

杭州九言科技股份有限公司
公开转让说明书

主办券商



华泰证券股份有限公司
HUATAI SECURITIES CO., LTD.

二〇一六年二月

声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让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、完整性承担个别和连带的法律责任。

本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公开转让说明书中财务会计资料真实、完整。

全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“全国股份转让系统公司”）对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或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。

本公司的挂牌公开转让的申请尚未得到中国证监会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司核准。本公开转让说明书申报稿不具有据以公开转让的法律效力，投资者应当以正式公告的公开转让说明书全文作为投资决策的依据。

根据《证券法》的规定，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

重大事项特别提示

本公司特别提醒投资者注意下列重大事项及风险：

一、财务风险

（一）报告期内持续亏损的风险

公司报告期内 2015 年 1-7 月、2014 年度及 2013 年度，主营业务收入分别为 41.96 万元、534.05 万元及 133.48 万元；净利润分别为-5,874.99 万元、-1,497.01 万元及-436.79 万元；报告期末未分配利润为-3,671.49 万元。

公司净利润为负数，主要因为公司目前尚处于业务发展阶段，首要目标是积累用户数和流量。公司通过持续的研发及硬件投入、市场推广和品牌塑造，快速的积累产品用户数量。截止至 2015 年 7 月 31 日，公司账面净资产 22,065.41 万元，其中，现金及认购的理财产品总计金额 20,886.23 万元，在未来很长一段时间内足以支持公司的业务开展。

但是，如果公司未来不能通过有效的方式将流量转换成收入，或者即使进行商业变现、变现收入无法涵盖公司经营支出，则公司将面临继续亏损的风险。

（二）经营现金流量持续为负的风险

公司报告期内 2015 年 1-7 月，2014 年度及 2013 年度，经营活动现金流量净额分别为-6,803.11 万元、-1,329.19 万元、-331.51 万元，经营活动现金流入量持续为负数。

目前，公司自有资金充足，在未来很长一段时间内足以支持公司的业务开展。但是，如果公司未来不能通过有效方式实现流量到收入的转换，且无法及时通过其他渠道获得资金，则公司的流动性将出现问题，进而影响公司正常业务的发展。

二、市场风险

（一）政策风险

目前，互联网行业是国家重点扶持和发展的高新技术产业，国家在产业政策方面给予大力支持和鼓励。但是，如果国家对互联网行业的支持政策不再持续，公司经营环境将发生改变，进而对公司经营业绩产生一定影响。

（二）行业竞争风险

随着智能手机普及及应用范围扩展，我国互联网用户对于个性化社交的需求不断增强。一些以文字通信为主的综合类社交平台，相继在其原有产品基础上推出以图片为载体的社交功能，对其社交属性进行补充；同时，其他以图片为主要表达方式的垂直类社交应用也不断涌现，但其产品大都处于跟随、模仿和学习的阶段。

移动社交行业竞争环境变化迅速，现有社交产品功能的升级更新及未来新涌现的社交类产品均可能对公司的发展构成一定影响。

三、营运风险

（一）新增用户数量趋缓的风险

与传统的 PC 端社交相比，移动社交具有人机交互、实时场景等特点，能够让用户随时随地地创造并分享内容，让网络最大程度服务于个人的现实生活，移动互联网社交行业正处于高速发展时期。in APP 自上线以来，注册用户数保持高速增长。截止至 2015 年 10 月 31 日，in APP 的注册用户数已达到 5,489.97 万人。

如果未来公司不能通过持续完善用户体验以增强公司的核心竞争力，再加上市场上不断新推出的 APP，则公司将面临新增用户数量趋缓的风险，从而影响公司的运营。

（二）未来收入不确定的风险

公司主要从事互联网应用平台的开发和运营，旗下目前主要有两款产品，分别为女性中高端品牌导购平台爱图购以及以此为基础拓展形成的移动社交平台 in APP。自 2014 年 6 月 in APP 上线后，注册用户数和活跃用户数迅速增长，因此，借鉴国外成熟图片社交平台采用的先积累用户数及流量，再进行商业变现的发展途径，公司决定将经营战略由“爱图购平台导购变现”调整为“in APP 用户数和流量的积累”。

目前，in APP 尚处于用户和流量积累阶段，尚未实现收入。公司的主营业务收入来源于“爱图购”，报告期 2015 年 1-7 月，2014 年及 2013 年度，主营业务收入分别为 41.96 万元、534.05 万元、133.48 万元。

在未来一段时间内公司将继续以积累用户和流量为主要的发展方向，在此期间，如果未来公司所处的市场环境和用户对产品体验发生较大变化，公司不能够通过有效的方式将流量转换成收入，公司未来收入存在不确定的风险。

（三）产品生命周期风险

目前，移动互联网应用行业市场空间大，发展潜力高，但市场竞争激烈，往往会同时推出多款同类型的产品相互竞争，替代老旧的产品。同时，活跃用户对互联网应用产品有明确的需求和目的，注重产品的细节和用户体验；移动互联网应用产品的更新换代速度很快。因此，如何最大限度的完善用户体验，留存现有用户并提升其活跃度，同时挖掘潜在用户以延长产品的生命周期是行业共同面临的一个挑战和风险。

（四）产品单一的风险

公司旗下主要有两款产品：女性中高端品牌导购平台“爱图购”以及以此为基础拓展形成的移动社交平台“in APP”。目前，公司将主要的资源投入到 in APP 的研发、升级和推广。目前公司仅仅主打一款产品，如果未来公司未能及时形成产品多样化、集群化的发展格局，将对公司未来的经营情况及长期发展产生不利

影响。

（五）人才引进和流失风险

作为一个技术密集型行业，移动互联网行业对高级技术人才的依赖性较强。引进专业人才并保持核心技术人员稳定是公司生存和发展的根本，是公司的核心竞争力所在。随着移动互联网行业快速发展，业界对人才的需求不断扩大，高端人才尤其紧俏。同时，随着公司规模的不不断扩大，如果企业文化、考核和激励机制、约束机制不能满足公司发展的需要，将使公司难以吸引和稳定核心技术人员，面临专业人才缺乏和流失的风险，从而削弱公司的竞争力，影响公司的长期经营和未来发展。

（六）知识产权不易保障且难以维权的风险

虽然我国与知识产权相关的法律法规建设稳步推进，司法保护和行政执法进一步加强。但是与其他国家相比，国内对知识产权的保障整体表现仅属一般。

在移动互联网领域，产品的某些功能获得用户较好反响后，其他企业往往能在短时间内模仿，推出相同或相似的功能，从而影响公司产品的用户忠诚度。知识产权纠纷在移动互联网领域属于高发类纠纷，频次和金额也较大。一旦公司出现知识产权纠纷，将对公司未来的发展产生一定的影响。

（七）取得资质前从事增值电信业务而受行政处罚的风险

公司于 2015 年 9 月取得《增值电信业务经营许可证》。报告期内，公司存在未取得《增值电信业务经营许可证》即开展因特网信息服务业务的行为，不符合《中华人民共和国电信条例》的规定。

公司未收到过主管部门浙江省通信管理局就上述行为提出的任何异议或处罚。主办券商及律师走访了浙江省通信管理局，对主管部门的工作人员进行了访谈，根据工作人员介绍，浙江省通信管理局在为申请企业核发《增值电信业务经营许可证》前，会按照《电信业务经营许可管理办法》的要求，对申请经营增值电信

业务的公司及主要出资者和主要经营管理人员三年内是否有违反电信监督管理制度的违法记录进行审核，确认无违法记录方可发证。公司已取得了经营互联网增值业务所需的资质和许可，报告期内曾存在的上述行为已得到纠正。

公司上述的行为仍然存在被主管部门依据《中华人民共和国电信条例》、《电信业务经营许可管理办法》等行政法规和部门规章处罚的法律风险，可能会对公司的经营造成不利影响。

四、技术风险

（一）系统安全风险

互联网是由多个计算机相互连接而成的超大型计算机网络，其客观上存在着网络基础设施故障、软件漏洞等系统风险，甚至还存在网络恶意攻击引起整个网络瘫痪的可能性。

公司是基于互联网的移动社交平台运营商，必须确保平台系统的稳定和数据的安全。虽然公司已经采取了一系列措施确保公司的系统以及数据安全，但设备故障、软件漏洞、网络攻击以及自然灾害等因素客观存在，若上述风险发生，将可能造成公司业务数据丢失或其他严重后果，用户将无法及时享受公司提供的服务，从而影响公司的声誉和经营业绩。

（二）数据泄露风险

在移动互联网的高速发展下，用户数猛增，移动设备及后台服务器中存储了大量的数据信息。公司通过 in APP 为用户提供社交服务，后台运营过程中，需要对大量数据进行采集、储存和分析。尽管公司已采取多种有效手段防护信息安全，但如果公司受到恶意软件、病毒、甚至黑客攻击的影响，将会导致网络速度减慢，频繁拥塞，甚至信息数据泄露，公司因而可能面临用户体验下降、用户流失、市场声誉受损等风险，进而对公司经营及业绩造成影响。

（三）技术创新风险

技术创新是推动互联网产业竞争力提升的重要路径，是互联网公司最重要的核心竞争力之一。当前，技术更新换代周期缩短已经成为移动互联网行业的重要特性，公司需要不断研发和应用最新的移动互联网技术，以应对行业发展趋势和自身业务发展需求。如果公司不能保持持续的创新能力，则公司将可能面临技术水平落后等风险，从而在一定程度上影响公司的市场竞争地位。

五、管理风险

（一）公司内部控制制度尚未运作成熟的风险

有限公司阶段，公司已经制定了与日常生产经营管理相关的内部控制制度，并且得到良好的执行。2015年7月，有限公司整体变更为股份公司后，相应的内部控制制度得以健全，但由于股份公司设立时间距今较短，公司及管理层规范运作意识的提高、相关制度切实执行及完善均需要一定过程。因此，公司短期内仍可能存在相关内部控制制度不能有效执行的风险。

（二）实际控制人控制风险

截至本公开转让说明书签署之日，公司的控股股东、实际控制人孙颖、谢旭夫妇直接及间接合计持有公司57.83%的股份，处于控制地位。

虽然公司引进外部投资者并通过制订及实施“三会”议事规则、避免同业竞争等承诺和措施，进一步完善了公司的法人治理结构，但公司的实际控制人仍可能通过其所控制的股份对公司的管理作出不当决策，公司存在实际控制人控制的风险。

目录

声明	2
重大事项特别提示	3
一、财务风险	3
（一）报告期内持续亏损的风险	3
（二）经营现金流量持续为负的风险	3
二、市场风险	4
（一）政策风险	4
（二）行业竞争风险	4
三、营运风险	4
（一）新增用户数量趋缓的风险	4
（二）未来收入不确定的风险	5
（三）产品生命周期风险	5
（四）产品单一的风险	5
（五）人才引进和流失风险	6
（六）知识产权不易保障且难以维权的风险	6
（七）取得资质前从事增值电信业务而受行政处罚的风险	6
四、技术风险	7
（一）系统安全风险	7
（二）数据泄露风险	7
（三）技术创新风险	8
五、管理风险	8
（一）公司内部控制制度尚未运作成熟的风险	8
（二）实际控制人控制风险	8
释义	16
第一节 公司概况	18

一、公司基本情况	18
二、本次挂牌情况	19
(一) 挂牌股票情况	19
(二) 股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺	19
(三) 挂牌以后的股份转让方式	20
三、公司股权结构图	21
四、控股股东、实际控制人，前十名股东及持股 5%以上股东的基本情况	21
(一) 控股股东及实际控制人基本情况	21
(二) 前十名股东及持股 5%以上股东的基本情况	22
(三) 股东之间的关联关系	29
五、公司设立以来股本的形成及变化情况	30
(一) 有限公司的设立	30
(二) 有限公司的历次增资及股权转让	30
(三) 变更设立为杭州九言科技股份有限公司	36
(四) 员工股权激励计划	39
六、公司董事、监事和高级管理人员基本情况	41
(一) 董事基本情况	41
(二) 监事基本情况	43
(三) 高级管理人员基本情况	43
七、报告期内主要财务指标	44
八、中介机构相关情况	46
(一) 主办券商	46
(二) 律师事务所	46
(三) 会计师事务所	46
(四) 资产评估机构	47
(五) 证券登记结算机构	47
(六) 申请挂牌证券交易所	47
第二节 公司业务	48

一、公司主要业务及产品和服务情况	48
（一）主要业务概述	48
（二）公司主要产品历史发展演变	48
（三）公司的主要产品和服务	49
二、商业模式	56
（一）商业模式与发展潜力	56
（二）道德防范措施	64
三、公司内部组织结构、整体运营流程方式	65
（一）公司内部组织结构图	65
（二）公司整体运营流程方式	66
四、公司技术、资质、固定资产等关键要素情况	67
（一）公司主要产品和服务的技术	67
（二）公司无形资产、知识产权和非专利技术	67
（三）公司固定资产	75
（四）公司主要经营场所	76
（五）公司员工情况	77
（六）公司研发情况	78
五、公司主营业务具体状况	80
（一）主营业务运营情况	80
（二）产品或服务的销售情况	83
（三）采购情况	85
（四）报告期内的重大合同及履行情况	86
六、公司所处行业情况	89
（一）行业概况	89
（二）行业发展现状及前景	93
（三）公司面临的主要竞争状况	100
第三节 公司治理	107
一、最近两年股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况	107

二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果	108
三、公司及其控股股东、实际控制人报告期内违法违规及受处罚的情况	109
四、公司诉讼情况	110
五、公司独立性情况	110
（一）业务独立	110
（二）资产独立	110
（三）人员独立	111
（四）财务独立	111
（五）机构独立	111
六、同业竞争	112
（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间同业竞争情况	112
（二）公司控股股东、实际控制人为了避免同业竞争的措施与承诺	113
七、公司对外担保、重大投资、委托理财、关联交易情况以及相关措施	114
（一）对外担保、重大投资、委托理财、关联交易情况	114
（二）公司关于对外担保、重大投资、委托理财、关联交易的相关措施	114
八、公司董事、监事、高级管理人员的相关情况	115
（一）公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况	115
（二）公司董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系	116
（三）公司与董事、监事、高级管理人员的相关协议、承诺及履行情况	116
（四）公司董事、监事、高级管理人员的兼职情况	116
（五）公司董事、监事、高级管理人员的对外投资与公司存在利益冲突情况	118
（六）公司董事、监事、高级管理人员受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责情况	118
（七）公司董事、监事、高级管理人员任职资格及竞业禁止情况	119
（八）公司董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况	119
第四节 公司财务	121

一、最近两年及一期财务报表的审计意见和经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及所有者权益变动表	121
(一) 最近两年一期财务报表的审计意见	121
(二) 财务报表的编制基础	121
(三) 报告期内经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及所有者权益变动表	121
二、重要会计政策、会计估计和前期差错	135
(一) 会计期间	135
(二) 营业周期	135
(三) 记账本位币	135
(四) 现金及现金等价物的确定标准	135
(五) 金融工具	135
(六) 应收款项	139
(七) 存货	140
(八) 固定资产	141
(九) 无形资产	141
(十) 长期待摊费用	142
(十一) 职工薪酬	142
(十二) 收入	143
(十三) 政府补助	144
(十四) 递延所得税资产、递延所得税负债	145
(十五) 租赁	145
(十六) 主要会计政策、会计估计的变更	146
(十七) 前期会计差错更正	146
三、公司近两年及一期主要会计数据和财务指标	147
(一) 主要财务指标变动分析	147
(二) 公司近两年及一期利润形成的有关情况	150
(三) 公司近两年及一期主要资产情况	158

（四）公司近两年及一期主要负债情况	170
（五）公司近两年及一期股东权益情况	173
（六）公司财务规范情况	174
四、关联方、关联方关系及关联交易	175
（一）关联方和关联方关系	175
（二）报告期的关联交易	178
五、提请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	182
（一）期后事项	182
（二）或有事项	182
（三）其他重要事项	182
六、报告期内资产评估情况	182
七、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策	183
（一）报告期内股利分配政策	183
（二）公司报告期内的股利分配情况	183
（三）公开转让后的股利分配政策	183
八、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况	184
九、可能对公司业绩和持续经营产生不利影响的风险因素及自我评估	184
（一）报告期内持续亏损的风险	184
（二）经营现金流量持续为负的风险	185
（三）政策风险	185
（四）行业竞争风险	185
（五）新增用户数量趋缓的风险	186
（六）未来收入不确定的风险	186
（七）产品生命周期风险	188
（八）产品单一的风险	188
（九）人才引进和流失风险	189
（十）知识产权不易保障且难以维权的风险	189
（十一）取得资质前从事增值电信业务而受行政处罚的风险	190

（十二）系统安全风险	190
（十三）数据泄露风险	191
（十四）技术创新风险	191
（十五）公司内部控制制度尚未运作成熟的风险	192
（十六）实际控制人控制风险	192
（十七）公司自我评估	193
第五节 有关声明	198
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	198
二、主办券商声明	200
三、发行人律师声明	201
四、会计师事务所声明	203
五、资产评估机构声明	204
第六节 附件	205

释义

在本说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

九言科技有限、九言有限	指	杭州九言科技有限公司
公司、股份公司、九言科技	指	杭州九言科技股份有限公司
股东大会	指	杭州九言科技股份有限公司股东大会
股东会	指	杭州九言科技有限公司股东会
董事会	指	杭州九言科技股份有限公司董事会
监事会	指	杭州九言科技股份有限公司监事会
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、首席运营官、首席技术官、首席财务官、首席行政官
报告期	指	2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-7 月
主办券商、华泰	指	华泰证券股份有限公司
会计师、天健	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
律师、汉坤	指	北京市汉坤律师事务所
资产评估机构、坤元	指	坤元资产评估有限公司
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
证监会	指	中国证券监督管理委员会
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《公司章程》	指	最近一次由股东大会会议通过的《杭州九言科技股份有限公司章程》
三会	指	股东（大）会、董事会、监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
经纬创投	指	经纬（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）
国科鼎鑫	指	北京国科鼎鑫投资中心（有限合伙）
上海梵木	指	上海梵木投资管理合伙企业（有限合伙）
上海真有	指	上海真有投资管理合伙企业（有限合伙）
海宁海创	指	海宁海创创新投资合伙企业（有限合伙）
杭州云祥	指	杭州云祥创新投资合伙企业（有限合伙）

伟创富通	指	北京伟创富通互联网投资中心（有限合伙）
清羽乐	指	上海清羽乐投资合伙企业（有限合伙）
经纬创腾	指	经纬创腾（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）
三仁焱兴	指	杭州三仁焱兴投资合伙企业（有限合伙）
上海磁谷	指	上海磁谷创业投资合伙企业（有限合伙）
达孜基石	指	达孜基石创业投资合伙企业（有限合伙）
杭州君道	指	杭州君道网络科技有限公司
君道国际	指	君道国际科技有限公司
in、in APP	指	公司的主要产品之一，是一款基于移动端的图片社交应用平台
爱图购	指	公司的产品之一，是一款基于 PC 端和移动端的品牌导购平台
陌陌	指	一款基于地理位置的移动社交工具
YY	指	欢聚时代公司旗下的真人视频直播交友社区
Instagram	指	一款图片分享应用软件，现被 Facebook 收购
Pinterest	指	一款图片分享和收藏软件
nice	指	一款基于移动端的图片社交软件。
UI	指	User Interface，即用户界面的简称
友盟、Umeng	指	2010 年 4 月在北京成立，中国最大的移动开发者服务平台，为移动开发者提供免费的应用统计分析、社交分享、消息推送、自动更新、在线参数、移动推广效果分析、微社区等 APP 开发和运营解决方案。
CPC 业务收入	指	按点击次数收费的广告收入
CPD 业务收入	指	按展示天数收费的广告收入
CPS 业务收入	指	按实现的交易金额计算并收取佣金的收入
活跃用户数	指	在统计周期内，至少启动过一次该应用的用户数，用户数按照设备去重
月活跃用户数	指	每月至少登陆一次软件的用户数量

第一节 公司概况

一、公司基本情况

中文名称：杭州九言科技股份有限公司

英文名称：Hangzhou Jiuyan Technology Co.,Ltd.

统一社会信用代码：91330100560584622G

法定代表人：谢旭

有限公司设立日期：2010 年 9 月 13 日

股份公司设立日期：2015 年 7 月 23 日

注册资本：150,000,000.00 元人民币

住所：浙江省杭州市西湖区天目山路 274 号、万塘路 2-18(双)号 18 楼 1802、1803、1805、1806、1807、1808 室

邮编：310013

电话：0571-87359123

传真：0571-87359123

网址：www.in66.com

信息披露事务负责人：王志燕

所属行业：根据《国民经济行业分类和代码表》(GB/T4754-2011)，公司所处行业为“I65 软件和信息技术服务业”大类下的“软件开发”。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》(2012 年修订)，公司的主营业务属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“软件和信息技术服务业”子行业。根据全国中小企业股份转让系统公司《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业为“I65 软件和信息技术服务业”大类下的“软件开发”；根据全国中小企业股份转让系统公司《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业为“17 信息技术”大类下的“软件”。

主营业务：公司主要从事互联网应用平台的开发和运营，致力于为企业或个

人提供基于用户与应用平台的互联网增值服务。

经营范围：一般经营项目：服务：计算机软硬件、网络设备、自动化控制及设备的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，**增值电信业务，国内广告的设计、制作、代理、发布**；其他无需报经审批的一切合法项目。（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）

二、本次挂牌情况

（一）挂牌股票情况

股票代码：**【】**

股票简称：**【】**

股票种类：人民币普通股

每股面值：1.00 元

股票总量：15,000.00 万股

挂牌日期：**【】**

（二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

1、股票限售安排

根据《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，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。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份作出其他限制性规定。”

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股份分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

挂牌前十二个月以内控股股东以及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。

因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

2、股票锁定承诺

截至公司股票在全国股份转让系统挂牌之日，公司股东未作出对所持股份自愿锁定的承诺。

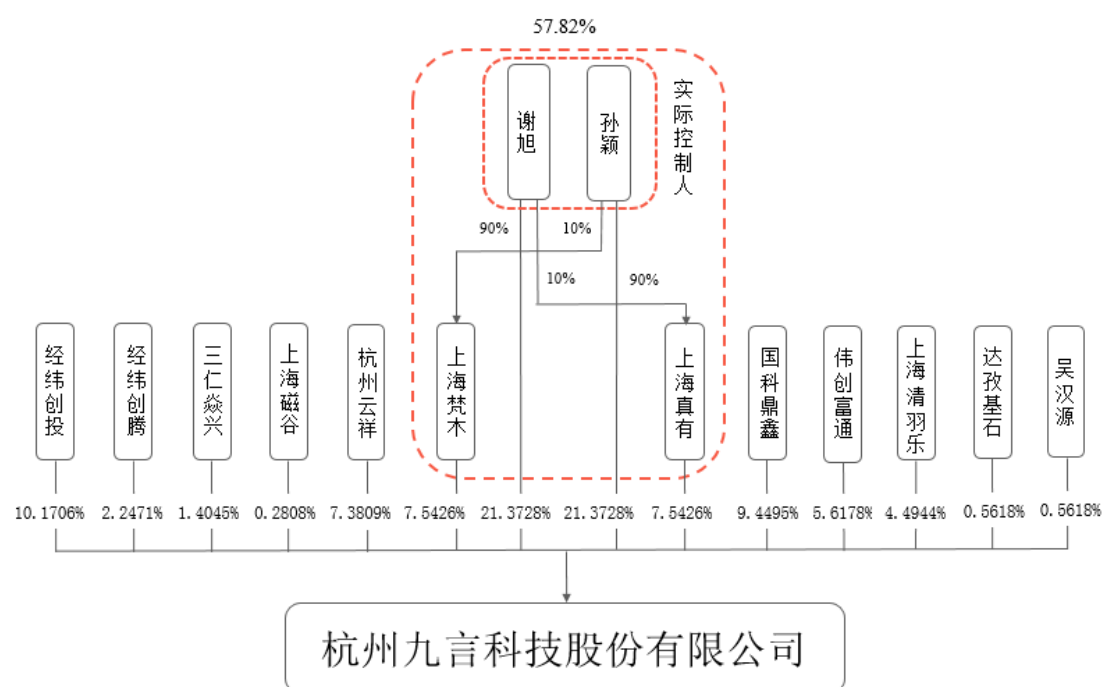
3、本次可进入全国股份转让系统公开转让的股份情况

股份公司成立于 2015 年 7 月 23 日，截至本公开转让说明书签署日，由于股份公司成立未满一年，无符合条件的股份可进入股转系统进行公开转让。

（三）挂牌以后的股份转让方式

根据公司 2015 年 9 月 16 日股份公司第二次临时股东大会决议，本公司股票挂牌时采取协议转让方式。

三、公司股权结构图



四、控股股东、实际控制人，前十名股东及持股 5%以上股东的基本情况

(一) 控股股东及实际控制人基本情况

1、控股股东、实际控制人的认定

公司第一大股东为孙颖、谢旭夫妻二人，孙颖与谢旭分别直接持有九言科技 21.37%的股权，并通过上海梵木与上海真有间接合计持有九言科技 15.09%的股权，两者合计持有九言科技 57.83%的股权。

孙颖、谢旭夫妻二人能够对公司股东大会决议事项产生重大影响，同时，谢旭担任公司的董事长、总经理，孙颖担任公司副总经理，能够对董事会决议事项产生重大影响。在公司历年发展过程中，在相关重大事项、决议行使表决权时，孙颖和谢旭均采取相同的意思表示。

因此，孙颖、谢旭夫妻二人拥有九言科技的实际控制权，系公司的实际控制

人。

公司的实际控制人近两年均为孙颖和谢旭，最近两年实际控制人未发生变更，实际控制人的认定依据充分、合法合规。公司实际控制人最近 24 个月内不存在重大违法违规行为。

2、实际控制人的基本情况

谢旭，女，1983 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006 年 6 月至 2008 年 12 月就职于浙江日报集团浙江在线，任资深记者编辑；2009 年 2 月至 2015 年 9 月任杭州君道网络科技有限公司监事；2010 年 9 月创立九言科技有限以来，历任总经理、执行董事；2015 年 7 月至今任公司董事长兼总经理，任期 3 年。

孙颖，男，1980 年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。曾获得 Adobe 认证开发者社区冠军并担任微软 TechEd 讲师。2008 年 9 月至 2009 年 9 月就职于淘宝网，任淘宝开放平台资深产品经理；2009 年 2 月至 2015 年 9 月就职于杭州君道网络科技有限公司，任执行董事兼总经理，期间创立全球最大的 Flash/Flex 开发者社区 9RIA.com 天地会；2010 年 9 月创立九言科技有限以来，历任监事、副总经理、董事；2015 年 7 月至今任公司副总经理、董事，任期 3 年。

（二）前十名股东及持股 5%以上股东的基本情况

公司前十名股东及持股 5%以上股东情况如下：

序号	股东名称	股东性质	持股数量(股)	持股比例	股份质押或其他争议事项
1.	谢旭	自然人	32,059,200.00	21.3728%	无
2.	孙颖	自然人	32,059,200.00	21.3728%	无
3.	经纬创投	有限合伙	15,255,900.00	10.1706%	无
4.	国科鼎鑫	有限合伙	14,174,250.00	9.4495%	无
5.	上海梵木	有限合伙	11,313,900.00	7.5426%	无
6.	上海真有	有限合伙	11,313,900.00	7.5426%	无
7.	杭州云祥	有限合伙	11,071,350.00	7.3809%	无
8.	伟创富通	有限合伙	8,426,700.00	5.6178%	无

序号	股东名称	股东性质	持股数量(股)	持股比例	股份质押或其他争议事项
9.	清羽乐	有限合伙	6,741,600.00	4.4944%	无
10.	经纬创腾	有限合伙	3,370,650.00	2.2471%	无
合计			145,786,650.00	97.1911%	

1、谢旭

简历详见本节“四、控股股东、实际控制人，前十名股东及持股 5%以上股东的基本情况/(一)控股股东及实际控制人基本情况/2、实际控制人的基本情况”。

2、孙颖

简历详见本节“四、控股股东、实际控制人，前十名股东及持股 5%以上股东的基本情况/(一)控股股东及实际控制人基本情况/2、实际控制人的基本情况”。

3、经纬（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）

企业名称	经纬（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）
注册号	330100000134736
执行事务合伙人	经纬（杭州）投资管理有限公司（委派代表：张颖）
住所	杭州市西湖区邮电新村 20 号 110 室
注册资本	23,000.00 万人民币
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2010 年 11 月 11 日
营业期限	2020 年 11 月 10 日
经营范围	一般经营项目：创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务（除证券、期货）；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构。

截至本公开转让说明书签署之日，经纬（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）股权结构情况如下：

序号	股东名称	类别	出资金额(万元)	出资比例	股东性质
1.	经纬（杭州）投资管理有限公司	普通合伙人	258.75	1.125%	有限责任公司
2.	左凌烨	有限合伙人	14,863.75	64.625%	自然人
3.	曹国熊	有限合伙人	5,405.00	23.5%	自然人
4.	林纳新	有限合伙人	1,725.00	7.5%	自然人
5.	邵振平	有限合伙人	747.50	3.25%	自然人
合计			23,000.00	100.00%	

4、北京国科鼎鑫投资中心（有限合伙）

企业名称	北京国科鼎鑫投资中心（有限合伙）
注册号	110108014320126
执行事务合伙人	国科嘉和（北京）投资管理有限公司（委派代表：王戈）
住所	北京市海淀区海淀北二街8号6层710-84号
注册资本	52,000.00 万人民币
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2011年10月14日
营业期限	2018年10月13日
经营范围	投资管理、资产管理；投资咨询。

截至本公开转让说明书签署之日，北京国科鼎鑫投资中心（有限合伙）股权结构情况如下：

序号	股东名称	类别	出资金额(万元)	出资比例	股东性质
1.	国科嘉和（北京）投资管理有限公司	普通合伙人	1,000.00	1.92%	有限责任公司
2.	中国科学院国有资产经营有限责任公司	有限合伙人	10,000.00	19.23%	有限责任公司（国有独资）
3.	上海庆华投资发展有限公司	有限合伙人	4,000.00	7.69%	有限责任公司
4.	西藏山南世纪金源投资管理有限公司	有限合伙人	5,000.00	9.62%	有限责任公司
5.	西藏山南中融华丰投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	9.62%	其他有限责任公司
6.	北京悦凯欣荣投资中心（有限合伙）	有限合伙人	10,000.00	19.23%	有限合伙企业
7.	北京汇和民投资顾问有限公司	有限合伙人	10,000.00	19.23%	有限责任公司
8.	科学技术部科技型中小企业技术创新基金管理中心	有限合伙人	4,500.00	8.65%	事业单位
9.	新疆绿洲基石股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	2,500.00	4.81%	有限合伙企业
合计			52,000.00	100.00%	

5、上海梵木投资管理合伙企业（有限合伙）

企业名称	上海梵木投资管理合伙企业（有限合伙）
------	--------------------

注册号	310118003124121
执行事务合伙人	谢旭
住所	上海市青浦区五厍浜路 201 号 5 幢一层 E 区 128 室
注册资本	10.00 万元
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2015 年 4 月 21 日
营业期限	2025 年 4 月 20 日
经营范围	投资管理，投资咨询，商务信息咨询。

截至本公开转让说明书签署之日，上海梵木投资管理合伙企业（有限合伙）股权结构情况如下：

序号	股东名称	类别	出资金额（万元）	出资比例	股东性质
1.	谢旭	普通合伙人	9.00	90.00%	自然人
2.	孙颖	有限合伙人	1.00	10.00%	自然人
合计			10.00	100.00%	

6、上海真有投资管理合伙企业（有限合伙）

企业名称	上海真有投资管理合伙企业（有限合伙）
注册号	310118003124148
执行事务合伙人	孙颖
住所	上海市青浦区五厍浜路 201 号 5 幢一层 E 区 129 室
注册资本	10.00 万元
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2015 年 4 月 21 日
营业期限	2025 年 4 月 20 日
经营范围	投资管理，投资咨询，商务信息咨询。

截至本公开转让说明书签署之日，上海真有投资管理合伙企业（有限合伙）股权结构如下：

序号	股东名称	类别	出资金额（万元）	出资比例	股东性质
1.	孙颖	普通合伙人	9.00	90.00%	自然人
2.	谢旭	有限合伙人	1.00	10.00%	自然人
合计			10.00	100.00%	

7、杭州云祥创新投资合伙企业（有限合伙）

企业名称	杭州云祥创新投资合伙企业（有限合伙）
注册号	330400000016067

执行事务合伙人	杭州盈庆投资管理有限公司（委派代表：项建标）
住所	杭州市余杭区仓前街道绿汀路1号1幢194室
注册资本	5,500.00 万人民币
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2011 年 09 月 23 日
营业期限	2021 年 09 月 22 日
经营范围	一般经营项目：实业投资、投资管理、投资咨询（除期货、证券）。

截至本公开转让说明书签署之日，杭州云祥创新投资合伙企业（有限合伙）股权结构情况如下：

序号	股东名称	类别	出资金额（万元）	出资比例	股东性质
1.	杭州盈庆投资管理有限公司	普通合伙人	50.00	0.909%	有限责任公司
2.	杭州融泰投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	5,450.00	99.091%	有限合伙企业
合计			5,500.00	100.00%	

8、北京伟创富通互联网投资中心（有限合伙）

企业名称	北京伟创富通互联网投资中心（有限合伙）
注册号	110108018808805
执行事务合伙人	千合投资有限公司（委派代表：王敬轩）
住所	北京市海淀区清河嘉园东区 19 幢-1 层-109-029
注册资本	900.00 万人民币
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2015 年 03 月 26 日
营业期限	长期
经营范围	项目投资；投资管理；投资咨询；企业管理咨询；市场调查；经济贸易咨询；企业策划、设计；财务咨询（不得开展审计、验资、查帐、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务，不得出具相应的审计报告、验资报告、查帐报告、评估报告等文字材料）。

截至本公开转让说明书签署之日，北京伟创富通互联网投资中心（有限合伙）股权结构情况如下：

序号	股东名称	类别	出资金额（万元）	出资比例	股东性质
1.	千合投资有限公司	普通合伙人	9.00	1.00%	有限责任公司
2.	千合资本管理	有限合伙人	534.60	59.40%	有限责任公司

序号	股东名称	类别	出资金额(万元)	出资比例	股东性质
	有限公司				
3.	光正投资有限公司	有限合伙人	320.40	35.60%	有限责任公司
4.	李维群	有限合伙人	36.00	4.00%	自然人
合计			900.00	100.00%	

9、上海清羽乐投资合伙企业（有限合伙）

企业名称	上海清羽乐投资合伙企业（有限合伙）
注册号	310118003124130
执行事务合伙人	上海盛歌投资管理有限公司（委派代表：林利军）
住所	上海市青浦区五厍浜路 201 号 5 幢一层 E 区 130 室
注册资本	8,000.00 万人民币
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2015 年 4 月 21 日
营业期限	2025 年 4 月 20 日
经营范围	实业投资，投资管理，财务管理。

截至本公开转让说明书签署之日，上海清羽乐投资合伙企业（有限合伙）股权结构情况如下：

序号	股东名称	类别	出资金额(万元)	出资比例	股东性质
1.	上海盛歌投资管理有限公司	普通合伙人	0.80	0.01%	有限责任公司
2.	巨人投资有限公司	有限合伙人	100.00	1.25%	有限责任公司
3.	龚瑞琳	有限合伙人	599.20	7.49%	自然人
4.	王一敏	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
5.	徐烨	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
6.	丁国忠	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
7.	虞锋	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
8.	郭勇	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
9.	叶华妹	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
10.	吴春燕	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
11.	谢方	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
12.	陈敏	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
13.	其实	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
14.	博雅	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人

序号	股东名称	类别	出资金额(万元)	出资比例	股东性质
15.	李晓东	有限合伙人	300.00	3.75%	自然人
16.	孔鑫明	有限合伙人	200.00	2.50%	自然人
17.	郭涛	有限合伙人	200.00	2.50%	自然人
18.	黄柳丹	有限合伙人	200.00	2.50%	自然人
19.	陈刚	有限合伙人	200.00	2.50%	自然人
20.	李晓莉	有限合伙人	200.00	2.50%	自然人
21.	俞熔	有限合伙人	200.00	2.50%	自然人
22.	李红	有限合伙人	200.00	2.50%	自然人
23.	李维群	有限合伙人	200.00	2.50%	自然人
24.	刘伟	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
25.	刘运利	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
26.	王军	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
27.	马艳	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
28.	郑立	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
29.	郭秋颖	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
30.	汪新芽	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
31.	张军	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
32.	杨博	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
33.	付于兰	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
34.	王伟	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
35.	傅容娟	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
36.	吴英芬	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
37.	赵永生	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
38.	陈灏康	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
39.	章芩	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
40.	翟志慧	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
41.	许亮	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
42.	刘永好	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
43.	陈晓敏	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
44.	罗侠	有限合伙人	100.00	1.25%	自然人
合计			8,000.00	100.00%	

10、经纬创腾（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）

企业名称	经纬创腾（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）
注册号	330103000235921

执行事务合伙人	杭州经纬远创投资管理合伙企业（有限合伙）（委派代表：徐传陞）
住所	杭州市下城区环城北路 92 号 605 室
注册资本	60,000.00 万人民币
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2015 年 01 月 04 日
营业期限	2035 年 01 月 03 日
经营范围	一般经营项目：服务：创业投资，实业投资。

截至本公开转让说明书签署之日，经纬创腾（杭州）创业投资合伙企业（有限合伙）股权结构情况如下：

序号	股东名称	类别	出资金额(万元)	出资比例	股东性质
1.	杭州经纬远创投资管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	600.00	1.00%	有限合伙企业
2.	左凌烨	有限合伙人	59,400.00	99.00%	自然人
合计			60,000.00	100.00%	

梵木投资与真有投资为实际控制人谢旭和孙颖共同出资设立的两家员工激励平台，因此无需进行私募投资基金管理人登记。

除自然人股东、上海梵木和上海真有外，公司其他股东均属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金管理人或私募投资基金，需进行私募基金备案。截至本公开转让说明书签署之日，经纬创投、国科鼎鑫、伟创富通、清羽乐、经纬创腾、杭州云祥、上海磁谷、三仁焱兴、达孜基石均已进行私募基金备案。

（三）股东之间的关联关系

公司股东谢旭女士与孙颖先生为夫妻关系。

孙颖先生持有上海真有 90%的出资额，为上海真有的实际控制人；谢旭女士持有上海梵木 90%的出资额，为上海梵木的实际控制人。

经纬创投与经纬创腾受同一控制人控制。

除上述关系外，其余股东不存在关联关系。上述股东所持股份不存在质押或其他争议事项。

五、公司设立以来股本的形成及变化情况

（一）有限公司的设立

1、2010 年 9 月，九言科技有限设立

九言科技有限于 2010 年 9 月 13 日由叶盛飞、谢旭和孙颖出资设立，名称为“杭州九言科技有限公司”，住所为西溪路 525 号 C 楼 401-90 室，法定代表人为叶盛飞，注册资本为人民币 100.00 万元，经营范围：一般经营项目：服务：计算机软硬件、网络设备、自动化控制及设备的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；其他无需报经审批的一切合法项目。

2010 年 9 月 10 日，浙江敬业会计师事务所出具浙敬会验字[2010]第 516 号《验资报告》。经审验确认，截至 2010 年 9 月 10 日，九言科技有限已收到各股东缴纳的货币出资 50.00 万元。

九言科技有限公司设立时，股东出资额及出资比例如下：

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资 (万元)	出资比例	出资方式
1.	叶盛飞	40.00	20.00	40.00%	货币
2.	谢旭	30.00	15.00	30.00%	货币
3.	孙颖	30.00	15.00	30.00%	货币
合计		100.00	50.00	100.00%	-

（二）有限公司的历次增资及股权转让

1、2011 年 4 月，第一次股权转让

2011 年 4 月 2 日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议：同意股东叶盛飞将其对九言科技有限的出资人民币 20.00 万元平价转让给谢旭，其中未到位的出资义务由谢旭承担；同意股东叶盛飞将其对九言科技有限的出资人民币 20.00 万元平价转让给孙颖，其中未到位的出资义务由孙颖承担。本次股权转让后，谢旭实缴 25.00 万元，孙颖实缴 25.00 万元。

本次股权转让完成后，九言科技有限的股权结构变更为：

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1.	谢旭	50.00	25.00	50.00%	货币
2.	孙颖	50.00	25.00	50.00%	货币
合计		100.00	50.00	100.00%	-

2、2011 年 9 月，第一次增资

2011 年 7 月 15 日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议：同意增加注册资本 25.00 万元，增加实收资本 25.00 万元，新增注册资本由经纬创投认缴。经纬创投本次对九言科技有限投资 350.00 万元，其中 25.00 万元作为九言科技有限注册资本，占注册资本的 20%，其余 325.00 万元计入九言科技有限资本公积。

2011 年 7 月 27 日，浙江普华会计师事务所出具浙普华验字[2011]第 076 号《验资报告》。经审验确认，截至 2011 年 7 月 22 日，九言科技有限已收到经纬创投缴纳的货币出资 25.00 万元，合计已收到各股东缴纳的货币出资 75.00 万元。

本次增资完成后，九言科技有限的股权结构变更为：

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1.	谢旭	50.00	25.00	40.00%	货币
2.	孙颖	50.00	25.00	40.00%	货币
3.	经纬创投	25.00	25.00	20.00%	货币
合计		125.00	75.00	100.00%	-

3、2012 年 6 月，增加实收资本

2012 年 6 月 14 日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议：同意股东谢旭、孙颖分别增加实收注册资本 25.00 万元。

2012 年 6 月 17 日浙江普华会计师事务所出具浙普会验字[2012]第 067 号《验资报告》。经审验确认，截至 2012 年 6 月 15 日，九言科技有限已收到股东谢旭、孙颖缴纳的第二期货币出资共 50.00 万元，合计已收到各股东缴纳的货币出资 125.00 万元。

本次增加实收注册资本完成后，九言科技有限的股权结构变更为：

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1.	谢旭	50.00	50.00	40.00%	货币
2.	孙颖	50.00	50.00	40.00%	货币

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
3.	经纬创投	25.00	25.00	20.00%	货币
合计		125.00	125.00	100.00%	-

4、2012 年 10 月，第二次增资

2012 年 9 月 5 日，九言科技有限召开股东会会议作出决议：同意公司新增注册资本 19.642858 万元，新增注册资本由谢旭和孙颖分别认购 9.821429 万元。谢旭和孙颖分别投资 100.00 万元，其中 9.821429 万元作为九言科技有限注册资本，共计增加注册资本 19.642858 万元，其余 90.178571 万元计入九言科技有限资本公积，共计增加资本公积 180.357142 万元。

2012 年 9 月 28 日，浙江普华会计师事务所出具浙普会验字[2012]第 110 号《验资报告》。经审验确认，截至 2012 年 9 月 26 日，九言科技有限已收到股东谢旭、孙颖缴纳的新增注册资本共 19.642858 万元，累计实缴注册资本为 144.642858 万元。

本次增资完成后，九言科技有限的股权结构变更为：

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1.	谢旭	59.821429	59.821429	41.36%	货币
2.	孙颖	59.821429	59.821429	41.36%	货币
3.	经纬创投	25.00	25.00	17.28%	货币
合计		144.642858	144.642858	100.00%	-

5、2013 年 11 月，第三次增资

2013 年 11 月 3 日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议：同意九言科技有限新增注册资本 16.0714 万元，新增注册资本全部由海宁海创认购，认购价格为 640 万元。

2013 年 11 月 12 日浙江普华会计师事务所出具浙普会验字[2013]第 122 号《验资报告》。经审验确认，截至 2013 年 11 月 12 日，九言科技有限已收到新股东海宁海创缴纳的新增注册资本共 16.0714 万元，累计实缴注册资本为 160.714258 万元。

本次增资完成后，九言科技有限的股权结构变更为：

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1.	谢旭	59.821429	59.821429	37.22%	货币
2.	孙颖	59.821429	59.821429	37.22%	货币
3.	经纬创投	25.00	25.00	15.56%	货币
4.	海宁海创	16.0714	16.0714	10.00%	货币
合计		160.714258	160.714258	100.00%	-

6、2014年9月，第四次增资

2014年9月17日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议：同意九言科技有限新增注册资本17.8571万元，新增注册资本全部由国科鼎鑫认购，认购价格为1,500万元。

根据浙江普华会计师事务所出具的浙普会验字[2015]第010号《验资报告》，截至2014年9月25日，九言科技有限已收到新股东国科鼎鑫缴纳的新增注册资本17.8571万元，累计实缴注册资本为178.571358万元。

本次增资完成后，九言科技有限的股权结构变更为：

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1.	谢旭	59.821429	59.821429	33.50%	货币
2.	孙颖	59.821429	59.821429	33.50%	货币
3.	经纬创投	25.00	25.00	14.00%	货币
4.	海宁海创	16.0714	16.0714	9.00%	货币
5.	国科鼎鑫	17.8571	17.8571	10.00%	货币
合计		178.571358	178.571358	100.00%	-

7、2015年4月，第五次增资

2015年4月7日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议：同意九言科技有限新增注册资本11.0471万元，由伟创富通认购，认购价格为5,000万元；新增注册资本1.2275万元，由国科鼎鑫认购，认购价格为555.5556万元。

根据浙江普华会计师事务所出具的浙普会验字[2015]第011号《验资报告》，截至2015年4月22日，九言科技有限已收到新股东伟创富通和老股东国科鼎鑫缴纳的新增注册资本共12.2746万元，累计实缴注册资本为190.8459万元。

本次股权转让及增资完成后，九言科技有限的股权结构变更为：

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例	出资方式
1.	谢旭	59.821429	59.821429	31.3454%	货币
2.	孙颖	59.821429	59.821429	31.3454%	货币
3.	经纬创投	25.00	25.00	13.0996%	货币
4.	杭州云祥	16.0714	16.0714	8.4211%	货币
5.	国科鼎鑫	19.0846	19.0846	10.00%	货币
6.	伟创富通	11.0471	11.0471	5.7885%	货币
合计		190.8459	190.8459	100.00%	-

注：2015 年 1 月，海宁海创创新投资合伙企业（有限合伙）更名为杭州云祥创新投资合伙企业（有限合伙）。

8、2015 年 4 月，第二次股权转让、第六次增资

2015 年 4 月 27 日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议：同意谢旭将九言科技有限 6.25 万元的股权转让给上海梵木；谢旭将九言科技有限 0.6905 万元的股权转让给杭州云祥，转让价格为 500 万元；谢旭将九言科技有限 0.3452 万元的注册资本转让给吴汉源，转让价格为 250 万元；孙颖将九言科技有限 6.25 万元的股权转让给上海真有；孙颖将九言科技有限 1.0357 万元的股权转让给吴汉源，转让价格为 750 万元。同意九言科技有限新增注册资本 1.3809 万元，由杭州云祥以 1,000 万元认购；新增注册资本 4.1428 万元，由国科鼎鑫以 3,000 万元认购；新增注册资本 2.7618 万元，由伟创富通以 2,000 万元认购；新增注册资本 12.2903 万元，由上海梵木认购；新增注册资本 12.2903 万元，由上海真有认购；新增注册资本 11.0475 万元，由上海清羽乐以 8,000 万元认购；新增注册资本 5.5237 万元，由经纬创腾以 4,000 万元认购；新增注册资本 3.4523 万元，由三仁焱兴以 2,500 万元认购；新增注册资本 0.6904 万元，由上海磁谷以 500 万元认购；新增注册资本 1.3809 万元，由达孜基石以 1,000 万元认购。

本次股权转让及增资完成后，九言科技有限的股权结构变更为：

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资 (万元)	出资比例	出资方式
1.	谢旭	52.5357	52.5357	21.3728%	货币
2.	孙颖	52.5357	52.5357	21.3728%	货币
3.	经纬创投	25.00	25.00	10.1706%	货币
4.	国科鼎鑫	23.2274	23.2274	9.4495%	货币

序号	股东	出资额 (万元)	实缴出资 (万元)	出资比例	出资方式
5.	上海梵木	18.5403	18.5403	7.5426%	货币
6.	上海真有	18.5403	18.5403	7.5426%	货币
7.	杭州云祥	18.1428	18.1428	7.3809%	货币
8.	伟创富通	13.8089	13.8089	5.6178%	货币
9.	清羽乐	11.0475	11.0475	4.4944%	货币
10.	经纬创腾	5.5237	5.5237	2.2471%	货币
11.	三仁焱兴	3.4523	3.4523	1.4045%	货币
12.	上海磁谷	0.6904	0.6904	0.2808%	货币
13.	达孜基石	1.3809	1.3809	0.5618%	货币
14.	吴汉源	1.3809	1.3809	0.5618%	货币
合计		245.8068	245.8068	100.00%	-

上述有限合伙企业依法设立并有效存续，自然人股东均为具有完全民事行为能力的中国公民，具有担任股份有限公司股东的资格，不存在股东主体资格瑕疵问题。

9、机构投资者入股情况

公司现有 11 名非自然人股东，分别为经纬创投、国科鼎鑫、上海梵木、上海真有、杭州云祥、伟创富通、清羽乐、经纬创腾、三仁焱兴、上海磁谷、达孜基石，上述机构投资者取得公司股权的价格、方式情况如下：

机构投资者	取得股权出资额 (万元)	取得方式	价格(元/ 出资额)	协议	签订时间
经纬创投	25.0000	增资	13	增资协议	2011.7.13
杭州云祥	16.0714	增资	40	增资协议	2013.11.04
国科鼎鑫	17.8571	增资	84	增资协议	2014.8.12
国科鼎鑫	1.2275	增资	453	增资协议	2015.1.16
伟创富通	11.0471	增资	453	增资协议	2015.1.16
国科鼎鑫	4.1428	增资	724	增资协议	2015.4.27
杭州云祥	0.6905	股转	724	股权转让协议	2015.4.27
	1.3809	增资	724	增资协议书	2015.4.27

机构投资者	取得股权出资额 (万元)	取得方式	价格(元/ 出资额)	协议	签订时间
伟创富通	2.7618	增资	724	增资协议书	2015.4.27
清羽乐	11.0475	增资	724	增资协议书	2015.4.27
经纬创腾	5.5237	增资	724	增资协议书	2015.4.27
三仁焱兴	3.4523	增资	724	增资协议书	2015.4.27
达孜基石	1.3809	增资	724	增资协议书	2015.4.27
上海磁谷	0.6904	增资	724	增资协议书	2015.4.27
上海梵木	12.2903	增资	1	增资协议书	2015.4.27
	6.2500	股转	1	股权转让协议	2015.4.27
上海真有	12.2903	增资	1	增资协议书	2015.4.27
	6.2500	股转	1	股权转让协议	2015.4.27

上海梵木和上海真有系公司为进行股权激励设立的员工持股平台；其他投资者的定价充分考虑了公司所处行业的前景和公司自身的成长性等多种因素，并与创始股东、前一轮投资者进行平等协商的基础上达成一致，投资价格系各方真实的意思表示。

（三）变更设立为杭州九言科技股份有限公司

1、变更设立的决策程序

2015年6月28日，九言科技有限股东会通过决议，同意九言科技有限以发起设立方式整体变更为股份有限公司，以2015年04月30日为审计基准日审计的净资产折合成股份有限公司发起人的股份。

2、资产评估与审计

根据天健会计师事务所(特殊普通合伙)于2015年6月27日出具的天健审[2015]6267号《审计报告》，九言科技有限以2015年4月30日为基准日的审计净资产为人民币257,368,978.60元。根据坤元资产评估有限公司出具的坤元评报[2015]344号《杭州九言科技有限公司拟整体变更设立股份有限公司涉及的资产

及负债组合评估项目资产评估报告》，九言科技有限在 2015 年 4 月 30 日评估基准日的评估净资产为人民币 257,485,774.49 元。

2015 年 7 月 16 日，公司股东会确认了审计及评估结果，变更设立的杭州九言科技有限公司总股本的数额依据截至 2015 年 4 月 30 日经审计后的净资产值 257,368,978.60 元为基础进行折股变更，其中 15,000 万元人民币净资产作为变更后股份公司的注册资本（股份总数为 15,000.00 万股普通股，每股面值为 1.00 元人民币），其余 107,368,978.60 元人民币净资产（净资产中超过股份总额的部份）计入股份公司的资本公积（股本溢价）。由于公司整体变更为股份有限公司时未对盈余公积、未分配利润进行实质性的分配或转增实收资本处理，不存在自然人股东需要缴纳个税的情况。

3、创立大会

2015 年 7 月 16 日，股份公司全体发起人召开创立大会，选举产生了股份公司第一届董事会、第一届监事会。

4、验资

根据天健于 2015 年 7 月 20 日出具的天健验[2015]第 280 号《验资报告》，截至 2015 年 7 月 19 日，九言科技（筹）已收到全体股东拥有的九言科技有限经过审计的净资产 257,368,978.60 元，出资方式为净资产折股。

5、工商变更登记

2015 年 7 月 23 日，股份公司取得杭州市市场监督管理局颁发的注册资本为 15,000.00 万元的股份有限公司《企业法人营业执照》，注册号为 330106000148762，名称为杭州九言科技股份有限公司，法定代表人谢旭，住所为浙江省杭州市西湖区天目山路 274 号、万塘路 2-18（双）号 18 楼 1802、1803、1805、1806、1807、1808 室。经营范围：一般经营项目：服务：计算机软硬件、网络设备、自动化控制及设备的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；其他无需报经审批的一切合法项目。

股份公司的股权结构为：

序号	股东	持股数量（股数）	持股比例	出资方式
1.	谢旭	32,059,200.00	21.3728%	货币

序号	股东	持股数量（股数）	持股比例	出资方式
2.	孙颖	32,059,200.00	21.3728%	货币
3.	经纬创投	15,255,900.00	10.1706%	货币
4.	国科鼎鑫	14,174,250.00	9.4495%	货币
5.	上海梵木	11,313,900.00	7.5426%	货币
6.	上海真有	11,313,900.00	7.5426%	货币
7.	杭州云祥	11,071,350.00	7.3809%	货币
8.	伟创富通	8,426,700.00	5.6178%	货币
9.	清羽乐	6,741,600.00	4.4944%	货币
10.	经纬创腾	3,370,650.00	2.2471%	货币
11.	三仁焱兴	2,106,750.00	1.4045%	货币
12.	上海磁谷	421,200.00	0.2808%	货币
13.	达孜基石	842,700.00	0.5618%	货币
14.	吴汉源	842,700.00	0.5618%	货币
合计		150,000,000.00	100.00%	-

6、各机构投资者与公司的协议安排

机构投资者投资协议及主要投资安排如下表所述：

时间	协议	投资者	投资者的特殊投资安排
2011. 7. 13	经纬创投与谢旭、孙颖签署《合资协议》	经纬创投	(1) 股息优先分配权 (2) 优先清算权 (3) 回赎权 (4) 首席财务官任命权 (5) 唯一监事的任命权
2012. 9. 5	经纬创投与谢旭、孙颖签署《合资协议》	经纬创投	(1) 股息优先分配权 (2) 优先清算权 (3) 回赎权 (4) 首席财务官任命权 唯一监事的任命权
2013. 11. 4	杭州云祥与谢旭、孙颖、经纬创投签署《增资协议》	杭州云祥	(1) 股权转让的优先认购权 (2) 委派董事就特别事项的特别同意权
2013. 11. 5	杭州云祥与谢旭、孙颖、经纬创投签署《增资协议之补充协议》	杭州云祥	(1) 利润优先分配权 (2) 共同出售权 (3) 反稀释的权利 (4) 优先清算权 (5) 回赎权
2014. 8. 12	国科鼎鑫与谢旭、孙	国科鼎鑫	(1) 反摊薄权

时间	协议	投资者	投资者的特殊投资安排
	颖、经纬创投和杭州云祥签署《股东协议》		(2) 利润优先分配权 (3) 增资优先认购权 (4) 股权转让优先购买权 (5) 强制清算权 (6) 清算财产优先分配权 (7) 赎回权 (8) 强制随售权
2015. 1. 16	伟创富通与谢旭、孙颖、经纬创投和杭州云祥、国科鼎鑫签署《股东协议》	伟创富通	(1) 反摊薄权 (2) 利润优先分配权 (3) 增资优先认购权 (4) 股权转让优先购买权 (5) 强制清算权 (6) 清算财产优先分配权 (7) 赎回权
2015. 4. 27	全体股东签署《股东协议》	谢旭、孙颖、上海梵木和上海真有的其他投资人	(1) 反摊薄权 (2) 利润优先分配权 (3) 增资优先认购权 (4) 股权转让优先购买权 (5) 强制清算权 (6) 清算财产优先分配权 (7) 赎回权

针对上述特殊投资安排，2015年9月20日，协议各方分别与公司签订了补充协议，同意公司在股转系统挂牌后解除投资协议中涉及的投资方的优先权、赎回权、强制随售权以及对公司治理的特别权利的有关条款，取消了公司机构投资者通过协议安排而获得的所有特殊权利。截至本公开转让说明书出具之日，各投资者均未因特殊投资安排的设置或解除与公司发生过纠纷或诉讼，特殊投资安排的设置和解除不会对公司和其他股东的利益产生不利影响。

（四）员工股权激励计划

九言科技分别于2015年11月29日和2015年11月30日，召开了公司第一届第三次董事会和2015年第三次临时股东大会，会议审议通过了《杭州九言科技股份有限公司员工股权激励计划（2015版）》，主要内容如下：

1、激励期权的来源与数量

股权激励计划的激励期权的来源为激励对象通过上海真有和上海梵木（在

股权激励计划中，上海真有与上海梵木统称“持股平台”）间接持有的公司股份，数量不超过上海真有和上海梵木持有的占九言科技股份总数的 15.0852%。

2、被授予人的确定依据及范围

被授予人为公司董事会按照股权激励计划确定的具有获得激励期权权利的人员，被授予人应当具备下列基本资格：公司关键员工以及创始人（股权激励计划中特指谢旭与孙颖）提议并经董事会同意的其他人员。

3、激励期权的期限和调整

被授予人所授予的激励期权将分四年等额兑现。

如果被授予人在某一年度的绩效考核中被认定为不合格，则将暂停被授予人在下一个兑现年的激励期权的兑现，在该种情况下，该被授予人的激励期权的兑现时间表将相应顺延一年；如果被授予人在连续两个年度的绩效考核中被认定为不合格，则该被授予人尚未兑现的激励期权将自动终止。

4、股权激励的行权对价及支付方式

根据股权激励计划的规定，公司创始人有权在董事会授权的前提下独立确定行权对价，并可根据被授予人的具体情况对行权对价进行调整。行权对价将在激励期权授予日确定。被授予人应依照股权激励计划及相关股权激励文件的约定，将其行使激励期权相应的行权对价支付给持股平台。

5、激励期权的流转

（1）激励期权的放弃

被授予人可自愿放弃未兑现的激励期权及/或已兑现但未行使的激励期权，除此之外，被授予人不得以任何方式处置激励期权，被放弃的激励期权将无偿收回。

（2）份额的转让

除非经董事会批准并在董事会同意的价格区间内转让给指定受让方，已兑现的激励期权不得转让。

（3）被授予人离职的调整方式

被授予人离职的，未兑现的及已兑现未行权的激励期权自动终止，并按照被授予人是否有过错分别定价由公司指定有关主体回购已行权的激励份额。

六、公司董事、监事和高级管理人员基本情况

（一）董事基本情况

谢旭，简历详见本节“四、控股股东、实际控制人，前十名股东及持股 5% 以上股东的基本情况/（一）控股股东及实际控制人基本情况/2、实际控制人的基本情况”。

孙颖，简历详见本节“四、控股股东、实际控制人，前十名股东及持股 5% 以上股东的基本情况/（一）控股股东及实际控制人基本情况/2、实际控制人的基本情况”。

孙祝宪，男，1954 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级政工师。1975 年 8 月至 1977 年 8 月就职于铜陵县钟仓乡西湖小学，任教师；1977 年 9 月至 1983 年 8 月，就任铜陵县教育局教研；1983 年 8 月至 1993 年 8 月，就职于铜陵县委宣传部，任副科秘书；1993 年 8 月至 1999 年 8 月，就职于铜陵县人大常委会，任办公室主任；1999 年 8 月至 2002 年 3 月，就职于铜陵县新桥镇，任党委书记；2002 年 3 月至 2014 年 11 月，就职于铜陵县人大常委会，任副主任；自 2014 年 12 月起退休。2015 年 7 月至今，任九言科技董事，任期 3 年。

杨秀英，女，1954 年生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历。1974 年 7 月至 1979 年 7 月，任铜陵钟仓乡西湖小学教师；1979 年 7 月至 2009 年 7 月，任铜陵实验小学教师；自 2009 年 8 月起退休。2015 年 7 月至今，任九言科技董事，任期 3 年。

谢成元，男，1956 年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。1975 年 1 月至 1977 年 12 月参军；1978 年至 1980 年在成都军区陆军学校进修；1980 年至 1996 年任名山县人民武装部队干部；1996 年至 1999 年 12 月任雅安市人民武装部队军事科长；1999 年 12 月至 2013 年 12 月任雅安雨城区水务局职员；自 2014 年 1 月起退休。2014 年 9 月 2015 年 4 月，任九言科技监事，2015 年 7 月至今，任九言科技董事，任期 3 年。

罗素琼，女，1962年生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历。1980年1月至1996年12月任民生百货公司职员。2015年7月至今，任九言科技董事，任期3年。

项建标，男，1969年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2006年至2008年就职于杭州青铜网络科技有限公司，任投资经理；2008年创立杭州盈开投资管理有限公司，自2008年至今任杭州盈开投资管理有限公司执行董事兼总经理。2015年7月至今，任九言科技董事，任期3年。

陈洪武，男，1970年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。1992年8月至1993年3月，就职于福建三特有限公司，任工程师；1993年4月至1994年4月，就职于福建力之源有限公司，任工程师；1994年5月至1996年11月，就职于福建新大陆电脑有限公司，任销售经理；1997年1月至1998年5月，就职于北京奥尼斯特有限公司，任电脑部经理；1998年6月至2000年4月，就职于北京金奥神有限公司，任总经理；2000年6月至2002年7月，就职于施乐中国北京代表处，任产品方案经理；2004年3月至2009年1月，任IDGVC创业投资咨询（北京）有限公司副总裁；2009年2月至2011年12月，为开投基金合伙人；2011年7月至今，为北京鼎鑫汇丰投资顾问有限公司执行董事、经理；2012年1月至今，为国科嘉和（北京）投资管理有限公司董事。2015年7月至今，任九言科技董事，任期3年。

王亚伟，男，1971年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。1994年8月至1995年9月，就职于中信国际合作公司；1995年10月至1998年3月，就职于华夏证券北京东四营业部投研部，任经理；1998年4月至2012年5月，就职于华夏基金，任副总经理；2012年9月至今就职于千合资本管理有限公司，任执行董事兼总经理。2015年7月至今，任九言科技董事，任期3年。

林利军，男，1973年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。1997年9月至2001年7月，就职于上海证券交易所办公室、市场部，任总监助理；2000年8月至2001年4月借调至中国证监会市场监管部、上市部任总监助理；2002年6月至2004年4月，就职于美国道富集团道富资产管理公司，任投资风险经理、高级分析师；2004年5月至2015年4月就职于汇添富基金管理股

份有限公司，任总经理；2015年5月至今，就职于上海盛歌投资管理有限公司，任执行董事兼总经理。2015年7月至今，任九言科技董事，任期3年。

David Su，男，1971年生，新加坡国籍，本科学历。1994年1月至1994年4月就职于新加坡港务局，任系统分析师；1994年5月至2000年4月就职于莲花软件（被IBM软件集团并购），任董事总经理；2007年4月至2008年6月任凯鹏华盈联合创始合伙人；2008年7月至今就职于经纬创投（北京）投资管理顾问有限公司，任董事；2013年12月至今就职于晶纬（上海）投资管理顾问有限公司，任董事长。2015年7月至今，任九言科技董事，任期3年。

（二）监事基本情况

黄云刚，男，1986年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2011年2月至今，就职于晶纬（上海）投资管理顾问有限公司，任副总裁；2015年7月至今，任九言科技监事，任期3年。

吴雅彦，女，1989年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011年4月至2012年2月，就职于淘宝（中国）软件有限公司，任客户服务专员；2012年3月至2012年6月，就职于杭州十九楼网络传媒有限公司，任运营专员；2012年7月至今就职于杭州九言科技有限公司，任运营经理。2015年7月至今，任九言科技监事会主席，任期3年。

曾艳，女，1988年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2010年1月至2012年4月，就职于杭州执掌科技有限公司，任编辑；2012年5月至2012年11月，就职于浙江兴旺宝明通网络有限公司，任记者；2013年2月至今，就职于杭州九言科技有限公司，任运营专员。2015年7月至今，任九言科技员工监事，任期3年。

（三）高级管理人员基本情况

谢旭，简历详见本节“四、控股股东、实际控制人，前十名股东及持股5%以上股东的基本情况/（一）控股股东及实际控制人基本情况/2、实际控制人的基

本情况”。

孙颖，简历详见本节“四、控股股东、实际控制人，前十名股东及持股 5% 以上股东的基本情况/（一）控股股东及实际控制人基本情况/2、实际控制人的基本情况”。

曹亮，男，1987 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2008 年 7 月至 2009 年 1 月，就职于神州数码集团有限公司，任**软件工程师**；2009 年 7 月至 2009 年 10 月，就职于南京雨润集团，任**市场专员**；2009 年 10 月至 2011 年 1 月在**服装贸易行业自主创业**；2011 年 2 月至今，就职于九言科技，任产品经理、首席运营官。

邹冬冬，男，1983 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007 年 10 月至 2011 年 5 月，就职于十九楼网络传媒有限公司，任后端团队负责人；2011 年 9 月至今，就职于九言科技，任技术总监、首席技术官。

王志燕，女，1983 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007 年 1 月至 2012 年 1 月，就职于杭州红健钓具有限公司，任财务助理。2007 年 2 月至 2012 年 8 月，就职于杭州星童坊儿童用品有限公司，任成本会计。2012 年 9 月至 2014 年 3 月，就职于杭州银袋宝信息技术有限公司，任主办会计。2014 年 4 月至 2014 年 6 月，就职于杭州君道网络科技有限公司，任主办会计。2014 年 7 月至今，任九言科技主办会计、首席财务官。

胡谦骞，女，1989 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2010 年 9 月至 2012 年 12 月，就职于杭州阿拉丁信息科技有限公司，任人事专员；2011 年 1 月至 2012 年 6 月，就职于杭州昊达网络有限公司，任人事主管；2012 年 6 月 11 日至今，就职于九言科技，人事主管、任首席行政官。

七、报告期内主要财务指标

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
资产总计（万元）	22,390.59	786.38	631.18
股东权益合计（万元）	22,065.41	360.26	357.28
归属于申请挂牌公司的 股东权益合计（万元）	22,065.41	360.26	357.28

每股净资产（元）	1.47	2.02	2.22
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	1.47	2.02	2.22
资产负债率（母公司）	1.45%	54.19%	43.40%
流动比率（倍）	67.09	1.50	2.21
速动比率（倍）	67.09	1.50	2.21
项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业收入（万元）	41.96	534.05	133.48
净利润（万元）	-5,874.99	-1,497.01	-436.79
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	-5,874.99	-1,497.01	-436.79
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-5,996.08	-1,507.05	-446.82
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-5,996.08	-1,507.05	-446.82
毛利率（%）	-1,122.66%	11.10%	-7.55%
净资产收益率（%）	-63.56%	9,223.10%	3,971.81%
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	-64.87%	9,284.92%	4,063.01%
基本每股收益（元/股）	-0.39	-9.06	-2.99
稀释每股收益（元/股）	-0.39	-9.06	-2.99
应收账款周转率（次）	45.35	1,038.79	1,295.60
存货周转率（次）	不适用	不适用	不适用
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-6,803.11	-1,329.19	-331.51
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.45	-8.05	-2.27

注：

- (1) 每股净资产按照“期末净资产 / 期末总股本”计算。
- (2) 资产负债率按照“期末负债 / 期末总资产”计算。
- (3) 流动比率按照“期末流动资产 / 期末流动负债”计算。
- (4) 速动比率按照“(流动资产 - 存货) / 流动负债”计算。
- (5) 毛利率按照“(营业收入 - 营业成本) / 营业收入”计算。
- (6) 净资产收益率按照“净利润 / 加权平均净资产”计算。
- (7) 扣除非经常性损益后的净资产收益率按照“扣除非经常性损益的净利润 / 加权平均净资产”计算。

- (8) 基本每股收益按照“当期净利润 / 发行在外的普通股加权平均数”计算。公司没有发行在外的稀释性潜在普通股，因此稀释每股收益与基本每股收益相同。
- (9) 每股经营活动现金流量净额按照“当期经营活动产生的现金流量净额 / 当期加权平均股本数”计算。
- (10) 应收账款周转率按照“当期营业收入 / ((期初应收账款+期末应收账款) / 2)”计算。
- (11) 存货周转率按照“当期营业成本 / ((期初存货+期末存货) / 2)”计算。

八、中介机构相关情况

(一) 主办券商

名称：华泰证券股份有限公司

法定代表人：周易

联系地址：南京市江东中路 228 号

联系电话：025-83389999

传真：025-83387337

项目负责人：殷晓磊

项目组成员：许少美、刘剑章、王贯杰

(二) 律师事务所

名称：北京市汉坤律师事务所

律师事务所负责人：李卓蔚

联系地址：北京市东城区东长安街一号“东方广场”东方经贸城 C1 座 9 层
3-7 单元

联系电话：010-85255500

传真：010-82255511

经办律师：陈漾、张钊

(三) 会计师事务所

名称：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

会计师事务所负责人：吕苏阳

联系地址：杭州市西溪路 128 号新湖商务大厦 9 楼

联系电话：0571-88216705

传真：0571-88216801

经办注册会计师：盛伟明、杜跃萍

（四）资产评估机构

名称：坤元资产评估有限公司

资产评估机构负责人：俞华开

联系地址：杭州市教工路 18 号世贸丽晶城 A 座欧美中心 C 区 1105 室

联系电话：0571-87559001

传真：0571-87178826

经办资产评估师：吕跃明、李继宏

（五）证券登记结算机构

名称：中国证券登记结算有限责任公司北京分公司

负责人：王彦龙

联系地址：北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层

联系电话：010-58598980

传真：010-58598977

（六）申请挂牌证券交易所

名称：全国中小企业股份转让系统有限责任公司

法定代表人：杨晓嘉

联系地址：北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦

联系电话：010-63889512

传真：010-63889514

第二节 公司业务

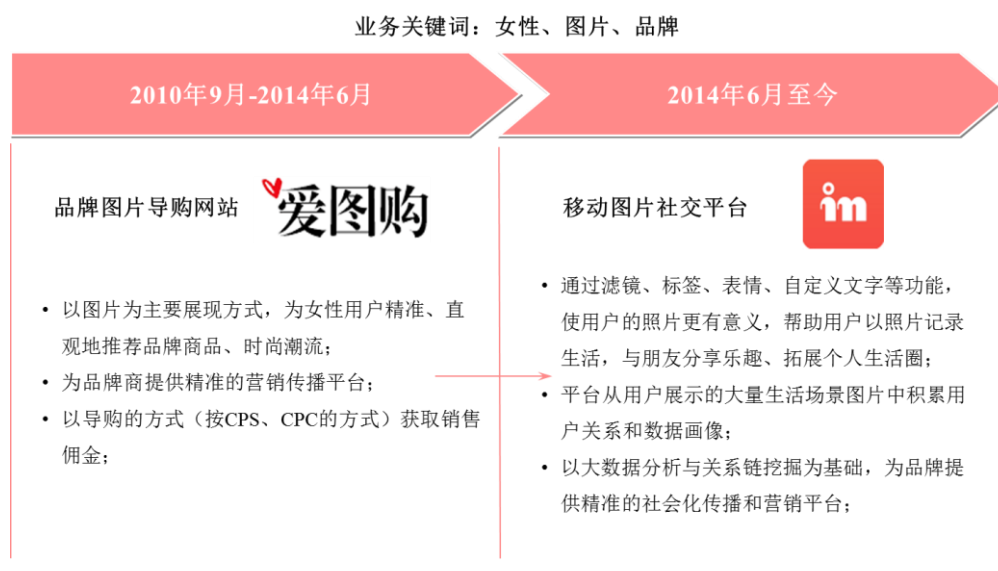
一、公司主要业务及产品和服务情况

（一）主要业务概述

公司主要从事互联网应用平台的开发和运营，致力于为企业或个人提供基于用户与应用平台的互联网增值服务。公司作为国内领先移动图片社交平台的开发和运营商，致力于帮助用户以照片的方式记录生活、分享乐趣和拓展个人生活圈。平台从中积累海量的用户关系和数据画像资源，以此发掘品牌精准传播和商业转化的巨大潜力。

公司旗下主要有两款产品，分别为女性中高端时尚品牌导购平台“爱图购”和以爱图购为基础拓展形成的移动社交平台“in APP”。

（二）公司主要产品历史发展演变



报告期内，公司前期主要从事女性中高端品牌导购平台“爱图购”的开发和运营，主打“女性用户”、“图片导购”和“品牌营销”。爱图购创立于2012年7月，是国内领先的女性中高端时尚品牌导购平台之一。

2013 年底，随着爱图购平台影响力逐渐增强，越来越多的品牌商要求与爱图购进行全面品牌营销及品牌传播合作，而爱图购固有的“B2C 导购转化模式”无法充分满足上述需求，公司团队开始积极探索产品模式和商业模式的升级。

借助前期爱图购开发和运营积累的丰富经验，在爱图购的基础上，公司于 2014 年 6 月 6 日正式推出移动图片社交应用“in APP”。in APP 延续了爱图购“图片展示”的特点，并在此基础上增加了社交属性。图片具有生动直观、快速浏览、承载信息量大的特点，而社交平台更易形成庞大的用户规模和高效的引导转化关系链，二者结合，在品牌营销、传播和塑造等方面具备更大的商业潜力。

in APP 上线仅 71 天，用户规模突破 100 万；上线 110 天，用户规模突破 300 万。在较短时间内，大量高价值、高活跃度用户和展示用户真实生活场景的照片在 in APP 平台上沉淀，品牌站中聚集了各个品牌的忠实粉丝。通过后台数据分析，公司发现 in APP 中与品牌相关的内容已远超品牌服装类目，而涵盖了用户生活的各个方面。

2014 年 8 月，经管理团队研究和董事会批准，公司将商业战略由原先的“B2C 品牌导购模式”调整为“品牌社会化营销模式”，产品的研发和运营重心随即由爱图购转至移动图片社交平台“in APP”，以覆盖更多的用户及行业。

截至 2015 年 10 月 31 日，in APP 注册用户规模已达到 5,489.97 万，用户累计上传照片超过 9.42 亿张；大量展示用户真实生活场景的图片在 in 平台沉淀，奠定了 in APP 作为国内领先移动图片社交平台的地位，也为后续品牌精准传播及社会化营销打下坚实的基础。

（三）公司的主要产品和服务

公司目前主要产品包括女性中高端品牌导购平台“爱图购”和以爱图购为基础拓展形成的移动社交平台“in APP”。

1、in APP

in APP 是一款致力于帮助用户以照片的方式记录生活、分享乐趣并拓展个人生活圈的社交应用。in APP 支持 Android、IOS 和 HTML5 运行环境，可以覆盖用户所有的终端设备。

in APP 作为国内领先的移动图片社交平台，自 2014 年 6 月上线以来已累积注册用户 5,489.97 万。用户在 in 平台中以图片记录其逛街、旅游、聚会等海量生活场景，并与好友分享。in 通过对用户上传的照片、添加的标签、形成的关系链等信息进行大数据挖掘和分析，配合图片识别引擎，可从中获取用户的年龄、地域分布、公开的位置信息、品牌偏好、消费习惯等信息，为用户拓展个人生活圈、品牌商开展精准营销创造条件。

in APP（V2.2.0）主要包含朋友/订阅、发现、照片提升工具、in 记、个人中心五大功能模块，具体如下：

（1）朋友/订阅

“朋友/订阅”是用户分享信息和交流兴趣的功能模块。用户可分别通过“朋友”或“订阅”选项浏览好友或明星、达人分享的照片，并通过点赞、评论、收藏等功能与好友或者达人进行互动，达到提升用户参与感、满足感和互动分享积极性的目的。

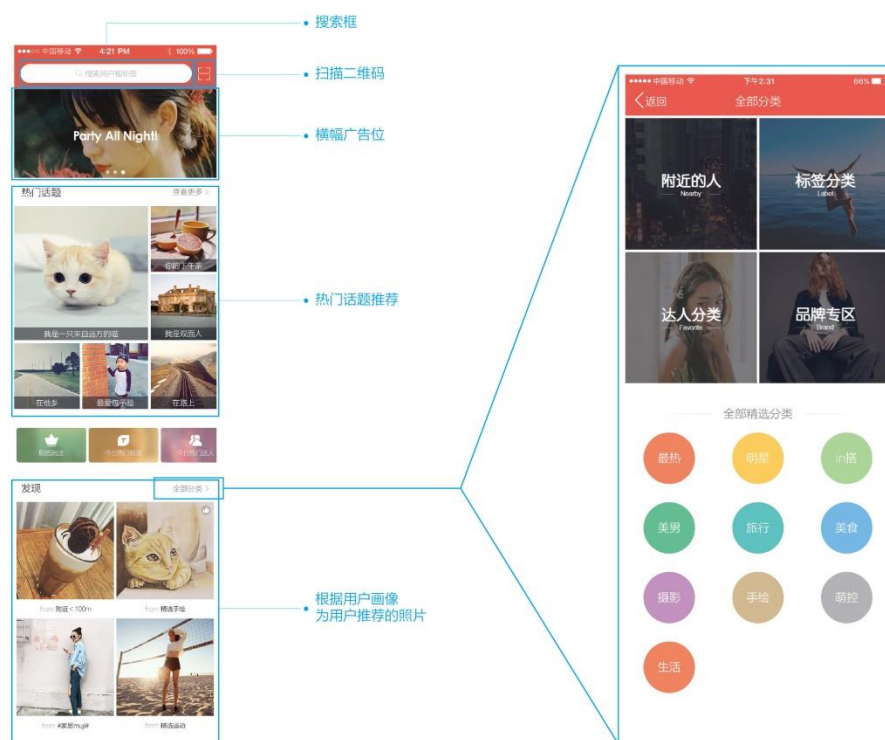


“朋友/订阅”为用户在记录生活的基础上提供了交流和分享的平台。每个

用户分享的每一张照片都是一个生活场景的沉淀。通过照片，用户将生活的喜、怒、哀、乐与好友进行最纯粹的分享与互动，达到不断形成和强化社交关系链的目的。

（2）发现

“发现”是帮助用户拓展个人生活圈、挖掘更多兴趣爱好的功能模块。用户可以在“发现”页面中浏览热门图片、参与互动活动，也可以主动搜索感兴趣的标签、品牌、达人和附近的用户。同时，in APP 也会根据用户的兴趣爱好、时空位置、品牌偏好等信息，通过用户画像和图片识别技术，为用户推荐热点图片及可能感兴趣的话题。



“发现”页面通过用户画像、图片识别等多种途径，将照片以多种维度整合出不同的信息流，供用户发现和探索自己的生活 and 周边，并以此建立新的社交关系。

（3）照片提升工具

在“照片提升工具”页面中，用户可即时拍摄照片，也可从手机相册中选取照片，然后通过滤镜、贴纸、玩字、标签等修饰和美化工具对照片进行处理，使照片表达的情感更丰富、信息更准确，场景代入感更强，从而通过完善用户体验

达到吸引新用户、提升用户忠诚度的目的。



① 滤镜：滤镜可以提升照片形式美感，降低用户生产高质量照片的门槛。目前 in APP 中共有 28 款专业级滤镜，包括用以拍摄人像的“美颜”、拍摄菜肴的“美食”、表达时令节气的“霜降”及“初夏”等。同时，in APP 还提供实时滤镜和独家研发的滤镜叠加功能，进一步满足用户直观预览和表达多层次美感的需求。

② 贴纸和玩字：贴纸和玩字为用户加工照片提供了更为丰富的素材。目前 in APP 中拥有装饰、卡通、文字 3 大类超过 900 小类约 1.4 万张贴纸，而玩字功能则在文字类贴纸的基础上采用了领先的“所见即所得”的灵活使用方式，更强调可编辑性和自定义。贴纸和玩字能够让用户以更有趣、更艺术、更简单的方式表达情感，丰富了图片的情感内容。

③ 标签：标签可以让用户在照片上用文字标注重点信息，将照片的场景语义化。用户可以通过“品牌”、“地点”、“文字”三大类标签轻松地表达自己的品牌偏好、地理位置和情感信息。带有标签的照片会以“话题”或“标签分类”的方式呈现在“发现”页面，通过点击标签或访问“发现”页面，可以使具有相

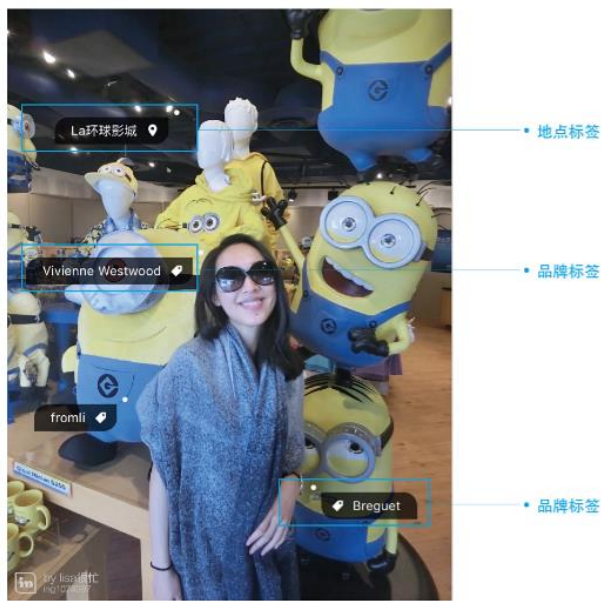
同兴趣或处于相同位置的用户之间相互探索，形成新的社交关系链。

④ 照片提升工具效果图：

示例图 1、2：



示例图 3：



in APP 是一款致力于帮助用户以照片的方式记录生活、分享乐趣和拓展生活圈的社交平台。照片作为记录生活和分享乐趣的载体，首先要求方便、美观、准确。滤镜提升照片美感，贴纸提供编辑素材，标签提供精准信息；通过照片提升工具，in APP 将文字、表情和照片有机结合，使照片的情感更强烈、表现力更突出，其社交传播率和互动率远高于普通照片。强大的照片提升工具，为 in APP 成为国内领先的图片社交平台提供了重要的支持。

（4）in 记

“in 记”是用户记录和沉淀个人生活的功能模块。用户可以在“in 记”中查看自己上传的照片，也可对其进行管理，如下载、设置隐私权限、删除、分享到其他社交平台等。



记录生活是分享乐趣和拓展个人兴趣圈的基础。“in 记”作为记录个人生活的平台，是对用户沉淀的生活场景最直观的展现。随着时间的流逝和图片上传量的增加，in 平台对用户的价值将与日俱增。

（5）个人中心

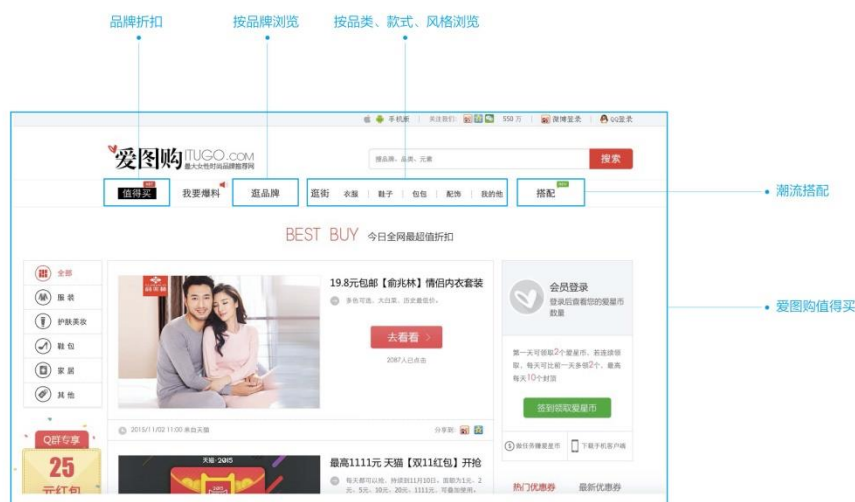
“个人中心”是用户个人信息管理和使用偏好设置的功能模块。用户可以通过“编辑资料”管理个人信息，通过“我的消息”、“我的聊天”查看推送信息，通过“我的好友”管理社交关系，通过“我的标签”、“我的贴纸”、“收藏的图片”管理社交内容，通过“设置”设定其对 in APP 的应用偏好。



2、爱图购

爱图购创立于 2012 年 7 月，是国内领先的女性中高端时尚品牌导购平台之一。在发展过程中，爱图购曾获得多个重量级奖项，包括“2013 年创新中国总决赛互联网组第一名”以及电商业界最具分量的奖项之一“2013 年阿里妈妈十大金牌合作伙伴”。

爱图购以图片为主要展现形式，支持用户通过品牌库、产品库或者潮流元素寻找并发现商品，并在图片的吸引下发生购买行为。与大多数面向淘宝中小商家的导购网站不同，爱图购以“品牌”为核心，主要对接天猫商城以及品牌独立站，一方面，该类品牌商通常具有较强的广告支付能力，另一方面，其主要用户群体为具有较强消费能力的高端女性消费者，客单价高，商业转化率也更高。目前，用户在 PC 端和移动端均可使用该产品。



二、商业模式

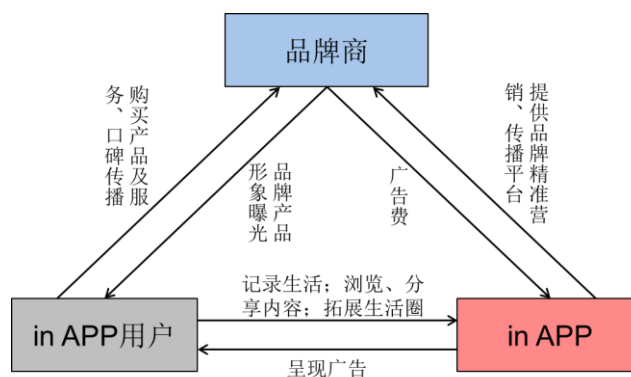
（一）商业模式与发展潜力

在 PC 端，社交平台已经拥有如品牌广告、品牌联合运营、个人增值服务等非常成熟的商业模式。移动社交平台在继承原有 PC 端产品成熟商业模式的基础上，利用移动设备强大而精准的定位功能和智能终端丰富的生活场景，形成了更加多元化的商业模式。

in APP 作为国内领先的移动图片社交平台，可应用的成熟商业模式包括：1）全覆盖类品牌广告及精准传播类品牌广告，2）品牌专区运营，3）个人增值业务；其可探索并进一步发展的商业模式包括社交平台电商化、基于位置和兴趣的 O2O 导流、贴纸授权使用、开放式生态圈的竞价广告等。

1、全覆盖类及精准传播类品牌广告

品牌广告是 in APP 与品牌商合作的最主要方式之一。根据不同的广告诉求，公司为品牌商制定全方位的品牌或产品营销策略，并在 in APP 平台上进行不同策略的投放。



相较于其他社交平台，in APP 具备独特的品牌广告优势。首先，in APP 目前的主要用户群体为女性，占总用户数的比例超过 90%。相较于男性，女性具有更强的消费冲动和消费倾向，商业转化率更高；同时女性作为家庭日常消费的中心节点，通常具有更高的消费需求。其次，in APP 以照片为主要表达方式和信息载体，用户在 in APP 上通过发布和浏览照片，记录和分享衣、食、住、行等各类生活场景；由于照片具有生动直观、快速浏览、情感丰富、承载信息量大等特点，相较于文字更易刺激用户感官，更有利于品牌产品的推广和营销。

（1）全覆盖类广告

品牌广告的第一层次是全覆盖类广告，是指覆盖 in APP 所有活跃用户的固定资源位广告，具体展现形式包括开屏广告、横幅广告等。

开屏广告为 APP 启动时出现在首屏的广告，一般采用静态页面，以全屏的方式呈现 3 至 5 秒，此外不会对用户产生任何干扰。开屏广告可充分表达广告创意，广告效果呈现完整。

横幅广告为在 APP 使用界面中以固定位置展示的广告，通常尺寸较小。横幅广告短小精悍，重点突出，主要用于形象鲜明地表达宣传的中心意旨。



(2) 精准投放类广告

品牌广告的第二层次是精准投放类广告。该类广告主要指基于人群特征和消费共性、有选择地向目标受众定向投放的广告。精准投放类广告的展现形式主要为朋友页信息流广告。

传统媒体及门户网站广告对于受众的区分能力较弱，广告主投放广告后并不明确知晓其目标受众获得曝光的情况。in APP 上沉淀了大量用户真实的生活场景、行为习惯和消费特征，通过大数据分析和用户画像模型，in 可以通过性别、年龄、地域、品牌偏好、饮食习惯、消费能力等海量信息来细分投放人群，制定有针对性的投放策略，以此提高转化率和社交传播互动率；借助上述信息公司能够为品牌商提供品牌精准营销和精准传播的解决方案。

朋友页信息流广告是当前社交平台上精准投放类广告的主要展现形式之一，其主要特点为广告内容化和用户相关性。in APP 通过用户画像模型，可以在用户查看好友照片的过程中，根据用户兴趣和特点为其穿插定制化的广告图片或链接。朋友页信息流广告具备的优势主要包括两点：首先，用户的个人社交圈具备群体共同性，因此，基于关系链的信息流广告传播拥有比其他广告更精准的营销效果；第二，朋友页信息流广告植入在位于用户视觉焦点的内容中，更容易被用户关注，通常会带来更高的点击率和商业转化效率。

（3）定价方法

品牌广告通常按照 CPM（Cost Per Mille，即按照每千次广告展示曝光收费）或 CPT（Cost Per Time，即按照广告展示时长收费）的计费模式收取广告收入。参考行业惯例，以女性为主要用户群体的应用产品一般享有较高的商业价值，公司将选择适当的时机以合适的价格进行商业化。

几类常见的社交类应用广告计费标准如下：

序号	应用名称	计费模式（部分）
1	微信 ^[1]	朋友圈信息流广告：CPM=40 元（不定向区域和性别）
2	微博 ^[2]	开机报头-静态版：CPT=1,200,000 元/天 开机报头-互动版：CPT=1,500,000 元/天 博精精选选信息流广告：CPM=400 元 品牌速递-图文信息流广告：CPM=50 元 品牌速递-视频信息流广告：CPM=40 元
3	陌陌 ^[3]	开机全屏：CPT=400,000 元/天（IOS）/1,200,000 元/天（Android） 附近页顶部横幅广告：CPM=20 元或 CPT=400,000 元/天

注：[1]数据来源于微信开放平台广告系统公开资料；

[2]数据来源于微博 2015 年 Q3 微博报价单公开资料；

[3]数据来源于陌陌 2015Q1 广告资源售卖刊例公开资料；

2、品牌专区运营

品牌站运营是品牌商和 in APP 合作的另一个模式。用户在照片中添加了品牌标签后，in APP 会通过图像识别引擎自动将照片归入相应的品牌站；通过点击品牌标签或访问发现页中的品牌专区，用户即可进入相应的品牌站。

品牌站内汇聚了大量品牌产品在生活场景中展示的照片以及众多自发形成的品牌粉丝，真实的照片与明确的受众为品牌口碑传播和精准营销创造了绝佳的条件。品牌商在经公司有偿授权后，可在授权范围内管理和经营品牌站，在品牌站中发布新品或热品图片、促销信息等。



3、个人增值服务

互联网社交平台所涉及的个人增值业务是指通过用户之间的社交互动行为激发用户需求、从而向个人用户提供虚拟物品销售服务和其它各类可满足用户个性化需求的服务。

向支付会员费的用户提供会员服务是成熟社交平台已经普遍采用的商业模式之一。支付会员费后，会员将享有普通用户所不具备的特殊权利，从而满足其在社交平台上的表现需求和体验需求。in APP 可提供的会员服务包括：会员认证标签、专属滤镜、专属贴纸及玩字、高等级标签认领权限、精准搜索结果等。公司将在此基础上继续探索扩大会员特殊权利的途径，并选择合适的时点商业化。

4、可探索并进一步发展完善的其他商业模式

随着互联网移动化、大数据化的发展趋势，in APP 可在现有社交平台成熟商业模式的基础上，利用位置信息和数据分析，进一步发展和完善其他的商业模式。

(1) 社交平台电商化

社交平台电商化一般指，将社交平台中互动、传播、关系链等社交元素，应用于电子商务交易过程的现象。

社交平台用户间通常会形成网状的关系链，其强度和复杂程度远高于电子商务平台上的消费者关系，同时社交平台用户通常在线下具有一定的关联性，拥有较多的共同需求。因此，当电商信息借助用户关系链在社交平台上快速传播时，

用户通常不是在产生消费需求后去寻找商品信息,而是看到商品信息后产生购买需求。对卖家而言社交平台上的这种信息传播方式具有天然的导流优势,对消费者而言,商品信息成为日常浏览信息的一部分,接受度较高,且更易产生二次传播。

in APP 平台中已经形成了庞大的用户基数和复杂的用户关系链,具备了电子商务化的基础条件。in APP 可以通过 B2C 的模式,在朋友页信息流的品牌广告中,增加购买及分享链接,并向品牌商收取导购收入,该种模式已经为 Instagram 所尝试。

(2) 基于位置和兴趣的 O2O 导流

基于位置和兴趣的 O2O 导流是指,线上平台通过对用户位置和兴趣数据的分析、为用户推荐或在用户的搜索结果中显示用户可能感兴趣的商家。在该种商业模式下,线上平台承担认证和展示商户信息的职责,为线上用户和线下实体商家提供对接服务,并按流量或销售收入向商家收取广告费用或销售佣金。

以陌陌于 2014 年 8 月面向个人及中小商家上线的“到店通”服务为例,商家经“到店通”认证后,陌陌用户在客户端“同城服务”栏目下搜索时,陌陌会根据用户的定位信息和搜索内容,显示相关商家的经营信息和联系方式,并按照展示次数向商家收取市场推广费用。

in APP 可以借鉴上述模式,通过用户画像模型,对用户的位置、行为习惯、消费特征、搜索内容等信息进行分析,并利用图片社交平台独具的图像识别引擎,在“发现页”或“in 记-魔法页”中为用户推荐商户,并向商户收取相应费用。

(3) 贴纸授权使用

贴纸授权使用业务,本质上属于著作权授权使用业务。in APP 的贴纸库中拥有海量的图像及表情,公司作为贴纸库的著作权人,可以授权其合作方有偿使用贴纸库中的内容。而贴纸以其高效、萌宠的特质,与影视节目的后期制作,特别是综艺类节目的后期制作,有着天然的契合度。

公司已经在江苏卫视《为她而战》、浙江卫视《爸爸回来了》等多个综艺节目中,以贴纸授权使用的方式,与传统媒体进行资源互换合作。随着 in APP 及其贴纸影响力的增大,公司将在恰当的时机考虑贴纸有偿授权使用。

（4）开放式生态圈的竞价广告

随着 in APP 平台用户规模的不断扩大，各领域内专业级的创作型用户不断进入平台，普通用户的消费需求和专业级用户的创作资源开始在 in APP 平台中碰撞，各个依附于 in APP 平台的开放式生态圈初现规模。目前 in APP 平台中典型的开放式生态圈包括“摄影师约片”、“插画师约稿”、“美食爱好者约饭”等。

以摄影师约片为例，摄影师将过往作品在 in APP 平台上分享，并通过在用户昵称中增加“摄影师”、在照片中添加“摄影师”标签、参与“约吗？我是摄影师”、“人像写真”等话题活动的方式，推广自己的创作资源。有拍摄需求的用户可以通过搜索用户、搜索标签、参与相应话题来发现身边的摄影师资源，与之交流沟通，并进一步达成拍摄约定。in APP 可以此为基础在适当的时机推出竞价广告。摄影师向平台支付广告费后，其相关内容将在搜索结果或话题活动中得到优先显示。

竞价广告一般按照 CPC（Cost Per Click，是指按照广告投放点击数收费）的模式计费。



目前公司已经完成了与江苏卫视《最强大脑》、浙江卫视《中国好声音》、浙江卫视《奔跑吧兄弟》、湖南卫视“芒果表情”、湖南卫视《我是歌手谁来踢馆》、欧莱雅中国、班尼费特化妆品等多个知名节目或品牌的资源互换项目，双方主要合作内容包括：公司提供主题贴纸、互动广场、话题活动等资源；合作方提供官

方微博、微信互动以及线下品牌店面推广等资源，并协调明星入驻 in，深度口播。通过与传统媒体及线下消费品牌的资源共享与互换，in APP 在传播自身品牌形象的同时，也证明了本身巨大的商业价值潜力。

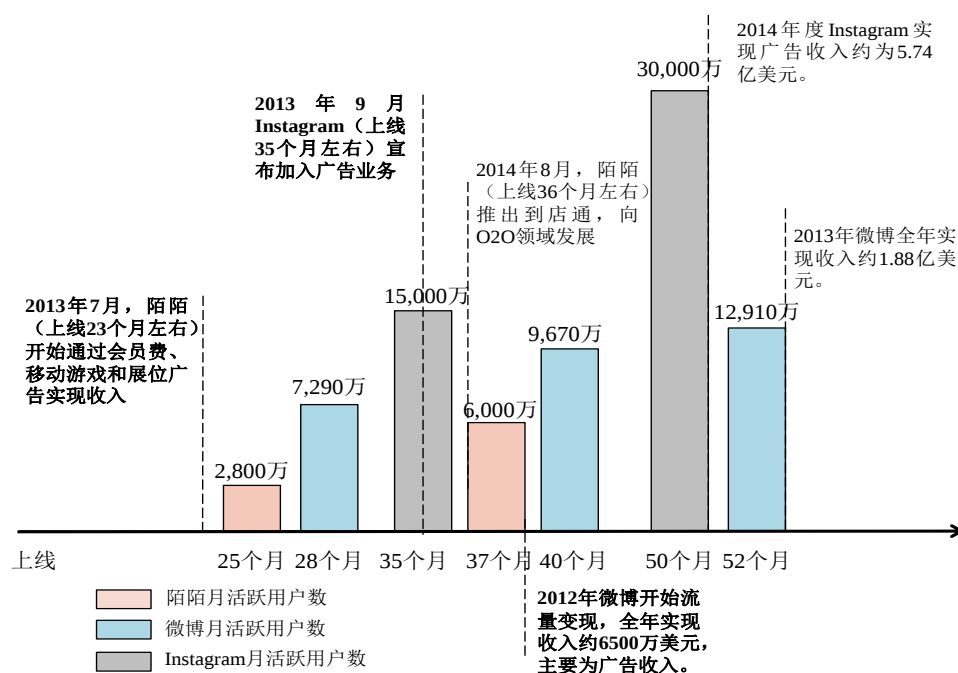
5、大规模商业化时机

品牌广告、品牌联合运营、个人增值服务等一系列商业模式已经充分说明，互联网社交平台已经形成一套成熟的商业体系。社交平台巨大商业价值的前提是规模化；社交平台单个用户的商业价值与其用户规模及活跃度成正比，而平台商业价值直接取决于单个用户的商业价值和用户规模。因此，社交平台的用户规模越大、用户活跃度越高，其整体商业价值越大。

国内外成功社交平台均在完成用户规模增长目标后开始推动大规模商业变现。如国内垂直移动社交应用陌陌、综合类社交应用平台新浪微博、以及国外同类图片社交应用 Instagram，上线后均经历了 2 至 3 年的用户规模增长时期，在用户规模和活跃度达到相当的规模后，才在尽量不影响用户体验的前提下，择机变现。随着平台用户规模的扩大和用户黏性的提高，收入也取得了爆发式增长。

Instagram 于 2010 年 10 月正式上线，2013 年底开始销售广告，主要客户包括李维斯、迪斯尼等品牌广告。根据市场研究机构 eMarketer 预测，Instagram 2017 年全球广告收入有望达到 28 亿美元。同样地，社交应用微信于 2011 年上线，2015 年 1 月起腾讯开始在微信朋友圈投放广告，腾讯 1 季度财报显示，网络广告营收达 27.20 亿元，较去年同期翻倍，2 季度财报，网络广告业务达 40.73 亿元，同比增长 97%，其中朋友圈 FEED 流广告的收入同比暴涨 196%，达到 20.57 亿元。

社交平台陌陌、微博和Instagram用户规模和流量变现对比



目前国内移动图片社交行业正处于高速发展时期，现阶段 in APP 将以扩大用户规模、完善用户体验为第一要务，以保持国内领先图片社交平台的地位。在此期间，公司将根据自身的融资情况和未来用户数增长情况，与知名品牌商、商家等进行商业收费合作尝试。

（二）道德防范措施

公司的经营理念为“让人与人之间的连接更美好”，in APP的产品定位为“我的生活in记”，倡导用户去关注生活中美好的一面，并以照片的形式记录下来，在社交关系中感受到自我的存在。公司及团队致力于将in APP打造为阳光、健康、正能量的图片社交平台。

一方面，在产品设计上，in APP采取多项举措保障用户隐私和安全，例如推出“仅自己可见”和“仅朋友可见”等非公众分享模式、陌生人发起对话需经另一方同意的权限设置等。

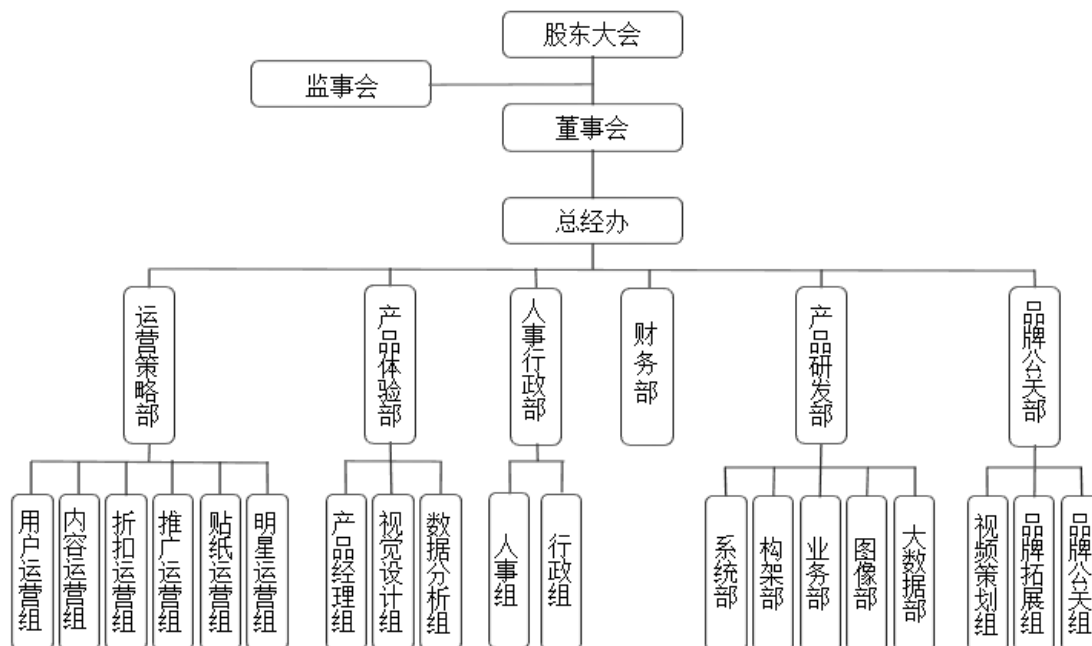
另一方面，公司积极建立相关的道德防范制度。技术上，公司研发团队在in APP中建立了基于机器学习的图像自动识别系统，能够自动过滤涉及政治、色情、暴力等内容的敏感图片和文字；运营上，管理团队建立了相应的用户管理规则及

内容管理规则，针对发布的敏感图片及内容，由运营团队专人进行审查复核，对于不符合道德防范制度的内容及时删除，对于多次违反规定的账号，采取封锁账号的措施。

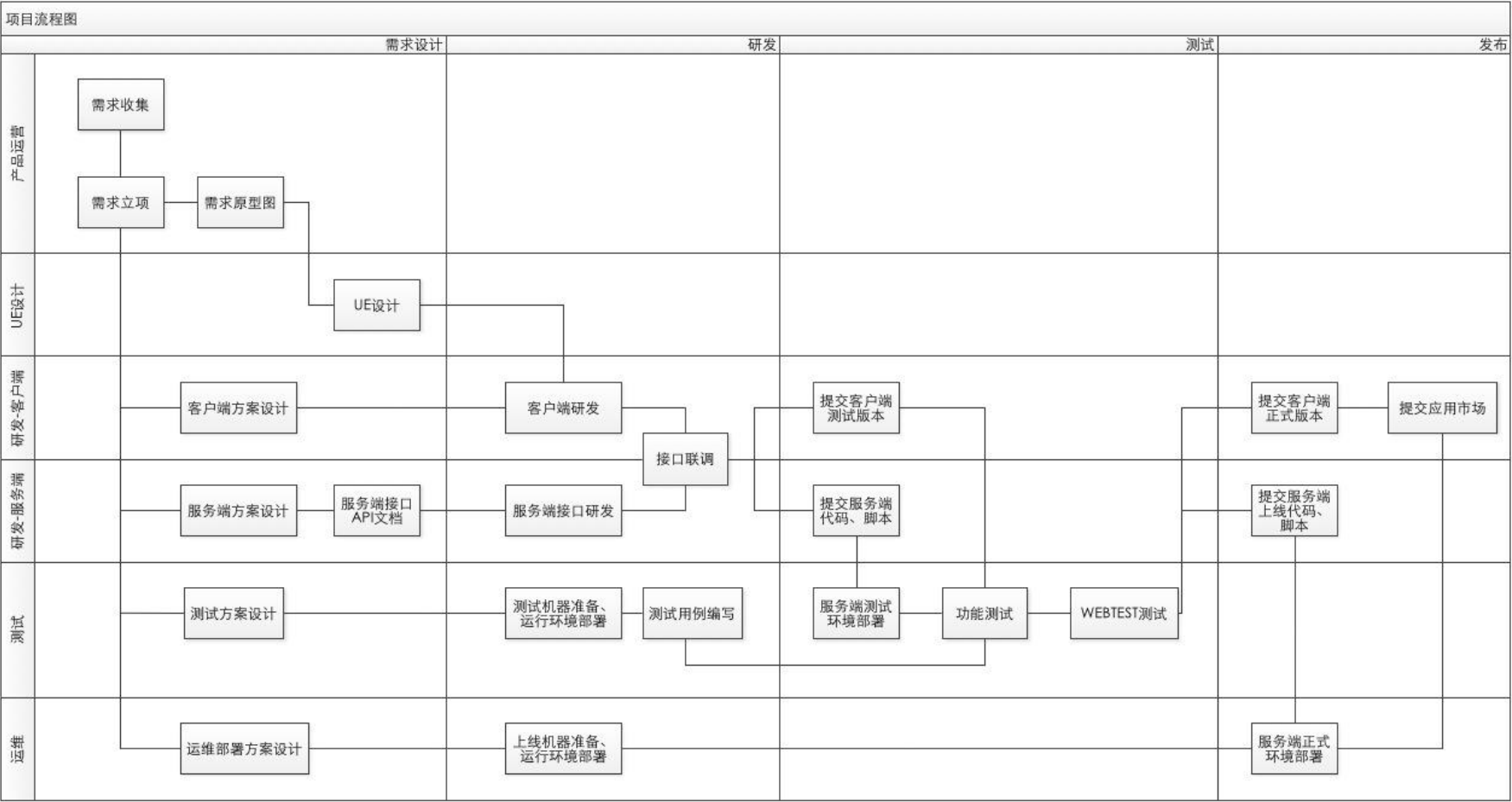
在上述制度的保障下，通过公司研发及运营团队的努力，in APP上线一年多以来，始终保持着健康、阳光的产品基调，在保持用户规模高速增长的同时，杜绝敏感、垃圾类信息的泛滥。

三、公司内部组织结构、整体运营流程方式

（一）公司内部组织结构图



(二) 公司整体运营流程方式



四、公司技术、资质、固定资产等关键要素情况

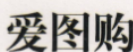
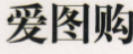
（一）公司主要产品和服务的技术

公司主要从事互联网应用平台的开发和运营，致力于为企业或个人提供基于用户与应用平台的互联网增值服务。公司旗下主要有两款产品：“分享+社区”类图片社交平台“in APP”和女性中高端品牌导购平台“爱图购”。报告期内公司主要产品或服务所使用的主要技术包括：①图像识别引擎：使用图像识别技术，自动对图片质量进行评估、对图片内容进行筛选；②用户画像模型：通过对用户公开的社交行为、社交内容进行大数据挖掘和分析，获知用户的行为习惯、消费特征等信息。

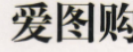
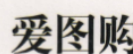
（二）公司无形资产、知识产权和非专利技术

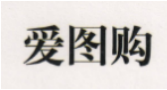
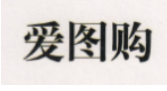
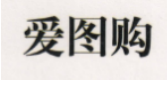
1、注册商标

截至本公开转让书签署之日，公司享有的商标权共 2 个，具体如下：

序号	商标图形	注册号	权利人	注册有效期	核定使用商品类型
1		13009714	九言科技	2014.12.21 -2024.12.20	第 38 类
2		13009747	九言科技	2014.12.28 -2024.12.27	第 35 类

截至本公开转让书签署之日，公司正在申请的商标权共有 54 个，具体如下：

序号	商标图形	申请号	申请人	申请日期	申请使用商品类型
1		16726680	九言有限	2015.4.16	第 9 类
2		17495206	九言有限	2015.7.23	第 35 类

序号	商标图形	申请号	申请人	申请日期	申请使用商品类型
3		6729683	九言有限	2015.4.16	第 41 类
4		16731277	九言有限	2015.4.16	第 42 类
5		16731704	九言有限	2015.4.16	第 45 类
6		17495234	九言有限	2015.7.23	第 3 类
7		14839079	九言有限	2014.6.11	第 9 类
8		17495289	九言有限	2015.7.23	第 14 类
9		17495304	九言有限	2015.7.23	第 16 类
10		17495248	九言有限	2015.7.23	第 18 类
11		15378039	九言有限	2014.9.19	第 25 类
12		17495280	九言有限	2015.7.23	第 25 类
13		17495336	九言有限	2015.7.23	第 26 类

序号	商标图形	申请号	申请人	申请日期	申请使用商品类型
14		17495446	九言有限	2015.7.23	第 28 类
15		15378100	九言有限	2014.9.19	第 35 类
16		17495414	九言有限	2015.7.23	第 36 类
17		15378180	九言有限	2014.9.19	第 38 类
18		17495523	九言有限	2015.7.23	第 40 类
19		16731094	九言有限	2015.4.16	第 41 类
20		15378253	九言有限	2014.9.19	第 42 类
21		16732507	九言有限	2015.4.16	第 45 类
22		16726830	九言有限	2015.4.16	第 9 类
23		16727340	九言有限	2015.4.16	第 35 类

序号	商标图形	申请号	申请人	申请日期	申请使用商品类型
24		16728163	九言有限	2015.4.16	第 38 类
25		16729769	九言有限	2015.4.16	第 41 类
26		16731399	九言有限	2015.4.16	第 42 类
27		16732126	九言有限	2015.4.16	第 45 类
28		16726924	九言有限	2015.4.16	第 9 类
29		16727450	九言有限	2015.4.16	第 35 类
30		16729290	九言有限	2015.4.16	第 38 类
31		16731038	九言有限	2015.4.16	第 41 类
32		16731442	九言有限	2015.4.16	第 42 类
33		16732326	九言有限	2015.4.16	第 45 类

序号	商标图形	申请号	申请人	申请日期	申请使用商品类型
34		16726762	九言有限	2015.4.16	第 9 类
35		16727184	九言有限	2015.4.16	第 35 类
36		16727709	九言有限	2015.4.16	第 38 类
37		16729747	九言有限	2015.4.16	第 41 类
38		16731338	九言有限	2015.4.16	第 42 类
39		16732073	九言有限	2015.4.16	第 45 类
40	我的生活 in 记	17495256	九言有限	2015.7.23	第 3 类
41	我的生活 in 记	16726583	九言有限	2015.4.16	第 9 类
42	我的生活 in 记	17495264	九言有限	2015.7.23	第 14 类
43	我的生活 in 记	17495227	九言有限	2015.7.23	第 16 类
44	我的生活 in 记	17495338	九言有限	2015.7.23	第 18 类
45	我的生活 in 记	17495399	九言有限	2015.7.23	第 25 类
46	我的生活 in 记	17495422	九言有限	2015.7.23	第 26 类
47	我的生活 in 记	17495464	九言有限	2015.7.23	第 28 类
48	我的生活 in 记	16727091	九言有限	2015.4.16	第 35 类
49	我的生活 in 记	17495402	九言有限	2015.7.23	第 36 类

序号	商标图形	申请号	申请人	申请日期	申请使用商品类型
50	我的生活 in 记	16727590	九言有限	2015.4.16	第 38 类
51	我的生活 in 记	17495443	九言有限	2015.7.23	第 40 类
52	我的生活 in 记	16729415	九言有限	2015.4.16	第 41 类
53	我的生活 in 记	16731213	九言有限	2015.4.16	第 42 类
54	我的生活 in 记	16731520	九言有限	2015.4.16	第 45 类

2、软件著作权

截至本公开转让书签署之日，公司已获得授权的软件著作权共 7 个，具体如下：

序号	软件著作权名称	登记号	取得方式	权利范围	首次发表日期	权利人
1	九言图片社交安卓版软件 V1.6.0	2014SR179537	原始取得	全部权利	2014.6.6	九言科技
2	九言图片社交 IOS 版软件 V1.6.0	2014SR179535	原始取得	全部权利	2014.6.6	九言科技
3	九言社交电商品牌导购平板应用软件 V1.0	2013SR032130	原始取得	全部权利	2012.10.9	九言科技
4	九言社交电商品牌导购网站应用软件 V4.0	2013SR032416	原始取得	全部权利	2012.5.1	九言科技
5	九言社交电商导购移动应用软件 V1.6.1	2013SR032199	原始取得	全部权利	2011.11.11	九言科技
6	in-我的生活 in 记 (Android 版) 2.0.0	2015SR219832	原始取得	全部权利	2015. 7. 31	九言科技
7	in-我的生活 in 记 (IOS 版) 2.0.0	2015SR207743	原始取得	全部权利	2015. 7. 23	九言科技

3、专利权

截至本公开转让书签署之日，公司有 5 项正在申请的专利权，具体如下：

序号	专利名称	申请人	申请号	专利申请日	专利类型	备注
1	一种对图片进行马赛克处理	九言科技	201510724080. X	2015. 10. 29	发明创造	已受理

序号	专利名称	申请人	申请号	专利申请日	专利类型	备注
	的方法及装置					
2	一种页面显示方法和装置	九言科技	201510788937.4	2015.11.17	发明创造	已受理
3	一种句向量的融合方法和装置	九言科技	201510727239.3	2015.10.29	发明创造	已受理
4	一种目标信息识别方法和装置	九言科技	201510726804.4	2015.10.29	发明创造	已受理
5	一种数字图像滤镜处理的方法和装置	九言科技	201510626219.7	2015.09.28	发明创造	已受理

4、作品著作权

截至本公开转让书签署之日，公司已获得授权的作品著作权共 1 个，具体如下：

序号	作品名称	著作权人	创作完成时间	首次发表时间	登记号
1	IN 贴纸库 1.0 版 应用软件 V1.0	九言有限	2014.06.06	2014.06.06	国作登字-2015-L-00168503

注：上述著作权的权利人变更为“杭州九言科技股份有限公司”的手续正在办理当中。

5、注册域名

截至本公开转让书签署之日，公司已注册的域名共 40 个，具体如下：

序号	域名	权利人	到期日
1	aishangin.com	九言科技有限	2016 年 1 月 26 日
2	chuanda15.com	九言科技有限	2016 年 1 月 26 日
3	hzjiuyan.com	九言科技有限	2016 年 1 月 26 日
4	in135.com	九言科技有限	2016 年 1 月 26 日
5	in156.com	九言科技有限	2016 年 1 月 26 日
6	in-app.cn	九言科技	2016 年 1 月 28 日
7	inapppp.com	九言科技有限	2016 年 1 月 26 日
8	indapei.com	九言科技有限	2016 年 1 月 26 日
9	indaren.com	九言科技有限	2016 年 1 月 26 日
10	indatou.com	九言科技有限	2016 年 1 月 26 日

序号	域名	权利人	到期日
11	ingogogo.com	九言科技有限	2016年1月26日
12	injiuyan.com	九言科技有限	2016年1月26日
13	inmeitu.com	九言科技有限	2016年1月26日
14	intiezhi.com	九言科技有限	2016年1月26日
15	inuppp.com	九言科技有限	2016年1月26日
16	jiuyan12.com	九言科技有限	2016年1月26日
17	jiuyankeji.com	九言科技有限	2016年1月26日
18	oneinapp.com	九言科技有限	2016年1月26日
19	woaiin.com	九言科技有限	2016年1月26日
20	aitugo.cn	九言科技	2018年11月22日
21	aitugo.com.cn	九言科技	2018年11月22日
22	aitugou.com	九言科技有限	2017年7月21日
23	itugo.com	九言科技有限	2017年7月20日
24	itugou.cn	九言科技	2018年11月22日
25	itugou.com.cn	九言科技	2018年11月22日
26	jiuyan.cc	九言科技有限	2016年10月18日
27	jiuyan.info	九言科技有限	2017年10月18日
28	tutugogo.com	九言科技有限	2017年5月31日
29	tutugougou.com	九言科技有限	2017年7月5日
30	in66.cc	九言科技有限	2016年11月19日
31	in66.me	九言科技有限	2016年11月19日
32	in66.co	九言科技有限	2016年11月18日
33	in66.biz	九言科技有限	2016年11月19日
34	in66.info	九言科技有限	2016年11月20日
35	in66.mobi	九言科技有限	2016年11月20日
36	in66.org	九言科技有限	2016年11月20日
37	in66.asia	九言科技	2016年11月20日
38	in66.com	九言科技有限	2017年10月10日
39	inapp.wang	九言科技	2016年1月28日
40	Haimao.me	九言科技	2016年8月27日

注：上述域名的权利人变更为“杭州九言科技股份有限公司”的手续正在办理当中。

6、公司取得的业务许可资格或资质情况

截至本公开转让书签署之日，公司拥有的相关业务许可资格或资质情况如

下：

序号	证书名称	证书编号	发证部门	发证日期/有效期限
1	增值电信业务经营许可证	浙 B2-20150367	浙江省通信管理局	2015 年 9 月 16 日至 2020 年 9 月 15 日

报告期内，公司存在未取得《增值电信业务经营许可证》即开展因特网信息服务业务的行为，不符合《中华人民共和国电信条例》的规定。

报告期内，公司未受到过电信业务主管部门浙江省通信管理局就上述行为提出的任何异议或处罚。主办券商和汉坤律师走访了浙江省通信管理局，并对主管部门的工作人员进行了访谈，根据工作人员介绍，经查询，浙江省通信管理局内部管理系统中未显示有九言科技因违反电信管理法律法规而受处罚的记录；浙江省通信管理局在为申请企业核发《增值电信业务经营许可证》前，会按照《电信业务经营许可管理办法》的要求，对申请经营增值电信业务的公司及主要出资者和主要经营管理人员三年内是否有违反电信监督管理制度的违法记录进行审核，确认无违法记录方可发证。

经核查后认为，公司上述行为存在被主管部门依据《中华人民共和国电信条例》、《电信业务经营许可管理办法》等行政法规和部门规章处罚的法律风险，可能对公司的经营造成不利影响。截至本公开转让说明书出具之日，公司已取得了经营互联网增值业务所需的经营资质和许可，报告期内曾存在的上述行为已得到纠正。

根据浙江省通信管理局有关工作人员介绍，九言科技未因上述行为受到过电信主管部门的行政处罚。因此，截至本公开转让说明书出具之日，九言科技报告期内存在的上述行为未对公司的经营带来不利影响。

（三）公司固定资产

截至 2015 年 7 月 31 日，公司固定资产主要包括电子设备，公司重要的固定资产详情如下：

单位：万元

项目	账面原值	账面净值	成新率（%）
各类办公电脑	114.32	75.13	65.72%

新型服务器	321.8	295.06	91.69%
服务器	32.92	10.67	32.41%

公司的固定资产与公司的经营活动相匹配，在公司的日常经营中正常使用、状态良好。公司固定资产暂无面临淘汰、更新、大修等情况。

（四）公司主要经营场所

公司名下无房屋所有权和土地使用权，主要办公场所位于杭州市天目山路274号，由杭州邮政科技实业有限公司租予公司使用。

公司具体房屋租赁情况如下：

序号	出租方	租赁地址	租赁面积（m²）	租赁期限
1	杭州邮政科技实业有限公司	杭州市天目山路274号，万塘路2-18（双）号A座9楼01区域	290.98	2015.09.17-2018.09.16
2		杭州市天目山路274号，万塘路2-18（双）号A座9楼02、03区域	456.13	2014.05.01-2017.04.30
3		杭州市天目山路274号，万塘路2-18（双）号A座9楼06区域	155.39	2015.06.24-2018.06.23
4		杭州市天目山路274号，万塘路2-18（双）号A座9楼08区域	130.31	2014.09.15-2017.09.14
5		杭州市天目山路274号，万塘路2-18（双）号A座12楼整层	1,450.00	2015.08.01-2018.07.31
6		杭州市天目山路274号，万塘路2-18（双）号A座17楼01、02区域	551.63	2015.04.10-2018.04.09
7		杭州市天目山路274号，万塘路2-18（双）号A座18楼02、03、05、06、07、08区域	1,152.37	2015.03.25-2018.03.24

公司与出租方签署了租赁协议，且承租的7处房产均有房产证。但是，相关的租赁协议均尚未办理租赁登记备案手续。

根据《合同法》及《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国合同法〉若干问题的解释（一）》，未办理租赁登记手续不影响租赁合同的有效性，公司作为承租方在租赁合同项下的权利可依法受到保护。如果因租赁房屋未办理租赁登记备案手续导致公司无法继续租赁该等房产而必须搬迁时，公司可以在相关区域内及时找到替代性的合法经营场所，该等搬迁不会对公司的经营和财务状况产生重大不利影响。

汉坤律师在法律意见书中也明确发表了意见：“公司承租的房屋租赁协议未办理租赁登记备案手续的问题不会构成本次申请挂牌并公开转让的实质性法律障碍。”

（五）公司员工情况

1、员工构成

截至 2015 年 7 月 31 日，公司共有员工 128 人，公司员工构成情况如下：

（1）按岗位结构划分

岗位结构	人数	比例
管理人员	10	7.81%
研发人员	52	40.63%
产品人员	19	14.84%
运营人员	47	36.72%
合计	128	100.00%

（2）按教育程度划分

学历	人数	比例
硕士及以上学历	11	8.59%
本科学历	86	67.19%
大专	29	22.66%
专职（高中）及以下	2	1.56%
合计	128	100.00%

（3）按年龄划分

工龄	人数	比例
31~40 岁	14	10.94%
30 岁以下	114	89.06%
合计	128	100.00%

2、公司核心技术人员

（1）核心技术人员基本情况

公司现有核心技术人员共四名，分别为孙颖、曹亮、邹冬冬、谢旭。

孙颖，简历详见第一节“四、控股股东、实际控制人，前十名股东及持股 5%以上股东的基本情况/（一）控股股东及实际控制人基本情况/2、实际控制人

的基本情况”。

曹亮，简历详见第一节“六、公司董事、监事和高级管理人员情况/（三）高级管理人员基本情况”。

邹冬冬，简历详见第一节“六、公司董事、监事和高级管理人员情况/（三）高级管理人员基本情况”。

谢旭，简历详见第一节“四、控股股东、实际控制人，前十名股东及持股5%以上股东的基本情况/（一）控股股东及实际控制人基本情况/2、实际控制人的基本情况”。

（2）核心技术人员持股情况

截至公开转让说明书签署日，除谢旭、孙颖持有公司股份外，其余核心技术人员均未持有公司股份。

（3）核心技术（业务）团队变动情况

报告期内，公司核心技术及业务团队稳定，未发生重大变化。

（六）公司研发情况

1、公司研发机构设置

公司的主要产品为图片社交平台“in APP”和品牌导购平台“爱图购”。由于产品设计的专业性，公司设立单独的产品研发部，下设业务部、架构部、图像部、系统部和大数据部。

2、公司研发团队人员情况

公司研发团队共有研发人员 52 名，其中 39 名员工具有本科以上学历。公司研发人员骨干为核心技术人员孙颖、曹亮、邹冬冬。

研发团队的结构如下表所示：

类别	员工人数（人）	比例
31~40 岁	7	13.46%
30 岁以下	45	86.54%
合计	52	100.00%
类别	员工人数（人）	比例
硕士及以上学历	8	15.38%

本科学历	31	59.62%
大专学历	12	23.08%
大专以下学历	1	1.92%
合计	52	100.00%

3、报告期内，研发投入情况

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
研究开发费	632.47	358.27	186.72
营业收入	41.96	534.05	133.48
占当期营业收入比重	1,507.38%	67.09%	139.89%

4、报告期内，公司主要研发项目情况

序号	项目名称	项目说明	主要成果
1	九言图片社交安卓软件 [简称：in 图片社区安卓版]V1.6.0	添加了众望所归的多图发布；使大头功能的体验升级了一个档次；Android 多机型适配率得到大幅提升。	in Android V1.6.0 版本
2	九言图片社交 IOS 软件 [简称：in 图片社区 IOS 版]V1.6.0	添加了众望所归的多图发布；使大头功能的体验升级了一个档次；程序的一次重要的健壮性架构调整。	in IOS V1.6.0 版本
3	in V2.0 安卓版本	针对 V1.0 一系列版本收集的用户反馈以及我们对 in 的深入理解，对 in APP 的功能以及符合 Android 用户的交互方式进行了整体性的优化，并同时重构了 Android 的代码结构，使其更加的健壮。	in Android V2.0 版本
4	in V2.0 IOS 版本	针对 V1.0 一系列版本收集的用户反馈以及我们对 in APP 的深入理解，对 in APP 的功能以及用户体验交互进行了整体性的优化，并同时重构了 IOS 的代码结构，使其更加的健壮。	in IOS V2.0 版本
5	系统架构升级	通过对服务器的调整以及程序代码的优化，来提升后台	满足了 in APP 亿级的接口访问需求。

序号	项目名称	项目说明	主要成果
		服务的吞吐量，以支持 in APP 快速的数据增长。	
6	高质量图片发掘	使用图像识别技术，自动地对图片质量进行评估的系统。	解决了高平直图像的显示效果。

五、公司主营业务具体状况

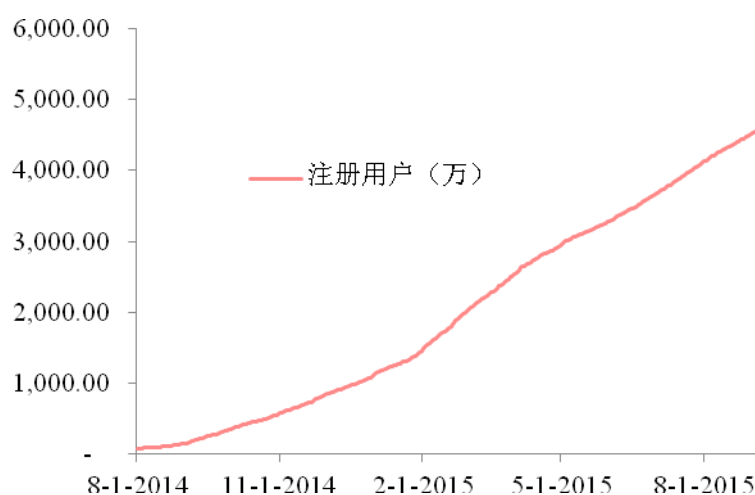
（一）主营业务运营情况

1、公司运营数据情况

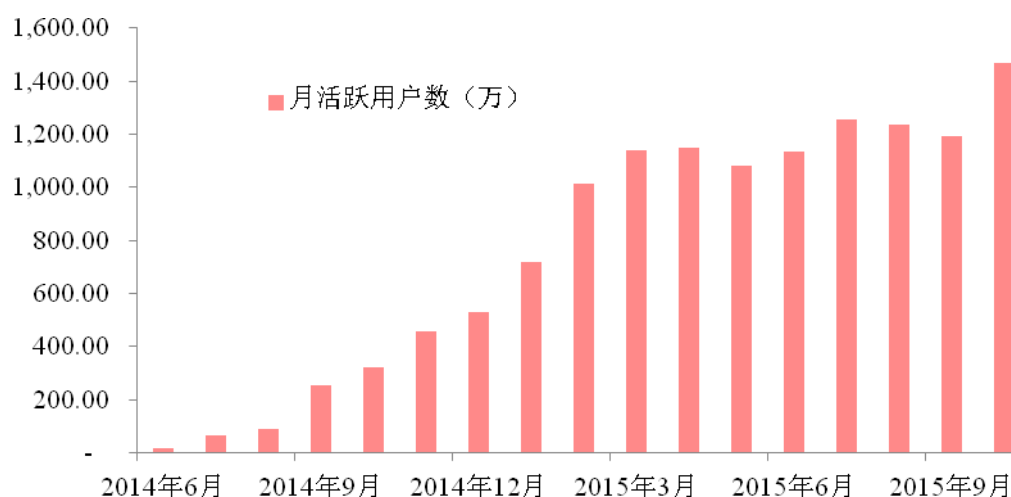
根据第三方服务平台友盟的统计，截至 2015 年 10 月 31 日，in APP 累计注册用户数达到 5,489.97 万，用户总上传图片数为 9.42 亿张；2015 年 10 月月活跃用户数为 1,470.36 万。

报告期内，in APP 注册用户数、月活跃用户数和累计图片上传数量变动情况如下：

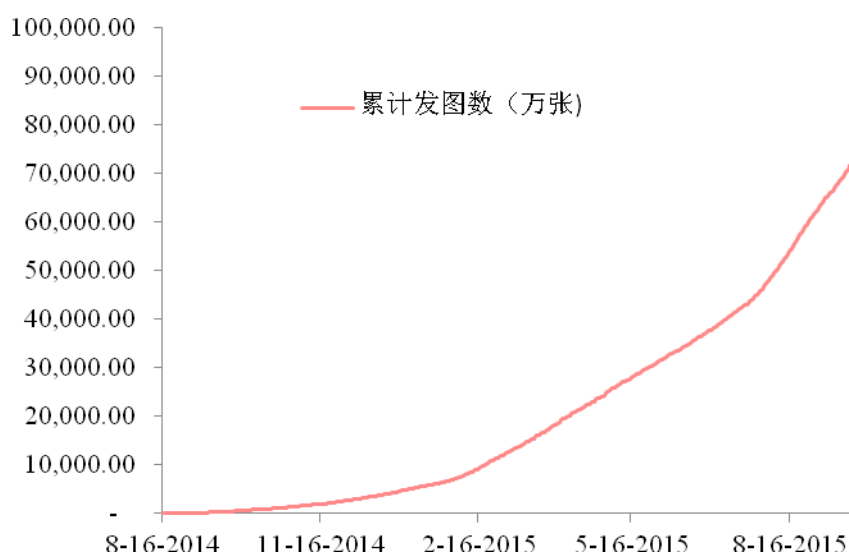
2014 年 8 月-2015 年 10 月注册用户数



2014 年 6 月-2015 年 10 月月活跃用户数



2014年6月-2015年10月累计图片上传数量



数据来源：友盟

用户增长速度和用户活跃度是 in APP 成长期阶段重点关注的核心指标：

在用户规模扩张方面，in APP 上线仅 71 天，用户规模超过 100 万；上线 110 天，用户规模超过 300 万，上线 6 个月，用户规模突破 1,000 万；截至 2015 年 10 月底，in APP 注册用户规模超过 5,400 万。in APP 用户规模持续快速增长，充分体现了 in APP 产品自身的社交扩展能力和自我传播能力。

在平台整体活跃度方面，in APP 具有作为社交平台的天然优势。用户在 in APP 平台中上传和分享照片，其忠诚度将随着用户社交关系和社交内容在平台上的沉淀而不断提升，平台整体活跃度也将随之提高。从用户上传图片数量中可以

发现，随着时间的推移，用户每日上传图片的数量不断增加，2015 年 10 月国庆节假期间，用户单日上传图片数量的峰值已经接近 820 万张。

2、公司用户画像

(1) 年龄分布

年龄阶段	人数占比
15 岁及以下	7.69%
16-20 岁	41.36%
21-25 岁	40.71%
26-30 岁	8.87%
31 岁及以上	1.37%

根据上表，16-30 岁用户占 in APP 总用户比例为 90.64%，是 in APP 的最主要的用户群体。这一年龄段用户群体对互联网的态度开放，热衷于在互联网上分享自己的生活；而图片的展示效果比文字更直接，更具有视觉冲击，因而更易成为这一用户群体展示信息的载体。

细分来看，16-20 岁用户占总用户比例为 41.36%。该年龄段用户群体主要由“95 后”及“00 后”构成，具有以下鲜明特点：（1）正处于社交关系最密集的校园环境，有利于 in APP 的自然、快速传播；（2）正处于人生观、价值观、社会观建立的关键时期，在该时期接触、使用 in APP 记录生活，分享乐趣，拓展社交关系，通常将形成较高的用户黏性；（3）具有新颖的思维方式，代表未来社会发展趋势，为 in APP 长期发展奠定基础。

同时，in APP 平台中 21-30 岁用户占总用户比例达到 49.58%，该年龄段用户群体是社会的中坚力量之一，具有互联网消费能力较强、影响力能够辐射全年龄段等优质特性，是具有较高商业价值的优质用户群体。

(2) 地域分布

地域	启动次数占比
北京市	15.12%
广东省	12.12%
浙江省	6.31%
山东省	6.25%
江苏省	6.19%
其他	54.02%

数据来源：友盟，截至2015年10月31日的情况

in APP 用户的地域分布较为广泛，除了在北京、广东等核心地域有较多分布外，在二三线城市也积累有大量用户。用户平均分布的特征说明，in APP 的用户多通过口碑传播自发积聚，而非通过大规模集中宣传取得，同时也体现了 in APP 具备较好的用户体验和巨大的市场潜力。

（3）性别分布

性别	人数占比
女性	91.5%
男性	8.5%

数据来源：友盟，截至2015年10月31日的情况

in APP 以女性用户为切入点，无论是 UI 界面还是话题内容，均围绕女性心理需求而设计。女性爱分享、爱自我展示的性格特征符合图片社交应用的产品特性；同时，女性用户消费倾向更强，因而销售转化率较高，具有更高的商业价值，这是公司未来商业化的坚实基础。

随着用户规模的扩大和产品知名度的提升，女性用户线下关系链的代入会逐渐增加 in 男性用户的比例。根据公司后台数据，在女性用户保持快速增长的同时，男性用户已经开始自然涌入。目前，公司已经有较明确目标，将在不影响女性用户使用体验、保持 in APP 品牌调性的前提下，在未来版本中逐步、合理地增加针对男性用户的功能及设计。预计最终男性用户与女性用户的比例将达到接近 1.2:1 的中国互联网用户整体性别比例。

（二）产品或服务的销售情况

1、公司营业收入构成

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
CPS 收入	41.96	100%	215.98	40.44%	97.86	73.31%
CPD 收入	-	-	226.87	42.48%	35.62	26.69%
CPC 收入	-	-	91.20	17.08%	-	-
合计	41.96	100%	534.05	100.00%	133.48	100.00%

公司目前收入主要来源于爱图购导购平台。2014 年 6 月以后，公司顺应互联网行业移动化、数据化的发展趋势，将产品重心转向图片社交应用“in APP”的开发和运营。in APP 目前尚处于成长期，现阶段的首要目标是扩大用户规模和提升用户活跃度，尚未进行商业转化。公司计划在 in APP 用户规模和活跃度达到预定规模后，选择合适的时机和合作对象，逐步进行商业变现。

2、主要销售对象

报告期内，爱图购主要对接天猫商城以及品牌独立站，按照向商家导流成功而完成订单的分成获取收入，另外也面向各品牌商或商家提供展位广告业务。

3、报告期内前五大客户销售情况

单位：万元

年度	序号	客户名称	金额	占比
2015 年 1-7 月	1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	36.90	87.94%
	2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	2.87	6.85%
	3	杭州多麦电子商务有限公司	2.08	4.95%
	4	广州唯品会信息科技有限公司	0.07	0.17%
	5	奇慧 QIWI 欧美女装店铺	0.04	0.09%
	合计		41.96	100.00%
2014 年 度	1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	201.87	37.80%
	2	山东韩都衣舍电商集团有限公司	16.02	3.00%
	3	厦门朵美贸易有限公司	11.84	2.22%
	4	南京行狐电子商务有限公司	11.55	2.16%
	5	MASOOMAKE 玛速淘宝店铺	11.36	2.13%
	合计		252.64	47.31%
2013 年 度	1	浙江淘宝网络有限公司 ^[1]	97.86	73.32%
	2	北京心物不二电子商务有限公司	2.91	2.18%
	3	深圳名媛坊服饰有限公司	2.43	1.82%
	4	宁波太平鸟魔法风尚服饰有限公司	2.43	1.82%
	5	中山伊莲丽姿皮具有限公司	1.75	1.31%
	合计		107.38	80.44%

注 1：2014 年阿里妈妈平台整体从浙江淘宝网络有限公司转至杭州阿里妈妈软件服务有限公司，该平台软件产品、业务人员等无重大变化

公司作为广告平台提供方向有广告投放需求的淘宝商户提供在爱图购平台上投放广告和导流的服务，公司按比例收取佣金。其中，佣金均通过阿里妈妈平

台统一结算、按月支付给公司。因此，报告期内 2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-7 月，阿里妈妈平台均为公司的第一大客户，收入占比分别为 73.32%、37.80% 和 87.94%。

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员以及主要关联或持有本公司 5%以上股份的股东与公司报告期内的前五名客户均不存在任何关联关系。

（三）采购情况

1、主要采购对象

公司主要产品 in APP 尚处于成长期，需要较多的广告推广。报告期内，公司采购的对象主要为腾讯、百度、新浪微博等互联网平台的广告推广服务。随着公司产品业务量的不断提升，报告期内，公司产品推广投入力度加大，对采购对象的支出也随之增加。

2、报告期内前五大供应商采购情况

单位：万元

年度	序号	供应商名称	金额	占比
2015 年 1-7 月	1	杭州好久不见网络科技有限公司	566.70	9.69%
	2	厦门龙商网络技术服务有限公司	419.35	7.17%
	3	深圳市腾讯计算机系统有限公司	345.33	5.91%
	4	多盟睿达科技（中国）有限公司	276.81	4.73%
	5	北京蓝坤互动网络科技有限公司	240.00	4.10%
	合计		1,848.19	31.61%
2014 年 度	1	济南山青文化传媒有限公司	258.40	14.13%
	2	多盟睿达科技（中国）有限公司	173.00	9.46%
	3	杭州好久不见网络科技有限公司	150.16	8.21%
	4	厦门龙商网络技术服务有限公司	114.00	6.23%
	5	杭州高纬装饰设计有限公司	33.25	1.82%
	合计		728.81	39.85%
2013 年 度	1	济南山青文化传媒有限公司	67.85	12.98%
	2	杭州十九楼网络传媒有限公司	1.50	0.29%
	3	陕西光辉信息技术有限公司	0.17	0.03%
	4	杭州弈天网络技术有限公司	0.07	0.01%
	5	杭州纬聚网络有限公司	0.02	0.00%

年度	序号	供应商名称	金额	占比
		合计	69.59	13.32%

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员以及主要关联或持有本公司5%以上股份的股东与公司报告期内的前五名供应商均不存在任何关联关系。

（四）报告期内的重大合同及履行情况

1、销售合同

序号	合同对方	签署日期	合同内容	金额 (万元)	履行情况
1	万维嘉信（山东）电子商务有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	16.50	履行完毕
2	广州市台安鞋业有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	6.00	履行完毕
3	广州市格风服饰有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	6.00	履行完毕
4	杭州润乙一服饰有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	5.40	履行完毕
5	杭州娜漾服饰有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	5.00	履行完毕
6	东莞市五姐妹服饰有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	5.00	履行完毕
7	热风投资有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	5.00	履行完毕
8	南京行狐电子商务有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	5.00	履行完毕
9	佛山市南海越智贸易有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	5.00	履行完毕
10	重庆博多物流有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页	5.00	履行完毕

序号	合同对方	签署日期	合同内容	金额 (万元)	履行情况
			面指定展示位置进行推广		
11	湖南御泥坊化妆品有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	5.00	履行完毕
12	杭州黯涉电子商务有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	5.00	履行完毕
13	宁波太平鸟网络科技有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	5.00	履行完毕
14	深圳市西域鞋业有限公司	2014.11.7	在爱图购 2014 年 11.11 主会场活动页面和分会场页面指定展示位置进行推广	5.00	履行完毕

注：以上合同系报告期内 5 万以上的销售合同。

2、采购合同

序号	合同对方	签署日期	采购内容	合同金额	履行情况
1	北京万象传媒广告有限公司	2015.8.26	推广服务	2,800.00 万元	履行完毕
2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	2015.5.15	推广服务	推广时间为 2015 年 5 月 20 日到 2016 年 5 月 19 日,推广费用总额不低于 1300.21 万元。	正在履行
3	北京蓝坤互动网络科技有限公司	2015.4.2	推广服务	推广时间为 2015 年 4 月 15 日到 2016 年 4 月 14 日,推广费用总额不低于 600.00 万元。	正在履行
4	上海分众德峰广告传播有限公司	2015.10.12	推广服务	576.00 万元	履行完毕
5	北京视通神州国际广告有限公司	2015.9.10	推广服务	352.35 万元	正在履行
6	北京掌上风云科技有限公司	2015. 12. 21	推广服务	推广时间为 2016 年 1 月 1 日到 2016 年 12 月 31 日,推广费用总额不低于 230.00 万元。	正在履行
7	福建博瑞网络科技有限公司	2015.6.5	推广服务	推广时间为 2015 年 6 月 5 日到 2015 年 12 月 31 日,推广费用总额不低于 200.00 万元。	履行完毕

序号	合同对方	签署日期	采购内容	合同金额	履行情况
8	东莞市讯怡电子科技有限公司	2015.7.1	推广服务	推广时间为 2015 年 7 月 1 日到 2016 年 2 月 29 日,推广费用总额不低于 170.00 万元,即实际发生并支付的折前推广费总额不低于 200.00 万元。	正在履行
9	天津市广告人广告有限公司	2015.9.6	推广服务	178.00 万元	正在履行
10	上海芭莎能量公关活动策划有限公司	2015. 11. 10	推广服务	170. 00 万元	履行完毕
11	杭州有氧文化创意有限公司	2015.8.15	视频项目创意	165.78 万元	履行完毕
12	上海穆伦文化传播有限公司	2015.10.22	节目制作	161.11 万元	正在履行
13	环时互动(北京)科技有限公司	2015. 12. 4	推广服务	140. 00 万元	履行完毕
14	浙江光大国际旅游有限公司	2015.6.25	旅游服务	123.90 万元	履行完毕
15	北京掌上风云科技有限公司	2015. 12. 9	推广服务	120. 00 万元	正在履行
16	深圳市瀚博九州科技有限公司	2015.6.26	强氧服务器	117.57 万元	履行完毕
17	福建博瑞网络科技有限公司	2015.5.29	推广服务	推广时间为 2015 年 5 月 29 日到 2015 年 12 月 31 日,推广费用总额不低于 100.00 万元。	履行完毕

注：以上合同系报告期内公司 100 万元以上采购合同。

3、租赁合同

序号	出租方	租赁地址	租赁面积 (m ²)	金额	租赁期限
1	杭州邮政科技实业有限公司	杭州市天目山路 274 号, 万塘路 2-18 (双) 号 A 座 9 楼 01 区域	290.98	租金按半年支付。首期租金共计 250,970.00 元。	2015.09.17-2018.09.16
2		杭州市天目山路 274 号, 万塘路 2-18 (双) 号 A 座 9 楼 02、03 区域	456.13	租金按半年支付。首期租金共计 341,957.18 元。	2014.05.01-2017.04.30

3		杭州市天目山路 274 号， 万塘路 2-18（双）号 A 座 9 楼 06 区域	155.39	租金按半年支付。 首 期 租 金 共 计 134,024.00 元。	2015.06.24- 2018.06.23
4		杭州市天目山路 274 号， 万塘路 2-18（双）号 A 座 9 楼 08 区域	130.31	租金按半年支付。 首 期 租 金 共 计 109,134.63 元。	2014.09.15- 2017.09.14
5		杭州市天目山路 274 号， 万塘路 2-18（双）号 A 座 12 楼整层	1,450.00	租金按半年支付。 首 期 租 金 共 计 1,214,375.00 元。	2015.08.01- 2018.07.31
6		杭州市天目山路 274 号， 万塘路 2-18（双）号 A 座 17 楼 01、02 区域	551.63	租金按半年支付。 首 期 租 金 共 计 461,990.13 元。	2015.04.10- 2018.04.09
7		杭州市天目山路 274 号， 万塘路 2-18（双）号 A 座 18 楼 02、03、05、06、 07、08 区域	1,152.37	租金按半年支付。 首 期 租 金 共 计 993,918.86 元。	2015.03.25- 2018.03.24

六、公司所处行业情况

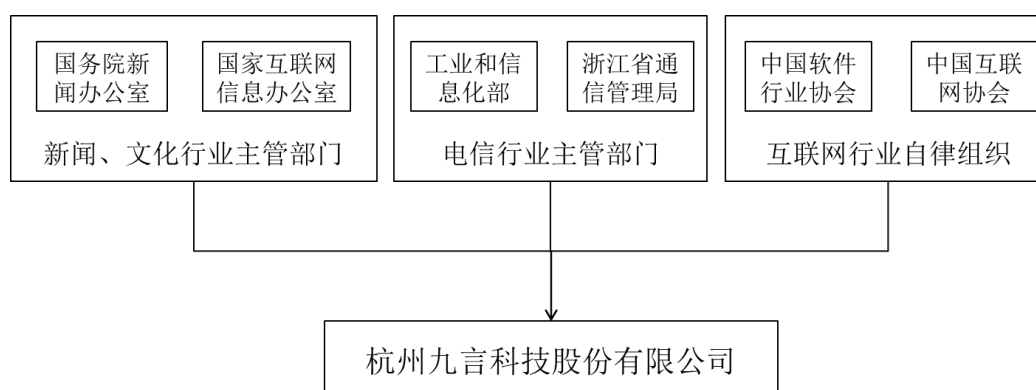
（一）行业概况

1、行业分类

根据《国民经济行业分类和代码表》（GB/T4754-2011），公司所处行业为“I65 软件和信息技术服务业”大类下的“软件开发”。根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司的主营业务属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“软件和信息技术服务业”子行业。根据全国中小企业股份转让系统公司《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业为“I65 软件和信息技术服务业”大类下的“软件开发”；根据全国中小企业股份转让系统公司《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业为“17 信息技术”大类下的“软件”。

2、行业监管体制

本公司属于软件和信息技术服务业，受政府有关部门监督管理和行业协会自律监管。本行业的具体主管机构和主要监管体制如下：



（1）国务院新闻办公室

国务院新闻办公室（简称国务院新闻办）组建于 1991 年 1 月。根据《互联网新闻信息服务管理规定》，国务院新闻办公室主要负责全国的互联网新闻信息服务监督管理工作，省、自治区、直辖市人民政府新闻办公室主要负责本行政区域内的互联网新闻信息服务监督管理工作。

（2）国家互联网信息办公室（中央网络安全和信息化领导小组办公室）

国家互联网信息办公室成立于 2011 年 5 月，成立初衷为落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理等。2014 年 8 月，国务院授权重新组建了国家互联网信息办公室，国家互联网信息办公室主要负责全国互联网信息内容管理工作，并负责监督管理执法。

（3）工业和信息化部

工业和信息化部主要负责制定互联网行业的行业规划、产业政策，拟定行业技术规范 and 标准并组织实施行业质量管理工作。工业和信息化部和省、自治区、直辖市电信管理机构依法对互联网信息服务实施监督管理。

（4）中国软件行业协会

中国软件行业协会是软件行业内部的指导、协调机构，主要职能为从事软件产业及市场研究，对会员单位的公共服务、行业自律管理以及代表会员

向政府部门提出产业发展建议等。

（5）中国互联网协会

中国互联网协会成立于 2001 年 5 月，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的全国性的非营利社会组织。其主要职责是制订并实施互联网行业规范和自律公约，协调会员之间的关系，促进会员之间的沟通与协作，充分发挥行业自律作用，维护国家信息安全，维护行业整体利益和用户利益，促进行业服务质量的提高等。

3、主要法律法规及政策

名称	主要内容
《中华人民共和国电信条例》	国家对电信业务经营按照电信业务分类，实行许可制度。经营电信业务，必须依照本条例的规定取得国务院信息产业主管部门或者省、自治区、直辖市电信管理机构颁发的电信业务经营许可证。电信业务分为基础电信业务和增值电信业务，经营增值电信业务，须取得《增值电信业务经营许可证》。经营增值电信业务，业务覆盖范围在两个以上省、自治区、直辖市的，须经国务院信息产业主管部门审查批准，取得《跨地区增值电信业务经营许可证》；业务覆盖范围在一个省、自治区、直辖市行政区域内的，须经省、自治区、直辖市电信管理机构审查批准，取得《增值电信业务经营许可证》。运用新技术试办《电信业务分类目录》未列出的新型电信业务的，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构备案。
《互联网信息服务管理办法》	国家对经营性互联网信息服务实行许可制度。从事新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务，依照法律、行政法规以及国家有关规定须经有关主管部门审核同意的，在申请经营许可或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意。从事经营性互联网信息服务，应当向省、自治区、直辖市电信管理机构或者国务院信息产业主管部门申请办理互联网信息服务增值电信业务经营许可证。从事互联网信息服务，拟开办电子公告服务的，应当在申请经营性互联网信息服务许可或者办理非经营性互联网信息服务备案时，按照国家有关规定提出专项申请或者专项备案。互联网信息服务提供者应当按照经许可或者备案的项目提供服务，不得超出经许可或者备案的项目提供服务。
《信息网络传播权保护条例》	著作权人、表演者、录音录像制作者（以下统称“权利人”）享有的信息网络传播权受著作权法和本条例保护。

名称	主要内容
	除法律、行政法规另有规定的外，任何组织或者个人将他人的作品、表演、录音录像制品通过信息网络向公众提供，应当取得权利人的许可，并支付报酬。为了保护信息网络传播权，权利人可以采取技术措施。
《互联网文化管理暂行规定》	文化部负责制定互联网文化发展与管理的方针、政策和规划，监督管理全国互联网文化活动。申请设立经营性互联网文化单位，应当向所在地省、自治区、直辖市人民政府文化行政部门提出申请，经批准通过的，核发《网络文化经营许可证》，并向社会公告。互联网文化单位应当建立自审制度，明确专门部门，配备专业人员负责互联网文化产品内容和活动的自查与管理，保障互联网文化产品内容和活动的合法性。
《中国互联网络域名管理办法》	信息产业部（现工业与信息化部）负责中国互联网络域名的管理工作。任何组织或者个人不得采取任何手段妨碍中华人民共和国境内互联网域名系统的正常运行。域名注册遵循“先申请先注册”的原则。域名注册完成后，域名注册申请者即成为其注册域名的持有者。注册域名应当按期缴纳域名运行费用。域名持有者可以选择和变更域名注册服务机构。
《电信业务经营许可管理办法》	经营电信业务，应当依法取得电信管理机构颁发的经营许可证。工业和信息化部（以下称工业和信息化部）和省、自治区、直辖市通信管理局（以下统称电信管理机构）是经营许可证的审批管理机构。经营许可证分为《基础电信业务经营许可证》和《增值电信业务经营许可证》两类。其中，《增值电信业务经营许可证》分为《跨地区增值电信业务经营许可证》和省、自治区、直辖市范围内的《增值电信业务经营许可证》。获准经营电信业务的公司，应当按照经营许可证所载明的电信业务种类，在规定的业务覆盖范围和期限内，按照经营许可证的规定经营电信业务。获准跨地区经营电信业务的公司，应当按照经营许可证的要求，在相应的省、自治区、直辖市设立分公司或子公司等相应机构经营电信业务。
《互联网行业“十二五”发展规划》	发展规划指出了互联网行业的任务。为保证该顺利完成，中提出了“完善保障互联网健康发展的行业管理法律制度，加强互联网基础设施建设的引导机制，加强互联网基础设施建设的政策支持，推动完善互联网发展的财税金融与知识产权培育和扶政策支持，加强互联网产人才体系建设推动完善国际治理机制”等一系列保障措施。

（二）行业发展现状及前景

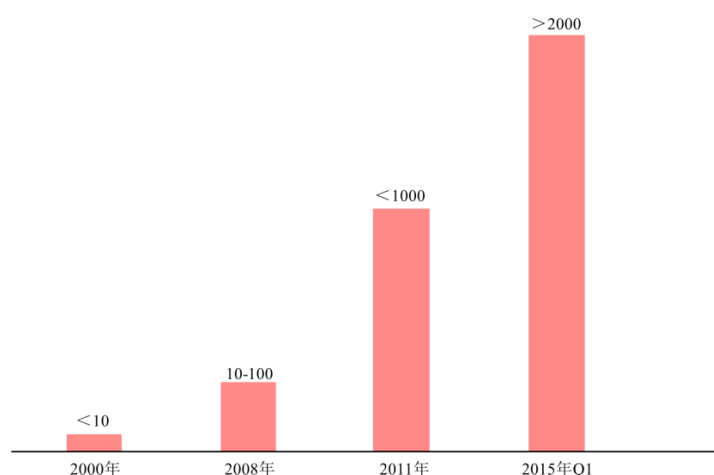
1、移动社交应用行业现状

移动社交是指用户以手机、平板等移动终端为载体，以在线识别用户及交换信息技术为基础，按照流量计费，通过网络和移动社交应用来实现人际沟通、交往的行为。

按照用户需求划分，移动社交应用可以分为综合类社交应用和垂直类社交应用。综合类社交应用主要围绕人际间普世的社交关系，其用户开展社交活动一般没有特定针对性和目的性。移动社交在发展早期基本以综合类社交应用为主。

随着我国移动互联网用户个性化社交需求的增多，专注于各细分领域的垂直移动社交应用逐渐增多，例如基于人群的闺蜜社交、陌生人社交、职场社交以及学生社交，基于表达方式的图片社交、视频社交以及音乐社交等，基于兴趣的绘画社交、游戏社交、美食社交等。随着移动互联网基础设施的完善和智能手机的普及，我国移动应用市场面临巨大的发展机遇。移动社交应用作为移动应用的一个重要细分领域，也面临广阔的市场前景和发展空间。自 2011 年起，我国移动社交应用的数量逐年大幅增加。

我国不同时期市场中移动应用数量（单位：款）



数据来源：Talking Data 移动数据研究中心

目前，以手机 QQ、微信、新浪微博等为代表的综合类移动社交应用在我国移动社交应用市场上占据绝对领先地位。同时，专注于各细分领域的垂直类社交

应用也培育出自己独特的产品特色和用户群体,与综合类社交平台进行差异化竞争,如专注于陌生人社交的陌陌、专注于视频、音频直播交友的 YY 等应用均已在其垂直细分领域形成绝对优势。

2015 年 9 月移动社交应用活跃度情况



数据来源：易观智库

2、发展趋势

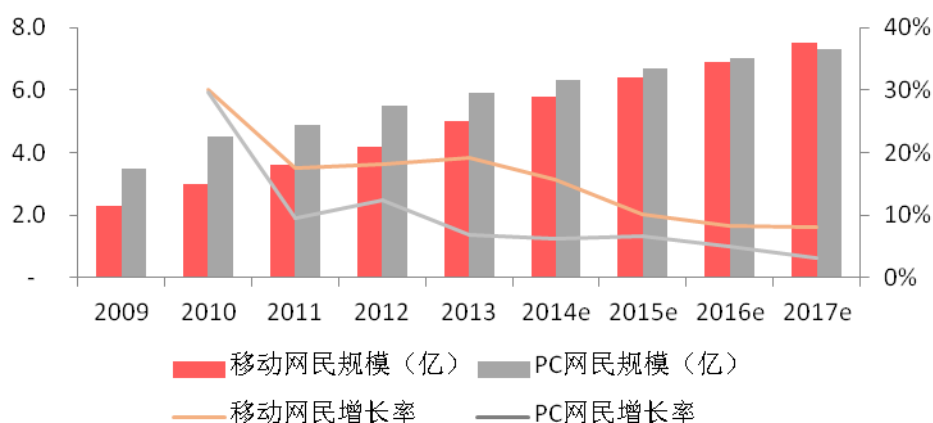
(1) 移动端将取代 PC 端成为社交类应用的主流形式。

近年来,随着 4G 网络覆盖范围的扩大、移动网络资费下降和智能手机的大面积普及,移动端逐渐超越 PC 端成为网民最主要的上网渠道,为移动社交应用的发展创造了良好的外部条件。根据艾瑞咨询,到 2017 年,我国移动互联网用户规模将超过 PC 端互联网用户,达到 7.5 亿左右。

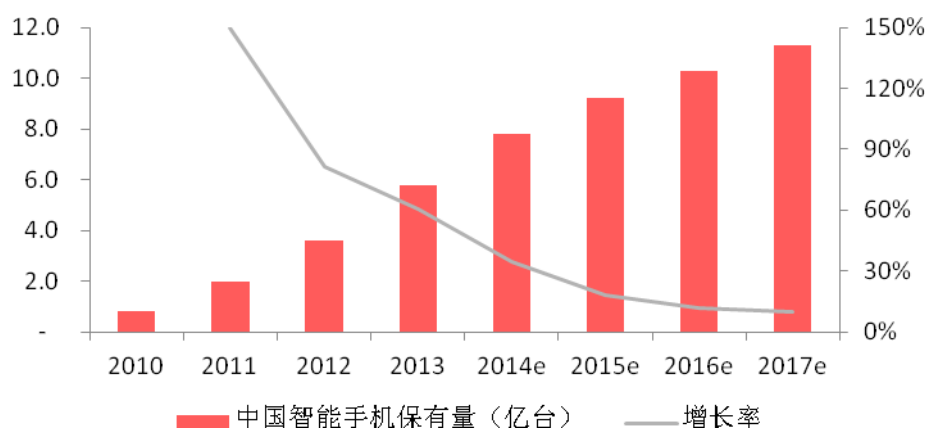
此外,与传统的 PC 端社交产品相比,移动社交应用具有人机交互、实时场景等特点,能够让用户充分利用碎片化时间,并随时随地地创造并分享内容,让网络最大程度服务于个人的现实生活。移动端特有的 LBS (Location-Based Service, 指基于地理位置的服务,以下简称“LBS”)、重力感应等功能也极大地丰富了产品的趣味性以及商业化途径。2011 年以后开始涌现的各类移动端特有新型应用,例如微信、陌陌等,均充分利用了 LBS、重力感应以及摄像头、话筒等移动端特有元素。

因此,以移动端为主导将成为社交类应用未来发展的趋势之一。

2009-2017 年我国移动网民及 PC 网民规模



2010-2017 年我国智能手机保有量



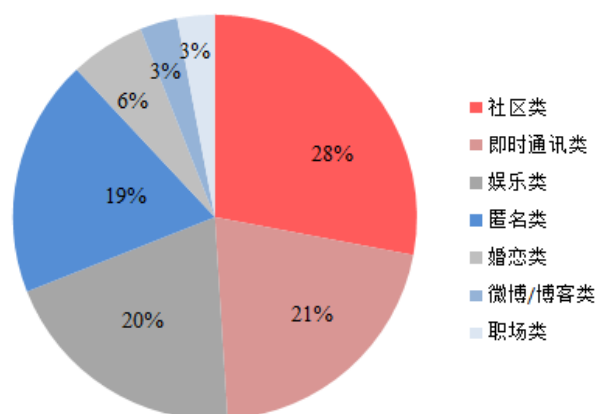
数据来源：艾瑞咨询

（2）个性化的需求使得社交类应用由综合性向垂直化转变。

随着我国移动互联网用户个性化社交需求的增多，大而全的综合类社交应用平台的用户开始逐渐向专注于各细分领域的垂直平台分流，垂直类社交应用大量涌现并快速增长。垂直化社交应用从开始已完成用户筛选和定位，人群特征和消费共性明显，因此更易于深入了解用户人群的特殊需求，从而提供精准的服务和优质的内容，形成竞争壁垒。

未来用户在社交上的注意力将不再集中于综合类的社交工具，而是针对自己的各项兴趣爱好，同时推进各个社交圈，垂直类社交应用更具发展潜力。

2015年5月移动社交应用 TOP1000 所属类型款数占比



数据来源：Talking Data 移动数据研究中心

（3）信息载体多样化的社交模式逐渐成为主流。

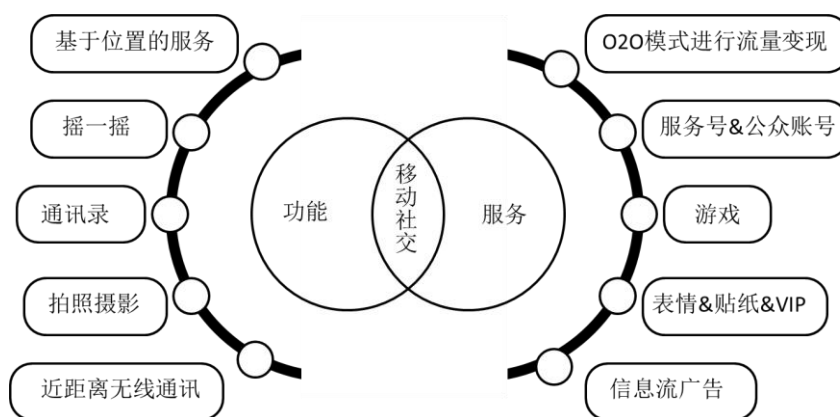
随着移动互联网技术的发展和智能手机保有量的增长，用户运用社交产品交流的方式越来越多样化，社交内容的信息承载方式由最初的文字类、逐渐扩展至图片类、语音类、视频类以及多媒体类。

相较于文字，图片具有易表达、信息量大、快速浏览等优点，能有效降低用户的交互成本；相较于视频，图片则具有较低的生产成本、传播成本及阅读成本。因此，图片类社交应用是近年来垂直社交中较受关注的领域。图片与标签、贴纸、地理位置等共同构成信息的载体，可以突破地域、语言、文化的限制，有助于形成全球化的社交平台。同时，图片可以盘活用户使用场景，为各行业品牌商、线下服务商提供了深度合作的空间。

（4）行业盈利模式变得成熟且更为多样化。

目前，国内移动社交行业的商业模式基本围绕增值服务和在线广告两条主线。随着 O2O 模式在我国日渐成熟，基于社交化 O2O 的电子商务模式也在成为未来移动社交应用流量变现的重要途径之一。

移动社交应用的盈利模式



数据来源：Talking Data 移动数据研究中心

①在线广告：在新媒体时代，社交类应用以其庞大的用户规模和较高的用户活跃度成为品牌商、商家以及线下服务商等广告主的主要营销平台之一。社交平台可以依托大数据分析和用户画像为广告主创造“精准投放”的条件。广告主越来越重视在社交领域投放广告，进行推广营销活动。

在线广告可分为品牌广告和效果广告两大类。品牌广告的目的是借助互联网传播来增加曝光度，以达到宣传品牌形象、提高产品知名度的效果，该类广告通常以 CPT 或者 CPM 的模式计费；效果广告的目的是借助广告带来大量的购买或其他转化行为，广告主较为关注新增注册数、下载量或销售额等转化率指标，因此通常以 CPC、CPA 等模式进行计费。在线广告变现模式已经在众多社交应用中采用，例如 QQ、微博、微信、陌陌等，已经是一种**成熟的商业变现模式**。

②增值服务：目前移动社交应用增值服务可以分为两种模式：用户增值服务和企业增值服务。其中，用户增值服务通常体现为会员增值服务或虚拟商品销售，而企业增值服务包括企业认证服务、公共账号服务等。

项目	类别	具体内容
用户增值服务	会员增值服务	向支付会员费的用户提供体系性的会员特权服务，以满足用户在社交平台的表现需求和体验需求。
	虚拟商品销售	向用户销售单个虚拟商品，例如聊天表情、主题、背景等，与会员增值服务的主要差别为虚拟商品销售为单次单个的购买行为。
企业增值服务		企业增值服务是指针对企业推出的增值服务，包括企业的认证服务、对于企业的关注者的群发服务等特殊权限。

③基于社交平台的 O2O 导流：移动社交应用通过对用户社交行为数据进

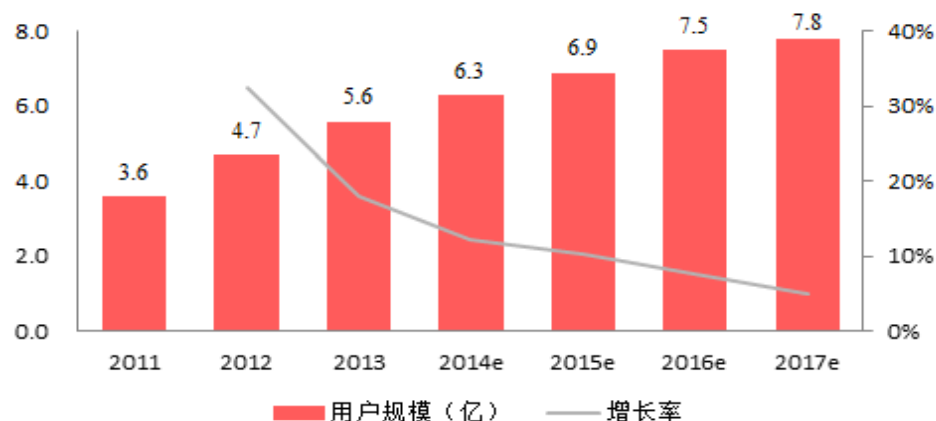
行分析,可以获知用户的兴趣爱好、消费习惯等信息,加之移动端特有的 LBS 和重力感应功能,使得移动社交应用具备发展本地生活 O2O 电子商务的先天优势。根据用户的位置和兴趣信息,移动社交平台可以在有效范围内为线下商家精准推送广告、促销等推广信息,引导用户至线下商家消费,而社交平台可以按照展示次数收取广告费或按照成交金额收取一定比例的销售佣金。

3、行业规模

(1) 移动社交应用行业用户规模

一方面,移动互联网的快速发展和智能手机的大面积普及为移动社交应用的发展创造了良好的外部条件;另一方面,日趋多样化的社交应用不断激发并满足用户个性化的社交需求,我国移动社交应用行业用户规模持续增长。根据 Enfodesk 易观智库监测数据显示,2014 年我国移动社交市场用户规模达到 6.3 亿,较 2013 年增长 12.3%,预计 2017 年达到 7.8 亿。

2011-2017 年中国移动社交市场用户规模预测



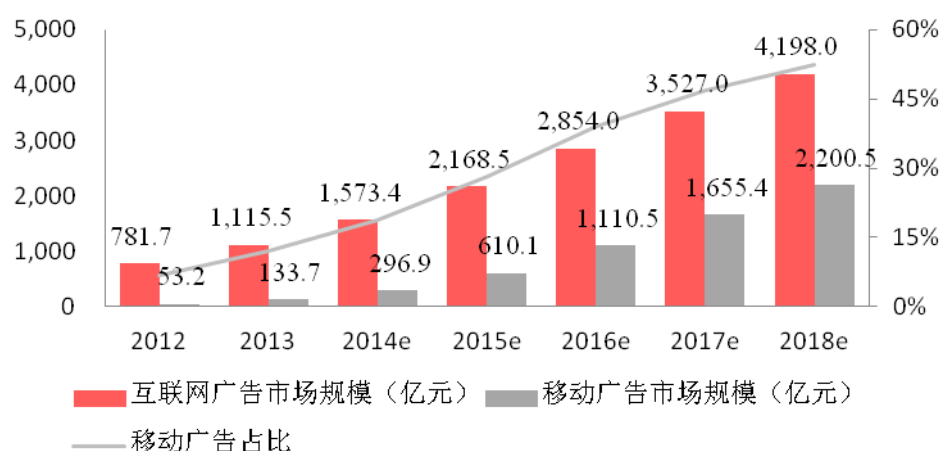
数据来源: Enfodesk 易观智库

(2) 互联网广告及移动广告行业市场规模

随着互联网用户规模的扩大,广告主更加重视在网络媒体的广告投放。我国互联网广告市场规模保持不断增长,其中,移动广告成为互联网广告增长的主要拉动力量,在过去三年中均保持超过 100% 的增速。根据艾瑞咨询统计数据,预计 2018 年我国互联网广告市场规模可达 4,198 亿元,移动广告市场规模达 2,200.5 亿元。社交媒体拥有庞大的用户量和较高的用户活跃度,信息传播速度快,易产生较深的影响力,用户数据的沉淀也为广告主创造了“精准投放”的条

件，社交媒体将成为广告主的首选途径之一。

2012-2018 年中国互联网广告及移动广告市场规模



数据来源：艾瑞咨询

(3) 基于社交平台的 O2O 导流市场规模

移动社交应用由于其 LBS、社交化等属性具备发展本地生活 O2O 电子商务的先天优势。图片社交把生活变成了一个个潜在的消费场景，用户在产品上分享自己的穿衣搭配、彩妆、到过的地方、吃过的美食，都可能刺激到更多的消费。

以在线旅游行业的市场规模来看，根据艾瑞咨询统计的数据，2014 年中国在线旅游市场交易规模达到 2,772.90 亿元，同比增长 27.10%，占旅游业总收入的比重为 8.30%，比去年提升 0.9 个百分点，预计至 2018 年，我国在线旅游市场交易规模可达到 6,500.00 亿元，复合增长率为 23.74%。

以餐饮、休闲娱乐、婚庆、亲子以及美容美护等本地生活 O2O 电子商务等子领域来看，根据艾瑞咨询统计的数据，2014 年中国餐饮、休闲娱乐、婚庆、亲子以及美容美护 O2O 的市场规模分别为 941.90 亿元、660.00 亿元、45.20 亿元、55.70 亿元以及 54.10 亿元，预计 2018 年该规模可分别达到 2,127.30 亿元、1521.50 亿元、227.10 亿元、135.90 亿元和 88.70 亿元，复合增长率为 22.60%、23.20%、49.70%、25.00%和 13.20%。

（三）公司面临的主要竞争状况

1、公司的行业地位

（1）主要竞争对手情况

in APP 于 2014 年 6 月正式上线，是一款致力于帮助用户以照片的方式记录生活、分享乐趣和拓展个人生活圈的移动社交应用。目前，公司的竞争对手主要包括：

①图片社交应用平台

按照产品形态，目前的图片社交应用可以分为两大类：“找图+存图”类、“分享+社区”类。

“找图+存图”类应用以 Pinterest 为代表，其产品出发点是吸引用户在平台上分享和收藏符合自身需求的图片。该类产品的图片内容一般具有学习价值、使用或引用价值，可以是原创，也可以来源于互联网任何角落。该类产品的核心用户一般是专业设计师，准专业级的创作型用户，以及具有相同兴趣爱好和品质追求的人群。Pinterest 是“找图+存图类”细分领域的龙头，目前尚未推出中文版本；国内与其类似的应用主要为“堆糖”和“花瓣”。

“分享+社区”类应用以 Instagram 和 in APP 为代表，其产品出发点是以照片或图片作为用户分享信息和交流情感的载体。该类产品的图片内容多为原创的生活场景照片，并通过为用户提供滤镜、贴纸、话题或标签等照片提升功能，达到美化照片或丰富照片表达的情感和信息的目的。in APP 是目前国内领先的“分享+社区类”应用之一，类似应用还包括 nice 等。

图片社交应用细分领域各产品的发展情况如下：

类别	代表产品	发展情况	与 in 的竞争关系
找图+存图	Pinterest	①Pinterest 于 2010 年正式上线，目前 Pinterest 上已有超过 500 亿个 pins，年增长率约 75%，在美国有约 8,000 万月活跃用户。 ^[1] ②Pinterest 目前主要通过品牌广告进行商业变现。品牌广告图片可根据用户数据，精准投放于用户的信息流中或显示在用户的搜索结果中。公司预计广告收入将从 2014 年的不到 2,500 万美元	该类软件的出发点是分享和收藏有使用或引用价值的图片，而非记录日常生活场景。因使用目的、目标用户等要素与 in APP 未重合，不构成直接的竞争关系。

类别	代表产品	发展情况	与 in 的竞争关系
		增加到 2018 年的 30 亿美元。另外，公司计划推出电商化尝试。^[2] ③截至 2015 年年中，Pinterest 共于 9 轮融资中获得 13 亿美元资金，最新估值 110 亿美元。^[3] ④国内类似 Pinterest 的应用包括花瓣和堆糖，基本运营模式与 Pinterest 类似。	
分享 + 社区	Instagram	①Instagram 于 2010 年 10 月正式上线，2014 年 12 月月活跃用户规模已超过 3 亿，每天共享的照片数量超过了 7,000 万张。^[4] ②2012 年 4 月，Instagram 被社交巨头 Facebook 以 10 亿美金收购。 ③2013 年 9 月，Instagram 宣布通过品牌广告进行商业变现，根据用户在 Instagram 和 Facebook 上的相关资料向其精准推送广告图片。具市场调查机构 eMarketer 预测，其 2017 年广告收入有望超过 28 亿美元。 ④2014 年 12 月花旗银行分析师对其估值达 350 亿美金。 ⑤2015 年 5 月，Instagram 宣布将在广告图片下放置购买按钮，开始电商化尝试。	Instagram 源于美国，是目前全球最大的图片社交应用平台。Instagram 主要针对欧美地区人群；在产品形态及使用规则的设计上，与亚洲地区用户的社交心理和使用习惯存在一定差异。
	nice	①nice 于 2013 年 10 月上线，目前平台上已积累了超过 3,000 万注册用户，每天有超过 200 万的照片被分享到平台上。^[5] ②目前 nice 已经完成 C 轮融资，其股东包括经纬创投、晨兴创投、HCapital、VYCapital 和老虎环球基金等。 ③从图片内容上看，nice 更偏重男性“潮人”群体，汇集较多潮牌经营者及其日常活动。从产品上看，nice 倾向于通过广谱兴趣拓展用户社交关系，“小圈”功能为其特色。	in 和 nice 专注于不同的细分领域：in 以女性用户为切入点，致力于通过照片沉淀个人生活和社交圈；nice 定位于时尚潮人，致力于表达用户的时尚态度。相比而言，in 的用户基数更大，使用场景更高频；从用户规模和发展速度来看，in 已经超过 nice。

注：[1][2][3]数据来源于中金公司 2015 年 6 月 18 日发表的研究报告《独角兽启示录（4）：社交媒体新兵突围》。

[4]数据来源于 Instagram 官方微博。

[5]数据来源于亿欧网。

②综合类社交分享平台

以新浪微博、微信为代表的综合类社交应用为用户提供了以文字、图片或视频等多种形式浏览、发布和交流信息的平台，具有多样性、便捷性等特点。该类

综合社交应用平台与 in APP 在用户群体、应用场景方面有部分重合，在一定程度上，可以视为 in APP 的潜在竞争对手。

尽管综合类社交应用在用户规模和用户活跃度方面具有显著优势，但其定位与 in APP 存在显著差异。微信偏重即时通信属性和工作属性，其朋友圈社交内容中，转发内容占比远远超过原创内容；而新浪微博较偏重媒体属性，与普通用户生活场景相关的内容相对较少。新浪微博在 2015 年初推出了基于主题贴纸和互动标签的“分享+社区”类图片社交应用“微博相机”，正式试水图片社交领域。微博相机在核心功能上实现了与新浪微博的联通，但根据应用雷达显示的数据，目前微博相机的下载量远不及 in APP。

随着移动互联网时代用户的个性化社交需求日益增加，in APP 等垂直化社交应用更易于提供精准的服务和优质的内容，用户粘性更高。

（2）应用排名

在图片社交领域，根据易观智库用户雷达统计的 2015 年 7 月月活跃用户规模，我国移动图片社交应用市场上各产品的排名情况如下：

排名	APP 名称
1	 Instagram
2	 in
3	 nice
4	 堆糖
5	 KakaoStory 社区交友

在移动社交应用领域,根据互联网周刊 2015 年 7 月公布的我国 2015 年社交 APP 排名,in APP 在微信、QQ、微博、QQ 空间、陌陌、来往、易信、微聚、YY 之后,位列第十名。其中,微信、QQ、QQ 空间为腾讯旗下的产品,来往为阿里旗下的产品,易信为网易旗下的产品,上述 5 款社交应用均有互联网巨头为其提供系统性支持;微博、陌陌、YY 均已在美国上市;而微聚的上线时间为 2013 年 5 月,早于 in APP 13 个月。

2015 社交 APP 排名

排名	APP 名称
1	 微信
2	 QQ
3	 微博
4	 QQ 空间
5	 陌陌
6	 来往
7	 易信
8	 微聚
9	 YY
10	 IN

从上述排名可知,in APP 在图片社交乃至社交应用领域已具有较高的市场地位。

(3) 公司获奖情况

时间	荣誉	时间	荣誉
2014. 12	2014 浙商创新创业大赛 年度之星	2015. 01	雷锋网 年度移动社交应用 (2014)
2015. 01	2014 新商业合伙人峰会 优秀项目	2015. 03	CHINABANG Awards 2015 年度盛典 年度最受女性 欢迎产品 (2014)
2015. 04	互联网周刊 2015 最具创新力 APP 第四名	2015. 07	互联网周刊 2015 社交 APP 第十名
2015. 10	腾讯 2015 众创新星奖	2015. 10	联合国妇女署 2015 性别平等与企业社会责任

时间	荣誉	时间	荣誉
			(杭州) 国际会议暨“他为她”行动之“性别平等于企业社会责任重要贡献”
2015. 11	WeMedia 2015 年度最佳应用	2015. 11	OPPO 软件商店 最佳创意奖
2015. 12	经济观察报 2015 年度 APP Top 10	2015. 12	360 手机助手 乐次元最佳 APP
2015. 12	联想 APP 商店 年度新锐 APP	2016. 01	互联网周刊 图片分享 APP 第一名

2、竞争优势

(1) in APP 注册用户数和月活跃用户数持续稳定增长，未来商业化可期。

图片具有生动直观、快速浏览、情感丰富、承载量信息量大等特点，符合移动互联网时代用户使用习惯碎片化、个性化的特性。此外，in APP 以女性用户为切入点，女性爱分享、爱自我展示的特性正好符合图片社交应用的产品特性，且女性具有关系链密度大，社交刺激频度高的特点；二者结合为 in APP 用户规模及活跃度的快速增长提供了天然的优势。随着用户规模的扩大和产品知名度的提升，女性用户线下关系链的代入会逐渐增加 in 男性用户的比例。in APP 目前拥有约 4,900 万女性用户，占总用户比例超过 90%，为平台未来正式引入男性用户打下良好的基础。届时 in APP 的用户规模将取得进一步增长。

截至 2015 年 10 月 31 日，in APP 注册用户规模已达到 5,489.97 万，月活跃用户规模达到 1,470.36 万，用户累计上传图片数量 9.42 亿张。根据公司的战略规划，在用户数达到预期规模后，公司将通过品牌广告等多种成熟商业模式快速实现商业化。

(2) 用户群体商业价值高、具有发展潜力。

首先，in APP 目前的主要用户群体为女性，女性注册用户比例超过 90%，而在互联网行业，女性用户的商业价值通常高于男性。一方面，相较于男性，女性具有更强的消费冲动和消费倾向，销售转化率更高；另一方面，女性作为家庭日常消费的中心节点，通常具有更高的消费需求。

其次，in APP 的用户群体中，21 岁至 30 岁的用户数占总用户比例为 49.58%。这一用户群体具有互联网消费能力强、影响力能够辐射全年龄段等优质特性，是

具有较高商业价值的优质用户群体。同时，in APP 中 16-20 岁的用户占总用户比例也超过 40%。该年龄段用户群体主要由“95 后”及“00 后”构成，具有新颖的思维方式，能够代表未来社会发展方向，这也为 in APP 的长期发展奠定了基础。

(3) 公司团队拥有丰富的产品经验、商业化经验和强大的执行力。

公司创始人孙颖在创立爱图购和 in APP 之前，曾任阿里巴巴旗下淘宝开放平台的创始产品经理，拥有丰富的产品设计、运营推广经验。除此之外，公司团队其他核心成员均拥有多年互联网行业工作经历，对行业发展趋势、产品开发及运营、宣传推广和团队建设等方面具备深刻的理解。

在产品设计方面，in APP 作出了诸多业界领先的创新，例如，2014 年 6 月，当所有图片社交应用只支持正方形照片的时候，in APP 率先推出多比例图片，而 Instagram 直至 2015 年 8 月才推出类似功能；在图片上传体验上，in APP 采用了多图缓存队列上传技术，让用户快速发布照片的同时保存高质量的清晰原图；在社交分享上，in APP 照顾到国内用户注重隐私的心理，率先推出了“仅自己可见”、“仅朋友可见”等隐私分享模式，实现了社交内容分享的多层次化。

在商业化经验方面，公司团队在前期对爱图购的开发和运营过程中已经积累了丰富的市场推广及商业变现经验。爱图购是国内领先的女性中高端时尚品牌导购网站，报告期内主要收入来源为广告收入，而未来 in APP 对品牌商的广告收入也将占较大比重，两者在商业变现方面有较多共通之处。

in APP 自 2014 年 6 月 6 日上线，已先后发布 24 个版本（V1.0.0 至 V2.2.0）；每次版本更新前，公司都会邀请用户进行内测，听取用户建议，提升产品的各项使用体验。在 16 个月内进行了如此多次版本更新，充分展示了公司管理、研发及运营团队强大的执行力。

公司也因此多次获得在互联网领域知名的奖项，诸如“互联网周刊 2015 社交 APP 第十名”、“互联网周刊 2015 最具创新力 APP 第四名”、“互联网周刊 2015 图片分享 APP 第一名”、“经济观察报 2015 年度 APP Top 10”、“腾讯 2015 众创新星奖”及“OPPO 软件商店 最佳创意奖”等奖项。

(4) 公司目前资金充沛，且未来融资渠道广泛。

目前，公司账面净资产 22,065.41 万元，其中现金及理财产品共计 20,886.23 万元。一方面，公司目前的现金较为充沛，可充分支持公司开展各项研发、运营和推广活动，最终形成高数量、高质量、高粘性的用户群体；另一方面，公司将选择合适时机进行商业变现，以此为公司带来持续稳定的现金流入，公司可以实现从目前用户积累阶段到商业化阶段的平稳过渡。

此外，公司股东不乏知名投资机构和个人，诸如互联网投资领域知名投资机构经纬创投、拥有中科院背景的国科鼎鑫、知名投资人王亚伟先生和林利军先生等。公司 B+轮融资估值已将近 18 亿元人民币，强大的股东背景对公司未来计划的新一轮融资将起到强有力的支撑作用。

3、竞争劣势

(1) 公司短期内无大规模商业化计划。

in APP 于 2014 年 6 月上线后，用户规模和活跃度迅速提升，展现出巨大的商业价值潜力。公司随之逐渐将产品重心从爱图购转向 in APP 的开发和运营。

由于社交平台的商业价值与用户规模和用户活跃度等因素直接相关，且目前国内移动图片社交行业正处于高速发展时期，因此公司现阶段将以扩大用户规模、完善用户体验为第一要务，致力于将 in APP 打造为国内领先的移动图片社交平台。

尽管公司可能会在短期内通过资源互换或与知名品牌商合作等方式进行小规模商业化能力的展示，但公司现阶段尚无进行大规模商业变现的计划。

第三节 公司治理

一、最近两年股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

报告期初，九言科技有限设立股东会，未设董事会、监事会，设执行董事一人，设监事一人。报告期内股东会、执行董事和监事行使相应的决策、执行和监督职能，公司增资、股权转让、整体变更等事项均履行了股东会决议程序。

2015年7月16日，九言科技有限全体发起人召开股份公司创立大会暨第一次股东大会。公司按照《公司法》、《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，制定了《公司章程》，建立健全了由股东大会、董事会、监事会、高级管理人员等组成的公司法人治理结构。股东大会由谢旭、孙颖、经纬创投、国科鼎鑫、上海梵木、上海真有、杭州云祥、伟创富通、清羽乐、经纬创腾、三仁焱兴、上海磁谷、达孜基石、吴汉源十四位股东组成；公司董事会由谢旭、孙颖、罗素琼、杨秀英、谢成元、孙祝宪、项建标、陈洪武、王亚伟、林利军、David Su 十一名董事组成；监事会由黄云刚、吴雅彦、曾艳三名监事组成，其中吴雅彦为监事会主席，吴雅彦、曾艳为职工监事代表；公司高级管理人员包括总经理谢旭，副总经理孙颖，首席运营官曹亮，首席技术官邹冬冬，首席财务官王志燕，首席行政官胡谦骞。

2015年7月创立大会还通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《投资者关系管理制度》、《信息披露管理制度》等制度，对股东大会、董事会和监事会的权力范围、成员资格、召开、表决程序等事项进行了进一步的规定。

公司董事会由11名经股东大会选举产生的董事组成。2015年7月16日，第一届董事会第一次会议选举谢旭为董事长，任期为3年，同时，谢旭为总经理，聘任孙颖为副总经理。2015年9月1日，第一届董事会第二次会议中，董事会聘任曹亮为首席运营官，聘任邹冬冬为首席技术官，聘任王志燕为首席财务官，

聘任胡谦骞为首席行政官。

公司监事会由 1 名非职工代表监事和 2 名职工代表监事组成。2015 年 7 月 16 日，第一届监事会第一次会议选举吴雅彦为第一届监事会主席，任期 3 年。

公司上述机构的成员和相关人员符合《公司法》的任职要求，能够勤勉地履行职责和义务。《公司章程》符合《公司法》、《非上市公众公司监管第 3 号——章程必备条款》的要求，“三会”会议的召集和召开程序、决议内容均符合《公司法》等法律法规、《公司章程》和相关议事规则的规定，公司股东、董事、监事均能按要求出席参加相关会议，并履行相关权利义务。“三会”决议内容完整，要件齐备，会议决议均能够正常签署，“三会”决议均能够得到执行。

总体而言，公司的股东大会和董事会如期进行，对公司的重大决策进行表决，保证了公司的稳定有效运行发展。公司监事会能够较好地履行对公司财务状况及董事、高级管理人员的监督职责，职工监事通过参与监事会会议对于公司重大事项提出相关意见和建议，督促公司规范运作。**截至本公开转让说明书签署之日，公司共召开了 3 次股东大会，3 次董事会，2 次监事会。**“三会”均依据有关法律法规、《公司章程》以及“三会”议事规则的相关规定召开。决议内容符合《公司法》、《公司章程》及“三会”议事规则等规定的情形，会议记录均由全体股东、董事、监事正常签署。

二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

报告期内的有限公司阶段，公司股东会和相关管理人员能够按照《公司法》、《公司章程》中的相关规定，在增加注册资本、减少注册资本、股权转让、整体变更等事项上认真召开股东会，形成相关决议。但由于公司的治理机制较为简单，股东会的执行存在一定的不足之处。整体变更为股份公司后，公司建立了以股东大会、董事会、监事会和高级管理人员为主体的公司治理结构，相关职责在公司的章程和制度中已经进行了明确规定，从而形成了分工明确、相互制衡的公司治理机制。同时，公司已严格按照《公司法》制定了《公司章程》，《公司章程》第二十二条第（五）款规定了股东的知情权、参与权、质询权表决权等权利，同时对投资者关系管理、纠纷解决机制、关联股东和董事的回避制度作出了规定。

此外，股份公司制定并审议通过了《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《投资者关系管理制度》、《信息披露办法》等内部管理制度，据此进一步对公司的担保、投资、关联交易等行为进行规范和监督。

股份公司自成立以来，共召开了3次股东大会、3次董事会会议、2次监事会会议，职工代表监事按照要求出席会议并行使了表决权，公司“三会”决议均得到了有效执行。“三会”召开程序严格按照《公司法》、《公司章程》和“三会”议事规则的规定，未发生损害公司股东、债权人及第三人合法权益的情形。公司治理机制情况良好。

公司董事会认为，目前的公司治理结构能够给所有的股东提供合适的保护以及能够保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。公司股东将严格依照《公司法》以及《公司章程》、“三会”议事规则等各项制度的规定，严格遵守公司、股东作出的承诺和声明，切实履行董事会、监事会的管理、监督职能，完善公司法人治理。

三、公司及其控股股东、实际控制人报告期内违法违规及受处罚的情况

公司自设立以来在生产经营过程中能够严格遵守国家有关税收法律法规的规定，执行的税种、税率符合现行法律法规和规范性文件的要求，自觉交纳各种税款，不存在偷税漏税及欠税的情形。公司在服务质量、技术标准方面在报告期内没有重大违法违规情况。根据市场监督管理局、国家税务局、地方税务局、人力资源和社会保障局、公积金管理中心等出具的《无违法违规证明》，报告期内，公司不存在其他重大违法违规行为，从未受到任何工商、税务等行政部门的处罚。

根据公司出具的《杭州九言科技股份有限公司对重大诉讼、仲裁及未决诉讼、仲裁事项情况及其影响的声明》，公司未发生任何对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等产生或可能产生影响的重大诉讼或仲裁事项，不存在受到行政处罚的情形。根据管理层出具的《杭州九言科技股份有限公司管理层关于本人及公司诉讼、仲裁及行政处罚情况的声明》，控股股东、实际控制人在

报告期内不存在被法院采取强制执行措施或受到行政处罚情形，不存在任何重大诉讼或仲裁事项。

四、公司诉讼情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件。

五、公司独立性情况

（一）业务独立

公司拥有独立的采购、研发、销售体系，可独立签署各项与其经营相关的合同，独立开展各项经营活动。公司具有完整的业务流程和独立的经营场所以及销售部门和渠道。公司独立获取业务收入和利润，具有独立自主的经营能力。截至本公开转让说明书签署之日，不存在依赖控股股东、实际控制人及其他关联方进行经营的情形，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在显失公平的关联交易，详见本公开转让说明书“第四节 公司财务”之“四、关联方、关联方关系及关联交易”。截至本公开转让说明书签署之日，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争的情形，详见本节“六、同业竞争”。

（二）资产独立

自有限公司设立以来，公司的历次出资、股权转让、增加注册资本均经过中介机构出具的验资报告验证，并通过了工商行政管理部门的变更登记确认。整体变更后，公司依法办理相关资产和产权的变更登记，公司具备与经营有关的配套系统和设施，合法租赁与经营有关的土地、房屋的所有权或者使用权；合法拥有设备的所有权，公司完整拥有商标等各项资产的所有权。公司目前不存在资产被控股股东占用的情形，也不存在为控股股东及其控制的企业提供担保的情形。公司主要资产不存在为第三方抵押、质押或被司法机关采取查封等财产保全、执行

措施或其他权利受限制的情况，也不存在权属争议的重大纠纷。

（三）人员独立

公司设立专门的人力资源部，制定了明确清晰的人事、劳动和薪资制度。公司所有员工均按照规范程序招聘录用并签订劳动合同。公司董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》、《公司章程》等相关法律和规定选举产生，不存在违规兼职情况；公司总经理、副总经理、首席运营官、首席技术官、首席财务官、首席行政官等高级管理人员以及财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外职务的情形，也不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情形。

（四）财务独立

公司设立了独立的财务部门，配备了专职的财务人员并进行了适当的分工授权，拥有比较完善的财务管理制度与会计核算体系并依法独立纳税。公司同时建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，已制定规范的财务会计制度；九言科技目前拥有独立的银行账户，没有与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。

（五）机构独立

公司设置了股东大会、董事会、监事会和经理层等组织管理机构，并聘请了总经理、副总经理、首席运营官、首席技术官、首席财务官、首席行政官等高级管理人员，公司章程对股东大会、董事会、监事会、管理层等各自的权利、义务做了明确的规定。本公司的前述机构按照《公司章程》和内部规章制度的规定，独立决策和运作，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之间不存在机构混同、合署办公的情形。

六、同业竞争

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间同业竞争情况

公司的控股股东、实际控制人为孙颖和谢旭。截至本公开转让说明书签署日，孙颖和谢旭除控制本公司和经营本公司外，还控制杭州君道网络科技有限公司和君道国际科技有限公司，具体情况如下：

1、杭州君道网络科技有限公司

企业名称	杭州君道网络科技有限公司
统一社会信用代码	91330106682923485U
法定代表人	白雪
住所	西湖区西溪路 525 号浙江大学科技园 C 楼 410-22 室
注册资本	50 万人民币
实收资本	50 万人民币
公司类型	私营有限责任公司
成立日期	2009 年 1 月 5 日
营业期限	2029 年 1 月 4 日
股东	谢旭、孙颖
经营范围	一般经营项目：服务：电子产品、网络信息技术的技术开发、成果转让、技术咨询、技术服务，网页设计，平面设计，图文设计、制作，成年人的非文化教育培训、成年人的非证书劳动职业技能培训（涉及前置审批项目除外）；批发、零售：计算机软硬件，电子产品（除专控），自动控制系统，办公自动化设备；其他无需报经审批的一切合法项目。

报告期内，杭州君道与本公司在经营范围上存在重叠的情形。但是，杭州君道主要从事专业 IT 编程培训，其产品模式是通过搭建在线学习服务社区，针对用户不同需求，设置各平台的教学产品。目前所涉及课程有 web 前端开发、as3 页游开发、cocos2dx 手游开发、Unity3d 游戏开发、安卓应用开发、swift 语言等 IT 编程热门课程，线上听课用户规模达到 40 万。杭州君道的收入来源主要是培训费的收入。这与公司目前从事的基于移动端的图片社交平台开发业务完全不存在竞争关系。

因此，截至本公开转让说明书签署日，公司与杭州君道已不存在同业竞争的

情形。

2、君道国际科技有限公司

企业名称	君道国际科技有限公司
登记证号码	59067952-000-10-14-6
执行董事	白雪
住所	UNIT 5, 27/F., RICHMOND COMM. BLOG., 109 ARGYLE STREET, MONGKOK, KOWLOON, HONG KONG
注册资本	10,000.00 港元
实收资本	10,000.00 港元
公司类型	私人公司
成立日期	2011 年 10 月 14 日
营业期限	2015 年 10 月 13 日
股东	孙颖, 谢旭

报告期内，君道国际未开展实质业务，未形成收入。因此，截至本公开转让说明书签署日，君道国际与九言科技不存在同业竞争的情形。

（二）公司控股股东、实际控制人为避免同业竞争的措施与承诺

为避免今后再产生同业竞争，公司的控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员已出具避免同业竞争的承诺：

“1、在本承诺函签署之日，本人未直接或间接投资任何与贵司经营的业务构成竞争或可能竞争的企业；也未自营、与他人共同经营或为他人经营与贵司相同、相似业务的企业。

2、自本承诺函签署之日起，本人将不会采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与贵司现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务；也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与贵司现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务。

3、如因国家政策调整等原因导致本人或本人控制的其他企业将来从事的业务与贵司之间可能构成同业竞争时，则本人将及时转让或终止上述业务或促使本人控制的其他企业及时转让或终止上述业务，并且贵司享有上述业务在同等条件下的优先受让权。

4、如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守，本人因此所取得的利益归贵司所有；并且本人愿意向贵司及贵司其他股东赔偿一切直接和间接损失。

5、本承诺书自签字之日生效，并在贵司合法有效存续且本人依照相关规则被认定为贵司关联人期间内有效。”

七、公司对外担保、重大投资、委托理财、关联交易情况以及相关措施

（一）对外担保、重大投资、委托理财、关联交易情况

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企业占用的情况；也不存在对外担保、重大投资。截至 2015 年 7 月 31 日，公司委托理财情况如下：

单位：万元

序号	项目	期末余额
1	华夏现金增利货币 A/E	10,000.00
2	工银货币	5,000.00
3	汇添富理财 7 天债券 B	2,000.00
合计		17,000.00

公司除向董事、监事、高级管理人员支付职工薪酬外，不存在其他关联交易情况。

（二）公司关于对外担保、重大投资、委托理财、关联交易的相关措施

为规范公司与关联方可能存在的担保或关联交易等，维护股东，特别是中小股东的合法权益，保证公司与关联方之间的关联交易符合平等、自愿、等价、有偿的原则，公司制定了《关联交易管理制度》，就关联方及关联交易的类型、关联交易（含关联担保）决策权限、关联交易价格的确定和管理等事项进行了具体规定。通过对关联方资金占用和关联方担保等交易事项的详细规定，以防止股东

及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，从而确保公司资产安全，保障公司权益。

为保护投资者的合法权益和公司财产安全，进一步加强公司银行信用管理和规范公司对外担保管理，公司制定了《对外担保管理制度》，就对外担保程序、担保合同管理与对外担保信息披露进行详细规定。

为加强公司对外投资的内部控制和管理，规范公司对外投资行为，防范对外投资过程中的差错、舞弊和风险，保证对外投资的安全，提高对外投资的效益，公司制定了《对外投资管理制度》，对对外投资审批权限、对外投资的管理机构和决策程序、对外投资的实施和管理、对外投资的转让和回收、监督检查等方面做出详细规定。

八、公司董事、监事、高级管理人员的相关情况

（一）公司董事、监事、高级管理人员及其直系亲属持股情况

姓名	任职情况	持股类型	持有股数（股）	持股比例（%）
谢旭	董事长、总经理	直接	32,059,200.00	21.3728%
		间接	11,313,900.00	7.5426%
		小计	43,373,100.00	28.9154%
孙颖	董事、副总经理	直接	32,059,200.00	21.3728%
		间接	11,313,900.00	7.5426%
		小计	43,373,100.00	28.9154%
项建标	董事	间接	49,050.00	0.0327%
陈洪武	董事	间接	506,184.00	0.3375%
王亚伟	董事	间接	5,088,000.00	3.3920%
林利军	董事	间接	653.00	0.0004%

除上述持股情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其亲属未持有本公司股份。上述董事、监事、高级管理人员持有本公司的股份不存在质押、冻结或权属不清的情况。

（二）公司董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系

谢旭与孙颖为夫妻关系，孙祝宪、杨秀英是孙颖的父母，谢成元、罗素琼是谢旭的父母。其余董事、监事、高级管理人员之间不存在任何的亲属关系。

（三）公司与董事、监事、高级管理人员的相关协议、承诺及履行情况

1、签订的协议

在公司任职的董事（除外部董事外）、监事（除外部监事外）、高级管理人员均与本公司签订了《劳动合同》和《保密协议》，除此之外，未签订重要协议。

2、避免同业竞争的承诺

本公司董事、监事、高级管理人员已分别就避免与本公司发生同业竞争做出承诺。

3、关于规范关联交易的承诺

公司控股股东及实际控制人、法人股东、董事、监事和高级管理人员均已出具《关于减少及避免关联交易的承诺函》。

（四）公司董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员在其他单位兼职情况如下：

姓名	本公司职务	在其他单位兼职情况	与本公司关系
林利军	董事	上海盛歌投资管理有限公司执行董事、总经理	间接股东
		瑞东集团有限公司独立非执行董事	无其他关联关系
		北京思维造物信息科技有限公司董事	无其他关联关系
		上海城投控股股份有限公司独立董事	无其他关联关系
王亚伟	董事	千合资本管理有限公司执行董事、总经理	间接股东
		千合投资有限公司执行（常务）董事、总经理	无其他关联关系
项建标	董事	杭州晨晓科技股份有限公司董事	无其他关联关系
		杭州盈领投资管理有限公司执行董事	间接股东

姓名	本公司职务	在其他单位兼职情况	与本公司关系
		杭州盈庆投资管理有限公司经理	间接股东
		杭州盈开投资管理有限公司执行董事、总经理	无其他关联关系
		杭州十二楼网络科技有限公司执行董事、总经理	无其他关联关系
		杭州树熊网络有限公司董事	无其他关联关系
		上海别样红信息技术有限公司董事	无其他关联关系
		北京亿欧网盟科技有限公司董事	无其他关联关系
		杭州达则科技有限公司董事	无其他关联关系
		深圳市晓舟科技有限公司董事	无其他关联关系
		深圳知新创想科技有限公司董事	无其他关联关系
		杭州捕翼网络科技有限公司董事	无其他关联关系
		杭州当客网络科技有限公司董事	无其他关联关系
		杭州随身教育科技有限公司董事	无其他关联关系
		杭州美哒网络科技有限公司董事	无其他关联关系
陈洪武	董事	国科嘉和（北京）投资管理有限公司董事	间接股东
		北京鼎鑫汇丰投资顾问有限公司执行董事、经理	间接股东
David Su	董事	晶纬（上海）投资管理顾问有限公司董事长	无其他关联关系
		经纬创投（北京）投资管理顾问有限公司董事	无其他关联关系
		超传信息技术（上海）有限公司董事	无其他关联关系
		艾达极星医疗科技（苏州）有限公司董事	无其他关联关系
		医达极星医疗科技（苏州）有限公司董事	无其他关联关系
		上海蝶舞信息技术有限公司董事	无其他关联关系
		蝴蝶互动（北京）信息技术有限公司董事	无其他关联关系
		蝴蝶互动（上海）信息技术有限公司董事	无其他关联关系
		苏州工业园区为真生物医药科技有限公司董事	无其他关联关系
		杭州起码科技有限公司董事	无其他关联关系
		杭州果麦文化传媒有限公司董事	无其他关联关系
		上海阜鼎信息科技有限公司董事	无其他关联关系
黄云刚	监事	晶纬（上海）投资管理顾问有限公司副总裁	无其他关联关系
		深圳市笨鸟海淘互联网有限公司董事	无其他关联关系
		杭州树洞网络科技有限公司董事	无其他关联关系
		浙江格家网络技术有限公司董事	无其他关联关系

截至本说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员除上述已披露兼职情况外，没有在其他单位兼职。

（五）公司董事、监事、高级管理人员的对外投资与公司存在利益冲突情况

公司董事、监事、高级管理人员的对外投资与公司不存在利益冲突。

截至本说明书签署之日，除持有本公司股份外，董事、监事和高级管理人员其他对外投资的情况如下：

姓名	在本公司职务	对外投资的公司	持股比例
谢旭	董事	杭州君道网络科技有限公司	50%
		君道国际科技有限公司	20%
孙颖	董事	杭州君道网络科技有限公司	50%
		君道国际科技有限公司	80%
林利军	董事	上海盛歌投资管理有限公司	97%
王亚伟	董事	北京和君商学在线科技股份有限公司	0.79%
		千合资本管理有限公司	100%
项建标	董事	杭州盈动投资管理有限公司	80%
		杭州盈开投资管理有限公司	35%
		杭州十二楼网络科技有限公司	80%
陈洪武	董事	北京鼎鑫汇丰投资顾问有限公司	60%
		北京悦凯欣荣投资中心（有限合伙）	15.63%

除此以外，公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对外投资。

（六）公司董事、监事、高级管理人员受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责情况

公司董事、监事、高级管理人员报告期内不存在因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规章等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分情况；不存在对所任职（包括现任职和曾任职）的公司因重大违法违规行为而被处罚负责任的情形；不存在欺诈或其他不诚实行为等情形；不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施的情形，未受到全国股份转让系统公司公开谴责。

（七）公司董事、监事、高级管理人员任职资格及竞业禁止情况

根据《董事、监事、高级管理人员任职资格声明、承诺》，公司现任董事、监事及高级管理人员均具备和遵守法律法规规定的相应的任职资格和义务。公司现任董事、监事、高级管理人员不存在违反竞业禁止的法律规定或与原单位约定的情形，不存在有关上述竞业禁止事项的纠纷或潜在纠纷，亦不存在与原任职单位知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷。

（八）公司董事、监事、高级管理人员报告期内的变动情况

1、董事变动情况

报告期期初，九言科技有限未设立董事会，设执行董事一人，为谢旭。

2013年11月3日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议，选举谢旭、孙颖、丛真、蔡华、罗素琼为公司新一届董事会。

2014年9月17日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议，选举谢旭、孙颖、罗素琼、杨秀英、黄云刚、项建标、陈洪武为公司新一届董事会。

2015年4月7日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议，选举谢旭、孙颖、罗素琼、杨秀英、黄云刚、项建标、陈洪武、孙祝宪、王亚伟为公司新一届董事会。

2015年4月27日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议，选举谢旭、孙颖、罗素琼、杨秀英、谢成元、孙祝宪、项建标、陈洪武、王亚伟、林利军、David Su 为公司新一届董事会。

2015年7月16日，九言科技有限召开2015年度第一次临时股东大会，选举谢旭、孙颖、罗素琼、杨秀英、谢成元、孙祝宪、项建标、陈洪武、王亚伟、林利军、David Su 作为杭州九言科技股份有限公司第一届董事会董事。

2、监事变动情况

报告期期初，九言科技有限未设监事会，设监事一人，为孙颖。

2013年11月3日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议，选举黄云刚为公司监事。

2014年9月17日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议，选举谢成元为公司监事。

2015年4月27日，九言科技有限召开股东会会议并作出决议，选举黄云刚为公司监事。

2015年7月16日，九言科技召开2015年度第一次临时股东大会，选举黄云刚为杭州九言科技股份有限公司非职工代表监事，与由职代会选举产生的职工代表吴雅彦、曾艳组建第一届监事会。

3、高级管理人员变动情况

从报告期期初以来，公司的总经理一直为谢旭，未发生变化。

2014年7月，王志燕加入九言科技有限，任主办会计。

2015年7月16日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任谢旭为公司总经理、聘任孙颖担任公司副总经理。

2015年9月1日，公司召开第一届董事会第二次会议，聘任曹亮为公司首席运营官，聘任邹冬冬为公司首席技术官，聘任王志燕为公司首席财务官，聘任胡谦骞为公司首席行政官。

第四节 公司财务

一、最近两年及一期财务报表的审计意见和经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及所有者权益变动表

（一）最近两年一期财务报表的审计意见

公司 2015 年 1-7 月、2014 年、2013 年的财务报告已经具有证券、期货从业资格的天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（天健审[2015]6856 号）。

（二）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，按照财政部于 2006 年 2 月 15 日颁布的《企业会计准则——基本准则》和 38 项具体会计准则、以及其后颁布的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进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

公司不存在导致对报告期末起 12 个月内的持续经营假设产生重大疑虑的事项或情况。公司在报告期内不存在需要纳入合并范围的子公司的情况。

（三）报告期内经审计的资产负债表、利润表、现金流量表及所有者权益变动表

根据天健会计师事务所出具的天健审[2015]6856 号的审计报告，公司在报告期内的财务数据如下：

1、资产负债表

单位：元

资 产	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
-----	-----------	------------	------------

资 产	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
流动资产：			
货币资金	37,285,052.89	4,360,383.11	5,753,432.30
应收票据	-	-	-
应收账款	-	9,251.99	1,030.25
预付款项	5,960,679.52	703,021.44	80,000.00
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	1,441,041.69	169,272.71	-
存货	-	-	-
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	173,493,981.90	1,159,461.75	214,022.01
流动资产合计	218,180,756.00	6,401,391.00	6,048,484.56
非流动资产：			-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-
固定资产	4,074,376.56	1,138,691.06	194,809.53
在建工程	1,179,000.00	-	-
无形资产	245,408.40	53,166.69	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	226,349.97	270,586.11	68,458.27
递延所得税资产	-	-	-
其他非流动资产	-	-	-
非流动资产合计	5,725,134.93	1,462,443.86	263,267.80
资产总计	223,905,890.93	7,863,834.86	6,311,752.36

续：

负债和所有者权益	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
流动负债：			
短期借款	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	787,684.90	636,878.90	-
预收款项	-	-	-

负债和所有者权益	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
应付职工薪酬	2,397,052.43	3,421,013.64	1,097,830.51
应交税费	67,093.20	166,045.60	84,936.22
应付利息	-	-	43,937.14
应付股利	-	-	-
其他应付款	-	37,280.28	1,512,287.72
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	3,251,830.53	4,261,218.42	2,738,991.59
非流动负债：			
长期借款	-	-	-
长期应付款	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-
负债合计	3,251,830.53	4,261,218.42	2,738,991.59
所有者权益：			
实收资本	150,000,000.00	1,785,713.58	1,607,142.58
资本公积	107,368,978.60	26,114,286.42	11,292,857.42
其他综合收益	-	-	-
专项储备	-	-	-
盈余公积	-	-	-
未分配利润	-36,714,918.20	-24,297,383.56	-9,327,239.23
所有者权益合计	220,654,060.40	3,602,616.44	3,572,760.77
负债和所有者权益总计	223,905,890.93	7,863,834.86	6,311,752.36

2、利润表

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
一、营业收入	419,584.41	5,340,529.03	1,334,793.91
减：营业成本	5,130,266.11	4,747,568.41	1,435,547.66
营业税金及附加	1,115.67	19,225.91	4,805.25

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
销售费用	40,046,089.41	8,360,531.24	871,300.00
管理费用	15,262,718.16	7,255,786.22	3,449,686.74
财务费用	-155,169.90	15,662.32	41,659.40
资产减值损失	93,333.94	9,341.82	-233.23
加：公允价值变动收益 (损失以“-”号填列)	-	-	-
投资收益 (损失以“-”号填列)	1,577,288.01	-	-
二、营业利润 (亏损以“-”号填列)	-58,381,480.97	-15,067,586.89	-4,467,971.91
加：营业外收入	-	100,332.02	100,300.97
其中： 非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	368,437.07	2,889.46	197.27
其中： 非流动资产处置损失	10,071.81	-	-
三、利润总额 (亏损总额以“-”号填列)	-58,749,918.04	-14,970,144.33	-4,367,868.21
减：所得税费用	-	-	-
四、净利润 (净亏损以“-”号填列)	-58,749,918.04	-14,970,144.33	-4,367,868.21
五、其他综合收益税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	-58,749,918.04	-14,970,144.33	-4,367,868.21

3、现金流量表

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 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	440,863.27	5,492,090.46	1,373,753.26
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	161,249.09	119,138.73	107,974.55
经营活动现金流入小计	602,112.36	5,611,229.19	1,481,727.81
购买商品、接受劳务支付的现金	1,921,751.51	1,002,437.89	85,413.00
支付给职工以及为职工支付的现金	11,283,598.26	6,690,888.81	2,559,699.76
支付的各项税费	216,555.84	119,090.29	24,164.63
支付其他与经营活动有关的现金	55,211,343.97	11,090,712.12	2,127,544.99
经营活动现金流出小计	68,633,249.58	18,903,129.11	4,796,822.38

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	-68,031,137.22	-13,291,899.92	-3,315,094.57
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金		-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
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	50,000,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	50,000,000.00	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,845,555.00	1,526,942.00	31,473.00
投资支付的现金	-	-	-
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	220,000,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	224,845,555.00	1,526,942.00	31,473.00
投资活动产生的现金流量净额	-174,845,555.00	-1,526,942.00	-31,473.00
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	275,801,362.00	15,000,000.00	6,400,000.00
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	1,500,000.00
筹资活动现金流入小计	275,801,362.00	15,000,000.00	7,900,000.00
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	-	74,207.27	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	1,500,000.00	-
筹资活动现金流出小计	-	1,574,207.27	-
筹资活动产生的现金流量净额	275,801,362.00	13,425,792.73	7,900,000.00
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	32,924,669.78	-1,393,049.19	4,553,432.43
加：期初现金及现金等价物余额	4,360,383.11	5,753,432.30	1,199,999.87
六、期末现金及现金等价物余额	37,285,052.89	4,360,383.11	5,753,432.30

4、所有者权益变动表

单位：元

项目	2015 年 1-7 月										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他							
一、上期期末余额	1,785,713.58				26,114,286.42					-24,297,383.56	3,602,616.44
加：会计政策变更											
前期差错更正											
其他											
二、本期期初余额	1,785,713.58				26,114,286.42					-24,297,383.56	3,602,616.44
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	148,214,286.42				81,254,692.18					-12,417,534.64	217,051,443.96
（一）综合收益总额										-58,749,918.04	-58,749,918.04
（二）所有者投入和减少资	672,355.00				275,129,007.00						275,801,362.00

项目	2015 年 1-7 月										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减:库存	其他综	专项	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
本											
1.所有者投入的资本	672,355.00				275,129,007.00						275,801,362.00
2.其他权益工具持有者投入资本											
3.股份支付计入所有者权益的金额											
4.其他											
（三）利润分配											
1.提取盈余公积											
2.对所有者的分配											
3.其他											
（四）所有者权益内部结转	147,541,931.42				-193,874,314.82					46,332,383.40	

项目	2015 年 1-7 月										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减:库存	其他综	专项	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
1.资本公积转增资本	147,541,931.42				-147,541,931.42						
2.盈余公积转增资本											
3.盈余公积弥补亏损											
4.其他					-46,332,383.40					46,332,383.40	
（五）专项储备											
1.本期提取											
2.本期使用											
（六）其他											
四、本期期末余额	150,000,000.00				107,368,978.60					-36,714,918.20	220,654,060.40

单位：元

项目	2014 年度										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他							

项目	2014 年度										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存	其他综	专项	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上期期末余额	1,607,142.58				11,292,857.42					-9,327,239.23	3,572,760.77
加：会计政策变更											
前期差错更正											
其他											
二、本期期初余额	1,607,142.58				11,292,857.42					-9,327,239.23	3,572,760.77
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	178,571.00				14,821,429.00					-14,970,144.33	29,855.67
（一）综合收益总额										-14,970,144.33	-14,970,144.33
（二）所有者投入和减少资本	178,571.00				14,821,429.00						15,000,000.00
1.所有者投入的资本	178,571.00				14,821,429.00						15,000,000.00

项目	2014 年度										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存	其他综	专项	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
2.其他权益工 具持有者投入 资本											
3.股份支付计 入所有者权益 的金额											
4.其他											
（三）利润分 配											
1.提取盈余公 积											
2.对所有者的 分配											
3.其他											
（四）所有者 权益内部结转											
1.资本公积转 增资本											
2.盈余公积转											

项目	2014 年度										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存	其他综	专项	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
增资本											
3.盈余公积弥补亏损											
4.其他											
（五）专项储备											
1.本期提取											
2.本期使用											
（六）其他											
四、本期期末余额	1,785,713.58				26,114,286.42					-24,297,383.56	3,602,616.44

单位：元

项目	2013 年度										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存 股	其他综 合收益	专项 储备	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他							
一、上期期末 余额	1,446,428.58				5,053,571.42					-4,959,371.02	1,540,628.98
加：会计政策											

项目	2013 年度										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存	其他综	专项	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
变更											
前期差错更正											
其他											
二、本期期初 余额	1,446,428.58				5,053,571.42					-4,959,371.02	1,540,628.98
三、本期增减 变动金额（减 少以“-”号填 列）	160,714.00				6,239,286.00					-4,367,868.21	2,032,131.79
（一）综合收 益总额										-4,367,868.21	-4,367,868.21
（二）所有者 投入和减少资 本	160,714.00				6,239,286.00						6,400,000.00
1.所有者投入 的资本	160,714.00				6,239,286.00						6,400,000.00
2.其他权益工 具持有者投入 资本											

项目	2013 年度										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存	其他综	专项	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
3.股份支付计入所有者权益的金额											
4.其他											
（三）利润分配											
1.提取盈余公积											
2.对所有者的分配											
3.其他											
（四）所有者权益内部结转											
1.资本公积转增资本											
2.盈余公积转增资本											
3.盈余公积弥补亏损											

项目	2013 年度										
	实收资本	其他权益工具			资本公积	减：库存	其他综	专项	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
4.其他											
（五）专项储备											
1.本期提取											
2.本期使用											
（六）其他											
四、本期期末余额	1,607,142.58				11,292,857.42					-9,327,239.23	3,572,760.77

二、重要会计政策、会计估计和前期差错

（一）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 2013 年 1 月 1 日起至 2015 年 7 月 31 日止。

（二）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。

（三）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（四）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。

（五）金融工具

1、金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（包括交易性金融资产和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产）、持有至到期投资、贷款和应收款项、可供出售金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期

损益的金融负债(包括交易性金融负债和在初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债)、其他金融负债。

2、金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

公司成为金融工具合同的一方时,确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时,按照公允价值计量;对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债,相关交易费用直接计入当期损益;对于其他类别的金融资产或金融负债,相关交易费用计入初始确认金额。

公司按照公允价值对金融资产进行后续计量,且不扣除将来处置该金融资产时可能发生的交易费用,但下列情况除外:(1) 持有至到期投资以及贷款和应收款项采用实际利率法,按摊余成本计量;(2) 在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资,以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产,按照成本计量。

公司采用实际利率法,按摊余成本对金融负债进行后续计量,但下列情况除外:(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债,按照公允价值计量,且不扣除将来结清金融负债时可能发生的交易费用;(2) 与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债,按照成本计量;(3) 不属于指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的财务担保合同,或没有指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益并将以低于市场利率贷款的贷款承诺,在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量:1) 按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》确定的金额;2) 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

1) 表明可供出售债务工具投资发生减值的客观证据包括：

- ① 债务人发生严重财务困难；
- ② 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；
- ③ 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；
- ④ 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- ⑤ 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；
- ⑥ 其他表明可供出售债务工具已经发生减值的情况。

2) 表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，以及被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化使公司可能无法收回投资成本。

本公司于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查。对于以公允价值计量的权益工具投资，若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过 12 个月（含 12 个月）的，则表明其发生减值；若其于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 20%（含 20%）但尚未达到 50%的，或低于其成本持续时间超过 6 个月（含 6 个月）但未超过 12 个月的，本公司会综合考虑其他相关因素，诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。对于以成本计量的权益工具投资，公司综合考虑被投资单位经营所处的技术、市场、经济或法律环境等是否发生重大不利变化，判断该权益工具是否发生减值。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值回升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值回升直接计入其他综合收益。

以成本计量的可供出售权益工具发生减值时，将该权益工具投资的账面价值，与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益，发生的减值损失一经确认，不予转回。

（六） 应收款项

1、 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	金额 100 万元以上（含）且占应收款项账面余额 10%以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

2、 按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

（1） 具体组合及坏账准备的计提方法

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法

（2） 账龄分析法

账 龄	应收账款 计提比例(%)	其他应收款 计提比例(%)
1 年以内（含 1 年，以下同）	5%	5%
1-2 年	20%	20%
2-3 年	50%	50%
3 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	应收款项金额虽然不重大，但是已经有确凿证据表明该应收款项已经发生减值。
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。

对应收票据、应收利息、长期应收款等其他应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。

（七）存货

1、存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的产成品或商品、处在生产过程中的在产品、在生产过程或提供劳务过程中耗用的材料和物料等。

2、发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

3、存货可变现净值的确定依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

4、存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

(1) 低值易耗品

按照一次转销法进行摊销。

(2) 包装物

按照一次转销法进行摊销。

(八) 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(%)
电子及其他设备	年限平均法	3-5	5	31.67-19

(九) 无形资产

1. 无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等按成本进行初始计量。

2. 使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。具体年限如下：

项 目	摊销年限(年)
软件	3-10

3. 内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：(1) 完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；(2) 具有完成该无形资产并使用或出售的意图；(3) 无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该

无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场,无形资产将在内部使用的,能证明其有用性;(4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持,以完成该无形资产的开发,并有能力使用或出售该无形资产;(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

(十) 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。

(十一) 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。

(十二) 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，并按已经提供劳务占应提供劳务总量的比例确定提供劳务交易的完工进度。提供劳务交易的结果在资产负债表日不能够可靠估计的，若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿，按已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认劳务收入。

(3) 让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入金额能够可靠计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

2、收入确认的具体方法

爱图购系统业务主要包括 CPC（cost per click）业务、CPD（cost per day）业务和 CPS（cost per sale）业务，其中：CPC 业务收入按照本月点击数据乘以每次点击的单价计算，于下月开票结算和确认收入；CPD 业务收入主要指各类品牌展示服务收入，在向客户提供的展示服务完成后，开票结算和确认收入；CPS 业务主要指各类导购服务收入，按照系统基于本月的交易数统计以计算佣金金额，于下月开票结算和确认收入。

（十三）政府补助

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

公司取得的、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。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。

2、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。

（十四）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。

（十五）租赁

1、经营租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金计入相关资产成本

或确认为当期损益，发生的初始直接费用，直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

公司为出租人时，在租赁期内各个期间按照直线法将租金确认为当期损益，发生的初始直接费用，除金额较大的予以资本化并分期计入损益外，均直接计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

2、融资租赁的会计处理方法

公司为承租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值中两者较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额为未确认融资费用，发生的初始直接费用，计入租赁资产价值。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资费用。

公司为出租人时，在租赁期开始日，公司以租赁开始日最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。在租赁期各个期间，采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

（十六）主要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

报告期内公司无会计政策变更事项。

2、会计估计变更说明

报告期内公司无会计估计变更事项。

（十七）前期会计差错更正

本报告期内，公司无重大前期差错更正。

三、公司近两年及一期主要会计数据和财务指标

(一) 主要财务指标变动分析

1、盈利能力分析

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
营业收入	41.96	534.05	133.48
营业成本	513.03	474.76	143.55
营业利润	-5,838.15	-1,506.76	-446.80
利润总额	-5,874.99	-1,497.01	-436.79
净利润	-5,874.99	-1,497.01	-436.79
归属于母公司股东的净利润	-5,874.99	-1,497.01	-436.79
毛利率	-1122.66%	11.10%	-7.55%
净利率	-14001.93%	-280.31%	-327.23%

公司主要从事互联网应用平台的开发和运营，旗下目前主要有两款产品，分别是品牌导购平台“爱图购”及移动图片社交平台“in APP”。爱图购创立于 2012 年 7 月，主要面向女性用户中高端品牌导购。in APP 是在爱图购的基础开发的一款基于移动端的应用，于 2014 年 6 月上线，同样也是面向年轻女性用户，主打“分享+社区”类图片社交功能。截至 2015 年 7 月 31 日，in 注册用户已超过 4,000 万，月活跃用户超过 1,000 万人次。广告业务均是上述两个平台的主要变现模式之一。报告期内，公司最近一期的营业收入出现下降，主要系公司已将业务重心转向 in APP 的运营和开发，爱图购不再是公司未来主要的变现平台；但是由于 in APP 正处于积累用户和品牌知名度的蓄力阶段，尚未开始变现，所以收入出现了下滑。

公司总体尚未实际规模盈利，这与公司所处的互联网行业和本身社交产品的属性是相关的。公司作为互联网企业，其竞争力的基础是用户规模和流量，公司要有足够大的用户规模才能建立能盈利的商业模式。在业务初创期，企业持续投入研发和销售，用户数和流量增加，收入上升，净利润从微亏到巨亏；在成长前期，用户数和流量继续增加，商业变现模式初步形成，净利润从巨亏到微亏，并逐步实现盈亏平衡。

2、偿债能力分析

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
资产负债率（母公司）	1.45%	54.19%	43.40%
流动比率（倍）	67.09	1.50	2.21
速动比率（倍）	67.09	1.50	2.21

公司在报告期内无长期负债，短期负债主要为应付职工薪酬。公司在完成 B 轮融资后，运营资金充裕，财务成本较低，经营稳健。

3、现金流量分析

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
经营活动产生的现金流量净额	-6,803.11	-1,329.19	-331.51
投资活动产生的现金流量净额	-17,484.56	-152.69	-3.15
筹资活动产生的现金流量净额	27,580.14	1,342.58	790.00
现金及现金等价物净增加额	3,292.47	-139.30	455.34

（1）经营活动产生的现金流

公司经营性现金流的补充情况如下：

单位：元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
一、将净利润调节为经营活动现金流量：			
净利润	-58,749,918.04	-14,970,144.33	-4,367,868.21
加：资产减值准备	93,333.94	9,341.82	-233.23
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	476,697.69	184,560.47	94,816.69
无形资产摊销	27,358.29	12,833.31	
长期待摊费用摊销	68,736.14	130,372.16	164,300.04
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失 (收益以“－”号填列)	10,071.81	-	-
固定资产报废损失 (收益以“－”号填列)	-	-	-
公允价值变动损失 (收益以“－”号填列)	-	-	-
财务费用 (收益以“－”号填列)	-	30,270.13	43,937.14
投资损失	-1,577,288.01	-	-

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
(收益以“－”号填列)			
递延所得税资产减少 (增加以“－”号填列)	-	-	-
递延所得税负债增加 (减少以“－”号填列)	-	-	-
存货的减少 (增加以“－”号填列)	-	-	-
经营性应收项目的减少 (增加以“－”号填列)	-7,370,741.15	-1,755,297.45	-289,357.46
经营性应付项目的增加 (减少以“－”号填列)	-1,009,387.89	3,066,163.97	1,039,310.46
其他	-	-	-
经营活动产生现金流量净额	-68,031,137.22	-13,291,899.92	-3,315,094.57
二、不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：			
债务转为资本	-	-	-
一年内到可转换公司债券	-	-	-
融资租入固定资产	-	-	-
三、现金及现金等价物净变动情况：	-	-	-
现金的期末余额	37,285,052.89	4,360,383.11	5,753,432.30
减：现金的期初余额	4,360,383.11	5,753,432.30	1,199,999.87
加：现金等价物的期末余额	-	-	-
减：现金等价物的期初余额	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	32,924,669.78	-1,393,049.19	4,553,432.43

2013 年至 2015 年 1-7 月，公司经营性现金流分别为-331.51 万元、-1,329.19 万元和-6,803.11 万元，经营性现金流出逐年增加的主要原因系公司在完成 B 轮融资后加大了对于 in APP 产品的推广力度，相关的广告支出和渠道支出迅速增加，使 in APP 的用户规模和品牌知名度得到了提升，为今后实现商业变现打下了良好基础。其中，“购买商品、接受劳务支付的现金”主要为支付的信息服务费，2013 年至 2015 年 1-7 月期间分别为 8.54 万元、100.24 万元和 192.18 万元；“支付给职工以及为职工支付的现金”主要是支付职工的工资及社会保险等金额，2013 年至 2015 年 1-7 月期间分别为 255.97 万元、669.09 万元和 1,128.36 万元；“支付其他与经营活动有关的现金”，主要为支付的公司产品的市场推广费及

各项管理费用，2013 年至 2015 年 1-7 月期间分别为 212.75 万元、1,109.07 万元和 5,521.13 万元，是公司主要经营支出。

（2）投资活动产生的现金流

公司 2015 年 1-7 月的投资活动较前两期增加明显，其中投资活动产生的现金流入主要为 5,000 万元的理财产品赎回；投资活动产生的现金流出为公司购买了 22,000 万元的理财产品以及 484.56 万元的固定资产购置支出。

（3）筹资活动产生的现金流

公司在 2015 年 1-7 月的筹资活动现金流入增加明显，净流入为 27,580.14 万元，主要原因系公司完成了 B 轮融资，由原股东领投，并引入了新的财务投资人。

（二）公司近两年及一期利润形成的有关情况

1、营业收入的主要构成和变动趋势

（1）营业收入按产品分类

报告期内，公司的营业收入按类型分类的情况如下：

单位：万元

年度	类别	金额	比例
2015 年 1-7 月	CPS 收入	41.96	100.00%
	合计	41.96	100.00%
年度	类别	金额	比例
2014 年度	CPS 收入	215.98	40.44%
	CPD 收入	226.87	42.48%
	CPC 收入	91.20	17.08%
	合计	534.05	100.00%
年度	类别	金额	比例
2013 年度	CPS 收入	97.86	73.31%
	CPD 收入	35.62	26.69%
	合计	133.48	100.00%

公司报告期内的主要收入变现方式为广告收入，按类型主要可分为 CPS 收入、CPD 收入和 CPC 收入，具体内容与确认方法如下：

①CPS 收入

标价方式：以分成比例为单位

结算方式：广告主在公司平台投放广告或展示产品链接，公司引导和吸引自身的用户购买或消费在广告主的产品或服务，广告主通常以月为结算周期，按成功导入的消费金额为基数，抽取其中一定比例作为佣金支付给公司。

收入确认方法：按照“佣金收入=本月广告主确认的可分成收入×分成比例”计算应确认的收入金额，于下月开票结算和确认收入。

②CPD 收入

标价方式：以“天”为单位标明售卖单价

结算方式：客户按照预估广告支出以预付款的形式支付给公司，公司根据单价计算客户广告的“可用天数”，按时在其平台进行投放与展示；待用户点展示时间达到“可用天数”时自动停止投放和展示，完成本次展示位出租业务。通常广告形式为带有公司产品或展示形象的“贴片”，一般时间为2天至一周不等，投放密度受其行业的特定推广活动或旺季（如“双十一”节）而有所不同。

收入确认方法：根据双方签署协议上的具体广告投放周期，在展示服务完成后，按本次投放广告的天数与单价来计算本次的广告金额，开具发票并确认收入。

③CPC 收入

标价方式：按“次”为单位标明售卖单价

结算方式：客户按照预估广告支出以预付款的形式支付给公司，公司根据单价计算客户广告的“可用点击数”，按时在其平台进行投放与展示；待用户点击数达到“可用点击数”时自动停止投放和展示，完成本次CPC广告业务。CPC收入的对象与CPD收入的客户大致相同，主要为客户提供了另一种结算方式，使公司的广告收入形式更加灵活。其实现的收入在报告期占比不大。

收入确认方法：按照“广告收入=本月实际点击数量×单价（元/次）”计算收入，于下月开票结算和确认收入。

综上所述，公司在报告期内的收入主要是通过原有的爱图购平台以广告方式进行变现。随着公司于2014年6月上线了in APP，公司在此后逐渐将产品重心转向该社交软件的运营和开发，未来公司的广告变现收入将基本转移至in APP的平台之上。2014年公司利用节假日及“双十一”活动，在爱图购平台进行了流量变现，主要采用CPS和CPD方式获取了广告收入。但是随着公司将产品和系统端口切换至in APP平台，爱图购平台的业务收入在2015年1-7月出现了明

显下降。

(2) 营业收入按客户分类

报告期内，公司的营业收入按客户分类的排名如下：

年度	序号	公司名称	金额（万元）	占营业收入比重
2015 年 1-7 月	1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	36.90	87.94%
	2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	2.87	6.85%
	3	杭州多麦电子商务有限公司	2.08	4.95%
	4	广州唯品会信息科技有限公司	0.07	0.17%
	5	奇慧 QIWI 欧美女装店铺	0.04	0.09%
	合计		41.96	100.00%
年度	序号	公司名称	金额（万元）	占营业收入比重
2014 年度	1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	201.87	37.80%
	2	山东韩都衣舍电商集团有限公司	16.02	3.00%
	3	厦门朵美贸易有限公司	11.84	2.22%
	4	南京行狐电子商务有限公司	11.55	2.16%
	5	MASOOMAKE 玛速淘宝店铺	11.36	2.13%
	合计		252.64	47.31%
年度	序号	公司名称	金额（万元）	占营业收入比重
2013 年度	1	浙江淘宝网络有限公司 ^[1]	97.86	73.31%
	2	北京心物不二电子商务有限公司	2.91	2.18%
	3	深圳名媛坊服饰有限公司	2.43	1.82%
	4	宁波太平鸟魔法风尚服饰有限公司	2.43	1.82%
	5	中山伊莲丽姿皮具有限公司	1.75	1.31%
	合计		107.38	80.44%

注 1：2014 年阿里妈妈平台整体从浙江淘宝网络有限公司转至杭州阿里妈妈软件服务有限公司，该平台软件产品、业务人员等无重大变化

2、营业成本的主要构成和变动趋势

公司在报告期内的营业成本构成如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本	329.32	64.19%	383.62	80.80%	132.41	92.24%

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
服务器等设备折旧与服务器托管费	66.32	12.93%	19.76	4.16%	11.14	7.76%
短信等信息服务费	117.39	22.88%	71.38	15.04%	-	-
合计	513.03	100.00%	474.76	100.00%	143.55	100.00%

公司所从事的业务有别于传统制造与加工等行业，其收入主要来源于使用公司 APP 产品的客户群所衍生的广告收入等。因此，公司营业成本主要包括人工支出、后台维护的相关支出等，具体的归集与分摊原则如下：

项目	分摊与归集原则
人工成本	根据对公司部门设置和部门职能的了解，公司的运营部和产品部员工属于与主营业务相关的人员编制，其人工薪资支出归入营业成本
服务器等设备折旧与服务器托管费	作为公司产品载体的服务器的相关折旧费和托管费、以及运营部（下含推广部）和产品部员工使用的电子设备折旧，归入营业成本
短信服务费	用于扩大公司客户群和产品知名度的信息服务费归入营业成本

随着公司新平台 in APP 不断壮大，未来公司的营业成本人工成本和服务器等设备折旧与服务器托管支出将进一步增加。

3、期间费用

公司在报告期内的费用情况主要如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	4,004.61	9544.23%	836.05	156.55%	87.13	65.28%
管理费用	1,526.27	3637.58%	725.58	135.86%	344.97	258.44%
财务费用	-15.52	-36.98%	1.57	0.29%	4.17	3.12%
合计	5,515.36	13144.83%	1,563.20	292.70%	436.27	326.84%

总体而言，公司期间费用主要是销售费用和管理费用支出。销售费用主要为市场推广费，占比最大。管理费用是公司的第二大支出，主要包括研发支出、中介服务费及职工薪酬。随着公司完成了 B 轮融资，为了加大产品在各个领域的推广力度和用户基数，公司在扩大推广方面支出的同时，也会加大诸如研发费用、管理职工的薪酬、宣传制作费用的投入。目前公司资金充沛、没有借款的需求，

财务费用保持在较低的水平。

(1) 销售费用

公司在报告期内的销售费用的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	86.91	2.17%	47.96	5.74%	-	-
市场推广费	3,917.70	97.83%	788.09	94.26%	87.13	100.00%
合计	4,004.61	100.00%	836.05	100.00%	87.13	100.00%

报告期内，公司的销售费用主要为市场推广费等。公司销售费用逐年增大，主要是公司为加大市场推广力度，宣传公司品牌导致市场推广支出大幅上升所致。

(2) 管理费用

公司在报告期内的管理费用的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2015 年 1-7 月		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
研发费用	632.47	41.44%	358.27	49.38%	186.72	54.13%
中介服务费	206.99	13.56%	0.30	0.04%	0.30	0.09%
房屋租赁费	149.65	9.80%	65.94	9.09%	30.82	8.93%
周年庆典费	131.61	8.62%	-	-	-	-
职工薪酬	110.24	7.22%	159.55	21.99%	52.88	15.33%
摄影费	56.72	3.72%	5.30	0.73%	-	-
差旅费	31.91	2.09%	6.53	0.90%	1.30	0.38%
服务费	25.17	1.65%	39.39	5.43%	0.62	0.18%
其他	181.51	11.89%	90.31	12.45%	72.32	20.96%
合计	1,526.27	100.00%	725.59	100.00%	344.96	100.00%

报告期内，公司管理费用中的研发费用占比较高，符合互联网公司的特征。其中，研发费用支出持续上升，主要因为公司在 2014 年推出了新产品 in APP 后发生了大量的研发费支出；同时为了不断保持产品的领先性，公司需要不断对产品进行升级和改良，添加更多的新功能提升用户的体验和口碑，因此公司在 2015 年 1-7 月研发费继续保持大幅增长，预计在未来期间公司的研发费将继续保持增

长趋势。

新增加服务费用主要是为公司融资事项等事宜聘请各中介机构的支出。

房屋租赁费用的持续增加，主要是由于报告期内公司研发人员和管理人员大幅上升，原先租赁的场地无法满足公司未来发展需要，公司不断增加新租的办公室，导致了房屋租赁费用的增加。

(3) 财务费用

公司在报告期内的财务费用的具体情况如下：

单位：万元

项 目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
利息支出	-	3.03	4.39
减：利息收入	16.12	1.88	0.34
银行手续费	0.61	0.42	0.11
合计	-15.52	1.57	4.17

4、资产减值损失

报告期内，公司的资产减值损失系对应收账款和其他应收款计提的坏账准备。公司的其他资产未出现减值迹象，因此未计提减值准备。坏账准备在每期的具体计提与转回金额的情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
其他应收款坏账准备-计提	9.38	0.89	-
其他应收款坏账准备-转回	-	-	-0.028
应收账款坏账准备-计提	-	0.04	0.005
应收账款坏账准备-转回	-0.05	-	-
合计	9.33	0.93	-0.023

5、其他损益

报告期内，公司的非经常性损益主要系政府补助、非流动资产处置损益、金融资产投资收益和滞纳金支出等，具体情况如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置损益	-1.01	-	-
计入当期损益的政府补助	-	10.00	10.00
其他符合非经常性损益定义的损益项	157.73	-	-

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
目			
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-35.63	0.03	0.03
小计	121.09	10.03	10.03
减：所得税影响数（所得税费用减少以“-”表示）	-	-	-
非经常性损益净额	121.09	10.03	10.03
其中：归属于母公司股东的非经常性损益	121.09	10.03	10.03
归属于少数股东的非经常性损益	-	-	-

（1）投资收益

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
理财产品收益	157.73	-	-
合计	157.73	-	-

投资收益主要是公司获得 B 轮融资后，将闲置资金购买了理财产品获得的收益。

（2）营业外收入

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
科技型初创企业培育工程补助款	-	10.00	10.00
其他零星收入	-	0.03	0.03
合计	-	10.03	10.03

补贴收入主要是公司参加杭州市科技型初创企业培育工程“雏鹰计划”获得的补贴收入。

（3）营业外支出

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置损失合计	1.01	-	-
滞纳金	15.13	-	-
捐赠支出	20.50	-	-
水利建设专项资金	0.20	0.29	0.02
合计	36.84	0.29	0.02

6、主要税项

公司在报告期内的主要税目与税率情况如下：

税种	计税依据	税率
增值税	提供应税劳务	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%

7、净利润

公司报告期内 2015 年 1-7 月、2014 年度及 2013 年度，主营业务收入分别为 41.96 万元、534.05 万元及 133.48 万元；净利润分别为-5,874.99 万元、-1,497.01 万元及-436.79 万元；报告期末未分配利润为-3,671.49 万元。公司净利润为负数。

报告期内，公司前期主要从事女性中高端品牌导购平台“爱团购”的开发和运营，主打“女性用户”、“图片导购”和“品牌营销”。爱团购创立于 2012 年 7 月，是国内领先的女性中高端时尚品牌导购平台之一。

2013 年底，借助前期爱团购开发和运营积累的丰富经验，在爱团购的基础上，公司于 2014 年 6 月 6 日正式推出移动图片社交应用“in APP”。in APP 延续了爱团购“图片展示”的特点，并在此基础上增加了社交属性。图片具有生动直观、快速浏览、承载信息量大的特点，而社交平台更易形成庞大的用户规模和高效的引导转化关系链，二者结合，在品牌营销、传播和塑造等方面具备更大的商业潜力。

公司管理层认为公司目前尚处于业务发展阶段，首要目标是积累用户数和流量，还未到变现阶段。公司通过持续的研发及硬件投入、市场推广和品牌塑造，快速的积累产品用户数量。目前，in APP 尚未开始商业化变现，因此公司实现的收入较少，但是公司为保持产品的更新换代及增强产品的市场知名度，投入的研发支出和市场推广支出较大，从而导致成本和费用支出远大于收入，因此公司目前处于亏损状态。社交平台发展的初期多会经历用户培育及市场推广时期，这也是目前行业中绝大多数社交产品的必经阶段。

（三）公司近两年及一期主要资产情况

公司在报告期内的资产情况如下：

单位：万元

项目	2015.7.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产：						
货币资金	3,728.51	16.65%	436.04	55.45%	575.34	91.15%
应收账款	-	-	0.93	0.12%	0.10	0.02%
预付款项	596.07	2.66%	70.30	8.94%	8.00	1.27%
其他应收款	144.10	0.64%	16.93	2.15%	-	-
其他流动资产	17,349.40	77.49%	115.95	14.74%	21.40	3.39%
流动资产小计	21,818.08	97.44%	640.14	81.40%	604.85	95.83%
非流动资产：						
固定资产	407.44	1.82%	113.87	14.48%	19.48	3.09%
在建工程	117.90	0.53%	-	-	-	-
无形资产	24.54	0.11%	5.32	0.68%	-	-
长期待摊费用	22.63	0.10%	27.06	3.44%	6.85	1.08%
非流动资产小计	572.51	2.56%	146.24	18.60%	26.33	4.17%
合计	22,390.59	100.00%	786.38	100.00%	631.18	100.00%

总体上来看，公司的资产基本由流动资产构成，符合互联网公司“轻资产”的特征。其中，2015年7月31日底的资产较上年末大幅增加，其主要原因系本年度内公司完成了B轮及B+轮融资，获得了充足的营运资金，符合公司近年来用户积累迅速、产品人气提升的情况。

1、货币资金

公司报告期内货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
库存现金	3.10	6.63	5.68
银行存款	3,693.95	429.41	569.66
其他货币资金	31.45	-	-
合计	3,728.51	436.04	575.34

货币资金主要由银行存款构成，其他货币资金为公司支付宝账户存款。公司2015年7月末、2014年末和2013年末的货币资金余额分别为3,728.51万元、

436.04 万元及 575.34 万元。本年内公司货币资金大幅增加，主要公司完成 B 轮融资，引入了投资者，获取了大量的资金。

1、公司支付宝账户使用情况

(1) 公司使用支付宝账户收付款金额

报告期内，公司存在使用支付宝账户进行收款和付款的情形，具体金额如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
公司使用支付宝账户收取款项的总金额 (a)	38.00	336.25	110.37
经营活动现金流入金额 (b)	60.21	561.12	148.17
占比 (a/b)	63.11%	59.92%	74.49%
公司使用支付宝账户支付款项的总金额 (c)	141.34	90.42	24.28
经营活动现金流出金额 (d)	6,863.32	1,890.31	479.68
占比 (c/d)	2.06%	4.78%	5.06%

公司使用支付宝账户进行收款，系出于与阿里妈妈的合作所需。报告期内，公司收入主要来源于品牌导购平台“爱团购”，其中，CPS 收入的主要对象为淘宝旗下的阿里妈妈平台，双方的合作模式为：阿里妈妈授权公司使用阿里妈妈软件产品并登录其平台，公司可在阿里妈妈平台检索到有推广需求的广告主所发布的推广需求代码并根据自身平台所面向的用户类型，选择适合自己行业的推广需求代码。通过阿里妈妈软件来嵌入自己平台，广告主需要推广的产品的内容和特性则通过系统自动匹配并展现于公司相应的推广平台上，同时阿里妈妈平台会自动记录推广效果数据；根据记录的推广效果数据，阿里妈妈于次月 20 日将公司当月结算的佣金收入打入公司注册的阿里妈妈账户。之后，公司可将款项提取到对应的支付宝账户，再转入公司银行账户。2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-7 月，公司使用支付宝账户收取款项的总金额占当期经营活动现金流入金额的比例分别为 74.49%、59.92%及 63.11%。

报告期内，公司通过支付宝账户支付的款项均为支付给个人的推广费用，占公司当期经营活动现金流出金额的比例较小，分别为 5.06%、4.78%和 2.06%。

个人通过微博、群组等途径对爱团购以及 in APP 进行推广，从而达到提高公司产品知名度、扩大用户规模的目的。

公司将收到的款项提取到支付宝账户中，再转入公司银行账户，付款时从银行账户转入支付宝账户后，再行支付。因此，不存在从支付宝账户直接收款后支付的情形。

(2) 公司通过实际控制人谢旭、孙颖以及董事罗素琼、孙祝宪个人支付宝账户收付款的情形

报告期内除使用公司支付宝账户结算外，公司将部分业务通过实际控制人谢旭、孙颖以及董事罗素琼、孙祝宪个人账户进行结算，主要金额如下：

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
使用个人支付宝账户收取款项的金额	38.00	209.20	110.37
使用公司支付宝账户收取款项的金额	-	127.05	-
使用个人支付宝账户支付款项的金额	135.69	89.40	24.28
使用公司支付宝账户支付款项的金额	5.65	1.02	-

对应的支付宝账户包括：

类别	开户人	账户名称
公司账户	杭州九言科技股份有限公司	zh****@itugo.com
个人账户	谢旭	je*****.***.***@gmail.com
	谢旭	qi*****@tutugogo.com
	谢旭	186****8917
	孙颖	mo****@itugo.com
	孙颖	ji****@itugo.com
	罗素琼	187****3318
	孙祝宪	hu*****@gmail.com

(3) 公司的改善措施

公司在审计机构的指导下对通过个人支付宝账户进行收付款的情形进行了规范和整改：

1) 从 2015 年 7 月起停止了通过个人支付宝账户进行付款；

2) 因与阿里妈妈技术衔接和代码置入等原因，公司无法立即全部停止使用个人支付宝账户，为不影响日常经营活动，公司采取了“新老划断”的过渡期

措施：a) 过渡期内，公司停止使用大部分个人支付宝账户进行收款，仅仅保留了两个必要的账户“je*****.***. **@gmail.com 和 qi*****@tutugogo.com”，其余账户“186****8917、mo*****@itugo.com、ji*****@itugo.com、187****3318 和 hu*****@gmail.com”从 2015 年 7 月起已停止使用。b) 对于新合作商户的推广收入，从 2015 年 7 月起，全部通过公司支付宝账户收取。c) 对于原合作商户，通过与阿里妈妈的技术沟通及商户协商后，从 2015 年 7 月起逐月减少通过个人支付宝账户收款的金额和淘宝商户数量，直至完全停止。具体每月收款金额和淘宝商户数量如下表所示：

项目	2015 年 7 月	2015 年 8 月	2015 年 9 月	2015 年 10 月	2015 年 11 月	2015 年 12 月	2016 年 1 月
收款金额（单位：万元）	4.00	2.16	2.13	0.46	0.12	0.14	0.14
其中：							
je*****.***. **@gmail.com 账户收款	0.82	0.15	0.14	0.09	0.11	0.12	0.13
qi*****@tutugogo.com 账户收款	3.18	2.01	0.99	0.37	0.01	0.03	0.01
商户数量（单位：个）	1962	1159	113	94	93	109	87

截至本公开转让说明书签署之日，公司的全部收入已不再通过个人支付宝账户进行结算，个人支付宝账户已经全部停用。

d) 公司承诺自 2015 年 7 月起，公司未来不再通过任何个人账户进行付款。自 2015 年 7 月起，公司新增客户的收入不再通过任何个人支付宝账户进行结算；公司原有客户在过渡期结束后也不再通过任何个人账户进行结算。

e) 谢旭、孙颖、罗素琼和孙祝宪承诺本人以个人名义开立的支付宝账户（je*****.***. **@gmail.com、qi*****@tutugogo.com、186****8917、mo*****@itugo.com、ji*****@itugo.com、187****3318、hu*****@gmail.com）系用于公司日常业务结算和相关款项的收支，上述账户的权益均归属于公司，个人不享有任何权益。

（4）支付宝账户转入银行对公账户的周期和频率

对于公司支付宝账户，公司平时通过“货币资金-其他货币资金”客户核算，对于取得的收入，按月定期进行将支付宝账户的余额提现至银行对公账户；对

于通过个人支付宝账户收取的收入，公司于当日或次日将上述收入存入公司对公账户。

(5) 公司对使用支付宝账户的管控措施

① 公司根据《现金管理暂行条例》及其他相关法规，制定了《货币现金管理制度》、《银行存款和支付宝管理制度》，其中对支付宝账户和现金使用不得坐支和禁止资金体外循环进行了规定，具体采取的措施：a) 严格结算纪律，对当日收入的现金应及时缴存收入户，超过规定限额的现金必须通过银行支付，不得采用白条抵库，超库存限额存现等。b) 对于现金支付业务，设立预付款和备用金管理和核算制度。c) 严格收支两条线核算，规定全部的业务收入及收取的资金，以及全部的成本费用及采购支出，均应全部计入公司账簿，禁止资金体外循环。d) 定期全面盘点公司的货币资金，往来款项，并及时核对相符。

② 对于公司支付宝账户，公司平时通过“货币资金-其他货币资金”科目核算，按月定期进行将支付宝账户的余额提现至银行对公账户。公司定期打印支付宝账户交易流水核对转账情况。

③ 对于通过个人支付宝账户收取的佣金收入，由公司财务部相应人员登录阿里妈妈账户进行提现操作，并于当日或次日将上述收入存入公司银行账户，公司进行相应的账务处理。公司针对该事项制定了个人账户收付款项管理办法，规定支付宝账户由公司财务相应人员统一保管，并定期打印交易流水核对转账情况。

④ 谢旭、孙颖、罗素琼和孙祝宪承诺本人以个人名义开立的支付宝账户（je****.***.***@gmail.com、qi*****@tutugogo.com、186****8917、mo*****@itugo.com、ji*****@itugo.com、187****3318、hu*****@gmail.com）系用于公司日常业务结算和相关款项的收支，上述账户的权益均归属于公司，个人不享有任何权益。

综上所述，公司的相关收付行为符合公司内部资金管理规定。截至本公开转让说明书签署之日，报告期公司利用个人支付宝账户进行收付款的行为也已得到纠正。公司进一步修改完善了《货币现金管理制度》，杜绝了资金管控方面存在的安全性缺陷。

2、应收账款

公司在报告期内的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
应收客户款项	-	0.93	0.10
合计	-	0.93	0.10

公司在报告期内的应收款项金额较小，主要与自身的业务模式相关。公司在报告期内的收入均通过爱图购平台以广告收入的形式实现。该部分收入均属于典型的互联网收入模式，结算和确认时间均较短（1 个月左右），除了年末刚好存在跨期的往来款项之外，公司在每期末一般不存在大额的应收款项。

公司在报告期内的应收账款账龄均在 1 年以内。

3、预付款项

公司在报告期内的预付款项情况如下：

单位：万元

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
预付款项	596.07	70.30	8.00
合计	596.07	70.30	8.00

公司的推广支出主要为向百度、新浪、腾讯等下属的渠道代理商支付的业务推广费用，通常需要公司预付相应的款项，代理商根据公司每月对实际推广渠道、平台资源的使用情况，计算并扣抵公司的预付账款，因此公司主要的采购与支出均通过预付账款和应付账款科目核算。

（1）预付款项账龄统计

单位：万元

账龄	2015.7.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一年以内	596.07	100%	70.30	100%	8.00	100%
合计	596.07	100%	70.30	100%	8.00	100%

截至 2015 年 7 月 31 日，公司不存在期末账龄 1 年以上重要的预付款项。

（2）大额预付账款统计

2015 年 7 月 31 日金额前五名的预付款项情况如下：

单位：万元

公司名称	账面余额	占预付款项 余额比例	内容
浙江光大国际旅游有限公司	123.90	20.79%	旅游费
北京蓝坤互动网络科技有限公司	70.12	11.76%	推广费
福建博瑞网络科技有限公司	69.61	11.68%	推广费
厦门龙商网络技术服务有限公司	48.90	8.20%	推广费
北京派瑞威行广告有限公司	40.00	6.71%	推广费
合计	352.53	59.14%	

2014 年 12 月 31 日金额前五名的预付款项情况如下：

单位：万元

公司名称	账面余额	占预付款项 余额比例	内容
多盟睿达科技（中国）有限公司	29.03	41.30%	推广费
济南山青文化传媒有限公司	10.46	14.87%	推广费
百度时代网络技术（北京）有限公司	5.00	7.11%	推广费
厦门龙商网络技术服务有限公司	4.94	7.02%	推广费
杭州好久不见网络科技有限公司	4.44	6.31%	推广费
合计	53.86	76.62%	

2013 年 12 月 31 日金额前五名的预付款项情况如下：

单位：万元

公司名称	账面余额	占预付款项 余额比例	内容
济南山青文化传媒有限公司	8.00	100.00%	推广费
合计	8.00	100.00%	

4、其他应收款

公司在报告期内的其他应收款情况如下：

单位：万元

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
其他应收款	144.10	16.93	-
合计	144.10	16.93	

(1) 按种类披露的其他应收款

单位：万元

种 类	2015.7.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	

单项金额重大并单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	154.38	100.00%	10.27	6.65%	144.10
单项金额不重大但单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
合 计	154.38	100.00%	10.27	6.65%	144.10

单位：万元

种 类	2014.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
单项金额重大并单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按信用风险特征组合计提坏账准备	17.82	100.00%	0.89	5.00%	16.93
单项金额不重大但单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
合 计	17.82	100.00%	0.89	5.00%	16.93

2013 年 12 月 31 日其他应收款余额为零。

（2）其他应收款账龄及坏账准备计提情况明细

截至 2015 年 7 月 31 日其他应收款账龄及坏账准备计提情况：

单位：万元

账 龄	2015.7.31		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	137.35	6.87	5.00%
1-2 年	17.03	3.41	20.00%
小 计	154.38	10.27	6.65%

截至 2014 年 12 月 31 日其他应收款账龄及坏账准备计提情况：

单位：万元

账 龄	2014.12.31		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	17.82	0.89	5.00%
1-2 年	-	-	-
小 计	17.82	0.89	5.00%

2013 年 12 月 31 日其他应收款余额为零。

（3）大额其他应收款统计

公司在报告期内的其他应收款主要为各项保证金（包括物业保证金和推广渠道的意向保证金）以及员工备用金。

截至 2015 年 7 月 31 日，公司其他应收款金额前五名情况如下：

单位：万元

公司名称	账面余额	占其他应收款 余额比例	内容
杭州邮政科技实业有限公司	73.28	47.47%	保证金
北京蓝坤互动网络科技有限公司	60.00	38.87%	保证金
杭州广聚物业管理有限公司	2.13	1.38%	保证金
吴雅彦	1.50	0.97%	备用金
冯楠	1.09	0.71%	备用金
合计	138.00	89.39%	-

公司 2015 年 7 月末其他应收款较 2014 年末增加较大，原因系公司因业务发展的需要，在原有写字楼租用了新的办公楼层，并向大厦出租方杭州邮政科技实业有限公司预先交付了相应的保证金。同时，公司为扩大知名度，向北京蓝坤互动网络科技有限公司支付了推广的意向保证金。

5、其他流动资产

报告期内，公司其他流动资产情况如下：

项 目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
理财产品	17,157.73	-	-
软件使用许可费	31.74	53.07	-
房屋租赁费	90.51	30.98	13.52
服务器托管费	47.81	23.27	4.22
宽带费	15.27	4.29	3.67
物业管理费	4.65	1.67	-
其他	1.68	2.66	-
合 计	17,349.40	115.95	21.40

截止 2013 年末、2014 年末和 2015 年 7 月末，公司其他流动资产余额分别为 21.40 万元、115.95 万元和 17,349.40 万元，主要为公司购买的理财产品、1 年以内的尚在摊销的房屋租赁费等。2015 年 7 月末其他流动资产余额增加较多的主要原因系：公司将尚未投入使用的融资所得资金合计 17,000.00 万元购买了理财产品，该部分理财产品为保本结构下的可随时赎回的货币基金，不存在重大的财务投资风险；此外，随着公司业务也迎来了快速发展期，相应的办公面积和设备的支出需求也逐步增大，因此原有的其他流动资产项目的金额也较上一年有所增加。

6、固定资产

截止 2013 年末、2014 年末和 2015 年 7 月末，公司固定资产账面价值分别为 19.48 万元、113.87 万元和 407.44 万元，新增电子设备均为因为业务需要而购置的办公电脑和服务器。具体明细情况如下：

(1) 截至 2015 年 7 月 31 日的公司固定资产折旧明细表：

单位：万元

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.7.31
原值：				
电子设备	145.48	342.25	1.32	486.40
合计	145.48	342.25	1.32	486.40
累计折旧：				
电子设备	31.61	47.67	0.32	78.96
合计	31.61	47.67	0.32	78.96
减值准备：				
电子设备	-	-	-	-
合计	-	-	-	-
账面价值：				
电子设备	113.87	294.58	1.01	407.44
合计	113.87	294.58	1.01	407.44

(2) 截至 2014 年 12 月 31 日的公司固定资产折旧明细表：

单位：万元

项目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
原值：				
电子设备	32.63	112.84	-	145.48
合计	32.63	112.84	-	145.48
累计折旧：				
电子设备	13.15	18.46	-	31.61
合计	13.15	18.46	-	31.61
减值准备：				
电子设备	-	-	-	-
合计	-	-	-	-
账面价值：				
电子设备	19.48	94.39	-	113.87
合计	19.48	94.39	-	113.87

(3) 截至 2013 年 12 月 31 日的公司固定资产折旧明细表:

单位: 万元

项目	2012.12.31	本期增加	本期减少	2013.12.31
原值:				
电子设备	29.48	3.15	-	32.63
合计	29.48	3.15	-	32.63
累计折旧:				
电子设备	3.67	9.48	-	13.15
合计	3.67	9.48	-	13.15
减值准备:				
电子设备	-	-	-	-
合计	-	-	-	-
账面价值:				
电子设备	25.82	-6.33	-	19.48
合计	25.82	-6.33	-	19.48

7、在建工程

公司在 2015 年 7 月末新增的在建工程主要为公司新办公场所的装修支出, 目前新办公场所已于 2015 年 9 月 12 日投入使用。在建工程余额将转入长期待摊费用, 装修费预计摊销 3 年。

8、无形资产

截止 2013 年末、2014 年末和 2015 年 7 月末, 公司无形资产账面价值分别为 0 万元、5.32 万元和 24.54 万元, 新增软件均为因为业务需要而购置的。具体明细情况如下:

(1) 截至 2015 年 7 月 31 日的公司无形资产摊销明细表:

单位: 万元

项目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.7.31
原值:				
软件	6.60	21.96	-	28.56
合计	6.60	21.96	-	28.56
累计摊销:				
软件	1.28	2.74	-	4.02
合计	1.28	2.74	-	4.02
减值准备:				

软件	-	-	-	-
合计	-	-	-	-
账面价值:				
软件	5.32			24.54
合计	5.32			24.54

(2) 截至 2014 年 12 月 31 日的公司无形资产摊销明细表:

单位: 万元

项目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
原值:				
软件	-	6.60	-	6.60
合计	-	6.60		6.60
累计折旧:				
软件	-	1.28		1.28
合计	-	1.28		1.28
减值准备:				
软件	-	-		-
合计	-	-		-
账面价值:				
软件	-	5.32		5.32
合计	-	5.32		5.32

9、长期待摊费用

(1) 截至 2015 年 7 月 31 日, 公司长期待摊费用情况如下:

单位: 万元

项 目	2014.12.31	本期增加	本期摊销	2015.7.31
装修费	27.06	2.45	6.87	22.63
合 计	27.06	2.45	6.87	22.63

(2) 截至 2014 年 12 月 31 日, 公司长期待摊费用情况如下:

单位: 万元

项 目	2013.12.31	本期增加	本期摊销	2014.12.31
装修费	6.85	33.25	13.04	27.06
合 计	6.85	33.25	13.04	27.06

(3) 截至 2013 年 12 月 31 日, 公司长期待摊费用情况如下:

单位: 万元

项 目	2012.12.31	本期增加	本期摊销	2013.12.31
-----	------------	------	------	------------

装修费	23.28	-	16.43	6.85
合 计	23.28	-	16.43	6.85

公司长期待摊费用均为尚在摊销中的办公室装修费，占资产比重较小，公司按照 3 年来摊销。

（四）公司近两年及一期主要负债情况

公司在报告期内的负债情况如下：

单位：万元

项目	2015.7.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	78.77	24.22%	63.69	14.95%	-	-
预收款项	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	239.71	73.71%	342.10	80.28%	109.78	40.08%
应交税费	6.71	2.06%	16.60	3.90%	8.49	3.10%
应付利息	-	-	-	-	4.39	1.60%
其他应付款	-	-	3.73	0.87%	151.23	55.21%
合计	325.18	100.00%	426.12	100.00%	273.90	100.00%

公司在报告期内的负债均为流动负债，主要为支付员工的薪酬和各项推广支出。公司完成最近一期融资后财务财务状况良好、资金充裕，截至本报告书签署日，公司没有发生对外借款。

1、应付账款

公司在报告期间内的应付账款明细如下：

单位：万元

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
广告宣传费	78.77	-	-
软件使用许可费	-	63.69	-
合计	78.77	63.69	-

公司在报告期内的应付账款账龄均在 1 年以内。

2、应付职工薪酬

（1）2015 年 1-7 月应付职工薪酬情况

单位：万元

项 目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.7.31
-----	------------	------	------	-----------

短期薪酬	287.36	928.06	992.10	223.32
离职后福利—设定提存计划	54.74	94.34	132.69	16.38
合 计	342.10	1,022.39	1,124.79	239.71

其中短期薪酬明细情况如下：

单位：万元

项 目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.7.31
工资、奖金、津贴和补贴	212.20	748.03	781.33	178.90
职工福利费	-	37.77	37.77	-
社会保险费	44.59	77.46	108.20	13.85
其中： 医疗保险费	39.40	67.86	95.10	12.15
工伤保险费	1.37	2.40	3.35	0.42
生育保险费	3.82	7.21	9.76	1.27
住房公积金	30.58	64.63	64.63	30.58
工会经费和职工教育经费	-	0.17	0.17	-
小 计	287.36	928.06	992.10	223.32

设定提存计划明细情况如下：

单位：万元

项 目	2014.12.31	本期增加	本期减少	2015.7.31
基本养老保险	47.89	85.33	118.42	14.80
失业保险费	6.85	9.01	14.27	1.59
小 计	54.74	94.34	132.69	16.38

(2) 2014 年度应付职工薪酬情况

单位：万元

项 目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
短期薪酬	96.86	829.73	639.22	287.36
离职后福利—设定提存计划	12.93	70.60	28.78	54.74
合 计	109.78	900.33	668.01	342.10

其中短期薪酬明细情况如下：

单位：万元

项 目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
工资、奖金、津贴和补贴	75.58	689.62	553.00	212.20
职工福利费	-	32.74	32.74	-
社会保险费	10.35	57.80	23.57	44.59

其中：医疗保险费	9.34	50.74	20.69	39.40
工伤保险费	0.33	1.76	0.72	1.37
生育保险费	0.68	5.29	2.16	3.82
住房公积金	10.93	48.11	28.46	30.58
工会经费和职工教育经费	-	1.46	1.46	-
小 计	96.86	829.73	639.22	287.36

设定提存计划明细情况如下：

单位：万元

项 目	2013.12.31	本期增加	本期减少	2014.12.31
基本养老保险	11.30	61.77	25.19	47.89
失业保险费	1.63	8.82	3.60	6.85
小 计	12.93	70.60	28.78	54.74

(3) 2013 年度应付职工薪酬情况：

单位：万元

项 目	2012.12.31	本期增加	本期减少	2013.12.31
短期薪酬	14.03	332.76	249.91	96.86
离职后福利—设定提存计划	-	23.45	10.53	12.93
合 计	14.03	356.21	260.44	109.79

其中短期薪酬明细情况如下：

单位：万元

项 目	2012.12.31	本期增加	本期减少	2013.12.31
工资、奖金、津贴和补贴	14.03	293.97	232.41	75.58
职工福利费	-	6.17	6.17	-
社会保险费		18.79	8.43	10.35
其中： 医疗保险费	-	16.91	7.57	9.34
工伤保险费	-	0.59	0.26	0.33
生育保险费	-	1.29	0.61	0.68
住房公积金	-	13.73	2.80	10.93
工会经费和职工教育经费	-	0.10	0.10	-
小 计	14.03	332.76	249.91	96.86

设定提存计划明细情况如下：

单位：万元

项 目	2012.12.31	本期增加	本期减少	2013.12.31
-----	------------	------	------	------------

基本养老保险	-	20.51	9.21	11.30
失业保险费	-	2.94	1.32	1.63
小 计	-	23.45	10.53	12.93

公司工资支付政策为当月计提下月发放，应付职工薪酬包含月末工资、津贴及绩效奖金。

3、应交税费

单位：万元

项 目	2015.07.31	2014.12.31	2013.12.31
增值税	6.01	11.57	3.42
代扣代缴个人所得税	-	3.57	4.65
城市维护建设税	0.40	0.83	0.24
教育费附加	0.17	0.36	0.10
地方教育附加	0.12	0.24	0.07
水利建设专项资金	0.01	0.04	-
合 计	6.71	16.60	8.49

4、其他应付款

公司在报告期内的其他应付款明细如下：

单位：万元

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
预提代扣代缴社会保险费	-	3.73	1.23
杭州君道	-	-	150.00
合计	-	3.73	151.23

2013 年末的资金拆借主要是关联方杭州君道对公司的资金支持，具体情况参见本节“四、关联方、关联方关系及关联交易/（二）报告期的关联交易”。

（五）公司近两年及一期股东权益情况

单位：万元

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
股本（实收资本）	15,000.00	178.57	160.71
资本公积	10,736.90	2,611.43	1,129.29
专项储备	-	-	-
盈余公积	-	-	-
未分配利润	-3,671.49	-2,429.74	-932.72

股东权益合计	22,065.41	360.26	357.28
--------	-----------	--------	--------

1. 股本（实收资本）

公司股本演变情况参见第一节“五、公司设立以来股本的形成及变化情况”。

2. 盈余公积

公司按照净利润的 10%计提盈余公积。

3. 资本公积

公司报告期内资本公积的情况如下：

单位：万元

项目	2015.7.31	2014.12.31	2013.12.31
资本公积（股本溢价）	10,736.90	2,611.43	1,129.29

报告期内，2013 年 11 月 3 日经股东会决议，杭州云祥溢价增资，相应增加资本公积（资本溢价）623.93 万元。

报告期内，2014 年 9 月 17 日经股东会决议，国科鼎鑫溢价增资，相应增加资本公积（资本溢价）1,482.14 万元。

报告期内，2015 年 4 月 7 日股东会决议，国科鼎鑫和伟创富通分别向本公司溢价增资，相应增加资本公积 5,543.28 万元；2015 年 4 月 27 日股东会决议批准，上海磁谷、达孜基石、三仁焱兴、经纬创腾、上海清羽乐、伟创富通、杭州云祥、国科鼎鑫分别向公司溢价增资，相应增加资本公积 21,969.62 万元；2015 年 7 月，根据公司股东会决议、公司出资者签署的发起人协议和章程的规定，公司以 2015 年 4 月 30 日为基准日，由有限责任公司整体变更为股份有限公司时，因净资产折股减少资本公积 30,124.33 万元，同时因折股剩余净资产转为股本溢价相应增加资本公积 10,736.90 元。

（六）公司财务规范情况

公司根据企业会计准则的要求建立了一套会计核算体系、财务管理制度和风险控制制度，包括《财务管理制度》、《财务报销制度》、《现金管理制度》、《固定资产管理制度》、《信息披露管理制度》以及《内部审计制度》等制度。

以上制度是根据公司经营活动的需要建立的，符合公司经营特点，能够真实反映公司经营活动成果和财务状况。

公司财务部门人员共 3 人，分为首席财务官 1 人、出纳 1 人、会计 1 人，上述 3 位财务人员均从事会计岗位多年，工作经验丰富，业务水准较高，保证了公司财务核算的规范性。目前公司财务人员已能满足公司日常核算的需要，随着经营规模的扩大，如有需要，公司将逐步增加财务岗位专职人员。

四、关联方、关联方关系及关联交易

（一）关联方和关联方关系

根据《公司法》和《企业会计准则》的相关规定，结合公司的实际情况，公司关联方包括：公司控股股东及其控制或参股的企业；公司的子公司；持有公司股份5%以上的主要股东及其控制的企业；对控股股东及主要股东有实质影响的法人或自然人；公司参与的合营企业、联营企业；公司的参股企业；主要投资者个人、董事、监事、高级管理人员或与上述人员关系密切的人员控制的其他企业；其他对公司有实质影响的法人或自然人。公司主要关联方及关联关系如下：

1、公司控股股东和实际控制人

公司实际控制人为谢旭女士和孙颖先生。

2、控股股东、实际控制人控制的其他企业

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	杭州君道网络科技有限公司	受实际控制人控制
2	君道国际科技有限公司	受实际控制人控制

以上关联方情况，详见本公开转让说明书“第三节公司治理”之“六、同业竞争”。

3、持股 5%以上的股东

序号	关联方名称	持股比例(%)
1	经纬创投	10.1706%
2	国科鼎鑫	9.4495%
3	上海梵木	7.5426%

序号	关联方名称	持股比例(%)
4	上海真有	7.5426%
5	杭州云祥	7.3809%
6	伟创富通	5.6178%

4、持有公司 5%以上股份的股东控制或有重大影响的企业

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	海宁万韬网络科技有限公司	股东杭州云祥有重大影响的其他企业
2	杭州车厘子智能科技有限公司	股东杭州云祥有重大影响的其他企业
3	杭州华图软件有限公司	股东杭州云祥有重大影响的其他企业
4	杭州晨晓科技有限公司	股东杭州云祥有重大影响的其他企业
5	杭州树熊网络有限公司	股东杭州云祥有重大影响的其他企业

5、其他关联自然人

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	谢旭	董事长、总经理
2	孙颖	董事、副总经理
3	罗素琼	董事
4	杨秀英	董事
5	谢成元	董事
6	孙祝宪	董事
7	项建标	董事
8	陈洪武	董事
9	王亚伟	董事
10	林利军	董事
11	David Su	董事
12	黄云刚	监事
13	曾艳	监事
14	吴雅彦	监事会主席
15	邹冬冬	首席技术官
16	曹亮	首席运营官
17	王志燕	首席财务官
18	胡谦骞	首席行政官

公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员，包括配偶、年满18周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母等自然人也为公司的关联方。

6、其他关联企业

序号	公司名称	与本公司的关系
1	上海盛歌投资管理有限公司	本公司董事林利军控制的企业
2	瑞东集团有限公司	本公司董事林利军担任独立非执行董事的企业
3	北京思维造物信息科技有限公司	本公司董事林利军担任董事的企业
4	上海城投控股股份有限公司	本公司董事林利军担任独立董事的企业
5	千合资本管理有限公司	本公司董事王亚伟控制的企业
6	千和投资有限公司	本公司董事林利军担任执行（常务）董事、 总经理的企业
7	杭州盈动投资管理有限公司	本公司董事项建标控制或担任董事或高级管理人员的企业
8	杭州盈开投资管理有限公司	
9	杭州十二楼网络科技有限公司	
10	杭州晨晓科技股份有限公司	
11	杭州盈领投资管理有限公司	
12	杭州盈庆投资管理有限公司	
13	杭州树熊网络有限公司	
14	上海别样红信息技术有限公司	
15	北京亿欧网盟科技有限公司	
16	杭州达则科技有限公司	
17	深圳市晓舟科技有限公司	
18	深圳知新创想科技有限公司	
19	杭州捕翼网络科技有限公司	
20	杭州当客网络科技有限公司	
21	杭州随身教育科技有限公司	
22	杭州美哒网络科技有限公司	
23	北京鼎鑫汇丰投资顾问有限公司	本公司董事陈洪武控制的企业
24	晶纬（上海）投资管理顾问有限公司	本公司董事 David Su 担任董事的企业
25	经纬创投（北京）投资管理顾问有限公司	
26	超传信息技术（上海）有限公司	
27	艾达极星医疗科技（苏州）有限公司	
28	医达极星医疗科技（苏州）有限公司	
29	上海蝶舞信息技术有限公司	
30	蝴蝶互动（北京）信息技术有限公司	
31	蝴蝶互动（上海）信息技术有限公司	
32	苏州工业园区为真生物医药科技有公司	

序号	公司名称	与本公司的关系
33	杭州起码科技有限公司	
34	杭州果麦文化传媒有限公司	
35	上海阜鼎信息科技有限公司	
36	深圳市笨鸟海淘互联网有限公司董事	本公司监事黄云刚担任董事的企业
37	杭州树洞网络科技有限公司董事	
38	浙江格家网络技术有限公司董事	

（二）报告期的关联交易

1、经常性关联交易

（1）关键管理人员报酬

单位：万元

项目	2015 年 1-7 月	2014 年度	2013 年度
关键管理人员薪酬	34.79	50.80	17.52

2、偶发性关联交易

（1）关联方为本公司提供资金

报告期内，关联方曾向本公司提供资金支持，具体情况如下：

单位：万元

关联方	借款日期	借款金额	还款日期	还款金额
杭州君道	2013.05.14	50.00	2014.4.1	5.00
	2013.07.08	15.00	2014.4.1	20.00
	2013.07.08	5.00	2014.4.1	20.00
	2013.08.08	15.00	2014.4.21	5.00
	2013.09.09	15.00	2014.4.21	20.00
	2013.09.16	10.00	2014.4.21	20.00
	2013.10.09	5.56	2014.4.21	20.00
	2013.10.09	20.00	2014.4.21	20.00
	2013.11.08	11.00	2014.4.22	20.00
	2013.11.08	3.44		
		150.00		150.00

公司与杭州君道于 2013 年 5 月至 11 月期间,分别签订 7 份《企业借款合同》,约定杭州君道向公司累计借出款项 150 万元,资金占用费以借款金额为基数按照 7%的年利率计算。上述借款已由公司于 2014 年分期分批全部归还并向杭州君道支付 2013 年度和 2014 年度资金使用费 43,937.14 元、30,270.13 元。

2、关联交易的必要性

公司在报告期初未形成有效的关联交易管理规范体系,公司在报告期初向关联方借入资金,有利于公司日常资金的周转及业务的开拓。随着时间的推移,公司积累了足够的资金后随即归还了关联方的资金。

3、关联交易对财务状况和经营成果的影响

2015 年 9 月 1 日,九言科技召开第一届董事会第二次会议、九言科技召开第一届监事会第二次会议,分别审议通过《关于对公司报告期内关联交易予以确认的议案》,在关联董事回避的情况下,对九言有限曾发生的关联方资金拆借事宜进行确认并发表了明确意见。

2015 年 9 月 16 日,九言科技召开 2015 年度第二次临时股东大会并在关联股东回避的情况下审议通过了《关于对公司报告期内关联交易予以确认的议案》,各股东认为前述期间发生的关联方资金拆借事宜虽未履行必要的关联交易审议程序,但已由关联方全部偿还完毕,未损害公司及股东利益。公司将进一步规范公司资金使用,严格按照公司制度及法律法规的要求,履行关联交易内部审议程序;承诺将严格杜绝向股东、董事、监事、高级管理人员及其他关联方提供借款或以其他方式使其占用公司资金的行为。

上述关联交易并未违反相关法律法规及内部管理制度并得到了关联股东以外全部股东的确认,不存在重大利益输送或损害公司利益的情形;不存在交易不真实、定价不公允及影响公司日常经营的情形,以上关联交易对公司本次申请挂牌并公开转让不构成实质性法律障碍。

4、关联交易的决策程序

九言科技已在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关

联交易管理制度》等其他内部管理制度明确规定了关联交易决策程序，包括关联董事及关联股东分别在董事会及股东大会审议关联交易时的回避表决制度和公允决策程序，避免关联交易侵犯其他股东利益的情形。

为减少和规范关联交易，九言科技出具了《关于关联交易、对外担保、对外投资的承诺函》，承诺的主要内容包括：九言科技将尽量避免与股东及其控制的其他企业之间发生关联交易；如果关联交易难以避免，交易双方将保证交易价格的公允性，且九言科技将按照《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理制度》的规定，严格履行相关程序，保证关联交易公平、公正；如因九言科技前述关联交易事宜对公司利益造成损害的，由公司实际控制人承担全部赔偿责任。

九言科技实际控制人谢旭、孙颖夫妇出具了《实际控制人关于关联资金占用的承诺》，确认与公司之间发生的资金拆借事宜，承诺“严格限制本人及本人控制的关联方与九言科技在发生经营性资金往来中占用资金，不要求九言科技为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不互相代为承担成本和其他支出；本人将不会利用实际控制人身份要求九言科技再将资金直接或间接地提供给本人及本人控制的关联方使用；如果本人及本人控制的关联方违反上述承诺，与九言科技发生非经营性资金往来，占用九言科技资金的，本人承诺立即返还资金，并赔偿九言科技相当于同期银行贷款利率的资金占用费。”

九言科技的全部股东均出具了《承诺函》，承诺“本单位及本单位控制的其他企业将尽可能避免与公司之间发生关联交易；不利用股东地位及影响谋求公司在业务合作等方面给予优于市场第三方的权利；不利用股东地位及影响谋求与公司达成交易的优先权利；对于无法避免或者因合理原因发生的关联交易，本单位将严格遵守《公司法》等有关法律、法规、规范性文件及《杭州九言科技股份有限公司章程》的规定，遵循等价、有偿、公平交易的原则，履行合法程序并订立相关协议或合同，及时进行信息披露，保证关联交易的公允性；本单位承诺不利用该类交易从事任何损害公司及公司其他股东合法权益的行为；就本单位及本单位控制的其他企业与公司之间将来可能发生的关联交易，将督促公司履行合法决策程序，按照《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则》（试行）、《杭

州九言科技股份有限公司信息披露管理制度》及时详细进行信息披露。”

九言科技的董事、监事和高级管理人员均出具了《关于减少及避免关联交易的承诺函》，承诺“将尽可能避免与公司之间的关联交易；对于无法避免或者因合理原因发生的关联交易，本人将严格遵守《公司法》等有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，遵循等价、有偿、公平交易的原则，履行合法程序并订立相关协议或合同，及时进行信息披露，保证关联交易的公允性；本人承诺不通过关联交易损害公司及其他股东的合法权益；本人有关关联交易承诺将同样适用于本人关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）等重要关联方，本人将在合法权限内促成上述人员履行关联交易的承诺。”

因此，九言科技已采取积极措施，制订《关联交易管理制度》、《防范大股东及关联方资金占用专项制度》等制度，完善公司内控管理，尽可能避免关联交易，并防范因关联交易可能对九言科技及其他股东造成的不利影响；就关联方资金往来事宜，九言科技及其股东已作出相关承诺，严格杜绝向股东、董事、监事、高级管理人员及其他关联方提供借款或以其他方式使其占用九言科技公司资金的行为。《公司章程》、《关联交易管理制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《防范大股东及关联方资金占用专项制度》中涉及规范关联交易、杜绝关联方资金占用的条款不存在违反相关法律、法规的情形，并且九言科技与股东已就公司的关联交易及曾存在的关联方资金往来情况作出了相关承诺，确保公司关联交易及曾存在的关联方资金往来不损害九言科技和其他股东的利益。

综上，截至本公开转让说明书签署日，九言科技已建立了规范的关联交易决策制度，公司与关联方之间关联交易定价公允、合理，对公司财务状况无重大影响，不存在损害公司及其他股东利益的情况。

五、提请投资者关注的财务报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

截至本说明书出具之日，公司无需披露的期后事项。

（二）或有事项

截至本说明书出具之日，公司无需披露的或有事项。

（三）其他重要事项

截至本说明书出具之日，公司无需披露的其他重要事项。

六、报告期内资产评估情况

2015年6月28日，有限公司拟整体变更设立股份公司。坤元资产评估有限公司接受委托，以2015年07月31日为评估基准日，对有限公司的净资产公允价值采用资产基础法进行了评估，并出具了《杭州九言科技有限公司杭州九言科技有限公司拟整体变更设立股份有限公司涉及的资产及负债组合评估项目资产评估报告》（坤元评报[2015]344号），评估结果如下：

单位：万元

项目	账面价值	评估价值	增值率
资产总计	26,073.53	26,085.21	0.04%
负债总计	336.63	336.63	-
所有者权益	25,736.90	25,748.58	0.05%

本次评估仅作为杭州九言科技有限公司整体变更设立股份公司的工商登记提供参考，公司未根据该评估结果调账。

七、报告期内股利分配政策、实际股利分配情况及公开转让后的股利分配政策

（一）报告期内股利分配政策

公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- 1、弥补以前年度亏损；
- 2、提取法定盈余公积金。法定盈余公积金按税后利润的 10%提取，法定公积金累计额为注册资本 50%以上的，可不再提取；
- 3、提取任意盈余公积金；
- 4、分配股利。

公司可以采取现金或者股票方式分配股利，按股东在公司注册资本中各自所占的比例分配给各方。公司董事会提出预案，提交股东大会审议通过后实施。

（二）公司报告期内的股利分配情况

报告期内，公司无股利分配情形。

（三）公开转让后的股利分配政策

公司股利分配政策如下：

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。

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。

八、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

报告期内，公司无控股子公司或纳入合并报表的其他企业。

九、可能对公司业绩和持续经营产生不利影响的风险因素及自我评估

（一）报告期内持续亏损的风险

公司报告期内 2015 年 1-7 月、2014 年度及 2013 年度，主营业务收入分别为 41.96 万元、534.05 万元及 133.48 万元；净利润分别为-5,874.99 万元、-1,497.01 万元及-436.79 万元；报告期末未分配利润为-3,671.49 万元。

公司净利润为负数，主要因为公司目前尚处于业务发展阶段，首要目标是积累用户数和流量。公司通过持续的研发及硬件投入、市场推广和品牌塑造，快速的积累产品用户数量。截止至 2015 年 7 月 31 日，公司账面净资产 22,065.41 万元，其中，现金及认购的理财产品总计金额 20,886.23 万元，在未来很长一段时间内足以支持公司的业务开展。

但是，如果公司未来不能通过有效的方式将流量转换成收入，或者即使进行商业变现、变现收入无法涵盖公司经营支出，则公司将面临继续亏损的风险。

应对措施：在收入方面，社交平台已经拥有成熟的商业变现体系。在 in APP 平台的用户规模和活跃度达到预期后，公司将选择合适的时机进行变现，产生收入，逐步达到盈利状态。变现的方式包括：品牌广告、品牌专区运营、个人增值服务、电子商务、O2O 导流等多种模式。在支出方面，公司将根据实际情况，合理安排研发支出及硬件投入。同时，在充分市场调查和数据分析的基础上，公司将有针对性地进行宣传推广和品牌塑造，并通过事前计划、事中监控

和事后总结，力争以最有效的方式获取最大收益。

（二）经营现金流量持续为负的风险

公司报告期内 2015 年 1-7 月，2014 年度及 2013 年度，经营活动现金流量净额分别为-6,803.11 万元、-1,329.19 万元、-331.51 万元，经营活动现金流入量持续为负数。

目前，公司自有资金充足，在未来很长一段时期内足以支持公司的业务开展。但是，如果公司未来不能通过有效方式实现流量到收入的转换，且无法及时通过其他渠道获得资金，则公司的流动性将出现问题，进而影响公司正常业务的发展。

应对措施：社交平台已经拥有成熟的商业变现体系。在 in APP 平台的用户规模和活跃度达到预期情况后，公司将选择合适的时机和合适的合作伙伴，进行商业变现，产生收入和经营性现金流，逐步扭转经营活动产生的现金流量为负数的情况。

（三）政策风险

目前，互联网行业是国家重点扶持和发展的高新技术产业，国家在产业政策方面给予大力支持和鼓励。但是，如果国家对互联网行业的支持政策不再持续，公司经营环境将发生改变，进而对公司经营业绩产生一定影响。

应对措施：“大众创业、万众创新”政策为互联网行业创造了积极的经营环境。公司将实时关注并贯彻执行国家相关法律、法规，积极与监管机构沟通并落实主管部门的相关管理要求。公司将对未来可能发生的，因政策变化而带来的宏观经营环境的改变，做好充分准备工作。

（四）行业竞争风险

随着智能手机普及及应用范围扩展，我国互联网用户对于个性化社交的需求不断增强。一些以文字通信为主的综合类社交平台，相继在其原有产品基础上推出以图片为载体的社交功能，对其社交属性进行补充；同时，其他以图片为主要

表达方式的垂直类社交应用也不断涌现，但其产品大都处于跟随、模仿和学习的阶段。

移动社交行业竞争环境变化迅速，现有社交产品功能的升级更新及未来新涌现的社交类产品均可能对公司的发展构成一定影响。

应对措施：公司目前拥有充足的资金、技术和人才储备，公司将在此基础上，进一步扩充研发和运营团队、加大硬件投入，完善 in APP 各方面的用户体验，提升用户忠诚度；从而进一步增强公司的核心竞争力，增加公司在细分行业内的领先优势，以应对行业竞争风险。

（五）新增用户数量趋缓的风险

与传统的 PC 端社交相比，移动社交具有人机交互、实时场景等特点，能够让用户随时随地地创造并分享内容，让网络最大程度服务于个人的现实生活，移动互联网社交行业正处于高速发展时期。in APP 自上线以来，注册用户数保持高速增长。截止至 2015 年 10 月 31 日，in APP 的注册用户数已达到 5,489.97 万人。

如果未来公司不能通过持续完善用户体验以增强公司的核心竞争力，再加上市场上不断新推出的 APP，则公司将面临新增用户数量趋缓的风险，从而影响公司的运营。

应对措施：目前公司注册用户规模仍然保持较高增长速度，公司将通过以下三方面工作保持新增用户数量稳定增长。首先，公司已经加大研发力度，提升现有产品和服务的品质，完善用户体验；其次，公司将制定合理高效的宣传推广和品牌塑造策略，增强 in APP 的市场影响力和品牌认知度。最后，公司已经有明确产品规划，将在不影响女性用户使用体验、保持 in APP 品牌调性的前提下，在未来版本中逐步增加针对男性用户的功能及设计，以扩大男性用户规模。

（六）未来收入不确定的风险

公司主要从事互联网应用平台的开发和运营，旗下目前主要有两款产品，分别为女性中高端品牌导购平台“爱图购”以及以此为基础拓展形成的移动社交平

台“in APP”。自2014年6月in APP上线后，注册用户数和活跃用户数迅速增长，因此，借鉴国外成熟图片社交平台采用的先积累用户数及流量，再进行商业变现的发展途径，公司决定将现阶段经营策略由“爱图购平台导购变现”调整为“in APP 用户规模和流量的积累”。

目前，in APP 尚处于用户和流量积累阶段，尚未实现收入。公司的主营业务收入来源于“爱图购”，报告期2015年1-7月，2014年及2013年度，主营业务收入分别为41.96万元、534.05万元、133.48万元。

在未来一段时间内公司将继续以积累用户和流量为主要的发展方向，在此期间，如果未来公司所处的市场环境和用户对产品体验发生较大变化，公司不能够通过有效的方式将流量转换成收入，公司未来收入存在不确定的风险。

应对措施：在收入方面，社交平台已经拥有成熟的商业变现体系。在in APP 平台的用户规模和活跃度达到预期后，公司将选择合适的时机进行变现，产生收入，逐步达到盈利状态。变现的方式包括：品牌广告、品牌专区运营、个人增值服务、电子商务、O2O 导流等多种模式首先，社交平台已经拥有成熟的商业变现体系，in APP 作为国内领先的移动图片社交平台，在用户规模和活跃度达到预期后，可直接通过模式进行变现，包括：（1）全覆盖类品牌广告及精准传播类品牌广告，（2）品牌专区运营，（3）个人增值业务等。其次，公司已经完成了与江苏卫视《最强大脑》、浙江卫视《中国好声音》、浙江卫视《奔跑吧兄弟》、湖南卫视“芒果表情”、湖南卫视《我是歌手谁来踢馆》、欧莱雅中国、班尼费特化妆品等多个知名节目或品牌的资源互换，充分证明了in APP 目前的用户规模和活跃度已经具备了较强的商业变现价值。

社交平台的整体商业价值与其用户规模直接相关，目前移动社交行业正处于高速成长的绝佳发展时机，因此in APP 目前将以扩大用户规模、完善用户体验为第一要务，以保持国内领先图片社交平台的地位。在此期间，公司将持续跟踪行业动态，学习并研究市场环境和用户产品体验的变化趋势，结合自身的产品特点和优势，制定合适的商业化策略，为未来大规模商业变现取得收入打下坚实的基础。

（七）产品生命周期风险

目前，移动互联网应用行业市场空间大，发展潜力高，但市场竞争激烈，往往会同时推出多款同类型的产品相互竞争，替代老旧的产品。同时，活跃用户对互联网应用产品有明确的需求和目的，注重产品的细节和用户体验；移动互联网应用产品的更新换代速度很快。因此，如何最大限度的完善用户体验，留存现有用户并提升其活跃度，同时挖掘潜在用户以延长产品的生命周期是行业共同面临的一个挑战和风险。

应对措施：首先，in APP 在产品生命周期方面拥有天然的优势。用户的生活场景以照片的形式沉淀在 in APP 中，用户使用 in APP 的时间越长，in APP 中的照片越多，in APP 对用户的价值就越大，用户会逐渐将自己的线下社交关系链带入社交平台，从而进一步增加对社交平台的依赖。其次，公司在技术、产品和运营团队方面均拥有丰富的经验，未来将通过持续的研发投入、产品设计及运营服务完善用户体验，提升用户对 in APP 的忠诚度，以应对产品生命周期风险。

（八）产品单一的风险

公司旗下主要有两款产品：女性中高端品牌导购平台“爱图购”以及以此为基础拓展形成的移动社交平台 in APP。目前，公司将主要的资源投入到 in APP 的研发、升级和推广。目前公司仅仅主打一款产品，如果未来公司未能及时形成产品多样化、集群化的发展格局，将对公司未来的经营情况及长期发展产生不利影响。

应对措施：一方面，in APP 中集成了照片提升工具、照片云端存储、即时通讯、信息分享、社交关系链拓展、品牌社会化营销等多个功能和服务模块，其功能的多样化、服务的集成化模式符合当下移动互联网应用产品的发展趋势。另一方面，公司已经在互联网行业耕耘多年，通过对爱图购、in APP 两款产品的开发及运营，积累了丰富的行业经验，拥有了充足的技术人员、储备了丰富的产品方案。公司完全有能力在短时间内开发出其他高质量的应用产品。

（九）人才引进和流失风险

作为一个技术密集型行业，移动互联网行业对高级技术人才的依赖性较强。引进专业人才并保持核心技术人员稳定是公司生存和发展的根本，是公司的核心竞争力所在。随着移动互联网行业快速发展，业界对人才的需求不断扩大，高端人才尤其紧俏。同时，随着公司规模的不不断扩大，如果企业文化、考核和激励机制、约束机制不能满足公司发展的需要，将使公司难以吸引和稳定核心技术人员，面临专业人才缺乏和流失的风险，从而削弱公司的竞争力，影响公司的长期经营和未来发展。

应对措施：在企业文化方面，公司采用互联网企业惯例，崇尚平等、轻松、自由的工作氛围，管理结构层级扁平化；在激励机制方面，公司拥有充足的资金储备，可以针对高端人才支付具有市场竞争力的薪酬，同时公司将推出员工期权激励计划，增加激励力度；在考核机制方面，公司建立有完备的员工绩效考核制度；在约束机制方面，高级管理人员及核心技术人员均与公司签订《劳动合同》、《保密协议》、《竞业禁止协议》，高级管理人员还签署了避免与公司发生同业竞争的承诺。

（十）知识产权不易保障且难以维权的风险

虽然我国与知识产权相关的法律法规建设稳步推进，司法保护和行政执法进一步加强。但是与其他国家相比，国内对知识产权的保障整体表现仅属一般。

在移动互联网领域，产品的某些功能获得用户较好反响后，其他企业往往能在短时间内模仿，推出相同或相似的功能，从而影响公司产品的用户忠诚度。知识产权纠纷在移动互联网领域属于高发类纠纷，频次和金额也较大。一旦公司出现知识产权纠纷，将对公司未来的发展产生一定的影响。

应对措施：一方面，in APP 目前在国内图片社交领域已经具有一定的领先优势，其竞争对手大都处于学习、追随阶段。移动互联网应用的热点功能大多具有一定的时效性，简单模仿和追随，缺乏内生创新能力的产品无法维持长久的生命力。另一方面，公司将及时为相关知识产权申请法律保护，保障公司的合法权益。

公司也将密切关注行业内竞争对手的发展动态，一旦发现侵犯公司知识产权的行为，将坚定地通过法律途径维护自身利益。

（十一）取得资质前从事增值电信业务而受行政处罚的风险

公司于 2015 年 9 月取得《增值电信业务经营许可证》。报告期内，公司存在未取得《增值电信业务经营许可证》即开展因特网信息服务业务的行为，不符合《中华人民共和国电信条例》的规定。

公司未收到过主管部门浙江省通信管理局就上述行为提出的任何异议或处罚。主办券商及律师走访了浙江省通信管理局，对主管部门的工作人员进行了访谈，根据工作人员介绍，浙江省通信管理局在为申请企业核发《增值电信业务经营许可证》前，会按照《电信业务经营许可管理办法》的要求，对申请经营增值电信业务的公司及主要出资者和主要经营管理人员三年内是否有违反电信监督管理制度的违法记录进行审核，确认无违法记录方可发证。公司已取得了经营互联网增值业务所需的资质和许可，报告期内曾存在的上述行为已得到纠正。

公司上述的行为仍然存在被主管部门依据《中华人民共和国电信条例》、《电信业务经营许可管理办法》等行政法规和部门规章处罚的法律风险，可能会对公司的经营造成不利影响。

应对措施：公司已取得了经营互联网增值业务所需的经营资质和许可，报告期内曾存在的行为已得到纠正。

（十二）系统安全风险

互联网是由多个计算机相互连接而成的超大型计算机网络，其客观上存在着网络基础设施故障、软件漏洞等系统风险，甚至还存在网络恶意攻击引起整个网络瘫痪的可能性。

公司是基于互联网的移动社交平台运营商，必须确保平台系统的稳定和数据的安全。虽然公司已经采取了一系列措施确保公司的系统以及数据安全，但设备故障、软件漏洞、网络攻击以及自然灾害等因素客观存在，若上述风险发生，将

可能造成公司业务数据丢失或其他严重后果，用户将无法及时享受公司提供的服务，从而影响公司的声誉和经营业绩。

应对措施：在基础设施方面，目前公司机房内服务器及网络设备均有对应备份，可随时切换上线；后续还将通过加大硬件防火墙投入、设置异地双活机房等措施进一步降低基础设施故障风险。在系统本身漏洞方面，公司定期进行安全扫描，实时关注相关平台发布的漏洞信息，通过不断加固和完善系统降低系统本身漏洞风险。在数据备份方面，根据不同数据类型，公司采用了定期数据备份和第三方云存储的方案，保证公司及用户的数据安全。在恶意网络攻击方面，公司也已经采取了加密传输等多种措施防患于未然。

（十三）数据泄露风险

在移动互联网的高速发展下，用户数猛增，移动设备及后台服务器中存储了大量的数据信息。公司通过 in APP 为用户提供社交服务，后台运营过程中，需要对大量数据进行采集、储存和分析。尽管公司已采取多种有效手段防护信息安全，但如果公司受到恶意软件、病毒、甚至黑客攻击的影响，将会导致网络速度减慢，频繁拥塞，甚至信息数据泄露，公司因而可能面临用户体验下降、用户流失、市场声誉受损等风险，进而对公司经营及业绩造成影响。

应对措施：数据安全是系统安全的一部分，因此，公司采取了增强系统安全系数的措施，如漏洞定期扫描、备份管理、数据加密等措施，将有助于公司应对数据泄露的风险。

此外，在数据分析方面，公司对重要数据以及可能暴露用户隐私的数据均进行分析前脱敏处理，保证数据安全。在操作人员审查方面，公司进行了严格的分级授权、分类管理，建立了统一的认证系统，控制与管理操作人员对内网资源的访问，同时对操作人员系统操作进行全程纪录，并定期审查。

（十四）技术创新风险

技术创新是推动互联网产业竞争力提升的重要路径，是互联网公司最重要的

核心竞争力之一。当前，技术更新换代周期缩短已经成为移动互联网行业的重要特性，公司需要不断研发和应用最新的移动互联网技术，以应对行业发展趋势和自身业务发展需求。如果公司不能保持持续的创新能力，则公司将可能面临技术水平落后等风险，从而在一定程度上影响公司的市场竞争地位。

应对措施：首先，公司在图片社交领域内具有较大的技术领先优势，如公司于业内率先推出的多比例图、滤镜叠加等功能，均采用了领先的创新技术。其次，公司深耕于互联网行业，拥有深厚的根基和丰富的经验，未来，公司将继续加大研发投入，保持领先的技术优势和持续的技术创新能力。

（十五）公司内部控制制度尚未运作成熟的风险

有限公司阶段，公司已经制定了与日常生产经营管理相关的内部控制制度，并且得到良好的执行。2015年7月，有限公司整体变更为股份公司后，相应的内部控制制度得以健全，但由于股份公司设立时间距今较短，公司及管理层规范运作意识的提高、相关制度切实执行及完善均需要一定过程。因此，公司短期内仍可能存在相关内部控制制度不能有效执行的风险。

应对措施：公司将依据非上市公众公司要求，健全公司法人治理结构，不断完善公司的股东大会、董事会、监事会的运作机制，完善信息披露机制，提高公司运营管理信息化水平，健全公司财务制度和内控制度。同时，公司聘请了专业中介机构，相关中介机构将从法律、财务、业务等方面指导公司逐步完善内部控制，进行规范运作。

（十六）实际控制人控制风险

截至本公开转让说明书签署之日，公司的控股股东、实际控制人孙颖、谢旭夫妇直接及间接合计持有公司 57.83% 的股份，处于控制地位。

虽然公司引进外部投资者并通过制订及实施“三会”议事规则、避免同业竞争等承诺和措施，进一步完善了公司的法人治理结构，但公司的实际控制人仍可能通过其所控制的股份对公司的管理作出不当决策，公司存在实际控制人控制的

风险。

应对措施：公司为有效防止实际控制人及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源行为的发生，通过制定《公司章程》、《对外担保管理制度》、《投资管理制度》、《关联交易决策制度》等管理制度对公司资金、资产及其他资源的使用、决策权限和程序等内容作出了具体规定。同时，公司实际控制人均已签署《关于减少及避免关联交易的承诺函》、《关于避免同业竞争的承诺函》、等承诺函，承诺规范上述行为。

（十七）公司自我评估

1、根据挂牌条件对持续经营能力的评估

根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》的规定，“持续经营能力，是指公司基于报告期内的生产经营状况，在可预见的将来，有能力按照既定目标持续经营下去。”具体情况如下：

挂牌条件	公司情况
1、公司业务在报告期内应有持续的营运记录，不应仅存在偶发性交易或事项。营运记录包括现金流量、营业收入、交易客户、研发费用支出等。	公司报告期内具有持续的营运记录，在不断投入研发支出的情况下，公司产品的注册用户数和活跃用户数持续稳定增长，符合互联网企业发展的历程和特征。公司虽然还没有实现规模化的收入，但是待公司的用户数和流量累计到一定阶段时候，公司通过成熟的变现模式，可以将流量转换成收入。
2、公司应按照《企业会计准则》的规定编制并披露报告期内的财务报表，公司不存在《中国注册会计师审计准则第 1324 号——持续经营》中列举的影响其持续经营能力的相关事项，并由具有证券期货相关业务资格的会计师事务所出具标准无保留意见的审计报告。	公司已经按照《企业会计准则》的规定编制并披露报告期内的财务报表，公司不存在《中国注册会计师审计准则第 1324 号——持续经营》中列举的影响其持续经营能力的相关事项，公司财务报表业经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计，发表了标准无保留意见。
3、公司不存在依据《公司法》第一百八十一条规定解散的情形，或法院依法受理重整、和解或者破产申请。	公司是永久存续的股份有限公司；公司历次股东大会亦未作出过解散公司的决定。公司的生产经营活动及财务处于正常状况，未出现《公司章程》规定的需要解散的情形，公司未被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销，公司未被法院依法受理重整、和解或者破产申请。

因此,根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引(试行)》的规定来看,公司具备持续经营能力,不存在可预见的对公司持续经营能力产生重大怀疑的事项。

2、根据公司业务发展情况和发展规划对持续经营能力的评估

(1) in APP 注册用户数和月活跃用户数持续稳定增长。

in APP 以女性用户为切入点,主打图片社交,致力于打造“通过照片沉淀女性个人生活和社交关系”的生态圈。女性用户具有关系链密度大,社交刺激频度高的特点;照片则生动直观、浏览快速、承载信息量大;二者结合为 in APP 用户规模及活跃度的快速增长提供了天然的优势。同时,女性用户的聚集会自然吸引男性用户的加入,in APP 目前的女性用户比例超过 90%,为未来平台正式引入男性用户,形成用户规模持续快速增长打下良好的基础。

截至 2015 年 10 月 31 日,in APP 注册用户规模已达到 5,489.97 万,月活跃用户规模达到 1,470.36 万,用户累计上传图片数量 9.42 亿张。根据公司的战略规划,在用户数达到预期规模后,公司将通过品牌广告等多种成熟商业模式快速实现商业化。

(2) in APP 用户群体商业价值高、具有发展潜力。

首先,in APP 目前的主要用户群体为女性,女性注册用户比例超过 90%,而在互联网行业,女性用户的商业价值通常高于男性。一方面,相较于男性,女性具有更强的消费冲动和消费倾向,商业转化率更高;另一方面,女性作为家庭日常消费的中心节点,通常具有更高的消费需求。

其次,in APP 的用户群体中,21 岁至 30 岁用户群体占总用户比例为 49.58%,这一用户群体具有互联网消费能力强、影响力能够辐射全年龄段等优质特性,是具有较高商业价值的优质用户群体。同时,in APP 中 16-20 岁用户占总用户比例也超过 40%,该年龄段用户群体主要由“95 后”及“00 后”构成,具有新颖的思维方式,能够代表未来社会发展方向,这为 in APP 的长期发展奠定基础。

(3) in APP 拥有成熟的商业模式,未来商业变现可期。

在 PC 端,社交平台已经拥有如品牌广告、品牌联合运营、个人增值服务等非常成熟的商业模式。移动社交平台在继承原有 PC 端产品成熟商业模式的基础

上，利用移动设备强大而精准的定位功能和智能终端丰富的生活场景，形成了更加多元化的商业模式。

in APP 作为国内领先的移动图片社交平台，可应用的成熟商业模式包括：1) 全覆盖类品牌广告及精准传播类品牌广告，2) 品牌专区运营，3) 个人增值业务；上述商业模式均已经过成熟社交平台验证。in APP 可探索并进一步发展完善的商业模式包括社交平台电商化、基于位置和兴趣的 O2O 导流、贴纸授权使用、开放式生态圈的竞价广告等。

目前公司已经完成了与江苏卫视《最强大脑》、浙江卫视《中国好声音》、浙江卫视《奔跑吧兄弟》、湖南卫视“芒果表情”、湖南卫视《我是歌手谁来踢馆》、欧莱雅中国、班尼费特化妆品等多个知名节目或品牌的资源互换项目，双方主要合作内容包括：公司提供主题贴纸、互动广场、话题活动等资源；合作方提供官方微博、微信互动以及线下品牌店面推广等资源，并协调明星入驻 in，深度口播。通过与传统媒体及线下消费品牌的资源共享与互换，in APP 在传播自身品牌形象的同时，也证明了本身巨大的商业价值潜力。

（4）公司团队拥有丰富的产品经验、商业化经验和强大的执行力。

公司创始人孙颖在创立爱图购和in APP之前，曾任阿里巴巴旗下淘宝开放平台的创始产品经理，拥有丰富的产品设计、运营推广经验。除此之外，公司团队其他核心成员均拥有五年以上的互联网行业工作经历，对行业发展、产品开发、媒体运营和团队建设等方面具备深刻的理解和执行能力。

在产品设计方面，in APP作出了诸多业界领先的创新，例如，2014年6月，当所有图片社交应用只支持正方形照片的时候，in APP率先推出多比例图片，而Instagram直至2015年8月才推出类似功能；在图片上传体验上，in APP采用了多图缓存队列上传技术，让用户快速发布照片的同时保存高质量的清晰原图；在社交分享上，in APP照顾到国内用户注重隐私的心理，率先推出了“仅自己可见”、“仅朋友可见”等隐私分享模式，实现了社交内容分享的多层次化。

在商业化经验方面，公司团队在前期对爱图购的开发和运营过程中已经积累了丰富的市场推广及商业变现经验。爱图购是国内领先的女性中高端时尚品牌导购网站，报告期内主要收入来源为广告收入，而未来in APP对品牌商的广告收入

也将占较大比重，两者在商业变现方面有一定的共通之处。

in APP自2014年6月6日上线，已先后发布24个版本（V1.0.0至V2.2.0）；每次版本更新前，公司都会邀请用户进行内测，听取用户建议，提升产品的各项使用体验。在16个月内进行了如此多次版本更新，充分展示了公司管理、研发及运营团队强大的执行力。

公司也因此多次获得在互联网领域知名的奖项，诸如“互联网周刊2015社交APP第十名”、“互联网周刊2015最具创新力APP第四名”、“互联网周刊2015图片分享APP第一名”、“经济观察报2015年度APP Top 10”、“腾讯 2015众创新星奖”及“OPPO 软件商店 最佳创意奖”等奖项。

（5）公司目前资金充沛，且未来融资渠道广泛。

目前，公司账面净资产 22,065.41 万元，其中现金及理财产品 20,886.23 万元。一方面，公司目前的现金较为充沛，可充分支持公司开展各项研发、运营和推广活动，最终形成高数量、高质量、高粘性的用户群体；另一方面，公司将选择合适时机进行商业变现，以此为公司带来持续稳定的现金流入，公司可以实现从目前用户积累阶段到商业化阶段的平稳过渡。

公司已制定详细的发展计划，拟通过一系列市场推广和品牌塑造手段，将融资资金转化为用户规模和流量的积累，最终通过多样化的商业模式，形成稳定的盈利模式。公司未来的资金支出主要包括：

①渠道推广和品牌打造。渠道推广指在各公开渠道投放宣传广告，包括室外广告牌、应用商店等；品牌打造的手段包括综艺节目或电影植入、与品牌商或商家联合推广等。通过上述手段，公司可提高 in 的产品知名度、扩大用户覆盖率并提高用户忠诚度。公司预计未来在市场推广和品牌打造方面的投入占已有资金的 75%左右。

②硬件投入。随着用户数和图片上传量的快速增长，公司需要不断加大服务器、宽带等硬件投入，以完善用户体验。公司预计未来在硬件投入方面的支出约占已有资金的 5%左右。

③员工薪酬。随着业务规模的扩大，公司计划至 2015 年年底将员工人数增加到 170 人左右，2016 年底增加至 250 人左右，考虑员工人数的增长和整

体薪酬水平的提高，公司预计未来员工薪酬支出约占已有资金的 20%左右。

此外，公司股东不乏知名投资机构和个人，诸如互联网投资领域知名投资机构经纬创投、拥有中科院背景的国科鼎鑫、知名投资人王亚伟先生和林利军先生等。公司 B+轮融资估值已将近 18 亿元人民币，强大的股东背景对公司未来计划的新一轮融资将起到强有力的支撑作用。

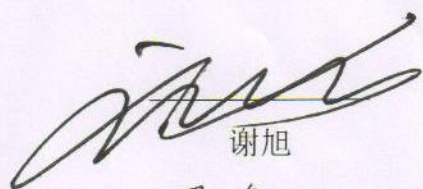
综上所述，一方面，公司目前的现金流较为充沛，可充分支持公司开展各项研发、运营和推广活动，最终形成高数量、高质量、高粘性的用户群体；另一方面，公司已规划在注册用户规模达到一定数量后逐步开放品牌广告等业务，以此能为公司带来持续稳定的现金流入。因此，公司在未来具备了持续盈利的能力。

第五节 有关声明

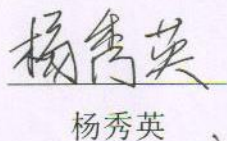
公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让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、完整性承担个别和连带的法律责任。

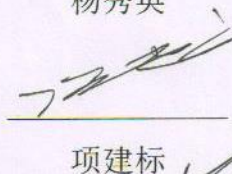
全体董事签名：



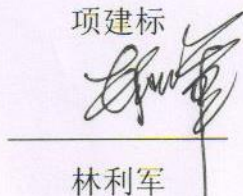
谢旭



杨秀英



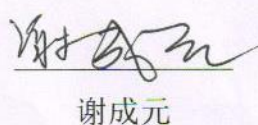
项建标



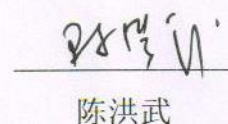
林利军



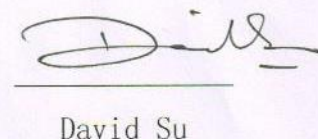
孙颖



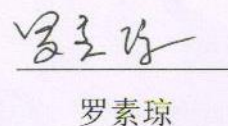
谢成元



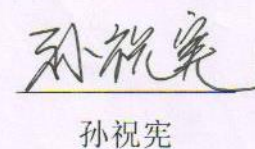
陈洪武



David Su



罗素琼

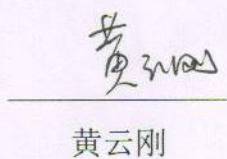


孙祝宪



王亚伟

全体监事签名：



黄云刚

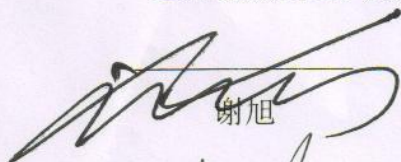


吴雅彦



曾艳

全体高级管理人员签名:



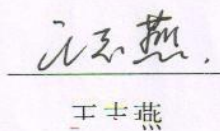
谢旭



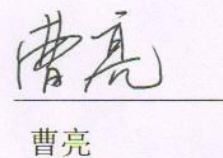
邹冬冬



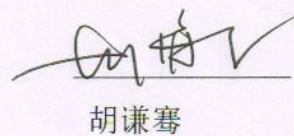
孙颖



王丰燕



曹亮



胡谦骞



杭州九言科技股份有限公司

2016年 2月16 日

主办券商声明

本公司已对公开转让说明书进行了核查，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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

主办券商法定代表人（代为履行）：


周易


华泰证券股份有限公司
2016年2月16日

（本页为杭州九言科技股份有限公司公开转让说明书项目小组签字页。）

项目小组负责人签字：

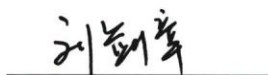


殷晓磊

项目小组成员签字：



许少美



刘剑章



王贯杰



三、发行人律师声明

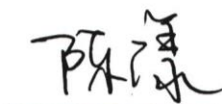
本所及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

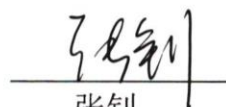


李卓蔚

经办律师：



陈漾



张钊

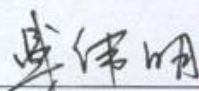
北京市汉坤律师事务所（公章）



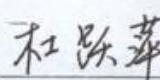
审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《杭州九言科技股份有限公司公开转让说明书》（以下简称公开转让说明书），确认公开转让说明书与本所出具的《审计报告》（天健审〔2015〕6856号）的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对杭州九言科技股份有限公司在公开转让说明书中引用上述报告的内容无异议，确认公开转让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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


肇伟明




杜跃萍



会计师事务所负责人：


吕苏阳



天健会计师事务所（特殊普通合伙）

（特殊普通合伙）2016年2月16日



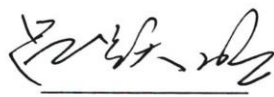
五、资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认公开转让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、准确性和完整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：


吕跃明
李继宏

坤元资产评估有限公司（公章）



2016年2月16日

第六节 附件

- 一、主办券商推荐报告；
- 二、财务报表及审计报告；
- 三、法律意见书；
- 四、公司章程；
- 五、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见；
- 六、其他与公开转让有关的重要文