.0000	0.9345%	是
20	有限合伙人	李木生	5.0000	0.4672%	是
21	有限合伙人	李国良	5.0000	0.4672%	是
22	有限合伙人	陈丽琪	5.0000	0.4672%	是
23	有限合伙人	杨剑辉	5.0000	0.4672%	是
24	有限合伙人	李芳敏	2.6665	0.2492%	是
25	有限合伙人	陈璐	2.0000	0.1869%	是
合计			1,070.1245	100.0000%	-

扬天下为公司骨干人员持股平台，合伙目的是使公司骨干人员与公司共享成长红利，股票来源均为按照市场价格自股转系统购入。扬天下不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定的私募投资基金，亦无需按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案登记。

扬天下执行事务合伙人掌纵投资股权结构如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例	是否在发行人任职
1	汪嫦	0.85	85.00%	是
2	袁春	0.15	15.00%	是
合计		1.00	100.00%	-

掌纵投资系公司董事、总经理汪嫦和董事长袁春全资持有的有限责任公司，不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》第二条规定的私募投资基金，亦无需按照《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定办理备案登记。

九、公司员工情况

（一）员工人数及变化情况

截至 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司及公司控股子公司员工总数分别为 131 人、161 人、194 人和 212 人。

（二）员工专业结构

截至 2019 年 6 月 30 日，公司及公司控股子公司员工专业构成情况如下：

项目	人数	占比
管理人员	25	11.79%
销售人员	59	27.83%
技术人员	128	60.38%

十、公司、公司控股股东、实际控制人、持有公司5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施

（一）关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺，以及关于持股意向及减持意向的承诺

公司控股股东、实际控制人、持有公司5%以上股份的股东及其一致行动人、作为股东的董事、监事、高级管理人员关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺，以及公司控股股东、实际控制人、持有公司5%以上股份的股东及其一致行动人关于持股意向及减持意向的承诺参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、相关责任主体关于股份流通限制和自愿锁定股份的承诺”和“二、公司首次公开发行股票前持有5%以上股份的股东及其一致行动人的持股意向及减持意向”。

（二）关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价措施的预案的承诺

公司控股股东、实际控制人、非独立董事、高级管理人员关于上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价措施的预案的承诺参见本招股说明书之“重大事项提示”之“三、上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价措施的预案”。

（三）关于招股说明书信息披露的承诺

公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、与本次发行相关的中介服务机构关于招股说明书信息披露的承诺参见本招股说明书“重大事项提示”之“四、相关责任主体关于招股说明书信息披露的承诺”。

（四）关于填补被摊薄即期回报的承诺

公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的承诺参见本招股说明书“重大事项提示”之“七、填补被摊薄即期回报的承诺”。

（五）关于社会保险及住房公积金缴纳的承诺

公司控股股东、实际控制人袁春己出具《关于社会保险及住房公积金缴纳的承诺函》：“若公司及其控股子公司经有关政府主管部门或司法机关认定需补缴社会保险和住房公积金，或因社会保险和住房公积金事宜受到处罚，或被任何相关方以任何方式提出有关社会保险和住房公积金的合法权利要求的，本人承诺全额承担需由公司及其控股子公司补缴的全部社会保险和住房公积金、滞纳金、罚款或赔偿款项。本人进一步承诺，在承担上述款项和费用后将不向公司及其控股子公司追偿，保证公司及其控股子公司不会因此遭受任何损失。”

（六）关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争情况”。

（七）关于规范和减少关联交易的承诺

公司控股股东、实际控制人、持有公司 5% 以上股份的股东及其一致行动人、董事、监事、高级管理人员关于规范和减少关联交易的承诺参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易情况”。

（八）关于承诺履行约束措施的承诺

上述相关责任主体关于承诺履行约束措施的承诺参见本招股说明书“重大事项提示”之“八、相关责任主体关于承诺履行约束措施的承诺”。

第六节 业务与技术

一、主营业务及主要服务概述

（一）公司主营业务及设立以来的变化情况

公司系由申石有限整体变更设立，改制设立后至 2015 年重大资产重组实施前，从事的主要业务为信息安全、金融业务软件产品的研发、生产、销售及技术服务。

2015 年重大资产重组实施后至本招股说明书签署日，公司主要从事移动数字营销服务业务，是一家以程序化广告交易技术和精准运营为核心驱动力的移动数字营销服务商。公司始终秉持“为客户创造价值”的经营理念，专注深耕移动数字营销细分领域。一方面，公司凭借程序化广告交易技术服务能力，深度赋能中长尾流量，为其实现流量价值最大化变现；另一方面，公司通过整合涵盖“需求确认、用户洞察、方案定制、内容创意、广告投放、数据分析、运营优化、效果达成”等多维度运营环节，为海量广告主实现精准营销效果。

公司是中国互联网协会评定的 2018 年“智能营销代理机构”、IAI 国际广告奖评定的“2019 年度最具成长性数字营销公司”、德勤中国评定的“2017 年深圳高科技高成长 20 强”。报告期内，公司与百度、今日头条等互联网企业及光大银行、大唐高鸿等大中型广告主建立了合作伙伴关系，并得到了诸多合作伙伴的认可，如被光大银行信用卡中心授予“2017 年度独占鳌头奖”及“2017 年度最佳获客创新奖”，被 360 联盟授予 2018 年“年度最佳卓越贡献奖”等。

（二）公司主营业务具体情况

公司主营业务为移动数字营销服务业务，按服务类型划分具体包括移动广告程序化交易业务及移动整合营销业务。



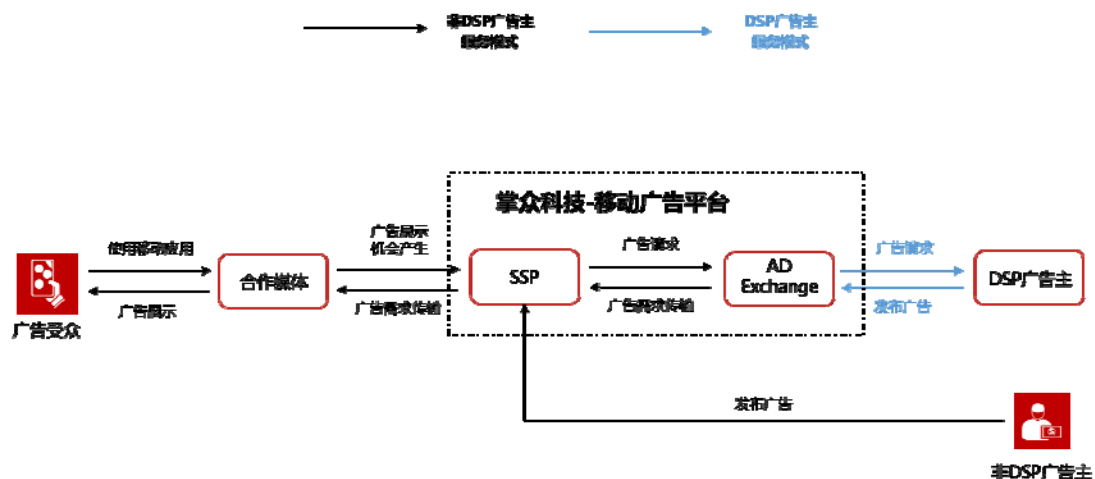
公司的移动广告程序化交易业务有效地为中长尾流量解决了对接广告主及变现的需求。随着人均使用手机时间持续上升及移动应用个性化的使用特点，中长尾流量受益，其广告价值彰显，借力公司的技术，可以降低供应商对广告位的管理成本，提升变现效率。

公司的移动整合营销业务有效地为各类广告主解决了精准营销的需求。随着移动智能终端的发展，使得广告可以实现更及时的效果评估，广告主对移动媒体的营销预算不断提高。同时，信息流广告、应用商店广告等多种广告形式出现，对广告主的营销推广提出了更高的要求。公司拥有熟悉移动媒体投放规则及策略的团队，为广告主提供一站式移动整合营销服务，搭建与移动媒体高效连接的桥梁，并提供更加个性化的增值服务。

公司持续研发投入与技术积累、整合流量渠道资源及积累跨行业的客群，构建了以程序化广告交易技术和精准运营为核心驱动力的竞争优势，有效降低了广告主与移动媒体双方在移动数字营销过程中的交易成本，实现双方利益最大化。

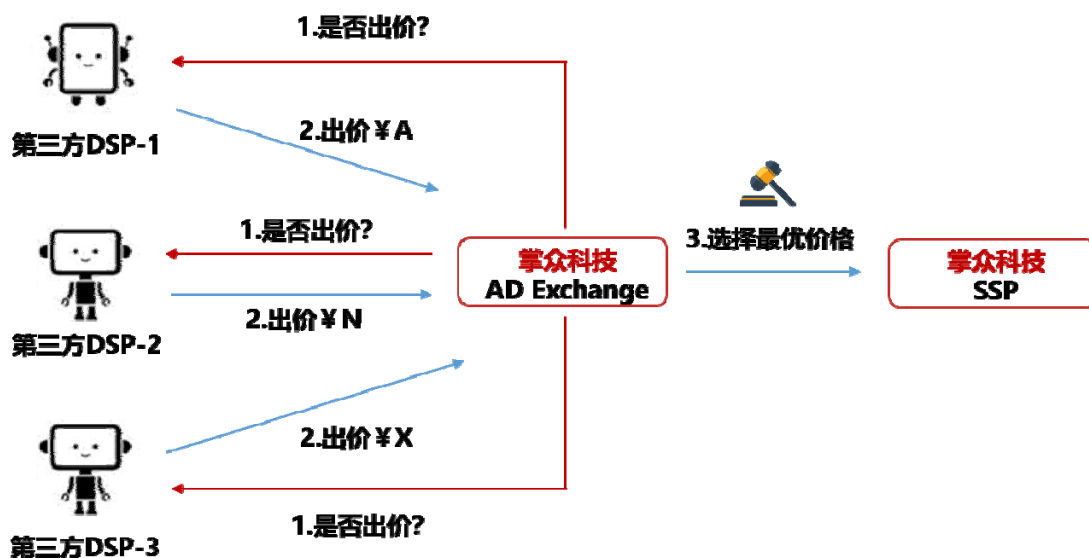
1、移动广告程序化交易业务

公司的移动广告程序化交易业务通过 SDK 接入中长尾流量覆盖了海量移动终端设备，并通过自建移动广告平台对接如百度联盟、AdView 等多家知名 DSP 广告主及非 DSP 广告主，为媒体匹配优质的广告主，实现流量增值变现；同时亦满足 DSP 广告主及非 DSP 广告主的广告投放需求。



在移动广告程序化交易业务中，当广告受众使用移动应用，产生一次曝光机会，公司在移动应用中的广告 SDK 会向公司的 SSP 发出“广告展示机会”的信号。当 SSP 将“广告请求”指令发送至 AD Exchange（广告信息交换平台）后，AD Exchange 会向已接入的 DSP 发出广告曝光竞价请求。此时，所有接入的 DSP 将根据广告位与其广告内容匹配情况，做出参与竞价或不参与竞价的回应。AD Exchange 收到所有接入的 DSP 的回应后，将该广告曝光机会匹配至最合适的广告主，DSP 广告主将广告发布至其选定的广告位。

DSP 广告主服务模式及非 DSP 广告主服务模式区别在于广告主的“广告请求”是否通过 AD Exchange：在 DSP 广告主服务模式中，AD Exchange 连接 DSP 广告主的 DSP；在非 DSP 广告主服务模式中，非 DSP 广告主直接连接公司的 SSP，将广告发布至其选定的广告位。

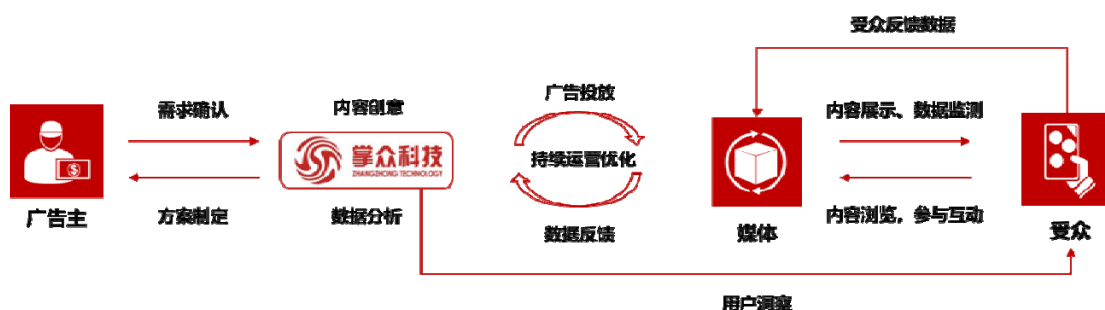


相较于 DSP 广告主服务模式，在非 DSP 广告主服务模式中，公司运营部门会在广告投放后对整合的数据进行分析，为非 DSP 广告主提出专业的投放策略建议。

2、移动整合营销业务

公司的移动整合营销业务系根据广告主的具体营销需求制定移动营销方案，基于方案采买适当的媒体资源实现目标营销效果。

较之聚焦流量资源聚合及变现的移动广告程序化交易业务，移动整合营销业务更聚焦于服务广告主，按照广告主需求提供“需求确认、用户洞察、内容创意、广告投放、数据分析、运营优化、效果达成等环节服务”。



(1) 各环节服务内容

① 需求确认

公司与广告主进行深度沟通，明确广告主的具体营销需求，其中包括但不限于营销效果、目标受众、推广渠道、营销费用等营销需求。



② 用户洞察

公司依托丰富的案例经验，对广告主营销活动的受众进行分析，通过使用标签匹配的方式将广告主拟定的较为模糊的目标人群画像逐步具化。以公司服务的“某信用卡”广告主为例，公司通过对前端投放人群进行人群画像分析，为广告主

提供投放建议。



③ 方案制定

公司为广告主制定个性化的营销方案，并与广告主就方案内容进行反复沟通，最终形成可执行的落地方案。以公司服务的“某 APP 市场优化”案例为例，公司分别针对客户 APP 中“关键词优化”、“阻止无效消耗”、“控制投放成本”等营销目标制定可落地方案，如：

A、新增关键词、扩充 APP 的关键词覆盖量；

B、发现某关键词消耗最多，但用户后续转化率差，将提出屏蔽该广告词的申诉从而有效阻止无效账户消耗；

C、在观察数据的基础上不间断地优化投放方案，调试消耗定价，使成本降低的同时提高数据转化率等操作。

④ 内容创意

公司设计部人员根据广告主需求、营销传播渠道以及受众的不同，为广告主定制多种形式的创意内容，包括但不限于图片、文案、短视频等。

⑤ 广告投放

公司依据营销方案的要求，按计划为广告主执行广告投放，投放执行的维度包括媒体渠道、时间、场景、价格等。

⑥ 数据分析

公司登录广告投放平台实时监测广告展示量、点击量等数据，或者收集供应

商反馈的效果数据，并对数据进行多维度的分析，形成运营数据报表。



⑦ 运营优化

公司根据数据分析结果，通过技术及运营手段，对广告投放效果进行实时监控，反馈效果，并对广告创意、投放策略进行实时修正，以提升广告投放效果。公司将针对广告主的需求，在运营优化环节中提供不同程度服务。

VS

某社交类应用优化方案



账户投放

- 每天至少更新40-50条广告。
- 每天上午10点前整理昨日投放数据。
- 前期测试阶段，每天分时段实时监控投放数据，及时做对应的优化调整。



素材制作

- 前期投放的素材，
- 后期请模特拍摄。

某银行类应用优化方案



持续优化账户

- 持续优化账户的各个维度细节，日消耗维持在5-10万区间。
- 不断优化获客成本。



核心搜索词汇覆盖

- 在核心贷款词：信用卡、生活服务，美食，玩乐。成功覆盖到位，并且排名前十。



稳定曝光 目标前十

- 在首页可以稳定曝光，目标位置：首屏。
- 在分类位置可以稳定曝光，目标位置：总榜前十。

⑧ 效果达成

公司通过运营技术实现广告主对广告展示量、点击量等通用效果数据或信用卡有效注册数等个性化效果数据的投放预期，帮助广告主达成最终的营销效果，并对营销活动效果进行总结，为下一次营销活动的展开提供数据支持。

（2）服务方案

广告主存在不同深度的营销需求，公司可提供个性化服务与标准化服务。对于拥有深度营销服务需求的广告主，公司可向其提供个性化服务方案：在前述各个环节服务过程中提供更加个性化的增值服务，例如“在投放前进行深度市场调研”、“就广告主拟推广的产品提供改进建议”、“开发广告主附属 APP”等，并可与广告主按照更加个性化、更贴合其营销目标的广告效果计算方式结算。报告期内，公司为光大银行、浦发银行、交通银行等国内大型金融机构广告主的信用卡等金融产品推广提供了个性化服务。

（三）公司主营业务收入和毛利构成

报告期内，公司主营业务收入按业务种类划分情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
移动广告程序化交易业务	9,060.56	26.94%	15,475.90	27.74%	11,570.84	28.20%	5,148.69	22.04%
移动整合营销业务	24,574.85	73.06%	40,322.81	72.26%	29,459.93	71.80%	18,216.87	77.96%
合计	33,635.40	100.00%	55,798.71	100.00%	41,030.77	100.00%	23,365.56	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利按业务种类划分情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
移动广告程序化交易业务	6,486.69	85.05%	9,991.24	73.03%	8,173.30	70.08%	2,531.83	33.45%
移动整合营销业务	1,140.34	14.95%	3,689.60	26.97%	3,489.13	29.92%	5,036.82	66.55%
合计	7,627.03	100.00%	13,680.84	100.00%	11,662.43	100.00%	7,568.65	100.00%

（四）公司主要经营模式

1、盈利模式

公司的盈利主要来源于提供移动数字营销服务的增值服务溢价，即以程序化广告交易技术和精准运营为核心驱动力的竞争优势，通过自建移动广告程序化交易平台和搭建移动整合营销业务团队，一端链接供给端（流量资源）、一端链接需求端广告主客群，履行各自业务合同约定的权利义务和结算条件后，基于公司链接上下游过程中创造的增量价值获取增值服务利润。

2、采购模式

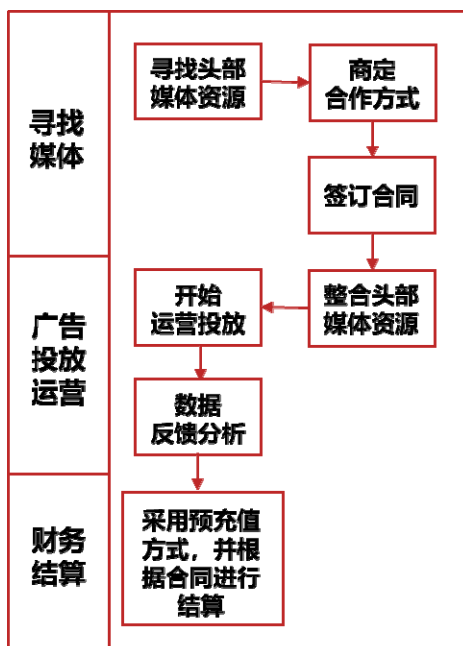
公司采购的内容主要为广告流量资源。公司的采购部与运营中心、技术中心等业务部门沟通，根据公司业务发展需要确定相关产品或服务的采购需求，并由管理人员、财务部负责价格审核与制定。

公司主要采购移动互联网端的广告流量资源，具体可分为头部媒体流量资源与中长尾流量资源。

（1）头部媒体流量资源

头部媒体流量资源的广告受众覆盖面广，报告期内公司采购的头部媒体资源包括但不限于今日头条、微信小程序、百度等信息流广告流量资源以及腾讯应用宝、VIVO 应用商店等移动应用商店广告流量资源。公司会与头部媒体资源的提供者或其代理商签订年度合作协议，一般采取预充值的方式，接入其提供的广告投放平台后按照实际投放策略采买流量资源，并通过核对实际消耗的计费模式进行结算。

公司对头部媒体流量资源的采购流程图如下：

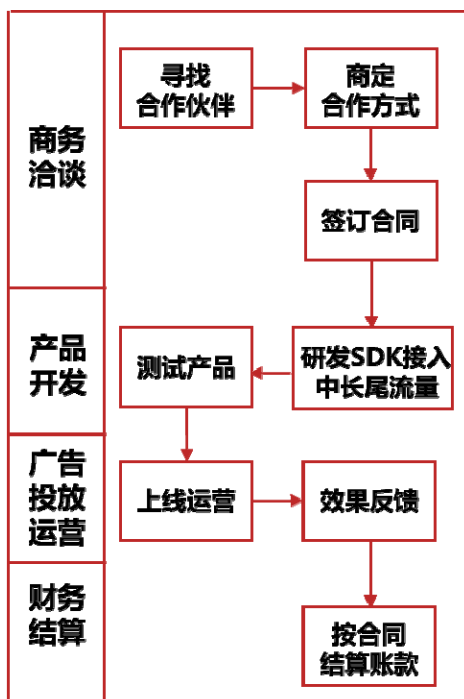


(2) 中长尾流量资源

移动应用开发者等中长尾流量渠道商受到其资金及运营实力的限制，对广告主议价能力弱；且不具备相应的广告技术储备与运营经验去对接不同的 DSP 广告主或其他客户。

公司凭借程序化广告交易技术和精准运营能力，与移动应用开发者等中长尾流量渠道商签署合作协议，约定将该部分中长尾流量资源接入自建的移动广告平台，并按合作协议约定的结算方式（激活数、有效广告用户数量等）计费。

公司对中长尾流量资源的采购流程图如下：



除上述将中长尾流量接入自建的移动广告平台的对接方式外，公司会就广告主的特定营销推广需求与移动应用开发者等中长尾流量渠道商通过商务协商签署合作协议，合作协议一般对推广内容、期望广告效果、广告效果指标等进行约定，按事先约定的广告效果指标在公司指定效果达成后计费。

综上，公司主要采购移动互联网端的广告投放流量资源。

（3）其他

此外，为实现广告主的最佳投放效果，公司也会制定多元的移动广告投放策略，通过多种类型的媒体公司合作，扩大广告主的广告受众。投放完毕后，按事先约定的广告效果指标计费。

3、销售和服务模式

（1）移动广告程序化交易业务

① 广告主类型

对于移动广告程序化交易业务，公司现阶段的主要目标客户为 DSP 广告主，如百度联盟、AdView 等，同时亦服务少量非 DSP 广告主。公司通过自建移动广告平台，以技术手段连接中长尾流量资源，向广告主提供移动广告程序化交易服务。

② 广告主获取方式

公司通过走访和口碑传播等方式与广告主进行接洽并提供相关资质文件、策略方案、报价方案以及投放效果验收标准等资料。

③ 销售流程

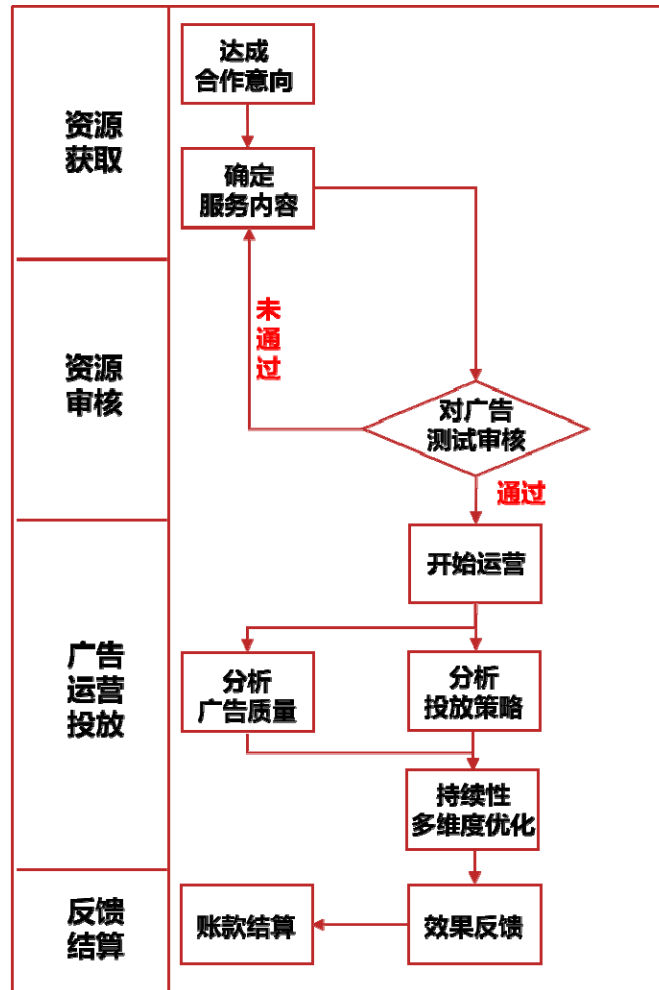
协商达成合作意向后，广告主一般会与公司签订为期 1 至 2 年的年度合作协议。年度合作协议通常不针对具体的营销活动或计划，不涉及具体的合同金额，而是与广告主就服务的方式、双方权利义务、收费标准、支付方式等条款进行原则性约定，起到明确双方合作关系及基本权利义务的作用。

在广告投放运营过程中主要采用实时竞价的方式进行广告资源匹配并按照合同约定的结算方式经与广告主对账后结算。协议期满，广告主基于对公司广告服务质量的认可经与公司就合同部分核心条款协商后续约。

④ 服务内容

移动广告程序化交易业务通过公司自建移动广告平台对接广告流量资源。在广告运营环节中，公司可实时监测展示量、点击量、下载成功量、安装成功量与打开量等数据，并对数据进行多维度的分析，形成数据报表，使得广告主可结合投放效果对投放策略进行持续性多维度优化。公司会对营销活动效果进行总结，为下一次营销活动的开展提供数据分析支撑及策略优化支持。

公司移动广告程序化交易业务的销售/服务流程图如下：



（2）移动整合营销业务

① 广告主类型

对于移动整合营销业务，公司的客户包括直客与广告代理商。直客覆盖金融、文娱、电商等行业领域，其中光大银行、浦发银行、民生银行、交通银行等知名金融机构是公司移动整合营销业务的核心客户及盈利来源。

② 广告主获取方式

公司通过招投标、行业展会、口碑传播等方式与直客或广告代理商进行接洽沟通，深入了解广告主的营销需求与目的，并向广告主提供相关资质文件、策略方案、报价方案以及投放效果验收标准等内容。

③ 销售流程

公司可以为广告主提供需求确认、用户洞察、方案制定、内容创意、广告投放、数据分析、运营优化、效果达成等环节的移动营销服务，广告主根据自身需求选择不同服务深度的移动数字营销服务，与公司协商达成合作意向后，与广告

主签署一定时间周期的协议（一般为 1 年）。

公司结合媒体资源情况安排现有媒体资源或是开拓新媒体资源达到广告主的诉求。具体执行方案与广告主确认后，公司根据投放方案执行投放工作。

在投放结束后，公司按照合同约定的结算方式经与广告主对账后结算。协议期满，广告主针对其未来广告投放目标、策略、收费标准等核心条款重新与公司协商后新签署协议。

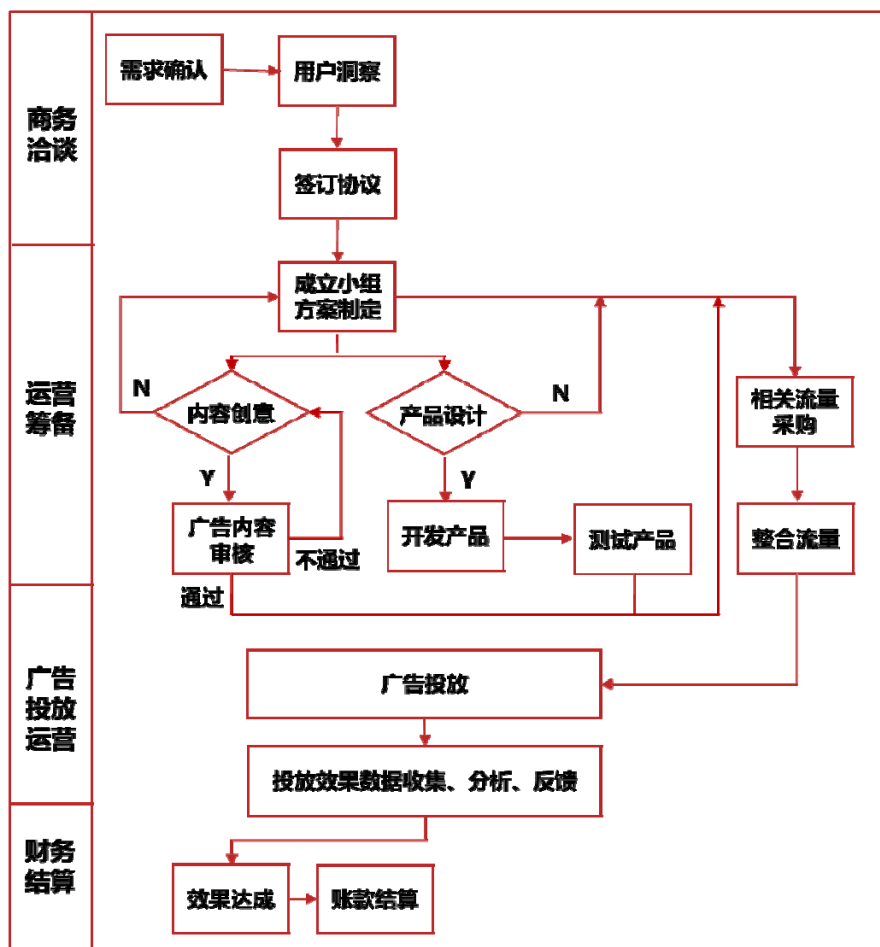
④ 服务内容

广告主向公司提出广告需求后，公司对其进行分析并制定具体广告投放策略，继而根据已接入的媒体和新采购媒体的属性与流量特点进行适配和安排投放。公司借助数据分析，帮助广告主通过用户标签找到目标人群，助力广告主实现其营销效果。

在运营筹备环节，为了统筹工作安排以及高效执行，公司举行会议商议项目实施的具体计划并成立项目小组，公司设计制作合适的图片、文案或视频等广告内容。更深度的服务内容如公司根据广告主的需求进行产品设计，包括广告主 API 输出口对接、系统开发或广告主附属 APP 开发等内容；产品设计完成后，公司进行产品开发与测试以保证产品上线运营的稳定性。

在广告投放和运营环节，公司根据投放效果的反馈数据，持续优化广告内容、投放策略或迭代开发产品（主要为 APP）以获得更高的投放效率。

公司移动整合营销业务的销售/服务流程图如下：



二、行业基本情况及市场竞争状况

（一）行业归属

公司是一家以程序化广告交易技术及精准运营为核心驱动力的移动数字营销服务提供商，公司以技术驱动的移动广告平台立足，为中长尾流量资源提供更好的流量变现服务，同时公司为广告主提供契合需求的移动互联网全案营销服务，行业划分为互联网广告，细分行业为移动营销。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订）规定，公司属于“I64 互联网和相关服务”。

（二）行业主管部门、监管体制、主要政策及法规

1、行业主管部门及主要职责

移动营销行业利用移动互联网为广告主进行广告投放，因而受到国家对广告

行业和互联网行业的交叉监管。

（1）广告行业管理体制及主管部门

广告行业的主管部门是中华人民共和国国家市场监督管理总局（以下简称“国家市场监督管理总局”）及各级市场监督管理部门。国家市场监督管理总局下设广告监督管理司，主要职责是拟订广告业发展规划、政策措施并组织实施；拟订广告监督管理的具体措施、办法；组织、指导监督管理广告活动；组织监测各类媒介广告发布情况；查处虚假广告等违法行为；指导广告审查机构和广告行业组织的工作。

广告行业的自律性组织是中国广告协会，是由全国范围内具备一定资质条件的广告主、广告经营者、广告发布者、与广告业有关的企事业单位、社团法人等自愿组成的非营利性社会组织。主要职责是加强行业自律；开展中国广告业企业资质认定工作；提升广告从业人员素质；积极开展反映诉求和维权工作；开展行业培训和交流活动；开展调查研究和信息服务工作；搭建学习展示与商务交流平台；加强行业学术研究；开展国际交流等。

（2）互联网行业管理体制及主管部门

我国互联网行业主管部门是中华人民共和国工业和信息化部以及各省、自治区、直辖市设立的通信管理局（电信管理机构）。其中，工业和信息化部主要负责制订互联网信息服务行业的产业政策、产业标准、产业规划，对行业的发展进行宏观调控，总体把握互联网信息服务内容；各地通信管理局对互联网信息服务业务实施政府监督管理职能。

中国互联网协会以及各地互联网协会是行业的自律性组织，主要作用是组织制定行业规定，维护行业整体利益，实现行业自律；协调行业与政府主管部门的交流与沟通；提高我国互联网技术的应用水平和服务质量，保障国家利益和用户利益；普及网络知识，引导用户健康上网；参与国际交流和有关技术标准的研究；促进我国互联网产业的发展，发挥互联网对我国社会、经济、文化发展和社会主义精神文明建设的积极推动作用。

2、主要法律法规

法律法规	施行时间
《广告管理条例》	1987 年
《全国人民代表大会常务委员会关于维护互联网安全的决定》	2000 年

《计算机软件保护条例》	2002 年
《中国互联网络域名管理办法》	2004 年
《信息网络传播权保护条例》	2006 年
《电信业务经营许可管理办法》	2009 年
《互联网信息服务管理办法》	2012 年
《信息网络传播权保护条例》（2013 年修订）	2013 年
《中华人民共和国广告法》（2015 年修订）	2015 年
《互联网广告管理暂行办法》	2016 年

3、行业相关政策

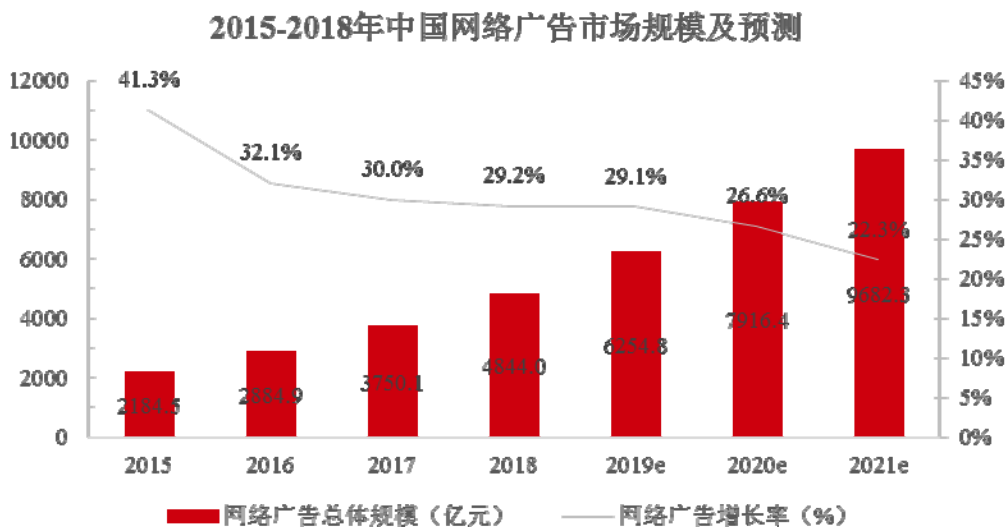
序号	行业规划和产业政策	主要内容
1	“十三五”规划纲要	2016 年 3 月 17 日发布的“十三五”规划纲要指出要加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏等新兴产业，推动出版发行、影视制作、工艺美术等传统产业转型升级。推进文化业态创新，大力发展创意文化产业，促进文化与科技、信息、旅游、体育、金融等产业融合发展；加快发展现代互联网产业体系实施“互联网+”行动计划，促进互联网深度广泛应用，带动生产模式和组织方式变革，形成网络化、智能化、服务化、协同化的产业发展新形态。
2	产业结构调整指导目录（2019 年本）	国家发改委出台《产业结构调整指导目录(2019 年本)》，将“科技服务业”中的“信息技术外包、业务流程外包、知识流程外包等技术先进型服务”和“商务服务业”中的“广告创意、策划、设计、制作、代理、发布等广告服务”为鼓励类产业。
3	关于推进广告战略实施的意见	支持广告业创新发展。鼓励广告企业加强广告科技研发，加速科技成果转化，提高运用新设备、新技术、新材料、新媒体的水平。促进数字、网络等新技术在广告服务领域的应用。
4	关于促进广告业发展的指导意见	为推动我国广告业发展，2008 年 4 月国家工商行政管理总局和国家发展和改革委员会在《关于促进广告业发展的指导意见》中提出：支持数字化音视频、动漫和网络等实用新技术在广告策划、创意、制作和发布等方面的应用推广；支持互联网、楼宇视频等新兴广告媒介健康有序发展，使其成为广告业新的增长点。
5	关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见	2010 年 3 月，国家工商总局研究出台《关于深入贯彻落实科学发展观、积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》，提出“支持广告企业跨行业、跨地区、跨媒体和跨所有制进行资产重组，支持符合条件的优质广告公司上市融资，优先推动科技型、创新型广告公司在创业板上市”和“支持和引导互联网、移动网、楼宇视频等新兴媒体发挥自身优势，开发新的广告发布形式，提升广告策划、创意、制作水平，拓展广告产业新的增长点等”的重要指导意见。

6	广告产业发展“十二五”规划	国家工商行政管理总局 2012 年 5 月 29 日印发的《广告产业发展“十二五”规划》指出，广告业是我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，应大力推动广告业自主创新：“加快广告业技术创新。鼓励广告企业加强广告科技研发，加速科技成果转化，提高运用广告新设备、新技术、新材料、新媒体的水平，促进数字、网络等新技术在广告服务领域的应用。”“加快广告业经营方式创新。……推动网络、数字和新兴广告媒体发展，以及与通信网、互联网、广播电视网的融合。”加快广告业理论创新。支持开展对广告业功能作用、发展规律、发展趋势、发展政策、广告监管制度和广告学科理论的研究。
7	文化产业振兴规划	2009 年 7 月，国务院发布《文化产业振兴规划》，确定将以文化创意、广告、动漫等产业为重点，加大扶持力度，完善产业政策体系，实现跨越式发展。首次把文化产业的发展规划列入国家发展战略来，标志着把文化产业发展作为一个战略性产业提升到了国家战略的层面，意义重大而深远。
8	关于推进广告战略实施的意见	2012 年 4 月，国家工商行政管理总局颁布的《关于推进广告战略实施的意见》，要求拓宽广告业投融资渠道，鼓励各类创业风险投资机构和信用担保机构向发展前景好、吸纳就业多以及运用新技术、新业态的广告企业开拓业务，支持互联网、楼宇视频等新兴广告媒介健康有序发展，使其成为广告业新的增长点。

（三）行业发展概况

1、互联网广告市场保持快速增长

根据艾瑞咨询发布的《2019 年中国网络广告市场年度监测报告》，2018 年中国网络广告市场规模达到 4,844 亿元，同比增长 29.2%，预计在 2021 年市场规模将达到近万亿。

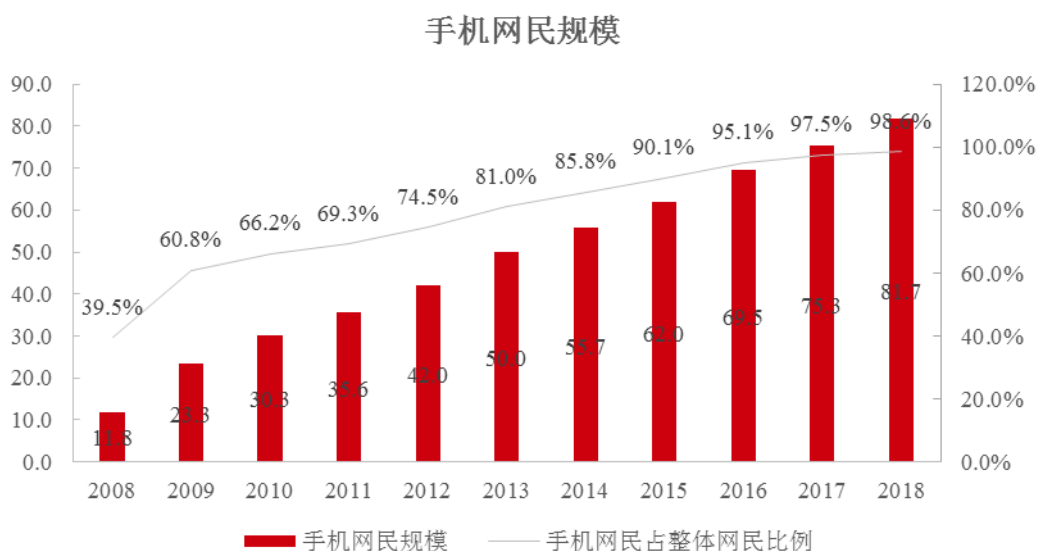


数据来源：艾瑞咨询

2、移动互联网深度发展，驱动移动营销市场规模高速增长

根据中国互联网信息中心发布的第 43 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2018 年 12 月，我国手机网民规模为 8.17 亿，网民手机上网比例由 2017 年底的 97.5% 增至 2018 年底的 98.6%。

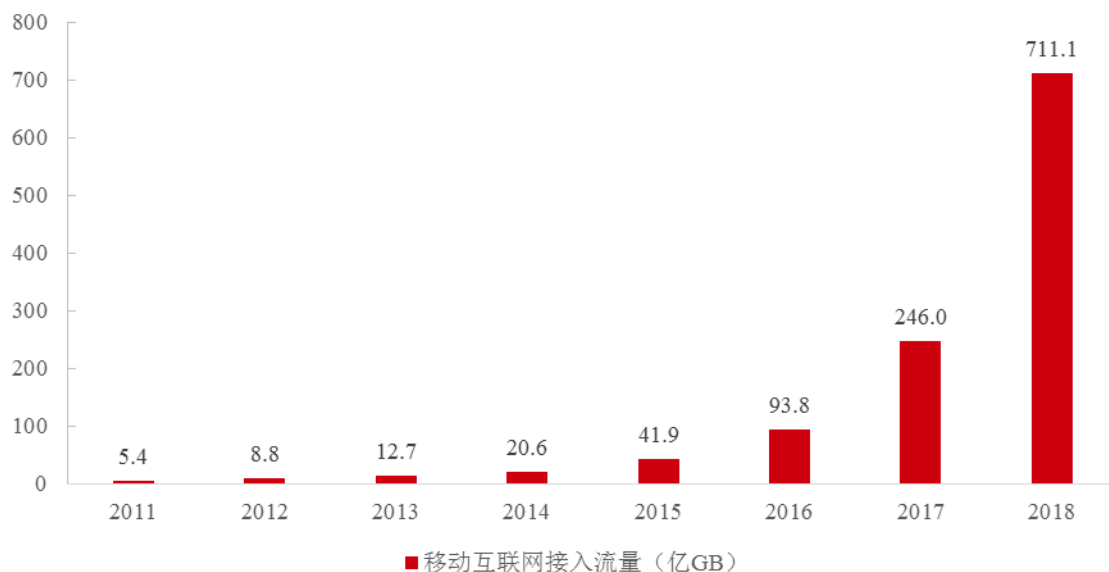
单位：千万



数据来源：中国互联网信息中心

在智能终端设备的普及、网络环境日趋完善及移动互联网应用场景日益丰富的共同作用下，移动互联网接入流量呈现爆发式增长；根据工业和信息化部统计的移动互联网接入流量，2018 年移动互联网接入流量达 711.1 亿 GB，较 2017 年增长 189%。

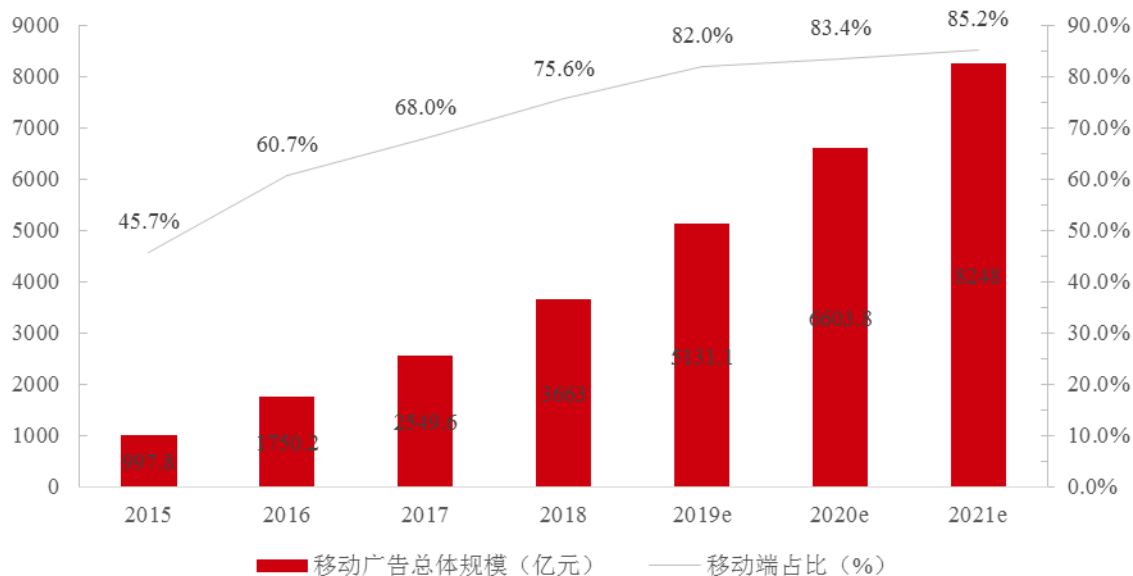
移动互联网接入流量



数据来源：工业和信息化部

手机网民规模及移动互联网接入流量的增长，为移动营销提供了广泛而坚实的受众基础，显著提升了移动互联网的媒体价值，各类广告主通过移动终端进行广告推广的需求愈加强烈。根据艾瑞咨询发布的《2019 年中国网络广告市场年度监测报告》，2018 年我国移动广告市场规模已达 3,663.0 亿元，占当年网络广告市场规模比重达到 85%。

2015-2021 中国移动网络广告市场规模及预测



数据来源：艾瑞咨询

（四）移动营销的概念与特点

1、移动营销的概念

移动营销是指以移动互联网、移动通信技术为基础，利用数字化的信息和网络媒体的交互性为广告主提供包括营销策略制定、创意内容制作、媒体代理投放、营销效果监测和优化、媒体价值提升在内的营销服务。

2、移动互联网媒体的特点

移动互联网媒体的广告形式几乎涵盖了传统互联网媒体可使用的广告形式；同时，智能终端使用者的明确性和专一性，使移动互联网媒体在传播过程中可以绕开所有的中间环节，将信息直接传递到广告受众面前，与传统互联网媒体的“点到面”大众传播模式不同，移动互联网媒体的传播模式的“点对点”的直接触达，极大提高了广告传播的效率。移动互联网媒体具有个人化、个性化和碎片化的传播特点。

3、移动营销服务商的价值

移动营销服务商搭建了广告主与移动互联网媒体的桥梁，是移动营销行业持续发展的核心力量，其产生与存在与移动营销行业本身发展历程与行业特点息息相关。

移动营销行业的发展主要动力来自广告主希望通过移动互联网媒体渠道进行广告投放，提升自身品牌与产品知名度，进而导入潜在消费者；以及国内移动互联网应用运营者为实现可持续发展而对客户流量有着持续的变现需求。

行业呈现“碎片化”特征，广告主与每个投放媒体单独谈判投放效率较低；广告受众也存在多样性特征，单一媒体集中的广告受众有限；同时，移动营销的规划、投放、监控等环节技术含量较高，广告主较难拥有相应的技术实力。移动营销服务商有效地降低了营销推广与投放的成本，提升了营销效果，有效服务了广告主。

移动营销服务商作为连接供给端与需求端的桥梁，通过对广告主与媒体渠道的资源整合，有效降低了广告主与移动媒体在移动营销投放过程中的交易成本，实现了双方利益最大化。随着移动互联网、大数据等技术的不断发展，移动营销

对投放监控、实时竞价、精准投放等要求越来越高，营销服务商在行业中的地位也愈发凸显。

4、移动营销行业的社会价值

（1）提高社会资源配置效率

移动营销服务商位于产业链中游，向上对接广告主，为其提供移动营销方案并进行广告的精准投放营销，向下对接移动互联网媒体渠道，营销服务商对移动互联网媒体渠道进行整合，通过智能化投放，在确保广告投放效果的情况下实现媒体渠道流量变现、提升媒体渠道的收益情况。营销服务商作为连接营销服务需求方与供给方的中介，能有效撮合双方交易、大幅节约双方的人力物力成本、提高交易成功率，显著节约了社会交易成本。

（2）降低用户使用互联网基础服务的成本

移动互联网企业在大规模投入的同时很少向用户直接收取费用，而是以广告服务的方式获取收入，以支撑日常经营和投资支出。移动营销服务实际上替代用户支付了这些基础服务的费用，极大降低了用户使用这些基础服务的成本，为移动互联网用户带来了巨大的便利，具有显著的经济与社会效益。

（3）加快数字中国建设

对于移动营销行业而言，利用多元化消费场景，整合营销各环节中的数据，利用机器学习和人工智能技术，洞察消费者需求，向其提供有价值的内容，这与国家所倡导的“加快数字中国建设”战略，助力中国经济从高速增长转向高质量发展相符。

（五）行业市场概况

1、程序化购买受广告主青睐

当下，用户和流量红利的持续消退导致媒介资源价格普遍上涨，程序化购买基于技术和数据进行广告的交易和投放管理，通过数字化、自动化、系统化的方式，可以极大地提升广告交易效率、扩大广告交易规模和优化广告投放效果。

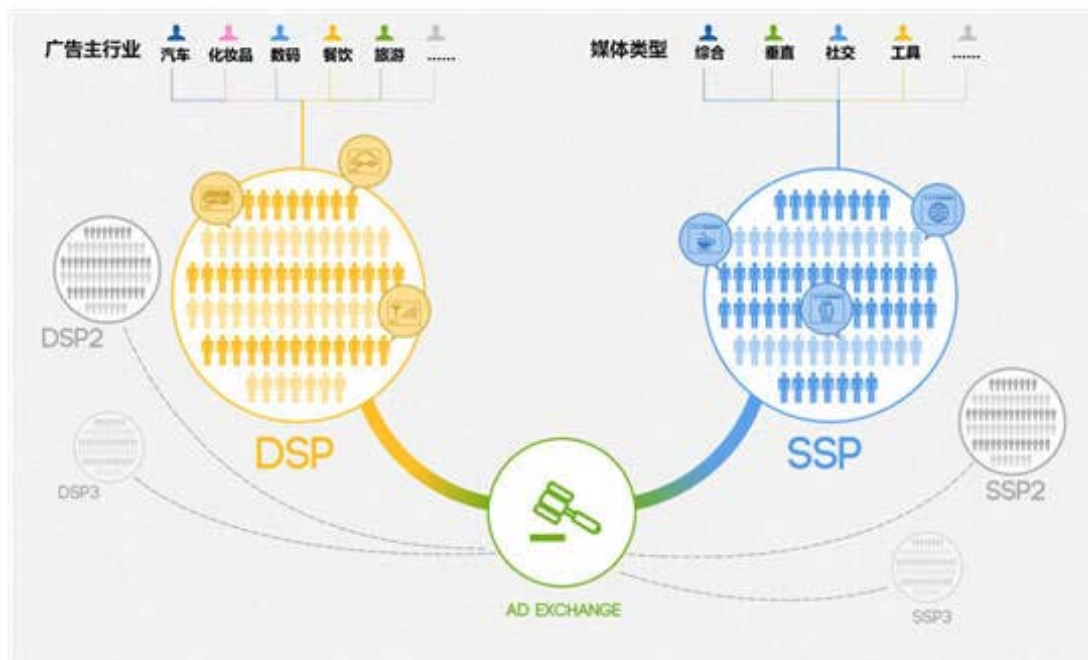
程序化购买示意图如下：



DSP (Demand Side Platform) 是指广告需求方平台，主要服务于广告主，当交易平台有媒体资源挂牌出售时，它会根据广告主的需求进行判断是否出价以及出价多少。DSP 通过对数据的整合及分析，以程序化购买的方式，接入众多媒体资源，帮助广告主进行跨媒介、跨平台、跨终端的广告投放，并对广告投放效果进行实时监测及优化。

SSP (Supply Side Platform) 是指媒介方平台，主要服务于媒体方，帮助互联网媒体管理媒体资源并将其接入交易平台。通过人群定向技术，智能的管理媒体广告位库存、优化广告的投放，帮助网络媒体实现其广告资源优化，提高其广告资源价值，达到帮助媒体提高收益的目的。

广告信息交换平台，即 ADX (AD Exchange)是联系广告买方和卖方的交易平台。互联网广告交易平台为广告主提供下游所有 SSP 委托管理的广告位和流量，同时对每个广告位都在上游的不同 DSP 之间进行实时竞价，保证每个广告位的价值都最大化。



数据管理平台 DMP（Data Management Platform）是把分散的多方数据进行整合纳入统一的技术平台，并对数据进行标准化和细分后形成的数据管理平台。在程序化购买场景中，起到帮助广告主或 DSP 平台在程序化购买中甄别真实流量、实现精细化营销的作用。

2、整合资源成为营销服务商核心竞争力

移动营销产业链主要参与者包括广告主、营销服务商、移动互联网媒体渠道与广告受众。广告主根据自身业务规划向营销服务商提出营销目标与要求，是行业发展的根本动力；营销服务商作为行业的驱动力，为广告主提供方案策划与投放，为渠道提供广告位管理与流量变现，对广告受众的浏览、点击、下载、激活等行为进行分析；移动互联网媒体渠道作为流量的提供者，为移动营销提供了丰富的营销载体；广告受众作为移动营销的主要目标对象，是广告的潜在消费者。

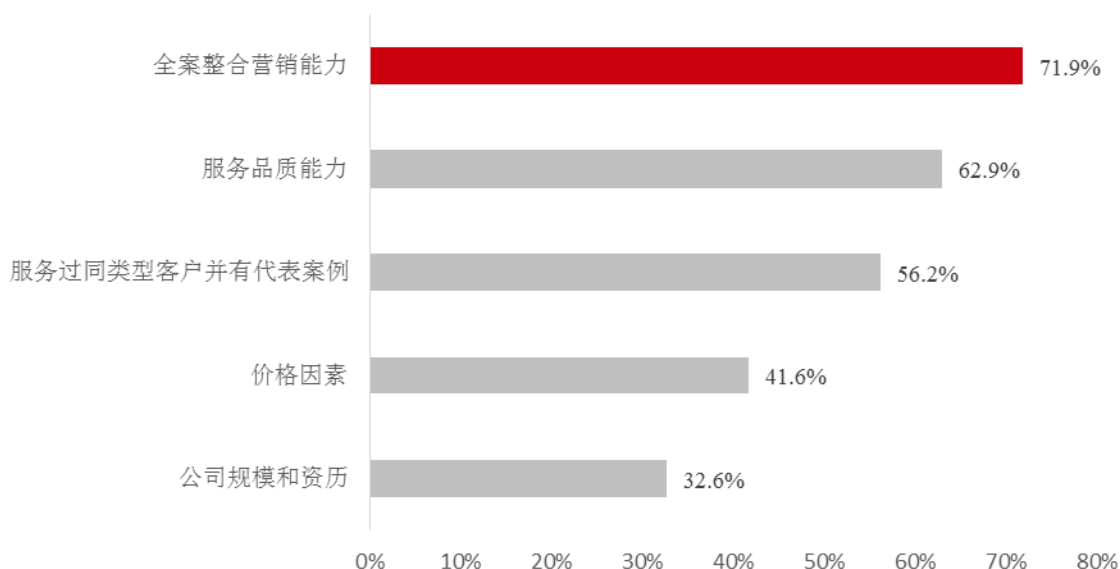


移动营销服务商作为连接供给端与需求端的桥梁，通过对广告主与媒体渠道的资源整合，降低了营销投放过程中的交易成本，实现了广告主与移动媒体双方利益最大化。对广告主与媒体渠道资源的整合能力，成为移动营销服务商的核心竞争力。

（1）全案整合营销能力成为广告主优先考虑因素

移动互联网的发展带来了营销传播方式的丰富，营销方式的多样化、碎片化、互动化使得受众触媒方式从传统的单点接触不断向多点接触演进。多渠道营销极大地提高了企业品牌形象的传播速度，但同时企业品牌形象的传播复杂度也大幅度提高。因此，能够综合统筹各类媒体、及时优化调整营销策略，提供从用户洞察、营销策划、创意实现到媒介投放等“一站式服务”的整合营销服务商愈发受到品牌主的欢迎。根据艾瑞咨询发布的《2019年中国网络广告市场年度监测报告》，超七成广告主认为全案整合营销能力是他们选择代理商时会优先考虑的因素。

2019年中国广告主选择代理商倾向考虑的因素TOP5



数据来源：艾瑞咨询

（2）行业内长尾效应明显，中长尾流量存在变现需求

在互联网广告行业内，互联网媒体存在显著的长尾效应。随着人均使用手机时间持续上升及移动应用更趋个性化，中长尾流量受益，其广告价值进一步彰显。海量的媒体有着流量变现的需求。广告需求方平台（DSP）与广告信息交换平台（ADX）基于投入产出比、以及经营效率等方面的考虑，更倾向于对接头部媒

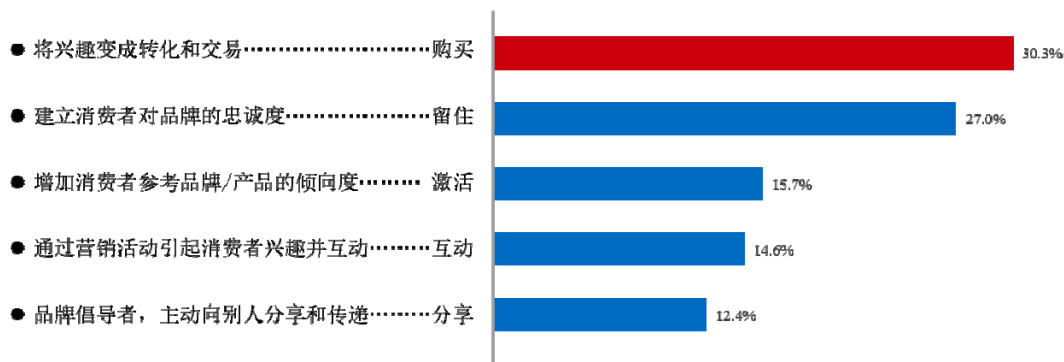
体或媒介方平台（SSP）以满足广告主的推广需求。

同时，中长尾流量渠道商受自身规模所限，受到其资金及运营实力的限制，对广告主议价能力弱；且不具备相应的广告技术储备与运营经验去对接不同的广告需求方平台（DSP）与广告信息交换平台（ADX）。中长尾流量渠道商通过接入媒介方平台（SSP），解决了销售、接入、后续监测等多种技术问题，使其能够专注于 APP 开发运营与流量拓展维护，可有效实现中长尾流量渠道对流量变现的需求。

3、贯穿消费者全生命周期的品牌营销理念兴起

目前，广告主通过社交、资讯等平台来接触消费者，在投放过程中广告主通常会希望品牌传播能向品牌的官网和电商平台导流，而当潜在消费者一旦进入了与消费者接触的平台，广告主一方面希望他们能够进行购买，另一方面也希望能够留住他们并进行更有效的沟通。这意味着，广告主期待营销服务商提供的服务是品牌传播下互动与转化融合在一起的传播，而不是单纯的品牌信息输出或品牌曝光。

2019年中国广告主认为最具挑战性的消费者生命周期阶段



数据来源：艾瑞咨询

（六）竞争格局

1、行业参与者类型

移动营销行业集中度较低，不存在明显的龙头企业，行业内竞争较为充分，移动营销行业的参与者可分为以下三类：

（1）传统广告公司

随着广告主将更多营销预算投放到移动互联网，传统广告公司转型布局移动营销势在必行。近年来，传统广告公司的一系列并购动作，都是着眼于广告市场

大趋势下的转型升级。

（2）布局移动端的互联网营销公司

互联网营销公司抓住互联网时代机遇崛起，在移动互联网时代，随着广告主将营销预算转移至移动端，部分互联网营销公司积极布局移动营销领域。

（3）专注移动营销服务的公司

部分参与者自设立起便提供移动营销服务，凭借技术与服务能力获得了广告主与合作媒体的认可。近几年随着移动端流量的快速增长，这些扎根于移动营销行业的服务提供商，得益于自身积累的技术优势及垂直行业服务经验，有较快增长。

2、行业内的主要企业

（1）北京蓝色光标数据科技股份有限公司（股票代码：300058）

北京蓝色光标数据科技股份有限公司（以下简称“蓝色光标”）于 2015 年收购智能手机广告平台多盟及移动营销公司亿动，主营业务延伸至移动营销领域。2018 年度，蓝色光标营销服务收入为 2,310,396.85 万元。

（2）智度科技股份有限公司（股票代码：000676）

智度科技股份有限公司（以下简称“智度股份”）于 2016 年收购拥有自有移动广告平台的上海猎鹰网络有限公司、从事互联网整合营销服务的上海亦复信息技术有限公司等公司，主营业务延伸至移动营销领域。2018 年度，智度股份互联网媒体业务收入为 200,926.16 万元，数字营销收入为 529,458.92 万元。

（3）华扬联众数字技术股份有限公司（股票代码：603825）

华扬联众数字技术股份有限公司（以下简称“华扬联众”）成立于 1994 年，自 2002 年以来一直专注于为客户提供互联网及数字媒体领域全方位服务，致力于提供跨媒体领域的整合营销服务。其主要业务包括展示类营销、搜索引擎营销、精准营销、内容营销、移动互联网营销等。华扬联众于 2017 年 8 月在上海证券交易所挂牌上市。2018 年度，华扬联众营销业务收入 1,074,770.66 万元。

（4）浙江每日互动网络科技股份有限公司（股票代码：300766）

浙江每日互动网络科技股份有限公司（以下简称“每日互动”）成立于 2010 年，自成立以来专注于提供移动互联网综合服务，每日互动通过其“个推 SDK”为移动应用开发者提供服务，以及提供面向广告主的移动互联网营销服务。每日

互动于2019年3月在深圳证券交易所挂牌上市。2018年度每日互动移动营销业务收入53,930.87万元。

3、公司在行业中的竞争地位

(1) 公司在行业中的市场地位

公司凭借程序化广告交易技术和精准运营能力，得到了广告主、媒体等产业内合作伙伴的广泛认可，并与之建立了良好、紧密的合作关系。

公司与百度、今日头条等互联网企业及光大银行、大唐高鸿等大中型广告主建立了合作伙伴关系。凭借科学合理的营销策略、个性生动的内容创意以及全面及时的效果优化，公司在业内积累了良好的口碑。公司的移动广告程序化交易业务与移动整合营销业务在技术实力、品牌影响力、媒体资源、客户资源等方面的地位与影响力持续提升。

报告期内，先后获得以下荣誉：

时间	主办单位	具体奖项
2019年5月	IAI国际广告奖	年度最具成长性数字营销公司
2019年4月	中国管理科学学会金融科技研究院	中国最佳金融科技服务商
2019年1月	《市场观察》杂志社	2018中国新经济（年度）影响力企业
2019年1月	《市场观察》杂志社	2018中国创新榜样人物
2019年1月	中国互联网协会	智能营销代理机构
2018年11月	网赢天下	年度最佳移动营销公司
2018年11月	连尚网络	突破代理商
2018年9月	360联盟	年度最佳卓越贡献奖
2018年4月	光大银行信用卡	独占鳌头奖
2018年4月	光大银行信用卡	最佳获客创新奖
2018年3月	《中国广告》杂志社	年度数字影响力产品
2018年3月	《中国广告》杂志社	2017你必须知道的25家数字营销公司
2017年9月	德勤	深圳高科技高成长20强
2017年5月	《广告主》杂志社	最具营销创新力企业奖
2017年5月	《广告主》杂志社	最具市场价值创意营销平台奖
2017年5月	AICO奥璞国际	年度推荐最佳移动营销公司

时间	主办单位	具体奖项
2017年5月	福布斯	2017福布斯中国新三板公司潜力企业榜
2017年4月	网赢天下	年度十佳数字营销技术公司
2017年4月	网赢天下	年度最佳数字营销平台
2016年12月	挖贝网	数字营销优秀企业
2016年11月	艾媒	中国新三板最具价值投资企业百强榜
2016年7月	中国证券报	新三板最具创新价值百强奖
2016年1月	艾媒	最佳移动营销平台

（2）竞争优势

得益于专业运营技术团队的领导以及完善的管理体制的保障，公司逐步在战略布局、研发投入与技术积累、流量渠道资源及跨行业客群整合、综合运营能力优化等方面形成独特的竞争优势体系，从而形成较强的抗风险能力与可持续发展能力。



①技术积累优势

随着互联网广告行业市场竞争日趋激烈，云计算、大数据、人工智能等新兴信息技术的迭代，移动数字营销企业的研发投入与技术积累水平决定了其营销能力的精准程度，对于满足广告主触达精准目标受众的需求、提高客户合作粘性、提升公司市场竞争力等方面具有重要作用。公司深耕移动营销领域多年，利用自身优质算法、商业运营技术及先进的程序化广告交易系统，在日常运营过程中不

断进行技术优化以实现流量增值，协助广告主与媒体达到双赢。

公司注重持续提升公司团队技术及运营水平，迭代升级自身核心技术体系。2016年至2019年6月，公司研发费用分别为982.01万元、2,412.13万元、3,030.80万元、1,728.92万元。截至2019年6月，公司及控股子公司共有员工212名。其中，技术人员为128人，占比约为60%。同时，公司亦注重技术储备和前沿技术开发，在通信技术（路由动态切换技术等）、分布式处理技术（分布式服务治理框架、服务容错保护框架、声明式服务调用框架等）、广告投放计算技术（基于分布式缓存的精准流量计算引擎、广告权重排序技术等）、大数据技术（基于LDB的实时计算引擎、基于键值对的分布式多维数据存储等）等核心技术方面已实现积累。此外，公司已获得“基于WEB模式开发广告平台服务治理系统V1.0”、“基于分布式部署环境集群架构广告平台负载均衡系统V1.0”、“基于视频流的商业大数据精准营销广告推送系统V1.0”、“面向社交用户商业大数据挖掘智能网络广告平台V1.0”等软件著作权103项。公司在发展过程中不断形成技术积累，成为向不同商业领域客户提供移动数字营销服务的有力保障。

目前，公司采用以混合云和多机房为网络基础设施的部署方式，使单个服务节点尽可能保持独立，在保证业务的可拓展性的同时，防止单节点的故障影响到公司的整体业务运转。此外，公司在合理部署服务器数量的基础上，通过使用分布式缓存及分布式消息列队，对系统架构进行升级，形成经济高效、通信稳定、业务并发量高、数据吞吐能力强的基础设施支撑能力，为公司在业务运营层面实现更加精准可靠的营销提供了技术支撑。

②流量渠道资源及跨行业客群整合优势

在智能手机普及等积极因素驱动下，移动数字营销行业呈现高速发展态势，业内企业数量相应上升。除广告投放成本之外，投放渠道质量及广告投放效果是海量广告主选择合作对象的重要衡量指标；此外，出于数据的一致性及信息的安全性等考虑，广告主通常会与优秀的广告服务商建立长期的合作关系，以保证双方具备较高的沟通效率，进而提高广告主营销效果的稳定性、持续性。

公司秉承“用科技让商业更高效”的发展使命，不断通过提供高品质、高效率的移动数字营销服务来打造自身品牌形象。得益于公司在移动数字营销行业内的深厚积淀，公司整合了丰富的优质流量渠道资源，形成了跨行业的广告客群矩阵：

在广告主方面，公司通过 ROI、CTR 等广告效果数据进行分析，为广告主提出专业的投放策略建议，进而优化广告投放效益，公司的主要客户包括金融类、文娱类、电商类广告主，其中金融类代表性广告主如光大银行、浦发银行、民生银行等。

在媒体渠道方面，公司一方面对接了众多中长尾流量资源，聚合了海量移动终端设备；另一方面，公司与今日头条、百度、腾讯广点通、VIVO 应用商店等头部媒体或其代理商建立合作关系，公司建立了较为完善且层次丰富的移动互联网流量资源。

公司凭借着优质的服务质量与服务效率，先后获得光大银行信用卡中心授予的“独占鳌头奖”及“最佳获客创新奖”、万能 WiFi 媒体运营商连尚网络授予的“突破代理商”等多项合作伙伴授予的荣誉奖项。综上，公司流量渠道资源及跨行业客群跨行业优质客户矩阵优势为公司可持续发展奠定了坚实基础。

③移动数字营销综合运营优势

据中国互联网信息中心统计，截至 2018 年 12 月，我国移动互联网网民规模共有 81,698 万人，且移动网民普及率接近顶峰，已达到同期互联网网民数量的 98.6%。中国移动网民快速增长下的流量红利期已趋于平稳。移动用户数量和流量红利增速下降，将对广告投放方式产生一定影响，以往追求增量流量、广域覆盖用户的营销方式可能因投入产出比下降而不再适用。因此，业内企业如何有效地挖掘现有用户价值、全面分析用户需求继而基于广告主的目标客群进行精准营销，成为移动数字营销行业的主要竞争点。公司始终重视移动数字营销业务的运营环节，公司移动整合营销业务以数据分析为基础，为广告主提供需求确认、用户洞察、方案制定、内容创意、广告投放、数据分析、运营优化、效果达成等环节的移动整合营销服务，满足广告主不同营销需求。

步骤	内容
需求确认	客户首先提出营销的总体需求，掌众科技通过专业人员与客户深度沟通，明确客户的具体营销需求，如营销的效果目标、营销目标受众、营销推广渠道、营销费用、其他个性化的营销需求等。
用户洞察	公司依托丰富的案例经验和专业的洞察能力，对广告主营销活动的受众进行分析。

步骤	内容
方案制定	掌众科技专业人员为客户制定个性化的营销方案，并与客户就营销方案进行反复沟通、讨论、修改，最终形成可执行的营销方案。
内容创意	根据客户需求、营销传播渠道以及受众的不同，为客户定制多种形式的创意内容，包括图片、文案、短视频等。
广告投放	按照营销方案的要求，按计划为客户执行移动端的广告投放，投放的维度包括媒体渠道、时间、场景、价格等。
数据分析	广告投放数据实时反馈至掌众科技，掌众科技运营人员对数据进行多维度的实施分析，形成数据报表。
运营优化	根据数据分析结果，通过“技术+人工”的手段，对广告投放进行实时监控，实时反馈效果，并对广告创意、投放策略进行实时修正，以提升广告投放效果。
效果达成	帮助客户达成最终的营销效果，对营销活动效果进行总结，为下次营销活动的开展提供数据支持。

公司在业务运营方面的专业投入，为公司带来了较高的客户及供应商合作满意度，同时持续扩展了公司的业务口碑传播范围。

（3）竞争劣势

①人才供应与业务增速不匹配

公司的人才团队建设是构建公司优势体系的重要因素之一。移动营销行业正处于迅猛发展阶段，人才相对短缺。尽管公司目前已建立了行业内较具竞争力的人才团队，建立了完善的人才培养机制，并持续引进外部优秀人才加入，但公司近年来一直处于快速发展阶段，与业务规模增速相比，人才团队增速对公司的业务发展仍然构成了一定制约。

②资本实力相对不足

尽管公司已在移动营销领域内建立起较为明显的综合竞争优势，但业务规模与传统领域内的大型广告公司相比仍然相对较小；相对移动营销行业的持续快速发展态势而言，公司仍然存在资金实力相对不足的短板，对公司业务规模的快速扩张、技术研发投入、人才投入等方面均构成一定程度的制约。

（七）进入行业的主要壁垒

1、客户资源壁垒

移动营销行业发展迅速，市场化程度较高，竞争激烈，因而优质稳定的客户资源是行业企业持续发展的关键。行业企业需要通过长期优质稳定的服务取得广告主的信任，继而建立起长期稳固的业务合作关系；同时，稳定的客户资源与充足的投放需求有助于行业企业提升自身对媒体渠道的议价能力，在采购端形成规模效应。因此，对于行业内的新企业，在客户资源的拓展与维护方面存在一定的难度与挑战。

2、媒体资源壁垒

互联网媒体是移动营销的最终展现平台与载体，互联网媒体也是产业链中重要的一环，移动营销企业拥有的媒体资源数量、质量在一定程度上决定了营销效果。市场初入者难以在短时间内有效聚合与积累媒体资源，故而存在媒体资源壁垒。

3、技术壁垒

移动营销的最终目的是将广告投放至广告受众，并强化广告受众对广告主的品牌认知、促进广告主应用的推广或产品的销售。因此，针对投放渠道、终端用户的数据挖掘、分析与处理的技术水平直接决定了广告的投放效果。具有丰富行业经验的公司能够基于海量业务经验进行算法优化，不断改善投放效果，达到良性循环。初入行业的公司拥有数据量小，算法能力较弱，在投放效果方面难以与业内公司竞争，同时难以迅速进行数据积累以及技术改进。

（八）行业技术水平及发展趋势

移动营销行业主要通过移动互联网为广告主提供精准高效的广告投放服务，同时为媒体渠道提供长期稳定的媒体变现渠道。广告主需要在合理的成本下实现较为理想的投放效果、媒体主对媒体流量以合理价格进行变现的诉求等因素决定了行业对于营销方案与策略的制定、媒体渠道的发掘与开拓、数据分析与处理、投放监控与分析等能力提出了较高的要求。

（九）行业利润水平及变动趋势

移动营销企业的主要成本为移动端媒体流量的采购费，流量采购费与流量销售收入呈正相关关系，随着营销业务收入增长，成本支出相应增长。近年来，随着广告主将更多预算投入到移动营销领域以及中国移动网民快速增长下的流量红利期已趋于平稳，移动媒体流量价格整体呈上升趋势。

（十）行业发展的影响因素

1、影响行业发展的有利因素

（1）国家产业政策鼓励移动营销行业发展

在国家宏观政策的扶持下，广告行业以及与其相关的通信产业、互联网应用及内容产业、大数据产业等均获得了快速地发展，以此构建出良好的移动营销产业生态。

（2）智能终端快速普及，移动营销高速发展

随着无线通信技术的发展以及智能手机的普及，移动互联网已成为人们生活中不可或缺的通信及娱乐工具。据《第 43 次中国互联网发展状况统计报告》显示统计显示，2018 年我国移动网民规模已达 81,698 万人，移动手机普及率已高达 98.6%。可见庞大用户规模为移动营销行业提供了巨大的用户及流量基础。同时，人们也进行更多的触媒行为。移动营销行业的发展主题已经从“普及率提升”转换到“使用程度加深”。根据中国移动互联网数据库数据统计，2018 年 6 月份我国移动互联网用户月总使用时长已达 82.26 小时，同比 2017 年增长 29%，呈上升态势。综上所述，庞大的流量基础、海量的应用及内容、国民移动互联使用习惯的深化直接使得广告主对移动互联网广告的投放需求提升，为移动营销行业创造了巨大的发展空间。

（3）技术进步促进整合营销传播服务业高速发展

互联网技术、移动互联网技术、通讯技术，以及计算机视觉技术、语音识别技术、AI 等新一代技术不断突破和广泛应用，加速整合营销内容、业态和商业模式创新。整合营销业务的全过程开展与信息技术的结合将越来越紧密，信息技术在整个整合营销过程中将发挥日益突出的作用。

2、影响行业发展的不利因素

（1）市场集中度较低，业内企业综合竞争力较弱

中国移动营销行业属于新兴行业，发展至今仅十余年，大部分企业还处于初创期或成长期，平均规模较小。加之，移动营销行业进入门槛偏低，大量的初创型广告公司得以持续进入移动营销行业。一方面，移动营销行业市场集中度不高，综合竞争优势较弱，对其上下游的议价能力偏弱，行业整体利润空间存在被蚕食的可能性。另一方面，我国允许设立外资独资广告公司，国内广告市场全面开放。

由于本土移动营销企业的整体竞争优势不明显。短期内，中国移动营销行业“企业数量多”、“平均规模小”的情况难以改变。

（2）法律与制度建设尚不健全

我国互联网营销行业的法制建设尚处于起步阶段，虽然近年来修订的《广告法》和出台的《互联网广告管理暂行办法》等法律法规对规范行业具有重大监督和规范作用，但很多方面缺乏更为具体的法制约束和保障，比如网络诚信建设、网络知识产权保护、网络犯罪防范等，对行业的可持续发展造成一定的负面影响。另外，互联网营销服务行业规范性的服务标准不完善，使得少数作坊式的小公司或个人利用低廉的价格吸引客户，并提供劣质的服务，在一定程度上也影响了行业的健康有序发展。

（十一）行业的经营模式及经营特征

1、行业经营模式

移动营销服务商是连接供给端与需求端的桥梁。其供给端为媒介资源，其需求方为广告主。移动营销企业通过整合媒体资源向广告主提供广告位、从而向其目标客户群体传播其品牌价值、产品信息以提升自身品牌认知度最终刺激其目标客群的消费意愿，移动营销企业以向供需两端提供的海量数据为基础，以核心算法等关键技术为支撑，凭借自有程序化平台撮合供需双方达成交易，持续跟踪广告投放效果并给予实时反馈。

2、行业的周期性

近年来，移动手机网民规模快速攀升、智能终端的硬件技术及软件应用不断更新迭代的情况下，传统媒体广告市场快速地被移动营销市场替代，移动营销行业一直保持着较快的行业增速。从国民经济发展趋势上看，我国宏观经济增长呈现出波动且缓慢增长的变化趋势，而我国移动营销行业发展显著快于国民经济的增长，其快速成长性一方面来自于替代了一部分传统媒体，另一方面来自于大量新型的互联网媒体的出现带来的新型的广告模式。移动营销行业尚未体现出明显的行业周期性。

3、行业的季节性

公司主营业务收入呈现较为明显的季节性特征。移动数字营销行业的季节性主要与广告主的预算投入、销售策略、产品特性等相关。报告期内，下半年营业

收入占比相对上半年较高。受广告主预算制定和广告投放周期影响，一般情况下客户于一季度制定预算，当季投放量较小；随着客户年度营销预算的确定，全年营销活动逐渐铺开，移动营销的投放量逐步增加。此外，暑假、中秋、圣诞节等大型节假日集中在第三季度和第四季度，导致广告主在第三、第四季度的投放会大幅度增加。

4、行业的地域性

移动营销广告依托智能终端存在，只要能够接入无线网络，任何地区均可开展移动营销业务。

（十二）所处行业与上下游的关系

移动营销服务行业位于产业链的中游，上游是媒体或其代理商，下游是广告主。广告主为推销商品或提供服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的需求方。媒体被定义为传播信息的媒介，覆盖的种类包括传统媒体、PC、移动、户外以及智能设备等。移动媒体有效地提升了广告主的广告投放效果与移动互联网媒体渠道的投放收益，是移动营销行业中重要的市场主体。移动营销其企业有效地提升了广告主的广告投放效果与移动互联网媒体渠道的投放收益，是移动营销行业中重要的市场主体。

三、公司销售情况和主要客户

（一）2019年1-6月

单位：万元

序号	客户名称	收入	占比
1	大唐高鸿数据网络技术股份有限公司[注1]	4,802.00	14.28%
2	中国光大银行股份有限公司上海分行	3,828.02	11.38%
3	深圳市微网力合信息技术有限公司	2,761.60	8.21%
4	天津市中昂时代科技有限公司	2,728.53	8.11%
5	上海弘贯网络科技有限公司	2,616.38	7.78%
	合计	16,736.53	49.76%

注1：该销售金额为按照同一控制下所属企业北京大唐高鸿无线互联科技有限公司、大唐高鸿通信技术有限公司的合并口径数字。

（二）2018年

单位：万元

序号	客户名称	收入	占比
1	中国光大银行股份有限公司上海分行	7,651.10	13.71%
2	大唐高鸿数据网络技术股份有限公司[注1]	5,357.65	9.60%
3	互众广告（上海）有限公司[注2]	3,134.43	5.62%
4	深圳游禧科技有限公司	2,230.13	4.00%
5	深圳市择众传媒股份有限公司	2,154.04	3.86%
	合计	20,527.35	36.79%

注 1：该销售金额为按照同一控制下所属企业北京大唐高鸿无线互联科技有限公司、大唐高鸿通信技术有限公司的合并口径数字。

注 2：该销售金额为按照同一控制下所属企业互众广告（上海）有限公司、上海链潮网络科技有限公司的合并口径数字。

（三）2017 年

单位：万元

序号	客户名称	收入	占比
1	中国光大银行股份有限公司上海分行	5,424.56	13.22%
2	中国平安保险（集团）股份有限公司[注1]	5,402.76	13.17%
3	百度股份有限公司[注2]	4,489.46	10.94%
4	北京惠辉世纪信息技术有限公司	3,316.74	8.08%
5	互众广告（上海）有限公司	2,441.19	5.95%
	合计	21,074.71	51.36%

注 1：该金额为按照同一控制下所属企业平安普惠融资担保有限公司、平安好房（上海）电子商务有限公司、平安科技（深圳）有限公司、平安健康互联网股份有限公司上海分公司、平安财富理财管理有限公司、中国平安人寿保险股份有限公司、平安普惠投资咨询有限公司、平安普惠投资咨询有限公司成都第五分公司、平安普惠投资咨询有限公司上海第一分公司、平安普惠投资咨询有限公司武汉青山分公司、平安普惠信息服务有限公司武汉第一分公司的合并口径数字。

注 2：该销售金额为按照同一控制下所属企业百度在线网络技术（北京）有限公司、百度时代网络技术（北京）有限公司、北京百度网讯科技有限公司、Baidu(Hong Kong) Limited 的合并口径数字。

（四）2016 年

单位：万元

序号	客户名称	收入	占比
1	中国平安保险（集团）股份有限公司[注1]	7,819.24	33.46%

序号	客户名称	收入	占比
2	北京惠辉世纪信息技术有限公司	2,428.55	10.39%
3	中国移动通信有限公司[注2]	1,426.67	6.11%
4	深圳平安通信科技有限公司	1,013.48	4.34%
5	掌阅科技股份有限公司	1,002.21	4.29%
	合计	13,690.15	58.59%

注1：该销售金额为按照同一控制下所属企业平安好房（上海）电子商务有限公司、平安普惠融资担保有限公司、中国平安人寿保险股份有限公司、平安科技（深圳）有限公司、平安健康互联网股份有限公司上海分公司、平安普惠投资咨询有限公司、平安财富理财管理有限公司的合并口径数字。

注2：该销售金额为按照同一控制下所属企业中国移动通信集团广东有限公司、中移互联网有限公司、咪咕视讯科技有限公司的合并口径数字。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过销售总额 50% 的情况，亦不存在严重依赖少数客户的情况。

四、公司采购情况和主要供应商

报告期内，公司采购的内容主要为广告流量资源。公司主要供应商情况如下：

（一）2019 年 1-6 月

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占比
1	今日头条有限公司[注1]	5,414.51	20.82%
2	深圳壹伍柒文化传播有限公司	4,714.01	18.12%
3	北京派瑞威行互联技术有限公司[注2]	2,819.13	10.84%
4	深圳市东信时代信息技术有限公司	1,443.44	5.55%
5	上海赤岛科技有限公司	901.08	3.47%
	合计	15,292.17	58.80%

注1：该采购金额为按照同一控制下所属企业天津今日头条科技有限公司、广东今日头条科技有限公司的合并口径数字。

注2：该采购金额为按照同一控制下所属企业北京派瑞威行广告有限公司、北京派瑞威行互联技术有限公司的合并口径数字。

（二）2018 年

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占比
----	-------	------	----

序号	供应商名称	采购金额	占比
1	天津今日头条科技有限公司	4,280.10	10.16%
2	上海掌门科技有限公司[注1]	3,129.19	7.43%
3	上海掌羽网络科技有限公司	2,372.82	5.63%
4	巨掌互动科技（北京）有限公司	2,044.76	4.85%
5	深圳市亿科数字科技有限公司[注2]	1,750.61	4.16%
	合计	13,577.48	32.23%

注 1：该采购金额为按照同一控制下所属企业上海连尚网络科技有限公司、上海连享网络科技有限公司的合并口径数字。

注 2：该采购金额为按照同一控制下所属企业海南亿科思奇科技有限公司、深圳市亿科思奇广告有限公司的合并口径数字。

（三）2017 年

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占比
1	上海掌门科技有限公司[注1]	4,700.80	16.01%
2	北京齐欣互动科技有限公司	1,723.49	5.87%
3	广州奇异果互动科技股份有限公司[注2]	1,693.77	5.77%
4	北京云锐国际文化传媒有限公司	1,676.45	5.71%
5	广东佳兆业佳云科技股份有限公司[注3]	1,269.97	4.32%
	合计	11,064.48	37.68%

注 1：该采购金额为按照同一控制下所属企业上海连尚网络科技有限公司、上海连享网络科技有限公司的合并口径数字。

注 2：该采购金额为按照同一控制下所属企业广州奇异果互动科技股份有限公司、上海大娱数码科技有限公司、霍尔果斯大娱互动科技有限公司的合并口径数字。

注 3：该采购金额为按照同一控制下所属企业深圳市浩云科技有限公司、深圳市云之维科技有限公司的合并口径数字。

（四）2016 年

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	占比
1	百度时代网络技术（北京）有限公司	3,014.95	19.09%
2	广东佳兆业佳云科技股份有限公司[注1]	680.00	4.30%
3	上海酷誉网络科技有限公司	594.42	3.76%
4	上海大娱数码科技有限公司	527.01	3.34%

序号	供应商名称	采购金额	占比
5	上海连尚网络科技有限公司	504.15	3.19%
	合计	5,320.53	33.68%

注1：该采购金额为按照同一控制下所属企业北京金源互动广告有限公司、深圳市浩云科技有限公司、深圳市飞云在线科技有限公司的合并口径数字。

移动互联网广告流量资源的市场热点随着移动互联网用户的体验和取向动态改变，公司会跟随市场热点的变化，适时调整广告流量资源采购内容。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过采购总额 50% 的情况，亦不存在严重依赖少数供应商的情况。公司与主要供应商之间不存在关联关系。

五、主要固定资产及无形资产情况

（一）固定资产总体状况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值	成新率
运输工具	95.73	35.98	59.75	62.41%
电子设备及其他	698.90	362.03	336.87	48.20%
合计	794.63	398.01	396.62	49.91%

（二）主要无形资产情况

1、注册商标情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 12 项注册商标，具体情况如下：

序号	商标图形/文字	注册人	注册号	使用商品类别	商标专用期限
1		掌众信息	14589535	9	2015.07.28-2025.07.27
2		掌众信息	14589536	35	2015.07.28-2025.07.27
3		掌众信息	14589537	44	2015.07.28-2025.07.27
4		掌众信息	14589538	44	2015.07.28-2025.07.27
5		掌众信息	14589539	35	2015.07.28-2025.07.27
6		掌众信息	14589540	9	2015.07.28-2025.07.27

序号	商标图形/文字	注册人	注册号	使用商品类别	商标专用期限
7	iadmob	掌众信息	17910759	38	2016.10.28-2026.10.27
8	爱告	掌众信息	17911045	35	2016.10.28-2026.10.27
9	爱告	掌众信息	17910982	38	2016.10.28-2026.10.27
10	掌纵	掌众信息	23610395	42	2018.04.07-2028.04.06
11	掌纵	掌众信息	23610385	36	2018.04.07-2028.04.06
12	掌纵	掌众信息	23609571	35	2018.04.07-2028.04.06

2、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司拥有 103 项计算机软件著作权，具体情况如下：

序号	软件全称	登记号	著作权人	登记日期
1	掌众 web 服务器监控软件 V1.0	2011SR061723	掌众信息	2011.08.30
2	多米移动广告聚合优化软件[简称：多米]V1.0	2012SR042348	掌众信息	2012.05.23
3	爱告移动广告软件[简称：爱告]V1.0	2012SR042120	掌众信息	2012.05.23
4	YY 助理软件[简称：YY 助理]V1.0.3	2012SR042117	掌众信息	2012.05.23
5	掌众搜索软件[简称：掌众搜索]V1.03	2012SR097993	掌众信息	2012.10.18
6	掌众网址导航软件[简称:网址导航]V1.0	2012SR097472	掌众信息	2012.10.17
7	基于安卓平台的轻量级应用市场软件[简称：Qstore]V1.0	2013SR063485	掌众信息	2013.07.04
8	掌众智能化流量统计管理软件[简称：智能流量统计]V1.0	2013SR073388	掌众信息	2013.07.25
9	YY 助理软件[简称：YY 助理]V4.0	2013SR132690	掌众信息	2013.11.26
10	掌众彩铃秀秀软件[简称:彩铃秀秀]V1.0	2013SR133259	掌众信息	2013.11.26
11	掌众信息运营综合平台软件[简称：运营综合平台软件]V1.0	2015SR230736	掌众信息	2015.11.24
12	掌众积分墙软件[简称:积分墙软件]V1.0	2015SR230731	掌众信息	2015.11.24
13	掌众企业级全球位置服务分析管理系统[简称：全球位置服务系统]V1.0	2015SR230234	掌众信息	2015.11.24
14	掌众基于分布式应用程序协调服务的应用监控平台系统[简称：分布式协调监控	2015SR230704	掌众信息	2015.11.24

	系统]V1.0			
15	掌众移动互联网广告数据离线运算系统 [简称：广告数据运算系统]V1.0	2015SR230239	掌众信息	2015.11.24
16	掌众移动互联网广告投放管理系统[简称：移动广告投放管理系统]V1.0	2015SR230302	掌众信息	2015.11.24
17	H5 推广运营系统 V1.0	2017SR738800	掌众信息	2017.12.27
18	分词智能匹配系统软件 V1.0	2018SR613938	掌众信息	2018.08.03
19	广告平台商业 ZBBI 商业系统 V1.0	2018SR973277	掌众信息	2018.12.04
20	广告平台文档管理系统 V1.0	2018SR976723	掌众信息	2018.12.04
21	广告平台业务任务系统 V1.0	2018SR974762	掌众信息	2018.12.04
22	广告平台智能搜索系统 V1.0	2018SR973389	掌众信息	2018.12.04
23	基于原生 JavaScript 的下拉框搜索组件 zSelect 软件 V1.0	2018SR976727	掌众信息	2018.12.04
24	掌众移动互联网广告交易平台核心竞价 系统 V1.0	2018SR969207	掌众信息	2018.12.03
25	基于 WEB 模式开发广告平台服务治理 系统 V1.0	2019SR0048319	掌众信息	2019.01.15
26	基于分布式部署环境集群架构广告平台 负载均衡系统 V1.0	2019SR0048333	掌众信息	2019.01.15
27	基于视频流的商业大数据精准营销广告 推送系统 V1.0	2019SR0045831	掌众信息	2019.01.15
28	面向社交用户商业大数据挖掘智能网络 广告平台 V1.0	2019SR0048323	掌众信息	2019.01.15
29	基于安卓智能手机的锁屏广告平台研发及 产业化系统 V1.0	2019SR0990285	掌众信息	2019.09.25
30	掌众大数据智能管理平台软件 V1.0	2019SR1229087	掌众信息	2019.11.28
31	掌众锁屏秀秀软件[简称：锁屏秀秀]V1.2	2014SR133474	掌众传媒	2014.09.04
32	掌众 WAP 移动网站系统 V1.0	2016SR030711	掌众传媒	2016.02.16
33	掌众财务 ERP 系统软件 V1.0	2016SR031137	掌众传媒	2016.02.16
34	海量数据存储系统 V1.0	2016SR293126	掌众传媒	2016.10.14
35	多层次快速运算系统 V1.0	2016SR281555	掌众传媒	2016.09.29
36	代码自动生成系统 V1.0	2017SR137149	掌众传媒	2017.04.25
37	广告源管理系统 V1.0	2017SR137019	掌众传媒	2017.04.25
38	热点头条新闻系统 V1.0	2017SR137146	掌众传媒	2017.04.25
39	掌众收益运营系统 V1.0	2018SR062611	掌众传媒	2018.01.25

40	日志监控系统 V1.0	2018SR613454	掌众传媒	2018.08.02
41	掌众广告平台多维数据分析系统 V1.0	2018SR971826	掌众传媒	2018.12.04
42	基于多维度统计服务模式广告平台服务调用系统 V1.0	2019SR0048326	掌众传媒	2019.01.15
43	掌众广告平台 api 对接适配系统 V1.0	2019SR0048329	掌众传媒	2019.01.15
44	看典免费小说软件 V1.0	2019SR0602044	掌众传媒	2019.06.12
45	ADX 日志分析系统 V1.0	2019SR0991512	掌众传媒	2019.09.25
46	DR 数据卷合系统 V1.0	2019SR0990635	掌众传媒	2019.09.25
47	ETL 数据处理系统 V1.0	2019SR0991519	掌众传媒	2019.09.25
48	K2H 数据存储系统 V1.0	2019SR0991082	掌众传媒	2019.09.25
49	实时竞价广告交易平台系统 V1.0	2019SR0991537	掌众传媒	2019.09.25
50	掌众 WAP 移动网站系统 V1.1	2019SR0994676	掌众传媒	2019.09.25
51	掌众财务 ERP 系统软件 V1.1	2019SR0994677	掌众传媒	2019.09.25
52	掌众大数据行为分析软件 V1.0	2019SR1229011	掌众传媒	2019.11.28
53	掌众广告自动量化交易平台软件 V1.0	2019SR1229014	掌众传媒	2019.11.28
54	掌众资源管理及监控系统软件 V1.0	2014SR112189	掌众网络	2014.08.04
55	安卓测试辅助软件 V1.0	2015SR244965	掌众网络	2015.12.05
56	安卓界面动态适配插件软件 V1.0	2015SR246073	掌众网络	2015.12.05
57	壁纸赚软件 V1.0	2015SR246072	掌众网络	2015.12.05
58	基于 H5 的移动端抽奖管理系统软件 V1.0	2015SR244880	掌众网络	2015.12.05
59	基于安卓手机的照片涂鸦软件 V1.0	2015SR245137	掌众网络	2015.12.05
60	掌众企业员工综合服务 O2O 管理系统软件 V1.0	2015SR245949	掌众网络	2015.12.05
61	运势大师软件 V1.0.1	2016SR269855	掌众网络	2016.09.21
62	嘿嘿直播软件 V6.2.2	2016SR372990	掌众网络	2016.12.14
63	用户反馈智能回复系统 V1.0	2017SR738697	掌众网络	2017.12.27
64	关键字搜索优化系统 V1.0	2018SR613936	掌众网络	2018.08.03
65	广告平台全能调度系统 V1.0	2018SR971812	掌众网络	2018.12.04
66	广告平台智慧监控系统 V1.0	2018SR976728	掌众网络	2018.12.04
67	基于多维度精准分析的运势系统 V1.0	2019SR0991479	掌众网络	2019.09.25
68	掌众多渠道客户统一标识软件 V1.0	2019SR1229500	掌众网络	2019.11.28

69	高吞吐量分布式消息系统 V1.0	2016SR089992	爱告技术	2016.04.28
70	代码生成管理系统 V1.0	2017SR308260	爱告技术	2017.06.26
71	开发者管理系统 V1.0	2017SR308251	爱告技术	2017.06.26
72	广告主管理系统 V1.0	2017SR521272	爱告技术	2017.09.15
73	灵活报表系统 V1.0	2017SR525990	爱告技术	2017.09.19
74	公共资产管理系统 V1.0	2018SR062257	爱告技术	2018.01.25
75	分布式任务调度系统 V1.0	2018SR062250	爱告技术	2018.01.25
76	分布式服务监控系统 V1.0	2018SR824898	爱告技术	2018.10.16
77	集中权限系统 V1.0	2018SR824684	爱告技术	2018.10.16
78	接口监控系统 V1.0	2018SR824894	爱告技术	2018.10.16
79	渠道运营对账系统 V1.0	2018SR824889	爱告技术	2018.10.16
80	视频广告管理系统 V1.0	2018SR824385	爱告技术	2018.10.16
81	掌众广告平台高性能数据仓库系统 V1.0	2018SR969215	爱告技术	2018.12.03
82	基于 spark 的网络交易广告计费平台容错保护系统 V1.0	2019SR0054852	爱告技术	2019.01.16
83	天天免费阅读软件 V1.0	2019SR0323974	爱告技术	2019.04.11
84	爱看小说神器软件 V1.0	2019SR0349085	爱告技术	2019.04.18
85	爱赚免费小说软件 V1.0	2019SR0348647	爱告技术	2019.04.18
86	基于数据仓库的数据归档平台软件 V1.0	2019SR1082442	爱告技术	2019.10.25
87	爱告海量实时数据流 Newest N 数据查询实时报表系统 V1.0	2019SR1087303	爱告技术	2019.10.28
88	基于数据仓库的离线数据恢复软件 V1.0	2019SR1082571	爱告技术	2019.10.25
89	爱告多数据中心的数据同步系统 V1.0	2019SR1234772	爱告技术	2019.11.29
90	多元化广告服务系统 V1.0	2016SR089976	亿达传媒	2016.04.28
91	微告智推广告平台 V1.0	2018SR613460	亿达传媒	2018.08.02
92	移动互联网广告交易平台广告效果监测上报系统 V1.0	2019SR0066234	亿达传媒	2019.01.18
93	会盒联盟软件[简称：会盒]V1.0	2019SR0858265	亿达传媒	2019.08.19
94	惠景点软件 V1.0	2019SR1117143	亿达传媒	2019.11.05
95	基于 JAVA 动态加载插件化任务执行服务软件 V1.0	2019SR1082576	亿达传媒	2019.10.25
96	惠游九州软件 V2.1.1	2019SR1267350	亿达传媒	2019.12.03

97	广告平台大数据核心架构分布式配置系统 V1.0	2019SR0054850	众源信息	2019.01.16
98	多阅免费小说软件 V1.0	2019SR0265564	众源信息	2019.03.20
99	书多多免费小说软件 V1.0	2019SR0441966	众源信息	2019.05.08
100	畅阅读免费小说软件 V1.0	2019SR0439419	众源信息	2019.05.08
101	基于高性能缓存的地理定位软件 V1.0	2019SR1083789	众源信息	2019.10.25
102	基于用户行为习惯的智能阅读推荐软件 V1.0	2019SR1235131	众源信息	2019.11.29
103	基于阅读的智能广告软件 V1.0	2019SR1249426	众源信息	2019.12.02

3、域名

截至本招股说明书签署日，公司拥有 15 项域名，具体情况如下：

序号	权利人	域名名称	注册日期	到期日期	证书名称
1	掌众信息	chinamobad.com	2010.08.06	2021.08.06	国际顶级域名证书
2	掌众信息	iadmob.com	2011.04.20	2021.04.20	国际顶级域名证书
3	掌众信息	mobimediaad.com	2010.08.06	2021.08.06	国际顶级域名证书
4	掌众信息	momead.com	2010.08.06	2021.08.06	国际顶级域名证书
5	掌众信息	monteenet.com	2010.12.20	2021.12.20	国际域名注册证书
6	掌众信息	chinamobiad.com	2010.08.06	2021.08.06	国际顶级域名证书
7	掌众信息	monternet.me	2016.10.27	2021.10.27	国际顶级域名证书
8	掌众信息	yyvoice.cn	2011.12.16	2021.12.16	中国国家顶级域名注册证书
9	掌众信息	yyvoice.net	2011.12.16	2021.12.16	国际域名注册证书
10	掌众信息	nomternet.com	2010.12.20	2021.12.20	国际域名注册证书
11	掌众传媒	Screenlockshow.net	2013.12.19	2021.12.19	国际顶级域名证书
12	掌众传媒	Lockscreenshow.com	2014.02.17	2021.02.17	国际顶级域名证书
13	掌众传媒	Lockshow.cn	2014.02.17	2021.02.17	中国国家顶级域名证书
14	掌众网络	ysmaster.com	2016.08.11	2021.08.11	国际顶级域名证书
15	掌众网络	iadc.cn	2014.09.04	2021.09.04	国际顶级域名证书

4、自有房产情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有自有房产具体情况如下：

2018 年 5 月 16 日，公司一级子公司前海视界与前海世茂发展（深圳）有限

公司签订了编号为深（前海）网预买字（2018）第 660 号《深圳市房地产买卖合同》（预售），前海视界以 64,387,653 元购买前海世茂金融中心二期第 1 栋 4601 号房。该房产套内建筑面积为 414.76 平方米，土地使用期限自 2014 年 11 月 26 日起至 2054 年 11 月 25 日止。根据该等买卖合同，前海视界应当在签署本合同之日支付购房总价款的 50%，即人民币 32,197,653 元。余款为总房款的 50%，即人民币 32,190,000 元，由前海视界向银行申请按揭贷款。前海视界已按合同约定足额支付上述购房款，前述房产尚未竣工且尚未取得房产证。

5、租赁房产情况

截至本招股说明书签署日，公司及公司控股子公司正在履行的房屋租赁协议的具体情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁范围	租赁面积 (m ²)	租赁期限	用途
1	掌众科技	深圳移盟产业园运营有限公司	深圳市南山区科技路1号桑达科技大厦14楼南A区	100	2019.03.01-2020.01.31	办公
2	掌众信息	深圳移盟产业园运营有限公司	深圳市南山区科技路1号桑达科技大厦14楼南A1区	200	2017.02.16-2020.01.31	办公
3	掌众网络	深圳移盟产业园运营有限公司	深圳市南山区科技路1号桑达科技大厦14楼南F区	200	2019.03.01-2020.01.31	办公
4	掌众传媒	深圳移盟产业园运营有限公司	深圳市南山区科技路1号桑达科技大厦14楼南B区	400	2017.12.01-2020.01.31	办公
5	爱告技术	深圳移盟产业园运营有限公司	深圳市南山区科技路1号桑达科技大厦14楼南E区	420	2019.03.01-2020.01.31	办公
6	龙川科技	深圳移盟产业园运营有限公司	深圳市南山区科技路1号桑达科技大厦14楼南G区	50	2019.03.01-2020.01.31	办公
7	前海视界	深圳移盟产业园运营有限公司	深圳市南山区科技路1号桑达科技大厦14楼南H区	30	2019.03.01-2020.01.31	办公

序号	承租方	出租方	租赁范围	租赁面积 (m ²)	租赁期限	用途
		司				
8	亿达传媒	深圳移盟产业园运营有限公司	深圳市南山区科技路1号桑达科技大厦14楼南D区	30	2019.03.01-2020.01.31	办公
9	众源信息	深圳移盟产业园运营有限公司	深圳市南山区科技路1号桑达科技大厦14楼南A区	200	2019.03.01-2020.01.31	办公
10	掌众网络上海分公司	上海佩尔商务咨询有限公司	上海市徐汇区田林路487号26号楼601-4室	118.5	2018.08.13-2020.08.12	办公

公司上述租赁房屋均系依法租赁，其租赁合法有效。截至本招股说明书签署日，公司正与出租方洽谈续约事宜。

六、经营资质及特许经营权

公司所从事的业务不涉及特许经营，公司不拥有特许经营权。截至本招股说明书签署日，公司已获得的各类经营资质的具体情况如下：

公司名称	资质名称	编号	许可内容	有效期至	核准机关
掌众信息	增值电信业务经营许可证(SP证)	B2-20193394	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）	2024/7/23	中华人民共和国工业和信息化部
掌众传媒	增值电信业务经营许可证(SP证)	B2-20180747	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）	2023/2/7	中华人民共和国工业和信息化部
掌众网络	增值电信业务经营许可证(SP证)	B2-20180395	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）	2023/2/5	中华人民共和国工业和信息化部
爱告技术	增值电信业务经营许可证(SP证)	B2-20180749	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）	2023/2/7	中华人民共和国工业和信息化部
亿达传媒	增值电信业务经营许可证(SP证)	B2-20180264	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）	2023/1/22	中华人民共和国工业和信息化部
霍尔果斯掌众	增值电信业务经营许可证(SP证)	B2-20182615	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）	2023/7/25	中华人民共和国工业和信息化部
众源信息	增值电信业务经营许可证(SP证)	B2-20194908	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）	2024/9/17	中华人民共和国工业和信息化部

七、公司研发概况及主要技术情况

（一）公司主要产品或服务所涉及的核心技术

公司深耕移动数字营销行业，高度重视对核心技术的研发与积累，并根据需

要对技术进行迭代创新。公司现有的核心技术主要集中在数据处理及业务运营领域，这些技术构成了公司的核心竞争力，支撑公司移动广告程序化交易业务和移动整合营销业务的开展，为公司的快速发展奠定坚实的基础。截至本招股说明书签署日，公司主要积累和应用的核心技术具体如下所示：

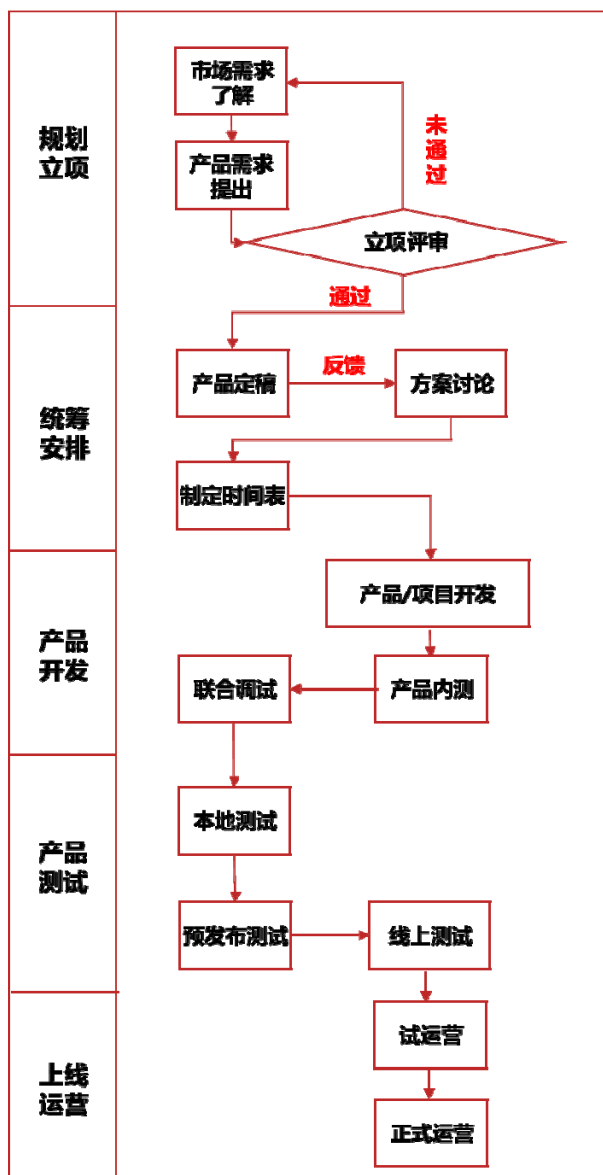
技术类别	具体技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
移动客户端技术	后台服务驻留技术	增加后台服务存活时长，提升广告转化效果及数据统计准确率	对安卓各个版本进行研究并适配，通过提高进程优先级及多种定时唤醒功能，实现进程长驻	原始创新
	网络通讯保障	规避服务器网络故障、域名解析等风险，确保网络正常通讯	通过服务器动态下发多个域名及IP、定时检测、响应速度对比等方法，寻找网络响应快且稳定的通讯路径	原始创新
	多平台 UI 界面适配技术	针对不同平台、不同分辨率的机器，确保广告界面展示效果一致	在不影响性能的基础上，通过运行时动态计算的方法，只需要编写一套界面代码即可完美适配不同平台、分辨率的机器。传统适配方案需要编写多套代码进行适配，费时费力	原始创新
	SDK 安全加固	防止对 SDK 暴力破解和非法篡改	编译 SDK 版本时，对日志代码进行加密。SDK 运行后日志以密文形式输出，必须安装特定工具才可正常解密查看。SDK 编译完成后，对 JAR 文件进行混淆处理，再转换为 DEX 文件，最后对 DEX 文件进行加密加固，在运行时完成解密	原始创新
	移动端节能节流技术	节省手机流量消耗及电量消耗	对通讯协议进行加密压缩，文件下载采用断点续传，减少上下行流量消耗。尽可能集中处理网络通讯，避免频繁唤醒 CPU，对 Android 不同版本进行适配，以系统定时功能代替线程轮询，根据不同业务场景，严格控制线程任务生命周期，节省手机电量	原始创新
广告投放计算技术	受众定向	通过对用户行为数据的分析，找出目标客群的共同行为特征	根据用户的设备信息、位置信息、行为信息，通过大数据处理技术，计算出适合特定用户的广告，或者找出特定广告所适合的受众人群	原始创新
	精准流量计算引擎	针对广告下发流量做到精准控制	为了做到广告下发流量精准控制功能，借助于分布式缓存，通过预扣量再计算功能，达到精准控制的效果	集成创新

技术类别	具体技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
	广告权重排序技术	在很多广告中,根据权重选择一个合适的广告	为了实现广告的不绝对优先展示,通过对广告设置一个随机权重优先级,采用2的优先级次幂的计算方式,再配合随机算法,选出广告	原始创新
	广告实时竞价引擎	用于售卖流量过程中的实时竞价部分	支持高并发、高吞吐、高可靠、高可拓展的业务逻辑的实时混合竞价引擎	集成创新
	智能广告定时运营组件	为了实现广告在固定时间,固定周期变更运营策略的要求	通过广告定时运营组件,设置广告运营策略计划变更的时间点,周期与变更内容。广告平台将依据设置的计划定时变更广告运营策略	原始创新
	智能防作弊系统	识别作弊欺诈流量	根据监控广告 CTR 异常、广告访问 IP 分布异常、URL、访问者行为信息(浏览器,操作系统等)异常、广告点击没有对应的曝光请求、广告来源异常、广告访问时间分布异常/规律等,实现过滤作弊流量的效果	集成创新
通信技术	路由动态切换技术	解决国内个地区网络不佳引起的请求不通问题	通过动态下发多组域名,支持域名的动态实时切换,从而获得最佳网络传输效果	原始创新
分布式处理技术	分布式服务治理框架	负责完成微服务架构中的服务治理功能	服务治理是微服务架构中最为核心和基础的模块。通过注册中心实现各个微服务实例的自动化注册与发现	引进消化吸收再创新
	服务容错保护框架	解决服务间调用延迟引起的调用方服务变慢甚至雪崩的问题	在分布式架构中,当每个服务单元发生故障之后,通过断路器的故障监控,向调用方返回一个错误响应,而不是长时间的等待。这样就不会使得线程因调用故障服务被长时间占用不释放,避免了故障在分布式系统中的蔓延。实现断路器、线程隔离等一系列服务保护功能	引进消化吸收再创新
	分布式配置中心	用来为分布式系统中的基础设施和微服务应用提供集中化的外部配置支持	基于分布式配置中心,可以分不同环境,不同应用配置管理资源与业务相关的配置内容,并在启动的时候从配置中心获取和加在配置信息,且支持配置的动态变更,不用重启相关服务	引进消化吸收再创新
	分布式任务调度平台	用来为不同服务之间提供分布式的统一任务依赖调度	任务调度平台分为任务配置平台和任务依赖执行引擎。任务配置平台负责配置所有任务的执行顺序和依赖关系。任务执行引擎负责在每个	原始创新

技术类别	具体技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
			服务上根据配置的依赖关系执行对应的任务	
	分布式搜索平台	用于在大量数据中进行多个字段的關鍵字匹配搜索	在分布式搜索引擎的基础上，进行查询条件的数据结构设计，以满足多条件复杂查询	引进消化吸收再创新
	分布式缓存技术	使用分布式缓存，为高并发请求提供快速响应	分布式缓存由一个服务端实现管理和控制，有多个客户端节点存储数据，可以进一步提高数据的读取速率。公司使用 redis, aerospike 等中间件，达到快速存储和读取数据的效果	集成创新
大数据技术	实时计算引擎	用于海量数据实时计算	使用 JAVA 通过对接消息队列，将不同节点的数据按照不同维度在 JVM 中聚合，并输出到 cubeDB 中	集成创新
	大数据批处理技术	离线批量计算数据	基于大数据平台的任务计算框架，离线处理大型数据集合	引进消化吸收再创新
	分布式多维数据存储	用于海量数据计算结果存储	基于大数据存储，通过将业务需要的动态查询条件添加到 key 中，实现可动态扩展的存储结构，并通过对 key 值的定位扫描面数据提供查询性能	引进消化吸收再创新
	分布式实时流式聚合引擎	用于广告系统中海量数据的实时流式聚合	实时消费数据，聚合写入报表库，可以实现线性水平拓展和高可用	集成创新
	实时多维分析	广告系统中的实时多维分析需求	根据业务需求设计了多种不同维度的报表，并对超大表进行分区。支持各种不同时间维度，以及数十个业务相关维度任意组合，上百个数据节点的即时查询	集成创新
智能运维技术	分布式系统监控平台	为所有服务提供实时的监控情况监控	以分布式应用程序协调服务为通信基础，实时监控在协调服务上注册的所有服务的 CPU, 内存，网络情况	引进消化吸收再创新
	智能系统预警修复技术	定时监控数据，服务，中间件的运行情况	通过配置定时间隔，实现对数据、服务、中间件的定时监控，如发现异常及时预警并根据规则自动修复	集成创新
	混合云架构	以混合云的部署方式，使单个服务节点保持独立，保证业务的高可拓展性的，防止单节点的故障，降低运营成本	IDC 私有云与云厂商之间通过专线连接，针对系统预警或突发性高峰事件，按需随用，实现可扩展，额外的敏捷 IT 基础设施，提高灵活性，以更好地响应不断变化的市场需求，减少资本支出或一般 IT 支出	集成创新

（二）公司的研发模式

公司的研发内容涵盖广告 SDK 开发、程序化交易技术升级以及广告主附属 APP 开发等满足广告主产品推广需求的产品开发，也涵盖用户反馈智能回复系统、关键字搜索优化系统、分词智能匹配系统、H5 推广运营系统等业务运营系统的开发迭代和大数据平台的开发以及运营管理，以实现技术支撑和促进业务的高效运转。公司拥有完整的研发流程以支撑相关产品开发和技术需求。具体流程如下所示：



1、规划立项

公司结合自有技术水平、行业技术现状以及行业发展趋势等因素提出产品需求，整理出产品规划书等相关文档，以会议形式探讨并确定研发该产品的可行性与必要性。如果产品规划符合公司战略、技术及市场规划等多方面定位的需求，

公司确认并形成初步方案，进入统筹规划阶段进行具体研发筹备；如果未达成一致意见，则公司重新研究制定方案或终止该产品研发规划。

2、统筹安排

初步方案确认后，公司将结合初步方案对产品规划进行完善定稿，将定稿后的产品规划反馈至相关负责人员并再次协商确认。待意见统一后，公司制定出具体的研发时间表。

3、产品开发

公司对代码架构、设计逻辑、呈现形式等内容进行设计和开发。开发完成后，公司对各个模块进行单独测试。单独测试通过后，公司将各个模块进行联合调试并形成产品的雏形。

4、产品测试

公司在本地网络环境对产品进行测试，检测产品在本地环境上的运行情况。本地测试通过后，公司进行预发布测试，检测产品在模拟的线上环境上的运行情况，再进行线上测试并检测运行情况。上述过程若出现问题，则进行模块修改。

5、上线运营

公司在小范围内试运营以检验并修改产品功能及投放效果。试运营结束后，公司将产品全面投放到经营中正式运营。

（三）公司研发费用支出及营业收入占比情况

公司高度重视研发技术创新，为了在激烈的行业竞争中实现持续发展而不断增加研发投入。报告期内，公司的研发投入一直维持在较高水平，为公司研发体系的良好运转提供有力保障。2016年、2017年、2018年和2019年1-6月，公司研发费用分别为982.01万元、2,412.13万元、3,030.80万元和1,728.92万元，占当期营业收入的比重分别为4.20%、5.88%、5.43%和5.14%。

（四）公司的研发人员情况

公司一直高度重视研发人才的培养以及研发团队的建设，经过多年的发展与传承，目前公司已打造出一支具有扎实研发及运营实力的技术队伍。截至2019年6月30日，公司拥有研发技术人员128人，约占公司总人数的60%。报告期内公司核心技术人员稳定，未发生重大变动。

（五）公司的在研项目情况

截至本招股说明书签署日，公司的在研项目包括“基于用户行为习惯的智能阅读推荐系统”、“基于阅读的智能广告系统”、“基于高性能缓存的地理定位系统”等 15 项，具体情况如下：

序号	名称	项目概述	立项时间	项目开始时间	项目完成时间	研发方式
1	基于用户行为习惯的智能阅读推荐系统	通过对用户阅读行为进行分析计算，并为用户标记对应标签。根据用户标签将用户感兴趣的文章推荐给用户	2018.11	2019.1	2020.12	自主研发
2	基于阅读的智能广告系统	收集，分析用户阅读习惯以及对广告接收、反馈程度，计算出用户感兴趣的广告并推送给用户	2018.11	2019.1	2020.12	自主研发
3	基于高性能缓存的地理定位系统	通过使用基于高性能缓存，实现地理位置实时定位并分析。提供附近的人服务	2018.12	2019.1	2019.12	自主研发
4	DIA用户生命周期预测软件	基于大数据的实时采集，对用户生命价值通过统计建模以及AI学习进行预测分析，为互联网及零售企业提供营销决策的数据支持	2018.11	2019.1	2020.12	自主研发
5	掌众大数据智能管理平台	基于流式计算、高并发数据处理、分布式系统的大数据架构处理海量并发数据，支持与数据应用的高效对接	2018.11	2019.1	2020.12	自主研发
6	掌众多渠道客户统一标识系统	汇总多渠道获取的用户标识，基于ID-Mapping算法进行跨渠道跨设备的用户唯一标识归因	2018.12	2019.1	2019.12	自主研发
7	掌众广告自动量化交易平台	基于广告竞价算法进行自动调节策略，大规模进行广告资源采购	2018.11	2019.1	2020.12	自主研发
8	掌众大数据行为分析系统	基于行为端采集SDK模块实时采集用户在数字端的交互行为	2018.11	2019.1	2020.12	自主研发
9	掌众人工智能客户分群平台	基于传统零售及互联网的RFM、用户价值分数、流失预测等人群分层模型自动对交易和事件数据进行预处理，自动分群	2018.11	2019.1	2020.12	自主研发
10	掌众营销自动化系统	打通用户触点渠道和数据获取渠道数据，生成基于实时事件触发到分群触达的自动化营销平台	2018.11	2019.1	2020.12	自主研发
11	基于Java动态加载插件化任务执行服务	使用JAVA代码动态加载技术，容器技术，实现任务、代码动态分发、加载、执行，无需重新部署服务即可执行	2018.12	2019.1	2019.12	自主研发
12	基于数据仓库的数据归档平台软件	移动互联网行业的海量底层不再经常使用的数据日志，需要移到一个单独的存储设备来进行长期保存。该平台通过导出，压缩，归档。将数据仓库存储海量日志数据进行定时归档存储	2018.12	2019.1	2019.12	自主研发

序号	名称	项目概述	立项时间	项目开始时间	项目完成时间	研发方式
13	基于数据仓库的离线数据恢复软件	以数据仓库中的原始日志数据为标准，通过不同维度的分析计算，来修整及恢复汇总数据，以保证统计数据的绝对完整性及正确性	2018.12	2019.1	2019.12	自主研发
14	爱告多数据中心的同步系统	主要用于多数据中心间的关键数据同步。同步的数据包括基数数据，配置数据和报表。要求尽量低的数据延迟以及不同级别的数据一致性。技术结构上，既有主从分发式的同步，也有从多个数据中心向中心机房的汇集同步	2018.12	2019.1	2019.12	自主研发
15	基于大数据管理的用户系统	通过大数据技术定向受众，实现精准操作。支持多种操作策略，锁定不同的目标人群，使广告效果更加精准、有效、可控	2018.12	2019.1	2020.12	自主研发

（六）公司的核心技术创新机制

公司一直将技术创新作为公司的重点战略之一，是国内为数不多的拥有自主研发移动广告投放平台的厂商之一。近年来，公司凭借自身技术研发创新机制，竞争实力逐步增强。主要情况如下：

1、有效的人才鼓励机制

公司重视人才的引进和培养，且在公司内部营造适合专业人才成长的空间，鼓励员工发挥自己的特长。公司定期安排各种知识、技能的培训，鼓励员工不断学习，提升创新能力。目前，公司已拥有一支具有扎实研发实力的研发队伍。截至2019年6月，公司拥有研发人员128人，约占公司总人数的60%。公司高层管理人员工作经验丰富，其中研发核心层人员均是具有多年移动数字营销行业从业经验及团队管理经验的资深人士，为公司持续推出移动数字营销服务打下良好的基础。

2、高效数据分析系统的建设

广告投放效果会影响广告主的投放预期、复购频率以及公司的业务口碑。因此，对移动营销过程中的数据收集和分析对于移动数字营销服务方案的研发和改进具有重要的意义。公司高度重视营销过程中数据的实时分析与反馈，并建立了一整套科学、先进的数据分析系统。

3、创新的人才储备机制

为了提高公司的创新研发能力，公司实行创新的人才储备机制。公司通过内部培养和外部引进的方式，不断加强公司研发团队建设，在移动数字营销领域技

术研发所需的 UI 和 WEB 前端开发、广告投放引擎、数据分析挖掘、计算模型算法研发等方面，公司均储备了适当的技术人才，为产品的持续研发升级奠定了良好的基础。目前，公司已建立了包括移动数字营销基础技术研发、项目研发和移动营销理论、策略、创意、模式研发在内的全面的技术研发团队，同时，公司还建立了包括部分客户服务、媒介服务、策略及创意人员在内的辅助研发团队，以配合技术研发团队各项技术、项目的研发，从而进一步提升公司的研发实力，巩固公司在我国移动数字营销领域内的综合竞争优势。

八、境外经营情况

公司于 2016 年 12 月 8 日在香港特别行政区设立二级子公司全球掌众，定位于在香港特别行政区开展移动数字营销业务的前期布局，尚未大规模开展业务，报告期内业务量较小，2016 年、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月分别实现营业收入 0.00 万元、280.18 万元、102.80 万元和 54.27 万元，占当期公司营业收入的比例分别为 0.00%、0.68%、0.18% 和 0.16%

全球掌众的基本信息和主要财务状况详见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“五、公司控股、参股公司基本情况”相关内容。

九、发行当年和未来三年的发展计划及拟采取的措施

（一）公司未来发展愿景和业务发展目标

公司以“用科技让商业更高效”为发展使命，响应国家建设网络强国的号召，服务于以数据和科技为关键要素的数字经济。公司以“为客户创造价值”的经营理念，利用大数据技术及商业运营为核心驱动力，致力于打造覆盖多领域、千人千面、覆盖用户全生命周期的移动精准营销全案服务集团。

（二）实现发展目标的具体措施

1、开发新技术

公司通过建设从属于 MarTech 生态中的“Data（数据）”部分的客户数据平台 CDP（Customer Data Platform），不断提升精准营销的技术。CDP 系统是在融合了客户关系管理系统 CRM 与数据管理平台 DMP 的基础上，面向企业 B2C 营销人员的“智能用户管理运营平台”。该系统能够向 CDP 的用户提供融合全渠道数据、整合用户触点、沉淀运营策略等功能，达到营销自动化的业务目标，并

通过私域流量运营，大幅降低互联网业务的获客成本。本项目建设的 CDP 系统，拟面向游戏、互联网金融及消费零售企业 B2C 业务领域的主要客群。

2、升级现有技术

公司将基于现有广告大数据平台的架构，对其媒介方平台 SSP 及广告信息交换平台 AD Exchange 进行升级及研发，以提升公司业务能力，更好地为广告主、媒体及渠道商进行服务。

3、完善基础设施

随着业务量增加、技术升级，公司需要对自有数据中心进行扩容建设以满足业务运营过程中对于数据处理、存储等方面的需求。公司拟新建 1 个数据中心，扩容现有的 1 个数据中心，增设 1 个灾备份数据中心。

（三）公司拟定计划依据的假设条件及主要困难

1、拟定计划依据的假设条件

（1）国家政治、经济、法律和社会环境正常发展，宏观经济形势不会发生重大不利变化。

（2）移动营销的市场需求继续保持快速增长趋势，市场不会发生重大突变。

（3）本次发行能够顺利完成，募集资金及时到位。

（4）无其他不可抗力及不可预见因素造成的重大不利影响。

2、实施上述计划面临的主要困难

（1）公司的快速发展，特别是较大规模资金运用和业务迅速扩大，对公司的管理和制度方面提出了更高的要求。

（2）虽然公司已建立起了一支高素质的人才团队，但与公司持续快速发展的趋势相比，仍显相对不足。

（3）在广告服务网络不断扩大的基础上，继续保证公司内部各主体的统一管理和高效运作也是公司须面临的挑战之一。

（四）公司发展计划与现有业务的关系

公司业务发展计划是在公司现有业务的基础上，基于公司长期发展愿景与战略方向，结合公司具体的业务经营情况提出的。以上发展计划既是公司现有业务的拓展和深化，是公司经营发展到一定阶段的自然结果，同时也是公司应对外部竞争形势、强化竞争优势维持领先地位的必然要求。

发展规划如能顺利实现，将进一步提升公司品牌知名度，对公司提升核心竞争力、增强综合实力起着决定性的作用，从而有助于实现公司“用科技让商业更高效”的发展使命，响应国家建设网络强国的号召，服务于以数据和科技为关键要素的数字经济。

（五）持续公告规划实施和目标实现的情况

公司在上市后，将通过定期报告持续公告发展规划的实施情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立运行情况

公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整情况

公司拥有独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的生产经营场所、生产设备、无形资产和必要资源，对所属资产拥有完全的控制支配权。

（二）人员独立情况

公司董事、监事、总经理、副总经理及其他高级管理人员均依合法程序选举或聘任，不存在股东超越公司董事会和股东大会做出人事任免决定的情况。

公司总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员专职在公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的任何职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立情况

公司设有独立的财务会计部门，建立了规范的会计核算体系，配备了独立的财务人员，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分、子公司的财务管理制度。公司独立在银行开户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司依法独立纳税，与关联方无混合纳税的情形。

（四）机构独立情况

公司设有股东大会、董事会、监事会等决策监督机构，并依照《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等规定规范运行。公司建立了独立完善的法人治理结构，健全了内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开且独立运作，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业机构混同的情形。

（五）业务独立情况

公司具有独立的业务体系，拥有完整的法人财产权，能够独立支配和使用人员、资金、物资等生产要素，顺利组织和实施生产经营活动。公司在业务上独立于关联方，具有完全独立的业务经营体系和直接面向市场独立经营的能力，不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联交易。控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不从事与公司相同或相近的业务。

（六）保荐人结论性意见

经核查，保荐机构认为：发行人已达到《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》等规定中对公司独立性的基本要求，上述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争情况

（一）关于不存在同业竞争的说明

公司控股股东、实际控制人为袁春，其基本情况参见本招股说明书“第五节公司基本情况”之“六、公司实际控制人、持有 5% 以上股份的主要股东基本情况”。

截至本招股说明书签署日，除直接控制本公司及本公司控股子公司以外，公司控股股东、实际控制人袁春无控制的其它企业。

综上所述，公司与控股股东、实际控制人不存在同业竞争的情形。

（二）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人袁春已出具《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、截至本承诺函出具之日，本人及本人直接或间接控制的其他企业所从事的业务与掌众科技及其控股子公司的业务不存在直接或间接的同业竞争；

2、自本承诺函出具之日起，本人不会且保证本人直接或间接控制的其他企业不会在中国境内或境外以任何方式（包括但不限于控股、参股、合作、合伙、承包、租赁等方式）从事可能直接或间接对掌众科技及其控股子公司的生产经营构成同业竞争的业务或活动；

3、自本承诺函出具之日起，如掌众科技及其控股子公司进一步拓展其业务范围，本人及本人控制的其他企业承诺将不与掌众科技及其控股子公司拓展后的业务相竞争，本人及本人控制的其他企业将按照以下方式妥善消除同业竞争：（1）

停止经营相竞争业务；（2）将相竞争业务以合法方式置入掌众科技；（3）将相竞争业务转让给无关联关系的第三方；（4）其他对维护掌众科技全体股东权利有益的合法方式；

4、若本人违反上述声明与承诺，本人将承担因此给掌众科技及掌众科技其他股东造成的损失；

5、本承诺函自签署之日起生效，且在本人对掌众科技具有控制权或具有重大影响期间持续有效且不可撤销。”

三、关联交易情况

（一）关联方与关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》、《上市公司信息披露管理办法》和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》的相关规定，公司报告期内存在的主要关联方及其关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人

2015 年 12 月公司 2015 年重大资产重组置入资产实缴到位后，袁春成为公司控股股东、实际控制人，并持续至本招股说明书签署日。

截至本招股说明书签署日，袁春直接持有公司 38.9455%的股份，通过掌众共创、扬天下间接持有公司 0.0709%的股份，合计持有公司 39.0164%的股份，并担任公司董事长，是公司的控股股东、实际控制人，其基本情况参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“六、公司实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东基本情况”。

2、持有公司 5%以上股份的其他股东及其一致行动人

截至中国结算北京分公司最近一次出具定期《证券持有人名册》之日（2019 年 12 月 10 日），除公司控股股东、实际控制人袁春以外，其他持有公司 5%以上股份的股东及其一致行动人如下表所述，其基本情况参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“六、公司实际控制人、持有 5%以上股份的主要股东基本情况”：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	备注
1	汪嫦	13,891,000	10.0327%	-
2	安赐互联陆号	8,731,666	6.3064%	安赐互联陆号、安赐文创叁

	安赐文创叁号	5,669,666	4.0949%	号、安赐互联并购均由安赐资产管理有限公司控制，系一致行动人。安赐资产管理有限公司由陈长洁、殷敏共同控制
	安赐互联并购	1,781,500	1.2867%	
	合计	16,182,832	11.6880%	

报告期内，曾经持有公司 5% 以上股份的股东及其一致行动人情况如下表所述：

序号	股东名称	持有公司 5% 以上股份期间
1	周伟民	2016年3月至2019年1月
2	佳云科技	2016年3月至2017年2月
3	邹文强	2016年3月至2017年3月
4	许青	报告期初至2016年3月 (许青、陈云窗为夫妻，咸太宁是许青、陈云窗夫妇控制的企业)
	陈云窗	
	咸太宁	
5	沙毅	报告期初至2016年3月
6	任高锋	报告期初至2016年3月
7	汪建仁	报告期初至2016年3月

注 1：仅在上述主体持有公司 5% 以上股份期间及期后 12 个月内将其视为公司关联方，并披露相应年度发生的关联交易。

3、控股子公司及合营、联营企业

截至本招股说明书签署日，公司共有 4 家一级子公司，8 家二级子公司，1 家二级子公司的分公司，以及 3 家联营企业，具体情况参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“五、公司控股、参股公司基本情况”。

报告期内，公司还曾持有 1 家一级子公司和 1 家二级子公司，已分别于 2016 年 7 月和 2017 年 12 月对外转让；2 家联营企业，已分别于 2017 年 11 月和 2019 年 6 月对外转让。具体情况参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“五、公司控股、参股公司基本情况”。仅在上述主体作为公司控股子公司期间及期后 12 个月内将其视为公司关联方，并披露相应年度发生的关联交易。

4、关联自然人

(1) 直接或者间接持有公司 5% 以上股份的自然人

直接或者间接持有公司 5% 以上股份的自然人及其关系密切的家庭成员为公司关联自然人，其情况参见本小节“1、控股股东、实际控制人”和“2、持有公司 5% 以上股份的其他股东及其一致行动人”。

报告期内，在曾经持有公司 5% 以上股份的自然人持有公司 5% 以上股份期

间，上述人员及其关系密切的家庭成员为公司关联自然人，其情况参见本小节“2、持有公司 5%以上股份的其他股东及其一致行动人”。仅在上述人员持有公司 5%以上股份期间及期后 12 个月内将其视为公司关联方，并披露相应年度发生的关联交易。

（2）董事、监事、高级管理人员

公司现任董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员为公司关联自然人，公司董事、监事、高级管理人员情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简要情况”。

报告期内，在公司已离任董事、监事、高级管理人员任职期间，上述人员及其关系密切的家庭成员为公司关联自然人，公司已离任董事、监事、高级管理人员情况参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“八、董事、监事、高级管理人员的变动情况”。仅在上述人员作为公司董事、监事、高级管理人员期间及期后 12 个月内将其视为公司关联方，并披露相应年度发生的关联交易。

5、关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除公司及公司控股子公司以外的法人或者其他组织

关联自然人直接或者间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除公司及公司控股子公司以外的法人或者其他组织为公司关联方。

（二）关联交易

1、关联交易简要汇总表

（1）经常性关联交易

关联交易内容	关联方	关联交易期间	关联交易金额
从关联方采购商品/接受劳务	北京金源互动广告有限公司*注1	2016 年	72.93 万元
	深圳市浩云科技有限公司*注1	2016 年、2017 年	552.35 万元、145.71 万元
	深圳市飞云在线科技有限公司*注1	2016 年	54.72 万元
	深圳市云之维科技有限公司*注1	2017 年、2018 年	1,124.26 万元、20.16 万元
	北京多彩互动广告有限	2018 年	13.57 万元

	公司*注1		
	维普世	2017年、2018年和2019年1-6月	43.65万元、24.09万元和6.88万元
向关联方出售商品/提供劳务	深圳市云时空科技有限公司*注1	2016年	49.37万元
	深圳市飞云在线科技有限公司*注1	2016年、2017年	98.78万元、2.34万元
关键管理人员薪酬	关键管理人员	2016年、2017年、2018年和2019年1-6月	334.54万元、374.58万元、390.91万元和180.85万元

注1：北京金源互动广告有限公司、深圳市浩云科技有限公司、深圳市飞云在线科技有限公司、深圳市云之维科技有限公司、北京多彩互动广告有限公司、深圳市云时空科技有限公司均系佳云科技（300242.SZ）控制的企业。

（2）偶发性关联交易

关联交易内容	关联方	关联交易期间	关联交易金额
为关联方代收付款项	上海申石	2016年、2017年	参见本节“3、（1）代收付款项”
从关联方接受担保	袁春	2018年、2019年1-6月	参见本节“3、（2）关联担保”

2、经常性关联交易

（1）采购商品/接受劳务

报告期内，公司存在从关联方采购商品/接受服务的情形，具体如下：

单位：万元

关联方	采购内容	2019年1-6月		2018年度	
		金额	占比	金额	占比
北京金源互动广告有限公司*注1	-	-	-	-	-
深圳市浩云科技有限公司*注1	-	-	-	-	-
深圳市飞云在线科技有限公司*注1	-	-	-	-	-
深圳市云之维科技有限公司*注1	广告流量（营业成本）	-	-	20.16	0.05%
北京多彩互动广告有限公司*注1	广告流量（营业成本）	-	-	13.57	0.03%
维普世	技术服务（期间费用）	6.88	0.21%	24.09	0.43%
合计		6.88	-	57.82	-
关联方	采购内容	2017年度		2016年度	
		金额	占比	金额	占比
北京金源互动广告有限公司*注1	广告流量（营业成本）	-	-	72.93	0.46%
深圳市浩云科技有限公司*注1	广告流量	145.71	0.50%	552.35	3.50%

	(营业成本)				
深圳市飞云在线科技有限公司*注1	广告流量 (营业成本)	-	-	54.72	0.35%
深圳市云之维科技有限公司*注1	广告流量 (营业成本)	1,124.26	3.83%	-	-
北京多彩互动广告有限公司*注1	广告流量 (营业成本)	-	-	-	-
维普世*注2	技术服务 (期间费用)	43.65	0.83%	-	-
合计		1,313.62	-	680.00	-

注 1: 北京金源互动广告有限公司、深圳市浩云科技有限公司、深圳市飞云在线科技有限公司、深圳市云之维科技有限公司、北京多彩互动广告有限公司均系佳云科技（300242.SZ）控制的企业。佳云科技于 2016 年 3 月至 2017 年 2 月期间系持有公司 5% 以上股份的股东，故在其持有公司 5% 以上股份期间及期后 12 个月内将其视为公司关联方，并披露相应年度发生的关联交易。

注 2: 2017 年 1 月 6 日，公司召开第三届董事会第十次会议，审议通过《关于公司全资子公司对维普世增资的议案》，掌众信息向维普世投资 700 万元，持有其 7.37% 股权，上述对外投资已于 2017 年 5 月 5 日办理完成工商变更登记。2019 年 4 月 18 日，公司召开第四届董事会第二次会议，审议通过《关于出售参股公司维普世 7.37% 股权的议案》，为提升公司资产流动性，提高自有资金使用效率，实现股东利益最大化，掌众信息拟将持有的维普世 7.37% 股权以 650 万元的价格转让给自然人郭琳琳。郭琳琳已按照《股权转让协议》的约定于 2019 年 6 月 21 日向掌众信息支付 50% 股权转让款暨 325 万元，并将按照约定于 2020 年 3 月 31 日前支付剩余款项，上述股权转让已于 2019 年 8 月 16 日办理完成工商变更登记。故在其作为公司联营企业期间及期后 12 个月内将其视为公司关联方，并披露相应年度发生的关联交易。

上述采购商品/接受服务以市场价格为定价依据，不存在损害公司及公司其他股东利益的情形。佳云科技（300242.SZ）是互联网营销业内的知名企业，维普世在互联网营销客户关系管理细分领域具有一定比较优势，上述业务往来具备商业合理性。

（2）出售商品/提供劳务

报告期内，公司存在向关联方出售商品/提供劳务的情形，具体如下：

单位：万元

关联方	出售内容	2019 年 1-6 月		2018 年度	
		金额	占比	金额	占比
深圳市云时空科技有限公司*注1	-	-	-	-	-
深圳市飞云在线科技有限公司*注1	-	-	-	-	-
合计		-	-	-	-
关联方	出售内容	2017 年度		2016 年度	

		金额	占比	金额	占比
深圳市云时空科技有限公司*注1	移动营销服务 (营业收入)	-	-	49.37	0.21%
深圳市飞云在线科技有限公司*注1	移动营销服务 (营业收入)	2.34	0.01%	98.78	0.42%
合计		2.34	0.01%	148.15	0.63%

注 1: 深圳市云时空科技有限公司、深圳市飞云在线科技有限公司均系佳云科技(300242.SZ)控制的企业。佳云科技于 2016 年 3 月至 2017 年 2 月期间系持有公司 5%以上股份的股东,故在其持有公司 5%以上股份期间及期后 12 个月内将其视为公司关联方,并披露相应年度发生的关联交易。

上述出售商品/提供服务以市场价格为定价依据,不存在损害公司及公司其他股东利益的情形。佳云科技(300242.SZ)是互联网营销业内的知名企业,上述业务往来具备商业合理性。

(3) 关键管理人员薪酬

单位: 万元

关联方	交易内容	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
关键管理人员	薪酬	180.85	390.91	374.58	334.54

2016 年、2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月,公司向董事、监事、高级管理人员支付报酬的金额分别为 334.54 万元、374.58 万元、390.91 万元和 180.85 万元。

3、偶发性关联交易

(1) 代收付款项

作为公司 2015 年重大资产重组方案的一部分,公司以截至 2015 年 3 月 31 日的全部资产与负债与袁春持有的掌众信息股权中的等值部分进行置换,具体情况参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“三、公司重大资产重组情况”。

鉴于置出资产中“正在履行中的合同”涉及的客户由于内部审批等原因,尚未全部与上海申石重新签订业务合同,依然将业务收款汇给公司,存在公司代上海申石收款及付款的情形。自公司将置出资产转入上海申石后,2016 年 6 月 24 日至 2017 年 6 月 30 日期间公司合计代上海申石收款 319.20 万元,2016 年 6 月 25 日至 2017 年 11 月 3 日期间公司合计代上海申石付款 321.15 万元。上述安排系公司 2015 年重大资产重组方案的一部分,不存在损害公司及公司其他股东利益的情形。

(2) 关联担保

2018年9月20日，公司一级子公司前海视界与招商银行股份有限公司深圳分行签订《法人购房借款及抵押合同》（编号：755H T2018092247），借款金额为3,219万元，借款用途为支付购房款，借款期限自2018年9月30日至2028年9月29日，前海视界以按月递减还本付息的方式偿还借款。公司控股股东、实际控制人袁春对上述借款提供连带责任保证担保，保证责任期间为“自担保书生效之日起至债务人在主合同项下所购房产办妥以招商银行深圳分行为抵押权人的正式抵押登记，并将房地产权证或/和房地产他项权证交由招商银行深圳分行保管之日止”。截至2019年6月30日，已提供担保的借款余额为2,977.58万元。

2019年1月30日，公司、公司一级子公司掌众信息、公司二级子公司掌众网络与招商银行股份有限公司深圳分行签订《授信协议》（编号：755XY2018039076），约定招商银行股份有限公司深圳分行向公司、掌众信息、掌众网络合计提供授信额度2,000万元，其中公司、掌众信息、掌众网络可使用的授信额度分别不超过200万元、1,400万元和1,400万元，授信期间为2019年1月30日至2020年1月29日。公司控股股东、实际控制人袁春对上述授信提供连带责任保证担保，保证责任期间为“自担保书生效之日起至《授信协议》项下每笔贷款或其他融资或招商银行深圳分行受让的应收账款债权的到期日或每笔垫付的垫款日另加三年”。截至2019年6月30日，已提供担保的借款余额为1,330.00万元。

上述关联担保均系公司控股股东、实际控制人袁春无偿为公司提供的信用增进服务，公司未向其提供反担保，不存在损害公司及公司其他股东利益的情形。

4、关联方应收应付余额

单位：万元

项目	性质	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
应收账款：					
深圳市飞云在线科技有限公司	货款	-	-	0.05	8.21
预付款项：	-				
深圳市浩云科技有限公司	货款	-	-	-	49.49
应付账款：	-				

深圳市飞云在线科技有限公司	货款	-	-	30.00	28.30
深圳市浩云科技有限公司	货款	-	-	0.04	-
深圳市云之维科技有限公司	货款	-	-	64.34	-
其他应收款：	-				
掌众互金	往来款	-	-	2.46	-
其他应付款：	-				
上海申石	往来款	-	-	-	37.97
维普世	服务费	-	-	1.06	-

（三）关联交易决策权力与程序的相关制度安排

1、《公司章程》对关联交易决策权力与程序的规定

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第三十九条规定：“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。”

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第七十九条规定：“股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东的回避和表决按下列程序进行：（1）董事会在股东大会召开前，应对关联股东做出回避的决定；（2）股东大会在审议有关关联交易的事项时，大会主持人应向股东大会说明该项交易的性质为关联交易、该项交易所涉及的关联股东以及该关联股东应予回避等事项；（3）关联股东的投票表决人应将其表决票中该项关联交易表栏注明“关联股东回避表决”字样，并由股东大会监票人审查，不得参加该项关联交易涉及议案的表决；然后由其他股东就该事项进行表决。（4）有关关联股东没有回避的，其他股东有权向会议主持人申请该关联股东回避并说明回避事由，大会主持人应当根据有关法律、法规和规范性文件决定是否回避。大会主持人不能确定时，由与会全体股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上表决决定该被申请回避的股东是否回避。（5）关联股东未获准参与表决而擅自参与表决，所投之票按弃权票处理。（6）关联股东明确表示回避的，由出席股东大会的其他股东对有关关联交易事项进行审议表决，表决结果与股东大会通过的其他决议具有同样的法律

效力”

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第九十七条规定：“董事应当遵守法律、行政法规和本章程，对公司负有下列忠实义务：……（9）不得利用其关联关系损害公司利益；……董事违反本条规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第一百零七条规定：“董事会行使下列职权：……（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对子公司担保事项、委托理财、关联交易等事项；……”

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第一百一十条规定：“董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。应由董事会批准的交易事项如下：……（6）公司与关联自然人发生交易金额在 30 万元人民币以上或与关联法人发生交易金额在人民币 100 万元人民币以上且占公司最近一期经审计净资产值 0.5% 以上的关联交易；或虽属于总经理有权决定的关联交易，但董事会、独立董事或监事会认为应当提交董事会审批的；公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 1,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，除应当及时披露外，还应当聘请具有从事证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或者审计，并将该交易提交股东大会审议。上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。”

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第一百一十九条规定：“董事与董事会会议决议事项所涉及的企业有关联关系的，不得对该项决议行使表决权，也不得代理其他董事行使表决权。该董事会会议由过半数的无关联关系董事出席即可举行，董事会会议所作决议须经无关联关系董事过半数通过。出席董事会的无关联董事人数不足 3 人的，应将该事项提交股东大会审议。”

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第一百四十三条规定：“监事不得利用其关联关系损害公司利益，若给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

2、《关联交易管理制度》对关联交易决策权力与程序的规定

公司上市后适用的《关联交易管理制度》第十一条规定：“公司与关联自然

人发生的交易金额在 30 万元以上的关联交易，应当经董事会审议后及时披露。公司与关联自然人发生的交易金额低于人民币 30 万元的关联交易事项，由总经理批准；如总经理与该关联交易审议事项有关联关系，该关联交易由董事会审议决定。公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款。”

公司上市后适用的《关联交易管理制度》第十二条规定：“公司与关联法人发生的交易金额在 100 万元以上，且占上市公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 以上的关联交易，应当经董事会审议后及时披露。公司与关联法人发生的交易金额低于人民币 100 万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5% 的关联交易事项，由总经理批准；如总经理与该关联交易审议事项有关联关系，该关联交易由董事会审议决定。”

公司上市后适用的《关联交易管理制度》第十三条规定：“公司与公司董事、监事和高级管理人员及其配偶发生关联交易，应当在对外披露后提交股东大会审议。”

公司上市后适用的《关联交易管理制度》第十四条规定：“公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 1,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，除应当及时披露外，还应当聘请具有从事证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或者审计，并将该交易提交股东大会审议。与公司日常经营相关的关联交易所涉及的交易标的，可以不进行审计或者评估。”

公司上市后适用的《关联交易管理制度》第十三条规定：“公司审议需独立董事事前认可的关联交易事项时，相关人员应于第一时间通过董事会秘书将相关材料提交独立董事进行事前认可。独立董事在作出判断前，可以聘请中介机构出具专门报告，作为其判断的依据。”

公司上市后适用的《关联交易管理制度》第十五条规定：“公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议。公司为持有本公司 5% 以下股份的股东提供担保的，参照前款的规定执行，有关股东应当在股东大会上回避表决。”

公司上市后适用的《关联交易管理制度》第二十六条规定：“独立董事对公司拟与关联方达成的金额高于 300 万元或者高于公司最近一期经审计净资产值

的5%的关联交易发表单独意见，且需在独立董事认可后，才能提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。”

3、《独立董事工作制度》赋予独立董事审核关联交易的权利

《独立董事工作制度》第十八条规定：“独立董事还具有以下特别职权：1、重大关联交易（指本公司拟与关联人达成的总额高于300万元或高于本公司最近经审计净资产值的5%的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。”

（四）报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

报告期内，公司发生的关联交易已履行《公司章程》规定的程序。

公司建立独立董事制度后，公司独立董事能够按照《关联交易管理制度》、《独立董事工作制度》的相关规定，在召开相关董事会前对关联交易事项作出事前认可，并发表独立意见。2019年12月9日，公司独立董事对报告期内的关联交易情况进行了审慎复核，并发表意见如下：“本人经审慎复核认为，2016年1月1日至2019年6月30日期间内，公司的关联交易遵循了公平、公开、公正的原则，关联交易协议条款、定价政策及依据公平，交易价格公允，决策程序合法有效，不存在损害公司及公司其他股东利益的情形。”

（五）规范和减少关联交易的相关安排

1、规范和减少关联交易的相关措施

公司拥有独立完整的业务经营体系，并将在日常经营活动中尽量减少和规范关联交易，对于难以避免的关联交易，公司将采取以下措施，以确保关联交易的公平、公正、公允：

（1）公司在《公司章程》中严格规定了关联交易的表决程序和回避制度，此外还特别制定了《关联交易管理制度》等一系列配套制度对《公司章程》中有关关联交易的规定进行细化，强化了相关制度的可操作性，进一步规范了关联交易行为；

（2）公司聘任了2名独立董事，达到董事会人数的1/3，并通过《公司章程》中的有关规定，增强独立董事在关联交易决策中的监督作用；

(3) 本次发行募集资金运用不涉及关联交易。

2、控股股东、实际控制人关于规范和减少关联交易的承诺

公司控股股东、实际控制人袁春己出具《关于规范和减少关联交易的承诺函》，承诺如下：

“（1）除已经在招股说明书中披露的关联交易以外，本人及本人直接或间接控制的其他企业与掌众科技及其控股子公司之间不存在其他任何依照法律法规和中国证券监督管理委员会的有关规定应披露而未披露的关联交易；

（2）本人及本人直接或间接控制的其他企业将不以任何理由和方式非法占有掌众科技及其控股子公司的资金及其他任何资产，并尽可能避免本人及本人直接或间接控制的其他企业与掌众科技及其控股子公司之间进行关联交易；

（3）对于难以避免的关联交易，本人及本人直接或间接控制的其他企业将严格遵守法律法规、《公司章程》及《关联交易管理制度》等规范性文件中关于关联交易的规定，在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行；

（4）本人承诺不利用掌众科技控股股东、实际控制人的地位，损害掌众科技及掌众科技其他股东的合法利益；

（5）若本人违反上述声明与承诺，本人将承担因此给掌众科技及掌众科技其他股东造成的损失；

（6）本承诺函自签署之日起生效，且在本人对掌众科技具有控制权或具有重大影响期间持续有效且不可撤销。”

3、持有公司 5%以上股份的其他股东及其一致行动人的承诺

持有公司 5%以上股份的其他股东汪嫦，安赐互联陆号及其一致行动人安赐文创叁号、安赐互联并购已出具《关于规范和减少关联交易的承诺函》，承诺如下：

“（1）除已经在招股说明书中披露的关联交易以外，本人/本企业及本人/本企业直接或间接控制的其他企业与掌众科技及其控股子公司之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易；

（2）本人/本企业及本人/本企业直接或间接控制的其他企业将不以任何理由和方式非法占有掌众科技及其控股子公司的资金及其他任何资产，并尽可能避免

本人/本企业及本人/本企业直接或间接控制的其他企业与掌众科技及其控股子公司之间进行关联交易；

（3）对于难以避免的关联交易，本人/本企业及本人/本企业直接或间接控制的其他企业将严格遵守法律法规、《公司章程》及《关联交易管理制度》等规范性文件关于关联交易的规定，在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行；

（4）本人/本企业承诺不利用持有掌众科技 5% 以上股份的股东及其一致行动人的地位，损害掌众科技及掌众科技其他股东的合法利益；

（5）若本人/本企业违反上述声明与承诺，本人/本企业将承担因此给掌众科技及掌众科技其他股东造成的损失；

（6）本承诺函自签署之日起生效，且在本人/本企业作为持有掌众科技 5% 以上股份的股东及其一致行动人期间持续有效且不可撤销。”

4、董事、监事及高级管理人员的承诺

公司董事、监事及高级管理人员已出具《关于规范和减少关联交易的承诺函》，承诺如下：

“（1）除已经在招股说明书中披露的关联交易以外，本人及本人直接或间接控制的其他企业与掌众科技及其控股子公司之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易；

（2）本人及本人直接或间接控制的其他企业将不以任何理由和方式非法占有掌众科技及其控股子公司的资金及其他任何资产，并尽可能避免本人及本人直接或间接控制的其他企业与掌众科技及其控股子公司之间进行关联交易；

（3）对于难以避免的关联交易，本人及本人直接或间接控制的其他企业将严格遵守法律法规、《公司章程》及《关联交易管理制度》等规范性文件中关于关联交易的规定，在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行；

（4）本人承诺不利用担任掌众科技董事、监事、高级管理人员的地位，损害掌众科技及掌众科技股东的合法利益；

（5）若本人违反上述声明与承诺，本人将承担因此给掌众科技及掌众科技股东造成的损失；

（6）本承诺函自签署之日起生效，且在本人担任掌众科技董事、监事或高级管理人员期间持续有效且不可撤销。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员简要情况

（一）董事会成员

根据《公司章程》，本公司董事会由6名董事组成，其中独立董事2名。董事由股东大会选举或更换，任期3年。董事任期届满，可连选连任，但独立董事连任不得超过2届。

截至本招股说明书签署日，本公司共有董事6名，其中独立董事2名。公司现任董事的基本情况如下表所示：

姓名	职务	提名人	任期
袁春	董事长	袁春	2019年3月6日——2022年3月5日
汪嫦	董事	袁春	2019年3月6日——2022年3月5日
石磊	董事	袁春	2019年3月6日——2022年3月5日
张瑞广	董事	安赐互联陆号	2019年3月6日——2022年3月5日
胡正清	独立董事	董事会	2019年9月12日——2022年3月5日
钟明霞	独立董事	董事会	2019年9月12日——2022年3月5日

上述各董事的主要简历如下：

袁春先生，1972年3月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。曾先后担任深圳市新能达计算机系统集成有限公司技术部经理、深圳华侨城兴侨科技发展有限公司研发部经理、康佳集团股份有限公司通信事业部经理，2010年9月至今担任掌众信息总经理，2016年4月至今担任公司董事长。

汪嫦女士，1983年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历，EMBA在读。曾先后担任惠州侨兴集团有限公司移动事业部经理、深圳市五巨科技有限公司商务部副总经理，2012年6月至今担任掌众信息副总经理，2016年4月至今担任公司董事、总经理。

石磊先生，1981年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。曾先后担任深圳市天创软件开发有限公司技术部程序员、深圳市千讯数据股份有限公司技术部技术经理、惠州侨兴集团有限公司移动事业部技术总监，2010年9月至今担任掌众信息执行董事、副总经理，2016年4月至今担任公司董事、副总经理。

张瑞广先生，1983年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。曾先后担任广东广大律师事务所律师、北京市君合（广州）律师事务所律师，2014年12月至今担任安赐资产管理有限公司、广州安赐长青股权投资管理有限公司并购部执行董事。

胡正清女士，1965年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历，注册会计师。曾先后担任长沙有色冶金设计研究院工程师、深圳市南山会计师事务所审计员、兴耀电子（深圳）有限公司财务主任、深圳京山民间科技开发(集团)股份有限公司财务经理、深圳晶彩显示技术有限公司财务总监、深圳敬业会计师事务所审计经理、民盛金科控股股份有限公司财务总监，2019年3月至今担任深圳市朋年投资集团有限公司财务总监。2019年9月至今兼任公司独立董事。

钟明霞女士，1964年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历，律师，教授。曾担任中山大学法律系讲师，1994年1月至今历任深圳大学法学院讲师、副教授、教授。2019年9月至今兼任公司独立董事。

（二）监事会成员

根据《公司章程》，本公司监事会由3名监事组成，其中职工代表监事1人，职工代表监事由公司职工代表大会选举产生。监事每届任期3年，任期届满，连选可以连任。

截至本招股说明书签署日，本公司共有监事3名，其中职工代表监事1名。公司现任监事的基本情况如下表所示：

姓名	职务	提名人	任期
舒东树	监事会主席	袁春	2019年3月6日——2022年3月5日
喻涛	监事	汪嫦	2019年3月6日——2022年3月5日
王智敏	职工监事	职工代表大会	2019年3月6日——2022年3月5日

上述各监事的主要简历如下：

舒东树先生，1988年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学本科学历。曾先后担任赛龙通信技术（深圳）有限公司研发部软件工程师、慧讯软件（深圳）有限公司研发部软件工程师，2014年12月至今担任掌众传媒研发部软件工程师，2016年4月至今担任公司监事会主席。

喻涛女士，1983年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学专科学

历。曾先后担任长沙高新开发区雷特信息科技有限公司行政部专员、上海冠圃企业发展有限公司商务经理、深圳市天光云影计算机有限公司行政部经理，2013年12月至今担任掌众传媒总经理助理，2016年4月至今担任公司监事。

王智敏女士，1988年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学专科学历，初级会计师。曾先后担任深圳宝峰印刷有限公司财务部会计、深圳市惠贻华普电子有限公司财务部会计、深圳排队网络技术有限公司财务部会计，2015年7月至今担任掌众信息财务部会计，2016年4月至今担任公司职工监事。

（三）高级管理人员

截至本招股书签署日，公司共有5名高级管理人员。公司现任高级管理人员的主要简历情况如下：

公司高级管理人员**汪嫦女士**、**石磊先生**的简历参见本节“一、（一）董事会成员”。

程金文先生，1988年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学专科学历。曾担任深圳市掌上宝科技有限公司市场部部门经理，2013年9月至今担任掌众信息副总经理，2016年4月至今担任公司副总经理。

樊文先生，1986年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学专科学历。曾先后担任深圳泡椒思志信息技术有限公司市场总监、深圳市蘑菇科技有限公司运营总监，2013年8月至今担任掌众信息副总经理，2016年4月至今担任公司副总经理。

刘莉女士，1977年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，注册会计师。曾先后担任重庆啤酒集团财务部会计经理、招商迪辰集团有限公司财务部副总经理、Contel Corporation 财务部高级财务经理、Agria Corporation 财务总监，2016年5月至今担任掌众信息财务总监，2016年12月至今历任公司财务总监、财务总监兼董事会秘书。

（四）核心技术人员

公司核心技术人员袁春先生、石磊先生、舒东树先生的简历详见本节“一、（一）董事会成员”和“一、（二）监事会成员”。

核心技术人员取得的主要技术成果如下：

姓名	主要技术成果
----	--------

袁春	二十余年相关领域技术开发经验；参与申请“多米移动广告聚合优化软件”、“基于安卓平台的轻量级应用市场软件”、“YY 助理软件”等数十项软件著作权。
石磊	十余年相关领域技术开发经验；参与申请“掌众移动互联网广告数据离线运算系统”、“掌众移动互联网广告投放管理系统”、“掌众移动互联网广告交易平台核心竞价系统”、“广告平台大数据核心架构分布式配置系统”等数十项软件著作权。
舒东树	近十年相关领域技术开发经验；参与申请“掌众广告平台 API 对接适配系统”、“看点免费小说软件”、“代码自动生成系统”等数十项软件著作权。

（五）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

（六）董事、监事、高级管理人员对股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的了解情况

公司董事、监事、高级管理人员于 2019 年 7 月至 2019 年 12 月接受了上市辅导。辅导期内，保荐机构华菁证券会同华商律师、天健会计师组织辅导对象接受了全面系统的法律法规学习与培训。经过上市辅导培训，公司董事、监事、高级管理人员已了解发行上市有关法律、法规和规则及上市公司规范运作、信息披露和履行承诺等方面的法定义务与责任。

（七）董事、监事和高级管理人员的任职资格

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的任职资格符合《公司法》及国家相关法律法规规定，具备担任相应职务的资格。

二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有公司股份的情况

（一）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员持股情况

1、直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员直接持股情况如下：

姓名	职务	直接持股数量（股）	直接持股比例
----	----	-----------	--------

袁春	董事长	53,922,774	38.9455%
汪嫦	董事、总经理	13,891,000	10.0327%

2、间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员间接持股情况如下：

姓名	职务	间接持股 股东名称	间接持股股东 持股比例(A)	持有间接持股股 东出资比例(B)	间接持股比例 (A*B)
袁春	董事长	掌众共创	2.7807%	0.3545%*注 1	0.0099%
		扬天下	1.5456%	3.9487%*注 1	0.0610%
汪嫦	董事、总经理	掌众共创	2.7807%	2.0087%*注 1	0.0559%
		扬天下	1.5456%	22.3761%*注 1	0.3458%
石磊	董事、副总经理	掌众共创	2.7807%	33.7881%	0.9395%
舒东树	监事会主席	扬天下	1.5456%	9.3447%	0.1444%
喻涛	监事	扬天下	1.5456%	2.8034%	0.0433%
樊文	副总经理	掌众共创	2.7807%	41.0035%	1.1402%
程金文	副总经理	掌众共创	2.7807%	11.4226%	0.3176%
刘莉	财务总监、董事 会秘书	掌众共创	2.7807%	11.4226%	0.3176%

注 1：为通过掌众投资间接持有的出资比例。

（二）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的近亲属持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的近亲属不存在直接或者间接持股的情况。

（三）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员最近三年持股变化情况及权利受限情况

最近三年，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员持股比例变化情况详见下表（出于方便阅读之目的，下表仅列示其直接持有公司股份比例的变化情况，以及其间接持有公司股份的直接股东持有公司股份比例的变化情况）：

名称	变动时间	股份来源	变动前直接 持股比例	变动后直接 持股比例
袁春	2019年9月	公司减资	37.5882%	38.9455%
汪嫦	2016年11月	股转系统二级市场交易	0.0000%	9.6831%

	至 2017 年 3 月			
	2019 年 9 月	公司减资	9.6831%	10.0327%
掌众共创	2017 年 12 月	股转系统二级市场交易	0.0000%	1.6381%
	2019 年 6 月	股转系统二级市场交易	1.6381%	2.6837%
	2019 年 9 月	公司减资	2.6837%	2.7807%
扬天下	2019 年 1 月	股转系统二级市场交易	0.0000%	1.4917%
	2019 年 9 月	公司减资	1.4917%	1.5456%

最近三年，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属所持公司股份无质押、冻结或其他权利受到限制的情况。

三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除本节“二、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属持有公司股份的情况”中披露的对本公司的持股情况外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况如下：

姓名	职务	被投资企业名称	在被投资企业职务	持有被投资企业的股权比例	被投资企业与公司关系
袁春	董事长	掌纵投资	监事	15.00%	公司员工持股平台掌众共创、扬天下普通合伙人
		北京搜比购网络技术有限公司*注	监事	40.00%	无
汪嫦	董事总经理	掌纵投资	执行董事总经理	85.00%	公司员工持股平台掌众共创、扬天下普通合伙人
石磊	董事副总经理	掌众共创	无	33.7881%	公司员工持股平台
胡正清	独立董事	深圳不然科技有限公司	执行董事总经理	80.00%	无
舒东树	监事会主席	扬天下	无	9.3447%	公司员工持股平台
喻涛	监事	扬天下	无	2.8034%	公司员工持股平台
程金文	副总经理	掌众共创	无	11.4226%	公司员工持股平台
樊文	副总经理	掌众共创	无	41.0035%	公司员工持股平台
		深圳市联慧创想科技有限公司	无	20.00%	无
		深圳市德隆乐享七号投资合伙企业（有限合伙）	无	5.60%	无
		湖南慧方科技发	监事	50.00%	无

		展有限公司			
刘莉	财务总监 董事会秘书	掌众共创	无	11.4226%	公司员工持股平台
		深圳市艾芙尔科 技术有限公司	监事	8.30%	无

注：北京搜比购网络技术有限公司营业执照已被吊销。袁春非北京搜比购网络技术有限公司法定代表人、且对其营业执照被吊销不负有个人责任，故不会导致袁春符合《公司法》第一百四十六条规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形。

注：湖南慧方科技发展有限公司营业执照已被吊销。樊文非湖南慧方科技发展有限公司法定代表人、且对其营业执照被吊销不负有个人责任，故不会导致樊文符合《公司法》第一百四十六条规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形。

上述投资与本公司及本公司控股子公司不存在利益冲突。

四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在公司及公司控股子公司以外的其他单位兼职情况如下：

姓名	职务	任职的其他单位名称	兼职职务	兼职单位与 公司关系
袁春	董事长	掌纵投资	监事	公司员工持股平台掌众 共创、扬天下普通合伙人
		深圳市数字龙科技发展有限公司	监事	无
		北京搜比购网络技术有限公司*注	监事	无
汪嫦	董事 总经理	掌纵投资	执行董事 总经理	公司员工持股平台掌众 共创、扬天下普通合伙人
张瑞广	董事	安赐资产管理有限公司、广州安赐 长青股权投资管理有限公司	并购部执行 董事	无
		三态电子商务股份有限公司	董事	无
		广州迅拓投资咨询有限公司	监事	无
胡正清	独立董事	深圳市朋年投资集团有限公司	财务总监	无
		深圳不然科技有限公司	执行董事 总经理	无
钟明霞	独立董事	深圳大学法学院	教授	无
		中国法学会经济法学研究会	常务理事	无
		广东省民商法学研究会	副会长	无
		广东众诚律师事务所	律师	无
		北京万东医疗科技股份有限公司	独立董事	无
		欣旺达电子股份有限公司	独立董事	无
崇达技术股份有限公司	独立董事	无		
樊文	副总经理	湖南慧方科技发展有限公司*注	监事	无

刘莉	财务总监 董事会秘书	深圳市艾芙尔科技有限公司	监事	无
----	---------------	--------------	----	---

注：北京搜比购网络技术有限公司营业执照已被吊销。袁春非北京搜比购网络技术有限公司法定代表人、且对其营业执照被吊销不负有个人责任，故不会导致袁春符合《公司法》第一百四十六条规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形。

注：湖南慧方科技发展有限公司营业执照已被吊销。樊文非湖南慧方科技发展有限公司法定代表人、且对其营业执照被吊销不负有个人责任，故不会导致樊文符合《公司法》第一百四十六条规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形。

五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员的报酬方案由董事会审议批准，其中董事、监事的报酬经股东大会审议批准。

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员 2018 年度在公司领取的薪酬情况如下：

单位：万元

姓名	职务	从本公司领取的薪酬	是否在关联企业领取薪酬
袁春	董事长	62.58	否
汪嫦	董事、总经理	62.55	否
石磊	董事、副总经理	46.18	否
张瑞广	董事	-	否
胡正清	独立董事	-	否
钟明霞	独立董事	-	否
舒东树	监事会主席	32.79	否
喻涛	监事	12.79	否
王智敏	职工监事	24.73	否
程金文	副总经理	47.28	否
樊文	副总经理	46.66	否
刘莉	财务总监、董事会秘书	55.34	否

注 1：上述数据为税前口径，包含相关人员从本公司及本公司控股子公司领取的薪酬。

注 2：董事张瑞广不在本公司领取薪酬；独立董事胡正清、钟明霞 2019 年 9 月方才上任，2018 年度未在本公司领取薪酬；其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员 2018 年度均在本公司领取薪酬。

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员除上述披露的情况外，未在公司及其关联企业享受其他待遇和退休金计划等。

六、公司与董事、监事、高级管理人员与核心技术人员签订

的协议

公司与董事、监事、高级管理人员与核心技术人员签订了劳动合同、保密协议。截至本招股说明书签署日，上述劳动合同、保密协议均得到有效执行。

七、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员作出的重要承诺及履行情况

公司董事、监事、高级管理人员所做出的重要承诺，参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“十、公司、公司控股股东、实际控制人、持有公司 5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施”。

八、董事、监事、高级管理人员的变动情况

最近两年，公司董事、监事和高级管理人员的变动情况如下：

（一）董事变动情况

2019 年 3 月 6 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，续选袁春、汪嫦、石磊、张传军、张瑞广担任董事。

2019 年 3 月 6 日，公司召开第四届董事会第一次会议，续选袁春担任董事长。

2019 年 7 月 8 日，张传军因个人原因辞去董事职务。

2019 年 9 月 12 日，公司召开 2019 年第六次临时股东大会，推选胡正清、钟明霞担任董事，其中胡正清、钟明霞为独立董事。

（二）监事变动情况

2019 年 3 月 6 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，续选舒东树、喻涛担任监事，与 2019 年 2 月 15 日召开的 2019 年第一次职工大会续选的职工监事王智敏共同组成第四届监事会。

2019 年 3 月 6 日，公司召开第四届监事会第一次会议，续选舒东树担任监事会主席。

（三）高级管理人员的变动情况

2017 年 6 月 9 日，杨文军因个人原因辞去董事会秘书职务。

2017年6月16日，公司召开第三届董事会第十四次会议，聘任刘莉担任董事会秘书。

2019年3月6日，公司召开第四届董事会第一次会议，续聘汪嫦担任总经理，刘莉担任财务总监、董事会秘书，石磊、樊文、程金文担任副总经理。

综上所述，最近两年内公司董事、监事、高级管理人员均未发生重大变化。

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

公司已根据《公司法》、《证券法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引（2015年修订）》等有关法律、法规和规范性文件，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度及包括审计委员会在内的董事会专门委员会制度，形成了规范的公司治理结构。公司股东大会、董事会、监事会按照相关法律、法规、规范性文件、《公司章程》及相关议事规则的规定规范运行，股东、董事、监事和高级管理人员均尽职尽责，按制度规定切实地行使权利、履行义务。

（一）报告期内公司治理存在的缺陷及改进情况

股份公司设立以来，公司相继建立了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会等制度，公司股东大会、董事会、监事会分别为公司的最高权力机构、执行机构及监督机构，三者与高级管理人员共同构建了分工明确、相互配合、相互制衡的运行机制，形成了较为完善的公司治理结构。

公司按照上市公司规范治理标准，逐步制定并修改完善了《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》、《董事会秘书工作制度》、《独立董事工作制度》、《总经理工作细则》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》、《信息披露管理制度》等相关制度，上述制度为公司法人治理的规范化运行提供了进一步的制度保证。

（二）股东大会的建立健全及运行情况

1、股东大会制度的建立

2012年9月10日，公司召开发起人会议暨首次股东大会，审议通过了《公司章程》及《股东大会议事规则》。自公司整体变更为股份有限公司至今，公司

股东能够按照《公司章程》及《股东大会议事规则》的相关规定行使自身权利并履行自身义务。

2、股东大会职权

股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：

- （1）决定公司的经营方针和投资计划；
- （2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- （3）审议批准董事会的报告；
- （4）审议批准监事会的报告；
- （5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- （8）对发行公司债券作出决议；
- （9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- （10）修改《公司章程》；
- （11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- （12）审议批准《公司章程》第三十八条规定的担保事项；
- （13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；
- （14）审议批准变更募集资金用途事项；
- （15）审议股权激励计划；
- （16）审议法律、行政法规、部门规章或《公司章程》规定应当由股东大会决定的其他事项。

3、股东大会运行情况

报告期内，公司共计召开 20 次股东大会。历次会议的通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》及有关法律、法规的规定。

（三）董事会的建立健全及运行情况

1、董事会制度的建立

2012年9月10日，公司召开发起人会议暨首次股东大会，选举产生第一届董事会，并审议通过了《董事会议事规则》，形成了健全的董事会制度。自公司整体变更为股份有限公司至今，公司董事会能够按照《公司章程》、《董事会议事规则》的相关规定行使自身权利并履行自身义务。

2、董事会职权

公司设董事会，对股东大会负责。董事会由6名董事组成，其中：设董事长1名，独立董事2名。

董事会行使下列职权：

- （1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- （2）执行股东大会的决议；
- （3）决定公司的经营计划和投资方案；
- （4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- （7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- （8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对子公司担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- （9）决定公司内部管理机构的设置；
- （10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务总监等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- （11）制订公司的基本管理制度；
- （12）制订本章程的修改方案；
- （13）管理公司信息披露事项；
- （14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- （15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；
- （16）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

3、董事会专门委员会

2019年8月27日，公司召开第四届董事会第六次会议，审议通过各专门委

员会组成的议案和工作细则。公司董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会 4 个专门委员会，专门委员会委员由董事会从董事中选举产生，分别负责公司的审计和财务、董事及高级管理人员的提名、薪酬设计和绩效考核、发展战略等工作。其中，审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事人数均超过 1/2，并由独立董事担任主任委员，审计委员会中有 1 名独立董事是会计专业人士。

公司董事会专门委员会的委员名单如下：

专门委员会	委员	主任委员
审计委员会	胡正清、袁春、钟明霞	胡正清
提名委员会	钟明霞、汪嫦、胡正清	钟明霞
薪酬与考核委员会	胡正清、汪嫦、钟明霞	胡正清
战略委员会	袁春、汪嫦、钟明霞	袁春

4、董事会运行情况

报告期内，公司共计召开 34 次董事会。历次会议的通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》及有关法律、法规的规定。

（四）监事会的建立健全及运行情况

1、监事会制度的建立

2012 年 9 月 10 日，公司召开发起人会议暨首次股东大会，选举产生第一届监事会，并审议通过了《监事会议事规则》，形成了健全的监事会制度。自公司整体变更为股份有限公司至今，公司监事会能够按照《公司章程》、《监事会议事规则》的相关规定行使自身权利并履行自身义务。

2、监事会职权

公司设监事会。监事会由 3 名监事组成。监事会设主席 1 人，监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会主席召集和主持监事会会议；监事会主席不能履行职务或者不履行职务的，由半数以上监事共同推举 1 名监事召集和主持监事会会议。监事会应当包括股东代表和适当比例的公司职工代表，其中职工代表的比例不低于 1/3。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会、职工大会或者其他形式民主选举产生。股东代表监事由股东大会选举产生。

监事会行使下列职权：

- （1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- （2）检查公司财务；
- （3）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、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- （4）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；
- （5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- （6）向股东大会提出提案；
- （7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；
- （8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

3、监事会运行情况

报告期内，公司共计召开 11 次监事会。历次会议的通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》及有关法律、法规的规定。

（五）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事制度的建立

为完善公司法人治理结构，促进公司规范运作，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理规则》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》等的规定和要求，公司已建立规范的独立董事制度。

2019 年 9 月 12 日，公司召开 2019 年第六次临时股东大会，审议通过《独立董事工作制度》，并推选胡正清、钟明霞为公司独立董事。上述人士自担任独立董事以来，能够按照《公司章程》、《独立董事工作制度》的相关规定行使自身权利并履行自身义务。

2、独立董事职权

独立董事应当具有《公司法》和其他相关法律、法规赋予董事的职权。

独立董事还具有以下特别职权：

(1) 重大关联交易（指本公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于本公司最近经审计净资产值的 5% 的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据。

- (2) 向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；
- (3) 向董事会提请召开临时股东大会；
- (4) 提议召开董事会；
- (5) 独立聘请外部审计机构和咨询机构；
- (6) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事行使上述职权应当取得全体独立董事的二分之一以上同意。如上述提议未被采纳或上述职权不能正常行使，公司应将有关情况予以披露。

独立董事除履行上述职责外，还应当对以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

- (1) 提名、任免董事；
- (2) 聘任或解聘高级管理人员；
- (3) 公司董事、高级管理人员的薪酬；
- (4) 公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5% 的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；
- (5) 独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；
- (6) 《公司章程》规定的其他事项。

3、独立董事制度运行情况

公司独立董事自当选以来，能够按照《公司章程》、《独立董事工作制度》的相关规定行使自身权利并履行自身义务，参加公司董事会、各专门委员会会议及列席股东大会，认真审阅相关文件资料，参与了公司重大经营决策，并按规定发表独立意见，为公司完善治理结构和规范运作发挥了积极作用。

（六）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度的建立

2012 年 9 月 10 日，公司召开第一届董事会第一次会议，审议通过《关于聘

任董事会秘书的议案》。自公司董事会聘请董事会秘书以来，董事会秘书能够按照《公司章程》、《董事会秘书工作制度》的相关规定勤勉尽职地履行职责。

2、董事会秘书职责

董事会秘书的主要职责为：

- （1）负责公司和相关当事人与证券监管机构之间的及时沟通和联络；
- （2）负责处理公司信息披露事务，督促公司制定并执行信息披露管理制度和重大信息的内部报告制度，促使公司和相关当事人依法履行信息披露义务；
- （3）协调公司与投资者关系，接待投资者来访，回答投资者咨询，向投资者提供公司披露的资料；
- （4）按照法定程序筹备董事会会议和股东大会，准备和提交拟审议的董事会和股东大会的文件；
- （5）参加董事会会议，制作会议记录并签字；
- （6）负责与公司信息披露有关的保密工作，制订保密措施，促使公司董事会全体成员及相关知情人在有关信息正式披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时，及时采取补救措施；
- （7）负责保管公司股东名册、董事名册、控股股东及董事、监事、高级管理人员持有公司股票的资料，以及董事会、股东大会的会议文件和会议记录等；
- （8）协助董事、监事和高级管理人员了解信息披露等相关法律、法规、规范性文件；
- （9）促使董事会依法行使职权；在董事会拟作出的决议违反相关法律、法规、规范性文件和公司章程时，应当提醒与会董事，并提请列席会议的监事就此发表意见；如果董事会坚持作出上述决议，董事会秘书应将有关监事和其个人的意见记载于会议记录上；
- （10）《公司法》等相关法律、法规、规范性文件所要求履行的其他职责。

3、董事会秘书履职情况

报告期内，公司董事会秘书能够按照《公司章程》、《董事会秘书工作制度》的相关规定勤勉尽职地履行职责。

十、内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制制度的自我评估意见

公司于 2019 年 12 月 9 日出具《关于内部会计控制制度有关事项的说明》，认为：“根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，本公司内部控制于 2019 年 6 月 30 日在所有重大方面是有效的。”

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

天健会计师于 2019 年 12 月 9 日出具《内部控制鉴证报告》（天健审[2019]3-419 号），认为：“深圳掌众智能科技股份有限公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2019 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。”

十一、违法违规情况

报告期内，公司按照《公司法》等相关法律、法规和《公司章程》的规定规范运作，依法经营，不存在重大违法违规行为。

报告期内，股转系统公司曾于 2017 年 6 月 19 日向公司下发《自律监管措施决定书》（股转系统发[2017]347 号），因公司在 2015 年重大资产重组中，于取得股份登记函前已将募集资金按照重组方案中的约定支付给了交易对方，而对公司采取要求提交书面承诺的自律监管措施。公司已按照股转系统公司的要求提交书面承诺，并保证今后将加强对法律法规的了解和学习，避免类似情形的再次发生。

鉴于上述违规行为情节性质较轻、无主观恶意、未构成实质负面影响，公司已及时提交书面承诺、加强法律法规学习、未再次发生类似情形，性质上属于自律监管措施而非行政处罚，且“要求提交书面承诺”属于《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 6.1 条规定的自律监管措施中较轻的措施，故上述违规行为不构成重大违法违规，不会对公司本次发行上市构成实质性法律障碍。

十二、资金占用和对外担保情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形；不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形，也不存在其他对合并报表范围外主体的担保的情形。

十三、资金管理、对外投资、担保事项的制度安排及其执行

情况

（一）资金管理的政策、制度安排及执行情况

1、资金管理的政策及制度安排

公司制定了《资金管理制度》，以加强公司资金的内部控制，保证资金的安全，提高资金的使用效益。

《资金管理制度》第二条规定：“资金是指公司所拥有或控制的现金、银行存款、银行票据和其它资金。”

《资金管理制度》第三条规定：“公司至少应关注涉及资金管理的下列风险：（1）筹资决策不当而导致企业资本结构的合理；（2）投资决策失误而导致盲目扩张或丧失发展机遇；（3）资金调试不合理、营运不畅而导致企业陷入财务困境或资金冗余；（4）资金活动管控不严而导致资金被挪用、侵占、抽逃或遭受欺诈。”

《资金管理制度》第四条规定：“公司在建立与实施资金内部控制中，至少应强化对日常资金管理的控制措施：（1）未经授权审批不得经办资金收付业务，明确不同级别管理人员的权限；（2）公司财务部对相关凭证进行横向复核（即同级人员的相互核对）和纵向复核（即上下级人员的相互核对）；（3）出纳根据审核后的相关收款原始凭证收款或付款，并加盖印章确认（4）授以专人保管资金，定期、不定期盘点；（5）银行账户的开立、审批、使用、核对、清理严格有效，现金盘点和银行对账单的核对应按规定严格执行（6）票据的购买、保管、使用、销毁等应有完整记录，票据由专人保管、统一印制或购买，印章与空白票据分管，财务专用章与企业法人章分管。”

2、执行情况

报告期内，公司不存在违反资金管理的情况，相关内部控制制度执行情况良好。

（二）对外投资的政策、制度安排及执行情况

1、对外投资政策及制度安排

公司的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《对外投资管理制度》对对外投资的授权审批权限进行了明确的规定，公司股东大会、

董事会为公司对外投资的决策机构，各自在其权限范围内，对公司的对外投资作出决策。

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第一百一十条规定：“董事会应当确定对外投资、收购出售资产、资产抵押、委托理财、关联交易的权限，建立严格的审查和决策程序；重大投资项目应当组织有关专家、专业人员进行评审，并报股东大会批准。应由董事会批准的交易事项如下：

（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 10% 以上。但交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50% 以上的，还应提交股东大会审议；该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据。

（2）交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 10% 以上，且绝对金额超过 500 万元人民币。但交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50% 以上，且绝对金额超过 3,000 万元人民币的，还应提交股东大会审议；

（3）交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10% 以上，且绝对金额超过 100 万元人民币。但交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 300 万元人民币的，还应提交股东大会审议；

（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 10% 以上，且绝对金额超过 500 万元人民币。但交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50% 以上，且绝对金额超过 3,000 万元人民币的，还应提交股东大会审议；

（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10% 以上，且绝对金额超过 100 万元人民币。但交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 300 万元人民币的，还应提交股东大会审议；

（6）公司与关联自然人发生交易金额在 30 万元人民币以上或与关联法人发生交易金额在人民币 100 万元人民币以上且占公司最近一期经审计净资产值 0.5

%以上的关联交易；或虽属于总经理有权决定的关联交易，但董事会、独立董事或监事会认为应当提交董事会审批的；公司与关联人发生的交易（公司获赠现金资产和提供担保除外）金额在 1,000 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 5% 以上的关联交易，除应当及时披露外，还应当聘请具有从事证券、期货相关业务资格的中介机构，对交易标的进行评估或者审计，并将该交易提交股东大会审议。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。本条中的上述交易事项是指：购买或出售资产；对外投资（含委托理财、委托贷款、对子公司投资、风险投资等）；提供财务资助；租入或租出资产；签订管理方面的合同（含委托经营、受托经营等）；赠与或受赠资产；债权或债务重组；研究与开发项目的转移；签订许可协议；深圳证券交易所认定的其他交易。其中，公司发生“提供财务资助”、“提供担保”和“委托理财”等事项时，应当以发生额作为计算标准，并按交易事项的类型在连续十二个月内累计计算。上述购买、出售的资产不含购买原材料、燃料和动力，以及出售产品、商品等与日常经营相关的资产，但资产置换中涉及购买、出售此类资产的，仍包含在内。”

2、执行情况

报告期内，公司对外投资不存在违规操作情况。

（三）对外担保的政策、制度安排及执行情况

1、对外担保的政策及制度安排

公司的《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《对外担保管理制度》对对外担保的程序与审批权限范围进行了明确的规定。

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第四十一条规定：“公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

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

（2）公司的对外担保总额，达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30% 以后提供的任何担保；

（3）为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；

（4）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10% 的担保；

- (5) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；
- (6) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对金额超过 3,000 万元；
- (7) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；
- (8) 证券交易所或者《公司章程》规定的其他担保情形。

股东大会审议前款第（5）项担保事项时，应经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供担保的议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。其中，股东大会审议本条第（5）项担保事项涉及为股东、实际控制人及其关联方提供担保的，应经出席股东大会的其他股东所持表决权三分之二以上通过；审议本条第（5）项以外的担保事项涉及为股东、实际控制人及其关联方提供担保的，应经出席股东大会的其他股东所持表决权半数以上通过。”

2、执行情况

报告期内，公司无对合并报表范围外主体的担保事项。

十四、投资者权益保护情况

为了保障公司投资者尤其是中小投资者的知情权、资产收益权、参与重大决策和选择管理者等权利，公司通过上市后适用的《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》和《信息披露管理制度》等制度明确了投资者应享有的权利，并设置了监事会、独立董事以及董事会各专门委员会等机构以执行、监督执行各项投资者权益保护机制。

（一）信息披露制度和流程

公司上市后适用的《信息披露管理制度》第十四条规定：“信息披露应当严格履行下列审批程序：（一）公开信息披露的信息文稿均由董事会秘书撰稿或审核；（二）董事会秘书应按有关法律、法规、规章、规范性文件和《公司章程》的规定，在履行法定审批程序后披露定期报告和股东大会决议、董事会会议决议、监事会会议决议；（三）董事会秘书应履行以下审批手续后方可公开披露除股东大会决议、董事会决议、监事会决议以外的临时报告：1.以董事会名义发布的临时报告应提交董事长审核签字；2.以监事会名义发布的临时报告应提交监事会主

席审核签字。（四）公司向中国证监会、深交所或其他有关政府部门递交的报告、请示等文件和在新闻媒体上登载的涉及公司重大决策和经济数据的宣传性信息文稿应提交公司总经理或董事长最终签发。”

公司上市后适用的《信息披露管理制度》第十五条规定：“公司有关部门的研究、决定涉及信息披露事项时，应通知董事会秘书列席会议，并向其提供信息披露所需要的资料。公司有关部门对于涉及信息事项是否披露有疑问时，应及时咨询董事会秘书或通过董事会秘书向深交所咨询。”

公司上市后适用的《信息披露管理制度》第十六条规定：“公司发现已披露的信息（包括公司发布的公告和媒体上转载的有关公司的信息）有错误、遗漏或误导时，应及时发布更正公告、补充公告或澄清公告。”

（二）完善股东投票机制的措施

公司通过建立完善累积投票制、股东计票机制、股东大会网络投票等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

1、累积投票制

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第八十二条规定：“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，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。”

2、股东计票机制

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第七十八条规定：“股东(包括股东代理人)以其所代表的有表决权的股份数额行使表决权，每一股份享有一票表决权。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。公司持有的本公司股份没有表决权，且该部分股份不计入出席股东大会有表决权的股份总数。公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。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。”

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第八十七条规定：“股东大会对提

案进行表决前，应当推举两名股东代表参加计票和监票。审议事项与股东有利害关系的，相关股东及代理人不得参加计票、监票。股东大会对提案进行表决时，应当由律师、股东代表与监事代表共同负责计票、监票，并当场公布表决结果，决议的表决结果载入会议记录。通过网络或其他方式投票的公司股东或其代理人，有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果。”

3、便利投资者参与决策的措施安排

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第四十四条规定：“本公司召开股东大会的地点为：公司住所地或公司董事会股东大会通知中确定的其他地点。股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络和其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。股东可以亲自出席股东大会并行使表决权，也可以委托他人代为出席和在授权范围内行使表决权。”

公司上市后适用的《公司章程（草案）》第八十条规定：“公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。”

（三）投资者收益分配权的保障措施

本次发行上市后，公司将继续实行积极的利润分配政策，重视对社会公众股东的合理投资回报，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，保持利润分配政策的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定，具体参见本招股说明书“重大事项提示”之“六、利润分配政策”。

第九节 财务会计信息与管理层分析

天健会计师受本公司委托，依据中国注册会计师审计准则，对本公司 2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末公司及合并的资产负债表，2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月公司及合并的利润表、现金流量表、股东权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了天健审[2019]3-418 号标准无保留意见的《审计报告》。非经特别声明，本节引用的财务会计信息主要引自上述经审计的财务报告。

本公司提请投资者注意，本节披露的财务会计信息与讨论分析内容，应结合本招股说明书“第十三节 附件”索引的财务报表及审计报告全文，以及本招股说明书揭示的其他信息一并阅读。公司在管理层分析中，部分采用了与同行业公司对比分析的方法，以便投资者更深入理解公司的财务及非财务信息。本公司以行业相关性、业务结构相似性为标准，选取了若干家相关可比公司。可比公司的相关信息均来自其公开披露资料，公司不对其准确性、真实性做出判断。

以下分析所涉及的财务会计信息，若无特别说明，均按照合并报表口径披露。

一、经审计的财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

科目	2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
流动资产：				
货币资金	174,372,155.11	121,197,644.17	165,915,413.92	36,620,366.44
交易性金融资产	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	79,616,067.53	89,299,123.43	49,710,452.26	82,325,517.20
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	24,825,105.96	19,112,977.72	20,153,525.28	11,200,125.58
其他应收款	4,397,291.54	1,577,101.32	996,323.70	4,068,023.50

存货	-	-	-	-
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	3,264,597.40	2,079,114.60	1,279,948.52	108,666.73
流动资产合计	286,475,217.54	233,265,961.24	238,055,663.68	134,322,699.45
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	14,503,844.75	20,949,097.25	21,123,974.79	16,838,259.38
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	3,966,241.08	2,924,947.27	2,556,631.63	1,028,907.74
在建工程	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	-	-	-	-
无形资产	-	-	-	-
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	-
递延所得税资产	782,597.57	1,592,674.93	2,280,811.03	753,150.03
其他非流动资产	64,387,653.00	64,387,653.00		
非流动资产合计	83,640,336.40	89,854,372.45	25,961,417.45	18,620,317.15
资产总计	370,115,553.94	323,120,333.69	264,017,081.13	152,943,016.60
流动负债：				
短期借款	13,300,000.00	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-

衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	41,449,532.42	28,277,424.31	23,313,054.50	25,296,110.65
预收款项	11,420,160.89	4,237,320.23	3,759,748.49	2,118,957.82
合同负债				
应付职工薪酬	2,672,328.17	5,420,370.82	6,572,614.96	2,815,916.40
应交税费	4,614,816.08	6,112,898.18	7,422,413.48	5,694,435.54
其他应付款	2,398,965.56	734,901.77	3,052,081.85	2,193,681.59
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	3,219,000.00	3,219,000.00	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	79,074,803.12	48,001,915.31	44,119,913.28	38,119,102.00
非流动负债：				
长期借款	26,556,750.00	28,166,250.00	-	-
租赁负债	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	163,708.00	216,994.00	323,566.67	751,142.17
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	26,720,458.00	28,383,244.00	323,566.67	751,142.17
负债合计	105,795,261.12	76,385,159.31	44,443,479.95	38,870,244.17
所有者权益：				
股本	143,456,831.00	143,456,831.00	143,456,831.00	137,275,513.00
其他权益工具：	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	-70,883,588.83	-70,883,588.83	-71,304,438.60	-109,323,120.60
减：库存股	25,671,161.30	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	8,671,496.00	8,671,496.00	2,815,190.40	2,815,190.40
一般风险准备	-	-	-	-

未分配利润	208,746,715.95	165,490,436.21	144,252,570.55	83,292,440.77
归属于母公司所有者权益合计	264,320,292.82	246,735,174.38	219,220,153.35	114,060,023.57
少数股东权益	-	-	353,447.83	12,748.86
所有者权益合计	264,320,292.82	246,735,174.38	219,573,601.18	114,072,772.43
负债和所有者权益合计	370,115,553.94	323,120,333.69	264,017,081.13	152,943,016.60

2、合并利润表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
一、营业收入	336,354,019.35	557,987,085.59	410,307,705.98	233,655,620.46
减：营业成本	260,083,743.51	421,178,636.29	293,683,389.75	157,969,039.99
税金及附加	1,026,480.30	1,891,797.76	1,395,335.90	574,863.01
销售费用	8,900,799.72	15,750,584.31	14,656,137.68	8,224,415.89
管理费用	6,894,456.20	9,520,576.07	13,685,015.64	8,000,805.34
研发费用	17,289,193.39	30,307,963.96	24,121,335.22	9,820,100.89
财务费用	1,079,857.20	169,426.76	-106,859.43	-93,880.65
其中：利息费用	1,184,006.25	524,150.29	-	-
利息收入	140,973.24	373,104.57	184,972.96	113,000.03
加：其他收益	4,294,700.84	3,259,665.88	1,011,867.31	-
投资收益（损失以“-”号填列）	1,322,165.20	2,288,646.46	-196,990.59	-1,106,729.86
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	22,597.01	-174,877.54	-797,828.25	-161,740.62
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-1,485,147.45	-	-	-
资产减值损失	-	-3,058,740.44	-585,204.89	-2,999,732.25
资产处置收益	-	-	-	-
二、营业利润	45,211,207.62	81,657,672.34	63,103,023.05	45,053,813.88
加：营业外收入	1,731.02	39,691.00	7,520.27	1,827,902.04
减：营业外支出	159,691.21	212.54	3,997.59	1,000.00

三、利润总额	45,053,247.43	81,697,150.80	63,106,545.73	46,880,715.92
减：所得税费用	1,796,967.69	4,325,685.75	1,805,716.98	639,982.55
四、净利润	43,256,279.74	77,371,465.05	61,300,828.75	46,240,733.37
（一）按经营持续性分类：	-	-	-	-
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	43,256,279.74	77,371,465.05	61,300,828.75	46,240,733.37
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：	-	-	-	-
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	43,256,279.74	77,304,062.11	60,960,129.78	46,227,984.51
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	67,402.94	340,698.97	12,748.86
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	43,256,279.74	77,371,465.05	61,300,828.75	46,240,733.37
归属于母公司所有者的综合收益总额	43,256,279.74	77,304,062.11	60,960,129.78	46,227,984.51
归属于少数股东的综合收益总额	-	67,402.94	340,698.97	12,748.86
七、每股收益	-	-	-	-
（一）基本每股收益	0.31	0.54	0.44	0.34
（二）稀释每股收益	0.31	0.54	0.44	0.34

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	372,264,065.78	549,073,924.88	468,885,506.53	206,308,394.55
收到的税费返还	-	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	3,924,639.10	3,929,850.95	5,357,157.24	6,022,070.09
经营活动现金流入小计	376,188,704.88	553,003,775.83	474,242,663.77	212,330,464.64
购买商品、接受劳务支付的现金	267,617,354.15	441,894,326.42	326,541,644.03	172,985,705.67

支付给职工以及为职工支付的现金	22,212,982.02	35,476,199.71	25,902,601.75	14,235,756.05
支付的各项税费	9,317,307.63	15,169,919.08	9,223,507.67	5,083,838.77
支付的其他与经营活动有关的现金	11,258,411.00	22,194,172.62	19,767,645.44	14,515,119.30
经营活动现金流出小计	310,406,054.80	514,734,617.83	381,435,398.89	206,820,419.79
经营活动产生的现金流量净额	65,782,650.08	38,269,158.00	92,807,264.88	5,510,044.85
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	3,250,000.00	-	2,000,000.00	-
取得投资收益收到的现金	1,267,417.70	2,463,524.00	447,154.11	255,010.76
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			45,755.17	
收到其他与投资活动有关的现金	336,100,000.00	562,000,000.00	163,600,000.00	61,298,719.54
投资活动现金流入小计	340,617,417.70	564,463,524.00	166,092,909.28	61,553,730.30
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	1,952,668.67	66,198,352.01	2,745,469.55	644,973.78
投资支付的现金			8,000,000.00	16,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额				
支付其他与投资活动有关的现金	336,100,000.00	562,000,000.00	163,000,000.00	63,098,719.54
投资活动现金流出小计	338,052,668.67	628,198,352.01	173,745,469.55	79,743,693.32
投资活动产生的现金流量净额	2,564,749.03	-63,734,828.01	-7,652,560.27	-18,189,963.02
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	45,000,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	14,000,000.00	32,190,000.00	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	14,000,000.00	32,190,000.00	45,000,000.00	-

偿还债务支付的现金	2,309,500.00	804,750.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1,190,535.97	50,674,014.32	-0.00	-
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	25,671,161.30	1.00	818,000.00	1,450,000.00
筹资活动现金流出小计	29,171,197.27	51,478,765.32	818,000.00	1,450,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-15,171,197.27	-19,288,765.32	44,182,000.00	-1,450,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-1,690.90	36,665.58	-41,657.13	-
五、现金及现金等价物净增加额	53,174,510.94	-44,717,769.75	129,295,047.48	-14,129,918.17
加：期初现金及现金等价物余额	121,197,644.17	165,915,413.92	36,620,366.44	50,750,284.61
六、期末现金及现金等价物余额	174,372,155.11	121,197,644.17	165,915,413.92	36,620,366.44

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

科目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
流动资产：				
货币资金	42,101,454.91	25,382,585.43	31,564,392.38	393,518.90
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	-	-	-	-
预付款项	12,000.00	-	5,253.95	-
其他应收款	40,000,000.00	-	13,160,605.75	-
存货	-	-	-	-
其他流动资产	288,242.63	255,492.30	196,447.20	-
流动资产合计	82,401,697.54	25,638,077.73	44,926,699.28	393,518.90
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-

持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	429,090,982.00	429,090,982.00	409,772,800.00	409,772,800.00
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	-	-	-	-
在建工程	-	-	-	-
无形资产	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	-
递延所得税资产	-	-	-	-
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	429,090,982.00	429,090,982.00	409,772,800.00	409,772,800.00
资产总计	511,492,679.54	454,729,059.73	454,699,499.28	410,166,318.90
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	-	-	-	-
预收款项	-	-	-	-
应付职工薪酬	-	-	98,300.00	-
应交税费	-	-	22,500.00	8,944.22
应付利息	-	-	-	-
其他应付款	42,995,750.72	464,150.95	8,666,955.67	3,892,237.31
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	42,995,750.72	464,150.95	8,787,755.67	3,901,181.53
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	42,995,750.72	464,150.95	8,787,755.67	3,901,181.53
股本	143,456,831.00	143,456,831.00	143,456,831.00	137,275,513.00
资本公积	305,689,985.96	305,689,985.96	305,689,985.96	267,671,303.96

减：库存股	25,671,161.30	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	6,564,891.81	6,564,891.81	708,586.21	708,586.21
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	38,456,381.35	-1,446,799.99	-3,943,659.56	609,734.20
所有者权益合计	468,496,928.82	454,264,908.78	445,911,743.61	406,265,137.37
负债和所有者权益合计	511,492,679.54	454,729,059.73	454,699,499.28	410,166,318.90

2、母公司利润表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
一、营业收入				
减：营业成本	-	-	-	-
税金及附加	-	35.00	22,500.00	-
销售费用	40,094.34	34,330.19	-	-
管理费用	1,007,017.71	2,179,197.22	4,597,911.34	2,460,055.03
研发费用	-	-	-	-
财务费用	-28,634.74	-91,120.78	-67,575.78	
其中：利息费用	-	-	-	-
利息收入	31,507.74	93,081.03	70,262.87	
加：其他收益	-	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	40,921,658.65	60,685,017.16	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	558.20	-558.20	-
资产处置收益（损失以“-”	-	-	-	-

号填列)				
二、营业利润	39,903,181.34	58,563,133.73	-4,553,393.76	-2,460,055.03
加：营业外收入	-	0.09	-	-
减：营业外支出	-	77.80	-	-
三、利润总额	39,903,181.34	58,563,056.02	-4,553,393.76	-2,460,055.03
减：所得税费用				
四、净利润	39,903,181.34	58,563,056.02	-4,553,393.76	-2,460,055.03
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	39,903,181.34	58,563,056.02	-4,553,393.76	-2,460,055.03
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
1.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
2.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	39,903,181.34	58,563,056.02	-4,553,393.76	-2,460,055.03
归属于母公司所有者的综合收益总额	-	-	-	-
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益：	-	-	-	-
（一）基本每股收益	-	-	-	-
（二）稀释每股收益	-	-	-	-

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	-	-	-	-
收到的税费返还	-	-	-	-

收到的其他与经营活动有关的现金	42,188,579.21	13,254,245.07	4,286,490.66	5,309,918.59
经营活动现金流入小计	42,188,579.21	13,254,245.07	4,286,490.66	5,309,918.59
购买商品、接受劳务支付的现金	-	53,791.15	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	-	857,925.71	1,253,949.08	-
支付的各项税费	0.00	22,535.00	-	-
支付的其他与经营活动有关的现金	720,207.08	9,658,744.47	16,043,668.10	3,466,399.69
经营活动现金流出小计	720,207.08	10,592,996.33	17,297,617.18	3,466,399.69
经营活动产生的现金流量净额	41,468,372.13	2,661,248.74	-13,011,126.52	1,843,518.90
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	921,658.65	60,685,017.16		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	262,000,000.00	133,000,000.00	-	12,998,719.54
投资活动现金流入小计	262,921,658.65	193,685,017.16	-	12,998,719.54
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	-	-	-	-
投资支付的现金	-	19,318,182.00	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	262,000,000.00	133,000,000.00	-	12,998,719.54
投资活动现金流出小计	262,000,000.00	152,318,182.00	-	12,998,719.54
投资活动产生的现金流量净额	921,658.65	41,366,835.16	-	-
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	45,000,000.00	-
其中：子公司吸收少数股	-	-	-	-

东投资收到的现金				
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	45,000,000.00	
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	50,209,890.85	-	-
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	25,671,161.30	-	818,000.00	1,450,000.00
筹资活动现金流出小计	25,671,161.30	50,209,890.85	818,000.00	1,450,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-25,671,161.30	-50,209,890.85	44,182,000.00	-1,450,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	16,718,869.48	-6,181,806.95	31,170,873.48	393,518.90
加：期初现金及现金等价物余额	25,382,585.43	31,564,392.38	393,518.90	-
六、期末现金及现金等价物余额	42,101,454.91	25,382,585.43	31,564,392.38	393,518.90

二、 审计意见

天健会计师接受公司委托，对公司 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表及附注进行了审计，并出具了标准无保留意见审计报告。

天健会计师认为，公司财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了掌众科技 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 6 月 30 日的合并及母公司财务状况，以及 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月的合并及母公司经营成果和现金流量。

三、影响发行人收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用

的财务或非财务指标分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、行业因素

在智能终端设备的普及、网络环境日趋完善及移动互联网应用场景日益丰富的共同作用下，移动互联网接入流量呈现爆发式增长；根据工业和信息化部统计的移动互联网接入流量，2018年移动互联网接入流量达711.1亿GB，较2017年增长189%。

手机网民规模及移动互联网接入流量的增长，为移动营销提供了广泛而坚实的受众基础，显著提升了移动互联网的媒体价值，各类广告主通过移动终端进行广告推广的需求愈加强烈。根据艾瑞咨询发布的《2019年中国网络广告市场年度监测报告》，2018年我国移动广告市场规模已达3,663.0亿元，占当年网络广告市场规模比重达到85%。

移动营销服务商作为连接供给端与需求端的桥梁，通过对广告主与媒体渠道的资源整合，有效降低了广告主与移动媒体在移动营销投放过程中的交易成本，实现了双方利益最大化。随着移动互联网、大数据等技术的不断发展，移动营销对投放监控、实时竞价、精准投放等要求越来越高，营销服务商在行业中的地位也愈发凸显。

2、客户营销需求的变化

客户的营销预算与其所处的市场环境密切相关，若客户因市场环境发生不利变化而削减营销支出，将对公司的业务造成不利影响。目前，公司的主要客户大部分为国内知名企业，其经营状况稳定、营销需求较为旺盛。同时公司客户行业分布较广，有效降低了因部分客户营销需求变化而给公司业务带来影响的风险。

3、公司的技术研发能力

公司深耕移动数字营销行业，高度重视对核心技术的研发与积累，并根据需要对技术进行迭代创新。公司现有的核心技术主要集中在数据处理及业务运营领域，这些技术构成了公司的核心竞争力，支撑公司移动广告程序化交易业务和移动整合营销业务的开展，为公司的快速发展奠定坚实的基础。

报告期内，公司依靠技术、人才、市场、客户等方面的优势，顺应移动互联网行业快速发展的大趋势，实现了业务规模和销售收入的快速增长。

（二）对公司具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

根据公司所处行业状况及自身业务特点，营业收入增长率及主营业务毛利增长率是对公司具有核心意义的财务指标，其变动情况对公司业绩变动具有较强的预示作用。2016年度、2017年度、2018年度，公司营业收入规模分别为23,365.56万元、41,030.77万元、55,798.71万元，年化复合增长率为54.53%，体现出了公司业务的稳定增长态势。2016年度、2017年度、2018年度，公司主营业务毛利分别为7,568.65万元、11,662.43万元、13,680.84万元。年化复合增长率为34.45%，公司主营业务盈利增长较快。

四、财务报告审计基准日至招股说明书签署日之间的经营状况

本招股说明书财务报告审计基准日为2019年6月30日，财务报告审计基准日至本招股说明书签署日之间，公司经营状况良好，经营模式无重大变化，管理层及主要核心业务人员保持稳定，未出现对公司生产经营能力产生重大不利影响的事项。

五、财务报表的编制基础、合并财务报表合并范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则-基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

（二）合并财务报表合并范围及变化情况

1、合并财务报表范围

截至2019年6月30日，公司合并财务报表范围内子公司如下：

公司名称	业务性质	持股比例(%)	取得方式
------	------	---------	------

		直接	间接	
掌众信息	移动数字营销	100.00	-	反向购买
前海视界	-	100.00	-	设立
爱告技术	移动数字营销	-	100.00	设立
众源信息	移动数字营销	-	100.00	设立
掌众传媒	移动数字营销	-	100.00	同一控制下合并
龙川科技	移动数字营销	-	100.00	设立
掌众网络	移动数字营销	-	100.00	同一控制下合并
亿达传媒	移动数字营销	-	100.00	设立
全球掌众	移动数字营销	-	100.00	设立
霍尔果斯掌众	移动数字营销	-	100.00	设立

2、合并财务报表范围变化情况

（1）报告期内新纳入合并范围的情况

公司名称	股权取得方式	股权取得时点	纳入合并范围 当年出资额（元）	纳入合并范围 当年出资比例
2018 年度				
前海视界	设立	2018 年 4 月 2 日	5,000,000.00	100.00%
众源信息	设立	2018 年 1 月 30 日	1,000,000.00	100.00%
2016 年度				
亿达传媒	设立	2016 年 1 月 14 日	1,000,000.00	70%
龙川科技	设立	2016 年 1 月 25 日	-	100%
霍尔果斯掌众	设立	2016 年 6 月 28 日	-	100%
全球掌众	设立	2016 年 12 月 8 日	-	100%
上海申石	代为设立	2016 年 3 月 29 日	10,000,261.63	100%

（2）报告期内不再纳入合并范围的情况

公司名称	股权处置方式	股权处置时点	处置日净资产（元）	处置当期期初 至处置日净利润
2017 年度				
掌众互金	出售	2017 年 12 月 5 日	-20,139.89	-19,494.07
2016 年度				
上海申石	代为设立后 交付袁春	2016 年 7 月 5 日	-	-

六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。本财务报表所载财务信息的会计期间为 2016 年 1 月 1 日起至 2019 年 6 月 30 日止。

（三）营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

（四）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2、非同一控制下企业合并的会计处理方法

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（六）合并财务报表的编制方法

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

（七）现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（八）外币业务和外币报表折算

1. 外币业务折算

外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率折算为人民币金额。资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日即期汇率折算，因汇率不同而产生的汇兑差额，除与购建符合资本化条件资产有关的外币专门借款本金及利息的汇兑差额外，计入当期损益；以历史成本计量的外币非货币性项目仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其人民币金额；以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，差额计入当期损益或其他综合收益。

2. 外币财务报表折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用交易发生日的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日即期汇率的近似汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，计入其他综合收益。

（九）金融工具

1、2019年1-6月

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：①以摊余成本计量的金融资产；②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；②金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；③不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺；④以摊余成本计量的金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

①金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认

金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

②金融资产的后续计量方法

A、以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

B、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

C、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

D、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

③金融负债的后续计量方法

A、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利

息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

B、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

C、不属于上述①或②的财务担保合同，以及不属于上述①并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：**A.按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；B.初始确认金额扣除按照相关规定所确定的累计摊销额后的余额。**

D、以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

④金融资产和金融负债的终止确认

A、当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

(a) 收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

(b) 金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

B、当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

(3) 金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；②保留了对该金融资产控制的，按照继

续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产在终止确认日的账面价值；②因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融工具减值

①金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量

且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司在评估信用风险是否显著增加时考虑如下因素：

- A、公司对金融工具信用管理方法是否发生变化。
- B、债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化。
- C、债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化。
- D、债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化。
- E、是否存在预期将导致债务人履行其偿债义务的能力发生显著变化的业

务、财务或经济状况的不利变化。

F、金融工具外部信用评级实际或预期是否发生显著变化。公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

②按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——应收合并范围内关联方款项组合	合并范围内关联方	结合历史违约损失经验及目前经济状况、考虑前瞻性信息，预期信用损失率为零
其他应收款——账龄组合	账龄组合	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

③按组合计量预期信用损失的应收款项

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——应收合并范围内关联方款项组合	合并范围内关联方	结合历史违约损失经验及目前经济状况、考虑前瞻性信息，预期信用损失率为零
应收账款——账龄组合	账龄组合	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来12个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

④账龄分析法预期信用损失率

账龄	应收账款 预期信用损失率（%）	其他应收款 预期信用损失率（%）
1年以内（含，下同）	5	5
1-2年	10	10
2-3年	30	30

3-4 年	50	50
4-5 年	50	50
5 年以上	100	100

（6）金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件的，公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：①公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；②公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移，公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

2、2016 年度、2017 年度和 2018 年度

（1）金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债（包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债）、其他金融负债。

（2）金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量，且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用，但下列情况除外：①持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本计量；②在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

公司采用实际利率法，按摊余成本对金融负债进行后续计量，但下列情况除

外：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值计量，且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用；②与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本计量；③不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同，或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺，在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：A、按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额；B、初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》的原则确定的累积摊销额后的余额。

金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，除与套期保值有关外，按照如下方法处理：①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债公允价值变动形成的利得或损失，计入公允价值变动收益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利，确认为投资收益；处置时，将实际收到的金额与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。②可供出售金融资产的公允价值变动计入其他综合收益；持有期间按实际利率法计算的利息，计入投资收益；可供出售权益工具投资的现金股利，于被投资单位宣告发放股利时计入投资收益；处置时，将实际收到的金额与账面价值扣除原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

当收取某项金融资产现金流量的合同权利已终止或该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬已转移时，终止确认该金融资产；当金融负债的现时义务全部或部分解除时，相应终止确认该金融负债或其一部分。

（3）金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：①放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；②未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损

益：①所转移金融资产的账面价值；②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

（4）金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

①第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

②第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

（5）金融资产的减值测试和减值准备计提方法

①资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

②对于持有至到期投资、贷款和应收款，先将单项金额重大的金融资产区分开来，单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，可以单独进行减值测试，或包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试；单独测试未发生减值的金融资产（包括单项金额重大和不重大的金融资产），包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中再进行减值测试。测试结果表明其发生了减值的，根据其账面价值高于预计未来现金流量现值的差额确认减值损失。

③可供出售金融资产

A、表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

(a)债务人发生严重财务困难；

(b)债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期；

(c)公司出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

(d)债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

(e)因债务人发生重大财务困难，该债务工具无法在活跃市场继续交易；

(f)其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

B、表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）但未超过 12 个月的，公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（十）应收款项

1、2019年1-6月

详见本小节“（九）1、（5）金融工具减值”。

2、2016年度、2017年度和2018年度

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额超过100万的应收账款和单项金额超过50万的其他应收款
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	期末对于单项金额重大的应收款项运用个别认定法来评估资产减值损失，单独进行减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，则将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。可收回金额是通过对其未来现金流量（不包括尚未发生的信用损失）按原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（扣除预计处置费用等）。

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

①具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法
合并报表范围内的关联方往来应收款项	不计提坏账准备

②账龄分析法

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内（含1年）	5	5
1—2年	10	10
2—3年	30	30
3—4年	50	50
4—5年	50	50
5年以上	100	100

③单项金额不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	应收款项的未来现金流量现值与以账龄分析法为信用风险特征的应收款项组合的未来现金流量现值存在显著差异
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

对应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

（十一）长期股权投资

1.共同控制、重要影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

2.投资成本的确定

（1）同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

（2）非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

①在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

②在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净

资产变动而产生的其他综合收益除外。

（3）除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第 12 号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

3.后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

4.通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

（1）个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，确认为金融资产，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

（2）合并财务报表

①通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

②通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（十二）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

2、各类固定资产的折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
运输工具	年限平均法	10	5-10	9-9.5
电子设备及其他	年限平均法	5	5-10	18-19

（十三）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

（1）当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：①资产支出已经发生；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

（3）当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期

实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

（十四）部分长期资产减值

对长期股权投资、固定资产等长期资产,在资产负债表日有迹象表明发生减值的,估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产,无论是否存在减值迹象,每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的,按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

（十五）长期待摊费用

长期待摊费用核算已经支出,摊销期限在 1 年以上(不含 1 年)的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账,在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

（十六）职工薪酬

1、职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

2、短期薪酬的会计处理方法

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

3、离职后福利的会计处理方法

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

(1) 在职工为公司提供服务的会计期间,根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债,并计入当期损益或相关资产成本。

(2) 对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤:

①根据预期累计福利单位法,采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统

计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

4、辞退福利的会计处理方法

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

5、其他长期职工福利的会计处理方法

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

（十七）收入

1、收入确认原则

（1）销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：①将商品所有权上的主要风

险和报酬转移给购货方；②公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

提供劳务交易的结果在资产负债表日能够可靠估计的（同时满足收入的金额能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务的收入，并按已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的具体方法

（1）移动广告程序化交易业务

本公司依托自有移动广告平台提供广告投放服务，营业收入基于广告实际投放量及约定的执行效果，按照合同约定的计算方式经与客户核对后确认收入。

（2）移动整合营销业务

本公司采买移动媒体资源提供广告投放服务，营业收入基于客户约定的执行效果，按照合同约定的计算方式经与客户核对后确认收入。

上述业务收入确认条件及依据详细列示如下：

收入类型	收入确认条件及依据
移动广告程序化交易业务	基于广告主后台竞价结果或结算单与客户对账后确认收入。
移动整合营销业务	基于媒体后台实际消耗结果或结算单与客户对账后确认收入。

（十八）政府补助

1、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月

(1) 政府补助在同时满足下列条件时予以确认：①公司能够满足政府补助所附的条件；②公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

(2) 与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

(3) 与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

(4) 与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

2、2016 年度

(1) 政府补助在同时满足下列条件时予以确认：①公司能够满足政府补助所附的条件；②公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

(2) 与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

（3）与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

（十九）递延所得税资产、递延所得税负债

1、根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

2、确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

3、资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

4、公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

（二十）租赁

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本

或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

（二十一）其他重要的会计政策和会计估计

1、与回购公司股份相关的会计处理方法

因减少注册资本或奖励职工等原因收购公司股份的，按实际支付的金额作为库存股处理，同时进行备查登记。如果将回购的股份注销，则将按注销股票面值和注销股数计算的股票面值总额与实际回购所支付的金额之间的差额冲减资本公积，资本公积不足冲减的，冲减留存收益；如果将回购的股份奖励给公司职工属于以权益结算的股份支付，于职工行权购买公司股份收到价款时，转销交付职工的库存股成本和等待期内资本公积（其他资本公积）累计金额，同时，按照其差额调整资本公积（股本溢价）。

（二十二）重要会计政策变更

1、执行新金融工具准则的影响

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（以下简称“新金融工具准则”）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整 2019 年 1 月 1 日的留存收益或其他综合收益。

新金融工具准则改变了金融资产的分类和计量方式，确定了三个主要的计量类别：摊余成本；以公允价值计量且其变动计入其他综合收益；以公允价值计量且其变动计入当期损益。公司考虑自身业务模式，以及金融资产的合同现金流特征进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益(处置时的利得或损失不能回转到损益，但股利收入计入当期损益)，且该选择不可撤销。

新金融工具准则要求金融资产减值计量由“已发生损失模型”改为“预期信

用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、租赁应收款。

（1）2019年1月1日，公司金融资产和金融负债按照新金融工具准则和按原金融工具准则的规定进行分类和计量结果对比如下表：

单位：元

项目	原金融工具准则		新金融工具准则	
	计量类别	账面价值	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	121,197,644.17	摊余成本	121,197,644.17
应收账款	摊余成本	89,299,123.43	摊余成本	89,299,123.43
其他应收款	摊余成本	1,577,101.32	摊余成本	1,577,101.32

（2）2019年1月1日，公司原金融资产和金融负债账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产和金融负债账面价值的调节表如下：

单位：元

项目	按原金融工具准则列示的账面价值（2018年12月31日）	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值（2019年1月1日）
（1）金融资产				
①摊余成本				
货币资金	121,197,644.17			121,197,644.17
应收票据及应收账款	89,299,123.43	-89,299,123.43		
应收账款		89,299,123.43		89,299,123.43
其他应收款	1,577,101.32			1,577,101.32
以摊余成本计量的总金融资产	212,073,868.92			212,073,868.92

（3）2019年1月1日，公司原金融资产减值准备期末金额调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新损失准备的调节表如下：

单位：元

项目	按原金融工具准则计提损失准备/按或有事项准则确认的预计负债（2018年12月31日）	重分类	重新计量	按新金融工具准则计提损失准备（2019年1月1日）
应收账款	8,539,698.46			8,539,698.46

其他应收款	113,288.94		113,288.94
-------	------------	--	------------

2、执行《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号）的影响

根据财政部《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号）对 2016 年至 2018 年度原始财务报表进行了调整，具体调整情况如下。

（1）2018 年度合并财务报表：

单位：元

原列报报表项目及金额		新列报报表项目及金额	
应收票据及应收账款	89,299,123.43	应收票据	
		应收账款	89,299,123.43
应付票据及应付账款	28,277,424.31	应付票据	
		应付账款	28,277,424.31

（2）2017 年度合并财务报表：

单位：元

原列报报表项目及金额		新列报报表项目及金额	
应收利息		其他应收款	996,323.70
应收股利			
其他应收款	996,323.70		
固定资产	2,556,631.63	固定资产	2,556,631.63
固定资产清理			
应付利息		其他应付款	3,052,081.85
应付股利			
其他应付款	3,052,081.85		
管理费用	37,806,350.86	管理费用	13,685,015.64
		研发费用	24,121,335.22

（3）2016 年度合并财务报表：

单位：元

原列报报表项目及金额		新列报报表项目及金额	
应收利息		其他应收款	4,068,023.50
应收股利			
其他应收款	4,068,023.50		

固定资产	1,028,907.74	固定资产	1,028,907.74
固定资产清理			
应付利息		其他应付款	2,193,681.59
应付股利			
其他应付款	2,193,681.59		
管理费用	17,820,906.23	管理费用	8,000,805.34
		研发费用	9,820,100.89
营业外收入	1,827,902.04	资产处置收益	-
		营业外收入	1,827,902.04
营业外支出	1,000.00	营业外支出	1,000.00

七、公司适用的税种、税率及享受的税收优惠政策

（一）主要税种及税率

报告期内，公司适用的主要税种及税率如下：

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或提供应税劳务	17%、16%、6%、3%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、15%、16.5%、12.5%、0%

注：根据税务总局会同财政部联合下发《财政部税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32号），自2018年5月1日起，纳税人发生增值税应税销售行为，原适用17%和11%税率的，税率分别调整为16%和10%。

不同税率的纳税主体企业所得税税率如下：

纳税主体名称	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
掌众信息	25%	15%	15%	12.5%
掌众传媒	12.5%	12.5%	0%	0%
掌众网络	25%	25%	12.5%	12.5%
爱告技术	0%	0%	25%	25%
众源信息	0%	20%	-	-

霍尔果斯掌众	0%	0%	0%	0%
全球掌众	16.5%	16.5%	16.5%	16.5%
除上述以外的其他纳税主体	25%	25%	25%	25%

（二）税收优惠

1、掌众信息

根据《财政部、国家税务总局关于企业所得税若干优惠政策的通知》（财税[2008]1号）第一条第（二）项的规定：“我国境内新办软件生产企业经认定后，自获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年减半征收企业所得税”；根据《财政部、国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税[2012]27号）第三条的规定：“我国境内新办的集成电路设计企业和符合条件的软件企业，经认定后，在2017年12月31日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止”，掌众信息自2012年起被认定为符合享受财税[2008]1号文规定的“两免三减半”税收优惠政策，即2012年、2013年免征企业所得税，2014年至2016年按照12.5%的税率征收企业所得税。

根据《中华人民共和国企业所得税法》（主席令第63号）第二十八条第二款的规定：“国家需要重点扶持的高新技术企业，减按15%的税率征收企业所得税”，掌众信息于2016年11月取得《高新技术企业证书》（GR201644200062号），2016年至2018年可按照15%的税率征收企业所得税（其中2016年实际依据财税[2008]1号文的规定按照12.5%的税率征收企业所得税）。

2、掌众传媒

根据《财政部、国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税[2012]27号）第三条的规定：“我国境内新办的集成电路设计企业和符合条件的软件企业，经认定后，在2017年12月31日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止”，掌众传媒自2016年起被认定为符合享受财税[2012]27号文规定的“两免三减半”税收优惠政策，即2016年、2017年免征企业所得税，2018年至2020年按照12.5%的税率征收企业

所得税。

3、掌众网络

根据《财政部、国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税[2012]27号）第三条的规定：“我国境内新办的集成电路设计企业和符合条件的软件企业，经认定后，在2017年12月31日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止”，掌众网络自2014年起被认定为符合享受财税[2012]27号文规定的“两免三减半”税收优惠政策，即2014年、2015年免征企业所得税，2016年至2018年按照12.5%的税率征收企业所得税（其中因公司业务架构调整，2018年下半年后不再主要承担研发职责，2018年实际按照25%的税率征收企业所得税）。

4、爱告技术

根据《财政部、税务总局关于集成电路设计和软件产业企业所得税政策的公告》（财政部、税务总局公告2019年第68号）第一条的规定：“依法成立且符合条件的集成电路设计企业和软件企业，在2018年12月31日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止”，爱告技术自2018年起被认定为符合享受财政部、税务总局公告2019年第68号文规定的“两免三减半”税收优惠政策，即2018年、2019年免征企业所得税，2020年至2022年按照12.5%的税率征收企业所得税。

5、众源信息

根据《中华人民共和国企业所得税法》（主席令第63号）第二十八条第一款的规定：“符合条件的小型微利企业，减按20%的税率征收企业所得税”，众源信息于2018年符合小型微利企业标准，减按20%的税率征收企业所得税。

根据《财政部、税务总局关于集成电路设计和软件产业企业所得税政策的公告》（财政部、税务总局公告2019年第68号）第一条的规定：“依法成立且符合条件的集成电路设计企业和软件企业，在2018年12月31日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止”，众源信息自2018年起被认定为

符合享受财政部、税务总局公告 2019 年第 68 号文规定的“两免三减半”税收优惠政策（但因 2018 年利润规模较小，未主动申请税收优惠备案，故实际依据企业所得税法的规定按照 20% 的税率征收企业所得税），即 2019 年免征企业所得税，2020 年至 2022 年按照 12.5% 的税率征收企业所得税。

6、霍尔果斯掌众

根据《财政部、国家税务总局关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税[2011]112 号）第一条的规定：“2010 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税”，霍尔果斯掌众自 2016 年起被认定为符合享受财税[2011]112 号文规定的“五免”税收优惠政策，即 2016 年至 2020 年免征企业所得税。

八、分部信息

本公司不存在多种经营或跨地区经营，故无报告分部。本公司按业务类型分类的主营业务收入及主营业务成本明细如下：

（一）主营业务收入

单位：万元

主营业务收入	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
移动整合营销	24,574.85	40,322.81	29,459.93	18,216.87
其中：个性化服务	6,333.81	18,347.02	16,392.43	11,840.43
标准化服务	18,241.04	21,975.79	13,067.50	6,376.44
移动广告程序化交易	9,060.56	15,475.90	11,570.84	5,148.69
合计	33,635.40	55,798.71	41,030.77	23,365.56

（二）主营业务成本

单位：万元

主营业务成本	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
移动整合营销	23,434.51	36,633.21	25,970.79	13,180.05
其中：个性化服务	5,549.13	15,391.60	13,563.38	7,580.36
标准化服务	17,885.38	21,241.61	12,407.41	5,599.68
移动广告程序化交易	2,573.87	5,484.65	3,397.55	2,616.86
合计	26,008.37	42,117.86	29,368.34	15,796.90

九、最近一年及一期收购兼并事项

本公司最近一年及一期不存在收购兼并事项。

十、非经常性损益

（一）经注册会计师核验的非经常性损益明细表

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2008年修订）》，天健会计师对本公司的非经常性损益情况进行了核验，并出具了《关于深圳掌众智能科技股份有限公司最近三年及一期非经常性损益的鉴证报告》（天健审[2019]3-421号），报告期内公司非经常性损益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-	-	7.01	-
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	363.76	325.97	101.19	182.79
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被合并单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	126.74	246.35	44.72	-94.50
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-15.80	3.95	0.35	-0.10
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-
小计	474.70	576.27	153.27	88.19
减：所得税费用	83.48	105.74	22.36	25.22
少数股东损益	-	-	-0.00	0.02
归属于母公司股东的非经常性损益净额	391.23	470.53	130.91	62.95

（二）非经常性损益影响

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
归属于母公司股东的净利润（A）	4,325.63	7,730.41	6,096.01	4,622.80
归属于母公司股东的非经常性损益净额（B）	391.23	470.53	130.91	62.95
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,934.40	7,259.88	5,965.11	4,559.85
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（B/A）	9.04%	6.09%	2.15%	1.36%

十一、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

1、资产负债表日后利润分配情况

公司于 2019 年 8 月 27 日召开第四届董事会第六次会议，审议通过以公司 2019 年 6 月 30 日未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 2.00 元(含税)，本次利润分配额总计 27,691,366.20 元，实际分派结果以中国证券登记结算有限公司核算的结果为准。

2、其他资产负债表日后事项说明

公司分别于 2019 年 7 月 12 日、2019 年 8 月 1 日召开第四届董事会第五次会议和 2019 年第五次临时股东大会，审议通过《关于变更回购股份用途暨注销股份》等议案，因相关股权激励实施细则尚未出台，股份回购完成后短期内无法实施股权激励，公司对已回购股份 5,000,000 股的用途进行调整，由原计划“用于公司管理层和员工股权激励”变更为“本次回购的股份将用于注销以减少注册资本”，上述库存股已于 2019 年 9 月 26 日完成注销，注销后公司总股本由 143,456,831 股变更为 138,456,831 股。

（二）承诺及或有事项

截至 2019 年 6 月 30 日，本公司不存在需要披露的重大承诺及或有事项。

（三）其他重要事项

公司无需要披露的其他重要事项。

十二、财务指标

（一）主要财务指标

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
流动比率（倍）	3.62	4.86	5.40	3.52
速动比率（倍）	3.62	4.86	5.40	3.52
资产负债率（母公司）	8.41%	0.10%	1.93%	0.95%
资产负债率（合并）	28.58%	23.64%	16.83%	25.41%
应收账款周转率（次）	7.40	7.29	5.74	3.52
存货周转率（次）	-	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	4,693.30	8,341.54	6,378.65	4,749.54
归属于母公司股东的净利润（万元）	4,325.63	7,730.41	6,096.01	4,622.80

项目	2019年1-6月	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）	3,934.40	7,259.88	5,965.11	4,559.85
利息保障倍数（倍）	39.05	156.87	-	-
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.46	0.27	0.65	0.04
每股净现金流量（元/股）	0.37	-0.31	0.90	-0.10
每股净资产（元）	1.84	1.72	1.53	0.83
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例（%）	-	-	-	-

注：上述各项指标的计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

资产负债率=负债总额/资产总额×100%

应收账款周转率（次）=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率（次）=营业成本/存货平均余额

息税折旧摊销前利润=净利润+利息支出+所得税+固定资产折旧+长期待摊和无形资产摊销

利息保障倍数=(利润总额+利息支出)/利息支出

每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本

每股净现金流量=现金及现金等价物增加额/期末总股本

每股净资产=期末净资产/期末总股本

无形资产占净资产比例=(无形资产-土地使用权)/期末净资产
为增加可比性，2019年1-6月应收账款周转率指标在计算时以2倍计

（二）加权平均净资产收益率及每股收益

报告期利润		加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本	稀释
2019年1-6月	归属于公司普通股股东的净利润	16.93%	0.31	0.31
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	15.40%	0.28	0.28
2018年度	归属于公司普通股股东的净利润	31.48%	0.54	0.54
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	29.57%	0.51	0.51
2017年度	归属于公司普通股股东的净利润	39.18%	0.44	0.44
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	38.34%	0.43	0.43
2016年度	归属于公司普通股股东的净利润	50.83%	0.34	0.34
	扣除非经常性损益后归属于公司普通	50.14%	0.33	0.33

股股东的净利润			
---------	--	--	--

注：上述各项指标的计算公式如下：

$$1、\text{加权平均净资产收益率} = P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$$

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；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

$$2、\text{基本每股收益} = P0 \div S$$

$$S = S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k$$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

$$3、\text{稀释每股收益} = P1 / (S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

十三、盈利预测情况

公司未编制盈利预测报告。

十四、财务状况分析

（一）资产状况分析

1、资产构成及其变动分析

报告期各期末，公司资产构成具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年6月末		2018年末		2017年末		2016年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	28,647.52	77.40%	23,326.60	72.19%	23,805.57	90.17%	13,432.27	87.83%
非流动资产	8,364.03	22.60%	8,985.44	27.81%	2,596.14	9.83%	1,862.03	12.17%
资产总计	37,011.56	100.00%	32,312.03	100.00%	26,401.71	100.00%	15,294.30	100.00%

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司资产总额分别为

15,294.30 万元、26,401.71 万元、32,312.03 万元和 37,011.56 万元，其中流动资产是公司资产构成的主要部分，分别占公司资产总额的 87.83%、90.17%、72.19% 和 77.40%，公司作为移动数字营销公司，具有较明显的轻资产特征。

2、流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年6月末		2018年末		2017年末		2016年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	17,437.22	60.87%	12,119.76	51.96%	16,591.54	69.70%	3,662.04	27.26%
应收账款	7,961.61	27.79%	8,929.91	38.28%	4,971.05	20.88%	8,232.55	61.29%
预付款项	2,482.51	8.67%	1,911.30	8.19%	2,015.35	8.47%	1,120.01	8.34%
其他应收款	439.73	1.53%	157.71	0.68%	99.63	0.42%	406.8	3.03%
其他流动资产	326.46	1.14%	207.91	0.89%	127.99	0.54%	10.87	0.08%
流动资产合计	28,647.53	100.00%	23,326.59	100.00%	23,805.56	100.00%	13,432.27	100.00%

公司流动资产主要由货币资金、应收账款和预付款项构成，2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，上述科目合计占流动资产的比例分别为 96.89%、99.04%、98.43% 和 97.33%。

（1）货币资金

公司的货币资金全部由银行存款构成。报告期各期末，公司货币资金构成如下：

单位：万元

项目	2019年6月末		2018年末		2017年末		2016年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
银行存款	17,437.22	100.00%	12,119.76	100.00%	16,591.54	100.00%	3,662.04	100.00%
其中：存放在境外的款项总额	163.77	0.94%	97.29	0.80%	168.02	1.01%		
合计	17,437.22	100.00%	12,119.76	100.00%	16,591.54	100.00%	3,662.04	100.00%

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司货币资金分别为 3,662.04 万元、16,591.54 万元、12,119.76 万元和 17,437.22 万元，占流动资产的比例分别为 27.26%、69.70%、51.96% 和 60.87%。

2017 年末，公司货币资金较上年末增加 12,929.50 万元，较上年末增长 353.07%，主要原因为：①随着公司业务规模扩大，经营活动产生的现金流量净

额增加较多；②公司在 2017 年通过向广发乾和、鸿盈景祥定向发行股票收到 4,500.00 万元。

2018 年末，公司货币资金较上年末减少 4,471.78 万元，较上年末下降 26.95%，主要原因为：①公司一级子公司前海视界购买位于深圳市南山区前海深港现代服务业合作区的办公用房，于 2018 年度支付了 6,438.77 万元购房款（其中包含 3,219.00 万元新申请的银行贷款）；②根据公司 2018 年半年度利润分配方案，以股权登记日的总股本 143,456,831 为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 3.5 元（含税），共计支付 5,020.99 万元。

2019 年 6 月末，公司货币资金较上年末增加 5,317.45 万元，较上年末增长 43.87%，主要原因为：①随着公司业务规模扩大，经营活动产生的现金流量净额增加较多；②公司向招商银行深圳分行借入短期借款，期末余额为 1,330.00 万元，主要用于日常经营支出。

（2）应收账款

① 应收账款账面价值分析

报告期内，公司应收账款账面价值规模及变动情况如下所示：

单位：万元

项目	2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
应收账款账面余额	8,401.68	9,783.88	5,525.23	8,765.07
应收账款坏账准备	440.08	853.97	554.18	532.52
应收账款账面价值（A）	7,961.61	8,929.91	4,971.05	8,232.55
应收账款账面价值增长率	-10.84%	79.64%	-39.62%	-
营业收入（B）	33,635.40	55,798.71	41,030.77	23,365.56
营业收入增长率	-	35.99%	75.60%	-
应收账款账面价值占营业收入的比例（A/B）*注 1	11.84%	16.00%	12.12%	35.23%

注 1：为增加可比性，在计算 2019 年 1-6 月应收账款账面价值占营业收入的比例时除以 2

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司应收账款账面价值分别为 8,232.55 万元、4,971.05 万元、8,929.91 万元和 7,961.61 万元，占流动资产的比例分别为 61.29%、20.88%、38.28%和 27.79%。

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，应收账款账面价值占营业收入的比例分别为 35.23%、12.12%、16.00%和 11.84%，占比相对较低。

2017 年末，公司应收账款账面价值较上年末减少 3,261.51 万元，较上年末

下降 39.62%，主要原因为：①2016 年公司业绩增长良好，导致截至年末时点应收中国移动通信有限公司、中国平安保险（集团）股份有限公司等客户的应收账款账面余额较高，但绝大部分年末应收账款已于期后 3 个月内收回。2017 年末，公司在保持业绩持续增长的同时，加强了应收账款管理，并持续保持应收账款账面价值占营业收入的比例低于 20% 至今；②2017 年开始，移动广告程序化交易业务开始接入 DSP 广告主，公司与百度联盟、AdView 等知名 DSP 平台开展大规模合作，该类客户信用良好、结算周期较短；③2017 年，移动整合营销业务新增光大银行上海分行等信用良好、结算周期较短的大客户。

2018 年末，公司应收账款账面价值较上年末增加 3,958.87 万元，较上年末增长 79.64%，主要原因为：2018 年度业绩持续增长，应收账款增长趋势与营业收入增长趋势一致；同时，由于 2017 年末应收账款基数偏小，故应收账款账面价值增长略快于营业收入增长率。

2019 年 6 月末，公司应收账款账面价值较上年末减少 968.31 万元，同比下降 10.84%，持续保持在较低水平，应收账款账面价值占营业收入的比例与 2017 年末水平相当。

②应收账款坏账计提政策和计提情况

报告期各期末公司应收账款账面余额及坏账准备情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 6 月末				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	
单项计提坏账准备的应收账款	18.75	0.22	18.75	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	8,382.93	99.78	421.32	5.03	7,961.61
合计	8,401.68	100.00	440.07	5.24	7,961.61
项目	2018 年末				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	9,423.39	96.32	493.48	5.24	8,929.91

单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	360.49	3.68	360.49	100.00	-
合计	9,783.88	100.00	853.97	8.73	8,929.91
项目	2017 年末				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	5,236.20	94.77	265.16	5.06	4,971.05
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	289.02	5.23	289.02	100.00	-
合计	5,525.22	100.00	554.18	10.03	4,971.04
项目	2016 年末				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	8,712.05	99.40	479.49	5.50	8,232.56
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	53.02	0.60	53.02	100.00	-
合计	8,765.07	100.00	532.51	6.08	8,232.56

对于按组合计提坏账准备的应收账款/按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款，公司均采用账龄分析法计提坏账准备，具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1 年以内	8,372.90	99.88%	9,236.71	98.02%	5,169.94	98.73%	7,844.44	90.04%
1-2 年	2.65	0.03%	121.99	1.29%	66.09	1.26%	865.05	9.93%
2-3 年	6.38	0.08%	64.52	0.68%	0.17	0.01%	2.56	0.03%
3-4 年	1.00	0.01%	0.17	0.01%	-	-	-	-
4-5 年	-	-	-	-	-	-	-	-
5 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	8,382.93	100.00%	9,423.39	100.00%	5,236.20	100.00%	8,712.05	100.00%

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司采用账龄分析法

计提坏账准备的应收账款中，账龄在 1 年以内的比例均超过 90%，账龄结构质量较高。

③应收账款坏账准备计提的充分性

A、单项计提坏账准备的应收账款

(a) 2019 年 6 月末

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产进行减值处理并确认损失准备。预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值

2019 年 6 月末，公司对单项计提坏账准备的应收账款计量预期信用损失，坏账准备余额为 18.75 万元，占当期单项计提坏账准备的应收账款账面余额的 100.00%。

(b) 2016 年末、2017 年末和 2018 年末

I、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款

在资产负债表日，本公司对于单项金额重大（单项金额超过 100 万的应收账款和单项金额超过 50 万的其他应收款）的应收款项，运用个别认定法来评估资产减值损失，单独进行减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，则将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。可收回金额是通过对其未来现金流量（不包括尚未发生的信用损失）按原实际利率折现确定，并考虑相关担保物的价值（扣除预计处置费用等）。

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司不存在单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款。

II、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款

对于未来现金流量现值与以账龄分析法为信用风险特征的应收款项组合的

未来现金流量现值存在显著差异的应收账款，本公司单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

2016年末、2017年末和2018年末，公司对单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款单独进行减值测试，坏账准备余额分别为53.02万元、289.02万元和360.49万元，占当期单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款账面余额的100.00%、100.00%和100.00%。

B、按组合计提坏账准备的应收账款/按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款

对于按组合计提坏账准备的应收账款/按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款，公司均采用账龄分析法计提坏账准备。

报告期内，公司与同行业可比公司的账龄分析法坏账准备计提政策比较分析表如下：

单位：万元

证券代码	证券简称	坏账准备计提标准					
		1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
000676.SZ	智度股份	3个月内 0%；4-12 个月 5%	20%	50%	100%	100%	100%
300766.SZ	每日互动	5%	10%	50%	100%	100%	100%
603825.SH	华扬联众	5%	10%	20%	100%	100%	100%
300058.SZ	蓝色光标	6个月内 0%；6-12 个月 5%	30%	100%	100%	100%	100%
可比公司范围		0%~5%	10%~30%	20%~100%	100%	100%	100%
本公司		5%	10%	30%	50%	50%	100%

公司的账龄分析法坏账准备计提政策中，2年以内档次的计提比例与同行业可比公司计提比例范围相当，2年以上档次较同行业可比公司宽松。但由于2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司按账龄分析法计提坏账准备的应收账款中，2年以内档次的占比分别为99.97%、99.99%、99.31%和99.91%，故整体来讲，公司的坏账计提比例与同行业可比公司的坏账计提比例水平相当。

C、结论

综上所述，公司应收账款坏账准备计提充分。

④应收账款核销情况

2017年度、2019年1-6月，基于谨慎性原则，公司对于确实无法收回的应收账款取得管理层审批履行程序后核销，金额分别为53.02万元、539.19万元，公司应收账款会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

⑤应收账款前五名客户分析

A、2019年6月末

单位：万元

序号	公司名称	账面余额	占公司账面余额的比例	账龄	与公司关系
1	中国光大银行股份有限公司上海分行	2,311.37	27.51%	1年以内	非关联方
2	天津市中昂时代科技有限公司	1,095.77	13.04%	1年以内	非关联方
3	上海沃豆网络科技有限公司	660.54	7.86%	1年以内	非关联方
4	上海弘贯网络科技有限公司	611.36	7.28%	1年以内	非关联方
5	大唐高鸿数据网络技术股份有限公司*注1	576.62	6.86%	1年以内	非关联方
合计		5,255.66	62.55%	-	-

注1：该金额为大唐高鸿通信技术有限公司、北京大唐高鸿无线互联科技有限公司的合并口径数字

B、2018年末

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占公司账面余额的比例	账龄	与公司关系
1	大唐高鸿数据网络技术股份有限公司*注1	1,493.55	15.27%	1年以内	非关联方
2	中国光大银行股份有限公司上海分行	1,012.52	10.35%	1年以内	非关联方
3	深圳市锐邦互娱科技有限公司	637.51	6.52%	1年以内	非关联方
4	湖北骏景信息科技有限公司	563.37	5.76%	1年以内	非关联方
5	天津市中昂时代科技有限公司	524.84	5.36%	1年以内	非关联方
合计		4,231.79	43.26%	-	-

注1：该金额为大唐高鸿通信技术有限公司、北京大唐高鸿无线互联科技有限公司的合并口径数字

C、2017年末

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占公司账面余额的比例	账龄	与公司关系
1	北京惠辉世纪信息技术有限公司	1,517.10	27.46%	1年以内	非关联方
2	中国光大银行股份有限公司上海分行	569.91	10.31%	1年以内	非关联方
3	互众广告（上海）有限公司	490.50	8.88%	1年以内	非关联方

4	中国平安保险（集团）股份有限公司*注 1	344.77	6.24%	主要 1 年以内，部分 1-3 年	非关联方
5	百度股份有限公司*注 2	337.34	6.11%	主要 1 年以内，部分 1-2 年	非关联方
合计		3,259.61	59.00%	-	-

注 1：该金额为平安普惠融资担保有限公司、平安好房（上海）电子商务有限公司、平安科技（深圳）有限公司、平安健康互联网股份有限公司上海分公司、平安财富理财管理有限公司、中国平安人寿保险股份有限公司、平安普惠投资咨询有限公司、平安普惠投资咨询有限公司成都第五分公司、平安普惠投资咨询有限公司上海第一分公司、平安普惠投资咨询有限公司武汉青山分公司、平安普惠信息服务有限公司武汉第一分公司的合并口径数字

注 2：该金额为百度时代网络技术（北京）有限公司、百度在线网络技术（北京）有限公司、北京百度网讯科技有限公司、Baidu(Hong Kong) Limited 的合并口径数字

D、2016 年末

单位：万元

序号	单位名称	账面余额	占公司账面余额的比例	账龄	与公司关系
1	中国移动通信有限公司*注 1	2,252.84	25.70%	主要 1 年以内，部分 1-2 年	非关联方
2	中国平安保险（集团）股份有限公司*注 2	1,894.76	21.62%	主要 1 年以内，部分 1-2 年	非关联方
3	北京惠辉世纪信息技术有限公司	1,736.52	19.81%	1 年以内	非关联方
4	深圳市明日空间信息技术有限公司	367.19	4.19%	1 年以内	非关联方
5	深圳市云客科技开发有限公司	253.62	2.89%	1 年以内	非关联方
合计		6,504.93	74.21%	-	-

注 1：该金额为中国移动通信集团广东有限公司、中移互联网有限公司、咪咕视讯科技有限公司的合并口径数字

注 2：该金额为平安普惠融资担保有限公司、平安好房（上海）电子商务有限公司、平安科技（深圳）有限公司、平安健康互联网股份有限公司上海分公司、平安财富理财管理有限公司、中国平安人寿保险股份有限公司、平安普惠投资咨询有限公司的合并口径数字

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司应收账款前五名客户账面余额占公司应收账款账面余额的比例分别为 74.21%、59.00%、43.26% 和 62.55%，均与公司不存在关联关系。

（3）预付款项

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司预付款项分别为 1,120.01 万元、2,015.35 万元、1,911.30 万元和 2,482.51 万元，占流动资产的比

例分别为 8.34%、8.47%、8.19% 和 8.67%。

①预付款项变化分析

公司的预付款项主要为向广告流量供应商预付的头部媒体资源采买费用，采买内容包括今日头条、微信小程序、抖音、百度等信息流广告资源及腾讯应用宝、VIVO 应用商店等 APP 商店广告资源。

报告期内，公司的预付款项呈上升趋势，主要系公司业务规模持续增长，根据与媒体或其代理商的约定，提前预付款项进行账户充值所致。优质移动互联网广告资源具有独特性和稀缺性的特征，以适宜的价格锁定该类广告流量资源是取得良好投放效果的重要基础，因此对于确有明显商业价值且供应商较为强势的热点广告资源，公司会提前预付款项锁定使用权。此外，移动互联网广告流量资源的市场热点也随着移动互联网用户的体验和取向不断改变，公司会跟随市场热点的变化，适时调整广告流量资源采买内容。

2017 年末，公司预付账款账面价值较上年末增加 895.34 万元，较上年末增长 79.94%，主要原因为 2017 年末，公司开始与移动软件 WiFi 万能钥匙的运营主体上海掌门科技有限公司（上海连尚网络科技有限公司、上海连享网络科技有限公司）展开大规模合作，为争取更好的商业合作政策，公司提前预付了一定规模的广告流量采买费用，故在年末存在 1,000 万元 WiFi 万能钥匙账户余额尚未消耗。

2018 年末，公司预付款项较上年末基本保持平稳。一方面，因市场热点存在一定变化，公司在 2018 年下半年逐步减少了对 WiFi 万能钥匙的广告流量采买；另一方面，跟随市场热点的变化，公司加大了对今日头条、腾讯广点通和微信公众平台的广告流量采买，在年末分别存在对天津今日头条科技有限公司（今日头条、西瓜视频、抖音等）、深圳市东信时代信息技术有限公司（腾讯广点通、微信公众平台等）的预付账款 445.48 万元、322.88 万元。

2019 年 6 月末，公司预付账款较上年末增加 571.21 万元，较上年末增长 29.89%，主要原因为随着公司业务规模的不断扩大，广告流量资源采买规模也相应增长，在年末分别存在对深圳壹伍柒文化传播有限公司（微信公众平台、广点通、腾讯社交广告渠道等）、今日头条有限公司（今日头条、西瓜视频、抖音等）、北京派瑞威行互联技术有限公司（广点通、OPPO 应用商店、今日头条等）的预

付账款 896.91 万元、446.09 万元和 443.34 万元。

②预付款项账龄结构分析

报告期各期末，公司预付账款账龄主要在 1 年以内，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月末		2018 年末		2017 年末		2016 年末	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1 年以内	2,369.13	95.43%	1,832.22	95.86%	2,011.08	99.79%	1,092.12	97.51%
1-2 年	92.04	3.71%	74.80	3.91%	-	-	24.70	2.20%
2-3 年	21.35	0.86%	0.00	0.00%	1.08	0.05%	3.20	0.29%
3-4 年	-	-	1.08	0.06%	3.20	0.16%	-	-
4-5 年	-	-	3.20	0.17%	-	-	-	-
5 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	2,482.52	100.00%	1,911.30	100.00%	2,015.36	100.00%	1,120.01	100.00%

③报告期末预付款项前五名供应商

单位：万元

序号	公司名称	账面余额	占公司账面余额的比例	采买内容
1	深圳壹伍柒文化传播有限公司	896.91	36.13%	微信公众平台、广点通、腾讯社交广告渠道等
2	今日头条有限公司*注 1	446.09	17.97%	今日头条、西瓜视频、抖音、火山小视频等
3	北京派瑞威行互联技术有限公司	443.34	17.86%	广点通、OPPO 应用商店、今日头条等
4	江西巨网科技有限公司*注 2	161.42	6.50%	微信公众平台、今日头条等
5	哇棒（北京）移动技术有限公司	54.30	2.19%	广点通、微信公众平台等
	合计	2,002.06	80.65%	-

注 1：该金额为广东今日头条科技有限公司、天津今日头条科技有限公司的合并口径数字

注 2：该金额为江西巨网科技有限公司、西藏巨网科技有限公司的合并口径数字

截至报告期末，公司预付款项前五名供应商账面余额占公司预付款项账面余额的比例为 80.65%，均与公司不存在关联关系。

3、非流动资产构成及其变动分析

报告期各期末，公司非流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年6月末		2018年末		2017年末		2016年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期股权投资	1,450.38	17.34%	2,094.91	23.31%	2,112.40	81.37%	1,683.83	90.43%
固定资产	396.62	4.74%	292.49	3.26%	255.66	9.85%	102.89	5.53%
递延所得税资产	78.26	0.94%	159.27	1.77%	228.08	8.79%	75.32	4.04%
其他非流动资产	6,438.77	76.98%	6,438.77	71.66%	-	-	-	-
非流动资产合计	8,364.03	100.00%	8,985.44	100.00%	2,596.14	100.00%	1,862.04	100.00%

公司非流动资产主要由长期股权投资、固定资产、递延所得税资产和其他非流动资产构成，2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，上述科目合计占流动资产的比例分别为100.00%、100.00%、100.00%和100.00%。

（1）长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资的构成情况如下：

单位：万元

公司名称	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
艺特珑	1,450.38	1,448.71	1,451.40	1,486.90
维普世	-	646.20	661.00	-
圆石网络	-	-	-	196.93
合计	1,450.38	2,094.91	2,112.40	1,683.83

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司长期股权投资账面价值分别为1,683.83万元、2,112.40万元、2,094.91万元和1,450.38万元，占非流动资产的比例分别为90.43%、81.37%、23.31%和17.34%，全部系对联营企业的投资，均采用权益法核算。

2016年末，公司长期股权投资账面价值为1,683.83万元，主要系：①对联营企业艺特珑的投资本金1,500.00万元，艺特珑成立于2015年12月9日，主要从事移动广告解决方案服务；②对联营企业圆石网络的投资本金200.00万元，圆石网络成立于2016年7月25日，主要从事互联网电商产品APP的研发；③权益法下确认的投资损益-16.17万元。

2017年末，公司长期股权投资较上年末增加428.57万元，主要系：①新增对联营企业维普世的投资本金700.00万元，维普世成立于2014年11月24日，主要从事互联网营销技术的研发；②2017年9月22日，公司召开第三届董事会第十六次会议，审议通过《关于处置对外投资的议案》，由于联营企业圆石网络

业务发展方向改变，经与创始股东深圳圆石传媒有限公司协商，掌众信息拟将持有的 15% 股权全部转让给深圳圆石传媒有限公司，转让价格为 200 万元，上述股权转让已于 2017 年 11 月 1 日办理完成工商变更登记；③权益法下确认的投资损益-79.78 万元。

2018 年末，公司长期股权投资较上年末减少 17.49 万元，均为权益法下确认的投资损益。

2019 年 6 月末，公司长期股权投资较上年末减少 644.53 万元，主要系：① 2019 年 4 月 18 日，公司召开第四届董事会第二次会议，审议通过《关于出售参股公司维普世 7.37% 股权的议案》，为提升公司资产流动性，提高自有资金使用效率，实现股东利益最大化，掌众信息拟将持有的维普世 7.37% 股权以 650 万元的价格转让给自然人郭琳琳。郭琳琳已按照《股权转让协议》的约定于 2019 年 6 月 21 日向掌众信息支付 50% 股权转让款暨 325 万元，并将按照约定于 2020 年 3 月 31 日前支付剩余款项，上述股权转让已于 2019 年 8 月 16 日办理完成工商变更登记；②权益法下确认的投资损益 2.26 万元。

上述联营企业具体情况参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“五、（四）公司参股公司基本情况”。

（2）固定资产

报告期各期末，公司的固定资产构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
一、账面原值	794.63	620.92	464.68	243.91
运输工具	95.73	95.73	95.73	-
电子设备及其他	698.90	525.19	368.95	243.91
二、累计折旧	398.01	328.43	209.02	141.02
运输工具	35.98	24.61	1.88	-
电子设备及其他	362.03	303.82	207.14	141.02
三、账面价值	396.62	292.49	255.66	102.89
运输工具	59.75	71.12	93.86	-
电子设备及其他	336.87	221.38	161.81	102.89
四、成新率	49.91%	47.11%	55.02%	42.18%
运输工具	62.41%	74.29%	98.04%	-

电子设备及其他	48.20%	42.15%	43.86%	42.18%
---------	--------	--------	--------	--------

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司固定资产账面价值分别为 102.89 万元、255.66 万元、292.49 万元和 396.62 万元，占非流动资产的比例分别为 5.53%、9.85%、3.26%和 4.74%，主要为服务器等电子设备。

报告期内，随着公司业务规模的持续扩张，公司固定资产金额逐年上升，均系为配合公司业务发展需要，增购的服务器等电子设备。

（3）递延所得税资产

报告期内各期末，公司递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
资产减值准备	76.21	156.56	94.83	57.15
可抵扣亏损	-	-	133.25	18.16
递延收益	2.05	2.71	-	-
合计	78.26	159.27	228.08	75.32

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司递延所得税资产账面价值分别为 75.32 万元、228.08 万元、159.27 万元和 78.26 万元，占非流动资产的比例分别为 4.04%、8.79%、1.77%和 0.94%，系资产减值准备、可抵扣亏损和递延收益。

（4）其他非流动资产

单位：万元

项目	2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
预付房屋购置款	6,438.77	6,438.77	-	-
合计	6,438.77	6,438.77	-	-

2018 年末和 2019 年 6 月末，公司其他非流动资产均为 6,438.77 万元，占非流动资产的比例分别为 71.66%和 76.98%，全部为预付房屋购置款。

2018 年，公司一级子公司前海视界支付 6,438.77 万元购置位于深圳市南山区前海深港现代服务业合作区的办公用房，套内建筑面积 414.76 平方米，该房产尚未竣工且尚未取得房产证。

（二）负债构成分析

1、负债构成及其变动分析

报告期各期末，公司负债构成具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年6月末		2018年末		2017年末		2016年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	7,907.48	74.74%	4,800.19	62.84%	4,411.99	99.27%	3,811.91	98.07%
非流动负债	2,672.05	25.26%	2,838.32	37.16%	32.36	0.73%	75.11	1.93%
负债总计	10,579.53	100.00%	7,638.51	100.00%	4,444.35	100.00%	3,887.02	100.00%

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司负债总额分别为3,887.02万元、4,444.35万元、7,638.51万元和10,579.53万元，其中流动负债是公司负债构成的主要部分，分别占公司负债总额的98.07%、99.27%、62.84%和74.74%。

2、流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司流动负债具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年6月末		2018年末		2017年末		2016年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	1,330.00	16.82%	-	-	-	-	-	-
应付账款	4,144.95	52.42%	2,827.74	58.91%	2,331.31	52.84%	2,529.61	66.36%
预收款项	1,142.02	14.44%	423.73	8.83%	375.97	8.52%	211.90	5.56%
应付职工薪酬	267.23	3.38%	542.04	11.29%	657.26	14.90%	281.59	7.39%
应交税费	461.48	5.84%	611.29	12.73%	742.24	16.82%	569.44	14.94%
其他应付款	239.90	3.03%	73.49	1.53%	305.21	6.92%	219.37	5.75%
一年内到期的非流动负债	321.90	4.07%	321.90	6.71%	-	-	-	-
流动负债合计	7,907.48	100.00%	4,800.19	100.00%	4,411.99	100.00%	3,811.91	100.00%

公司流动负债主要由短期借款、应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款和一年内到期的非流动负债构成，2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，上述科目合计占流动负债的比例分别为100.00%、100.00%、100.00%和100.00%。

（1）应付账款

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
广告流量采购款	4,144.95	2,827.74	2,331.31	2,529.61
合计	4,144.95	2,827.74	2,331.31	2,529.61

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司应付账款分别为 2,529.61 万元、2,331.31 万元、2,827.74 万元和 4,144.95 万元，占流动负债的比例分别为 66.36%、52.84%、58.91%和 52.42%。

2016 年末、2017 年末和 2018 年末，公司应付账款余额较平稳。

2019 年 6 月末，应付账款较上年末增长 1,317.21 万元，主要系 2019 年上半年，公司为核心客户光大银行上海分行制定了更加多样的营销策略，如新增与上海赤岛科技有限公司、鑫涌算力信息科技（上海）有限公司等供应商的合作，公司与前述供应商按照合同中约定的效果达成情况付费，并根据结算账期形成一定应付账款。

公司信用状况良好，应付账款支付及时，截至 2019 年 6 月末，公司应付账款账龄均在 1 年以内。

截至报告期末，公司应付账款前五名供应商情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占比	账龄
上海赤岛科技有限公司	497.68	12.01%	1 年以内
鑫涌算力信息科技（上海）有限公司	326.30	7.87%	1 年以内
深圳创达通讯科技有限公司	241.94	5.84%	1 年以内
北京新古科技有限公司	233.33	5.63%	1 年以内
北京融七牛信息技术有限公司	196.40	4.74%	1 年以内
合计	1,495.65	36.08%	-

截至报告期末，公司应付款项前五名供应商账面余额占公司应付款项账面余额的比例为 36.08%，均与公司不存在关联关系。

（2）预收款项

单位：万元

项目	2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
信息服务费	1,142.02	423.73	375.97	211.90
合计	1,142.02	423.73	375.97	211.90

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司预收款项分别为 211.90 万元、375.97 万元、423.73 万元和 1,142.02 万元，占流动负债的比例分别为 5.56%、8.52%、8.83%和 14.44%，全部为向客户预收的广告流量充值款。

2019 年 6 月末，预收款项较上年末增长 718.29 万元，主要系公司移动整合

营销业务增长良好，易玩（上海）网络科技有限公司、深圳市微网力合信息技术有限公司等客户在半年度末时点仍有部分预充值金额尚未消耗。

截至报告期末，公司预收款项前五名客户情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占比	账龄
易玩（上海）网络科技有限公司	306.63	26.85%	1年以内
深圳市微网力合信息技术有限公司	288.82	25.29%	1年以内
海南奇遇天下网络科技有限公司	109.08	9.55%	1年以内
深圳市云狮创科网络有限公司	98.23	8.60%	1年以内
北京天桐互动信息技术有限公司	75.00	6.57%	1年以内
合计	877.77	76.86%	-

截至报告期末，公司预收款项前五名客户账面余额占公司预收款项账面余额的比例为 76.86%，均与公司不存在关联关系。

（3）短期借款

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
保证借款	1,330.00	-	-	-
合计	1,330.00	-	-	-

2019年6月末，公司短期借款为 1,330.00 万元，占流动负债的比例为 16.82%，为公司一级子公司掌众信息、二级子公司掌众网络于 2019 年 3 月向招商银行深圳分行借入的保证借款，借款期限为 1 年，主要用于日常经营支出。

（4）应付职工薪酬

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
短期薪酬	266.40	541.14	657.26	281.59
离职后福利—设定提存计划	0.83	0.90	-	-
合计	267.23	542.04	657.26	281.59

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司应付职工薪酬分别为 281.59 万元、657.26 万元、542.04 万元和 267.23 万元，占流动负债的比例分别为 7.39%、14.90%、11.29% 和 3.38%，系各期末已计提未发放的工资、年终奖金和五险一金等费用。

（5）应交税费

报告期各期末，公司应交税费主要由增值税和企业所得税构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年6月末		2018年末		2017年末		2016年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
增值税	376.95	81.68%	501.31	82.01%	459.83	61.95%	450.41	79.10%
企业所得税	57.66	12.49%	65.58	10.73%	255.80	34.46%	86.51	15.19%
个人所得税	9.08	1.97%	8.97	1.47%	-	-	18.34	3.22%
城市维护建设税	5.45	1.18%	15.85	2.59%	6.33	0.85%	8.28	1.45%
教育费附加	2.33	0.51%	6.79	1.11%	2.71	0.37%	3.55	0.62%
地方教育附加	1.56	0.34%	4.53	0.74%	1.81	0.24%	2.36	0.42%
文化建设费	4.16	0.90%	2.57	0.42%	-	-	-	-
印花税	4.29	0.93%	5.69	0.93%	15.76	2.12%	-	-
合计	461.48	100.00%	611.29	100.00%	742.24	100.00%	569.45	100.00%

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司应交税费分别为569.45万元、742.24万元、611.29万元和461.48万元，占流动负债的比例分别为14.94%、16.82%、12.73%和5.84%。

报告期各期末的应交税费均为正常纳税申报期之未缴款，符合相关税收征缴规定。天健会计师对公司报告期的主要税种纳税情况进行了鉴证，并出具了《关于深圳掌众智能科技股份有限公司最近三年及一期主要税种纳税情况的鉴证报告》（天健审[2019]3-422号），认为：“掌众科技管理层编制的《关于最近三年及一期主要税种纳税情况的说明》（2016—2018年度以及2019年1—6月）符合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第29号——首次公开发行股票并在创业板上市申请文件》的规定，如实反映了掌众科技最近三年及一期主要税种纳税情况”。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款情况如下：

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
应付未付费用	234.53	44.44	304.18	152.81
保证金及押金	-	20.00	-	65.00
应付利息	5.35	6.00	-	-

其他	0.02	3.05	1.03	1.55
合计	239.90	73.49	305.21	219.37

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司其他应付款分别为219.37万元、305.21万元、73.49万元和239.90万元，占流动负债的比例分别为5.75%、6.92%、1.53%和3.03%，主要为公司应付未付的广告宣传费、审计费、持续督导费等费用，以及部分客户支付的履约押金保证金。

截至2019年6月末，公司无账龄超过1年的其他应付款。

截至2019年6月末，公司的其他应付款项中无持有本公司5%（含）以上表决权股份的股东单位款项。

（7）一年内到期的非流动负债

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
一年内到期的长期借款	321.90	321.90	-	-
合计	321.90	321.90	-	-

2018年末和2019年6月末，公司一年内到期的非流动负债均为321.90万元，占流动负债的比例分别为6.71%和4.07%，全部为公司一级子公司前海视界于2018年9月20日向招商银行深圳分行借入的质押及保证借款中将于一年内到期的部分，该笔借款期限为十年，用途为支付位于深圳市南山区前海深港现代服务业合作区的办公用房购房款。

3、非流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动负债构成如下：

单位：万元

项目	2019年6月末		2018年末		2017年末		2016年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期借款	2,655.68	99.39%	2,816.63	99.24%	-	-	-	-
递延收益	16.37	0.61%	21.70	0.76%	32.36	100.00%	75.11	100.00%
非流动负债合计	2,672.05	100.00%	2,838.33	100.00%	32.36	100.00%	75.11	100.00%

公司非流动负债主要由长期借款和递延收益构成，2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，上述科目合计占非流动负债的比例分别为100.00%、100.00%、100.00%和100.00%。

（1）长期借款

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
质押及保证借款	2,655.68	2,816.63	-	-
合计	2,655.68	2,816.63	-	-

2018年末和2019年6月末，公司长期借款分别为2,816.63万元和2,655.68万元，占非流动负债的比例分别为99.24%和99.39%，全部为公司一级子公司前海视界于2018年9月20日向招商银行深圳分行借入的质押及保证借款，该笔借款期限为十年，用途为支付位于深圳市南山区前海深港现代服务业合作区的办公用房购房款。

（2）递延收益

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
政府补助	16.37	21.70	32.36	75.11
合计	16.37	21.70	32.36	75.11

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司递延收益分别为75.11万元、32.36万元、21.70万元和16.37万元，全部为政府补助。

（三）偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力指标如下：

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
流动比率（倍）	3.62	4.86	5.40	3.52
速动比率（倍）	3.62	4.86	5.40	3.52
资产负债率（母公司）	8.41%	0.10%	1.93%	0.95%
资产负债率（合并）	28.58%	23.64%	16.83%	25.41%
息税折旧摊销前利润（万元）	4,693.30	8,341.54	6,378.65	4,749.54
利息保障倍数（倍）	39.05	156.87	-	-

注：上述各项指标的计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=(流动资产-存货)/流动负债

资产负债率=负债总额/资产总额×100%

息税折旧摊销前利润=净利润+利息支出+所得税+固定资产折旧+长期待摊和无形资产摊销

利息保障倍数=(利润总额+利息支出)/利息支出

报告期内，公司资产以流动资产为主，流动资产中货币资金和应收账款占比较高。

1、流动资产、速动资产分析

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司流动比率、速动比率均为 3.52、5.40、4.86 和 3.62，反映公司资产流动性较好，短期偿债能力较强。2017 年末，流动比率和速动比率显著上升，主要原因是随着公司业务规模的不断扩大，经营活动产生的现金流量净额增加较多，且公司在 2017 年通过向广发乾和、鸿盈景祥定向发行股票收到 4,500.00 万元，货币资金显著增加；2018 年末，流动比率和速动比率有所下降，主要原因是当年公司购入位于深圳市南山区前海深港现代服务业合作区的办公用房，以及根据 2018 年半年度权益分派方案发放现金股利，导致年末货币资金余额减少；2019 年 6 月末，流动比率和速动比率有所下降，主要原因是公司短期借款和应付账款增加，导致流动负债有所增长。

2、息税折旧摊销前利润分析

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司息税折旧摊销前利润分别为 4,749.54 万元、6,378.65 万元、8,341.54 万元和 4,693.30 万元。报告期内，公司业绩有所增长，盈利能力较强，息税折旧摊销前利润随之增长。

3、利息保障倍数分析

2016 年度和 2017 年度，公司未发生银行借款利息支出。2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司息税折旧摊销前利润远高于所需偿还的借款利息，利息保障倍数处于较高水平，反映出公司偿债能力较强。

4、资产负债率分析

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司资产负债率（合并）分别为 25.41%、16.83%、23.64%和 28.58%，保持在较低水平，反映公司保持了较高的偿债能力，债务风险较低。其中，2017 年度，随着公司业务规模的不断扩大，经营活动产生的现金流量净额增加较多，且公司在 2017 年通过向广发乾和、鸿盈景祥定向发行股票收到 4,500.00 万元，货币资金显著增加，导致资产负债率较上年末有所下降。

整体而言，公司近年来经营业绩良好，偿债能力较强、财务风险较低。

公司偿债指标与可比公司比较情况如下表所示：

项目	可比公司	2019年1-6月/末	2018年度/末	2017年度/末	2016年度/末
----	------	-------------	----------	----------	----------

资产负债率 (合并)	智度股份	24.79%	25.66%	28.06%	28.99%
	每日互动	3.81%	7.25%	6.28%	3.48%
	华扬联众	77.50%	78.38%	74.39%	83.34%
	蓝色光标	51.32%	61.95%	62.08%	64.45%
	可比公司平均值	39.35%	43.31%	42.70%	45.06%
	本公司	28.58%	23.64%	16.83%	25.41%
流动比率(倍)	智度股份	2.38	2.17	2.55	2.88
	每日互动	25.35	12.81	15.03	27.65
	华扬联众	1.24	1.23	1.24	1.08
	蓝色光标	1.20	1.02	1.05	1.04
	可比公司平均值	7.54	4.31	4.97	8.16
	本公司	3.62	4.86	5.40	3.52
速动比率(倍)	智度股份	2.38	2.17	2.55	2.88
	每日互动	25.29	12.78	15.02	27.65
	华扬联众	1.17	1.18	1.21	1.08
	蓝色光标	1.20	1.02	1.05	1.03
	可比公司平均值	7.51	4.29	4.96	8.16
	本公司	3.62	4.86	5.40	3.52

注：上述各项指标的计算公式如下：

资产负债率=负债总额÷资产总额

流动比率=流动资产÷流动负债

速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债

报告期内，公司资产负债率低于可比公司平均水平，流动比率和速动比率高
于除每日互动外的可比公司，整体偿债能力高于行业平均水平。整体而言，公司
近年来经营业绩良好，公司偿债能力较强，财务风险较低。

报告期内，每日互动的资产负债率显著低于同行业可比公司，流动比率和速
动比率显著高于同行业可比公司，主要系每日互动在 2015 年和 2016 年通过股权
融资分别收到股东投入的货币资金 48,556.52 万元和 57,049.00 万元，导致货币资
金余额显著增加，使得流动资产和资产总额大幅提升。

（四）资产周转能力分析

报告期内，本公司资产周转能力相关财务指标如下表所示：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
总资产周转率(次)	1.94	1.90	1.97	1.75

应收账款周转率（次）	7.40	7.29	5.74	3.52
存货周转率（次）	-	-	-	-

注：上述各项指标的计算公式如下：

总资产周转率=营业收入÷[(期初资产总额+期末资产总额)÷2]

应收账款周转率（次）=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率（次）=营业成本/存货平均余额

为增加可比性，2019年1-6月指标在计算时以2倍计算

1、总资产周转率分析

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司总资产周转率分别为1.75、1.97、1.90和1.94，总资产周转率稳中有升，主要系公司业务规模较快增长促使营业收入的增幅大于资产总额的增幅。总资产周转率综合反映了企业全部资产的经营质量和利用效率。公司总资产周转率相对可比公司较高，表明公司资产的整体运营效率较高。

可比上市公司资产周转能力相关财务指标如下表：

单位：次

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
智度股份	1.20	1.03	0.94	0.69
每日互动	0.34	0.50	0.39	0.27
华扬联众	1.62	1.96	1.89	1.97
蓝色光标	1.36	1.37	0.92	0.75
可比公司平均值	1.13	1.21	1.04	0.92
本公司	1.94	1.90	1.97	1.75

2、应收账款周转率分析

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司应收账款周转率分别为3.52、5.74、7.29和7.40。报告期内，公司应收账款周转率稳中有升，主要系公司业务规模较快增长促使营业收入的增幅大于资产总额的增幅。

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，可比公司平均应收账款周转率分别为4.17、4.22、4.08和3.47。2017年以来，公司应收账款周转率与可比公司相比较，表明公司的应收账款周转能力较强。

可比公司应收账款周转能力相关财务指标如下表所示：

单位：次

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
智度股份	4.52	4.55	5.92	5.87

每日互动	3.63	5.33	5.70	5.48
华扬联众	2.12	2.73	2.62	2.53
蓝色光标	3.61	3.70	2.66	2.81
可比公司平均值	3.47	4.08	4.22	4.17
本公司	7.40	7.29	5.74	3.52

（五）所有者权益结构及变动分析

报告期各期末，公司所有者权益的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
股本	14,345.68	14,345.68	14,345.68	13,727.55
资本公积	-7,088.36	-7,088.36	-7,130.44	-10,932.31
库存股	2,567.12			
盈余公积	867.15	867.15	281.52	281.52
未分配利润	20,874.67	16,549.04	14,425.26	8,329.24
归属母公司股东权益合计	26,432.03	24,673.52	21,922.02	11,406.00
少数股东权益	-	-	35.34	1.27
所有者权益合计	26,432.03	24,673.52	21,957.36	11,407.28

1、股本

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司股本分别为13,727.55万元、14,345.68万元、14,345.68万元和14,345.68万元。2017年末，公司股本较上年末增加6,181,318股，系因公司于2017年10月向广发乾和、鸿盈景祥定向发行3,708,791股、2,472,527股，发行价格为7.28元/股，募集资金总额为4,500万元，出资形式为货币，上述增资实缴情况已经江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》（苏公W[2017]B1146号）予以验证确认。

公司分别于2019年7月12日、2019年8月1日召开第四届董事会第五次会议和2019年第五次临时股东大会，审议通过《关于变更回购股份用途暨注销股份》等议案，同意因相关股权激励实施细则尚未出台，股份回购完成后短期内无法实施股权激励，故对已回购股份5,000,000股的用途进行调整，由原计划“用于公司管理层和员工股权激励”变更为“本次回购的股份将用于注销以减少注册资本”，上述库存股已于2019年9月26日完成注销，注销后公司股本由143,456,831股变更为138,456,831股。

2、资本公积

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
资本公积	-7,088.36	-7,088.36	-7,130.44	-10,932.31
合计	-7,088.36	-7,088.36	-7,130.44	-10,932.31

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司资本公积分别为-10,932.31万元、-7,130.44万元、-7,088.36万元和-7,088.36万元。

2016年末，公司资本公积为负数，主要受2015年公司重大资产重组影响，根据《企业会计准则》、《关于非上市公司购买上市公司股权实现间接上市会计处理的复函》等相关规定，该次重大资产重组构成反向购买，企业合并成本与取得被购买方（即股转系统挂牌主体）可辨认净资产公允价值的差额冲减合并层面资本公积（股本溢价）。该次重大资产重组的具体情况参见本招股说明书“第五节 公司基本情况”之“三、公司重大资产重组情况”，本次重大资产重组实施后，公司在2015年末的资本公积为-10,932.31万元。

2017年末，公司资本公积较上年末增加3,801.87万元，系当年公司向广发乾和、鸿盈景祥定向发行股票的股本溢价。

2018年末，公司资本公积较上年末增加42.08万元，系当年收购二级子公司亿达传媒公司少数股份导致，公司将支付对价与按取得股权比例计算的子公司净资产份额的差额计入股本溢价。

3、库存股

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司库存股分别为0万元、0万元、0万元和2,567.12万元。

2019年3月18日，公司召开2019年第三次临时股东大会，审议通过《关于竞价转让方式回购公司股份的议案》，同意为了促进公司更好的发展、进一步完善公司激励机制、增强投资者信心，拟以自有资金回购部分股份用于公司管理层和员工股权激励。截至2019年5月6日，公司通过回购股份专用证券账户，以竞价转让方式累计回购股份数量5,000,000股，回购股份价格均为5.13元/股，使用资金总额2,565万元，回购股份数量及回购金额达到最高限额，回购方案实施完毕。

2019年8月1日，公司召开2019年第五次临时股东大会，审议通过《关于

变更回购股份用途暨注销股份的议案》，同意对回购股份的用途进行调整，由原计划“用于公司管理层和员工股权激励”变更为“用于注销以减少注册资本”。本次回购股份用途的变更，系由于相关实施细则尚未出台，而导致公司员工股权激励计划无法实施，为避免公司所持库存股对公司股权稳定性产生不利影响，根据《公司法》以及《公司章程》的规定，公司通过变更回购股份用途的方式将其予以注销。上述库存股已于2019年9月26日完成注销，注销后公司库存股变为0万元。

4、盈余公积

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
法定盈余公积	867.15	867.15	281.52	281.52
合计	867.15	867.15	281.52	281.52

2018年末，公司盈余公积较上年末增加585.63万元，系按母公司实现净利润的10%计提的法定盈余公积。

5、未分配利润

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
期初未分配利润	16,549.04	14,425.26	8,329.24	3,706.45
加：本期归属于母公司股东的净利润	4,325.63	7,730.41	6,096.01	4,622.80
减：提取法定盈余公积	-	585.63	-	-
应付普通股股利	-	5,020.99	-	-
期末未分配利润	20,874.67	16,549.04	14,425.26	8,329.24

2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末，公司未分配利润分别为8,329.24万元、14,425.26万元、16,549.04万元和20,874.67万元，其金额变动受当期归属于母公司股东的净利润、提取法定盈余公积和应付普通股股利影响。

十五、盈利能力分析

报告期内，公司经营情况良好，业务规模持续扩大，营业收入和扣非后利润呈逐年大幅增长趋势，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
一、营业总收入	33,635.40	55,798.71	41,030.77	23,365.56

其中：营业成本	26,008.37	42,117.86	29,368.34	15,796.90
税金及附加	102.65	189.18	139.53	57.49
销售费用	890.08	1,575.06	1,465.61	822.44
管理费用	689.45	952.06	1,368.50	800.08
研发费用	1,728.92	3,030.80	2,412.13	982.01
财务费用	107.99	16.94	-10.69	-9.39
资产减值损失	-	-305.87	-58.52	-299.97
信用减值损失	-148.51	-	-	-
加：其他收益	429.47	325.97	101.19	-
投资收益	132.22	228.86	-19.70	-110.67
二、营业利润	4,521.12	8,165.77	6,310.30	4,505.38
加：营业外收入	0.17	3.97	0.75	182.79
减：营业外支出	15.97	0.02	0.40	0.10
三、利润总额	4,505.32	8,169.72	6,310.65	4,688.07
减：所得税费用	179.70	432.57	180.57	64.00
四、净利润	4,325.63	7,737.15	6,130.08	4,624.07

（一）营业收入分析

1、营业收入构成及变动分析

报告期内，公司营业收入具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	33,635.40	100.00%	55,798.71	100.00%	41,030.77	100.00%	23,365.56	100.00%
其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	33,635.40	100.00%	55,798.71	100.00%	41,030.77	100.00%	23,365.56	100.00%

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月公司营业收入分别为23,365.56万元、41,030.77万元、55,798.71万元和33,635.40万元，全部来自于主营业务移动数字营销服务。2016年至2018年，主营业务收入的年度复合增长率为54.53%，增速较快。

报告期内，公司的营业收入呈增长趋势的原因如下：

（1）移动营销市场的快速发展为公司的业绩增长提供了良好的市场基础，广告主将营销预算越来越多地投入到移动互联网渠道。在移动网络用户规模不断

扩大、智能终端设备的普及、网络环境日趋完善及移动互联网应用场景日益丰富的共同作用下，移动互联网接入流量呈现爆发式增长，2018年，移动互联网接入流量达711.1亿GB，较2017年增长189%，为移动互联网营销提供了广泛而坚实的受众基础，显著提升了移动互联网的媒体价值，各类广告主通过移动终端进行广告推广的需求愈加强烈，广告主对移动营销认可度的不断提升，我国移动营销市场规模快速扩张，公司在此领域的发展具备广阔的市场基础。

（2）公司在技术积累、流量渠道资源及跨行业客群整合、移动数字营销综合运营服务能力等方面具有优势。公司成立以来，始终秉持“为客户创造价值”的经营理念，搭建移动媒体与广告主的桥梁，实现广告主与移动媒体的有效连接，积累了深厚的移动媒体资源与广告主资源。公司以程序化广告交易技术和精准运营为核心驱动力，有效降低了广告主与移动媒体双方在移动数字营销过程中的交易成本，获得了更多广告主对公司广告投放效果的认可，是报告期内公司收入增长的重要因素。

2、主营业务收入按业务类别分析

报告期内，公司主营业务收入包括移动广告程序化交易业务收入和移动整合营销业务收入，其具体构成如下：

单位：万元

营业收入	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
移动广告程序化交易业务	9,060.56	26.94%	15,475.90	27.74%	11,570.84	28.20%	5,148.69	22.04%
移动整合营销业务	24,574.85	73.06%	40,322.81	72.26%	29,459.93	71.80%	18,216.87	77.96%
其中：个性化服务	6,333.81	18.83%	18,347.02	32.88%	16,392.43	39.95%	11,840.43	50.67%
标准化服务	18,241.04	54.23%	21,975.79	39.38%	13,067.50	31.85%	6,376.44	27.29%
合计	33,635.40	100.00%	55,798.71	100.00%	41,030.77	100.00%	23,365.56	100.00%

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，移动广告程序化交易业务收入占比分别为22.04%、28.20%、27.74%和26.94%；移动整合营销业务收入占比分别为77.96%、71.80%、72.26%和73.06%，两类业务的收入占比均保持在较稳定的水平，两类业务共同驱动公司整体收入增长。

（1）移动广告程序化交易业务

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司移动广告程序化交

易业务收入分别为 5,148.69 万元、11,570.84 万元、15,475.90 万元和 9,060.56 万元。2017 年度和 2018 年度，移动广告程序化交易业务收入分别较上年增加 6,422.15 万元和 3,905.05 万元，同比分别增长 124.73% 和 33.75%。

报告期内，移动广告程序化交易业务收入增长的主要原因如下：

①在广告主方面，移动程序化广告业务需求持续快速增长。受广告主将更多营销预算投向移动媒体的驱动，百度联盟、Adview 等 DSP 广告主对于移动端流量资源的需求持续增长，DSP 广告主更青睐通过程序化交易购买流量资源，这奠定了公司移动广告程序化交易业务收入持续增长的基础。公司 2017 年以前主要向文娱类、电商类等行业直客提供移动广告程序化交易服务，于 2017 年 2 月开始通过接入 DSP 广告主开展业务，并与众多头部 DSP 平台（如百度联盟、Adview 等）建立合作关系，DSP 广告主汇聚了众多广告主的移动营销投放需求，大大提升了广告投放与交易效率，公司获客能力提升，公司移动广告程序化交易业务收入快速增长。

②在媒体方面，公司不断拓展与移动应用开发者等中长尾流量渠道商的合作实现流量资源的持续拓宽，智能终端设备数量在报告期内呈现增长趋势。

③在技术方面，公司不断升级其移动广告平台，对相关技术模块进行一系列升级，在实时竞价、效果优化、反作弊等方面进行提升，提升公司广告平台业务的自动化技术水平，持续优化广告投放效果，促进了移动程序化广告交易业务收入增长。

（2）移动整合营销业务

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司移动整合营销业务收入分别为 18,216.87 万元、29,459.93 万元、40,322.81 万元和 24,574.85 万元。2017 年度和 2018 年度，移动整合营销收入分别较上年增加 11,243.05 万元和 10,862.88 万元，同比分别增长 61.72% 和 36.87%。

报告期内，移动整合营销收入增长的主要原因如下：

①在广告主方面，公司坚持以效果为导向，基于自身的行业积累不断整合优质媒体资源，与国内的金融类、文娱类、电商类等行业广告主建立广泛的合作关系，在原有客户的基础上新增优质金融行业客户光大银行、浦发银行、民生银行等，且在报告期内保持持续合作的态势，前述优质金融行业客户复购次数高，客

户对公司广告投放效果的认可推动移动整合营销收入不断增长。

②在媒体方面，经过多年的业务拓展，公司与今日头条、百度、腾讯、VIVO、OPPO 等多家头部媒体或其代理商保持稳定的合作关系，丰富的优质移动端流量资源与多元化移动媒体投放经验使得公司可为广告主提供更有效的营销方案，显著增加了公司服务对广告主的吸引力，对移动整合营销业务收入的提升起到积极作用。

③在服务和运营能力方面，相较于移动广告程序化交易业务，移动整合营销业务更聚焦于服务广告主，按照广告主客户需求提供“需求确认、用户洞察、内容创意、广告投放、数据分析、运营优化、效果达成等环节服务”。由于媒体存在受众群体、场景等差异，公司提供的整合服务可为广告主节省在媒体筛选、对接、投放等方面的时间与成本，以高效满足广告主的定制化需求。此外，销售团队稳定性较高、客户资源积累丰富、业界口碑较好等因素提升了业务拓展的稳定性以及客户复购次数，从而促进了移动整合营销业务的快速发展。

3、报告期前五名客户

参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司销售情况和主要客户”。

（二）营业成本分析

1、主营业成本构成及变动分析

报告期内，公司营业成本具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	26,008.37	100.00%	42,117.86	100.00%	29,368.34	100.00%	15,796.90	100.00%
其他业务成本	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	26,008.37	100.00%	42,117.86	100.00%	29,368.34	100.00%	15,796.90	100.00%

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司营业成本分别为15,796.90万元、29,368.34万元、42,117.86万元和26,008.37万元，均为开展主营业务产生的成本。2016年至2018年，主营业务成本的年度复合增长率为63.29%。随着公司业务的快速发展，主营业务成本也相应增加。公司主营业务成本主要为采买的移动互联网端的广告流量资源，具体可分为头部媒体流量资源与

中长尾流量资源两类。随着公司收入规模的快速增长，广告流量采买费用也相应增加。

头部媒体流量资源的广告受众覆盖面广，报告期内公司采购的头部媒体资源包括但不限于今日头条、微信小程序、百度等信息流广告流量资源以及腾讯应用宝、VIVO 应用商店等移动应用商店广告流量资源。

移动互联网应用场景日益丰富，中长尾流量资源投放价值得以不断被发掘。移动应用开发者等中长尾流量渠道商受到其资金及运营实力的限制，对广告主议价能力弱；且不具备相应的广告技术储备与运营经验去对接不同的 DSP 广告主或其他客户。公司凭借程序化广告交易技术和精准运营能力，与移动应用开发者等中长尾流量渠道商签署合作协议，约定将该部分中长尾流量资源接入自建的移动广告平台。公司通常对中长尾流量资源有较强的主动运营能力，继而可更及时地制定广告策略并执行。

2、主营业务成本按业务类别分析

单位：万元

业务类别	项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
移动广告程序化交易业务	流量采买成本	2,573.87	9.90%	5,012.96	11.90%	3,397.55	11.57%	2,616.86	16.57%
	运营服务成本	-	-	471.70	1.12%	-	-	-	-
	小计	2,573.87	9.90%	5,484.65	13.02%	3,397.55	11.57%	2,616.86	16.57%
移动整合营销业务	流量采买成本	23,434.51	90.10%	36,633.21	86.98%	25,970.79	88.43%	13,180.05	83.43%
其中：个性化服务	流量采买成本	5,549.13	21.34%	15,391.60	36.54%	13,563.38	46.18%	7,580.36	47.99%
标准服务	流量采买成本	17,885.38	68.77%	21,241.61	50.43%	12,407.41	42.25%	5,599.68	35.45%
合计		26,008.37	100.00%	42,117.86	100.00%	29,368.34	100.00%	15,796.90	100.00%

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，移动广告程序化交易成本占比分别为16.57%、11.57%、13.02%和9.90%；移动整合营销业务成本占比分别为83.43%、88.43%、86.98%和90.10%，两类业务的成本构成均主要为采买的移动互联网端的广告流量资源。

(1) 移动广告程序化交易业务

移动广告程序化交易业务主要通过采买中长尾流量开展业务，移动应用开发者等中长尾流量渠道商受到其资金及运营实力的限制，对广告主议价能力弱；且不具备相应的广告技术储备与运营经验去对接不同的 DSP 广告主或其他客户。公司凭借程序化广告交易技术和精准运营能力，与移动应用开发者等中长尾流量渠道商签署合作协议，约定将该部分中长尾流量资源接入自建的移动广告平台。公司通常对中长尾流量资源有较强的主动运营能力，继而可更及时地制定广告策略并执行，从而为客户带来良好效益。此外，公司还因接受与业务平台直接相关的系统运营服务产生少量成本。

（2）移动整合营销业务

移动整合营销业务主要通过采买头部媒体流量开展业务，头部媒体流量资源的广告受众覆盖面广，报告期内公司采购的头部媒体资源包括但不限于今日头条、微信小程序、百度等信息流广告流量资源以及腾讯应用宝、VIVO 应用商店等移动应用商店广告流量资源。移动互联网广告流量资源的市场热点随着移动互联网用户的体验和取向动态改变，公司会跟随市场热点的变化，适时调整广告流量资源采购内容。2017 年度，公司加大对移动应用 WiFi 万能钥匙流量资源的采购；2018 年度，公司加大对今日头条流量资源的采购；2019 年 1-6 月，公司加大对微信公众平台、广点通等流量资源的采购。

3、报告期前五名供应商

参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、公司采购情况和主要供应商”。

（三）毛利率分析

1、主营业务毛利分析

报告期内，公司毛利全部来自于主营业务，主营业务毛利的具体构成如下：

单位：万元

毛利	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
移动广告程序化交易业务	6,486.69	85.05%	9,991.24	73.03%	8,173.30	70.08%	2,531.83	33.45%
移动整合营销业务	1,140.34	14.95%	3,689.60	26.97%	3,489.13	29.92%	5,036.82	66.55%
其中：个性化服务	784.68	10.29%	2,955.42	21.60%	2,829.04	24.26%	4,260.06	56.29%
标准化服务	355.66	4.66%	734.18	5.37%	660.09	5.66%	776.76	10.26%

合计	7,627.03	100.00%	13,680.84	100.00%	11,662.43	100.00%	7,568.65	100.00%
----	----------	---------	-----------	---------	-----------	---------	----------	---------

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司毛利分别为 7,568.65 万元、11,662.43 万元、13,680.84 万元和 7,627.03 万元，呈上升趋势。其中，移动广告程序化交易业务毛利占比分别为 33.45%、70.08%、73.03%和 85.05%，是公司最主要的利润来源。

2、主营业务毛利率分析

报告期内，公司按业务类别划分的毛利率及其变动情况如下：

业务类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率	变动
移动广告程序化交易业务	71.59%	7.03%	64.56%	-6.08%	70.64%	21.46%	49.17%	-
移动整合营销业务	4.64%	-4.51%	9.15%	-2.69%	11.84%	-15.81%	27.65%	-
其中：个性化服务	12.39%	-3.72%	16.11%	-1.15%	17.26%	-18.72%	35.98%	-
标准化服务	1.95%	-1.39%	3.34%	-1.71%	5.05%	-7.13%	12.18%	-
合计	22.68%	-1.84%	24.52%	-3.91%	28.42%	-3.97%	32.39%	-

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司的综合毛利率分别为 32.39%、28.42%、24.52%和 22.68%。公司的综合毛利率有所下降的主要原因为毛利率水平相对较低的移动整合营销业务收入增长较快所致。

（1）移动广告程序化交易业务

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，移动广告程序化交易的毛利率分别为 49.17%、70.64%、64.56%和 71.59%。毛利率水平高于移动整合营销业务的主要原因为：公司主要合作媒体流量供应商为移动应用开发者、中长尾流量渠道商，该类供应商受到其资金及运营实力的限制，对广告主议价能力弱，且广告技术储备薄弱难以直接对接 DSP 广告主和广告交易平台。公司通过相应的程序化广告交易技术将该部分中长尾流量资源接入自建的移动广告平台，并建立的紧密业务联系，公司通常对中长尾流量资源有较强的主动运营能力，继而可更及时地制定广告策略并执行。此外，公司自建的移动广告平台与 DSP 广告主连接后通过竞价的方式销售该部分广告位，实现中长尾流量资源价值变现最大化，因此该类业务毛利率较高，系公司主要利润来源。

2017 年，移动广告程序化交易的毛利率从 49.17%上升至 70.64%，该业务毛利率大幅上升的原因为公司自 2017 年起接入如百度联盟、AdView 等 DSP 广告

主，DSP 广告主高效对接海量广告主需求，DSP 广告主能够通过竞价方式采买公司自有移动广告平台连接的流量资源，提高了广告变现效率，促进移动广告程序化交易业务毛利率的提升。

2018 年，移动广告程序化交易的毛利率下降 6.08%，主要原因为公司在 2017 年进行广告程序化交易平台研发升级，为确保升级后的平台上线运营顺利，于当年聘请专业系统运维公司提供为期一年的运维和运营服务，形成 471.70 万元运营服务成本。该项成本对于毛利率影响为 3.05%，剔除该影响后毛利率为 67.61%。

2019 年 1-6 月，移动广告程序化交易的毛利率为 71.59%，恢复到与 2017 年的毛利率相当的水平。

（2）移动整合营销业务

广告主存在不同深度的营销需求，公司可提供个性化服务与标准化服务。

报告期内，按服务类型划分的移动整合营销业务的毛利率变动情况如下：

服务类型	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
个性化服务	12.39%	25.77%	16.11%	45.50%	17.26%	55.64%	35.98%	65.00%
标准化服务	1.95%	74.23%	3.34%	54.50%	5.05%	44.36%	12.18%	35.00%
合计	4.64%	100.00%	9.15%	100.00%	11.84%	100.00%	27.65%	100.00%

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，移动整合营销业务毛利率分别为 27.65%、11.84%、9.15%和 4.64%，其中，个性化服务毛利率分别为 35.98%、17.26%、16.11%和 12.39%，标准化服务毛利率分别为 12.18%、5.05%、3.34%和 1.95%。个性化服务的毛利率高于标准化服务的毛利率，主要原因系个性化服务在涵盖移动整合营销业务从需求确认到效果达成等服务环节的基础上提供更加个性化的增值服务，公司主要为中国平安、光大银行、浦发银行等国内大型金融机构广告主的产品推广提供个性化服务。

报告期内，公司移动整合营销业务毛利率整体呈下降趋势，一方面系受收入结构变化影响，即毛利率较低的标准化服务收入占比在报告期内提升的影响；另一方面，移动流量资源成本呈上升趋势，个性化服务与标准化服务的毛利率整体呈下降趋势。

2017 年，移动整合营销业务毛利率较 2016 年有一定幅度下降，一方面系受收入结构变化影响，即毛利率较低的标准化服务收入占比由 35.00%上升至

44.36%所致；另一方面系受个性化服务毛利率从 35.98% 下降至 17.26% 所致，具体原因为：A、2016 年度，公司主要为中国平安旗下多个产品的推广提供个性化服务；2017 年度，中国平安旗下的平安普惠产品毛利率下降，系受中国平安调整营销预算影响，合同约定的季度收益分成比例较 2016 年同期下降约 50%；B、2017 年，公司在个性化服务领域重点布局信用卡推广市场，新增光大银行等重点金融行业客户，该项产品推广的毛利率低于 2016 年个性化服务毛利率水平，主要原因是信用卡产品及其营销策略与公司 2016 年推广的中国平安旗下平安普惠、平安好医生等产品的性质及相应的营销策略存在差异。

2018 年，移动整合营销业务毛利率较 2017 年有所下降，主要系受收入结构变化影响，即毛利率较低的标准化服务收入占比由 44.36% 上升至 54.50% 所致；此外，2018 年起，公司为进一步拓宽移动流量资源类型，丰富广告主对多元化媒体投放的需求，除了自公司已取得核心/一级代理权的媒体流量资源直接采买以外，还逐渐加大通过广告代理商采买头部媒体流量资源的比例，一定程度上压缩了毛利率空间。2018 年度，个性化服务毛利率稳定，基于公司为光大银行信用卡推广提供个性化服务积累的服务经验与行业口碑，公司进一步开拓了民生银行、浦发银行等知名金融机构的信用卡推广服务。

2019 年 1-6 年，移动整合营销业务毛利率较 2018 年有所下降，一方面系受收入结构变化影响，即毛利率较低的标准化服务收入占比由 54.50% 上升至 74.23%；另一方面，公司进一步加大通过广告代理商采买头部媒体流量资源的比例，毛利率有所压缩。

此外，近年来，头部媒体流量资源成本持续上升也是标准化服务毛利率下降的重要因素。公司提供标准化服务有助于强化公司与移动数字营销产业上下游的合作关系，亦有助于累积实际运营数据继而优化提升综合服务能力，并提升公司在行业内的品牌知名度。截至本招股说明书签署日，公司与今日头条、百度、腾讯、VIVO、OPPO 等多家头部媒体或其代理商保持稳定的合作关系。

3、同行业可比公司毛利率对比分析

目前国内外上市公司尚无与公司服务类别和商业模式完全相同的上市公司，为了便于比较，公司选取了主营业务涉及数字营销的公司为同行业可比公司。选取的可比公司情况如下：

公司名称	主营业务
每日互动	公司是一家基于大数据的移动互联网综合服务提供商，主要利用大数据能力提供面向移动应用开发者的技术服务、面向广告主的移动互联网营销服务，以及面向其他垂直领域客户的数据服务。
智度股份	公司是一家致力于互联网搜索、大数据、AI 技术等领域，开发并提供大量基于互联网的产品与服务，主营业务为第三方搜索流量入口业务、移动广告联盟业务和数字营销业务。
华扬联众	公司作为互联网广告服务提供商，专注于为客户提供互联网及数字媒体领域全方位服务，致力于提供跨媒体领域的整合营销服务，华扬联众为国内外各行业领先客户提供整合解决方案。
蓝色光标	公司是一家致力于为大型企业提供综合品牌管理与营销服务的营销传播集团，其服务不仅涵盖广告和公关领域，更可为客户提供全套营销解决方案及服务。

公司主营业务毛利率与可比上市公司对比情况如下：

（1）移动广告程序化交易业务

公司移动广告程序化交易业务与每日互动的移动互联网营销服务较可比，其中均采取技术方式对接流量媒体/渠道，亦使用竞价模式撮合广告主与移动应用开发者等将流量资源变现；最近三年，仅考虑广告流量成本情况下的每日互动移动互联网营销业务平均毛利率为 64.77%，而同期掌众科技平均毛利率为 61.46%，两公司毛利率较为接近，不存在重大差异。每日互动该类业务的毛利率亦维持在较高水平，公司移动广告程序化交易业务毛利率较高存在行业背景，具有合理性。

股票代码	公司名称	业务名称	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
300766.SZ	每日互动	移动互联网营销服务/数据服务—增长服务	66.92%	48.98%	63.20%	55.10%
		移动互联网营销服务/数据服务—增长服务（仅考虑流量采购成本的测算毛利率）	-	56.15%	71.71%	66.46%
	掌众科技	移动广告程序化交易业务	71.59%	64.56%	70.64%	49.17%

*注 1：每日互动于 2019 年 3 月上市，其 2016 年—2018 年数据采集于招股说明书，为增加可比性，成本仅考虑媒体流量。

*注 2：每日互动 2019 年 1-6 月数据采集于 2019 年半年度报告。2019 年半年度报告起，每日互动可比业务披露口径变更为“数据服务—增长服务”，该业务成本包括媒体流量、技术服务费、折旧费等，无法测算仅考虑流量采购成本的毛利率。

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司移动广告程序化交易的毛利率分别为 49.17%、70.64%、64.56% 和 71.59%。

公司移动广告程序化交易业务与每日互动的“移动互联网营销服务”（2019 年半年度起，披露口径变更为“数据服务—增长服务”）较可比，二者均采取技术

方式对接流量媒体/渠道，亦使用竞价模式撮合广告主与移动应用开发者等将流量资源变现；最近三年，仅考虑广告流量成本情况下的每日互动移动互联网营销业务平均毛利率为 64.77%，而同期掌众科技可比业务平均毛利率为 61.46%，两公司可比业务毛利率较为接近，不存在重大差异。如上所述，每日互动该类业务的毛利率亦维持在较高水平，公司移动广告程序化交易业务毛利率较高存在行业背景，具有合理性。

（2）移动整合营销业务

股票代码	公司名称	业务名称	2019年 1-6月	2018年	2017年	2016年
000676.SZ	智度股份	数字营销业务	4.80%	4.73%	3.63%	-
603825.SH	华扬联众	互联网广告服务	-	11.90%	-	-
		广告投放代理	-	-	9.45%	9.65%
		广告策划与制作	-	-	52.03%	56.45%
		小计	-	11.90%	11.70%	12.56%
300058.SZ	蓝色光标	公共关系咨询服务、广告投放和 活动整合营销	10.40%	11.72%	18.20%	21.66%
掌众科技	移动整合营销业务		4.64%	9.15%	11.84%	27.65%
	其中：个性化服务		12.39%	16.11%	17.26%	35.98%
	标准化服务		1.95%	3.34%	5.05%	12.18%

移动整合营销业务的主要经营内容，是在与头部媒体或其代理商保持稳定合作关系的基础上，为广告主客户提供基于市场标准化媒体流量资源的媒体流量投放代理服务及标准化营销推广方案（标准化服务），并在此基础上开展进一步增值推广服务（个性化服务），参与市场竞争的技术门槛较低，取得市场竞争优势更多倚赖多年积累的上下游链条资源和综合服务运营能力，故其毛利率与以程序化交易、实时竞价等技术驱动的移动广告程序化交易业务相比，毛利率偏低，报告期内，同行业可比公司该类业务的毛利率均为在 20% 以内，且根据提供服务深度的不同呈现出一定差异。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

销售费用	890.08	26.05%	1,575.06	28.25%	1,465.61	27.99%	822.44	31.69%
管理费用	689.45	20.18%	952.06	17.08%	1,368.50	26.14%	800.08	30.83%
研发费用	1,728.92	50.61%	3,030.80	54.37%	2,412.13	46.07%	982.01	37.84%
财务费用	107.99	3.16%	16.94	0.30%	-10.69	-0.20%	-9.39	-0.36%
合计	3,416.44	100.00%	5,574.86	100.00%	5,235.55	100.00%	2,595.14	100.00%

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司期间费用合计分别为 2,595.14 万元、5,235.55 万元、5,574.86 万元和 3,416.44 万元，期间费用率分别为 11.11%、12.76%、9.99% 和 10.16%。报告期内公司处于快速成长期，随着业务规模的拓展，公司的营业收入逐年递增，期间费用总额相应增长。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
薪酬及福利	461.30	51.83%	775.23	49.22%	696.55	47.53%	668.11	81.24%
广告宣传费	358.49	40.28%	662.03	42.03%	680.09	46.40%	48.93	5.95%
招待费	30.96	3.48%	69.90	4.44%	39.94	2.73%	36.57	4.45%
差旅费及会务费	26.59	2.99%	43.81	2.78%	36.34	2.48%	35.73	4.34%
办公费	10.05	1.13%	18.64	1.18%	6.10	0.42%	30.33	3.69%
折旧与摊销	2.69	0.30%	5.45	0.35%	5.39	0.37%	2.73	0.33%
其他	0.00	0.00%	0.00	0.00%	1.20	0.08%	0.04	0.00%
合计	890.08	100.00%	1,575.06	100.00%	1,465.61	100.00%	822.44	100.00%

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司销售费用分别为 822.44 万元、1,465.61 万元、1,575.06 万元和 890.08 万元，占营业收入的比例分别为 3.52%、3.57%、2.82% 及 2.65%。

随着公司业务规模和营业收入的增长，公司的销售费用呈增加趋势，2017 年度和 2018 年度，销售费用分别较上年增长 78.20% 和 7.47%，呈逐年增加趋势。

报告期内，公司销售费用主要由薪酬及福利、广告宣传费构成，具体情况如下：

(1) 人力成本

公司销售费用中的人力成本主要为销售人员的工资、社保、住房公积金和奖金等。

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司销售费用中的职工

薪酬分别为 668.11 万元、696.55 万元、775.23 万元和 461.30 万元，占销售费用的比例分别为 81.24%、47.53%、49.22%和 51.83%。报告期内，销售费用的人力成本呈上升趋势，主要是报告期内，公司为业务拓展加大营销投入，销售人员的数量有所增加导致。

（2）广告宣传费

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司销售费用中的广告宣传费分别为 48.93 万元、680.09 万元、662.03 万元和 358.49 万元，占销售费用的比例分别为 5.95%、46.40%、42.03%和 40.28%。

随着公司经营规模的不断增长，公司自 2017 年起加大了在广告形象宣传方面的投入，接受的服务内容包括官方网站建设与维护、自媒体建设与运营、公关新闻撰写与发布、舆情监测、市场活动等。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
薪酬及福利	294.10	42.66%	519.45	54.56%	636.68	46.52%	372.45	46.55%
中介及服务费用	213.35	30.94%	167.49	17.59%	415.98	30.40%	197.42	24.68%
办公费	72.80	10.56%	103.99	10.92%	93.85	6.86%	109.26	13.66%
租赁及物管费	24.83	3.60%	42.47	4.46%	36.71	2.68%	41.62	5.20%
招待费	22.30	3.23%	45.28	4.76%	35.53	2.60%	15.82	1.98%
折旧与摊销	16.24	2.36%	34.32	3.61%	15.02	1.10%	10.90	1.36%
差旅费及会务费	16.21	2.35%	28.86	3.03%	67.42	4.93%	48.08	6.01%
其他	29.61	4.29%	10.19	1.07%	67.32	4.92%	4.54	0.57%
合计	689.44	100.00%	952.05	100.00%	1,368.51	100.00%	800.09	100.00%

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司管理费用分别为 800.09 万元、1,368.51 万元、952.05 万元和 689.44 万元，占营业收入的比例分别为 3.42%、3.34%、1.71%和 2.05%。

报告期内，公司管理费用主要由薪酬及福利、中介及服务费用构成，具体情况如下：

（1）薪酬及福利

公司管理费用中的薪酬及福利主要为管理部门员工的工资、社保、住房公积

金和奖金等。

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司管理费用中的薪酬及福利分别为 372.45 万元、636.68 万元、519.45 万元和 294.10 万元，占管理费用的比例分别为 46.55%、46.52%、54.56% 和 42.66%。

2017 年，公司管理费用中的薪酬及福利较上年末增加 264.23 万元，主要原因为：①2017 年度发行人收到当期个税返还款 69.98 万元，并将其作为对财务人员的薪酬奖励发放，并计入管理人员薪酬；②公司 2017 年度业绩实现情况显著高于年初规划，相应计提了较多超额年终奖金。

2018 年，公司管理费用中的人力成本较上年末减少 117.23 万元，主要原因为虽然公司 2018 年度业绩持续增长，但较年初规划超额完成比例小于 2017 年度，相应计提的年终奖金略少于 2017 年。

（2）中介及服务费

公司管理费用中的中介及服务费主要为支付给律师、财务顾问等中介的咨询服务费用。

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司管理费用中的办公及中介费用分别为 197.42 万元、415.98 万元、167.49 万元和 213.35 万元，占管理费用的比例分别为 24.68%、30.40%、17.59% 和 30.94%。

2017 年，办公及中介费用同比增加 218.56 万元，主要系深圳市飞马创富投资顾问有限公司担任公司 2017 年定向发行股票的财务顾问，公司在当期确认了 225.00 万元中介费。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
薪酬及福利	1,191.38	68.91%	2,140.32	70.62%	1,656.96	68.69%	593.56	60.44%
直接研发投入	320.00	18.51%	518.30	17.10%	519.80	21.55%	157.57	16.05%
租赁及物管费	139.41	8.06%	249.23	8.22%	165.22	6.85%	137.02	13.95%
折旧及摊销费	50.65	2.93%	79.64	2.63%	47.58	1.97%	47.85	4.87%
办公及差旅费	27.48	1.59%	43.31	1.43%	22.57	0.94%	46.02	4.69%
合计	1,728.92	100.00%	3,030.80	100.00%	2,412.13	100.00%	982.01	100.00%

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司研发费用分别为

982.02 万元、2,412.13 万元、3,030.80 万元和 1,728.92 万元，占营业收入的比例分别为 4.20%、5.88%、5.43%和 5.14%。报告期内研发费用不断增长，主要原因系公司为适应移动数字营销服务智能化趋势，不断加大对程序化广告交易平台等方面的技术和人力投入。

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，研发费用中的薪酬及福利分别为 593.56 万元、1,656.96 万元、2,140.32 万元和 1,191.38 万元，占研发费用的比例分别为 60.44%、68.69%、70.62%和 68.91%。报告期内研发费用中的薪酬及福利持续上升，主要系研发人员数量不断增加，并且人均薪酬逐年上升所致。

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，研发费用中的直接研发投入分别为 157.57 万元、519.80 万元、518.30 万元和 320.00 万元，占研发费用的比例分别为 16.05%、21.55%、17.10%和 18.51%，主要为服务器托管、云空间租赁、小额测试设备购置以及合作研发等内容。2017 年同比增幅较大，主要系当年聘请专业技术顾问团队为公司广告程序化交易平台提供研发升级服务，相应产生了 270 万元委外合作研发费用；2018 年和 2019 年 1-6 月，直接研发投入呈增长趋势，主要系公司广告程序化交易平台整体升级后，为开展更高频度的研发活动提供了基础，用于处理相应数据运算的服务器托管、云空间租赁等费用相应增加。

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，研发费用中的租赁及物管费分别为 137.02 万元、165.22 万元、249.23 万元和 139.41 万元，占研发费用的比例分别为 13.95%、6.85%、8.22%和 8.06%，呈持续上涨趋势，主要系随着研发活动规模的增长，开展相关活动使用的场地面积也不断增加。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利息支出	118.40	52.42	-	-
减：利息收入	14.10	37.31	18.50	11.30
汇兑损益	0.17	-3.67	4.17	-
银行手续费	3.51	5.50	3.65	1.91
合计	107.98	16.94	-10.68	-9.39

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司财务费用分别为-9.39

万元、-10.68 万元、16.94 万元和 107.98 万元，占营业收入的比例分别为-0.04%、-0.03%、0.03%和 0.32%。

报告期内，公司财务费用金额较少，主要为公司存款产生的利息收入和 2018 年向银行借款产生的利息支出。2018 年和 2019 年上半年，公司新增借入部分银行借款，产生相应利息支出。

5、可比公司期间费用率对比分析

公司期间费用率与可比上市公司对比情况如下：

上市公司	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
智度股份	6.96%	8.65%	6.58%	8.77%
每日互动	38.41%	34.37%	34.58%	48.02%
华扬联众	8.91%	7.99%	8.50%	9.05%
蓝色光标	7.61%	9.41%	16.06%	17.70%
平均值	15.47%	15.11%	16.43%	20.88%
公司	10.16%	9.99%	12.76%	11.11%

报告期内，公司的期间费用率与除每日互动以外的同行业可比公司平均水平差异不大。各公司的期间费用率存在差异主要系各公司在业务模式、收入结构、产品服务类型等方面存在差异所致。其中，每日互动的期间费用率远高于同行业水平，主要系每日互动人工费用占营业收入比重较大所致。

（五）营业利润其他相关科目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
城市维护建设税	31.52	72.05	41.37	33.58
教育费附加	13.49	30.87	17.73	14.34
印花税	20.35	31.05	18.69	-
文化事业建设费	28.30	34.63	49.93	-
地方教育费附加	8.99	20.58	11.82	9.56
合计	102.65	189.18	139.53	57.49

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司税金及附加分别为 57.49 万元、139.53 万元、189.18 万元和 102.65 万元。

2017年，税金及附加较2016年增加了82.05万元，增幅为142.72%，主要系：（1）根据财税[2016]25号文《财政部、国家税务总局关于营业税改征增值税试点有关文化事业建设费政策及征收管理问题的通知》的规定，公司从2017年6月份起开始缴纳文化事业建设费；（2）公司2016年将印花税计入“管理费用”科目，2017年起根据财政部《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕22号）以及《关于〈增值税会计处理规定〉有关问题的解读》，将印花税计入“税金及附加”科目。

2018年，税金及附加较2017年增加了49.65万元，增幅为35.58%，主要原因系随着公司销售规模扩大，增加了相应的城市维护建设税、教育附加费及地方教育附加。

2、信用减值损失、资产减值损失

报告期内，公司信用减值损失、资产减值损失构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
坏账损失	-148.51	-305.87	-58.52	-299.97
合计	-148.51	-305.87	-58.52	-299.97

公司的信用减值损失、资产减值损失主要为坏账损失，分别为299.97万元、58.52万元、305.87万元和148.51万元。2017年末应收款项余额较低，导致2017年资产减值损失金额较小。

3、其他收益

报告期内，公司的其他收益包括政府补助和进项税额加计扣除。

2017年其他收益主要系会计政策变更，对于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。报告期内的具体构成明细如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
与资产相关的政府补助	5.33	10.66	42.76	-
与收益相关的政府补助	358.43	315.31	58.43	-
进项税额加计扣除	65.71	-	-	-
合计	429.47	325.97	101.19	-

其中，政府补助明细如下：

单位：万元

补助项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	与资产相关/ 与收益相关
移动广告平台的研发及产业项目	-	-	5.70	与资产相关
基于安卓智能手机的锁屏广告平台研发及产业化项目	-	-	29.41	与资产相关
高吞吐量分布式消息系统开发项目	5.33	10.66	7.64	与资产相关
深圳市科技创新委员会 2018 年第一批企业研发资助	234.40	-	-	与收益相关
深圳市科技创新委员会 2018 年第三批企业研发资助	15.10	-	-	与收益相关
文化产业“四上”在库企业营收增长奖励项目	71.13	-	-	与收益相关
南山区人民政府房租补贴资助	37.80	-	-	与收益相关
深圳市科技创新委员会第二批企业研究开发资助款	-	238.60	34.60	与收益相关
深圳市南山区科学技术局 2016 年国家高新技术企业认定奖补助款	-	23.00	20.00	与收益相关
深圳市南山区科学技术局企业研发补助款	-	48.30	-	与收益相关
其他小额汇总	-	5.41	3.83	与收益相关
合 计	363.76	325.97	101.18	-

4、投资收益

报告期内，公司投资收益具体情况如下：

单位：万元

项 目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
银行理财产品	126.74	246.35	43.49	25.50
权益法核算的长期股权投资收益	2.26	-17.49	-79.78	-16.17
处置长期股权投资产生的投资收益	3.22	-	15.37	-
影视投资收益	-	-	1.23	-120.00
合 计	132.22	228.86	-19.69	-110.67

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司投资收益分别为 -110.67 万元、-19.69 万元、228.86 万元和 132.22 万元。2016 年，影视投资收益为 -120.00 万元，主要系公司当年投资动画电影 120.00 万元全部亏损所致。2017 年，投资收益中权益法核算的长期股权投资为 -79.78 万元，系被投资公司艺特珑和维普世亏损，公司对其计提投资收益的所致。2018 年，投资收益大幅增加，主要系公司为提高资金运用效率利用富余资金购买银行理财产品获取理财收益

所致。

（六）营业外收支分析

报告期内，公司营业外收支构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业外收入	0.17	3.97	0.75	182.79
营业外支出	15.97	0.02	0.40	0.10
营业外收支净额	-15.80	3.95	0.35	182.69

1、营业外收入

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司营业外收入分别为182.79万元、0.75万元、3.97万元和0.17万元，主要为政府补助和客户违约赔偿收入。2017年，会计政策变更，对于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，导致2017年度营业外收入大幅下滑。

报告期内，公司营业外收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年度	2016年度
政府补助	-	-	-	182.79
客户违约金	-	3.60	-	-
其他	0.17	0.37	0.75	0.00
合计	0.17	3.97	0.75	182.79

2、营业外支出

报告期内，公司营业外支出构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
违约扣款支出	15.97	-	-	-
其他	-	0.02	0.40	0.10
合计	15.97	0.02	0.40	0.10

2016年，公司营业外支出系无法收回的应收离职员工备用金；2017年及2018年，公司营业外支出主要系小额税务滞纳金；2019年1-6月，公司营业外支出为15.97万元，系公司因未完成合同约定条款而向供应商支付的违约金。

（七）所得税费用分析

报告期内，公司的所得税费用情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
当期所得税费用	98.69	363.75	333.36	110.08
递延所得税费用	81.01	68.81	-152.79	-46.08
合计	179.70	432.57	180.57	64.00

报告期内，公司的所得税费用金额分别为 64.00 万元、180.57 万元、432.57 万元和 179.70 万元。2016 年至 2018 年，所得税费用大幅增长，主要原因系公司业务规模快速扩张，利润总额大幅增长所致。

（八）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	363.76	325.97	101.19	182.79
非流动性资产处置损益	-	-	7.01	-
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债产生的公允价值变动收益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	126.74	246.35	44.72	-94.50
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-15.80	3.95	0.35	-0.10
减：所得税影响额	83.48	105.74	22.36	25.22
少数股东损益	-	-	-0.00	0.02
非经常性损益合计	391.23	470.53	130.91	62.95

报告期内，非经常性损益对当年经营成果的影响如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
归属于母公司股东的净利润（A）	4,325.63	7,730.41	6,096.01	4,622.80
归属于母公司股东的非经常性损益净额（B）	391.23	470.53	130.91	62.95
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,934.40	7,259.88	5,965.11	4,559.85
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（B/A）	9.04%	6.09%	2.15%	1.36%

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司非经常性损益主要由政府补助等构成。公司归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为62.95万元、130.91万元、470.53万元和391.23万元，占当期归属于母公司股东的净利润的比例分别为1.36%、2.15%、6.09%和9.04%，比例相对较低，未对公司净利润和盈利能力构成重大影响。

（九）利润主要来源分析

报告期内，公司利润表主要项目如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业利润	4,521.12	8,165.77	6,310.30	4,505.38
加：营业外收入	0.17	3.97	0.75	182.79
减：营业外支出	15.97	0.02	0.40	0.10
利润总额	4,505.32	8,169.72	6,310.65	4,688.07
减：所得税费用	179.70	432.57	180.57	64.00
净利润	4,325.63	7,737.15	6,130.08	4,624.07

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司利润总额分别为4,688.07万元、6,310.65万元、8,169.72万元和4,505.32万元，营业利润占当年利润总额的比例分别为96.10%、99.99%、99.95%和100.35%，营业利润是公司利润的主要来源。

（十）财务状况和盈利能力的未来趋势分析

1、公司主要财务优势

（1）公司经营业绩持续快速增长，盈利能力较强

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司营业收入分别为

23,365.56 万元、41,030.77 万元、55,798.71 万元和 33,635.40 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 4,559.85 万元、5,965.11 万元、7,259.88 万元和 3,934.40 万元，营业收入、归属于母公司股东的净利润持续向好，盈利能力较强。

（2）公司资产质量优良，固定费用负担较小

公司流动资产占资产总额的比例较高，且主要由货币资金和回款情况良好的应收账款构成，固定资产较少，固定费用负担较小，相应的经营风险亦较小，总体而言，公司资产质量优良。

2、需要解决的问题

（1）公司为实现进一步发展，需资金支持

目前公司处于快速发展阶段，营运资金需求较大。但公司长期资本不足，无法满足公司业务发展的需要。公司募集资金拟投资的项目可极大提高公司竞争力和盈利水平，但目前公司的筹资方式已经难以满足拟投资项目所需的大额长期资金。因此，公司必须优化筹资渠道，通过公开发行股票等方式，解决资金需求。

（2）间接融资受到一定限制

由于可用于抵押的固定资产较少，公司从银行间接融资受到一定的限制。公司亟待优化资本结构，提高间接融资能力，同时拓宽融资渠道，增加直接融资渠道。

3、发展趋势

（1）受益于移动数字营销行业的快速发展，公司的业务规模将持续增长

移动数字营销相比传统媒体营销具备多方面的优势，随着经济发展水平的不断提高、互联网在社会各个层面渗透程度的不断加深、互联网用户规模的进一步扩大，市场对移动数字营销服务的需求仍将保持持续快速增长的态势。公司将进一步巩固和提高自身综合竞争实力，不断巩固与现有优质客户的合作关系，同时持续开发新的优质客户，以促进业务规模的不断增长。

（2）募集资金投资项目将促进公司健康发展，奠定未来快速发展的基础

本次发行后，从短期来看，公司的资金压力和经营压力将随财务费用的降低和流动资金的补充得以缓解；从中长期来看，随着募投项目的建设落地，公司的核心竞争力将得以巩固，为公司在日趋激烈的市场竞争中快速发展奠定基础，能

够有效的提升公司盈利能力，有利于股东财富的保值增值。

十六、现金流量分析

报告期内，公司现金流量表主要数据如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动产生的现金流量净额	6,578.27	3,826.92	9,280.73	551.00
投资活动产生的现金流量净额	256.47	-6,373.48	-765.26	-1,819.00
筹资活动产生的现金流量净额	-1,517.12	-1,928.88	4,418.20	-145.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-0.17	3.67	-4.17	-
现金及现金等价物净增加额	5,317.45	-4,471.78	12,929.50	-1,412.99
期末现金及现金等价物余额	17,437.22	12,119.76	16,591.54	3,662.04

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司期末现金及现金等价物余额分别为3,662.04万元、16,591.54万元、12,119.76万元和17,437.22万元，经营活动和筹资活动是公司现金流入的主要来源。

（一）经营活动产生的现金流量分析

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
销售商品、提供劳务收到的现金	37,226.41	54,907.39	46,888.55	20,630.84
收到税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	392.46	392.99	535.72	602.21
经营活动现金流入小计	37,618.87	55,300.38	47,424.27	21,233.05
购买商品、接受劳务支付的现金	26,761.74	44,189.43	32,654.16	17,298.57
支付给职工以及为职工支付的现金	2,221.30	3,547.62	2,590.26	1,423.58
支付的各项税费	931.73	1,516.99	922.35	508.38
支付其他与经营活动有关的现金	1,125.84	2,219.42	1,976.76	1,451.51
经营活动现金流出小计	31,040.61	51,473.46	38,143.54	20,682.04
经营活动产生的现金流量净额	6,578.27	3,826.92	9,280.73	551.00

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为551.00万元、9,280.73万元、3,826.92万元和6,578.27万元，经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额分别为-4,073.07万元、3,150.64万元、-3,910.23万元和2,252.64万元，主要受经营性应收、应付项目的变动影响，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
净利润	4,325.63	7,737.15	6,130.08	4,624.07
加：资产减值准备	148.51	305.87	58.52	299.97
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	69.58	119.41	67.99	61.47
财务费用（收益以“-”号填列）	118.57	48.75	4.17	-
投资损失（收益以“-”号填列）	-132.22	-228.86	19.7	110.67
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	81.01	68.81	-152.77	-46.08
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	173.01	-4,298.68	2,437.69	-5,994.59
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	1,794.17	74.46	715.34	1,495.48
经营活动产生的现金流量净额	6,578.27	3,826.92	9,280.73	551.00

2016年度，公司净利润为4,624.07万元，经营活动产生的现金流量净额为551.00万元，差额为4,073.07万元，主要原因为：（1）经营性应收项目增加5,994.59万元，影响净利润但未形成现金流入；（2）经营性应付项目增加1,495.48万元，影响净利润但未形成现金流出。

2017年度，公司净利润为6,130.08万元，经营活动产生的现金流量净额为9,280.73万元，差额为-3,150.64万元，主要原因为：（1）经营性应收项目减少2,437.69万元，主要系应收账款账面余额减少3,239.84万元，形成现金流入但未影响净利润；（2）经营性应付项目增加715.34万元，主要系应付职工薪酬增加375.67万元，影响净利润但未形成现金流出。

2018年度，公司净利润为7,737.15万元，经营活动产生的现金流量净额为3,826.92万元，差额为3,910.23万元，主要原因为经营性应收项目增加4,298.68万元，主要系应收账款账面余额增加4,258.66万元，影响净利润但未形成现金流入。

2019年1-6月，公司净利润为4,325.63万元，经营活动产生的现金流量净额为6,578.27万元，差额为-2,252.64万元，主要系应付账款增加1,317.21万元影响净利润但未形成现金流出。

上述经营性应收、经营性应付项目的变动原因，参见本节“十四、（一）资产状况分析”。

（二）投资活动产生的现金流量分析

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
收回投资收到的现金	325.00	-	200.00	-
取得投资收益收到的现金	126.74	246.35	44.72	25.50
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	4.58	-
收到其他与投资活动有关的现金	33,610.00	56,200.00	16,360.00	6,129.87
投资活动现金流入小计	34,061.74	56,446.35	16,609.29	6,155.37
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	195.27	6,619.84	274.55	64.50
投资支付的现金	-	-	800.00	1,600.00
支付其他与投资活动有关的现金	33,610.00	56,200.00	16,300.00	6,309.87
投资活动现金流出小计	33,805.27	62,819.84	17,374.55	7,974.37
投资活动产生的现金流量净额	256.47	-6,373.48	-765.26	-1,819.00

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-1,819.00万元、-765.26万元、-6,373.48万元和256.47万元。

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为64.50万元、274.55万元、6,619.84万元和195.27万元，其中2018年度支出金额较大，主要为购置位于深圳市南山区前海深港现代服务业合作区的办公用房；公司投资支付的现金分别为1,600.00万元、800.00万元、0.00万元和0.00万元，全部为围绕公司主营业务进行的参股投资。

2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司收到其他与投资活动有关的现金、支付其他与投资活动有关的现金主要由投资和收回理财产品产生，未对各期末投资活动产生的现金流量净额产生重大影响。

（三）筹资活动产生的现金流量分析

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
吸收投资收到的现金	-	-	4,500.00	-
取得借款收到的现金	1,400.00	3,219.00	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-

筹资活动现金流入小计	1,400.00	3,219.00	4,500.00	-
偿还债务支付的现金	230.95	80.48	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	119.05	5,067.40	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	2,567.12	-	81.80	145.00
筹资活动现金流出小计	2,917.12	5,147.88	81.80	145.00
筹资活动产生的现金流量净额	-1,517.12	-1,928.88	4,418.20	-145.00

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-145.00 万元、4,418.20 万元、-1,928.88 万元和-1,517.12 万元。

2017 年度，公司通过向广发乾和、鸿盈景祥定向发行股份，吸收投资收到现金 4,500 万元。

2018 年度，一方面公司一级子公司前海视界向招商银行深圳分行借入长期借款 3,219.00 万元，用于支付办公用房购房款；另一方面根据 2018 年半年度利润分配方案，公司以股权登记日的总股本 143,456,831 为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 3.5 元（含税），共计支付 5,020.99 万元。

2019 年 1-6 月，一方面公司一级子公司掌众信息、二级子公司掌众网络向招商银行深圳分行借入短期借款 1,400 万元，用于日常经营支出；另一方面公司以自有资金回购部分股份，以竞价转让方式累计回购 5,000,000 股，回购股份价格为 5.13 元/股，共计支付 2,565.00 万元。

（四）资本性支出

1、报告期内重大资本性支出分析

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 64.50 万元、274.55 万元、6,619.84 万元和 195.27 万元，其中 2018 年度支出金额较大，主要为购置位于深圳市南山区前海深港现代服务业合作区的办公用房；公司投资支付的现金分别为 1,600.00 万元、800.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元，全部为围绕公司主营业务进行的参股投资。

2、未来可预见的重大资本性支出计划

公司未来重大资本性支出主要是募集资金投资项目支出，募集资金投资项目的具体情况参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”。

十七、本次发行摊薄即期回报分析及填补措施

（一）本次发行募集资金到位当年加权平均净资产收益率和每股收益变动趋势

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润为计算基础的加权平均净资产收益率分别为 50.14%、38.34%、29.57% 和 15.40%。本次发行后，公司净资产将增加，公司净资产收益率短期内存在被摊薄的风险；2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润为计算基础的基本每股收益分别为 0.33、0.43、0.51 和 0.28。本次发行后，公司股本扩大，而募集资金投资项目尚未达产的情况下，公司每股收益短期内存在被摊薄的风险。

（二）本次发行的必要性与合理性

本次发行募集资金投资项目的必要性与合理性参见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“二、本次募集资金投资项目的具体情况”。

（三）本次发行募集资金投资项目与公司现有业务的关系

本次发行募集资金投入广告大数据平台升级建设项目，主要系对公司程序化广告交易平台的功能模块进行全方位升级，以促成公司从互联网数字经济上半场的“流量红利期”到下半场“数据价值期”的成功转型。该项目通过对广告需求方平台 DSP、媒介方平台 SSP、软件开发工具包 SDK 及应用程序编程接口 API、广告信息交换平台 ADX 以及数据管理平台 DMP 等程序化交易广告平台系统架构中的各个模块实施升级建设，提升程序化广告投放的业务体量及处理效率，以应对持续增长的程序化广告业务处理需求，同步升级广告平台连接上游广告资源及下游媒体资源的整体技术方案，通过技术方式对接多品类新型广告内容形式及多维度媒体资源形态，从而实现为数字营销产业链中参与方解决需求痛点，提供优质高效服务，增强公司盈利能力。

同时，公司依据对未来业务增长规模预期、系统安全运维及新型技术创新应用层面的综合考量，本次拟募集资金投入数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目，将在公司目前底层设备基础上扩容 1 个私有数据中心，增设 1 个容灾备份

数据中心，以满足业务增长及运营过程中对于数据存储、数据处理、数据计算分析以及数据安全等多维度资源需求。

Martech 平台研发建设项目中所建设的 MarTech 平台（一期），核心模块从属于 MarTech 生态中的“Data & Analytics（数据/分析）”部分，其营销目标关注重点由新用户的获取转移到存量用户运营，表现为对用户的精细运营及数据驱动企业增长。该项目上线运营阶段，将首先向公司的现有广告主客群提供基于免费 SaaS 模式的 MarTech 平台（一期）使用权限，协助广告主在广告投放的过程中进行渠道数据分析、多渠道用户归因、自动化营销策略生成、存量用户留存提升等操作，以及通过数据化运营赋能的手段提高广告主的用户生命周期价值，从而使公司与同行业竞争者在服务能力上产生差异化竞争优势，待平台上线稳定运营后进一步探索新型盈利模式。

补充流动资金项目主要系随着国内移动通信技术的成熟发展、移动网络用户规模不断扩大、移动智能硬件持续普及，未来移动数字营销行业的市场前景依旧广阔，公司业务量及营收规模将持续增长。公司需通过补充营运资金维持一定的流动资金规模，以满足未来业务规模持续扩大过程中的资金需求，保持内生增长力与市场竞争力。

综上所述，本次发行募集资金拟投入项目均与公司的战略规划及业务发展紧密相关，项目设计均经公司严谨论证。

（四）公司在本次发行募集资金投资项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司在移动数字营销行业深耕多年，凭借丰富的运营服务经验，利用先进的广告平台技术及大数据算法分析，通过向媒体采买流量及向广告主分发流量，为媒体接入更优质的广告主，亦为广告主带来转化效果更匹配的流量，在整体广告交易中进行技术优化实现流量增值，协助双方实现广告收益的最大化。目前，公司凭借高效的运营服务体系，已深度服务多个细分领域的广告主客户，与金融类、文娱类、电商类等领域的广告主、头部互联网媒体平台及中小型媒体保持良好的合作关系。得益于优质的服务质量与较高的服务效率，公司先后获得光大银行信用卡中心授予的“独占鳌头奖”及“最佳获客创新奖”、360 联盟授予的“年度最佳卓越贡献奖”、连尚网络授予的“突破代理商”等多项合作伙伴授予的荣誉奖项。报

告期内公司的各项业务规模均保持持续稳定增长。

公司经过多年摸索与总结，逐渐形成了一套涵盖规划立项、统筹安排、产品开发、产品测试、上线运营等环节的科学的研发体系，包含产品需求生成、产品功能设计、产品可行性验证、产品实现开发、产品功能测试、产品上线运营、产品更新维护等阶段。同时，公司已构建以技术中心主导的技术建设团队体系，包含系统架构工程师、算法设计工程师、前端开发工程师、后端开发工程师、UI工程师、产品工程师、运维工程师、测试工程师等。公司技术研发团队的人员整体素质较高、于程序化广告交易平台及大数据研发领域经验较为丰富。其中，技术研发部核心技术管理人员的从业年限均在 10 年以上，具有丰富的实践经验与技术基础。公司将在原有的技术团队基础上根据开发需求新聘入优秀的技术研发人员及产品经理，提升募投项目研发效率。

同时，历经多年的系统研发及技术经验积累，公司先后申请获得“基于 WEB 模式开发广告平台服务治理系统 V1.0”、“基于分布式部署环境集群架构广告平台负载均衡系统 V1.0”、“基于视频流的商业大数据精准营销广告推送系统 V1.0”、“面向社交用户商业大数据挖掘智能网络广告平台 V1.0”等 103 项软件著作权。同时公司在通信技术（路由动态切换技术等）、分布式处理技术（分布式服务治理框架、服务容错保护框架、声明式服务调用框架等）、广告投放计算技术（基于分布式缓存的精准流量计算引擎、广告权重排序技术等）、大数据技术（基于 LDB 的实时计算引擎、基于键值对的分布式多维数据存储等）等技术方向已有较为深厚的积累。技术研发过程中日积月累的各项核心技术经验为募投项目建设过程中的平台设计、架构构建、算法设计、模块开发等环节提供成功实施落地的基石。

（五）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

1、加强募集资金管理和运用

公司已按照相关法律法规、规范性文件的要求制定了《募集资金管理制度》，规范募集资金的使用。本次发行募集资金将存放于董事会指定的募集资金专项账户中。本次发行募集资金到位后，公司将有序推进募集资金投资项目投入，尽快产生效益回报股东。同时，公司将根据相关法律、法规和《募集资金管理制度》的要求，严格管理募集资金使用，保证募集资金按照原定用途得到充分有效利用。

2、促进公司健康发展，奠定未来快速发展的基础

本次发行后，从短期来看，公司的资金压力和经营压力将随财务费用的降低和流动资金的补充得以缓解；从中长期来看，随着募投项目的建设落地，公司的核心竞争力将得以巩固，为公司在日趋激烈的市场竞争中快速发展奠定基础，能够有效的提升公司盈利能力，有利于股东财富的保值增值。

3、不断完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利，确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速和谨慎的决策，确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益，确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

4、完善并执行利润分配制度，强化投资者回报机制

根据中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发〔2012〕37号）、《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》（证监会公告〔2013〕43号）等规定要求，公司对《公司章程（草案）》中有关利润分配的相关条款进行了修订，进一步明确了利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则。上市后，公司将严格执行《公司章程（草案）》等相关规定，切实维护投资者合法权益，强化中小投资者权益保障机制。

（六）公司董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的承诺

公司董事、高级管理人员承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益，并根据中国证监会相关规定对公司填补即期回报措施能够得到切实履行出具《关于填补被摊薄即期回报的承诺函》，承诺：

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

2、对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

3、不动用公司资产从事与履行责任无关的投资、消费活动；

4、由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执

行情况相挂钩；

5、拟公布的公司股权激励的行权条件（如有）与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。”

（七）公司控股股东、实际控制人袁春关于填补被摊薄即期回报的承诺

公司控股股东、实际控制人袁春根据中国证监会相关规定，对公司填补即期回报措施能够得到切实履行出具《关于填补被摊薄即期回报的承诺函》，承诺：

“不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。”

十八、报告期内实际股利分配情况以及发行后的股利分配政策

（一）公司现行股利分配政策

根据《公司章程》，公司现行的利润分配政策如下：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

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

4、公司的利润分配政策为：（1）决策机制与程序：公司股利分配方案由董事会制定及审议通过后报由股东大会批准；（2）股利分配原则：公司实行连续、

稳定的利润分配政策，公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展；（3）利润分配的形式：公司采取现金、股票或现金股票相结合的方式分配股利，并优先考虑采取现金方式分配股利；（4）公司采取股票或现金股票相结合的方式分配股利时，需经公司股东大会以特别决议方式审议通过。

（二）公司最近三年实际股利分配情况

最近三年，公司实施过 2 次股利分配，具体情况如下：

1、2018 年半年度利润分配

2018 年 8 月 15 日，公司召开第三届董事会第二十三次会议，审议通过《关于公司 2018 年半年度利润分配方案的议案》，同意以权益分派实施时股权登记日的总股本为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 3.5 元（含税）。

2018 年 9 月 5 日，公司召开 2018 年第二次临时股东大会，审议通过上述议案。

该次权益分派已于 2018 年 9 月实施，权益登记日为 2018 年 9 月 18 日，除权除息日为 2018 年 9 月 19 日，以该日公司总股本 143,456,831 股为基数，向全体股东每 10 股派现金红利 3.50 元（含税）。

2、2019 年半年度利润分配

2019 年 8 月 27 日，公司召开第四届董事会第六次会议，审议通过《关于公司 2019 年半年度利润分配的议案》，同意以权益分派实施时股权登记日的总股本为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派发现金红利 2 元（含税）。

2019 年 9 月 12 日，公司召开 2019 年第六次临时股东大会，审议通过上述议案。

该次权益分派已于 2019 年 9 月实施，权益登记日为 2019 年 9 月 23 日，除权除息日为 2019 年 9 月 24 日，以公司股权登记日应分配股数 138,456,831 股为基数（应分配总股数等于股权登记日总股本 143,456,831 股减去回购的股份 5,000,000 股，根据《公司法》等规定，公司持有的本公司股份不得分配利润），向全体股东每 10 股派现金红利 2 元（含税）。

（三）本次发行完成后的股利分配政策

2019年11月22日，公司2019年第七次临时股东大会审议通过了公司发行上市后适用的《公司章程（草案）》，对本次发行完成后的股利分配政策规定如下：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

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

4、公司利润分配政策和决策程序如下：

（1）公司利润分配政策：

①利润分配原则：公司实行积极的利润分配政策，公司的利润分配应重视对社会公众股东的合理投资回报，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，应保持利润分配政策的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定；

②利润分配方式：公司利润分配可采取现金、股票、现金股票相结合或者法律许可的其他方式；优先考虑现金方式分配利润；

③分红条件：

现金分红条件：当公司当年度的可供分配利润为正值（即在弥补以前年度亏损和依法提取法定公积金、任意公积金的利润为正值且审计机构对公司该年度财务报告出具无保留意见的审计报告）时，公司应当进行现金分红；

采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等

真实合理因素；

④现金分红比例：在满足现金分红条件时，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 10%，三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。公司董事会应综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策；

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

⑤在满足现金分红条件时，公司在保证正常经营和长远发展的前提下，原则上每年进行一次现金分红，公司可以根据实际经营状况进行中期现金分红。

（2）利润分配的决策程序：

公司每年的利润分配预案由董事会结合本章程的规定、盈利状况和资金供需情况提出和拟定，经董事会全体董事过半数表决通过并经三分之二以上独立董事表决通过后提交股东大会审议；独立董事应当对提请股东大会审议的利润分配预案进行审核并出具独立意见；

董事会制定现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见；

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议；

如果公司在上一会计年度实现盈利，但公司董事会在上一会计年度结束后未制定现金利润分配方案或者按低于本章程规定的现金分红比例进行利润分配的，应当在定期报告中详细说明不分配利润或者按低于本章程规定的现金分红比例进行分配的原因、未用于分配的未分配利润留存于公司的用途；独立董事应当对此发表独立意见；

股东大会在对利润分配预案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

公司应当严格执行本章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司因投资规划、实际经营情况、股东意愿和要求等因素需对本章程规定的利润分配政策进行调整或者变更的，应由董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，并经独立董事认可后方能够提交董事会审议，独立董事应当对利润分配政策调整发表独立意见；调整利润分配政策的议案经董事会审议通过后提交股东大会以特别决议审议通过。公司应通过提供网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

5、公司应当在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- （1）是否符合本章程的规定或者股东大会决议的要求；
- （2）分红标准和比例是否明确和清晰；
- （3）相关的决策程序和机制是否完备；
- （4）独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；
- （5）中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

十九、本次发行完成前滚存利润的分配安排

经 2019 年 11 月 22 日召开的 2019 年度第七次临时股东大会审议通过，公司首次公开发行股票完成前滚存的未分配利润由发行后新老股东按照持股比例共享。如因国家财会政策调整而相应调整前述未分配利润数额，以调整后的数额为准。

第十节 募集资金运用

一、本次募集资金投资运用计划

（一）本次募集资金运用概况

根据公司于2019年11月22日召开的2019年第七次临时股东大会决议，公司拟公开发行人民币普通股46,152,277股，占本次发行后公司总股本的比例不低于25%，由公司和主承销商根据询价情况协商确定发行价格或监管部门认可的其它方式确定发行价格。

本次募集资金投资项目的投资总额为46,051.48万元，均为与公司主营业务相关的项目，具体如下：

单位：万元

序号	募集资金项目	项目总投资金额	募集资金投资金额	项目备案文号
1	广告大数据平台升级建设项目	21,947.70	21,947.70	深南山发改备案(2019)0586号
2	数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目	6,857.93	6,857.93	深南山发改备案(2019)0590号
3	MarTech 平台研发建设项目	5,245.85	5,245.85	深南山发改备案(2019)0587号
4	补充流动资金项目	12,000.00	12,000.00	-
合计		46,051.48	46,051.48	

本次发行的募集资金到位后，公司将根据投资项目的建设进度逐步投入上述资金。募集资金未到位前，公司将利用自有或自筹资金先行投入，募集资金到位后将用于支付项目剩余款项、置换先行投入的自有或自筹资金。如本次发行实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金额，不足部分由公司通过自筹方式解决，以保障项目的顺利实施。

（二）募集资金专户存储制度安排及投资管理

公司已经根据相关法律法规制定了《募集资金管理制度》，并经董事会审议通过。公司成功发行并上市后，将严格按照相关法律法规，规范使用募集资金。募集资金将存放于公司董事会决定的募集资金专项账户集中管理。公司将在募集资金到账后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，严格按照三方监管协议管理和使用募集资金。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）广告大数据平台升级建设项目

1、项目概况

公司在移动数字营销行业深耕近十年，秉承“用科技让商业更高效”的发展使命，致力于成长为国内领先的智能化数字营销科技公司。公司持续踏准移动数字营销行业的发展脉络，在提升自身全方位专业运营服务能力的基础上，积极探索实现技术变现的创新性商业模式。受益于崇尚技术创新的公司文化以及对科技创就成功商业模式理念的不懈追求，公司自2011年自主研发广告平台并历经数次行业技术变革，成就公司于竞争激烈的移动互联网程序化广告投放领域占据一席之地并实现持续高速增长。

公司自主研发的程序化广告交易平台，已经成功开发媒介方平台SSP、软件开发工具包SDK及应用程序编程接口API以及广告信息交换平台ADX等程序化广告交易平台所具备的必需性系统模块，同步正在投入开发聚合广告主资源的广告需求方平台DSP及数据管理平台DMP，并在业务运营中持续迭代升级。

本次募集资金投入广告大数据平台升级建设项目，主要系对程序化广告交易平台的功能模块进行全方位升级，以促成公司从互联网数字经济上半场的“流量红利期”到下半场“数据价值期”的成功转型。本项目通过对广告需求方平台DSP、媒介方平台SSP、软件开发工具包SDK及应用程序编程接口API、广告信息交换平台ADX以及数据管理平台DMP等程序化交易广告平台系统架构中的各个模块实施升级建设，提升程序化广告投放的业务体量及处理效率，以应对持续增长的程序化广告业务处理需求，同步升级广告平台连接上游广告资源及下游媒体资源的整体技术方案，通过技术方式对接多品类新型广告内容形式及多维度媒体资源形态，从而为数字营销产业链参与方解决需求痛点，提供优质高效服务，增强公司盈利能力。

项目建设期内主要包括“项目立项”、“软硬件购置及系统部署”、“人员招聘及培训”、“系统开发、上线测试、模块更新”及“系统持续迭代升级”等实施内容。

2、项目的必要性

（1）完善新型程序化广告交易平台全产业链布局，拓宽程序化触达多样化的终端流量渠道方式，提高公司在数字营销行业核心竞争力及抗风险能力

数字营销行业产业链延展性较为广泛，营销服务主体众多且在不同细分领域深耕并建立自身核心优势，行业竞争较为激烈，如何充分理解广告主的实际需求、如何协助广告主高效触达目标客群、能否提供一站式营销解决方案及综合化服务成为数字营销服务商必须首要考虑的问题。

同时，多媒体数字技术的高速多样化发展会快速创造新的媒体资源形态，仅凭借与少数当下头部媒体的强商业合作关系无法保证公司未来的发展增速。伴随着消费群体风潮的消费娱乐方式的不断变化，媒体形态很可能在较短的时间内快速发展变化，从2016年至今抖音、快手、微视等短视频APP快速崛起，短视频行业快速拉升了大批尤其是二、三、四线城市终端移动互联网广告流量，同时穿戴式设备、VR/AR设备、电视智慧屏家庭娱乐中心等新型生活娱乐设备的流行风潮亦可能使其成为未来数字营销广告内容触达终端流量的重要载体。新经济消费类行业在科技商业创新的引领下高速发展，对数字营销服务企业的应变能力要求亦愈发提升。

在市场变化及激烈竞争压力的环境下，公司依靠已经建立起较强的技术优势及优质的运营服务能力，于广告大数据平台建设升级项目中针对程序化广告交易平台进行全方位升级，积极覆盖数字营销行业的全产业链，建立服务于市场中不同层次不同需求的广告主与媒体方的数字营销服务生态，提供一站式营销解决方案及综合化服务，增强公司的核心竞争力和抗风险能力。升级程序化广告交易平台亦是公司在激烈竞争的市场环境下脚踏实地提升综合运营服务能力及探索未来创新路径的必然选择。

（2）移动终端设备流量仍具有可观的可触达存量及增量空间，通过技术手段程序化扁平化触达终端流量，协助广告主挖掘海内外终端流量消费需求，提升公司营销服务盈利能力

随着手机硬件设备的频繁迭代升级形成的“换机潮”、消费者对“电子消耗品”态度和购买习惯的变化以及5G终端技术方案市场化的逐步落地，中国智能手机设备未来仍存在较为稳定的出货量甚至新一轮增长的市场空间。同时，中国智能手机设备凭借优质的产品品质、高性价比的设备配置及良好的用户体验正在逐步征服海外新兴市场，中国智能手机设备在海外新兴市场持续性战略布局，如传音控股旗下TECNO、itel等品牌成为非洲出货量最大的智能手机品牌，小米亦在印

度建厂实现本地化生产销售及市场拓展，华为、VIVO、OPPO等中国品牌亦布局东南亚等新兴市场寻求新一轮的增长机会。另外，我国移动应用APP数量规模保持持续增长趋势，据工信部发布的《2018年互联网和相关服务业经济运行情况》统计数据显示，2018年我国市场上监测到的移动应用APP数量净增42万款，总量达到449万款。对于技术型数字营销企业而言，通过技术对接方式与手机品牌商及其服务商、移动应用开发者及中长尾流量渠道商等合作直接触达移动终端设备流量仍具有较为可观的可触达存量及增量空间。

同时，在国内广大消费者消费升级需求提升、一二线城市消费市场竞争愈发激烈的大环境下，如何挖掘三四线城市居民的消费需求并拓展下沉市场成为目前品牌商核心关注的问题，近年来聚焦三四线城市经济的拼多多、趣头条等商业模式亦受到市场强烈关注。因此，通过技术方式较低成本触达终端国内中长尾流量及海外流量，协助广告主挖掘触达终端客群的消费需求，提供综合化营销服务，是技术型数字营销企业新一轮的增长机会。公司通过广告大数据平台升级建设，满足程序化广告交易平台的持续业务规模增长需求，在协助广告主获利同时大幅提升公司营销服务的盈利能力。

3、项目建设的可行性

（1）公司已经搭建的程序化广告交易平台系统架构及持续积累的技术开发经验是该项目成功实施的基础

本项目实施依托于公司现有的自主研发的程序化广告交易平台，针对广告需求方平台DSP、媒介方平台SSP、软件开发工具包SDK及应用程序编程接口API、广告信息交换平台ADX、以及数据管理平台DMP等广告大数据平台所具备的必需性系统模块进行升级建设以增强业务的延展性。

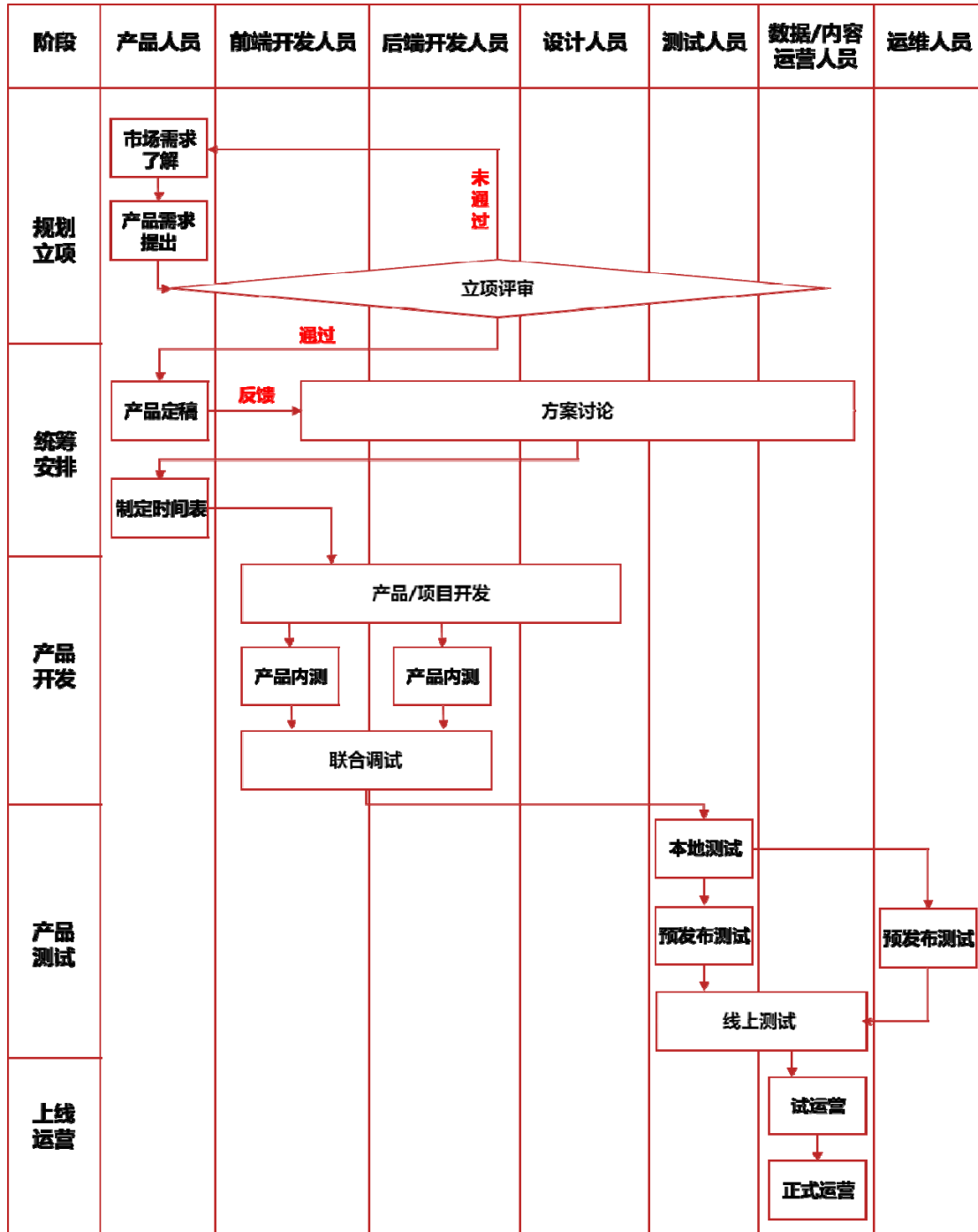
历经多年的系统研发及技术经验积累，公司先后申请获得“基于WEB模式开发广告平台服务治理系统V1.0”、“基于分布式部署环境集群架构广告平台负载均衡系统V1.0”、“基于视频流的商业大数据精准营销广告推送系统V1.0”、“面向社交用户商业大数据挖掘智能网络广告平台V1.0”等103项软件著作权。同时公司在通信技术（路由动态切换技术等）、分布式处理技术（分布式服务治理框架、服务容错保护框架、声明式服务调用框架等）、广告投放计算技术（基于分布式缓存的精准流量计算引擎、广告权重排序技术等）及大数据技术（基于LDB的实时

计算引擎、基于键值对的分布式多维数据存储等）等技术方向已有较为深厚的积累。

因此，公司现有的程序化广告交易平台的系统架构将作为本项目实施升级建设的基础架构，技术研发过程中日积月累的各项核心技术经验为平台设计、架构构建、算法设计、模块开发等环节提供成功实施落地的基石。

（2）公司成熟的研发体系及较为稳定的核心研发团队是该项目稳步推进的重要保障

公司经过多年摸索与总结，逐渐形成了一套涵盖规划立项、统筹安排、产品开发、产品测试、上线运营等环节的科学的研发体系，包含产品需求生成、产品功能设计、产品可行性验证、产品实现开发、产品功能测试、产品上线运营、产品更新维护等阶段。具体如下：



同时，公司已构建以技术中心主导的技术建设团队体系，包含系统架构工程师、算法设计工程师、前端开发工程师、后端开发工程师、UI工程师、产品工程师、运维工程师、测试工程师等。公司技术研发团队的人员整体素质较高，于程序化广告交易平台及大数据研发领域经验较为丰富。其中，技术研发部核心技术管理人员的从业年限均在10年以上，具有丰富的实践经验与技术基础。该项目中公司将在原有的技术团队基础上根据开发需求新聘入优秀的技术研发人员及产品经理，提升项目研发效率。

综上所述，公司成熟的研发体系及较为稳定的核心研发团队保障该项目稳步推进。

（3）程序化广告交易平台的移动数字营销服务运营变现经验、客户资源积累和已经形成的海量历史数据积累是该项目实现盈利的核心支撑

公司在移动数字营销行业深耕多年，凭借丰富的运营服务经验，利用先进的广告平台技术及大数据算法分析，通过向媒体采买流量及向广告主分发流量，为媒体接入更优质的广告主，亦为广告主带来转化效果更匹配的流量，在整体广告交易中进行技术优化实现流量增值，协助双方实现广告收益的最大化。目前，公司凭借高效的运营服务体系，已深度服务多个细分领域的广告主客户，与金融类、文娱类、电商类等领域的广告主、头部互联网媒体平台及中小型媒体保持良好的合作关系。得益于优质的服务质量与较高的服务效率，公司先后获得光大银行信用卡中心授予的“独占鳌头奖”及“最佳获客创新奖”、360联盟授予的“年度最佳卓越贡献奖”、连尚网络授予的“突破代理商”等多项合作伙伴授予的荣誉奖项荣誉。同时，公司在业务发展中先行认识到数据价值，进行数据应用研发对海量数据进行存储并运用数据算法分析提高广告投放精准度。得益于与客户建立长期稳定的合作关系及良好的市场前景，在广告大数据平台升级建设项目运营初期，公司将凭借现有积累的客户资源并结合广告大数据平台技术能力实现业务拓展，以此带来的业绩增长足以承载研发成本，并实现公司盈利提升。

4、项目具体实施内容

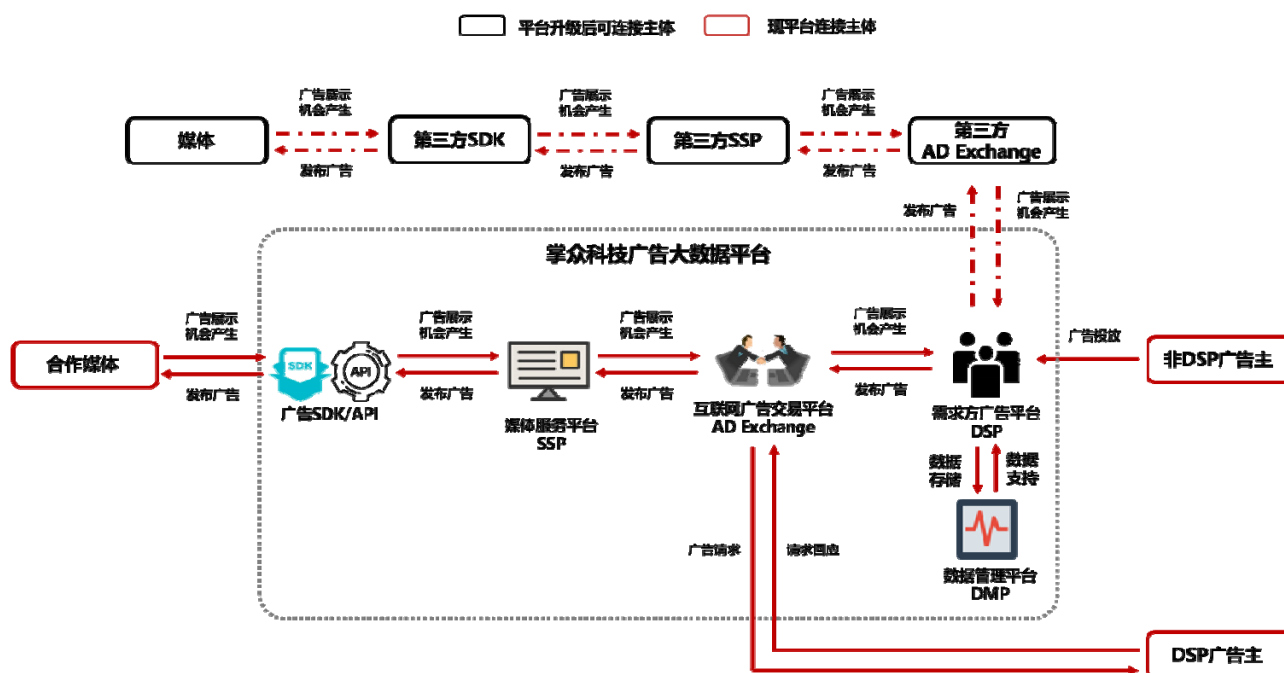
公司本次募集资金投入广告大数据平台升级建设项目，系对程序化广告交易平台的功能模块进行全方位升级及研发，主要包含广告需求方平台DSP、媒介方平台SSP、软件开发工具包SDK及应用程序编程接口API、广告信息交换平台ADX以及数据管理平台DMP等系统功能模块，从而构建以海量数据资源及高端技术能力为核心依托的综合型移动互联网程序化广告交易平台。

本次项目建设完成后，公司将通过优质运营服务及高效技术对接架接信息桥梁聚合数字营销市场中丰富的广告资源，协助广告主、广告代理商及大型程序化广告交易平台等通过自动化连接方式接入程序化广告交易平台。。

对于媒体端，公司将进一步扩充可接入的媒体资源形态，使得广告资源更广泛地触达终端目标客群。公司将研发提升可扩展应用包SDK的功能多样性及稳定

性，持续保持与移动应用开发者及中长尾流量渠道商等良好合作关系。同时公司将通过应用程序接口API的接入大型终端流量平台及互联网数字化媒介，覆盖主流展示广告投放样式，包括视频贴片、开屏广告、网幅广告、信息流广告等。通过程序化广告平台自动采买流量，并针对特定受众投放广告，通过公开实时竞价“密封第二价格拍卖”的交易方式实现对广告流量的合理定价，从而达到广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。

该项目搭建完成后，广告大数据平台整体系统架构如下：



系统架构中的不同功能模块的主要特征如下：

(1) 广告需求方平台 DSP

广告需求方平台DSP是为垂直细分领域广告主提供跨平台、跨媒介的广告投放平台，其通过对数据进行分析整合，实现广告的精准投放，并且能对投放效果进行实时监控。该平台与公司自建广告信息交换平台Ad Exchange进行对接的同时，亦连接着第三方的SSP及Ad Exchange。在程序化广告交易过程中，广告需求方平台DSP在收到接入的Ad Exchange发来的广告请求后，会通过程序化实时竞价RTB模块或程序化直接交易PDB模块作出是否出价的决定，并将其不出价或出价结果与广告素材返回给Ad Exchange，完成竞价过程。本项目中，公司延续处于建设期的广告需求方平台DSP的开发架构，积极探索系统模块强化升级，以期

提升广告需求方平台DSP平台中点击率预估、竞价策略等核心技术，使其能被各个细分领域广告主直接使用的同时，亦提升广告精准投放度。

(2) 数据管理平台 DMP

该平台通过把分散的多方数据进行整合纳入统一的技术平台，并对数据进行标准化和细分后形成数据管理平台。在移动数字营销领域常规的程序化购买场景中，数据管理平台DMP是整个交易链条上的重要一环，协助广告主或广告需求方平台DSP平台在程序化购买中实现向目标受众投放广告。

(3) 广告信息交换平台 AD Exchange

广告信息交换平台AD Exchange与广告主DSP平台及公司自建的SSP平台相连接。对广告主而言，AD Exchange通过接入SSP汇集大量媒体流量，从而收集处理属于广告目标客户的数据，进行自定义定向、出价和预算，在恰当的时机买入符合需求的广告位资源。对于媒体而言，AD Exchange能系统化地管理广告位，并借助灵活的投放控制能力，以符合自己和广告主客户期望的方式投放广告。在程序化广告交易过程中，AD Exchange会按照程序化首选交易PD、程序化直接交易PDB或程序化实时竞价RTB等不同的交易方式，通过自身的PD、PDB、RTB等功能模块向所有接入的广告主DSP平台及自建DSP平台同时发出请求广告的指令，各DSP在收到指令后，便会作出是否参与竞价的反馈。本项目通过增设AD Exchange中客户端业务反作弊系统及媒体端控制系统，使其能与第三方APP及SSP等相连接，从而汇聚更多移动流量资源。项目建设完成后，AD Exchange每秒可以接受并处理广告请求次数将大幅提升。

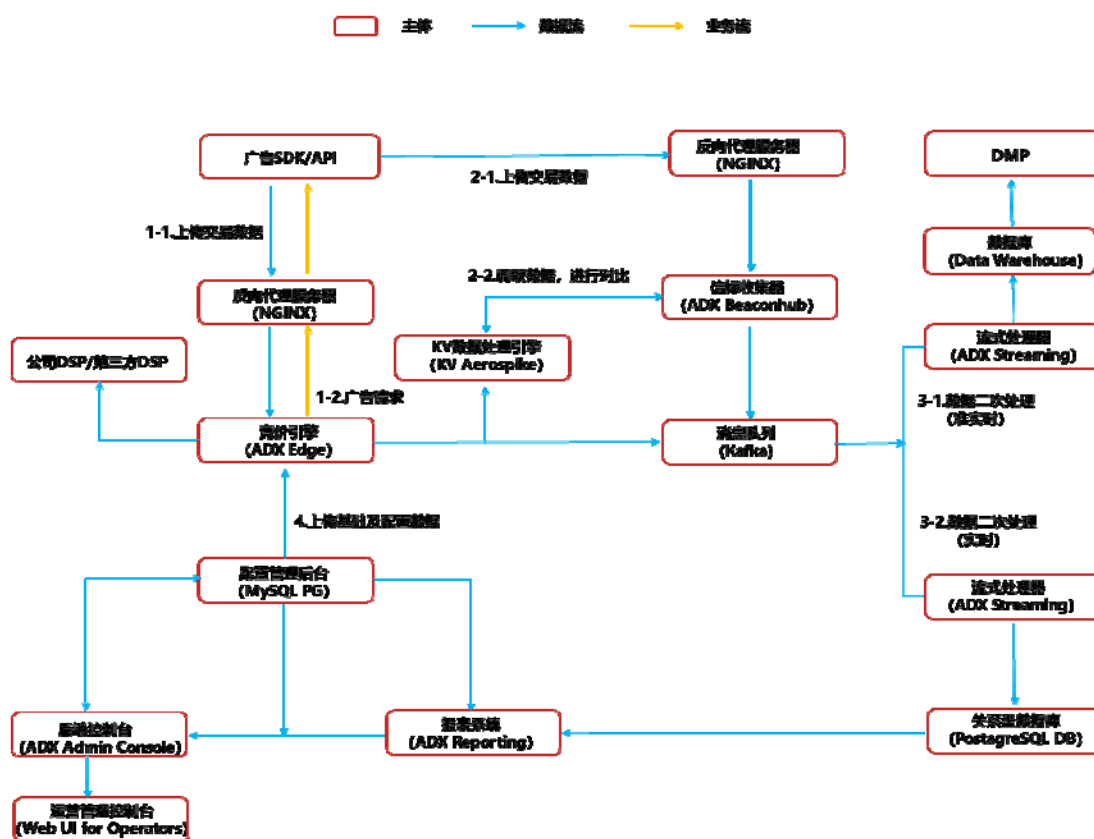
(4) 媒介方平台 SSP

程序化广告交易平台中的媒介方平台SSP模块通过人群定向技术，对媒体广告位库存进行管理，优化广告投放效果。SSP能协助网络媒体优化其广告位资源，提高其广告位资源价值，使其提高收益。在程序化广告交易过程中，SSP中的程序化首选交易PD、程序化直接交易PDB或程序化实时竞价RTB模块会将广告请求指令先发送至接入的AD Exchange，再由AD Exchange将该指令发送至接入的DSP平台。本项目中，公司将升级现有SSP的吞吐量，升级后公司SSP的每秒查询率QPS将大幅提升。

(5) 软件开发工具包 SDK 及应用程序编程接口 API

SDK包及API接口作为程序化广告交易平台的流量入口的重要技术模块，是公司程序化广告交易平台持续运营发展的根基之一。公司通过SDK包及与大型终端平台API接口对接，进行广告下发、广告展示及后续请求响应，采集核心运营数据，并识别网络状态良好时稳定传输至公司服务器或返还至大型程序化广告交易平台。该项目中公司将升级SDK包，增强其功能点并提升数据传输稳定性，研发高通用性的API接口实现对接不同的大型终端流量平台，保障不同形式的广告内容的高效传输及数据实时交互。

广告大数据平台搭建完成后运转的关键流程包括：①竞价引擎（AD Edge）分析交易数据并发送广告请求；②信标收集器（ADX Beaconhub）收集及分析对比交易数据；③流式处理器（ADX Streaming）二次处理数据；④配置管理后台（MySQL PG）将数据进一步分类等。具体情况如下：



5、项目实施进度安排

将本项目建设期开始的时间节点设为T，预计建设期需3年。项目建设期内的具体实施内容包括“项目立项”、“研发中心场地购买与装修”、“软硬件购置及系统部署”、“人员招聘及培训”、“系统开发、上线测试、模块更新”及“系统持

续迭代升级”。本项目建设进度安排如下：

序号	实施进度环节	T+1年				T+2年				T+3年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目立项												
2	研发中心场地购买与装修												
3	软硬件购置及系统部署												
4	人员招聘及培训												
5	系统开发、上线测试、模块更新												
6	系统持续迭代升级												

注：T+1、T+2 代表建设期年份，Q1、Q2、Q3、Q4 分别代表 1、2、3、4 季度。

6、项目投资概算

本项目计划投资总额为21,947.70万元，其中场地购置及装修费用8,336.25万元，系统开发费用8,025.64万元，设备购置费1,556.58万元，软件购置费345.30万元，带宽及托管费2,638.80万元，预备费1,045.13万元。本项目计划投资总额均将通过首次公开发行股票募集资金获得，具体金额及比例如下表所示：

单位：万元

序号	类型	金额	占比
1	场地购置及装修费用	8,336.25	37.98%
2	系统开发费用	8,025.64	36.57%
3	设备购置费	1,556.58	7.09%
4	软件购置费	345.30	1.57%
5	带宽及托管费	2,638.80	12.02%
6	预备费	1,045.13	4.76%
合计		21,947.70	100.00%

7、场地投入情况

公司拟通过募集资金购置位于深圳市的办公用房作为该项目的办公场地。鉴于公司拟购置的办公用房在市场中可选择性较多，深圳区域对商务办公楼的供应较为充足，公司拟于募集资金到位后落实办公楼购置事宜。

8、项目预期效益实现情况

广告大数据平台升级建设项目的建设期为36个月，升级建设版本第1年即可投入试运营。采用基本贴现率12%进行计算，广告大数据平台升级建设项目所得

税后内部收益率为12.68%，静态投资回收期（含建设期）为5.69年，盈利情况良好，具有较强的可行性。

（二）数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目

1、项目概况

作为以程序化广告交易技术和精准运营为核心驱动力的科技驱动型移动数字营销服务商，公司现有业务及未来拓展业务均对IT底层基础架构有非常高的要求。同时，公司清晰认识到数据安全及网络安全维护的重要性，报告期内已建立较为完善的数据安全及网络安全管理体系，制定《掌众科技数据安全及权限管理制度》、《掌众科技数据备份与恢复管理制度》等一系列IT制度文件且严格执行，并获得《信息系统安全等级保护第三级》证书认证，高安全性的信息系统架构及网络信息传输模式为业务持续经营保驾护航。因此，公司依据对未来业务增长规模预期、系统安全运维及新型技术创新应用层面的综合考量，本次拟募集资金投入数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目，将在公司目前底层设备基础上扩容1个私有数据中心，增设1个容灾备份数据中心，以满足业务增长及运营过程中对于数据存储、数据处理、数据计算分析以及数据安全等多维度资源需求。

2、项目的必要性

（1）完善现有移动广告程序化交易业务基础设施硬件设备，满足程序化广告交易业务规模持续增长、服务质量稳步提升以及开发测试高效运转的基础硬件需求，保障程序化广告交易平台平稳运行

近年来，随着4G通信技术、智能手机硬件全面普及，我国网民的渗透率逐年提升。庞大的手机网民规模为移动数字营销行业奠定了终端受众的规模基础，是保证移动数字营销服务商持续开展业务的重要动因。为完善现有移动广告程序化交易业务基础设施硬件设备，满足移动广告程序化交易业务规模持续增长、服务质量稳步提升以及开发测试高效运转的基础硬件需求，保障程序化广告平台平稳运行，公司需要加强数据中心的存储能力、数据运算能力及数据交互能力。

同时，在新技术模块或新产品的开发过程中，公司需要在本地服务器环境下对其进行内部测试，以保证研发功能模块的稳定性，及时发现技术漏洞并改进。为满足公司在技术研发过程中的各类测试需求，公司亦需要充足的硬件设备资源

支撑。

（2）紧随 5G 时代技术应用落地，升级底层基础设施架构，为研发创新技术应用及探索数据服务模式的数据存储需求及成倍增长的数据计算需求提供强大支撑

随着移动通信领域的持续性技术创新及技术应用逐步落地，中国迈入全民 5G 时代已成为大势所趋。5G 时代到来，网络设备的理论峰值传输速度将大幅度超越 4G 网络，传输速率与传输数据量的大幅提升将引领广告媒介类型和广告展示形式向多样化转变。未来，常见的移动广告形式不仅存在文字、图片等数据量较小的展示形式，亦会囊括语音、视频等数据量较大的展现形式。随着 5G 技术的发展，数字营销市场中将会涌现更多基于增强现实 AR、虚拟现实 VR 技术等 3D 虚拟形象的展示场景和交互式体验的广告形态，对数据量的处理和传输提出更高要求。届时，公司在投放广告时所需处理和传输的实时数据量将会大幅提升。

面对技术革新的浪潮，公司需紧随 5G 通信技术的必然发展趋势进行底层基础设施建设，不断提升数据中心的数据处理及传输能力，对存储器、服务器等硬件设备进行升级换代，以提高应对多样化广告媒介类型及新兴广告形式的能力，满足数据采集、广告投放运营、效果展示反馈等业务环节的数据处理需求，为客户提供更多可选择的综合性服务，从而提高受众广告体验、提升广告投放效果，保持公司承载多类型媒体形式下的业务稳定性。

（3）深度聚焦数据安全管理及网络安全维护，建立灾难防备数据中心提升公司灾难防备能力，提升数据存储及网络传输安全性

随着互联网应用在居民日常生活及经济发展中的重要性不断提升，勒索病毒、网络黑客、数据泄露等形式发生的网络信息安全事件层出不穷。同时，用户隐私数据泄露及数据安全问题已经成为互联网行业乃至全社会的重要关注事项，Facebook 数据泄露事件、阿里云服务安全事件均成为境内外社会热点事件。公司作为移动数字营销领域的大数据科技公司，主要以互联网与计算机为工具开展移动广告程序化交易业务、移动整合营销业务等，需对接大量广告主、媒体、广告代理商的第三方业务系统并产生大量运营数据。因此，随着公司业务体量的不断增长，信息技术水平的持续提升，同样需对公司在基础层面的数据处理、数据传输、数据存储、数据安全、网络安全维护等方面的能力进行深度加强。若发

生数据安全事件，将对公司业务稳定性、合作方及终端受众的数据安全性产生冲击。

因此，为增强系统数据安全与网络安全，公司有必要对现有的数据中心进行扩容与升级，新增容灾备份数据中心等保障数据及网络安全的手段，增强公司在IT基础设施方面的基础容量与技术水平，夯实公司业务发展的重要基础。

3、项目建设的可行性

（1）国家政策积极引导，互联网数据中心（IDC）行业的蓬勃发展及较为完善的外部建设条件是数据中心项目成功建设运营的基石

国家“十三五”规划纲要提出国家大数据战略，将大数据作为基础性战略资源，全面实施促进大数据发展行动。2017年1月，工业及信息化部正式印发了《大数据产业发展规划（2016-2020年）》，全面部署“十三五时期”大数据产业的发展工作。现阶段，我国IDC行业发展现状已趋于成熟，形成了较为明确的专业化分工，且受到政策支持倾斜。在移动互联网、互联网+、云计算、大数据、物联网、AI智能算法等技术领域的发展和带动下，我国IDC市场仍将处于快速发展期。根据中国IDC圈《2018-2019年中国IDC产业发展研究报告》¹，2018年，中国IDC业务市场总规模达1,228亿元，同比增长29.8%，较2017年增长超过280亿元。IDC服务商根据资源不同和运营模式不同可以分为基础电信运营商、IDC服务商和云服务商。其中，IDC服务商主要为客户提供机柜租用、带宽租用、服务器代理运维等服务。按照机房属性，专业的IDC服务商可划分为自有机房的专业IDC服务商和租用机房的专业IDC服务商。前者普遍拥有较强实力，主要面向大型客户群体；后者对中小型客户群体覆盖较广。

本项目建设公司将选择与专业的IDC服务商合作，通过自购硬件设备方式投入到大型IDC中心并进行环境配置。专业的IDC服务商提供的技术服务更加专业灵活，定制化能力强，能够免去公司自建机房的成本投入，提高公司数据中心建设及运营效率。此外，选择与大型的IDC服务商合作，能够保障本项目建设完成后数据中心的数据传输速率、运行稳定性及容灾抗风险能力，从而保障公司日常业务与研发任务的高效稳定开展。

（2）稳定增长的业务规模及对未来技术驱动型商业模式持续探索的战略布

¹ 数据来源：中国IDC圈《2018-2019年中国IDC产业发展研究报告》主要结论摘要，<http://www.idcquan.com/Special/2019baogao/>

局是本项目建成后资源充分利用的前提保证

自业务开展以来，公司秉承“用科技让商业更高效”的发展使命，持续通过提供高品质、高效率的移动数字营销服务来打造自身品牌形象。在广告主方面，公司通过ROI、CTR等广告效果数据进行分析，根据广告投放效果优化广告内容，并为广告主提出专业的投放策略建议，进而优化广告投放效益，公司的主要客户包括金融类、文娱类、电商类客户，其中金融类代表性客户包括光大银行、浦发银行、民生银行等。在媒体渠道方面，公司触达众多中小媒体流量，丰富流量来源；并与今日头条、百度、腾讯等头部媒体或其代理商合作，获取优质媒体投放渠道。得益于公司在移动数字营销行业内的深厚积淀，公司获得了大量优质的流量渠道资源及跨行业客群，形成了较强的供应商与客户粘性以及稳定的业务布局，成为公司业务规模的持续增长的重要因素。同时，随着公司对通信技术、分布式处理技术、大数据技术等不断研发升级，以及对技术驱动型数字营销服务的不懈探索，公司已具备构建维护技术可靠的私有化部署数据中心并进行高效资源配置的专业能力。业务规模的持续增长以及高效资源配置能力，是本项目数据中心建成后获得资源合理运用投入、避免数据中心资源浪费的前提保证。

（3）公司稳定成熟的技术体系、规范执行的内部控制制度及成熟可靠的运维团队保障项目的平稳落地

本项目建设将大幅增加公司现有数据中心容量，用于支持公司未来业务规模及数据处理规模提升。报告期内，公司已建立较为规范化的运维团队和内部控制流程，保障数据中心在技术操作、系统监控、权限管理、系统维护等日常运营工作正常运转，保证公司业务正常开展。公司已建立较为完善的数据安全及网络安全管理体系，设立《掌众科技数据安全及权限管理制度》、《掌众科技数据备份与恢复管理制度》等一系列IT制度文件且严格执行，并获得《信息系统安全等级保护第三级》证书认证。

公司的移动广告程序化交易业务对系统稳定性等方面有较高要求。同时，由于公司主要采用程序化投放广告的方式，在对接第三方广告平台时，需要持续稳定的底层数据处理架构以保证业务的正常运转。基于上述需求，公司一方面将采用多机房、混合云的部署方式以保证业务运营过程的稳定高效；另一方面将在数据中心的系统架构上采用集群技术，以保证部分数据中心设备进行调整或受到外

部影响时，不会影响到公司业务的正常运转。公司在数据中心方面的部署及运维经验，能够保障本项目数据中心建设顺利进行，提升公司在动态业务高可用、业务峰值高并发、数据量高吞吐等方面的基础设施支持能力。

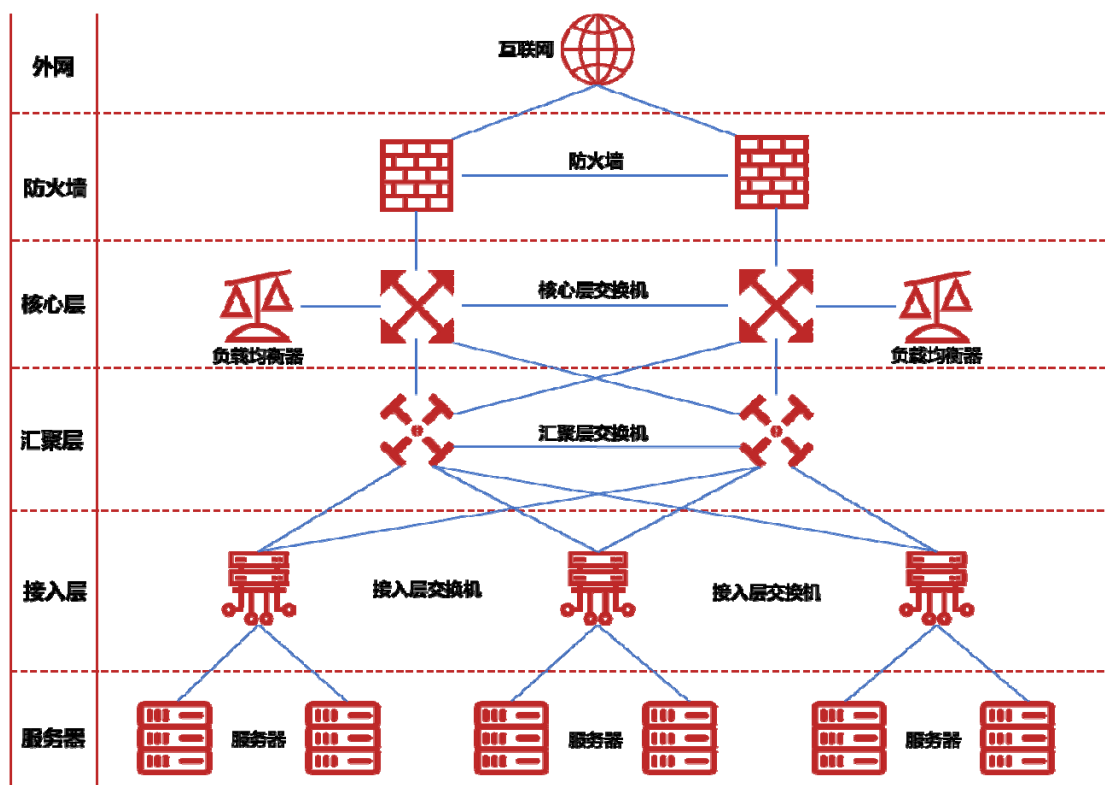
4、项目产品构成及技术方案

（1）数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目功能特点

本项目通过购置存储服务器、计算服务器、网络安全防火墙、负载均衡等设备，搭建具备数据采集、数据传输、数据存储、数据处理、网络通信、环境控制、系统监控、网络安全防范、负载均衡等功能的数据中心体系，以保证数据传输、处理及存储等方面的高效性、稳定性及安全性，对公司现有移动广告程序化交易业务及未来拟探索的研发项目的技术架构起到核心支撑作用。程序化广告交易流程中，多个环节均需要数据中心提供大数据存储能力及计算能力支撑业务高效运转，如SDK端/API端的广告请求、SSP平台媒体资源整合、AD Exchange平台竞价配对、DSP平台需求响应、广告受众标签数据分析、广告效果反馈等信息的传递、处理及存储。本项目不仅作为公司现有程序化广告平台各功能模块顺畅运行的强力支撑，亦支持公司在开发新产品研发新技术时对底层硬件设备的资源需求，为公司增添业务产品及提高技术水平类提供稳定高效的底层IT基础架构。

（2）数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目核心功能模块特点

本项目建设的数据中心采用三层网络结构作为核心架构，包含核心层、汇聚层及接入层，具体由网络安全防火墙、负载均衡器、核心层交换机、汇聚层交换机、接入层交换机以及服务器等模块组成。此架构可将复杂的网络设计分成较为清晰的层级，每个层级着重于特定的功能，可提升传输效率和抗风险能力。其中，网络安全防火墙主要承担网络安全的功能；负载均衡器主要负责调配系统资源；核心层交换机负责汇聚和传输系统中所有的流量；汇聚层交换机主要起减轻核心层交换机负担和承上启下的作用；接入层交换机负责为服务器提供接口；服务器主要负责对数据的存储、处理及分析。具体架构及功能如图所示：



数据中心主要模块功能情况如下：

模块名称	功能简述
网络安全防火墙	网络安全防火墙由软件和硬件设备组合而成、在内部网和外部网之间、专用网与公共网之间的边界上构造的保护屏障。它是一种计算机硬件和软件的结合，使Internet与Intranet之间建立起一个安全网关，从而保护内部网免受非法用户的侵入。防火墙主要由服务访问规则、验证工具、包过滤和应用网关4个部分组成。流入流出的所有网络通信和数据包均要经过此防火墙。
负载均衡器	负载均衡器负责把网络请求分散到一个服务器集群中的可用服务器上，通过管理进入的Web数据流量以增加有效的网络带宽。
核心层交换机	核心层交换机是整个网络布局的核心主干部分，承受、汇聚着所有传输流量，起管理作用，是网络性能的主要保障。其主要功能是为汇聚层交换机提供高速的传输和优化。因核心交换机承受、汇聚着所有的流量，需要满足高可靠性、高效性、高容错性、可管理性、低延时性等要求，所以本项目建设的数据中心采用万兆交换机构成核心层的主要架构以满足上述要求。
汇聚层交换机	汇聚层交换机主要用来减轻核心层设备的负荷，起着承上启下的作用，具有实施策略、安全、工作组接入、虚拟局域网（VLAN）之间的路由、源地址或目的地址过滤等多种功能。由于是多台接入交换机的汇聚点，它需要具备处理接入层信息并将其提交到核心层上行链的能力，同时还要具备网络隔离、分段的作用。
接入层交换机	接入层交换机为用户提供了在本地网段访问应用系统的能力，主要解决相邻用户之间的互访需求，并且为这些访问提供足够的带宽。在公

模块名称	功能简述
	司数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目中，接入层适当负责一些用户管理功能（如地址认证、用户认证、计费管理等），以及用户信息收集工作（如用户的IP地址、MAC地址、访问日志等），进一步提高公司的数据管理和保障系统安全的能力。
服务器	1.数据库管理功能，包括系统配置与管理、数据存取与更新管理、数据完整性管理和数据安全性管理。 2.数据库的查询和操纵功能，该功能包括数据库检索和修改。 3.数据库维护功能，包括数据导入/导出管理，数据库结构维护、数据恢复功能和性能监测。 4.数据库并行运行，由于在同一时间，访问数据库的用户不止一个，所以数据库服务器必须支持并行运行机制，处理多个事件的同时发生。

5、项目实施进度安排

本项目的工程建设周期为3年，分为项目立项、场地租赁及装修、软硬件购置及调试、人员招聘及培训和数据中心部署、运营、维护等五个环节。其中，在项目立项环节，公司结合自有业务和技术研发情况对数据中心的需求，以制定详细的建设计划。在项目立项完成后，公司开始进行软硬件购置、人员招聘及培训等环节。本项目的预计实施进度如下表所示：

序号	实施进度环节	T+1年				T+2年				T+3年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目立项												
2	软硬件购置及调试												
3	人员招聘及培训												
4	数据中心部署、运营、维护												

注：T+1、T+2 代表建设期年份，Q1、Q2、Q3、Q4 分别代表 1、2、3、4 季度。

6、项目投资概算

本项目预计投资总额为6,857.93万元。其中，硬件设备购置费4,262.16万元，系统开发费用1,002.00万元，带宽及托管费1,267.20万元，预备费326.57万元。本项目计划投资总额均将通过首次公开发行股票募集资金获得，具体金额及比例如下表所示：

单位：万元

序号	类型	金额	占比
1	硬件设备购置费	4,262.16	62.15%
2	系统开发费用	1,002.00	14.61%
3	带宽及托管费	1,267.20	18.48%

序号	类型	金额	占比
1	硬件设备购置费	4,262.16	62.15%
4	预备费	326.57	4.76%
合计		6,857.93	100.00%

7、场地投入情况

本项目拟通过募集资金在国内大型IDC数据中心租用机柜的方式部署私有化数据中心，该项目涉及的相关技术研发人员及运维人员将规划安置在公司现有办公用房内。

8、项目预期效益实现情况

本项目建成后不直接产生经济效益，但能够满足公司各项业务增长及运营中对IT底层基础架构的复杂需求，对公司整体业务运行提供底层基础设施的软硬件技术支撑，增强公司的数据容灾备份及抗风险能力，从而提升公司整体运营效率、降低业务经营风险。

（三）MarTech 平台研发建设项目

1、项目概况

MarTech概念源于北美知名博主Scott，正逐步成为境内外数字营销行业的主流迭代方向之一。其并非指单纯的利用技术手段实现营销目标（即传统意义上AdTech²的概念），它通过利用技术并运营随之产生的数据资产以实现营销目标，且营销目标关注重点由新用户的获取转移到存量用户运营，表现为用户的精细运营及数据驱动企业增长。根据Scott构建的生态图，MarTech可具分为 Advertising & Promotion（广告/推广）、Content & Experience（内容/体验）、Social & Relationships（互动/关系）、Commerce & Sales（交易）、Data & Analytics（数据/分析）、Management（管理）六大部分，贯穿于企业业务全链路。

本项目主要开发建设MarTech生态中的智能化运营数据营销平台，核心模块从属于MarTech生态中的“Data & Analytics（数据/分析）”部分，属于公司MarTech平台项目的一期产品，是在融合了传统意义上客户关系管理系统CRM与数据管理平台DMP功能的基础上，面向具有客户数据管理需求及移动数字营销需求的B2C模式企业的智能化运营数据营销平台，平台操作者主要为具备基础营销服务能力的B2C业务营销服务人员。MarTech平台（一期）能够向平台使用者提供融

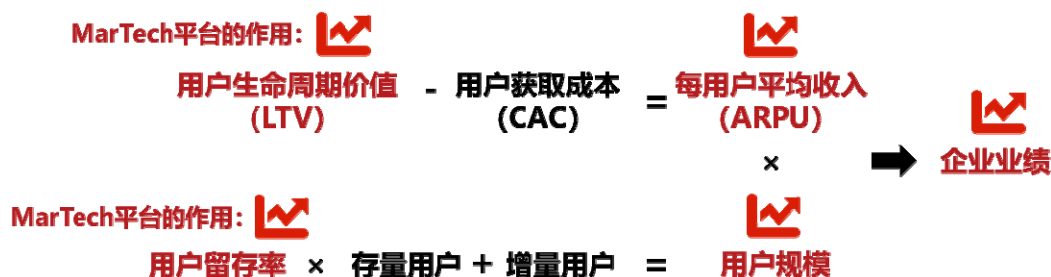
² AdTech: 译作“广告技术”，通常指支持程序化广告采购和销售的互联网广告技术。

合多渠道资源、整合用户触点、沉淀运营策略、自动对接程序化广告交易平台、实现广告一键投放等功能。本项目正式上线实施阶段，初步计划面向金融类、电商类、文娱类及消费零售企业等B2C业务领域主要客群，实现营销自动化及智能化的服务目标，并通过帮助广告主进行存量用户流量的运营，降低老用户流失率，大幅降低移动互联网渠道的获客及用户维系成本。

2、项目的必要性

（1）增量终端流量获取成本上升，MarTech 平台（一期）协助广告主对存量终端流量进行消费者全生命周期价值的有效挖掘，提升面向广告主的综合营销服务能力，增强客户粘性

根据《第43次中国互联网络发展状况统计报告》数据显示，截至2018年12月，我国移动手机网民规模共有81,698万人，普及率接近顶峰，已达到同期互联网网民数量的98.6%。在移动手机网民普及率趋于饱和的情况下，以往依赖移动手机网民快速增长带来的流量红利已逐步减少。与此同时，在通信技术持续迭代、消费类硬件设备升级换代、企业产品及服务内容呈现多样化的趋势下，用户流量获取方式逐渐由轻变重、变现方式也由简单向复杂发展：流量的获取方式从最初通过PC端的门户网站、搜索引擎、即时通讯工具触达用户，到需要结合线下服务的购物网站、外卖网站、酒店预订网站服务用户；发展至通过诸如手机硬件、共享单车、充电宝、配送团队等实体服务满足客户各类需求。上述趋势令众多B2C模式企业在新用户获取方面的投入成本持续攀升，迫使其转向对已获得的用户流量进行更深入的存量数据挖掘，从提升用户生命周期价值LTV（Life Time Value）入手，提升存量用户平均收入ARPU（Average Revenue Per User），从而保持企业增量收入的持续性。



公司作为移动数字营销服务商，通过自建移动广告平台及移动整合营销业务为众多广告主提供效果广告投放服务。效果广告投放服务完成了广告主对目标用

户群体的广告触达，部分增量转化用户对广告主的产品或服务产生付费购买行为。上述过程偏重于对用户流量的“广告触达”及“一次性购买行为”，对同一用户在“留存、变现、复购、转介绍、流失”等用户生命周期的其他阶段的管理仍存在空白。

本项目所建设的MarTech平台（一期），核心模块从属于MarTech生态中的“Data & Analytics（数据/分析）”部分，其营销目标关注重点由新用户的获取转移到存量用户运营，表现为对用户的精细运营及技术驱动企业增长。本项目上线运营阶段，将首先向公司的现有广告主客群提供基于免费SaaS³模式的MarTech平台（一期）使用权限，协助广告主在广告投放的过程中进行渠道策略分析、多渠道用户归因、自动化营销策略生成、存量用户留存提升等操作，以及通过数据化运营赋能的手段提高广告主的用户生命周期价值，从而使得公司与同行业竞争者在服务能力上产生差异化竞争优势，待平台上线稳定运营后进一步探索新型盈利模式。

（2）优先布局技术驱动型的业务模式，满足企业用户业务数据处理需求，提升终端用户触达精准度

得益于智能手机、可穿戴设备、物联网硬件等实体智能终端接入方式的普及，以及移动支付、线上购物、线上理财等移动网络应用领域不断丰富，直接面向广大消费者的B2C模式企业的数据沉淀速度已与业务增速同步。在增量流量获取成本提升的趋势下，盘活存量业务数据，分析实时业务数据，进行更加精细化的精准营销，是B2C模式企业的关键发展路径之一。

本项目研发的MarTech平台（一期）可协助生成更加精准高效的用户画像、汇聚潜在客户群体，进行实时内容推送、实时导购指引等精准触达行为，最终实现对用户的“吸引、留存、转化、流失”等全生命周期阶段的管理。

（3）新型营销技术市场潜力巨大，助力中小型企业数据管理，实现企业降本增效目标，增强公司与广告主之间的合作粘性

移动数字营销市场发展至今已具有庞大的市场规模，而MarTech作为该市场中的新兴理念，具有良好的市场前景。根据Scott Brinker于2018年发布的Marketing

³ SaaS 是 Software-as-a-Service 的缩写名称，意思为软件即服务，即通过网络提供软件服务。SaaS 提供商为客户搭建信息化所需要的所有网络基础设施及软件、硬件运作平台，并负责所有前期的实施、后期的维护等一系列服务，客户无需购买软硬件、建设机房、招聘 IT 人员，即可通过互联网使用信息系统。

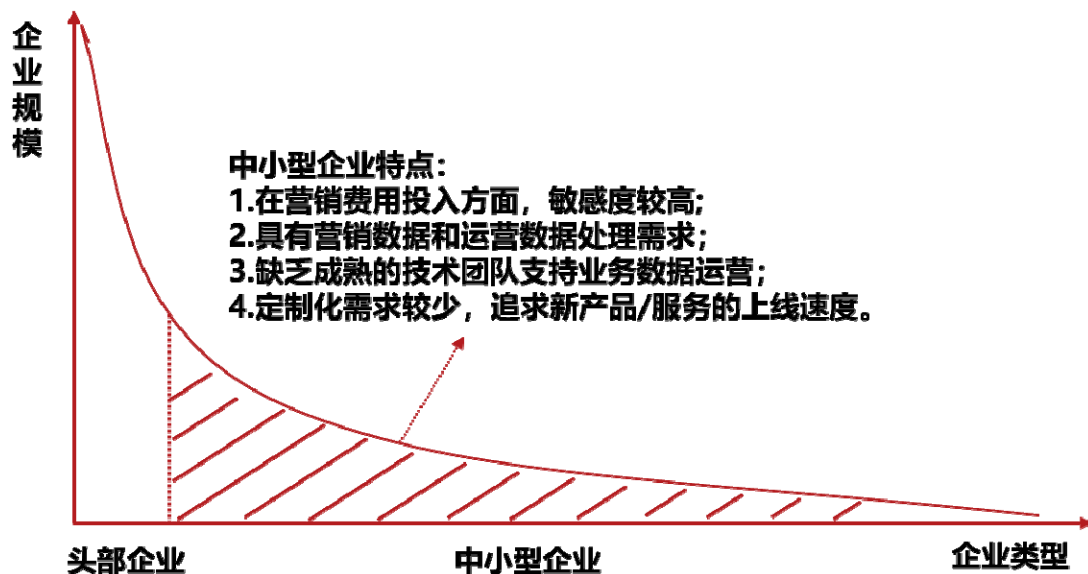
Technology Landscape⁴调查数据显示，全球范围内的营销技术供应商已经多达6,242家，而营销技术解决方案则有6,829项，相比于2017年的5,381项解决方案，增长率达到27%。作为一种营销理念，MarTech在中国整体还处于发展初期。但就MarTech的具体细分领域，如Advertising & Promotion（广告/推广）来说，已经在国内盛行多年。以程序化广告为例，据市场研究机构eMarketer的数据预测⁵，2019年至2020年，中国程序化广告支出总额将达到308.6亿美元、384.4亿美元，同比增长33.1%与24.6%。同时，智能手机作为B2C模式企业通过移动数字营销方式触达用户的关键设备，其用户平均使用时长亦逐年上升。据eMarketer统计⁶，2018年，中国成年人平均每天在移动设备上花费2小时39分钟，比2017年增长11%。智能手机用户使用时长上升，预示着B2C模式企业通过整合用户数据与运营数据、继续利用移动数字营销方式触达客群仍是优选的营销方式之一。因此，拥有运营数据处理、运营策略优化、营销运营推广、用户全生命周期管理等核心功能的MarTech平台（一期）将具有重要的市场潜力。

在移动数字营销服务市场中，仍存在众多B2C模式的中小型企业，广泛分布于金融类、电商类、文娱类及消费零售等行业，受流量向行业内的头部企业集中的影响，其用户转化率难以提升，新增用户获取成本较高。同时，此类中小型企业存在以下特点：在营销费用投入方面，敏感度较高；具有营销数据和运营数据处理需求；企业团队规模较小，缺乏成熟的技术团队支持业务数据运营；定制化需求较少，追求新产品/服务的上线速度。

⁴数据来源：《2018 中国 Martech 白皮书：洞察生态 赋能营销》，P23

⁵ 数据来源：《eMarketer：2019 年中国广告程序化购买支出将超过 308 亿美元》，<http://www.199it.com/archives/813094.html>

⁶ 数据来源：《eMarketer：今年中国成年人花在移动设备上的时间首次超过电视》，<http://www.199it.com/archives/718478.html>



基于MarTech市场良好的市场前景及中小型企业的需求特点，公司拟通过本项目实施，向金融类、电商类、文娱类及消费零售等B2C模式企业提供标准化、可独立增减功能模块的基于免费SaaS模式的MarTech平台（一期），一方面通过专业的客户数据营销平台产品，减少B2C模式企业在技术团队及增量客户获取方面的投入；另一方面能够盘活企业大量运营数据，实时优化营销投放策略，提升企业的营收规模。

3、项目建设的可行性

（1）新业务方向探索及技术研发能力创新是本项目开展的重要驱动因素

公司在技术研发方面的持续投入，以及在日常业务运营管理过程中对移动数字营销领域未来发展方向的持续思索，是公司向MarTech等新业务领域持续探索的重要驱动因素，对本项目在开发与运营过程中具有重要支撑作用。

公司技术团队持续注重技术储备和前沿技术开发，已在分布式处理、广告投放计算、大数据处理、通信等技术方面实现积累。成熟的技术团队将为本项目的实施提供全流程的技术支持与运营指导，保障各技术环节正常运转，及时发现MarTech平台（一期）与公司实际运作流程之间的磨合点，优化MarTech平台（一期）的整体系统架构。

同时，公司在移动广告程序化交易业务及移动营销整合服务业务的日常运营与业务优化过程中，逐步形成了较为完善的信息化管理及运维能力，能够保障本项目在MarTech平台（一期）的业务运营层面以及与B2C模式企业的对接层面的

顺利运作。此外，公司成熟的运营管理能力亦将快速实现MarTech平台（一期）与程序化广告交易平台的运营环节相关联，提升项目运营效率。未来，MarTech平台（一期）将基于免费的SaaS模式进行产品业务布局，而具备丰富的技术系统实施能力与运营维护经验，对于MarTech平台（一期）的上线运营、持续迭代等工作将起到重要的支撑作用。

（2）公司与上下游企业的稳定合作关系是本项目的重要业务来源

本项目建设的MarTech平台（一期），拟基于免费SaaS模式向金融类、电商类、文娱类及消费零售等B2C模式企业的营销部门提供融合多渠道数据、整合用户触点、沉淀运营策略、对接程序化交易平台、实现一键投放等业务功能，达到营销自动化的业务目标。MarTech平台（一期）上线后除了供公司内部使用，还需采用市场拓展手段进行对外推广。因此，公司现有业务经营过程中所合作过的广告主客户和媒体渠道，均能成为本项目产品拓展的重要合作伙伴。

成立以来，公司通过自建移动广告平台、分析广告效果数据、优化广告内容及投放策略、提升广告投放收益等方式，积累了大量的广告主客户。凭借着优质的服务质量与服务效率，公司先后获得光大银行信用卡中心授予的“独占鳌头奖”及“最佳获客创新奖”、360联盟授予的“年度最佳卓越贡献奖”、连尚网络授予的“突破代理商”等多项合作伙伴授予的荣誉奖项，业界口碑良好。

与此同时，公司在投放渠道建设运营过程中，一方面通过自建移动广告平台，利用技术手段与流量媒体合作，实现流量触达；另一方面通过与今日头条、百度、腾讯等头部媒体及广告联盟合作，获取优质媒体投放渠道，拓展多元化的广告投放渠道。综上，公司与广告主及媒体的合作关系及资源积累，能够为MarTech平台（一期）上线后的对外推广及企业导入提供商务资源嫁接转移。

4、项目产品构成及技术方案

（1）MarTech 平台（一期）功能特点

本项目研发建设的MarTech平台（一期）是在融合了传统意义上客户关系管理系统CRM与数据管理平台DMP功能的基础上，面向具有客户数据管理需求及移动数字营销需求的B2C模式企业的智能化运营数据营销平台，平台操作者主要为具备基础营销服务能力的B2C业务营销服务人员。MarTech平台（一期）能够向平台使用者提供融合多渠道数据、整合用户触点、沉淀运营策略、自动对接程

序化广告交易平台、实现广告一键投放等功能。本项目上线运营阶段，将首先向公司的现有广告主客群提供基于免费SaaS模式的MarTech平台（一期）使用权限，协助广告主在广告投放的过程中进行渠道策略分析、多渠道用户归因、自动化营销策略生成、存量用户留存提升等操作，以及通过数据化运营赋能的手段提高广告主的用户生命周期价值，从而使得公司与同行业竞争者在服务能力上产生差异化竞争优势，待平台上线稳定运营后进一步探索新型盈利模式。

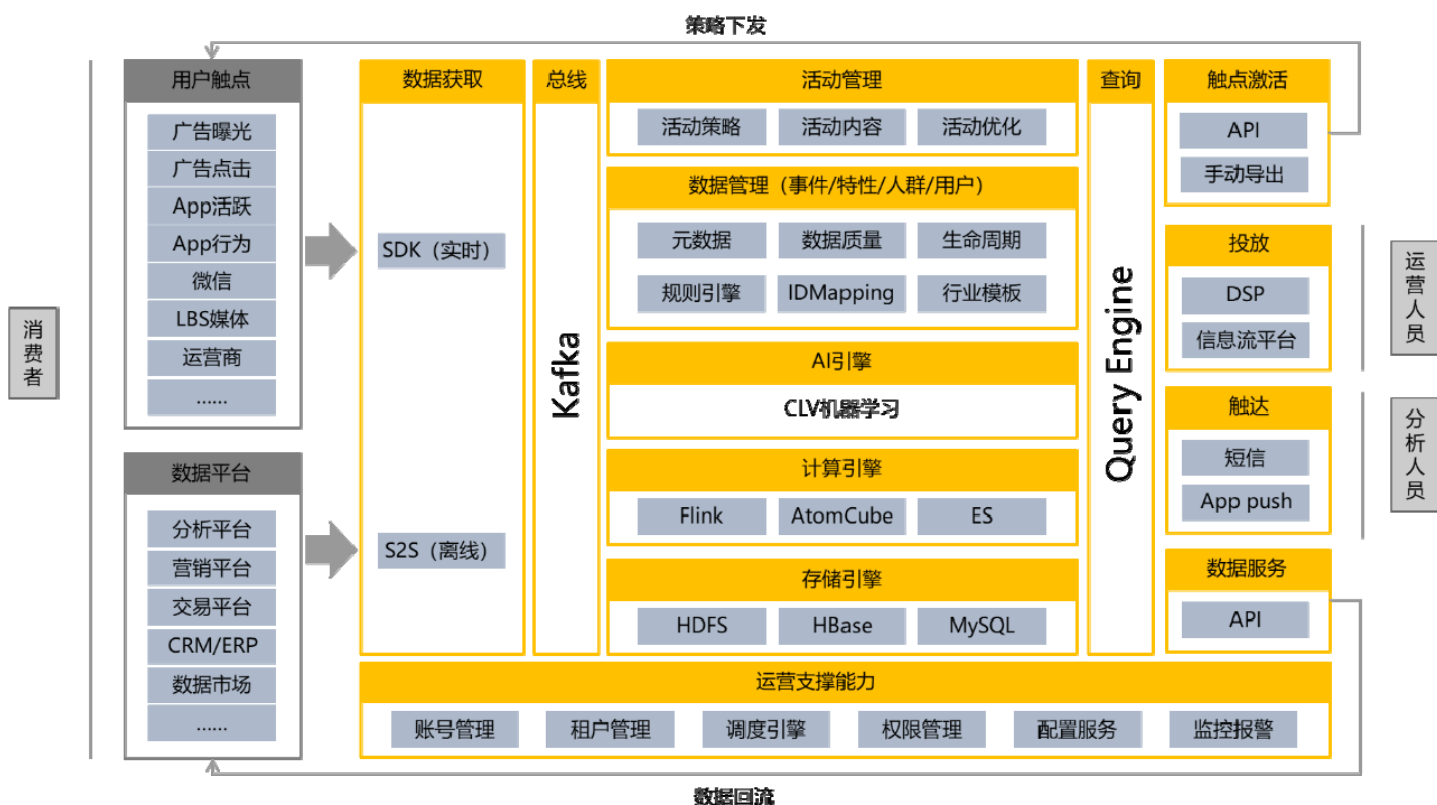
MarTech平台（一期）功能规划主要包括三大部分：Trading Desk，行为分析平台以及客户关系管理系统CRM。每个部分均包括Data（数据部分）、Insight（报表部分）以及Action（行动部分），具体功能描述如图所示。



（2）MarTech 平台（一期）技术架构功能特点

MarTech平台（一期）通过不同的用户触点和分析平台、营销平台、交易平台等数据平台获取实时数据和离线数据，交由开源流处理平台Kafka进行汇集处理，在系统后台通过活动管理、数据管理、AI引擎、数据引擎等进行进一步处理，通过Query Engine提供高可用的数据查询服务，能够供运营人员和分析人员通过

触点激活、投放、触达、数据服务等方式进行策略下发以及数据回流。



①用户触点是指能够接触到用户的媒介终端，包括广告曝光、广告点击等。

②数据平台是指能够储存、处理、分析业务数据的各类平台，包括分析平台、营销平台、交易平台、CRM/ERP、数据市场等等。

③数据获取的方式分为SDK实时获取以及S2S（服务器对服务器模式）离线获取，SDK实时获取的数据主要来自于用户触点媒介，S2S离线获取主要来自于各类数据平台。

④开源流处理平台Kafka是一种高吞吐量的分布式发布订阅消息系统，它可以处理消费者规模的网站中的所有动作流数据。各类网页浏览、搜索、点击等用户动作形成大量数据，具有处理整合并生产有用的数据资产的潜力。这些数据通常是由于吞吐量的要求而通过处理日志和日志聚合来解决。

⑤活动管理包括活动策略、活动内容与活动优化。

⑥数据管理是对基于用户、人群、事件、特性等对象的元数据、数据质量、生命周期、行业模板、数据标识关联IDMapping、规则引擎等内容进行管理。

⑦AI引擎主要针对用户生命周期CLV的机器学习为主。

⑧计算引擎包括Flink、AtomCube、ES等。

⑨存储引擎包括HDFS、HBase、MySQL等。

⑩运营支撑模块包括账号管理、租户管理、调度引擎、权限管理、配置服务、监控报警等。

⑪QueryEngine是一个高可用的类SQL查询服务，旨在为用户提供一个高级的数据查询语言，使得用户可以高效、简单、灵活地表达自己的数据查询与处理逻辑。

⑫平台的后端能够供运营人员和分析人员通过触点激活、投放、触达、数据服务等方式进行策略下发以及数据回流。

5、项目实施进度安排

将本项目建设期开始的时间节点设为T，预计建设期需3年。项目建设期内的具体实施内容包括“项目立项”、“软硬件购置及系统部署”、“人员招聘及培训”、“系统开发、测试、迭代”及“系统预发布及运行”。本项目建设进度安排如下：

序号	实施进度环节	T+1年				T+2年				T+3年			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	项目立项												
2	软硬件购置及系统部署												
3	人员招聘及培训												
4	系统开发、测试、迭代												
5	系统预发布及运行												

注：T+1、T+2 代表建设期年份，Q1、Q2、Q3、Q4 分别代表 1、2、3、4 季度。

6、项目投资概算

本项目计划投资总额为5,245.85万元，其中系统开发费用3,469.03万元，设备购置费405.92万元，软件购置费125.10万元，带宽及托管费996.00万元，预备费249.80万元。本项目计划投资总额均将通过首次公开发行股票募集资金获得，具体金额及比例如下表所示：

序号	类型	金额（万元）	占比（%）
----	----	--------	-------

序号	类型	金额（万元）	占比（%）
1	系统开发费用	3,469.03	66.13
2	设备购置费	405.92	7.74
3	软件购置费	125.10	2.38
4	带宽及托管费	996.00	18.99
5	预备费	249.80	4.76
合计		5,245.85	100.0

7、场地投入情况

研发本项目所需的研发人员预计将安排在将安置在公司现有办公用房内。

8、项目预期效益实现情况

本项目MarTech平台（一期）开发完成后，拟基于免费SaaS模式对外提供服务，不直接形成产品对外销售或直接提供盈利性服务，不会为公司直接产生效益，待平台上线稳定运营后再探索新型盈利模式。公司将持续优化MarTech平台的技术水平，提高运营能力，吸引品牌商、移动应用开发者等广告主使用本项目产品，持续培养用户使用习惯并提升用户粘性，待未来MarTech平台实现稳定运营并与程序化广告交易平台等技术平台实现完全对接，再进一步探索新型盈利模式。

（四）补充流动资金项目

1、项目概况

随着公司主营业务规模持续提升，公司对流动资金需求将随之增长；公司作为移动数字营销服务商，受到移动数字营销行业上下游企业结算方式的影响，需具备一定的流动资金，减轻合作过程中的结算压力。

2、项目的必要性

（1）业务规模持续提升，流动资金需求增加

作为国内领先的移动数字营销服务商，公司始终专注于核心技术研发，聚合优质流量资源，不断强化运营能力，满足不同行业广告主的精准营销需求，在国内市场取得较快发展，业务规模持续稳定增长。2016年至2019年1-6月公司营业收入分别为23,365.56万元、41,030.77万元、55,798.71万元和33,635.40万元，2016年至2018年，主营业务收入的年度复合增长率为54.53%，增速较快。在移动整合营销业务方面，公司根据广告主的营销需求，为其整合符合其营销定位的媒体资源，并制定契合该广告主的个性化移动营销方案，业务收入稳定增长。在移动

广告程序化交易业务方面，公司聚焦于具有独特渠道价值的中小媒体，依托数据和庞大移动终端覆盖量，并通过自建移动广告平台对接如百度联盟、AdView等多家DSP广告主及非DSP广告主，为媒体匹配优质的广告主，实现流量增值，使其收益最大化，同时亦满足DSP广告主及非DSP广告主的广告投放需求，该项业务迅速增长。

随着国内移动通信技术的成熟发展、移动网络用户规模不断扩大、移动智能硬件持续普及，未来移动数字营销行业的市场前景依旧广阔，公司业务量及营收规模将持续增长。根据艾瑞咨询发布的《2018年中国互联网产业发展报告》指出，2011年至今，中国移动营销市场规模从2011年的26亿元增长至2018年的3,694亿元，年均增速仍保持在30%以上。

综上所述，公司需维持一定的流动资金规模，以满足未来业务规模持续扩大过程中的资金需求，保持内生增长力与市场竞争力。

（2）移动整合营销业务模式对流动资金需求较大

移动数字营销服务商作为连接广告主、广告代理商及媒体资源的重要桥梁，在业务过程中需要较多运营资金。一方面，充足的运营资金能够提升公司对媒体资源的采购能力，增强与优质媒体渠道的合作粘性，并通过集中付款等规模化采购方式节约采购成本；另一方面，由于大型广告主客户的付款信用账期与公司支付给部分媒体渠道的信用账期存在时间差，公司为争取广告主和媒体资源，需维持一定的流动资金水平，在持续扩大广告主业务规模的同时，保持与媒体渠道的合作粘性。

此外，公司根据业务发展需要配备各类专业的数字营销人才，将会逐步增加人力资源成本、相关研究开发及内容制作费用，以提升公司服务水平和核心竞争力、推动业务模式不断创新，提升经营效益，促进公司业务的可持续发展，因此使得公司需要更多的营运资金。

4、补充流动资金的管理

对于该部分流动资金，公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所有关规定及《募集资金管理制度》进行管理，根据公司业务发展需要合理使用。公司已建立募集资金专项存储制度，上述流动资金将存于董事会决定的专项账户。

三、董事会对募集资金投资项目情况的可行性分析意见

2019年11月6日，公司第四届董事会第九次会议审议通过了《募集资金投资项目及其可行性的议案》，同意公司本次公开发行股票募集资金投资用于投入广告大数据平台升级建设项目、数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目、MarTech平台研发建设项目及补充流动资金项目。

经过审慎分析和论证，公司董事会认为本次募集资金投资项目是根据市场环境、公司的经营现状和未来发展的战略的深入分析而审慎确定的。本次募集资金投资项目与公司现有业务关系密切，是对公司现有业务体系的发展和完善。募集资金投资项目深度契合公司现有的移动数字营销服务商的业务定位，可强化公司的技术能力和服务能力，同时有利于公司开拓新的市场和客户群里，提升公司在竞争日趋激烈的市场中的核心竞争力。

四、募集资金运用对经营成果和财务状况的影响

本次募集资金投入使用并产生效益后将进一步提高本公司的经营业绩，进一步改善本公司的财务状况。

（一）对公司经营成果的影响

公司本次募集资金投资项目全部建成实施后，公司的既有业务优势将更加突出，各项不足也将得到较大程度改善，将进一步提升公司在移动数字营销行业技术方面的核心竞争优势，提高公司运营服务效率，为公司未来的战略发展奠定坚实基础，对公司保持和强化竞争优势有重要价值。

（二）对公司财务状况的影响

本次发行前，公司资产规模的增长主要依靠经营活动积累。本次发行完成后，公司总资产规模、净资产规模将显著增长，每股净资产亦将有所增加，有利于公司迅速提升资金实力和整体规模，增强业务拓展能力和抵御风险能力，保障公司的持续经营和市场竞争能力。本次发行完成后，公司净资产和股本规模会出现较大增长，将导致短期内净资产收益率和每股收益有所下降，但随着募集资金投资项目的实施和落地，预计公司核心竞争力及盈利能力将得以加强。

五、募投资金投资项目合规性分析

本次募集资金投资项目中，募集资金投资项目均已完成在政府有关部门所必须的备案手续，符合国家产业政策的相关规定。

根据《深圳市建设项目环境影响评价审批和备案管理名录》（深人环规[2018]1号）第八条之规定：“未列入本名录的其他建设项目，无需实施建设项目环境影响评价审批或者备案。”公司本次募集资金投资项目为广告大数据平台升级建设项目、数据中心扩容建设及网络安全管理升级项目、MarTech平台研发建设项目和补充流动资金，均为不涉及土建、生产环节的项目，属于“I64 互联网和相关服务”行业范畴，未列入《深圳市建设项目环境影响评价审批和备案管理名录》（深人环规[2018]1号），故无需实施建设项目环境影响评价审批或者备案。

本次募集资金投资项目不涉及土地管理相关审批程序。

六、募集资金投资项目实施后对同业竞争及公司独立性的影响

本次募集资金投资项目实施后不产生同业竞争，对公司的独立性不会产生不利影响。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

（一）销售合同

截至报告期末，公司正在履行或将要履行的重要销售合同情况如下：

编号	客户名称	合同名称	合同起止日
1	大唐高鸿数据网络技术股份有限公司[注 1]	《媒体合作协议》及其补充协议	2018.06.01 -2020.12.31
2	中国光大银行股份有限公司上海分行	《信用卡互联网发卡业务合作协议》及其补充协议	2019.01.01 -2019.12.31
3	深圳市微网力合信息技术有限公司	《渠道合作协议》	2019.01.01 -2019.12.31
4	天津市中昂时代科技有限公司	《掌众网络客户合作协议》	2019.01.01 -2019.12.31
5	上海弘贯网络科技有限公司	《亿达传媒客户合作协议》	2019.01.18 -2019.12.31
6	易玩（上海）网络科技有限公司	《掌众网络客户合作协议》	2019.01.01 -2019.12.31
7	上海沃豆网络科技有限公司	《掌众网络客户合作协议》	2019.01.01 -2019.12.31
8	海南奇遇天下网络科技有限公司[注 2]	《战略合作协议》及其补充协议	2018.12.13 -2019.12.31

注 1：发行人与大唐高鸿数据网络技术股份有限公司控制下的所属企业北京大唐高鸿无线互联科技有限公司、大唐高鸿通信技术有限公司签署协议文件；

注 2：发行人与海南奇遇天下网络科技有限公司及其控制下的所属企业霍尔果斯奇遇天下网络科技有限公司、上海灵笛谷网络科技有限公司签署协议文件

（二）采购合同

截至报告期末，公司正在履行或将要履行的重要采购合同情况如下：

编号	供应商名称	合同名称	合同起止日
1	广东今日头条科技有限公司	《代理商数据推广商务合作协议》、《代理商数据推广商务合作协议返点补充协议》、《补充协议》	2019.01.01- 2019.12.31
2	深圳壹伍柒文化传播有限公司	《全网广告渠道合作协议》	2019.01.01 -2019.12.31
3	北京派瑞威行互联技术有限公司[注 1]	《代理合作框架合同》、《补充协议》	2019.01.01 -2019.12.31
4	深圳市东信时代信息技术	《信息推广合作协议》	2019.01.01

	有限公司		-2019.12.31
5	上海赤岛科技有限公司	《信用卡合作协议》	2019.01.02 -2020.01.01
6	江西巨网科技有限公司[注2]	《腾讯广点通平台信息发布协议》	2018.12.19 -2019.12.31
7	上海酷誉网络科技有限公司	《合作协议》	2018.01.01 -2020.12.31
8	伊犁宏禧聚信广告有限公司	《信息推广服务合同》	2019.01.01 -2019.12.31

注 1：北京派瑞威行互联技术有限公司于 2019 年 5 月变更公司名称，曾用名北京派瑞威行广告有限公司；

注 2：发行人与江西巨网科技有限公司及其控制下的所属企业西藏巨网科技有限公司签署协议文件

（三）其他合同

截至报告期末，公司正在履行或将要履行的交易金额在 1,000 万元以上，或虽未达到前述标准但对本公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的其他重要合同情况如下：

1、2018 年 9 月 20 日，公司一级子公司前海视界与招商银行股份有限公司深圳分行签订《法人购房借款及抵押合同》（编号：755HT2018092247），借款金额为 3,219 万元，借款用途为支付购房款，借款期限自 2018 年 9 月 30 日至 2028 年 9 月 29 日，前海视界以按月递减还本付息的方式偿还借款。公司及公司控股股东、实际控制人袁春，已分别向招商银行股份有限公司深圳分行出具《不可撤销担保书》，对前海视界上述借款提供连带责任保证担保，其中公司的保证责任期间为“自担保书生效之日起至借款或其他债务到期之日或垫款之日起另加三年”，袁春的保证责任期间为“自担保书生效之日起至债务人在主合同项下所购房产办妥以招商银行深圳分行为抵押权人的正式抵押登记，并将房地产权证或/和房地产他项权证交由招商银行深圳分行保管之日止”。同时，公司与招商银行股份有限公司深圳分行签订《质押合同》（编号：755HT201809224703），公司以所有的前海视界 100% 股权为上述债权提供质押担保，质押期间自主合同生效之日起至主合同项下债权诉讼时效届满为止。

2、2019 年 1 月 30 日，公司、公司一级子公司掌众信息、公司二级子公司掌众网络与招商银行股份有限公司深圳分行签订《授信协议》（编号：755XY2018039076），约定招商银行股份有限公司深圳分行向公司、掌众信息、

掌众网络合计提供授信额度 2,000 万元，其中公司、掌众信息、掌众网络可使用的授信额度分别不超过 200 万元、1,400 万元和 1,400 万元，授信期间为 2019 年 1 月 30 日至 2020 年 1 月 29 日。本协议项下债务由公司、公司一级子公司前海视界以及公司控股股东、实际控制人袁春为该授信事项之连带责任保证人，保证责任期间为“自担保书生效之日起至《授信协议》项下每笔贷款或其他融资或招商银行深圳分行受让的应收账款债权的到期日或每笔垫付的垫款日另加三年”。

基于上述安排：（1）2019 年 3 月 8 日，掌众网络与招商银行股份有限公司深圳分行签订《借款合同》（编号：755HT2019024801），借款金额为 700 万元，借款用途为支付媒体流量采购费、支付工资、支付税费，借款期限为 2019 年 3 月 8 日至 2020 年 3 月 7 日；（2）2019 年 3 月 11 日，掌众信息与招商银行股份有限公司深圳分行签订《借款合同》（编号：755HT2019024790），借款金额为 700 万元，借款用途为支付媒体流量采购费、支付工资、支付税费，借款期限为 2019 年 3 月 11 日至 2020 年 3 月 10 日。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对合并报表范围外主体的担保事项。

三、重大诉讼或仲裁事项

报告期内，公司作为一方当事人的诉讼事项如下表所示，均已结案：

序号	原告	被告	诉讼案由	判决结果/诉讼状态
1	田伟	苏运荣、发行人、袁春	股权	深圳市南山区人民法院于 2018 年 5 月作出一审民事判决，驳回原告田伟的全部诉讼请求；二审诉讼过程中，当事人为减少对各方造成的不利影响和潜在影响，于 2019 年 9 月签署《和解协议》，并经广东省深圳市中级人民法院出具的《民事调解书》予以确认，二审诉讼调解结案。截至本招股说明书签署日，本案正在执行中
2	江西淘米信息科技有限公司	掌众信息	合同	江西省南昌高新技术产业开发区人民法院于 2018 年 9 月作出一审民事判决；二审诉讼过程中，经江西省南昌市中级人民法院主持调解并于 2019 年 3 月出具《民事调解书》，二审诉讼调解结案。截至本招股说明书签署日，本案已执行完毕
3	上海普兰金融服务有限公司	发行人、国际商业机器（中国）有限公司	合同	上海浦东新区人民法院于 2018 年 1 月作出一审民事判决。上海市第一中级人民法院于 2018 年 5 月作出二审民事判决，驳回上诉维持原判。截

				至本招股说明书签署日，本案已执行完毕
--	--	--	--	--------------------

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

截至本招股说明书签署日，公司及公司的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均无尚未了结的作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

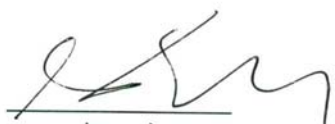
截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。


第十二节 有关声明

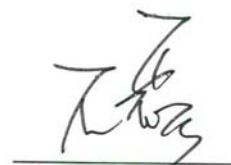
全体董事、监事、高级管理人员声明

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

全体董事签名：

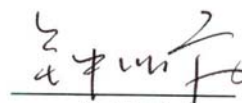

袁 春


汪 娣


石 磊


张瑞广

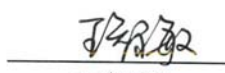

胡正清


钟明霞

全体监事签名：

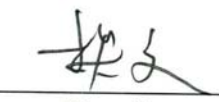

舒东树

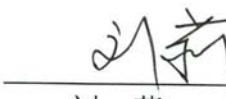

喻 涛


王智敏

未担任董事的高级管理人员签名：


程金文


樊 文


刘 莉


深圳掌众智能科技股份有限公司
2019年12月20日

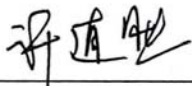


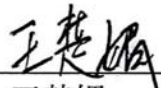
保荐机构（主承销商）声明

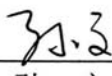
本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

董事长： 
包 凡

法定代表人/总经理： 
刘 威

保荐代表人： 
许道然


王楚媚

项目协办人： 
孙 文

华菁证券有限公司

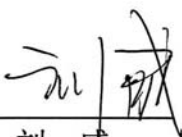
2019 年 12 月 20 日



保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读深圳掌众智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长： 
包 凡

总经理： 
刘 威

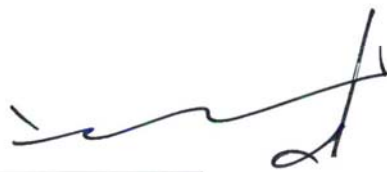


2019 年 12 月 20 日

发行人律师声明

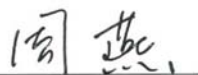
本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：_____



高 树

经办律师：_____


周 燕
张 鑫
刘丽萍
袁 锦

广东华商律师事务所

2019年12月20日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《深圳掌众智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2019〕3-418号）、《内部控制鉴证报告》（天健审〔2019〕3-419号）及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对深圳掌众智能科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

   
张立琰 龙琦

天健会计师事务所负责人：

 
张希文

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一九年二月二十日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的苏公 W[2017]B146 号《验资报告》无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

验资机构负责人：


张彩斌

签字注册会计师：


邓 娇


刘新民

公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）



2019 年 12 月 20 日

关于会计师事务所变更名称的说明

本机构原名为江苏公证天业会计师事务所（特殊普通合伙），2019年6月17日，更名为公证天业会计师事务所（特殊普通合伙），特此说明。

公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）



验资机构负责人：

张彩斌

2019年12月20日


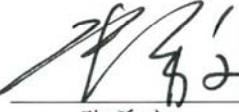
验资复核机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《深圳掌众智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本所出具的《实收资本复核报告》（天健验（2019）3-54号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对深圳掌众智能科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

 
张立琰 龙琦

天健会计师事务所负责人：


张希文

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇一九年二月二十日

资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读《深圳掌众智能科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》（以下简称招股说明书），确认招股说明书与本机构出具的坤元评报（2012）320号《资产评估报告》无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：_____


俞华开

签字注册资产评估师：_____

谢单（已离职）

朱小波（已离职）



资产评估机构关于签字注册资产评估师离职的说明

中国证券监督管理委员会：

本公司作为深圳掌众智能科技股份有限公司申请公开发行股票并在创业板上市的资产评估机构，出具了坤元评报（2012）320号《资产评估报告》，签字注册资产评估师为谢单同志和朱小波同志。

谢单同志和朱小波同志已从本公司离职，故无法在招股说明书之“资产评估机构声明”中签字，其离职不影响本公司出具的资产评估报告的法律效力。

专此说明，请予察核！

资产评估机构负责人/法定代表人：


俞华开

坤元资产评估有限公司

2019年12月20日



第十三节 附件

一、本招股说明书的备查文件

- （一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- （二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）内部控制鉴证报告；
- （六）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （七）法律意见书及律师工作报告；
- （八）公司章程（草案）；
- （九）中国证监会核准本次发行的文件；
- （十）其它与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间

工作日上午 9：00 - 11：00，下午 2：30 - 4：30。

三、查阅地点

- （一）发行人：深圳掌众智能科技股份有限公司
地址：深圳市南山区粤海街道科技路 1 号桑达科技大厦 14 楼南 A
电话：0755-3330 0083
联系人：刘莉
- （二）保荐人（主承销商）：华菁证券有限公司
地址：上海市虹口区吴淞路 575 号 2501 室
电话：021-6015 6666
联系人：许道然