

# 浙江启冠网络股份有限公司

Zhejiang Qiguan Network Co. Ltd.



## 公开转让说明书

主办券商



(湖北省武汉市新华路特8号长江证券大厦)

二零一七年三月

## 挂牌公司声明

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。

中国证监会、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。

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。

## 重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意下列风险及重大事项：

### （一）实际控制人不当控制的风险

公司的实际控制人为杨彬彬，直接和间接控制股份公司 940 万股的权益，占比 94%，处于绝对控股地位。虽然公司对中小股东权益作出相应保护机制，并制定了三会议事规则以及对外投资、重大担保以及关联交易公允决策的制度，但若控股股东、实际控制人利用其实际控制权，对公司经营、人事、财务等进行不当控制，仍可能会给公司经营和其他股东带来不利影响。

### （二）公司治理风险

有限公司阶段，公司的法人治理结构不完善，公司管理层规范治理意识比较薄弱，公司治理曾存在一些问题，如存在未召开定期股东会会议、执行董事和监事未定期向股东会报告工作；监事未切实发挥监督作用。2016 年 11 月 14 日股份公司成立后，公司逐步建立健全了法人治理结构，制定了适应企业现阶段发展的内部控制制度，但股份公司成立时间短，各项管理制度的执行需要经过一段时间的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐步完善。随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，业务范围不断扩展，人员不断增加，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

### （三）应收账款无法回收的风险

公司客户主要为互联网行业内企业，包括电子商务网站、网络服务公司及网络游戏公司等；由于互联网行业为创业型新兴行业，互联网企业普遍存在盈利模式不确定、轻资产、亏损经营等特点，持续盈利能力存在较强的不确定性。公司 2016 年 8 月 31 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日应收账款余额分别为 7,152,522.92 元、4,105,458.39 元、1,869,369.75 元，各期末应收账款净额占当期末流动资产的比例分别为 37.26%、44.70% 和 38.21%。虽然报告期内，公司未发生客户应收账款无法回收的情况，但若未来经营中公司应收账款余额进一步增加，出现大额应收账款无法按时回收的，将会对公司现金流、利润等方面产生

不利影响，从而影响到公司的平稳经营。

#### （四）经营性现金流不足的风险

报告期内，公司 2016 年 1-8 月、2015 年度、2014 年度的经营活动现金流量净额分别为-440,845.14 元、-326,100.46 元、582,585.64 元，经营活动现金流量净额显示比较脆弱。主要原因为公司目前的业务仍处于起步成长阶段，研发、市场推广以及品牌推广需要较大的资金投入，报告期内经营性现金流出分别为 2,412.51 万元、2,551.38 万元、2,089.98 万元；由于公司此阶段需不断根据市场推广的反馈提升互联网广告营销服务质量，报告期的经营性现金流入较弱，分别为 2,368.42 万元、2,518.77 万元、2,148.23 万元，因此导致公司近两年的经营性现金流量净额为负数。由于公司仍需持续进行技术研发、市场推广，并不断提升服务品质，同时也存在市场需求发生变化的情形，因此公司存在经营性现金流不足的风险。

#### （五）技术人员流失的风险

互联网广告及互联网应用技术行业作为技术密集型和资本密集型行业，在行业内的主要竞争最终是人才的竞争。而公司作为**国家高新技术企业**，员工的稳定性，尤其是技术、研发团队的结构稳定，对公司持续稳定经营至关重要。目前，公司正处于快速发展的阶段，业务种类不断丰富，销售规模不断增长，销售区域也不断扩大，但规模较小，如果公司的人力资源不能跟随业务的增长而同步扩张，或者公司的核心人才队伍不稳定，流动性过强，都会影响公司经营活动的正常开展，尤其是核心技术人员的流失将会对公司造成较大影响。

#### （六）研发项目未达预期风险

公司未来研发项目包括云数据库平台、数据热力图、电视与互联网平台的互动融合等。如果研发成果的市场接受度不高或研发过程中出现问题未能实现项目要求，将对公司未来业务的持续发展及未来利润水平产生较大的影响。

#### （七）客户广告投放相关的合规风险

公司的业务系通过自建的 DSP 系统平台，对接客户和运营商资源，通过实时竞价模式将客户的广告信息投放至加盟网站的广告位上，展现给网页的浏览

者。虽然公司已建立了二级营销信息发布的审查机制，客户发布的营销信息必须经过审查通过后方可进行营销信息的投放，且公司在与客户签订的销售合同中约定客户应保证其推广信息符合法律法规的规定，客户对于因违规广告给公司带来的损失需要承担赔偿责任。但是，如果少数客户刻意隐瞒其产品或服务的真实情况，公司又未能及时发现，致使投放的广告违反相关法律法规，则公司可能面临因此产生法律纠纷的风险。

#### **（八）知识产权受侵害风险及对策**

公司所有的系统和服务产品都是研发人员的智力成果，属于知识密集型产品，产品附加值高也是体现公司的创造力和核心竞争力的一个重要因素，但产品内容易复制、模仿，存在被他人侵权、盗版的情形，市场上仿冒产品和侵犯知识产权的现象屡禁不止；许多优秀产品一旦推向市场，受到推崇之后，就可能被其他商家恶意仿冒或出现其他侵犯知识产权的情况。侵害知识产权的行为可能损害或降低公司的品牌价值，对公司产品销售造成一定的冲击。公司面临着知识产权受到侵害的风险；若知识产权保护力度不足，将会对行业的发展产生一定的影响。

#### **（九）市场竞争的风险**

互联网广告行业是一个市场空间巨大的行业，发展速度远超传统广告行业，但是我国互联网广告行业基本处于完全竞争状态，行业内各种类型的广告营销公司数量众多，虽然立足点有所差异，但是互联网广告营销市场整体竞争激烈。在日新月异不断升级的市场竞争态势中，尽管公司不断提升自身业务水平、创新能力以及营销能力，但面对大量竞争对手，不排除公司的业务、财务状况及经营业绩受到不利影响冲击的风险。

# 目 录

释 义.....	1
第一节 公司概况.....	4
一、公司基本情况.....	4
二、股份挂牌情况.....	5
三、公司股东情况.....	7
四、公司历史沿革.....	9
五、子公司及分支机构基本情况.....	15
六、重大资产重组情况.....	18
七、公司董事、监事及高级管理人员情况.....	18
八、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表.....	20
九、本次挂牌的有关机构.....	22
第二节 公司业务.....	24
一、公司主营业务、主要产品或服务及用途.....	24
二、公司内部组织结构.....	31
三、公司商业模式.....	42
四、公司业务关键资源要素.....	46
五、公司主营业务相关情况.....	53
六、公司所处行业概况、市场规模及行业基本风险特征.....	60
第三节 公司治理.....	76
一、报告期内股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况.....	76
二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果.....	77
三、报告期内公司及其控股股东、实际控制人违法违规及受处罚情况.....	79
四、环境保护、产品质量、安全生产情况.....	80
五、公司独立运营情况.....	80
六、同业竞争情况及其承诺.....	81
七、公司权益是否被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业损害的说明.....	83
八、董事、监事、高级管理人员.....	84
九、近两年董事、监事、高级管理人员的变动情况.....	88
第四节 公司财务.....	89
一、财务报表.....	89
二、审计意见.....	108
三、财务报表编制基础及合并范围变化情况.....	108
四、主要会计政策和会计估计.....	108
五、主要税项.....	122
六、最近两年的主要会计数据和财务指标及分析.....	122
七、营业收入、利润及变动情况.....	132
八、主要成本、费用及变动情况.....	133

九、重大投资收益.....	136
十、非经常损益.....	136
十一、主要资产.....	138
十二、主要负债.....	151
十三、股东权益情况.....	157
十四、关联方、关联方关系及关联方往来、关联方交易.....	158
十五、需提醒投资者关注的期后事项、或有事项及其他重要事项.....	162
十六、报告期内，公司进行资产评估情况.....	162
十七、报告期内股利分配政策、利润分配情况以及公开转让后的股利分配政策.....	163
十八、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况.....	163
十九、特有风险提示.....	164
<b>第五节 有关声明</b> .....	<b>169</b>
一、公司全体董事、监事及高级管理人员签名及公司盖章.....	169
二、主办券商声明.....	170
三、律师声明.....	171
四、审计机构声明.....	172
五、资产评估师事务所声明.....	173
<b>第六节 附件</b> .....	<b>174</b>
一、主办券商推荐报告.....	174
二、财务报表及审计报告.....	174
三、法律意见书.....	174
四、公司章程.....	174
五、其他与公开转让有关的重要文件.....	174

## 释 义

除非本文另有所指，下列词语具有的含义如下：

公司、股份公司、本公司、启冠网络	指	浙江启冠网络股份有限公司
有限公司、启冠有限	指	杭州启冠网络技术有限公司，系股份公司前身
股东会	指	杭州启冠网络技术有限公司股东会
股东大会	指	浙江启冠网络股份有限公司股东大会
董事会	指	浙江启冠网络股份有限公司董事会
监事会	指	浙江启冠网络股份有限公司监事会
公司章程	指	浙江启冠网络股份有限公司章程
“三会”议事规则	指	股份公司《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
主办券商、长江证券	指	长江证券股份有限公司
云赞投资	指	杭州云赞投资管理有限公司
杭州点顺	指	杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）
杭州掘购	指	杭州掘购网络科技有限公司
金茂	指	上海市金茂律师事务所
永拓	指	北京永拓会计师事务所（特殊普通合伙）
同致信德	指	同致信德（北京）资产评估有限公司
杭州鼎妙	指	杭州鼎妙科技有限公司
DSP	指	DSP 是 Demand-Side Platform 的缩写，即需求方平台，以精准营销为核心理念。这一概念起源于网络广告发达的欧美，是伴随着互联网和广告业的飞速发展新兴起的网络广告领域。它与 Ad Exchange 和 RTB 一起迅速崛起于美国，已在全球快速发展。
SSP	指	SSP 是 Sell-Side Platform 的缩写，即供应方平台。这一概念是伴随着互联网和广告业的飞速发展而来的，

		SSP，与 DSP、Ad Exchange 和 RTB 一起迅速崛起于欧美，属于新兴的网络展示广告领域。供应方平台能够让出版商也介入广告交易，从而使它们的库存广告可用。
RTB	指	RTB (Real Time Bidding) 实时竞价，是一种利用第三方技术在数以百万计的网站或移动端针对每一个用户展示行为进行评估以及出价的竞价技术。与大量购买投放频次不同，实时竞价规避了无效的受众到达，针对有意义的用户进行购买。
精准营销	指	精准营销(Precision Marketing)是指企业充分利用各种新式媒体，将营销信息推送到比较准确的受众群体中，从而既节省营销成本，又能起到最大化的营销效果。这里的新式媒体，一般意义上指的是除报纸、杂志、广播、电视之外的媒体。
ADX 平台	指	Ad Exchange 的简称，是指广告交易平台，针对每次展示进行实时竞价的推广交换市场，能帮助广告网络、DSP 和第三方技术提供商通过实时竞价的方式购买众多互联网站点的广告资源
SDK	指	软件开发工具包（外语首字母缩写：SDK、外语全称：Software Development Kit）一般都是一些软件工程师为特定的软件包、软件框架、硬件平台、操作系统等建立应用软件时的开发工具的集合。软件开发工具包括广义上指辅助开发某一类软件的相关文档、范例和工具的集合。
Lua	指	Lua 是一个小巧的脚本语言，由标准 C 编写而成，几乎在所有操作系统和平台上都可以编译、运行。Lua 脚本可以很容易地被 C/C++ 代码调用，也可以反过来调用 C/C++ 的函数，这使得 Lua 在应用程序中可以被广泛应用。不仅仅作为扩展脚本，也可以作为普通的配置文件，代替 XML, ini 等文件格式，并且更容易理解和维护。
行为标签	指	基于文本主题抽取模型，在 PB 级的 url 数据中，筛选出用户在一个周期内在网上的浏览轨迹，基于用户的网上浏览轨迹这个高维稀疏的矩阵，通过 PCA 等降维手段，将用户的行为特征减少到集群能够处理的维度。然后，通过多分类和关联分析等算法，生成用户的主要特性标签。
Hadoop 技术框架	指	Hadoop 是一个由 Apache 基金会所开发的分布式系统基础架构。用户可以在不了解分布式底层细节的情况下，开发分布式程序。充分利用集群的威力进行高速运算和存储。
CPM	指	Cost Per Thousand Impression 的简称，是一种按投放展示次数收费的定价模式

CPA	指	Cost Per Action 的简称，是指按投放实际效果，即按回应的有效问卷或定单来计费，而不限投放量
CPC	指	Cost Per Click 的简称，是一种按投放点击量收费的定价模式
CPS	指	Cost Per Sale 的简称，是指根据每个订单/每次交易来收费的定价模式。
BAT	指	BAT 是中国互联网公司百度公司(Baidu)、阿里巴巴集团(Alibaba)、腾讯公司(Tencent)三大互联网公司首字母缩写。
Cookie	指	储存在用户终端上的一串独特的文本代码，可用于识别用户，对精准营销有很大价值。
ISV	指	ISV 是 Independent Software Vendors 的英文缩写，意为“独立软件开发商”，特指专门从事软件的开发、生产、销售和服务的企业。
报告期	指	2014 年度，2015 年度，2016 年 1-8 月
元、万元	指	人民币记账单位

注：本公开转让说明书中合计数与各单项加总不符均由四舍五入所致。

## 第一节 公司概况

### 一、公司基本情况

公司名称：浙江启冠网络股份有限公司

英文名称：Zhejiang Qiguan Network Co. Ltd

法定代表人：徐成杰

有限公司成立日期：2011年9月15日

股份公司成立日期：2016年11月14日

注册资本：1000万元

住所：浙江省杭州市萧山区经济技术开发区启迪路198号A-B102-396号

邮编：311200

电话：0571-88179266

传真：0571-88179266

网址：<http://www.chamspire.com>

统一社会信用代码：9133010958029776XR

信息披露负责人：徐成杰

电子信箱：[xucj@pv25.com](mailto:xucj@pv25.com)

所属行业：根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），公司所处行业门类为I类：互联网和相关服务，行业代码为I64；根据我国《国民经济行业分类》（2011年修订）国家标准（GB/T4754-2011），公司所处行业属于互联网和相关服务（I64）下的互联网信息服务（I6420）；根据全国中小企业股份转让系统《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业属于互联网和信息服务（I64）下的互联网信息服务（I6420）；根据全国中小企业股份转让系统《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业属于互联网软件与服务（17101010）。

主营业务：互联网广告推广。

公司的经营范围：设计、制作、代理、发布广告；网络技术、计算机软硬件（除网络游戏）、电子产品（除电子出版物）、通讯产品的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；网络建设；计算机软硬件、电子产品、通讯产品的销售；第二类增值电信业务中的信息服务业（仅限互联网信息服务）；其它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、股份挂牌情况

### （一）股票代码、股票简称、股票种类、挂牌日期等

股票代码：

股票简称：

股票种类：人民币普通股

每股面值：每股人民币 1.00 元

股票总量：1000 万股

挂牌日期：【】年【】月【】日

股票转让方式：协议转让

### （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

《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）》第2.8条规定：“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票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”。

公司全体股东承诺：自股份公司成立之日起一年内，本人不转让持有的公司股份。

实际控制人杨彬彬及其控制的企业云赞投资、杭州点顺分别承诺：其在挂牌前直接或间接持有的股票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。

除上述锁定期外，担任公司董事、监事、高级管理人员的杨彬彬、徐成杰、徐杰、杨帆、丁刚、夏礼锦、陈飞、金晓燕还分别承诺：在其任职期间，每年转让的股份不超过其所持有公司股份总数的百分之二十五，离职后六个月内，不转让其所持有的公司股份。

除上述情况，公司全体股东所持股份无质押或冻结等转让受限情况。

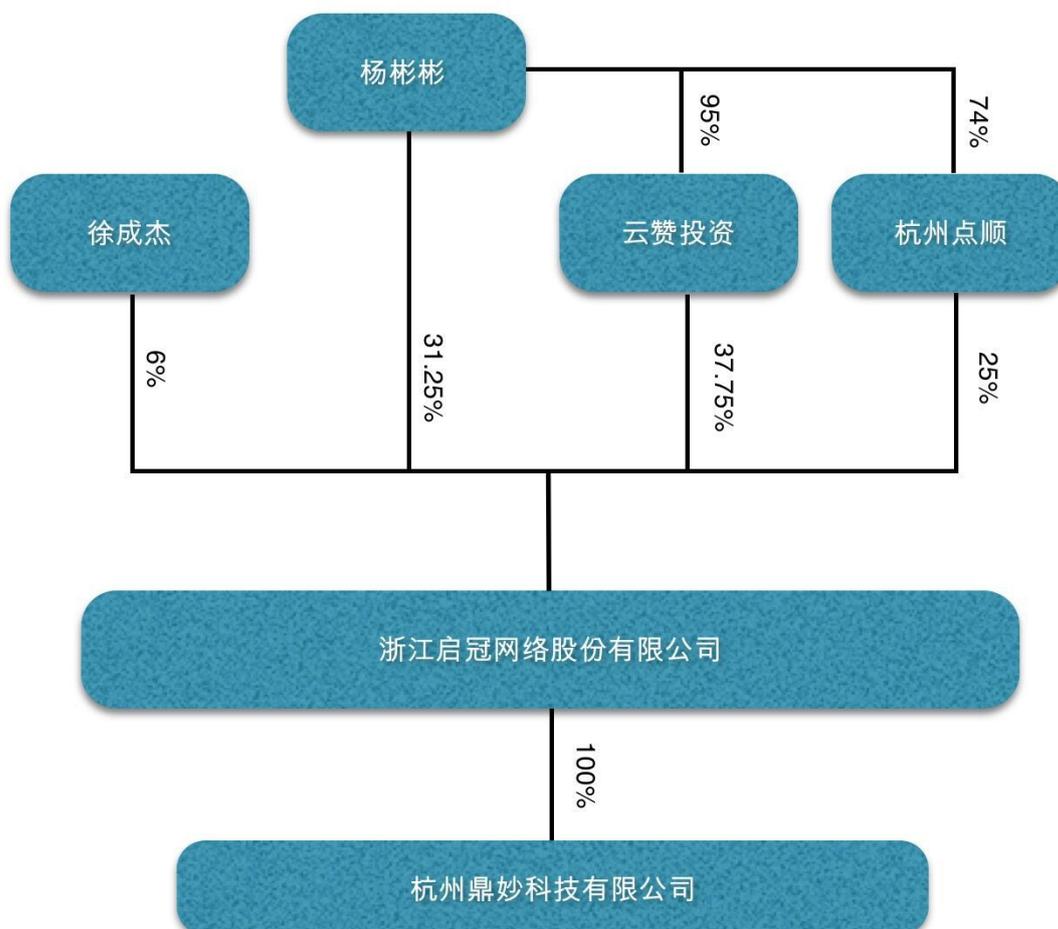
截至公司股票在全国股份转让系统挂牌之日，股份公司成立未满一年，公司现有股东持股情况及本次可进行公开转让的股份数量如下：

序号	股东名称	职务	持股数量 (股)	持股比例 (%)	是否存在 质押 或冻结	本次可进入全国 股转系统转让的 股份数量(股)
1	杨彬彬	董事长	3,125,000	31.25	否	0
2	徐成杰	董事、总 经理、董 事会秘书	600,000	6.00	否	0
3	杭州点顺	——	2,500,000	25.00	否	0
4	云赞投资	——	3,775,000	37.75	否	0

合计	10,000,000	100.00		0
----	------------	--------	--	---

### 三、公司股东情况

#### (一) 公司股权结构图



#### (二) 公司股东持股情况

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例 (%)	股东性质	股份是否存在 质押或争议
1	杨彬彬	3,125,000	31.25	境内自然人	否
2	徐成杰	600,000	6.00	境内自然人	否
3	杭州点顺	2,500,000	25.00	境内有限合伙	否
4	云赞投资	3,775,000	37.75	境内非国有法人	否

合计	10,000,000	100.00		
----	------------	--------	--	--

## 1、公司自然人股东基本情况

(1) 股东杨彬彬的基本情况，详见本《公开转让说明书》的“第一节 公司概况”之“三、公司股东情况”之“（四）控股股东和实际控制人基本情况以及最近两年内发生变化情况”部分。

(2) 股东徐成杰的基本情况，详见本《公开转让说明书》的“第一节 公司概况”之“七、公司董事、监事及高级管理人员情况”部分。

## 2、投资机构基本情况

(1) 股东杭州云赞投资管理有限公司基本情况：

公司名称	杭州云赞投资管理有限公司			
注册号	91330105MA27X12962			
公司类型	有限公司			
成立日期	2016年3月3日			
营业期限	自2016年3月3日至长期			
住所	杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路198号A-B102-537室			
法定代表人	杨彬彬			
注册资本	377.5万元			
经营范围	一般经营项目：投资管理；投资咨询（除证券、期货）（上述经营范围未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）			
高管情况	执行董事		杨彬彬	
	经理		白艳虹	
	监事		梁荣	
股权结构	序号	出资人	出资金额（万元）	出资比例（%）
	1	杨彬彬	358.625	95.00%
	2	杨帆	18.875	5.00%
合计			377.50	100

## (2) 股东杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）基本情况：

企业名称	杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）				
注册号	91330105MA27X47Q5G				
企业类型	有限合伙				
成立日期	2016年3月17日				
营业期限	自2016年3月17日至长期				
住所	杭州市萧山区萧山经济技术开发区启迪路198号A-B102-536室				
执行事务合伙人	杨彬彬				
注册资金	250万元				
经营范围	一般经营项目：投资管理；投资咨询（除证券、期货）（上述经营范围未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）				
合伙人情况	序号	出资人	出资金额（万元）	出资比例（%）	合伙人类别
	1	杨帆	2.50	1.00	有限合伙人
	2	杨彬彬	185.00	74.00	普通合伙人
	3	夏礼锦	10.00	4.00	有限合伙人
	4	丁刚	50.00	20.00	有限合伙人
	5	陈飞	2.50	1.00	有限合伙人
合计			<b>250.00</b>	<b>100.00</b>	

上述股东中杭州点顺、云赞投资为杨彬彬及公司员工设立的持股平台，不属于私募投资基金管理人或私募投资基金，因此，杭州点顺、云赞投资不需要按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关规定履行登记备案程序。

## (三) 股东之间关联关系

股东杨彬彬为股东云赞投资的控股股东，持有云赞投资95%的股权；股东杨彬彬为股东杭州点顺的普通合伙人，持有杭州点顺74%的合伙份额。云赞投资和杭州点顺均为杨彬彬控制的企业。除此之外，股东之间不存在其他关联关系。

## (四) 控股股东和实际控制人基本情况以及最近两年内发生变化情况

## 1、控股股东和实际控制人的基本情况

股份公司的控股股东为云赞投资和杨彬彬；实际控制人为杨彬彬。目前公司第一大股东云赞投资持有公司 37.75%股份，第二大股东杨彬彬持有公司 31.25%股份；同时云赞投资系杨彬彬控制企业；其合计持有公司股份超过 50%，依其出资额或者持有的股份所享有的表决权足以对股东大会的决议和公司经营活动产生重大影响。因此认定为股份公司控股股东为云赞投资和杨彬彬；由于杨彬彬持有云赞投资 95%权益，能够实际控制该企业。因此认定股份公司实际控制人为杨彬彬。

因此，根据《公司法》的相关规定，认定云赞投资和杨彬彬为公司的控股股东；认定杨彬彬为公司的实际控制人。

杨彬彬，董事长，男，1982 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2007 年 7 月毕业于杭州师范大学电子商务专业，本科学历。2006 年 10 月至 2011 年 9 月，就职于杭州九赢科技有限公司，任总经理；2011 年 9 月至今，就职于公司，任监事。现任公司董事长。

股东杭州云赞投资管理有限公司基本情况详见本《公开转让说明书》的“第一节 公司概况”之“三、公司股东情况”之“（二）公司股东持股情况”部分。

## 2、公司控股股东和实际控制人最近两年变动情况

报告期内，公司的控股股东发生变动，但公司实际控制人未发生变动。控股股东变动情况如下：报告期初，公司第一大股东杨彬彬，为公司控股股东。2016 年由于公司发生增资行为导致公司股东和股权结构发生变化，公司第一大股东变更为云赞投资，第二大股东为杨彬彬；同时杨彬彬持有云赞投资 95%权益，能够实际控制该企业。从而导致控股股东变更为杨彬彬和云赞投资。控股股东的变更，并未导致实际控制人发生变更，也未影响公司的经营管理。

## 四、公司历史沿革

### （一）有限公司设立

2011 年 09 月 15 日，杭州启冠网络技术有限公司经杭州市工商行政管理局拱墅分局核准，由李良晨、杨彬彬、阮军建、徐成杰共同出资成立。营业执照注册号：330105000225043，注册资本：100 万元，法定代表人：李良晨，住所：

杭州市拱墅区莫干山路 789-5 号至 789-9 号、美都广场商铺 9、10、11、12 号（杭州万成酒店管理有限公司 115 室），经营范围：许可经营项目：无；一般经营项目：网络技术、计算机软硬件、电子产品、通讯产品的技术开发、技术服务（法律法规需前置审批的项目除外）、技术咨询、成果转让；网站建设；计算机软硬件、电子产品通讯产品的销售；其他无需报经审批的一切合法项目。

2011 年 9 月 15 日，杭州同华会计师事务所（普通合伙）出具了杭同会验字[2011]第 A963 号《验资报告》，根据协议、章程的规定，公司申请登记的注册资本为人民币 100.00 万元，由李良晨、杨彬彬、阮军建、徐成杰于 2011 年 09 月 15 日之前缴足。经其审验，截至 2011 年 09 月 15 日止，公司已收到上述股东缴纳的注册资本（实收资本），合计人民币 100.00 万元。各股东均以货币出资。

有限公司设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资金额（万元）		出资比例（%）
		认缴	实缴	
1	李良晨	10.00	10.00	10.00
2	杨彬彬	65.00	65.00	65.00
3	阮军建	15.00	15.00	15.00
4	徐成杰	10.00	10.00	10.00
合计		100.00	100.00	100.00

## （二）有限公司第一次股权变更

2012 年 7 月 18 日，公司召开股东会，决议：（1）同意股东李良晨将其在公司 2.5%的股权 2.5 万元出资额以 2.5 万元的价格转让杨彬彬，股东李良晨将其在公司 7.5%的股权 7.5 万元出资额以 7.5 万元的价格转让阮军建。（2）选举徐成杰为执行董事、杨彬彬为监事。免去上届董事李良晨的职务、免去上届监事杨彬彬的职务。（3）同意公司法定代表人由李良晨变更为徐成杰。

2012 年 7 月 18 日，股东李良晨与杨彬彬签订了《股权转让协议书》，股权转让价格为平价转让。

2012 年 7 月 18 日，股东李良晨与阮军建签订了《股权转让协议书》，股权转让价格为平价转让。

2012年7月18日,公司在杭州市工商行政管理局拱墅分局办理了工商变更手续。

此次变更后,公司的股权结构情况如下:

序号	股东姓名	出资金额(万元)		出资比例(%)
		认缴	实缴	
1	杨彬彬	67.50	67.50	67.50
2	阮军建	22.50	22.50	22.50
3	徐成杰	10.00	10.00	10.00
合计		100.00	100.00	100.00

### (三) 有限公司第二次股权转让

2016年3月8日,公司召开股东会,决议:同意阮军建将拥有的公司22.5%的股权22.5万元出资额以22.5万元的价格转让给杨彬彬。

2016年3月8日,股东阮军建与杨彬彬签订了《股权转让协议书》,股权转让价格为平价转让。

2016年3月24日,公司在杭州市萧山区市场监督管理局办理了工商变更手续。

此次变更后,公司的股权结构情况如下:

序号	股东姓名	出资金额(万元)		出资比例(%)
		认缴	实缴	
1	杨彬彬	90.00	90.00	90.00
2	徐成杰	10.00	10.00	10.00
合计		100.00	100.00	100.00

### (四) 有限公司第一次增资

2016年4月7日,公司召开股东会,决议:同意将公司注册资本增加至500万元。新增的400万元出资由原股东杨彬彬认缴66.25万元,原股东徐成杰认缴20万元,同意新增两名股东,杭州云赞投资管理有限公司认缴188.75万元,杭州点顺投资管理合伙企业(有限合伙)认缴125万元。

2016年4月12日,北京兴华会计师事务所(特殊普通合伙)出具了[2016]京会兴验资第68000010号《验资报告》,经其审验,根据股东会决议和章程修正案的规定,公司申请增加注册资本人民币400.00万元,由杭州云赞投资管理有限

公司、杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）、杨彬彬、徐成杰于2016年04月11日之前缴足。经其审验，截至2016年04月11日止，公司已收到上述股东缴纳的注册资本（实收资本），合计人民币400.00万元。各股东均以货币出资。

2016年4月25日，公司在杭州市萧山区市场监督管理局办理了工商变更手续。

此次变更后，公司的股权结构情况如下：

序号	股东姓名	出资金额（万元）		出资比例（%）
		认缴	实缴	
1	杨彬彬	156.25	156.25	31.25
2	徐成杰	30.00	30.00	6.00
3	杭州云赞投资管理有限公司	188.75	188.75	37.75
4	杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）	125.00	125.00	25.00
合计		<b>500.00</b>	<b>500.00</b>	<b>100.00</b>

#### （五）有限公司第二次增资

2016年4月28日，公司召开股东会，决议：同意变更注册资本，变更后为1000万元。新增的500万元出资由原股东杨彬彬认缴156.25万元，徐成杰认缴30万元，杭州云赞投资管理有限公司认缴188.75万元，杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）认缴125万元。

2016年4月27日，北京兴华会计师事务所（特殊普通合伙）出具了[2016]京会兴验资第68000011号《验资报告》，根据股东会决议和章程修正案的规定，公司申请增加注册资本人民币500.00万元，由杭州云赞投资管理有限公司、杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）、杨彬彬、徐成杰于2016年04月26日之前缴足。经其审验，截至2016年04月26日止，公司已收到上述股东缴纳的注册资本（实收资本），合计人民币500.00万元。各股东均以货币出资。

2016年4月28日，公司在杭州市萧山区市场监督管理局办理了工商变更手续。

此次变更后，公司的股权结构情况如下：

序号	股东姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）
----	------	----------	---------

		认缴	实缴	
1	杨彬彬	312.50	312.50	31.25
2	徐成杰	60.00	60.00	6.00
3	杭州云赞投资管理有限公司	377.50	377.50	37.75
4	杭州点顺投资管理合伙企业(有限合伙)	250.00	250.00	25.00
合计		<b>1000.00</b>	<b>1000.00</b>	<b>100.00</b>

#### (六) 有限公司整体变更为股份公司

2016年8月10日,有限公司召开股东会并作出决议:同意以2016年8月31日为改制基准日,以经审计的净资产折股,整体变更设立股份有限公司,企业名称为浙江启冠网络股份有限公司。

2016年10月8日,北京永拓会计师事务所(特殊普通合伙)出具京永审字[2016]第146244号《审计报告》。经审计,有限公司于2016年8月31日净资产值为13,007,533.02元。

2016年10月8日,同致信德(北京)资产评估有限公司出具同致信德评报子(2016)第300号《评估报告》。经评估,有限公司于2016年8月31日净资产为人民币1,317.33万元。

2016年10月11日,有限公司召开股东会并作出决议,同意以有限公司截至2016年8月31日的经审计的净资产13,007,533.02元按1:0.7688的比例折为股份有限公司的总股本1000万股,其余3,007,533.02计入股份公司的资本公积,将有限公司整体变更为股份有限公司。现有股东作为发起人股东,持股比例不变;发起人以其在有限公司拥有的权益所对应的公司净资产按原股权比例投入股份公司;同日,公司全体股东作为发起人,签署《发起人协议》。

2016年10月26日,公司职工代表大会选举产生金晓燕为股份公司第一届监事会的职工代表监事。

2016年10月27日,公司召开创立大会暨第一次股东大会,审议通过了《浙江启冠网络股份有限公司章程》;选举杨彬彬、徐成杰、杨帆、徐杰、丁刚为股份公司第一届董事会董事;选举陈飞、夏礼锦为公司监事;并通过了《浙江启冠网络股份有限公司股东大会议事规则》、《浙江启冠网络股份有限公司董

事会议事规则》、《浙江启冠网络股份有限公司监事会议事规则》等规章制度。

2016年10月28日，北京永拓会计师事务所（特殊普通合伙）出具京永验字〔2016〕21134号《验资报告》。经审验，截至2016年10月28日止，股份公司（筹）已收到全体股东拥有的杭州启冠网络技术有限公司截至2016年8月31日经审计的净资产人民币13,007,533.02元，根据公司折股方案，将收到的净资产按1:0.7688的折股比例折合股份总数1000万股，每股面值1元，总计股本人民币1000万元，超过折股部分的净资产3,007,533.02元计入股份公司（筹）资本公积。

2016年11月14日，杭州市市场监督管理局核准了上述变更事项并为股份公司换发了新的《企业法人营业执照》（注册号：9133010958029776XR）。

股份公司设立时，公司的股权结构如下：

序号	股东名称	出资形式	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	杨彬彬	净资产	312.50	31.25
2	徐成杰	净资产	60.00	6.00
3	杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）	净资产	250.00	25.00
4	杭州云赞投资管理有限公司	净资产	377.50	37.75
合 计			<b>1000.00</b>	<b>100.00</b>

## 五、子公司及分支机构基本情况

### （一）控股子公司基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在分公司，存在一家全资控股子公司：杭州鼎妙科技有限公司。具体情况情况如下：

#### 1、基本情况：

公司名称	杭州鼎妙科技有限公司
注册号	913301050888777625
公司类型	有限公司
成立日期	2014年1月2日

营业期限	自 2014 年 1 月 2 日至长期			
住所	杭州市拱墅区祥园路 108 号 4 幢 601 室。			
法定代表人	徐成杰			
注册资本	100 万元			
经营范围	许可经营项目：第二类增值电信业务中的信息服务业（仅限互联网信息服务）（具体详见《增值电信业务经营许可证》，上述经营范围在许可证有效期内经营）一般经营项目：网络、计算机软硬件、电子产品、通讯产品的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；网站建设；计算机软硬件、电子产品、通讯产品的销售。			
股权结构	序号	出资人	出资金额（万元）	出资比例（%）
	1	浙江启冠网络股份有限公司	100.00	100.00
合计			<b>100.00</b>	<b>100</b>

## 2、历史沿革

### （1）杭州鼎妙的设立

2014 年 1 月 2 日，杭州鼎妙科技有限公司经杭州市拱墅区工商行政管理局核准，由徐成杰、阮军建、杨彬彬出资成立。注册号：330105000311322，注册资本：100.00 万元，法定代表人：阮军建，住所：杭州市拱墅区祥园路 99 号 2 号楼六层 608-1 室，经营范围：网络、计算机软硬件、电子产品、通讯产品的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；网站建设；计算机软硬件、电子产品、通讯产品的销售。

2013 年 11 月 15 日，杭州鼎妙科技有限公司召开股东会，选举阮军建担任公司执行董事兼经理，杨彬彬担任公司监事，阮军建担任公司法定代表人。

2013 年 11 月 21 日，杭州同华会计师事务所出具杭同验字[2013]第 2715 号《验资报告》，经其审验，截至 2013 年 11 月 20 日止，公司已经收到股东徐成杰、阮军建、杨彬彬缴纳的实缴注册资本合计人民币 100.00 万元。全部为货币出资。

杭州鼎妙设立时股东出资情况如下：

序号	股东名称或姓名	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	徐成杰	10.00	10.00	10.00
2	阮军建	22.50	22.50	22.50
3	杨彬彬	67.50	67.50	67.50
合计		<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

## (2) 杭州鼎妙第一次股权变更

2015年12月29日,公司召开股东会,决议:同意杨彬彬将拥有本公司67.5%的67.5万元的股权转让给杭州启冠网络技术有限公司;同意阮军建将拥有的本公司22.5%的22.5万元股权转让给杭州启冠网络技术有限公司;同意徐成杰将拥有本公司的10%的10万元股权转让给杭州启冠网络技术有限公司。

由于杨彬彬、阮军建、徐成杰三人均系杭州启冠网络技术有限公司的股东,为了更好地支持杭州启冠网络技术有限公司的发展,决定将持有的公司股权无偿捐赠与杭州启冠网络技术有限公司。杨彬彬、阮军建、徐成杰与杭州启冠网络技术有限公司于2015年12月31日签订了书面的赠与协议。

2016年2月22日,公司在杭州市拱墅区市场监督管理局办理了工商变更手续。

此次股权转让完成后,杭州鼎妙股东出资情况如下:

序号	股东名称或姓名	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	杭州启冠网络技术有限公司	100.00	100.00	100.00

至此杭州鼎妙科技有限公司成为杭州启冠网络技术有限公司的全资子公司。

## 3、公司股东、董事、监事、高级管理人员与子公司的关联关系

截止本说明书签署日,杭州鼎妙的董事、监事及高级管理人员任职情况如下:

姓名	在杭州鼎妙任职情况	在母公司启冠网络任职情况
徐成杰	执行董事兼经理	总经理兼董事会秘书
杨彬彬	监事	董事长

公司总经理兼董事会秘书徐成杰担任杭州鼎妙的执行董事兼经理，公司董事长杨彬彬担任杭州鼎妙的监事。除上述情况外，公司股东、董事、监事、高级管理人员与杭州鼎妙不存在其他关联关系。

## （二）参股公司情况

截至本公开转让说明书签署之日，启冠网络无参股公司。

## （三）分支机构基本情况

截至本公开转让说明书签署之日，启冠网络无分支机构。

## 六、重大资产重组情况

报告期内，公司没有发生重大资产重组的情况。

## 七、公司董事、监事及高级管理人员情况

### （一）董事会成员情况

董事杨彬彬的基本情况，详见本《公开转让说明书》的“第一节 公司概况”之“三、公司股东情况”之“（四）控股股东和实际控制人基本情况以及最近两年内发生变化情况”部分。

徐成杰，男，1983年5月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2007年7月毕业于杭州师范大学电子商务专业，本科学历。2007年8月至2008年8月，就职于浙江奥力集团市场，任营销职务；2008年9月至2012年6月，就职于浙江新中化网络技术有限公司，任运营职务；2012年6月至今任职于公司，任执行董事兼经理。现任公司董事、总经理兼董事会秘书。

丁刚，男，1977年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2005年7月毕业于南京大学国际贸易专业，本科学历。2006年4月至2014年5月，就职于

中国电信江苏分公司，任运营经理；2014年5月至2015年5月，就职于深圳市创梦天地科技有限公司，任渠道经理；2015年6月至今就职于公司，任运营总监。现任公司董事、运营总监。

徐杰，男，1976年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2010年2月毕业于浙江大学会计学专业，本科学历。2005年5月至2008年7月，就职于上海物美集团，任财务经理；2008年7月至2013年3月，就职于新通国际集团，任内审负责人；2013年3月至2015年11月，就职于浙江常春藤教育投资管理有限公司，任财务总监；2015年12月至今就职于公司，任财务总监。现任董事、财务总监。

杨帆，女，1989年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2012年6月毕业于浙江大学城市学院英语专业，本科学历；2013年6月至2014年11月任安吉杨帆文化培训学校校长职务；2014年至今就职于公司，任融资经理。现任董事。

## （二）监事会成员情况

陈飞，女，1982年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2007年9月毕业于天津美术学院版画专业，本科学历。2007年9月至2012年10月，就职于杭州彩通网络科技有限公司，任设计师职务；2012年10月至2014年7月，就职于杭州游趣网络科技有限公司，任设计师职务；2014年8月至今就职于公司，任总经理助理。现任公司监事会主席。

夏礼锦，男，1982年3月，中国国籍，无境外永久居留权，2010年毕业于宁波诺丁汉大学国际传播专业，硕士学历。2006年6月至2008年6月，就职于杭州友旺电子有限公司，任销售主管；2009年1月至2010年12月，就职于宁波保税区和睿照明灯具有限公司，任销售经理；2011年6月至2014年8月，就职于华峰集团有限公司，任研发主管；2015年8月至今就职于公司，任销售经理。现任公司监事。

金晓燕，女，1983年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，2007年6月毕业于浙江理工大学包装工程专业，本科学历。2009年8月至2011年3月，就职于杭州彩拓网络技术有限公司，任运营职务；2011年4月至2013年3月，就职于杭州数米基金销售有限公司，任策划负责人；2013年3月至今就职于公司，任产品经理。现任职工代表监事。

### （三）高级管理人员情况

总经理兼董事会秘书徐成杰的基本情况详见董事会成员情况。

财务总监徐杰的基本情况详见董事会成员情况。

运营总监丁刚的基本情况详见董事会成员情况。

### （四）董事、监事、高级管理人员相互之间是否存在亲属关系

董监高之间，杨彬彬与杨帆系兄妹关系；徐成杰与陈飞系夫妻关系；除此之外不存在关联关系。

## 八、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表

项目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
资产总计（万元）	1,932.37	915.06	606.42
股东权益合计（万元）	1,238.22	86.43	-120.27
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	1,238.22	86.43	-120.27
每股净资产（元）	1.24	0.86	-1.20
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	1.24	0.86	-1.20
资产负债率（母公司）（%）	34.61	90.67	152.02
流动比率（倍）	2.68	1.07	0.65
速动比率（倍）	2.68	1.07	0.65
项目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
营业收入（万元）	2,182.41	2,414.14	1,276.78
净利润（万元）	251.79	206.70	-269.53
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	251.79	206.70	-269.53
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	251.79	247.71	-301.66

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）	251.79	247.71	-301.66
毛利率（%）	45.71	33.97	-1.45
净资产收益率（%）	38.02	-	-
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	38.02	-	-
基本每股收益（元/股）	0.46	2.07	-2.70
稀释每股收益（元/股）	0.46	2.07	-2.70
应收帐款周转率（次）	4.00	8.36	9.73
存货周转率（次）	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-44.08	-32.61	58.26
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-0.04	-0.33	0.58

注：

- 1、毛利率按照“（营业收入-营业成本）/营业收入”计算。
- 2、净资产收益、基本每股收益按照《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）有关要求计算。净资产收益率为负数时不具有参考意义，未予以列示。
- 3、每股净资产按照“当期末净资产/期末注册资本”计算。
- 4、每股经营活动产生的现金流量净额按照“当期经营活动产生的现金流量净额/当期末注册资本”计算。
- 5、资产负债率按照母公司“期末负债/期末资产”计算。
- 6、流动比率按照“期末流动资产/期末流动负债”计算。
- 7、速动比率按照“（期末流动资产-期末存货）/期末流动负债”计算。
- 8、应收账款周转率按照“当期营业收入/应收账款平均余额”计算。

9、由于公司加权平均净资产为负数，故未计算加权平均净资产收益率。

## 九、本次挂牌的有关机构

### （一）主办券商

名称：长江证券股份有限公司

法定代表人：尤习贵

住所：湖北省武汉市新华路特8号长江证券大厦

联系电话：027-65799694

传真：027-65799576

项目小组负责人：李向群

项目小组成员：屠天煜、徐鑫军、俞骏飞

### （二）律师事务所

名称：上海市金茂律师事务所

法定代表人：刘东（注：因换届，由毛惠刚变更为刘东，于2017年2月28日完成变更）

住所：上海市黄浦区汉口路266号申大厦19楼

联系电话：021-62496040

传真：021-62482266

经办律师：王雨峰、吴阮超

### （三）会计师事务所

名称：北京永拓会计师事务所（特殊普通合伙）

法定代表人：吕江

住所：北京市朝阳区关东店北街1号2幢13层

联系电话：010-65950511

传真：010-65955570

经办注册会计师：肖恒标、涂汉兰

#### （四）资产评估机构

名称：同致信德（北京）资产评估有限公司

法定代表人：杨鹏

住所：北京市朝阳区大郊亭中街2号院华腾国际3号楼15层15A

联系电话：010-87951683

传真：010-87951601

经办注册评估师：刘奇伟、高兴嵘

#### （五）证券登记结算机构

名称：中国证券中央登记结算有限责任公司北京分公司

住所：北京市西城区金融大街26号金阳大厦5层

电话：010-50939980

传真：010-50939716

#### （六）拟挂牌场所

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：谢庚

住所：北京市西城区金融大街丁26号

电话：010-63889512

## 第二节 公司业务

### 一、公司主营业务、主要产品或服务及用途

#### （一）主营业务

公司的经营范围：设计、制作、代理、发布广告；网络技术、计算机软硬件（除网络游戏）、电子产品（除电子出版物）、通讯产品的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；网络建设；计算机软硬件、电子产品、通讯产品的销售；第二类增值电信业务中的信息服务业（仅限互联网信息服务）；其它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）

公司自设立以来一直专注于互联网数据分析、精准营销等相关领域的产品和服务，其主营业务主要包括互联网大数据的分析、应用和大数据精准营销服务。经过多年的技术研究和项目实施经验积累，公司推出了一系列产品和服务，能够为互联网广告需求企业提供全面的精准化营销解决方案，提供互联网广告运营维护服务。

#### （二）主要产品或服务及用途

目前公司业务的核心是互联网精准营销的研发和互联网数据分析应用服务。其提供的产品和服务主要包括 DASP 启冠数据大师、AMP 启冠全媒体中心、CDP 启冠客户需求中心。公司致力于成为我国领先的互联网大数据精准营销服务提供商。

互联网广告营销行业的价值链主要分为四个环节，包括网络广告位提供方、广告交易平台、广告投放商和广告主。公司主要业务集中于第二、第三环节，不同程度参与第一、第四环节，通过投入人才、资本和技术，实现价值增值：广告投放商的主要角色是帮助广告主顺利投放互联网广告，在整个互联网广告营销产业链中起着关键作用，广告投放商的供应商主要包括软件、网站、网吧等网络广告位提供方以及广告交易平台。广告投放商收集广告位的方式包括直接向广告位提供方进行收购，及通过广告交易平台购买广告位；广告投放商销售

互联网广告位的方式包括直接向广告主销售广告位，及通过广告代理向广告主销售广告位。公司所处业务环节产品为广告投放环节，属于产业链中附加值较高的部分。

公司主要产品介绍如下：

### 1、DASP 启冠数据大师

DASP 启冠数据大师是基于久旭人群分析技术打造的数据管理合作平台，可以为合作客户实现多种人群分析，挖掘潜在客户，通过标签快速圈定目标人群，建立个性化的用户细分数据库，并提供精准营销服务。

具体功能主要包括：

- (1) 实时吸纳整合各种数据
- (2) 对数据进行深度的人群标签细分和洞察
- (3) 决策数据输出，将数据用于互动营销环境里

启冠数据大师将分散的第一、第三方数据进行整合并纳入统一的技术平台中，通过对用户进行网上浏览、搜索、购物、广告点击等多种行为的分析与挖掘，对数据进行加权归一后在电商、游戏、汽车、房产等多个行业生成用户兴趣标签及包括性别、年龄、收入、兴趣等八大维度的用户画像，将数据分析结果应用到启冠客户需求中心和全媒体中心，为其提供大数据支持。

目前启冠数据大师已具有全域访客追踪器、信息透视镜、数据影像机、用户智能雷达、多屏穿透等多项能力，并运用于数据分析报告、行业整合营销、人群精准推广、数据热力图、访客找回系统、三屏互动系统等功能产品上，服务于房产、游戏、电商、汽车等多行业广大客户，对其营销合作产生良好的辅助和指导效果。



## 2、AMP 启冠全媒体中心

AMP 启冠全媒体中心即为启冠的 SSP 系统。该流量平台面向网站站长、媒体、ISV 等合作渠道提供整体流量解决方案，用于对接 ADX、网盟等渠道，管理联盟内网站、APP 等渠道，为渠道客户分配渠道号或 SDK 供网站、APP

调用，并采用实时竞价技术，将每次展现动态分配给出价最高者，让流量更具价值，使媒体渠道收益最大化。具体功能主要包括：

(1) 对接 Google adsense、广点通等营销推广平台，灵活配置平台之间或直投广告的投放优先级，随时可将流量切换到变现效益最高的推广平台。

(2) 自有加盟网站：垂直网站以及中小型网站近 5000 家，并成功对接淘宝 tanx、谷歌 double click 等 adx 平台，可自动按照投放策略甄选媒体资源。

(3) 拥有多元的广告位样式，以固定、悬浮和贴片三大展现形式为主，可将客户的推广信息以图片、动画、文字、图文混排等创意形式展现在目标人群浏览的网页中。

(4) 通过渠道管理功能，渠道客户可以自主设置推广方式，获取或管理相关渠道代码进行投放。

(5) 通过数据统计功能，将每次投放的数据与结果反馈给数据统计平台，便于合作渠道方及时获取其流量收益情况。

启冠全媒体中心已实现了多元流量管理方案，可以同时向 PC 端、移动端的媒体资源进行广告推送，并对多个变现渠道，进行统一分发管理，便于合作渠道客户更方便获取更高的收益。





### 3、CDP 启冠客户需求中心

CDP 启冠客户需求中心即为启冠的 DSP 系统,旨在为推广需求客户提供精准高效的营销解决方案。该客户需求平台提供客户在 PC、移动端等优质媒体上的创意推广机会,并依托人群分析技术,通过其算法处理和数据分析后,连接媒体中心进行程序化购买和投放,帮助用户精准定向人群,管理受众,实现高效营销推广。具体功能主要包括:

(1) 对接 AMP 启冠全媒体中心,为推广需求客户“泛量推送”搭建庞大媒体组合,触达各行业客户的目标用户。

(2) 对接联合 DASP 启冠数据大师,为推广需求客户在市场格局研究、整合营销规划、推广投放策略等领域提供深度洞察。

(3) 作为一个推广需求方平台,通过获取并分析来自客户、公司的策略指令并生成执行方案进行竞价投放。

(4) 通过数据平台分析结果,综合当前展现请求的用户画像、媒体环境、创意分析,精准评估每一次展现机会,结合推广需求客户预定目标,智能出价,实时优化。

(5) 系统采用效果优化算法进行自我学习,对每次投放进行效果监测,自

动优化广告效果。

(6) 通过数据统计功能，实时将每次投放的数据与结果反馈给数据统计平台，实现实时扣费、实时统计。

通过技术的不断研发和优化，启冠客户需求中心可在极短时间内获取数据中心分析结果，通过按照网民的广告行为及网站访问深度的兴趣分析算法，对不同层级的网民按不同的溢价模型找回，动态素材库瞬间生成符合其特征的营销素材等功能，完成对广告展现机会的分析和投放决策，并进行流量竞拍、购买和投放的全部程序。

The screenshot displays the 9xu.com advertising management interface. At the top, there's a navigation bar with the logo and options for PC and wireless advertising. A sidebar on the left contains icons for home, dashboard, data, tools, and help. The main content area shows account statistics: 0.00 account balance, 0 today's consumption, 0 today's total impressions, 0 today's total clicks, and 0 average cost per click. Below this is a '推广计划' (Advertising Plan) section with a table showing columns for status, name, type, cycle, time, budget, impressions, clicks, and cost. A '自定义用户' (Custom User) section is visible, with options for '不限' (unlimited) and '自定义' (custom) targeting, and buttons for '+ 新建人群包' (New Audience Package) and '选择人群包' (Select Audience Package). A table at the bottom lists audience packages with columns for name, validity, domain, and effective period.

### （三）控股子公司业务情况

#### 1、杭州鼎妙业务情况

杭州鼎妙成立于2014年1月2日，至今企业规模较小且经营业务单一。2015年12月31日，为了配合启冠网络的挂牌工作，更好地开展后续业务及避免产生同业竞争等问题，原股东杨彬彬、徐成杰、阮军建决定将自有共计100%的股权无偿转让给杭州启冠网络技术有限公司，自此，杭州鼎妙成为启冠有限的全资子公司。在报告期内开展了少量的试验性业务，总体上营业收入不足以支付营业成本，企业处于亏损阶段。启冠有限收购杭州鼎妙主要是基于启冠有限未来的业务需要，由鼎妙负责试验新型产品及新技术的试验实施，能够更好地提高企业的产品体验和公司整体竞争力的提升；同时，也避免了同业竞争等问题，更有利于公司的规范治理，提升公司的整体管理水平。

#### （四）公司获取业务所需的数据及审查推广内容的情况

公司主要通过两种方式搜集开展互联网广告精准投放业务所需的基础数据：A. 电信运营商提供的数据；B. 公司内部数据挖掘小组自行收集。其中电信运营商提供的数据占总数据的绝大部分；电信运营商将数据提供给公司之前已经进行数据清洗，不包含用户姓名、身份证号、宽带账号、联系方式、职业等个人隐私内容。公司自行获取的数据系公司数据挖掘小组采用爬虫技术在公开网站上获取，此种获取方式不涉及用户的账户、密码、姓名、身份证号、联系方式、职业等个人隐私。

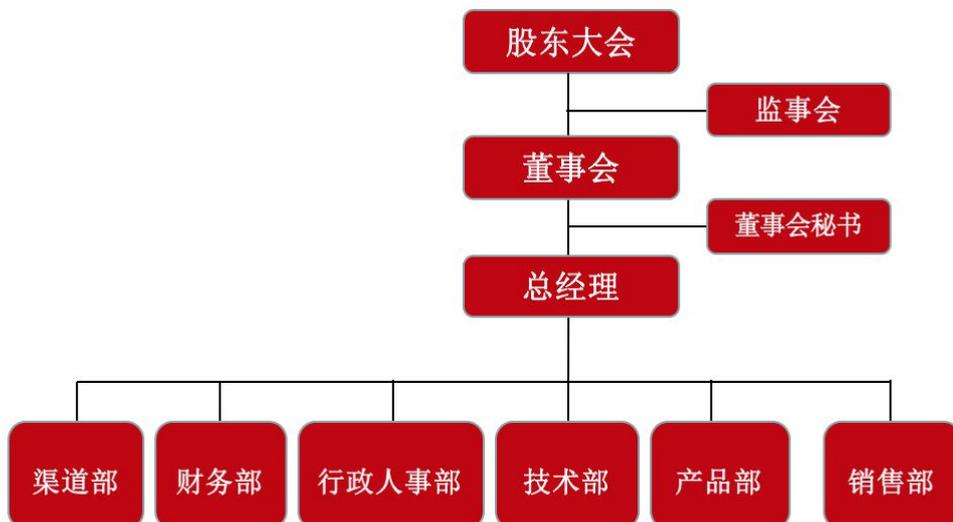
公司对上述数据的使用方式为通过技术手段对数据进行运算和分析，并根据客户需求对互联网用户进行分类，以达到对客户广告投放行为进行精确导向（包括用户导向和媒体导向）和提高广告投放效果的目标。公司数据挖掘小组拥有独立的办公场所，人员独立于其他部门；数据经其处理后才可以提供给其他部门使用。同时公司在内部对用户行为标签化，不会涉及用户的姓名、身份证号等个人隐私。

同时公司已经根据《互联网广告管理暂行办法》建立起了完整的广告发布的内容审查和登记制度。主要由公司的渠道部、客服部、销售部分别进行审查，不承接违反法律法规的广告；一旦发现客户提供的广告存在违法法律的内容，

公司将立即停止推送该广告，并有权向客户追偿。在内容审查的标准上，公司协助推广的广告须符合广告法，不得有违反法律法规、违法社会主义精神文明建设要求及欺诈不实的内容。公司不承接发布处方药和烟草的广告。医疗、药品、特殊医学用途配方食品、医疗器械、农药、兽药、保健食品广告等法律、行政法规规定须经广告审查机关进行审查的特殊商品或者服务的广告，未经审查，不得发布。通过公司发布的广告表现形式和使用的语言文字应当符合法律的有关规定，不能引起消费者的误解。同时，企业发布的广告绝大部分都采取了与电信运营商及其子公司合作的推广方式。电信运营商对经其投放的互联网广告先审查后发布，对存在违规行为的企业，电信运营商会终止合作。因此公司对于承接的广告都采取了较为严格的审查标准，不存在侵权客户或消费者权利等情形。公司也设立了投诉举报电话：0571-87062902，接受社会的监督举报。

## 二、公司内部组织结构

### （一）内部组织机构图



### （二）主要职能部门职责

职能部门名称	部门职责
董事会办公室	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、负责拟订公司法人治理层面的基本制度和规章，建立健全公司法人治理结构，促进董事会、股东大会整体运作。</li> <li>2、负责按法定程序筹备董事会会议和股东大会，并进行会议的记录工作。</li> <li>3、负责加强与公司相关部门的联系及工作协调，督察审计相关部门的工作，负责股东的联络工作。</li> <li>4、负责协助董事长办理董事会、股东大会闭会期间的日常事务。</li> <li>5、负责起草董事会工作报告及相关文件，办理董事会、股东大会的各项法律文书。</li> <li>6、负责依法准备和递交有关部门所要求董事会会议、股东大会出具的报告及文件。</li> <li>7、负责派出董事、监事联络与管理的工作，建立健全对外投资制度。</li> <li>8、负责公司的法律事务工作，负责公司的对外新闻审查工作。</li> <li>9、积极协助董事、监事和高级管理人员了解相关法律、法规、公司章程及其他规定。</li> <li>10、负责管理公司的印章。</li> <li>11、积极协助董事会专门委员会、独立董事和其它董事开会工作。</li> <li>12、负责对公司的高级管理人员进行考核。</li> <li>13、负责完成董事会或董事长交办的其他事项。</li> </ol>
产品部	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、负责公司软件项目的实施工作。</li> <li>2、制定项目实施计划书。</li> <li>3、承担项目实施交付和项目管理职责。</li> <li>4、负责项目实施过程中，与客户各相关科室进行工作沟通与协调。</li> <li>5、负责项目实施过程中，遇到软件问题的记录与解决。</li> <li>6、负责项目实施过程中，用户提出意见与建议的记录。</li> <li>7、负责项目实施过程中，软件的培训工作。</li> <li>8、协助技术部做好软件的相关测试工作。</li> <li>9、负责做好产品问题售后工作。</li> <li>10、承担新进人员的业务培训工作。</li> </ol>
财务部	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、参与制定本公司财务制度及相应的实施细则。</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2、参与本公司的工程项目可信性研究和项目评估中的财务分析工作。</li> <li>3、负责董事会及总经理所需的财务数据资料的整理编报。</li> <li>4、负责对财务工作有关的外部及政府部门，如税务局、财政局、银行、会计事务所等联络、沟通工作。</li> <li>5、负责资金管理、调度，编制月、季、年度财务情况说明分析，向公司领导报告公司经营情况。</li> <li>6、负责销售统计、复核工作，每月负责编制销售应收款报表，并督促销售部及时催交欠款；负责销售款的收款工作，并及时送交银行。</li> <li>7、负责每月转账凭证的编制，汇总所有的记账凭证。</li> <li>8、负责公司总账及所有明细分类账的记账、结账、核对，每月5日前完成会计报表的编制，并及时清理应收、应付款项。</li> <li>9、协助出纳做好销售款的收款工作，并配合销售部门做好销售分析工作。</li> <li>10、负责公司全年的会计报表、帐薄装订及会计资料保管工作。</li> <li>11、负责银行财务管理，负责支票等有关结算凭证的购买、领用及保管，办理银行收付业务。</li> <li>12、负责现金管理，审核收付原始凭证。</li> <li>13、负责编制银行收付凭证、现金收付凭证，登记银行存款及现金日记账，月末与银行对账单核对银行存款余额，并编制余额调节表。</li> <li>14、负责公司员工工资的发放工作，现金收付工作。</li> </ol>
行政人事部	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、项目申报：负责专利、新产品的申请；负责搜集项目申报信息；负责组织项目申报工作会议、分配申报工作；负责申报材料整合、编制；负责申报材料网传及书面资料递交申报部门；负责跟踪申报项目审批情况。</li> <li>2、对外联络：负责关注学术团体、行业协会动向，组织参加有关会议，负责与团体、协会之间的日常联络；负责研发项目的对外技术合作；负责搜集产品展览会信息，并根据公司决定组织参加；负责安排参加各类学术交流会议，在各类外部会议上作学术报告等。</li> <li>3、人事：负责招聘计划拟定，组织面试，负责新员工办理报到手续，负责到人才中心办理人才引进手续（就业协议、档案、户口）；负责管理劳动合同和服务期协议（新签、续签）；负责办理员工离职手续；负责组织职称评审；负责考勤管理；负责员工日常培训管理；负责人事台账管理；负责劳动年检工作。</li> <li>4、行政常务管理：负责网站备案、域名、维护、故障处理等客服外联工作；各系统权限管理、维修服务；公司管理制度起草、修订；打印、复印、扫描等文书工作；内外文件、文书的起草、收发、装订、存档；</li> </ol>

	名片定制、协助完成各类宣传资料的制作和印刷；会务组织、来客接待，有权要求总经办和技术部协助接待到访专家；负责公司所有与政府部门相关的批文，有权要求各部门给予协助；负责制订部门内部的规章制度；企业文化建设；员工活动组织、策划；后勤保障；车辆管理（出车、保养、维修）；办公区形象管理、卫生管理；水、电、空调系统的对外联络；后勤物资采购等。
渠道部	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、负责流量采购合同的编制、传发、执行。</li> <li>2、负责流量消耗数据的统计，并与供应商核对。</li> <li>3、采购成本的预算与控制，对采购价格实施管控。</li> <li>4、采购周期的分析与预测。</li> <li>5、负责收集材料信息为重大供应决策提供建议和信息服务。</li> <li>6、收集供应商信息，开发、建立和管理供应商。</li> <li>7、每月采购相关数据的统计分析与整理。</li> </ol>
销售部	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、发现广告主需求、寻找合作机会，确保广告精准投放。</li> <li>2、做好售前支持（充分了解广告主需求及广告投放范围，制定方案）。</li> <li>3、确定合同细节，签订合同，移交财务部门。</li> <li>4、跟进广告投放落实。</li> <li>5、按合同要求收款，做好内部决算。</li> </ol>
技术部	<ol style="list-style-type: none"> <li>1、新产品（包括产品升级）构思设计。</li> <li>2、进行新产品使用、功能介绍培训。</li> <li>3、基础技术研究、技术发展研究、应用技术研究构思。</li> <li>4、基础研究项目的跟踪与监督。</li> <li>5、完成总经理办公室指派的其他任务。</li> </ol>

### （三）主要业务流程及方式

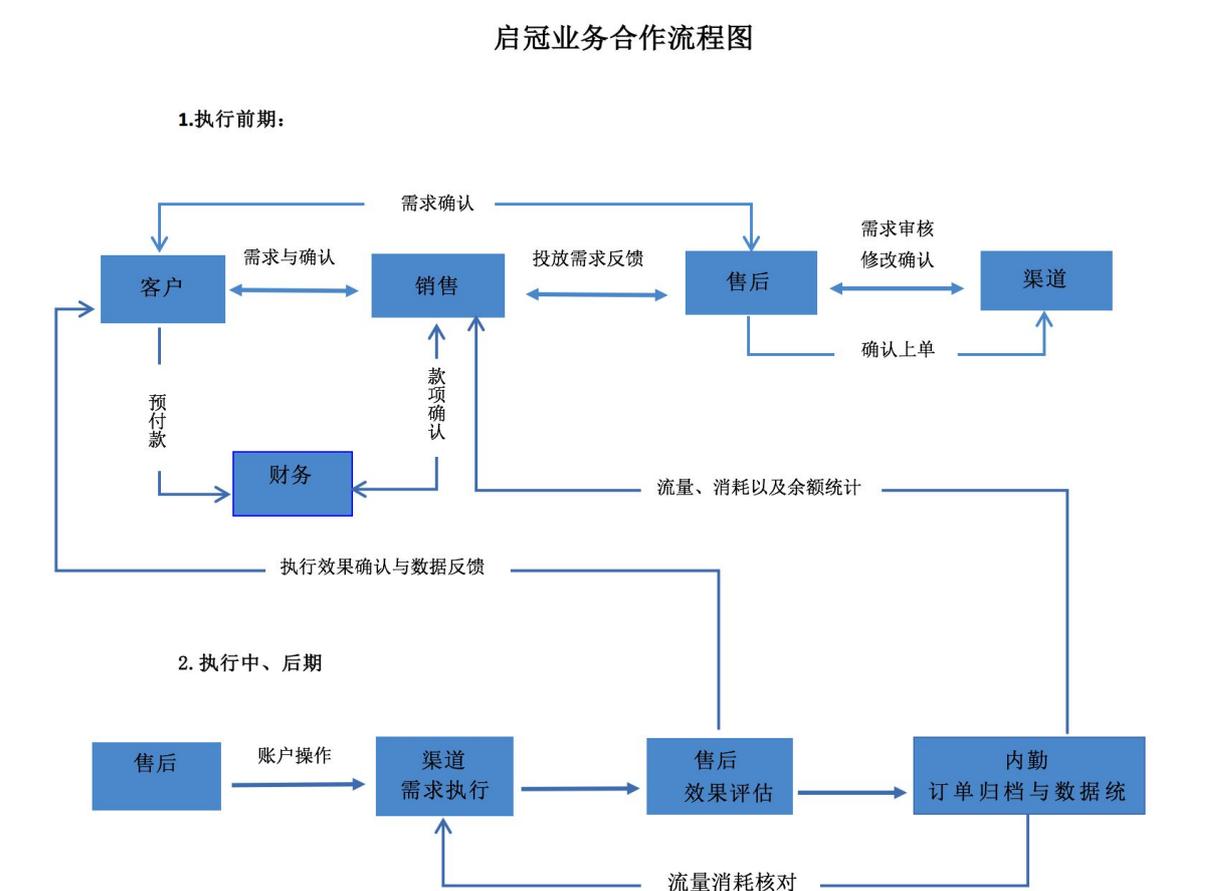
公司经过多年的发展，现已拥有完善的互联网数据收集、数据分析、数据应用、精准营销、销售管理体系和售后服务体系。目前，公司主要业务部门包括技术部、产品部、渠道部、财务部、行政部和销售部等六个部门，各个部门之间相互协调配合，构成从前期客户开发到完成回款的完整业务流程。技术部主要是经过市场调研，根据市场或者客户的需求变化不断完善公司已有的产品体系，主要包括五个阶段：需求开发阶段、设计阶段、编码阶段、测试阶段、

发布阶段。产品部则聚焦于分析公司的行业或项目实施经验等优势要素，通过客户需求探索分析，以解决与客户进行方案沟通的前期工作，以参与谈判的形式，获取订单。公司的运营流程是基于工作职责清晰、合理的基础上，使每一项工作的输出、输入相对合理，使工作任务接受者、提供者及工作任务主导者都有明确的判定及标明，以增加内控及自我监控的能力。

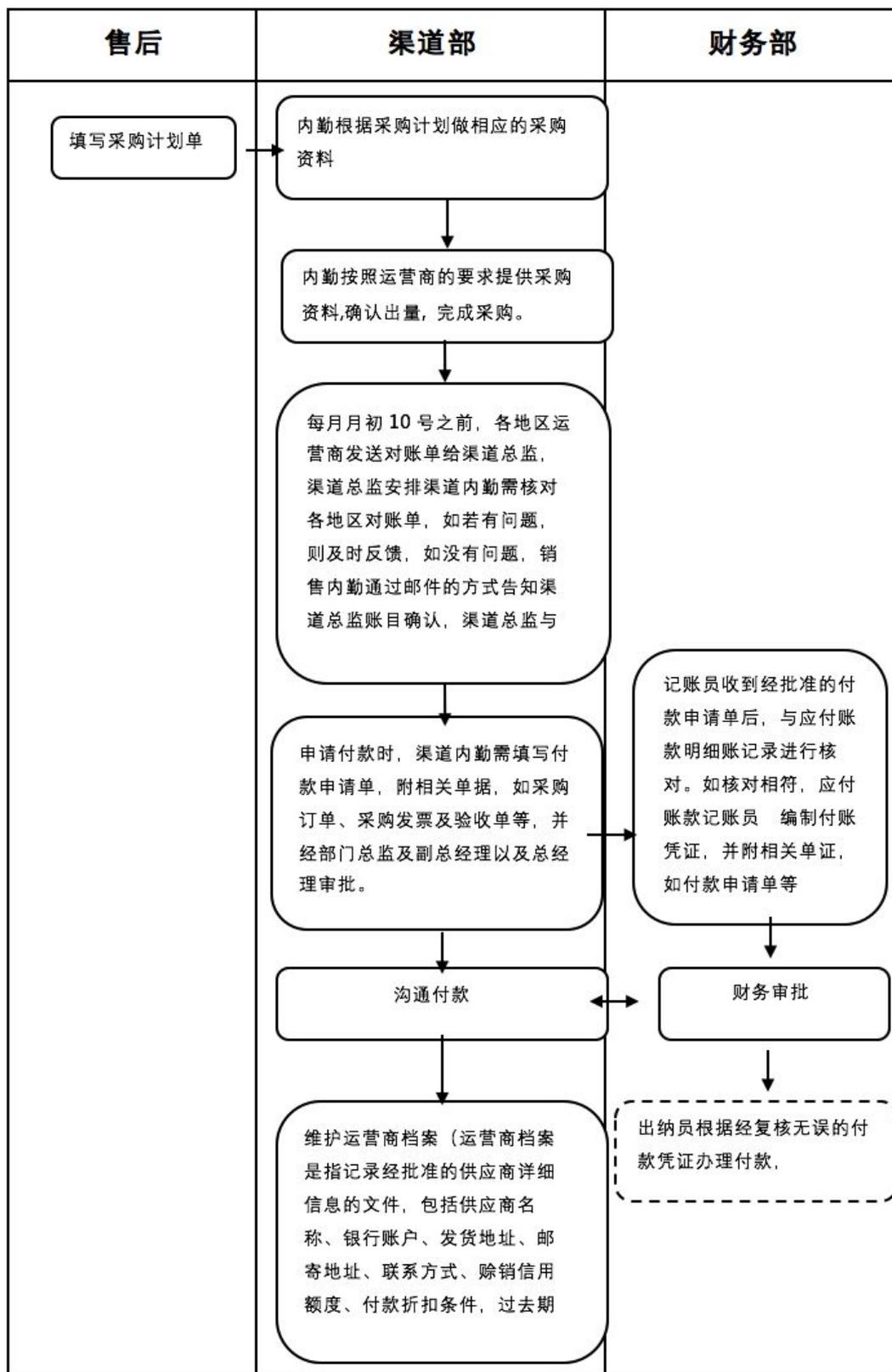
公司的主要业务流程具体如下：

### 1、业务流程图

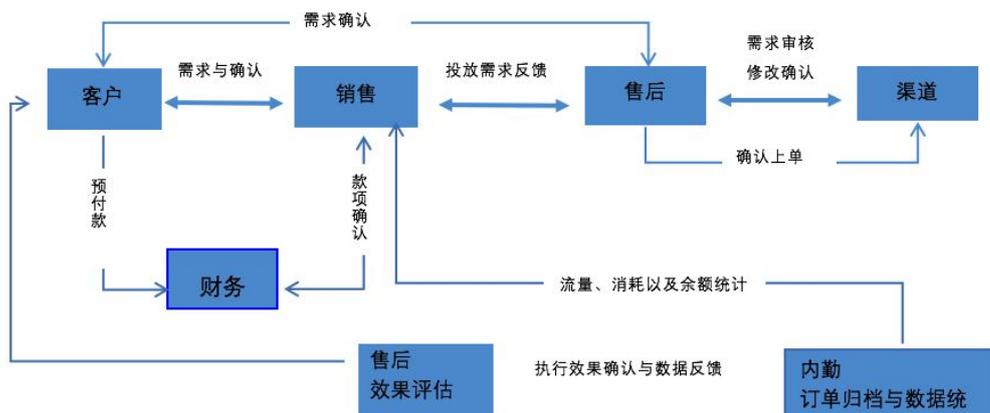
启冠业务合作流程图



2、采购流程图

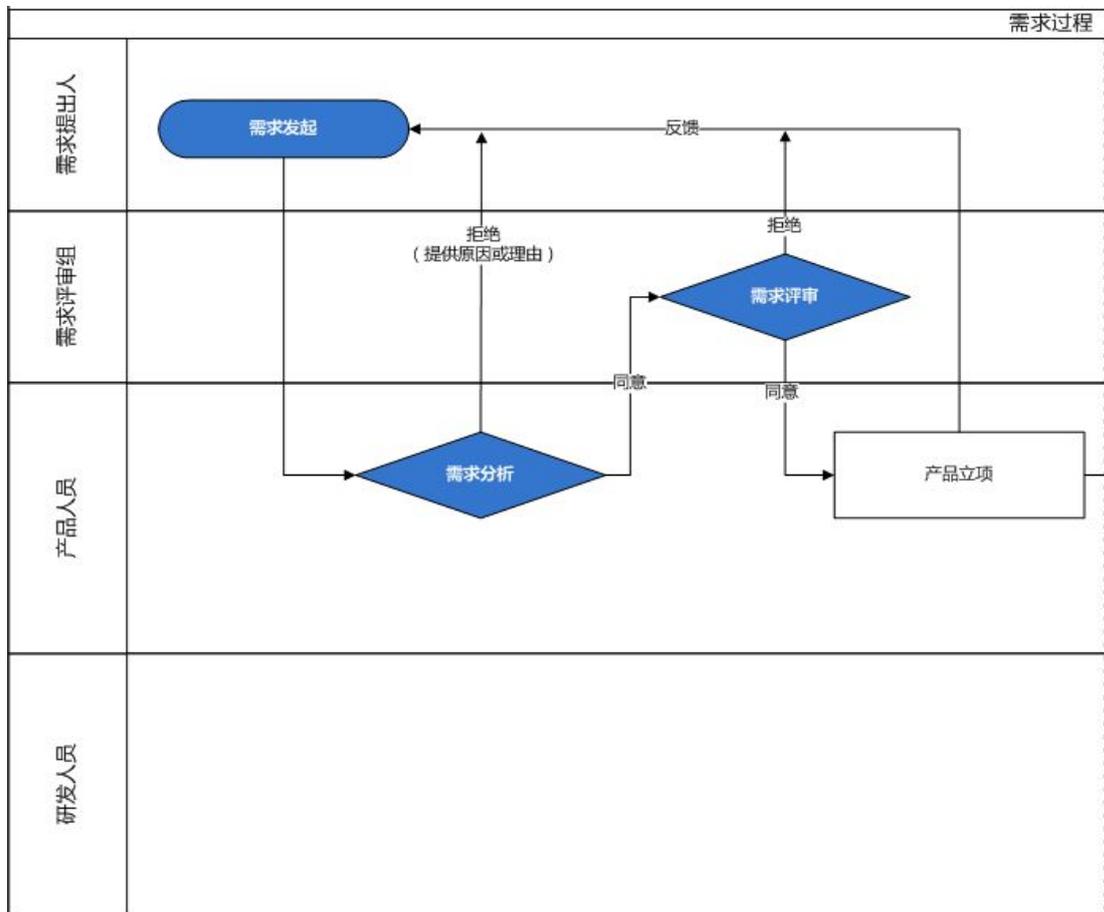


### 3、销售流程图

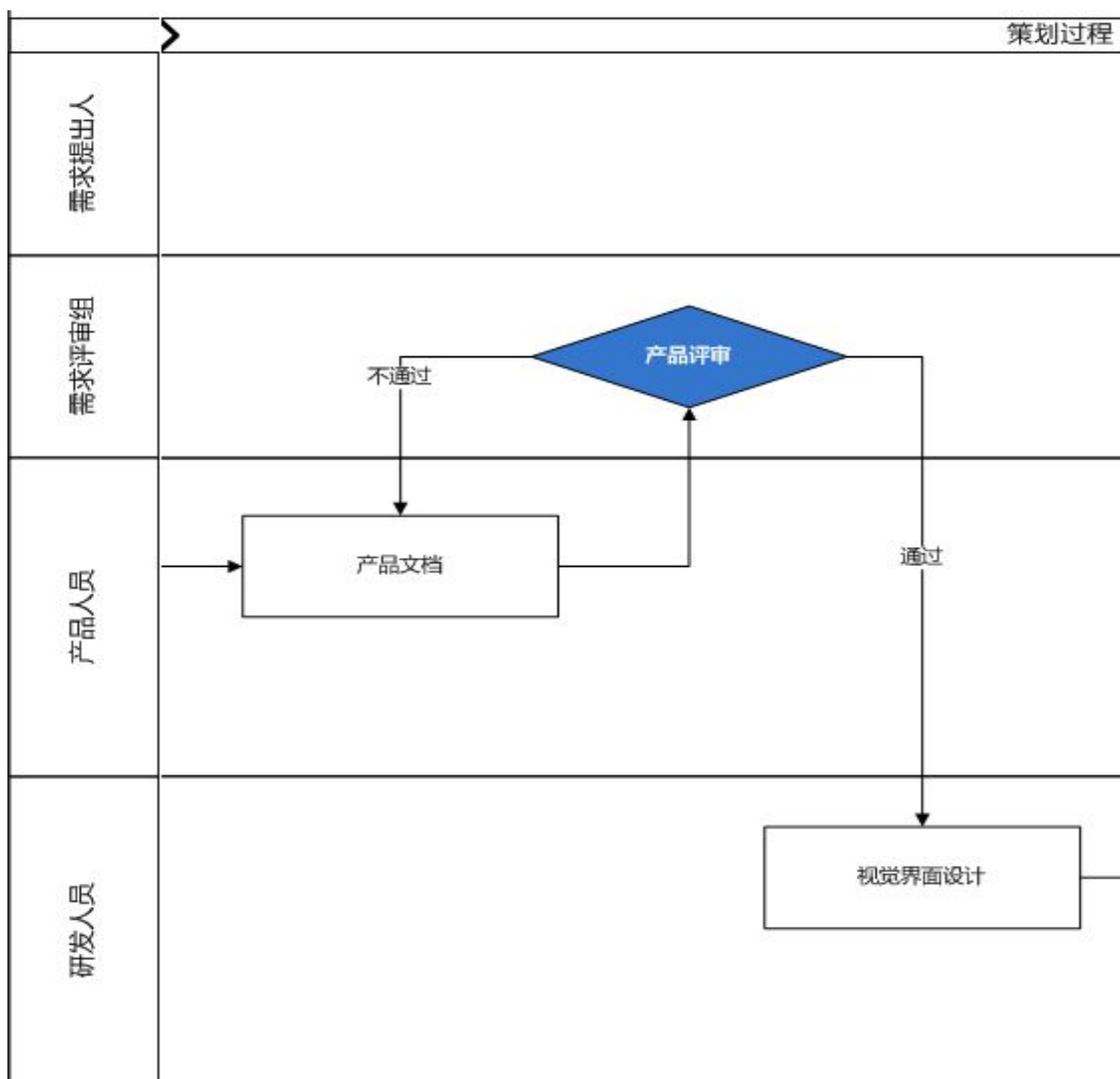


### 4、研发流程图

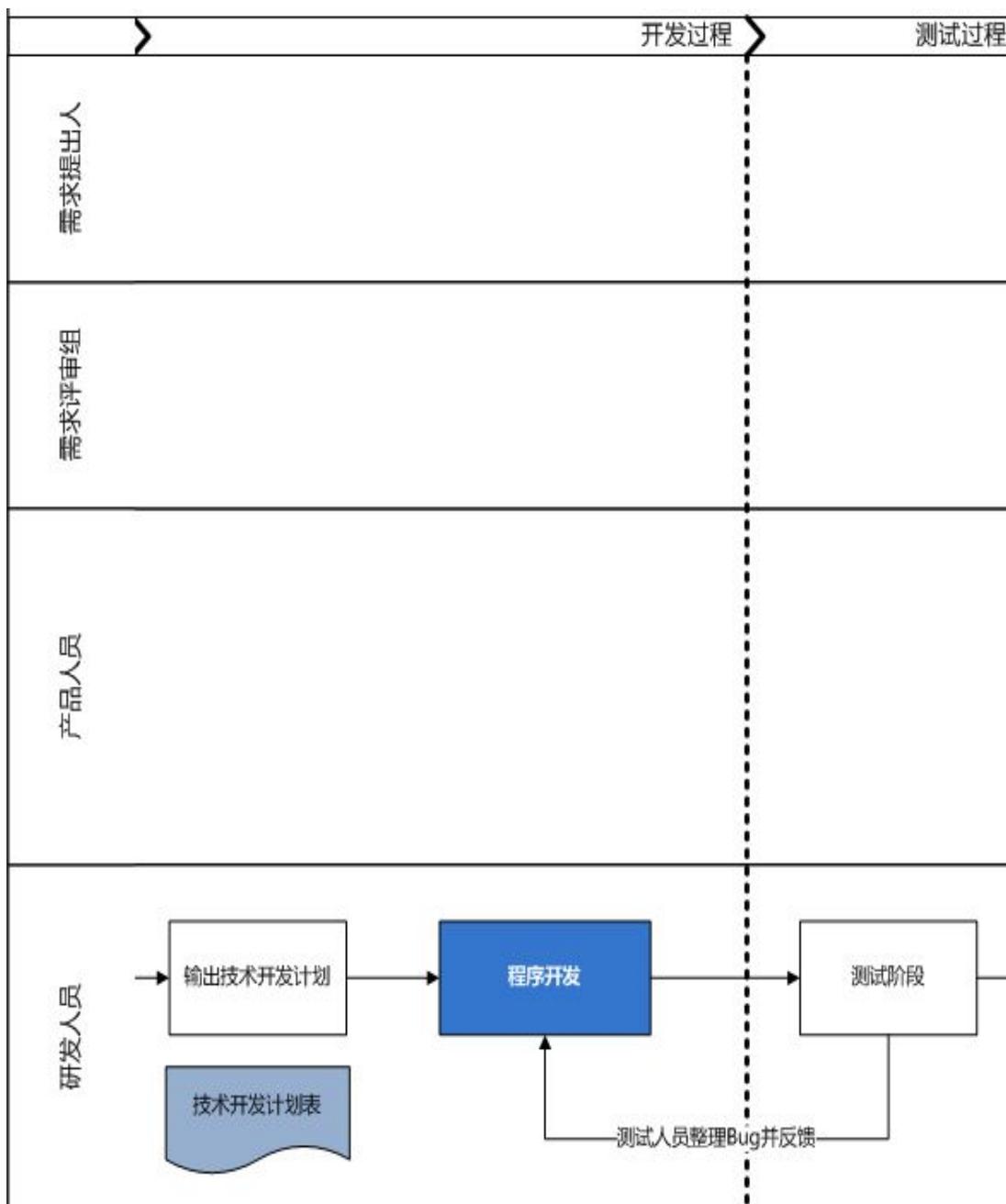
#### (1) 需求开发阶段：



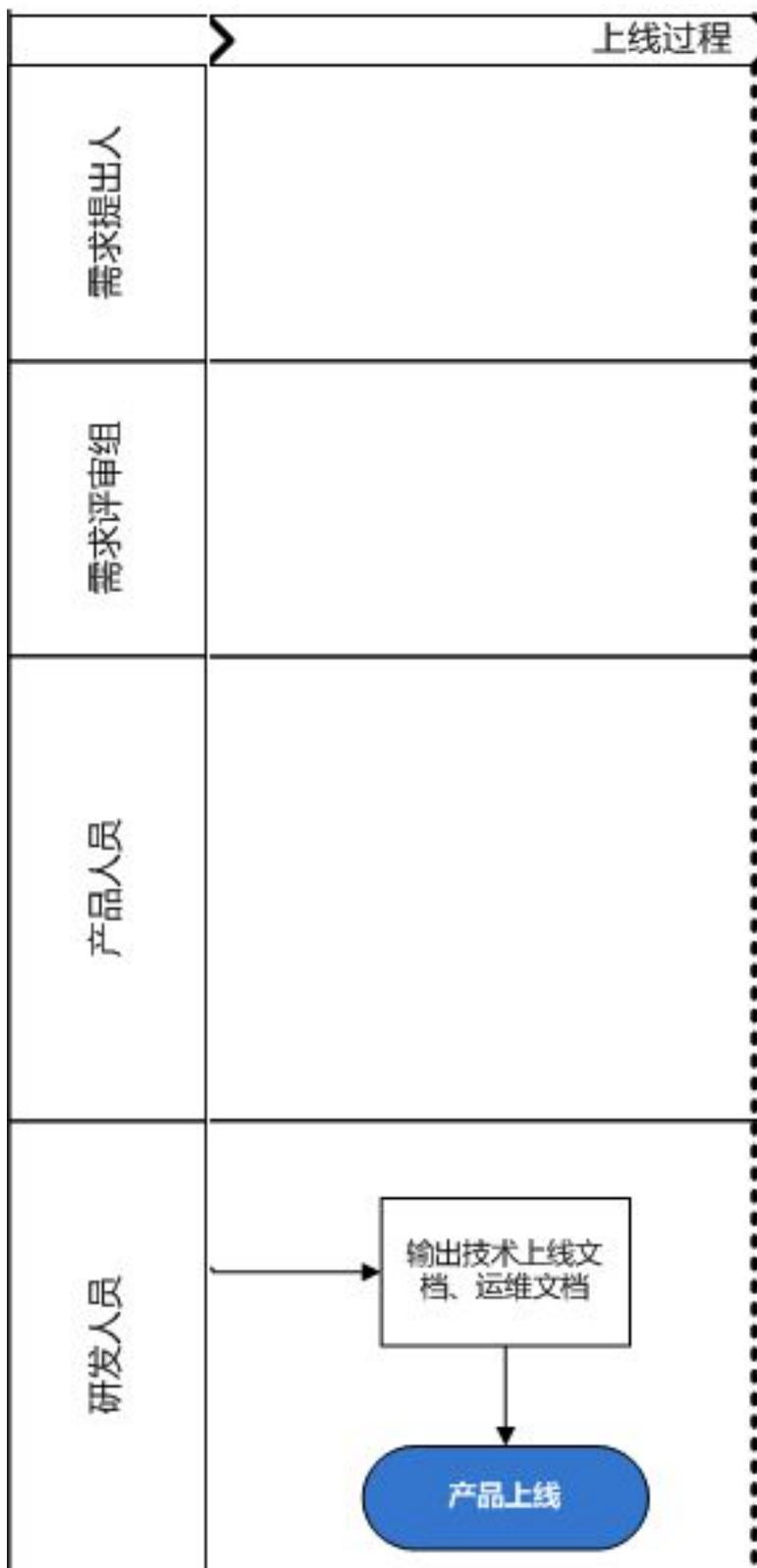
(2) 策划阶段:



(3) 开发测试阶段：



(4) 上线阶段：



### 三、公司商业模式

#### （一）商业模式

公司是目前国内互联网广告行业技术较为领先的企业之一。公司主要依靠的是技术创新能力和设计能力,为下游客户提供互联网数据分析及基于数据的精准营销等产品和服务来实现公司的收入以及利润。公司在互联网广告精准推广开发方面所拥有的核心技术主要包括多通道技术(高并发数据输出)、Hadoop 技术框架和用户行为标签识别技术等技术资源。产品所用技术均为自主研发,技术水平处于国内领先水平,各项核心技术均处于成熟阶段,已经运用到大批量、稳定的生产应用中。同时,公司拥有逾 30 人的研发团队,并积极着手与各高校、科研单位建立合作关系,能够提供各个不同产业客户的特性需求,根据用户不同需求组织进行方案设计并开展个性化的技术研发;公司的团队人员较为稳定且经验丰富,且公司也在积极储备优秀的研发人员。经过多年的经营,公司的互联网广告推广和服务在国内市场已经取得了一定的知名度,也占有了一定的市场份额。

公司立足于通过大数据挖掘技术和精准营销策略以提升广告投放效果,形成公司市场竞争力,并进一步凝聚客户,拓展业务。目前公司业务/客户主要来源于两个方面,一种是公司自身研发的久旭联盟平台。客户通过注册后采购公司的广告推广服务,并支付费用;另一种是与第三方的商业平台,如一号店、当当等大型商家平台,集中其平台内部分商家的广告需求,采购公司广告推广服务,并支付费用。

在业务订单内部流程方面,公司业务拓展部门在了解客户需求并获取订单后,由公司研发机构进行研究设计,根据市场需求研发设计相应方案,经过与市场客户的反复交流反馈完善后,完成技术开发并相应进行产品的生产,形成成熟产品满足客户个性化需求。

未来,公司将继续深耕互联网广告行业,并逐步提升互联网数据分析应用能力,保证公司收入稳步增长。同时,利用公司较为领先的技术资源和具有一定垄断程度的市场能力,大力拓展云数据库平台、区域性需求地图、电视与互联网平台的互动融合等领域,更充分地挖掘各类型的产业客户需求,为公司新增盈利增长点。

#### （二）生产模式

公司的主要产品是互联网大数据精准营销系统，核心软件由公司进行内部自主开发。公司与客户共同进行需求分析，编写修订需求说明书，对项目进行整体概要设计，定期提交项目进度报告。进入开发阶段后，完善项目详细设计，由开发人员编写代码并进行初步测试，测试组件模块是否符合产品规范，对项目进行产品化修改，并提交公司进行模块集成测试和整体测试，排除不符合规范的异常情况，经完成测试报告后项目开发基本完成。项目实施阶段进行 $\beta$ 测试、产品更改和实施，并最终进行项目总结，提交项目总结报告。由此构成软件项目生产开发的全过程。在此过程中，公司会对软件项目生产开发进行严格的质量管理，由研发总监和项目总监牵头确定研发计划，与供应商共同定义软件研发计划和质量保障计划，建立工作规程，全程跟踪、监督软件开发过程，通过测试、评审等手段，控制各阶段性开发成果的质量。进入交付阶段后，对项目的安全性、可靠性、易用性进行专项测试和模拟测试，并最终完成验收测试。公司从人员和制度层面为软件项目生产研发提供了充分的质量保障。

技术人员通过多种方式接入并扩充数据源，将无序非结构化的庞大数据，在Hadoop平台上进行集存，多维度地对每个用户进行锁定，分析用户的上网轨迹，从中分析出其行为主题，推测出用户偏好及其生命周期。为了保持广告投放的精准性，技术人员会对数据进行持续的更新和分析。

公司设有专门的技术部及数据组，其中的技术人员均为行业专精人士，他们负责对源数据进行收集、挖掘、分析、归集、更新等操作，精准描绘用户上网行为的全貌。以上工作，使源数据在“加工”后，价值得到较大提升，为公司带来利润空间；让客户的广告投放更为精准，帮助客户获得更大效益；同时，改善了线上广告生态环境，让用户无需自己搜索，就能看到喜欢的广告，购买到真正需要的产品。

### （三）销售和定价模式

公司的销售模式主要采用品牌直销的方式。这些年公司已经签约了电商、游戏、教育、旅游等各大行业数十家品牌企业以及互联网广告行业的数十家资深广告联盟、商家联盟等，通过公司的久旭联盟平台和第三方的商业平台，如一号店、当当等为广告主投放广告。

公司产品主要面向国内互联网广告市场及一定份额的国外广告市场，产品投播渠道遍布全国各大省份。产品投播载体除了传统的PC端各大网站、联盟及浏

览器，还囊括移动端手机界面、APP等相关产品。

公司产品和服务价格是由销售部门、研发实施部和财务部门协同制定，从服务器租赁成本、流量购买采购成本、研发实施、研发费用及公司盈利等方面，根据预算成本结合竞争对手定价水平等各方面因素，确定产品价格。具体包括以下三个方面：

### **(1) 每千人展现成本 CPM**

CPM(Cost Per thousand Impressions)是利用载有网络广告的网页被浏览的次数来衡量网络广告效果的。受用户要求的网页或广告图像每被浏览一次，就是一次印象。通常每个发布广告的网站都会使用程序来统计含有广告的页面被浏览的次数。这种定价一般以广告网页被1000次浏览为基准计价单位，它源于传统媒体广告定价。受传统媒体计费方式的影响，大部分网络媒体服务商沿用了这种模式。传统媒体无法对实际接触广告信息载体的人数做准确的统计，广告信息是否真正被阅读浏览是一个未知数，而网站可以精确地统计有多少人浏览了含有广告的这一页面。CPM 的 Per Thousand 的标准是 Page Views(页面访问次数)，而不是访问人次。

CPM 指标比较符合业内人士的惯性思维模式——即按照传统媒体测量广告效果的方式来计价，操作便捷。这种方式对于网站发行人和广告主来说，都是相对比较容易的。对于网站发行人来说，他所要考虑的只是显示1,000次广告条，无需关注点击率，无需统计多少百分比的访问者对此广告产生兴趣。而对于广告主，则不需要太多的网络广告知识就可以知道所投放的网络广告的触及范围和人数。按照 CPM 收费，可以保证客户的付费和浏览人数直接挂钩。比如今天你有 10,000人访问，明天只有5,000人访问，这不要紧，因为是按访问人数收费。此外，按 CPM 收费，还可以鼓励网站投入尽可能多的精力，通过创新来提升自己网页的浏览人数。

CPM 是一种对网络广告商更为有利的定价标准，因为只要广告页被浏览，无论是否有人点击，广告商都可以计算收入。而仅仅统计一定时间内的网页浏览次数不足以向广告主说明其网上广告开支的实际价值，对广告主而言，他更希望的是网络用户点击广告进入商品的相关链接或网站，这样才是有效的网络广告。

### **(2) 每行动成本 (CPA)**

CPA( Cost Per Action)也叫每购买成本，是按广告投放的实际效果，即消费

者实际购买数量来计费的。CPA 方式对于网站而言有一定的风险，但若广告投放成功，其收益也要比 CPM 的计价方式要大得多。

CPA 是广告主与门户网站双向选择的结果，是一座连接广告主与门户网站的沟通桥梁。广告主只需为那些购买商品的受众付费，主动权完全握在广告主手中。而对于门户网站而言，整合力量远比独自经营要容易得多，可以扬长避短，发挥特色，依据网站的内容选择符合自身特色的广告进行投放。网站发行人希望投放广告的商家产品销路极佳，这样他们从 CPA 上就可以得到更多的利益。这种充分结合了对广告主的无风险性和对门户网站的整合性的网络广告投放形式，不仅达到了广告主的广告宣传效果，也提高了网站的广告收入，是广告主与网站呈现双赢的完美结果。

### **(3) 每订单销售成本 (CPS)**

CPS 广告同 CPA 广告一样，可以为广告主规避广告费用风险，CPS 是按照广告点击之后产生的实际销售的提成付给广告站点销售提成费用。CPS 的主题包括广告主（广告的投放者），媒体联盟，站长。广告主和联盟签订分成比例和结算方式等有关条款的合作协议，然后广告主将所要推广的信息以图片等方式发布给联盟，联盟通过整合旗下合作的个人网站，搜索导航，甚至是所有购买的门户广告为等途径，将广告主的广告发布给受众，通过这些广告形成销售之后，广告主和联盟按合同结算，联盟给各大发布该广告主广告并产生销售的站长和其他网络媒体以广告发布时约定的分成比例结算推广费用。

### **(四) 采购模式**

公司设立有独立的渠道部负责资源采购，模式为多渠道、多行业、多平台的采购模式。以流量与数据为主，面向运营商、社会网盟、无线联盟、BAT 等资源渠道。合作多为跨年式的框架合作，同时采用预付模式结算流量及数据，因此在采购渠道上相对稳定，同时与各渠道资源方保有良好的合作关系及口碑。

公司采购成本包括硬件设备采购成本、流量成本、软件成本、营销费用、维护费用等。公司对流量基本上是根据需求购买，对必要的设备有少量库存，很少占用公司资金。每家合格供应商必须提供其公司资质、应用案例等，基本上使用行业内的知名品牌和优质产品。对同一产品实行横向和纵向比较，选择 3 到 10 家竞价处理，对符合质量要求和投标条件的产品再进行单独价格洽谈，力争达到利益最大化。公司主要原材料均为运营商流量供应，在市场上供过于求，供应商

的竞争很激烈，选择范围很大。

### （五）盈利模式

公司盈利模式分两大块，一块为传统互联网广告高频低消行业模块。主要为电商、游戏等资源需求量巨大的线上广告行业。这块模式的特点是消耗稳定、基数巨大、铺排面广、对流量及数据要求相对较低频高消行业低，产品附加值也较之偏低，属于以量附加效果的投放导向取胜的盈利模式。另一块为新兴的低频高消的行业模式，主要应用在线下房产、汽车、教育等高附加值行业。这块模式的特点是相对消耗基数较小，对数据的分析及应用敏感，投入产出比较高。

目前，国内的互联网广告需求更多的是各游戏厂商及电子商务平台公司，公司新兴的低频高销行业模式所对应的客户企业的需求、流程和业务呈现出多样性和复杂性，互联网数据应用的定制化程度高，因此给公司提供了较大的发展空间，并拥有一批忠诚度较高的客户。公司经过多年技术研究积淀和市场开拓，通过业内领先的技术、信息化综合解决方案，新兴行业模式得到了行业内客户的较大认可。

## 四、公司业务关键资源要素

### （一）主要产品和服务技术含量

公司的核心技术主要来源于公司研发团队的自主创新以及行业经验积累与创新，主要包括基于 Lua 多通道技术、Hadoop 技术框架、和用户行为标签识别技术等，具体情况如下：

序号	技术名称	技术特点描述
1	基于 Lua 的多通道技术	<p>Lua 是一个小巧的脚本语言，由标准 C 编写而成，几乎在所有操作系统和平台上都可以编译，运行。Lua 并没有提供强大的库，这是由它的定位决定的。所以 Lua 不适合作为开发独立应用程序的语言。Lua 有一个同时进行的 JIT 项目，提供在特定平台上的即时编译功能。</p> <p>Lua 脚本可以很容易地被 C/C++ 代码调用，也可以反过来调用 C/C++ 的函数，这使得 Lua 在应用程序中可以被广泛应用。不仅仅作为扩展脚本，也可以作为普通的配置文件，代替 XML, ini 等文件格式，并且更容易理解和维护。Lua 由标准 C 编写而成，代码简洁优美，几乎在所有操作系统和平台上都可以编译，运行。一个完整的 Lua 解释器不过 200k，在目前所有脚本引擎中，Lua 的速度是最快的。这一切都决定了 Lua 是作为嵌入式脚本的最佳选择。</p>

2	Hadoop 技术	<p>Hadoop 是一个由 Apache 基金会所开发的分布式系统基础架构。用户可以在不了解分布式底层细节的情况下，开发分布式程序。充分利用集群的威力进行高速运算和存储。Hadoop 实现了一个分布式文件系统 (Hadoop Distributed File System)，简称 HDFS。HDFS 有高容错性的特点，并且设计用来部署在低廉的 (low-cost) 硬件上；而且它提供高吞吐量 (high throughput) 来访问应用程序的数据，适合那些有着超大数据集 (large data set) 的应用程序。HDFS 放宽了 (relax) POSIX 的要求，可以以流的形式访问 (streaming access) 文件系统中的数据。Hadoop 的框架最核心的设计就是：HDFS 和 MapReduce。HDFS 为海量的数据提供了存储，则 MapReduce 为海量的数据提供了计算。</p> <p>Hadoop 得以在大数据处理应用中广泛应用得益于其自身在数据提取、变形和加载(ETL)方面上的天然优势。Hadoop 的分布式架构，将大数据处理引擎尽可能地靠近存储，对例如像 ETL 这样的批处理操作相对合适，因为类似这样操作的批处理结果可以直接走向存储。Hadoop 的 MapReduce 功能实现了将单个任务打碎，并将碎片任务(Map)发送到多个节点上，之后再以单个数据集的形式加载(Reduce)到数据仓库里。</p>
3	用户行为标签识别技术	<p>基于文本主题抽取模型，在 PB 级的 url 数据中，筛选出用户在一个周期内在网上的浏览轨迹，基于用户的网上浏览轨迹这个高维稀疏的矩阵，通过 PCA 等降维手段，将用户的行为特征减少到集群能够处理的维度。然后，通过多分类和关联分析等算法，生成用户的主要特性标签。</p>

作为一家创新型高新技术企业，公司拥有一支充满朝气、高素质、年轻化、专业化的研发队伍。公司除有常年外聘的专家顾问外，还汇聚了互联网企业管理领域的技术精英，实行开放式研究，并积极着手产学研相结合的研究模式，自主创新与合作创新有机结合，形成了以学术带头人为主的高效队伍，先后开发了 PV25DSP 平台、久旭联盟平台、聚惠算导购系统、易乐街导购资讯系统。经过多年的市场实践和技术优化，公司在多通道技术（高并发数据输出）、Hadoop 技术框架和用户行为标签识别技术等方面有很强的技术经验积累。

## （二）无形资产状况

### 1、申请中的专利

截至本公开转让说明书签署日，公司正在申请的专利有 4 项，具体情况如下：

序号	专利名称	申请人	申请号	专利类型	申请日	备注
1	广告访客找回方法及广告投放系统	公司	2016107708104	发明专利	2016-08-30	已受理

2	跨时间、多维度异常检测的方法和系统	公司	2016107705144	发明专利	2016-08-30	已受理
3	基于用户行为数据对用户行为图上分析的方法和系统	公司	2016107702697	发明专利	2016-08-30	已受理
4	基于大数据驱动的在线广告精准投放方法和系统	公司	2016107702146	发明专利	2016-08-30	已受理

## 2、软件著作权

截止本公开转让说明书签署日，公司（含子公司）合计拥有16项软件著作权。

具体情况如下：

序号	软件著作权名称	著作权人	取得方式	登记号	登记日期	开发完成日期
1	综合性电商导购与咨询的 web 平台	公司	原始取得	2016SR057850	2016-03-18	2014-10-15
2	媒体流量供应方平台	公司	原始取得	2016SR047627	2016-03-09	2014-10-15
3	秒速浏览器提速版平台	公司	原始取得	2016SR043331	2016-03-03	2015-03-10
4	基于订单管理系统的代理平台	公司	原始取得	2016SR041007	2016-03-01	2014-09-16
5	精准数据投放实时竞价 DSP 平台	公司	原始取得	2016SR041002	2016-03-01	2014-12-01
6	启冠网址导航 Web 平台	公司	原始取得	2016SR039298	2016-02-26	2013-11-14
7	综合性电商导购与咨询的 AndroidAPP 平台	公司	原始取得	2016SR039295	2016-02-26	2014-08-15
8	营销广告投放需求方平台	公司	原始取得	2016SR036857	2016-02-24	2014-10-15
9	基于实时资讯分享与广告投放的易乐街 web 平台	公司	原始取得	2016SR026757	2016-02-03	2015-01-15
10	启冠网盟广告系统软件	公司	原始取得	2016SR026646	2016-02-03	2013-09-05
11	启冠大数据分析处理与应用系统软件	公司	原始取得	2015SR062602	2015-10-15	2014-10-15
12	启冠综合性电商导购与咨询平台软件	公司	原始取得	2015SR063360	2015-04-15	2014-08-15
13	启冠广告系统软件	公司	原始取得	2015SR098553	2015-06-04	2012-04-15
14	启冠精准数据投放实时竞价系统软件	公司	原始取得	2015SR098179	2015-06-04	2013-07-11
15	启冠实时资讯分享与广告投放平台软件	公司	原始取得	2015SR098663	2015-06-04	2014-12-01

16	启冠千兆浏览器软件	公司	原始取得	2015SR 098548	2015-06-04	2015-03-10
----	-----------	----	------	---------------	------------	------------

### 3、申请中的商标

截止本公开转让说明书签署日，公司有 2 项注册商标正在受理中。具体情况如下：

序号	商标名称	申请人	申请号	申请日	分类号	备注
1	久旭联盟	公司	21095294	2016-08-24	35	已受理
2	久旭推广	公司	21095275	2016-08-24	35	已受理

### 4、域名

截止本公开转让说明书签署之日，公司（含全资子公司）拥有 **22 个域名**，具体情况如下：

序号	域名	权利人	ICP 备案号	有效期	备案日期
1	baiyanhong.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-10	2012.05.14-2017.05.14	2016.01.28
2	d639.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-2	2012.05.14-2017.05.14	2016.01.28
3	chamspire.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-2	2012.02.09-2017.02.09	2016.01.28
4	juhuisuan.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-2	2012.10.15-2017.10.15	2016.01.28
5	miwoa.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-2	2012.10.15-2017.10.15	2016.01.28
6	hu76.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-2	2012.05.14-2017.05.14	2016.01.28
7	paopaobao.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-23	2012.12.24-2017.12.24	2016.01.28
8	aizhewang.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-24	2013.02.26-2017.02.26	2016.01.28
9	quqiwang.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-25	2013.03.08-2017.03.08	2016.01.28
10	yilejie.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-25	2013.03.08-2017.03.08	2016.01.28
11	youtuiwang.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-25	2013.03.08-2017.03.08	2016.01.28
12	76mi.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-26	2011.08.09-2018.08.09	2016.01.28
13	pv25.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-27	2013.04.02-2017.04.02	2016.01.28
14	ll0o.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-28	2013.04.02-2017.04.02	2016.01.28
15	7o2o.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-29	2013.04.02-2017.04.02	2016.01.28

16	yangbinbin.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-3	2012.05.12-2017.05.14	2016.01.28
17	184f.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-30	2013.04.02-2017.04.02	2016.01.28
18	8bba.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-31	2013.04.02-2017.04.02	2016.01.28
19	c1o1.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-32	2013.04.02-2017.04.02	2016.01.28
20	3iba.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-33	2013.04.02-2017.04.02	2016.01.28
21	juhisuan.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-34	2013.08.09-2017.08.09	2016.01.28
22	9xu.com	公司	浙 ICP 备 12006745 号-35	2005.03.17-2019.03.17	2016.01.28

公司尚未完成上述知识产权主体由杭州启冠有限变更为启冠网络的手续，但鉴于公司系由杭州启冠整体变更设立而来，上述权属主体变更不存在纠纷或潜在纠纷。

### （三）业务许可、资质情况

#### 1、特许经营权

公司不存在使用特许经营权的情况。

#### 2、资质情况

目前，公司已就公司的业务合法经营取得了所有应取得的批准、许可及相关备案登记手续，具体情况如下：

##### （1）高新技术企业

公司持有浙江省科学技术厅颁发编号为 GR201633001872 号的浙江省高新技术企业证书，发证日期：2016 年 11 月 21 日，有效期三年。

##### （2）增值电信业务经营许可证

启冠网络持有浙江省通信管理局颁发的编号为浙 B2—20130104 号增值电信业务经营许可证；业务种类：第二类增值电信业务中的信息服务业（仅限互联网信息服务）；发证日期：2013 年 6 月 9 日，有效期至：2018 年 6 月 8 日。

在公司由杭州启冠网络技术有限公司变更为浙江启冠网络股份有限公司后，公司已经办理完毕该增值电信业务经营许可证资格主体变更。

杭州鼎妙现持有浙江省通信管理局于 2014 年 8 月 26 日颁发的证号为浙 B2-20140253 号增值电信业务经营许可证，业务种类为第二类增值电信业务中的

信息服务业（仅限互联网信息服务）有效期至 2019 年 8 月 25 日。

2007 年《国务院关于第四批取消和调整行政审批项目的决定》取消了原《广告管理条例》设定的企业广告经营资格审批。自此，企业经营广告业务无需再获得广告经营资质。

综上，公司产品符合有关产品质量及技术标准，未受过产品质量及技术监督部门的处罚。

#### （四）主要固定资产情况

##### 1、主要固定资产

项 目	账面原值	账面价值	成新率
电子及办公设备	933,574.37	298,823.49	32%
合计	933,574.37	298,823.49	32%

公司固定资产主要包括电脑及配件、服务器和办公设备等，金额不大，属于轻资产类型的公司，固定资产整体成新率为 32%，同时公司的电子及办公设备基本属于通用设备，市场上的供应较多，随时可以满足公司生产经营的需要；公司主要电子和办公设备均运行良好，保证了公司的正常经营需要。

#### （五）员工状况及核心技术人员情况

##### 1、员工状况

截至 2016 年 10 月 31 日，公司共有员工 64 人，具体如下：

##### （1）岗位结构

公司研发、技术人员 26 人，市场、销售渠道员 31 人，行政、财务、人事人员 7 人，详细结构如下表：

岗位	人数	比例
研发、技术、产品人员	26	40.63%
销售、渠道人员	31	48.44%
行政、财务、人力人员	7	10.94%
合计	64	100.00%

##### （2）学历结构

研究生及以上（含研究生）学历 3 人，本科学历 32 人，大专 26 人，大专以下

学历3人，详细结构如下图：

学历	人数	比例
研究生	3	4.69%
本科	32	50.00%
大专	26	40.63%
大专以下	3	4.69%
合计	64	100.00%

### (3) 年龄结构

30岁以下50人，30至39岁13人，40岁以上1人，详细结构如下图：

年龄	人数	比例
30岁以下	50	78.13%
30岁(含)-39岁	13	20.31%
40岁(含)以上	1	1.56%
合计	64	100.00%

## 2、核心技术(业务)人员情况

### (1) 核心技术人员简介

核心技术人员金晓燕的基本情况，详见本《公开转让说明书》的“第一节 公司概况”之“七、公司董事、监事及高级管理人员情况”之“（二）监事会成员情况”部分。

史建民：男，1987年9月，中国国籍，无境外永久居留权，2007年6月毕业于南京工业职业技术学院网络系统管理专业专业，专科学历。2011年9月至2012年9月，就职于杭州杭州蓝恩网络科技有限公司，任技术主管；2012年9月至2013年8月，就职于杭州泛城科技有限公司，任PHP研发工程师职务；2013年8月至2015年5月，就职于杭州启冠网络技术有限公司，任PHP技术主管；2015年6月至2015年11月，就职于杭州阿拉丁数字技术有限公司，任PHP架构师职务；2015年11月至今，就职于公司，任技术负责人。

龚安邦：男，1988年12月，中国国籍，无境外永久居留权，2013年3月毕业于华中科技大学软件工程专业，硕士学历。2013年3月至2014年7月，就职于中电10所（中国电子科技集团），任软件主任设计师；2014年8月至2016年3月，就职于网易（杭州）网络科技有限公司，任PHP研发工程师职务；2016年3月至今，就职于公司，任数据组长。

## （六）研发情况

### 公司研发费用及其占主营业务收入比

项 目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
研发费（元）	1,875,687.05	1,378,177.98	855,290.80
占当期营业收入比例	8.59%	5.71%	6.70%

2016年1-8月、2015年、2014年公司研发费用分别为1,875,687.05元、1,378,177.98元、855,290.80元，占同期主营业务收入的比重分别为8.59%、5.71%、6.70%，符合“最近一年销售收入小于2亿元（含）的企业，比例不低于4%”研发费用投入的比例要求。截至2016年10月31日，公司正式员工人数为64人，其中研发人员26人，占公司总人数的40.63%，符合“企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于10%”人力资源构成的要求。

## （七）办公场所情况

公司目前无自有房产，经营场所系租赁取得，位于浙江省杭州市萧山区经济技术开发区启迪路198号A-B102-396号。

## 五、公司主营业务相关情况

### （一）主要产品或服务的营业收入情况

按产品分类公司营业收入如下表：

项 目	2016年1-8月		2015年度		2014年度	
	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）	金额（元）	占比（%）
互联网广告推广	21,824,131.50	100.00%	23,888,937.75	98.95%	12,379,436.25	96.96%
其他业务		0.00%	252,427.18	1.05%	388,349.51	3.04%

收入						
营业收入合计	21,824,131.50	100.00%	24,141,364.93	100.00%	12,767,785.76	100.00%

各项收入的性质和变动分析请见本说明书“第四节 公司财务”之“七、营业收入、利润及变动情况”之说明。

## （二）产品或服务的主要消费群体

### 1、主要服务对象

公司主要面向互联网行业客户提供互联网广告推送服务，公司的销售模式主要采用品牌直销的方式。这些年公司已经签约了电商、游戏、教育、旅游等各大行业数十家品牌企业以及互联网广告行业的数十家资深广告联盟、商家联盟等，通过公司的久旭联盟平台和第三方的商业平台，如一号店、当当等为广告主投放广告。公司签订的销售合同主要为框架性服务合同，服务的周期根据不同的客户需求不固定，合同金额不确定，以最终结算金额为准。

### 2、报告期内各期前五名客户销售额及其占当期销售总额比重情况

2016年1-8月份、2015年、2014年和公司对前五大客户营业收入总额分别为12,046,048.99元、11,622,191.80元、7,746,165.89元，占当期收入总金额的比例分别为55.19%和48.14%、60.67%，公司前五名客户因行业特性比较分散，不存在依赖单一客户的情况。

#### 2016年1-8月

客户名称	销售收入（元）	占当期销售收入总额比重（%）
杭州九赢互联广告技术有限公司	3,393,251.70	15.55
五峰极播文化传媒有限公司	3,252,871.15	14.90
天津蓝鸿互动科技有限公司	2,004,822.64	9.19
广州四三九九信息科技有限公司	1,744,632.18	7.99
安徽甲元信息技术有限公司	1,650,471.32	7.56
合计	<b>12,046,048.99</b>	<b>55.19</b>

#### 2015年

客户名称	销售收入（元）	占当期销售收入总额比重（%）
深圳市爱酷游网络技术服务有限公 司	3,412,571.98	14.14
亿玛创新网络（天津）有限公司	2,769,642.97	11.47
五峰极播文化传媒有限公司	1,986,479.22	8.23

深圳市方贝科技有限公司	1,856,752.08	7.69
上海新数网络科技股份有限公司	1,596,745.55	6.61
<b>合计</b>	<b>11,622,191.80</b>	<b>48.14</b>

**2014年**

客户名称	销售收入(元)	占当期销售收入总额比重(%)
百度在线网络技术(北京)有限公司	3,735,905.36	29.26
唯品会(中国)有限公司	1,222,729.35	9.58
上海云屹信息技术有限公司	1,207,547.17	9.46
亿玛创新网络(天津)有限公司	1,013,946.27	7.94
上海皇家网络科技有限公司	566,037.74	4.43
<b>合计</b>	<b>7,746,165.89</b>	<b>60.67</b>

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、持有公司5%以上股份的股东不在上述客户中占有权益。

**(三) 主要产品或服务的成本支出情况****1、成本构成情况****报告期公司主营业务成本构成情况**

项目	2016年1-8月		2015年度		2014年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
流量采购成本	10,856,355.75	91.63	13,406,797.07	84.11	9,045,813.60	69.84
推广成本	846,825.66	7.15	2,427,447.78	15.23	3,858,805.58	29.79
人工成本	117,881.48	0.99	82,814.92	0.52	48,001.66	0.37
服务器成本	27,181.13	0.23	23,320.75	0.15	-	0.00
<b>主营业务成本合计:</b>	<b>11,848,244.02</b>	<b>100.00</b>	<b>15,940,380.52</b>	<b>100.00</b>	<b>12,952,620.84</b>	<b>100.00</b>

公司的产品成本主要包括流量采购及推广成本、人工成本及服务器成本等。报告期公司主营业务成本构成中，流量采购成本逐年递增，主要系公司经营业务规模扩大，实际向运营商采购的流量增加；推广成本逐年递减，主要系公司购买广告位投放广告发生的支出，经过前期试运营后广告投放效果欠佳，目前已减少

广告位购买，主要以 CPM 方式展现售卖；人工成本逐年递增，主要系公司经营规模扩大，人员增加，同时 2016 年新成立数据挖掘小组，组内成员通过爬虫抓取系统归类整理数据，提升广告投放效果；2015 年和 2016 年公司发生的服务器成本为服务器托管发生的成本。

## 2、报告期内各期前五名供应商采购额及其占当期采购总额比重情况

2016 年 1-8 月份、2015 年、2014 年公司对前五大供应商采购总额分别为 9,950,028.56 元、14,057,802.49 元、5,491,516.88 元，占当期全部采购金额的比例分别为 92.56%、89.86%和 100%。

2016 年 8 月 31 日

供应商名称	采购金额（元）	占当期采购总额的比例（%）
福建富士通信息软件有限公司	500,000.00	5.03%
广州泓昇信息科技有限公司	551,468.07	5.54%
江苏号百信息服务有限公司	3,000,000.00	30.15%
浙江公众数据通信有限公司	4,057,407.44	40.78%
中国电信股份有限公司湖南分公司	1,100,000.00	11.06%
<b>前五名供应商合计</b>	<b>9,950,028.56</b>	<b>92.56%</b>

2015 年度

供应商名称	采购金额（元）	占当期采购总额的比例（%）
福建富士通信息软件有限公司	1,000,000.00	7.11%
江苏号百信息服务有限公司	2,840,029.30	20.20%
浙江公众数据通信有限公司	6,560,000.00	46.66%
中国电信股份有限公司 上海分公司（互联网部）	1,500,000.00	10.67%
江苏省公用信息有限公司	732,100.08	5.21%
<b>前五名供应商合计</b>	<b>14,057,802.49</b>	<b>89.86%</b>

2014 年度

供应商名称	采购金额（元）	占当期采购总额的比例（%）
江苏省公用信息有限公司	700,000.00	12.75%
中国电信股份有限公司广西号百信息 服务分公司	211,339.76	3.85%

中国电信股份有限公司上海分公司 (互联网部)	3,580,177.12	65.19%
中国电信股份有限公司浙江分公司	1,000,000.00	18.21%
<b>前五名供应商合计</b>	<b>5,491,516.88</b>	<b>100.00%</b>

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东均未在前五名供应商中占有权益。

#### (四) 房屋租赁情况

公司报告期内的房屋租赁合同包括：

编号	供应商名称	合同内容	合同金额	签订日期	履行情况
1	浙江中天科技发展有限公司	272 平米办公场所租赁合同	107,712 元/年	2013-11-22	提前终止
2	浙江中天科技发展有限公司	48 平米办公场所租赁合同	24,192 元	2015-12-1	履行完毕
3	浙江杭州湾信息港高新建设开发有限公司	102 平米办公场所租赁合同	12,099.24 元/季 注 1	2015-12-1	正在履行
4	杭州北部软件园发展有限公司 注 2	1265 平米办公场所租赁合同	428,019 元/半年	2016-3-21	正在履行

注 1：与浙江杭州湾信息港高新建设开发有限公司签订的租赁合同约定第一年租金全额减免。

注 2：与杭州北部软件园发展有限公司的办公场所租赁合同为子公司杭州鼎妙科技有限公司所签订，合同约定自第三年起租金单价按每两年 8%递增。

公司与报告期内所有房屋出租方均不存在关联关系，目前尚不存在即将到期租赁合同的续签事宜。

#### (五) 重大业务合同及履行情况

##### 1、销售合同

公司主要面向互联网行业客户提供互联网广告推送服务，公司的销售模式主要采用品牌直销的方式。这些年公司已经签约了电商、游戏、教育、旅游等各大行业数十家品牌企业以及互联网广告行业的数十家资深广告联盟、商家联盟等，通过公司的久旭联盟平台和第三方的商业平台，如一号店、当当等为广告主投放广告，公司签订的销售合同主要为框架性服务合同，服务的周期根据不同的客户需求不固定，合同金额不确定，以最终结算金额为准。

**公司报告期内的重大销售合同包括：**

编号	客户名称	合同内容/名称	合同总金额	签订日期	履行情况
1	亿玛创新网络（天津）有限公司	广告联盟合作协议	按广告实际投放效果结算	2014-5-20	履行完毕
2	唯品会（珠海）电子商务有限公司	唯品会 CPS 营销服务	按每个订单交易金额结算	2014-6-1	履行完毕
3	上海云屹信息技术有限公司	网络广告发布	按广告投放数量结算	2014-1-1	履行完毕
4	北京当当科文电子商务有限公司	互联网广告推送	按每个订单交易金额结算	2014-7-1	履行完毕
5	上海皇家网络科技有限公司	网络广告投放合同	按广告投放流量数据结算	2014-1-1	履行完毕
6	天津虔美国际贸易有限公司	联盟合作推广费	按商品类别设置固定推广费	2014-7-17	履行完毕
7	深圳市爱酷游网络技术服务有限公司	手机 App 合作协议	按 APP 推广有效用户数结算	2015-2-1	正在履行
8	杭州快定网络股份有限公司	App 推广合作协议	按有效推广数的固定比例结算	2015-12-1	正在履行
9	趣游（厦门）科技有限公司	互联网广告推送	按千次 PV 展现计费	2015-4-13	履行完毕
10	深圳市方贝科技有限公司	App 推广合作协议	按有效推广数的固定比例结算	2015-2-1	正在履行
11	五峰极播文化传媒有限公司	互联网广告推送	按千次 PV 展现计费	2015-1-1	正在履行
12	广州四三九九信息科技有限公司	互联网广告推送	按千次 PV 展现计费	2015-12-28	正在履行
13	上海新数网络科技有限公司	互联网广告发布合同	按千次 PV 展现计费	2015-1-1	正在履行
14	安徽甲元信息技术有限公司杭州分公司	CPA 渠道推广	按有效推广数的固定比例结算	2016-5-1	正在履行
15	杭州九赢互联广告技术有限公司	应用宝合作推广	按 App 有效激活量结算	2016-1-1	正在履行
16	天津蓝鸿互动科技有限公司	互联网广告推广协议	按千次 PV 展现计费	2016-3-28	正在履行
17	广州拉宝信息科技有限公司	互联网广告推广	根据 CNZZ 统计数据结算	2016-4-6	正在履行
18	北京搜狗网络技术有限公司	互联网广告推广	按 PV 展现次数计费	2016-5-18	正在履行

## 2、采购合同

公司设立有独立的渠道部负责资源采购，模式为多渠道、多行业、多平台的采购模式。以流量与数据为主，面向运营商、社会网盟、无线联盟、BAT 等资源渠道。合作多为跨年式的框架合作，同时采用预付模式结算流量及数据，因此在采购渠道上相对稳定，同时与各渠道资源方保持良好的合作关系及口碑。

### 公司报告期内的重大采购合同包括：

编号	供应商名称	合同内容/名称	合同总金额	签订日期	履行情况
1	中国电信股份有限公司上海分公司	流量数据采购	按千次 PV 展现值计费	2014-12-18	履行完毕
2	江苏省公用信息有限公司	流量数据引导	按千次引导量结算	2014-9-30	正在履行
3	中国电信股份有限公司浙江分公司	流量数据采购	按千次 PV 展现值计费	2014-10-27	履行完毕
4	上海华扬联众数字技术有限公司广州分公司	广告位购买	按 9700 元/天结算	2013-12-5	履行完毕
5	江苏号百信息服务有限公司	互联网信息推广服务	按千次 PV 展现值计费	2014-12-17	履行完毕
6	浙江公众数据通信有限公司	数据挖掘（猜你喜欢业务合作协议）	按客户引入量分成结算	2015-6-16	履行完毕
7	广州泓昇信息科技有限公司	网络广告投放代理合作协议	按千次 PV 展现值计费	2015-10-27	正在履行
8	福建富士通信息软件有限公司	互联网信息交互服务合作协议	按千次 PV 展现值计费	2015-8-1	正在履行
9	中国电信股份有限公司广西号百信息服务分公司	互联网 RTB 发布业务合作协议	按千次 PV 展现值计费	2015-12-17	正在履行
10	广州市聚喜广告有限公司	广告位购买	按 6500 元/天结算	2015-1-1	履行完毕
11	中国电信股份有限公司上海分公司	流量数据采购	按千次 PV 展现值计费	2016-1-11	正在履行
12	中国电信股份有限公司湖南分公司	互联网广告发布	按千次 PV 展现值计费	2016-5-24	正在履行
13	浙江公众数据通信有限公司	互联网信息服务业务合作	按千次 PV 展现值计费	2016-1-17	正在履行
14	南京信风网络科技有限公司	互联网信息推广服务合作	按千次 PV 展现值计费	2016-7-12	正在履行
15	中国电信股份有限公司安徽分公司	互联网精准营销合作协议	按互联网精准营销平台实收入分成	2016-7-11	正在履行

16	深圳汇网天下数据服务有限公司	数据营销服务合作协议	按千次 PV 展现值计费	2016-4-1	正在履行
17	南京行者网络科技有限公司	互联网精准广告发布合同	按千次 PV 展现值计费	2016-1-1	正在履行

### 3、贷款合同

报告期内公司不存在银行借款情况。

## 六、公司所处行业概况、市场规模及行业基本风险特征

### (一) 行业分类、监管体制及行业政策

#### 1、行业分类

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），公司所处行业门类为 I 类：互联网和相关服务，行业代码为 I64；根据我国《国民经济行业分类》（2011年修订）国家标准（GB/T4754-2011），公司所处行业属于互联网和相关服务（I64）下的互联网信息服务（I6420）；根据全国中小企业股份转让系统《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所处行业属于互联网和信息服务（I64）下的互联网信息服务（I6420）；根据全国中小企业股份转让系统《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所处行业属于互联网软件与服务（17101010）。

#### 2、监管体制

公司的主营业务属于互联网广告推广服务，该行业实行政府相关部门监督管理与行业协会自律监管相结合的监管体制。

其主管部门是国家工业和信息化部、国家工商行政管理总局。国家工业和信息化部主要职能：研究拟定国家信息产业发展战略、方针政策和总体规划；拟定本行业的法律、法规，发布行政规章；组织制订本行业的技术政策、技术体制和技术标准等。国家工商总局主要职责：指导广告业发展，负责广告活动的监督管理工作，下设广告监督管理司，拟订广告业发展规划、政策措施并组织实施；拟订广告监督管理的具体措施、办法；组织、指导监督管理广告活动；组织监测各类媒介广告发布情况；查处虚假广告等违法行为；指导广告审查机构和广告行业组织的工作等。

行业自律性组织为中国广告协会、中国互联网协会、全国互联网广告监测中心及各地区广告协会和检测中心。其中，中国广告协会的主要职能有：开展调查

研究，制定行业发展规划；推进行业标准化工作和广告行业市场建设；推动中国名牌产品战略；培训广告企业和专业技术人员；开展国内外技术、贸易交流合作；加强行业信息化建设，做好行业资讯服务；组织订立行规行约，建立诚信体系，创造公平竞争的良好氛围；承担政府主管部门委托的其它任务。

### 3、行业政策

互联网广告及互联网数据分析应用产业是国家战略性新兴产业，是国民经济和社会信息化的重要基础。为鼓励互联网行业的持续健康发展，国务院、商务部等连续颁布了重要的政策性文件，其中主要政策如下表所示：

#### (1) 《中华人民共和国广告法》

为了规范广告活动，促进广告业的健康发展，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，发挥广告在社会主义市场经济中的积极作用，全国人民代表大会常务委员会于1994年审议通过了《中华人民共和国广告法》，对广告主、广告经营者、广告发布者从事广告业务的活动进行了规范。2015年4月24日，全国人民代表大会常务委员会审议通过了修订后的《中华人民共和国广告法》。修订后的广告法增加了对互联网广告的规范内容，并于2015年9月1日起施行。

#### (2) 《互联网信息服务管理办法》

2000年，国务院颁布并实施了《互联网信息服务管理办法》。根据其规定，从事通过互联网向上网用户有偿提供信息或者网页制作等服务活动的，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。除此之外，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办理备案手续。

#### (3) 《互联网广告管理暂行办法》

《互联网广告管理暂行办法》是为规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业的健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序，根据《中华人民共和国广告法》等法律、行政法规制定。由国家工商行政管理总局局务会议审议通过，自2016年9月1日起施行。

(4)国家发改委在2013年修订的《产业结构调整指导目录(2011年本)》中，将“科技信息服务”中的“行业(企业)管理和信息化解决方案开发、基于网络的

“软件服务平台、软件开发和测试服务、信息系统集成、咨询、运营维护和数据挖掘等服务业务”确定为鼓励类产业。

(5)2012年4月11日，国家工商行政管理总局印发了《关于推进广告战略实施的意见》，“鼓励广告企业加强广告科技研发，加速科技成果转化，提高运用新设备、新技术、新材料、新媒体的水平。促进数字、网络等新技术在广告服务领域的应用。鼓励环保型、节能型广告材料的推广使用。支持广告业专用硬件和软件的研发，促进广告业优化升级。”

(6)国家工商总局于2010年3月出台的《关于深入贯彻落实科学发展观积极促进经济发展方式加快转变的若干意见》指出，“支持和引导互联网、移动网、楼宇视频等新兴媒体发挥自身优势，开发新的广告发布形式，提升广告策划、创意、制作水平，拓展广告产业新的增长点。”

(7)2008年4月国家工商行政管理总局和国家发展改革委员会在《关于促进广告业发展的指导意见》中提出，“支持互联网、楼宇视频等新兴广告媒介健康有序发展，使其成为广告业的增长点。”

## (二) 行业概况

广告行业是随着现代社会中消费者对信息需求的增长应运而生的产业。可以说，只要存在信息不对称，广告行业就会存在并发展；互联网广告作为一种互联网技术应用的深度发展，充分运用到了社会和企业发展的实际需求当中，通过对于大数据资源的合理和深度挖掘，形成一种包括用户行为规律、竞争对手监测、基于大数据分析的精准营销手段以及通过对碎片化时间的整合，充分挖掘广告发布平台的价值为一体的全价值服务体系。事实证明，随着经济社会的不断发展，往往在经济越为发达的区域或市场，广告产业就越为发达，可以毫不夸张地说，广告产业作为新兴服务产业的一个分支，可以作为经济发展的一项可靠指标。这个行业既然诞生了，就不会消亡。

管理层不久前曾经提出：“制定‘互联网+’行动计划，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展。”实际上，“+”后面连接的是传统行业的各行各业，每一个传统行业都孕育着“互联网+”的机会。而广告较早便与互联网进行了结合与渗透，在当前互联网行业高速发展和智能手机用户持续增长的背景下，互联网广告市场规模爆发的趋势明显。

广告行业或是未来的万亿市场，传统广告弱势，互联网广告将高速发展。

“2013年中国广告市场规模达5020亿元，过去五年复合增长率21.45%，但整体广告市场规模占GDP的比重与美日相比明显偏低。未来五年广告市场复合增长率达到10%-20%，五年内将拥有万亿规模。”

而在增长率方面，过去五年传统广告复合增长率为10.01%，互联网广告则为52.84%；市场份额方面，互联网广告由2005年占比4.80%上升到2013年的20.80%，互联网已经成为仅次于电视的第二大媒体。“2013年互联网广告市场规模达1100亿，未来五年互联网广告复合增长率25%-35%，市场占比将提高至40%，具备4千亿的市场空间。”

广告投放正在从传统媒体向互联网转移。“首先，随着互联网对平面媒体的替代程度加深，平面媒体对广告主吸引力在迅速减弱，广告收入近两年已开始大幅下滑；其次，电视仍为当今社会第一大媒体，但观众正在逐步流失，2013年电视广告市场规模为1302亿元，收入增速仅为2.5%；最后，互联网已成长为仅次于电视的第二大媒体，广告主的投放预算正在加速由传统媒体向新媒体转移。”

相关数据显示，2011-2014年，虽然电视广告仍然稳居中国广告市场的首位，但是互联网广告的市场规模已经超过了报纸广告规模，位列第二，市场规模连续保持高速增长。根据观测数据，2013年互联网广告收入达到1100亿元，仅次于电视广告。艾瑞咨询预测，互联网广告收入将超过电视广告，互联网会成为最大的广告投放媒体。

分析认为，行业下一个风口——移动广告市场正在爆发。近年来，智能手机的普及和基础通信设施的完善，加速了移动广告市场的爆发。2013年，移动营销的市场规模达到155.2亿元，同比增长率为105.02%，移动应用广告市场规模达25.9亿元，同比增长率为144.34%。

未来，互联网广告将向着“多样化+品牌化+本地化”的方向发展。

### （三）市场规模

公司作为国内互联网广告推广较为领先的企业之一，主要依靠公司的技术创新能力和设计能力，为下游客户提供互联网用户数据分析及数据分析精准营销应用等产品和服务来实现公司的收入以及利润。互联网广告及基于其的互联网大数据应用分析行业是伴随IT技术的发展诞生的新型产业，是商业模式的一种创

新。目前，新媒体的出现更加丰富了媒体资源的广泛性，运用新兴的互联网技术对其加以利用，极大地降低了企业在实际运营中的成本，也能够有效提高社会的治理效率。尤其在“互联网+”的时代，网络技术在全球范围内正处于蓬勃发展时期，新型网络媒体在全世界众多国家和地区涌现，互联网广告具有传播效率高、传播对象广、传播途径多、表现形式丰富、信息量大、互动性强的特征。

根据中国产业信息网发布的《2015-2020年中国广告服务行业市场分析与投资战略规划报告》中测算的数据显示：广告业在中国近年经历了快速增长，目前是全球第三大的广告市场。中国的广告市场从2009年的411亿美元增加至2013年的759亿美元，并预计到2018年将进一步增加至1277亿美元，市场规模保持了较快的稳定增长。数据详见图1、表1。

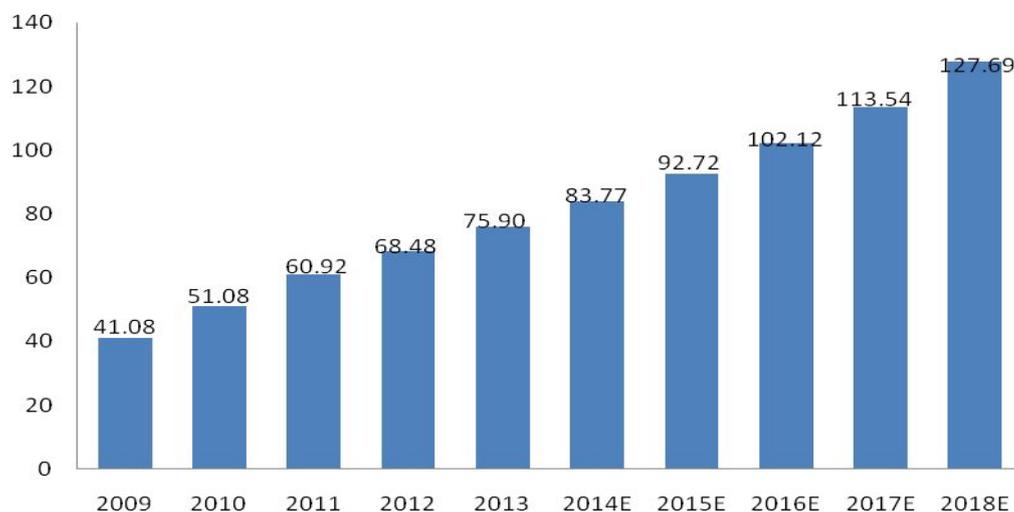


图1 2009-2018年我国广告市场规模（单位：十亿美元）

资料来源：中国产业信息网整理

表1 2009-2018年我国广告行业细分行业市场规模（单位：十亿美元）

年份	电视及广播	报纸	互联网	户外	杂志	其他
2009	19.60	2.62	3.05	6.04	8.94	0.83
2010	22.42	3.57	5.79	7.54	10.75	1.01
2011	26.10	3.89	8.19	9.23	12.34	1.17
2012	28.53	3.11	11.64	10.91	12.99	1.30
2013	30.61	2.72	16.16	12.65	12.33	1.43
2014	32.31	1.47	21.93	14.77	11.73	1.56
2015	34.58	1.20	25.12	17.42	12.69	1.71
2016	37.00	1.10	28.01	20.59	13.56	1.86

2017	40.14	0.87	31.58	24.49	14.42	2.04
2018	43.58	0.89	36.18	29.37	15.40	2.27

资料来源：中国产业信息网整理

随着互联网应用技术的普及，在互联网广告等新媒体广告市场领域，我国也保持了较快的增长速度。根据 iiMedia Research（艾媒咨询）发布的《2014-2015年中国 DSP 行业发展研究报告》。报告显示，2015 年中国互联网广告市场规模将达到 2123.4 亿元。预计未来三年中国网络广告市场规模的增速将保持平稳增长，到 2018 年将达到 4125 亿元。未来，移动广告将是未来互联网广告市场份额不断增长的驱动力，网络广告手段将趋于整合营销的方式，精准营销和目标定位将进一步受到重视，网络广告效果将逐步趋于可量化。

表2 2009-2018年中国互联网广告市场规模

年份	市场规模（亿元）	增长率
2009	155.8	29.0%
2010	275.2	76.6%
2011	492.5	79.0%
2012	731.1	48.4%
2013	1000.1	36.8%
2014	1594.3	59.4%
2015	2123.4	33.2%
2016	2700.0	27.2%
2017	3380.0	25.2%
2018	4125.0	22.0%

数据来源：EnfoDesk 易观智库

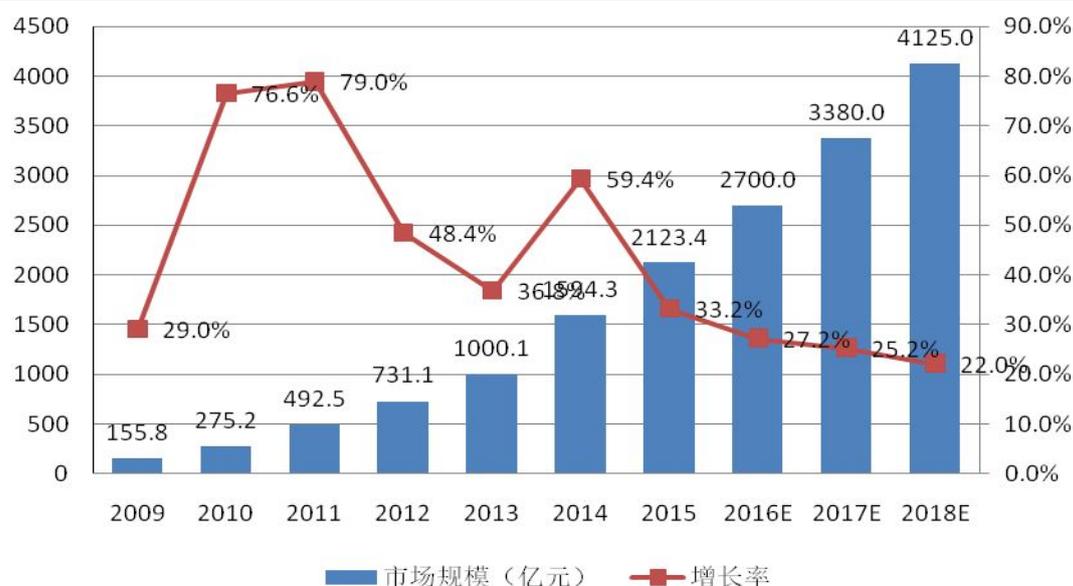
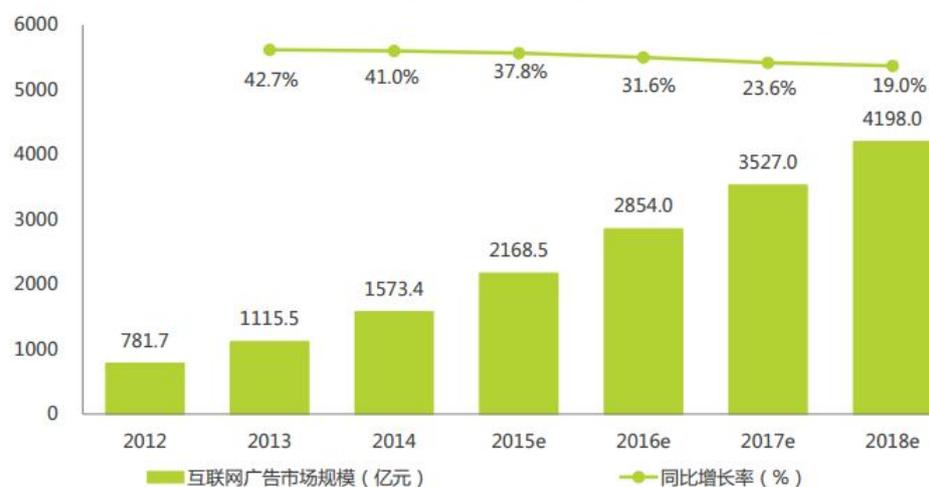


图2 2009-2018年中国互联网广告市场规模

数据来源: *EnfoDesk* 易观智库

根据中国互联网络信息中心发布的数据,截止2014年12月,我国网民规模达6.49亿人,互联网普及率为47.9%。互联网已经深入到日常生活的方方面面,使得受众获取信息的方式发生了根本性的改变。随之带来的是受众接触广告的媒体渠道中,互联网的比重也越来越大。互联网广告相较传统媒体的广告而言,具备更高的投放精准度以及更好的互动形式,成本相对却更低,因而受到了广告主的重视,成为其营销计划中关键的环节。目前,中国互联网广告的份额已经超越了纸媒广告,成为与电视广告同样重要的广告市场组成部分,且增长率远远高于传统媒体。根据艾瑞市场咨询的预测,由PC端互联网和移动互联网构成的中国互联网广告的市场规模将在2018年将达到4,198亿元。

2012-2018年中国互联网广告市场规模及预测



随着智能移动终端设备的普及、移动互联网内容和功能的不断丰富，移动互联网用户数量不断增加。根据中国互联网络信息中心发布的数据，截至2014年12月，我国手机网民规模达5.57亿人，运用移动终端接入互联网也已经成为主流的上网方式之一。相应的，移动广告平台在过去几年中不断涌现，移动互联网广告市场持续快速增长。根据艾瑞市场咨询的预测，2014年移动互联网广告市场规模为296.9亿元，预计到2018年将达到2,200.5亿元，且未来几年仍将保持较高的增长速度。



#### (四) 影响行业发展的重要因素

##### 1、有利因素

近年来，我国经济历经改革转型，总体仍保持平稳较快发展，2014年、2015年国内生产总值分别达到63.30万亿元、67.67万亿元，同比上年增长6.9%，继续保持了相对较高的增长幅度。投资仍是驱动经济增长的最主要因素之一，对广告产业的投资也呈现快速增长。甚至可以讲，在互联网时代，广告可以被称作经济的晴雨表。经济结构的变化也投射在广告的投放行业结构。

##### (1) 国家产业政策支持

自2005年12月起，我国开始允许外资在境内设立外资独资广告公司，2008年4月23日，国家工商行政管理总局和国家发展和改革委员会联合颁布《关于促进广告业发展的指导意见》，把促进广告业又好又快发展，作为一项紧迫而长期的战略任务，并提出了广告行业的主要目标和任务是“加快行业结构调整，促进

广告产业的专业化、规模化发展，提升广告策划、创意、制作的整体水平；积极推动新兴广告媒体的发展与规范；以中华民族优秀品牌战略为基础、以广告企业为主干、以优势媒体集团为先导，形成布局合理、结构优化的广告产业体系”。2009年9月26日，国务院发布《文化产业振兴规划》，将文化创意、广告、动漫等产业确定为发展重点，加大扶持力度，完善产业政策体系，实现跨越式发展。2012年2月15日，《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》指出，要实施一批重大项目，推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业。到2015年9月，新《广告法》的实施，都对整个广告行业产生了巨大的影响，也加剧了市场的竞争程度。

## （2）行业市场需求较大

随着经济高速发展、国际形势日益变化，不论发达国家，还是发展中国家，降低企业运营成本、提高社会整体运营效率，已成为社会发展的需要，全球广告行业的市值正逐年增长。除了传统广告市场的巨大规模以外，移动互联网技术和应用的普及，更衍生出了对于新媒体广告的需求，进一步优化整个社会的资源配置。

截止2014年末，中国广告产业的市场规模达到4728亿元，较2013年增长9.8%，过去5年复合增长率超过15%，快于GDP增长率。根据《今年，明年：中国媒体行业预测》报告预测，2015年中国广告花费将达到5248亿元人民币，较2014年增长11%。近两年内，中国广告产业规模在GDP中的占比维持在0.8%-0.9%的区间水平，对比欧美发达国家的广告支出情况，我国的广告产业规模与国际先进水平相比显著偏低，未来提升的空间较大。中国广告业与国内生产总值的增长呈现出明显的正相关性，尽管近几年来整个产业进入转型发展阶段，增速逐渐放缓，但持续增长的势头依然明显，年均增速仍然保持在11%左右，中国广告产业未来增长空间巨大。

## （3）科技水平迅速提升

互联网新技术的运用推动了移动互联网广告行业的发展，如Facebook在2014年1月30日宣布，2013年第四季度Facebook在移动广告上的收入累计超过十亿美元。同时，随着定向、追踪和归因技术等新技术也在逐步进入移动广告领域。移

动广告市场出现包括需求方平台（DSP）和供应方平台（SSP）的碎片化状态，并且会出现大公司收购较小公司连同它们的技术应用的现象，同时程序化购买技术将带来更高的效率。

根据最新的研究报告，交易决策和新的广告技术已经致使整个移动广告行业的重组，数字广告收入份额分配会重新洗牌。移动广告生态系统仍然非常复杂。报告中行业格局图表可清晰看出其意义。移动广告支出以极快的速度上升，并在未来几年将不可避免地整合和精简。

#### **（4）广告行业监测及评估体系的提升**

随着广告行业的深入发展，诸如AC 尼尔森及央视索福瑞等第三方监测平台已逐步完善，行业评估体系的一系列标准出台，都对广告行业的健康发展奠定了基础。由于这些监测平台的进一步完善及评估体系进一步提升，广告主对于广告投放的信任度也得到了进一步提升。

同时，随着市场竞争加剧和广告主品牌意识的提升，广告主对于广告发布公司的要求也进一步提高，特别是对于市场研究和数据分析能力提出了更高的要求。而广告公司则凭借着科学的数据分析，对广告主的品牌进行重新定位并给予品牌的整体推广策略。使广告公司逐步完成从常规广告代理向全案综合服务的历史跨越，大大促进了广告业的发展。

## **2、不利因素**

### **（1）市场秩序不够规范**

行业竞争秩序有待进一步规范，各地不同程度地存在对互联网公司优秀产品的侵权现象；同时，由于我国广告行业整体集中度不高，虽然不存在产品同质化较为严重的情况，但也难免出现盗版等侵权现象，个别领域的无序竞争、竞相压价，造成市场混乱的现象也仍有发生，阻碍了互联网广告市场的健康发展。

### **（2）数据信息安全不够规范**

考虑到互联网精准营销是具有分析互联网用户数据的行业特性，数据的安全问题就显得特别重要。数据信息安全与可靠性是互联网精准营销企业的核心价值，数据丢失或数据泄露将给互联网精准营销企业乃至整个行业带来严重的负面影响，信任危机将对互联网精准营销产业的发展构成重大阻碍。

### **(3) 部分行业内公司缺少现代化管理思想**

随着我国资本市场的快速发展，诞生了一批具有世界影响力的企业。但应该看到的是，我国的企业管理水平和资本市场的运作程度还是比较欠缺的。整体而言，企业体制、机构和人才与信息化的建设要求不相适应，现代企业管理思想没有得到充分发挥。

## **(五) 基本风险**

### **1、市场竞争的风险**

互联网广告行业是一个市场空间巨大的行业，发展速度远超传统广告行业，但是我国互联网广告行业基本处于完全竞争状态，行业内各种类型的广告营销公司数量众多，虽然立足点有所差异，但是互联网广告营销市场整体竞争激烈。在日新月异不断升级的市场竞争态势中，尽管公司不断提升自身业务水平、创新能力以及营销能力，但面对大量竞争对手，不排除公司的业务、财务状况及经营业绩受到不利影响冲击的风险。

### **2、知识产权受侵害的风险**

公司所有的系统和服务产品都是研发人员的智力成果，属于知识密集型产品，产品附加值高但产品内容易复制、模仿，存在被他人侵权、盗版的情形，也是体现公司的创造力和核心竞争力的一个重要因素，但是市场上仿冒产品和侵犯知识产权的现象屡禁不止；许多优秀产品一旦推向市场，受到推崇之后，就可能被其他商家恶意仿冒或出现其他侵犯知识产权的情况。侵害知识产权的行为可能损害或降低公司的品牌价值，对公司产品销售造成一定的冲击。公司面临着知识产权受到侵害的风险；若知识产权保护力度不足，将会对行业的发展产生一定的影响。

### **3、研发项目未达预期的风险**

公司未来研发项目包括云数据库平台、区域性需求地图、电视与互联网平台的互动融合等。如果研发成果的市场接受度不高或研发过程中出现问题未能实现项目要求，将对公司未来业务的持续发展及未来利润水平产生较大的影响。

### **4、技术人员流失的风险**

互联网广告及互联网应用技术行业作为技术密集型和资本密集型行业，在行业内的主要竞争最终是人才的竞争。而公司作为高新技术企业，员工的稳定性，

尤其是技术、研发团队的结构稳定，对公司持续稳定经营至关重要。目前，公司正处于快速发展的阶段，业务种类不断丰富，销售规模不断增长，销售区域也不断扩大，但规模较小，如果公司的人力资源不能跟随业务的增长而同步扩张，或者公司的核心人才队伍不稳定，流动性过强，都会影响公司经营活动的正常开展，尤其是核心技术人员的流失将会对公司造成较大影响。

## **（六）行业竞争格局**

### **1、公司在行业中的竞争地位**

目前我国互联网广告投放市场集中度较低，还没有出现全国性发展的垄断性企业，各类互联网广告投放企业都具备较大的成长空间。行业处在爆发期与成熟期转型的阶段，竞争企业较多但大多数处于较低水平竞争，行业内无明显的市场龙头企业。但伴随着互联网广告市场的快速发展，以及新《广告法》、《互联网广告监督管理暂行办法》等相关法律法规和制度的出台，一些有相关背景的企业迅速崛起。

### **2、公司竞争优势与劣势**

#### **（1）竞争优势**

##### **①人才优势**

公司核心团队（3人）长期从事移动互联网产品的研发工作，是公司团队的带头人。技术团队（26人）全部计算机专业大专及以上学历，长期专注于产品研发和运营，对技术方向和技术细节，精熟于心，是公司的核心财富。业务运营人员均大专以上学历，长期稳定服务于公司，恪守流程，对业务操作的过程和方法十分专业。

##### **②核心产品的优势**

基于 Hadoop 的高性能技术，是公司的创新产品，它的特点在于，高性能执行能力，宕灾能力；部份宕机不影响用户体验；多语言加解密互通，全新异步跳转处理。

久旭推广平台产品覆盖全面，基本涵盖广告投放相关的全部内容，服务器包括计划接入、投放、评估、统计、分析财务对接等内容，客户端覆盖 iOS、Android、

PC 平台，支持 CPM、CPA、CPS 等业务。通过大数据获得用户近日行为标签，使用户广告资源之间能互相匹配。从而不再基 Cookie，提高广告投放质量。

### ③媒体资源优势

公司拥有超过 5000 家开发者资源，3 万余个广告位，有效地保障了广告投放的广度。

### ④运营的优势

公司经营理念和经营方向务实，业内公司为赢得行业排名，往往以超出成本的价格圈占资源，结果造成长期入不敷出的局面，一旦停止输血，流量马上流失。公司以维护健康生态为出发点，恪守信用，与广告主、开发者形成稳定合作的关系。公司产品运营方向正确，重点运营的几个广告产品一直是市场上盈利能力最强、对接市场最好的产品。

## (2) 竞争劣势

### ①资金劣势

公司正处于快速发展时期，在加快技术研发、引进先进技术和优秀人才、拓展营销服务网络等方面均迫切需要大量的资金支持，但公司目前仅仅依靠自身积累不足以支持企业快速发展，资金短缺、团队组建不力等原因可能导致不能有效整合媒体和广告资源，将会丢失大量市场资源。因为公司给广告主投放广告需要垫付大量资金给下游媒体渠道，如果公司资金短缺，将会丢失大量市场资源。

### ②广告全案策划能力欠缺的劣势

公司的业务主要是互联网广告推广服务。但是公司欠缺广告全案策划能力。而未来广告平台公司的发展趋势是要具备全产业链布局，如广告内容创意、广告形式创意、企业营销活动策划、精准广告投放、用户活动互动等策划能力。

## 3、公司采取的竞争策略及应对措施

### (1) 公司的竞争策略

目前公司业务的核心是互联网精准营销的研发和互联网数据分析应用服务。其提供的产品和服务主要包括 DASP 启冠数据大师、AMP 启冠全媒体中心、CDP 启冠客户需求中心。

公司未来两年将继续保持稳定的研发投入，扩充自身的技术资源储备，同时紧紧把握互联网精准营销需求的发展趋势，充分运用互联网对于行业发展的促进作用，利用公司在该领域的先发优势，继续巩固已有市场空间，努力拓展新的产业应用。此外，在互联网数据分析应用领域，公司将继续提升把大数据转变为实际生产力的能力，搭建云数据库平台，拓展精准营销服务业务，未来还会涉及到电视与互联网平台的互动融合等领域，依靠“两条腿走路”来加强公司在互联网广告推广行业提供一体化服务的能力，扩大公司品牌知名度，提高产品的市场占有率，以实现成为最具创新性和灵活性的互联网广告行业高科技公司的目标。

## **(2) 拟采取的主要措施**

①公司将加强对技术开发的立项审核与程序控制，严格按照规章制度的要求进行新技术和新产品的开发、设计，通过自主研发或与客户联合开发，不断推出新产品并提高产品性能以满足市场需求，同时不断引进互联网广告行业方面的专业技术人才以及专家，进一步提升人才竞争力。

②公司一方面抓住机遇提高技术水平、建立自身的品牌优势；另一方面依托核心产品占领市场，深入挖掘客户需求，继续创新优化业务模式，发挥服务优势，牢牢把握互联网市场。

③公司加强对知识产权的保护力度，实施专利战略，对于一些新开发的技术积极申请专利。另一方面，对于管理层和技术骨干人员将采取相应的激励措施，实施绩效激励和股权激励，以保持公司管理层和技术团队的稳定以及对核心技术的有效保护。

④多方位拓展融资渠道。较强的融资能力是公司业务发展的重要保障，公司将根据不同发展阶段的需要，优化资本结构，降低筹资成本，以登陆新三板为契机，利用资本市场融资功能，不断拓展新的股权和债权融资渠道，为公司长远发展提供资金支持，实现股东价值最大化。

⑤实施差异化竞争的市场策略。国内提供互联网广告投放的企业数量众多，竞争非常激烈，竞争对手经常采用低价策略。为了避免陷入低价恶性竞争，公司将在售后服务方面重点下功夫，建立“金牌服务体系”，同时进一步加强项目实施管理力度，增加市场竞争力，通过差异化竞争来树立公司品牌在业内的高端形象。

⑥逐步改变营销模式，从以前的关系营销，到一对一营销，到现在公司提出的体验式营销，一步一步改进，提高客户满意度。

### **（七）进入壁垒**

进入本行业的障碍主要表现为以下方面：

#### **1、技术壁垒**

互联网营销行业技术的发展与更新速度较快，随着互联网营销应用技术的不断更新，互联网营销企业需要具备较强的技术积累和持续研发能力，能够不断更新、优化其技术，及时跟进和应对移动互联网营销行业技术和市场的变化，才能满足市场的需求，才能保证企业的长久持续发展。

通过大量投放及优化所积累的人群数据，广告投放策略数据，以及对这部分数据的深度挖掘及应用和技术的升级，保证了企业能够在激烈的市场竞争中保持优势，新进入者需要有大量的投放积累才能弥补这部分差距。

#### **2、人才壁垒**

互联网营销要求从业人员既要熟悉传统的营销理论、经验、方法，又要对互联网技术、互联网媒体具有深刻理解，同时还要对互联网用户的行为模式、生活习惯、心理特征等有深入了解。而由于互联网营销的发展历程整体较短，加之上述各种因素影响，整体上互联网营销专业人才一直处于较为紧缺的状态。在这一点上，介入互联网营销领域较早，具有长期行业经验积累的优秀公司具有一定的比较优势。

#### **3、媒体广告资源和品牌壁垒**

互联网营销平台对接的媒体、广告资源越多，广告主的广告可投放到的终端用户越多，其规模效应就越显著，增值服务和应用价值就越大。同时，由于互联网营销行业对品牌的依赖度较大，互联网营销平台需要建立起一定的市场知名度和美誉度，才能取得广告主的信任。市场新进入者难以在短期内对接大量的媒体广告资源，可能难以满足广告主的营销需求，新进入者的产品服务水准有待市场的检验，品牌知名度也有待进一步提高，新进入者需要有一定的积累后才能获得广告主足够的信任。

#### **4、资金壁垒**

互联网营销产业的产品研发及服务运营需要大量的资金投入，企业在营销平台、软硬件、研发团队建设、服务器及带宽租赁以及市场营销推广等方面均需要近千万级以上的资金投入水平以实现产业的规模化，因此对市场新进入者形成了较高的资金壁垒。

### 第三节 公司治理

#### 一、报告期内股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

##### （一）股东大会制度的建立健全及运行情况

有限公司时期，股东会的召开多为口头通知，有限公司对于变更经营范围、住所、增加注册资本、股权转让、资产处置、整体变更等工商登记事项召开了股东会议并表决，但未按照《公司法》及《公司章程》定期召开股东会。

股份公司成立以来，召开了**3次股东大会**，会议文件完整，均能发布书面通知。

##### （二）董事会制度的建立健全及运行情况

有限公司自成立起不设董事会，设执行董事一名。

2016年10月27日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，依据《公司法》的相关规定，审议通过了《公司章程》，选举产生了公司第一届董事会成员，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》等治理细则。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举产生了公司董事长，并根据董事长提名，聘任了公司总经理及其他高级管理人员。

股份公司成立以来，召开了**2次董事会**，会议文件完整，发布了书面通知。

##### （三）监事会制度的建立健全及运行情况

有限公司未设监事会，设监事一名。

2016年10月27日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，依据《公司法》的相关规定，选举产生了公司第一届监事会中的股东代表监事，2名股东代表监事与1名职工代表监事组成第一届监事会。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举产生了公司监事会主席。

股份公司成立以来，召开了**1次监事会**，会议文件完整，发布了书面通知。

##### （四）上述机构和相关人员履行职责情况

有限公司的治理结构简单，存在股东会未区分届次，未召开定期股东会，执行董事和监事未定期向股东会报告工作等情形。但上述瑕疵不影响决策的实质效

力，未损害公司利益。

股份公司成立后至今，公司能够按照《公司章程》及相关制度规范运行，历次股东大会、董事会和监事会的召开均符合《公司法》以及《公司章程》的要求，决议内容没有违反《公司法》、《公司章程》及“三会”议事规则等规定，会议程序、会议记录规范完整，不存在损害股东、债权人及第三人合法利益的情况。公司的股东、董事、监事均符合《公司法》的任职要求，能够勤勉尽责地遵守“三会”议事规则，切实履行义务，严格执行“三会”决议，公司的职工监事能够切实代表职工的利益，积极发挥监督的职责，维护公司职工的权益。

## 二、董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

### （一）公司现有治理机制下对股东提供的保护

公司依据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》等有关规定，结合公司的具体情况制定了《公司章程》、《信息披露管理制度》、《关联交易公允决策制度》、《投资者关系管理办法》及“三会”议事规则等健全的法人治理结构制度体系，为全体股东提供合适的保护，切实保障了股东的知情权、参与权、质询权和表决权等权利。

1、知情权。股东有权查阅公司章程、股东名册、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告。

2、参与权。股东通过股东大会行使参与重大决策权。股东大会分为年度股东大会和临时股东大会。年度股东大会每年召开一次，应于上一会计年度结束后的6个月内举行。临时股东大会不定期召开。公司章程详细规定了股东大会的通知、召集、提案、委托出席、表决、计票和监票等确保全体股东参与股东大会的程序。

3、质询权。对公司的经营进行监督，提出建议或者质询。

4、表决权。股东通过股东大会行使表决权，普通决议是指对于股东大会的一般表决事项，仅需出席会议的股东所持表决权的半数即可通过的决议。特别决议是指对于股东大会的特殊表决事项，如修改公司章程、增加或者减少注册资本的决议，以及公司合并、分立、解散或者变更公司形式等，必须经出席会议的股

东所持表决权的三分之二以上才可以通过。股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数。

综上所述，公司的治理机制给股东提供了合适的保护，并保证股东能充分行使知情权、参与权、质询权与表决权。

## （二）投资者关系管理制度、纠纷解决机制、累积投票制度建设情况

### 1、投资管理制度

《公司章程》第十三章对投资者关系管理作了专章规定，且制定了专门的《投资者关系管理办法》。公司董事会秘书负责公司投资者关系管理工作，在全面深入了解公司运作和管理、经营状况、发展战略等情况下，负责策划、安排和组织各类投资者关系管理活动。

### 2、纠纷解决制度

《公司章程》第九条规定：“本章程自生效之日起，即成为规范公司的组织和行为、公司与股东、股东与股东之间权利义务关系的具有法律约束力的文件，对公司、股东、董事、监事、高级管理人员具有法律约束力。依据本章程，股东可以起诉股东，股东可以起诉公司董事、监事、总经理和其他高级管理人员，股东可以起诉公司，公司可以起诉股东、董事、监事、总经理和其他高级管理人员。”

《公司章程》第三十四条规定：“公司股东大会、董事会决议内容违反法律、行政法规的，股东有权请求人民法院认定无效。

股东大会、董事会的会议召集程序、表决方式违反法律、行政法规或者本章程，或者决议内容违反本章程的，股东有权自决议作出之日起 60 日内，请求人民法院撤销。”

《公司章程》第三十五条规定：“董事、高级管理人员执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，连续 180 日以上单独或合并持有公司 1%以上股份的股东有权书面请求监事会向人民法院提起诉讼；监事会执行公司职务时违反法律、行政法规或者本章程的规定，给公司造成损失的，股东可以书面请求董事会向人民法院提起诉讼。

监事会、董事会收到前款规定的股东书面请求后拒绝提起诉讼，或者自收到

请求之日起 30 日内未提起诉讼，或者情况紧急、不立即提起诉讼将会使公司利益受到难以弥补的损害的，前款规定的股东有权为了公司的利益以自己的名义直接向人民法院提起诉讼。

他人侵犯公司合法权益，给公司造成损失的，本条第一款规定的股东可以依照前两款的规定向人民法院提起诉讼。”

《公司章程》第三十六条规定：“董事、高级管理人员违反法律、行政法规或者本章程的规定，损害股东利益的，股东可以向人民法院提起诉讼。”

### **3、累积投票制度**

《公司章程》未规定适用累积投票制度。

#### **(三) 财务管理、风险控制相关的内部管理制度建设情况**

股份公司建立了生产、采购、销售、财务、人事、研发等一系列管理制度，涵盖了公司行政人事部、财务部、销售部、技术部、产品部、渠道部等生产经营过程和各个具体环节，确保各项工作都有章可循，形成了规范的管理体系。公司的财务管理和内部控制制度在完整性、有效性、合理性方面不存在重大缺陷，内部控制制度有效地保证了公司经营业务的有效进行，保护了公司资产的安全完整，能够防止、发现、纠正错误，保证了公司财务资料的真实性、合法性、完整性，促进了公司经营效率的提高和经营目标的实现，符合公司发展的要求。

#### **(四) 董事会对公司治理机制的评估结果**

2016 年 10 月 27 日，股份公司召开第一届董事会第一次会议，全体董事充分讨论了公司现有的治理机制，认为公司建立了股东大会、董事会、监事会和高级经理层“三会一层”的法人治理结构，制定了三会议事规则，明确决策、执行、监督等方面的职责权限，形成了科学有效的分工和制衡机制。公司现有的治理机制能够有效地提高公司治理水平和决策质量、有效地识别和控制经营管理中的重大风险，能够给所有股东提供合适保护以及保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利，便于接受投资者及社会公众的监督，符合公司发展的要求。

### **三、报告期内公司及其控股股东、实际控制人违法违规及受处罚情况**

#### **(一) 最近两年公司违法违规及受处罚情况**

公司严格遵守国家法律、行政法规、部门规章，合法生产经营。最近两年未因违法经营而受到工商、税务、社保、质监等主管部门的处罚，亦不存在重大违法违规行为。

## （二）最近两年控股股东、实际控制人违法违规及受处罚情况

公司控股股东杨彬彬和云赞投资，实际控制人杨彬彬最近两年无违法违规行为，亦未受到相关主管机关的处罚。

## 四、环境保护、产品质量、安全生产情况

### （一）环境保护情况

公司及其控股子公司从事的业务均为互联网广告推广，不属于冶金、化工、石化、煤炭、火电、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业等重污染行业的范畴。

截至本报告出具之日，公司及其子公司不存在建设项目，无重型生产设备及厂房，日常经营活动对环境保护方面无影响，不会产生工业三废，无须取得排污许可证明或其他环境保护所要求的审批许可文件。

公司在报告期内的生产经营过程中，能遵守国家有关环保的法律法规规定，公司及其控股子公司杭州鼎妙不存在因环境保护问题受到环保部门行政处罚的情况。

### （二）产品质量情况

公司产品符合有关产品质量及技术标准，未受过产品质量及技术监督部门的处罚。

### （三）安全生产情况

公司及其控股子公司杭州鼎妙在生产经营过程中能够严格遵守国家和地方有关安全生产的法律法规，未发生重大安全事故，未出现因违反安全生产管理的法律法规而受到行政处罚。根据《安全生产许可证条例》及相关法律法规的规定，公司及其控股子公司杭州鼎妙不需要安全生产许可。

## 五、公司独立运营情况

### （一）业务独立情况

公司拥有完整的业务流程、独立的生产经营场所以及供应、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，不存在依赖控股股东、实际控制人及其他关联方进行生产经营的情形，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争，不存在影响公司独立性的重大或频繁的关联方交易，公司业务独立。

## （二）资产完整情况

公司是通过有限公司整体变更方式设立的股份公司，具备与生产经营业务体系相配套的资产。公司资产独立完整、产权明晰，均由公司实际控制和使用。截至本说明书签署之日，公司不存在资产被控股股东占用的情况，公司资产独立。

## （三）机构独立情况

公司设有技术部、产品部、销售部、渠道部、财务部、人事行政部等职能部门，公司与控股股东完全分开并独立运行，公司完全拥有机构设置自主权，公司不存在合署办公、混合经营的情形。公司机构独立。

## （四）人员独立情况

公司总经理、运营总监、财务总监、董事会秘书等高级管理人员均在公司领取薪酬，未违反有关高管兼职的规定。公司现有公司员工共 66 人，均签订了劳动合同；公司员工的劳动、人事、工资报酬以及相应的社会保障完全独立管理，公司人员独立。

## （五）财务独立情况

公司有独立的财务部门，专门处理公司有关的财务事项，并建立了独立的会计核算体系和财务管理制度；公司独立在银行开户，不存在与其他单位共用银行账户的情况；公司依法独立纳税；公司能够独立作出财务决策，不存在股东干预公司资金使用的情况。公司拥有一套完整独立的财务核算制度和体系，公司财务独立。

# 六、同业竞争情况及其承诺

## （一）同业竞争情况

截止本说明书签署之日，公司控股股东之一云赞投资除持有公司股权外，未

投资或控制其他企业，控股股东之二及实际控制人杨彬彬除持有公司股权、云赞投资股权及杭州点顺合伙份额外，未投资或控制其他企业。

1、杭州云赞投资管理有限公司的基本信息，详见本《公开转让说明书》的“第一节 公司概况”之“三、公司股东情况”之“（四）控股股东和实际控制人基本情况以及最近两年内发生变化情况”部分。

云赞投资经营范围为股权投资，不从事实际经营业务，除持有公司股份外未进行其他对外投资，与公司不存在同业竞争情况。

2、杭州点顺投资管理合伙企业的基本信息，详见本《公开转让说明书》的“第一节 公司概况”之“三、公司股东情况”之“（二）公司股东持股情况”部分。

杭州点顺为公司员工持股平台，不从事实际经营业务，除持有公司股份外未进行其他对外投资，与公司不存在同业竞争情形。

报告期内，公司实际控制人曾出资设立的企业二家：

#### 1、杭州掘购网络科技有限公司的基本信息

公司名称	杭州掘购网络科技有限公司			
注册号	913301060536799939			
公司类型	一人有限责任公司（自然人独资）			
成立日期	2012年09月26日			
营业期限	2012年09月26日至2032年09月25日			
住所	杭州市西湖区莫干山路623号7幢202室			
法定代表人	赵敏			
注册资本	3万元			
经营范围	一般经营项目：服务：网络技术、电子商务技术、计算机软件、电子产品、通讯设备的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；批发、零售：计算机软硬件，电子产品、通讯设备（除专控）；其他无需报经审批的一切合法项目。			
股权结构	序号	出资人	出资金额（万元）	出资比例（%）
	1	倪旭光	3.00	100.00
合计			3.00	100

**解决同业竞争的措施：**掘购网络与启冠网络部分业务类似或相同，为此股东已将该公司于2015年10月16日转让给无关联的第三方倪旭光，进而消除同业

竞争的情形。

2、杭州鼎妙的基本信息，详见本《公开转让说明书》的“第一节 公司概况”之“五、子公司及分支机构基本情况”之“（四）控股子公司基本情况”部分。

**解决同业竞争的措施：**杭州鼎妙与启冠网络部分业务类似或相同，为此股东将所持有的股权无偿捐赠给公司，使杭州鼎妙成为有限公司的全资子公司，进而消除同业竞争的情形。

## （二）关于避免同业竞争的承诺

为避免日后发生潜在同业竞争，公司控股股东、实际控制人及持有 5%以上股份的主要股东于出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，表示未在中国境内任何地方或中国境外，直接或间接发展、经营或协助经营或参与与公司存在业务竞争的任何活动，亦没有在任何与公司业务有直接或间接竞争的企业拥有任何权益（不论直接或间接），并承诺将不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对启冠网络构成竞争的业务及活动，或拥有与启冠网络存在竞争关系的任何经济实体、机构经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经营实体、机构、经济组织的控制权；并承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。

## 七、公司权益是否被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业损害的说明

### （一）控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占款情况

截至本说明书签署之日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。报告期内，公司不存在资金、款项被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

### （二）为关联方担保情况

截至本说明书签署之日，公司不存在关联方担保情况。

### （三）为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所采取的具体安排

报告期内，公司未建立关联交易审批程序；有限公司发生关联交易，未造成公司重大损失，也没有侵害公司、股东以及其他相关方的合法权益。股份公司成

立后，公司制定了《关联交易公允决策制度》，具体规定了关联交易的审批程序，公司管理层将严格按照《公司章程》和《关联交易公允决策制度》的规定，在未来的关联交易实践中履行相关的董事会或股东大会审批程序。进一步强化监督机制，充分发挥监事会的监督职能，防止公司在控股股东的操纵下做出不利于公司及其他股东利益的关联交易行为。

同时，公司全体股东、董事、监事及高管出具了《关于避免及规范关联交易及资金往来的承诺函》，承诺“本人将尽量避免与公司之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公允的合理价格确定。本人将严格遵守公司章程等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过公司的经营决策权损害公司及其他股东的合法权益。承诺杜绝关联方往来款项拆借、杜绝发生与公司主营业务无关的其他投资活动。”

## 八、董事、监事、高级管理人员

### (一) 董事、监事、高级管理人员及其直系亲属直接或间接持有公司股份的情况

姓名	任职情况	直接持股数量 (股)	持股比例 (%)	关联关系
杨彬彬	董事长	3,125,000 (见注1) (见注2)	31.25	杨彬彬与杨帆系兄妹关系
徐成杰	董事/总经理/ 董事会秘书	600,000	6.00	徐成杰与陈飞系夫妻关系
丁刚	董事/运营总监	— (见注2)	—	—
杨帆	董事	— (见注1) (见注2)	—	杨帆与杨彬彬系兄妹关系
徐杰	董事/财务总监	—	—	
陈飞	监事会主席	—	—	陈飞与徐成杰系夫妻关系

		(见注2)		
夏礼锦	监事	---	---	
		(见注2)		
金晓燕	监事(职工代表)	---	---	---
<b>总计</b>		<b>3,725,000</b>	<b>37.25</b>	

注1：杨彬彬、杨帆分别通过持有杭州云赞投资管理有限公司95%，5%的股权，间接持有公司股份。

注2：杨彬彬、杨帆、陈飞、夏礼锦、丁刚分别持有杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）74%、1%、1%、4%、20%的合伙份额，间接持有公司股份。

除上述情形外，不存在董事、监事、高级管理人员及其直系亲属直接或间接持有公司股份情况。

## （二）相互之间存在亲属关系情况

董监高之间，杨彬彬与杨帆系兄妹关系；徐成杰与陈飞系夫妻关系，除此之外不存在关联关系。

## （三）与申请挂牌公司签订重要协议或做出重要承诺情况

### 1、董事、监事、高级管理人员与公司签订的协议情况

公司与高级管理人员签订了劳动合同，除此之外，董事、监事、高级管理人员不存在与公司签订重要协议的情况。

截至本说明书签署之日，上述合同履行正常，不存在违约情形。

### 2、董事、监事、高级管理人员做出的主要承诺

#### （1）避免同业竞争的承诺

公司董事、监事及高级管理人员向公司出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺将不从事与公司构成同业竞争的经营活动；也不通过投资、持股、参股、联营、合作、技术转让或其他任何方式参与与公司相竞争的业务；不向与公司构成竞争的企业或其他组织提供专有技术、销售渠道、客户信息等商业秘密；未经公司股东大会同意，不利用职务便利为自己或者他人谋取属于公司的商业机会，不自营或者为他人经营与公司同类的业务；除非职务之正常使用外，非经公司事前书面同意，不泄漏、告知、交付或移转予第三人、或对外发表、或为自己

或第三人使用、利用该商业秘密；并承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。

## (2) 避免关联交易的承诺

公司董事、监事及高级管理人员向公司出具了《关于避免及规范关联交易及资金往来的承诺函》，承诺将尽量避免与公司之间产生关联交易事项，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公允的合理价格确定；将严格遵守公司章程等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露；并承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过公司的经营决策权损害公司及股东的合法权益。

## (四) 在其他单位兼职情况

董事、监事、高级管理人员在挂牌主体范围之外的兼职情况如下：

姓名	公司任职	兼职情况		兼职单位与公司关系
		兼职单位	职务	
杨彬彬	董事长	杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	股东
		杭州云赞投资管理有限公司	执行董事	股东
		杭州鼎妙科技有限公司	监事	子公司
徐成杰	董事/总经理/董事会秘书	杭州鼎妙科技有限公司	执行董事兼经理	子公司
丁刚	董事/运营总监	---	---	---
徐杰	董事/财务总监	---	---	---
杨帆	董事	---	---	---
陈飞	监事会主席	---	---	---
金晓燕	职工代表监事	---	---	---
夏礼锦	监事	---	---	---

除上述情况之外，公司其他董事、监事、高级管理人员无在其他单位兼职的情形。同时公司董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员不存在违反竞业禁止的法律规定或与其他单位约定的情形，亦不存在有关上述竞业禁止事项以及与

其他单位之间知识产权、商业秘密方面的侵权纠纷或潜在纠纷的情形。

### （五）对外投资与申请挂牌公司存在利益冲突的情况

公司董事、监事、高级管理人员对外投资情况如下：

姓名	公司任职	对外投资公司名称	持股比例（%）	对外投资单位与公司关系
杨彬彬	董事长	杭州点顺	74%	股东
		云赞投资	95%	股东
徐成杰	董事/总经理/董事会秘书	--	--	--
徐杰	董事/财务总监	--	--	--
丁刚	董事/运营总监	杭州点顺	20%	股东
杨帆	董事	杭州点顺	1%	股东
		云赞投资	5%	股东
夏礼锦	监事	杭州点顺	4%	股东
陈飞	监事会主席	杭州点顺	1%	股东
金晓燕	监事（职工代表）	--	--	--

公司董事、监事、高级管理人员不存在对外投资与公司利益相冲突的情况。

### （六）最近两年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、监事和高级管理人员均符合《公司法》等有关法律、法规和《公司章程》规定的任职资格。最近两年，公司的董事、监事以及高级管理人员未受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、也未受到全国股份转让系统公司公开谴责。

### （七）公司管理层的诚信状况

公司管理层最近两年内没有因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分；不存在因涉嫌违法违规行为处于调查之中尚无定论的情形；最近两年内没有对所任职（包括现任职和曾任职）公司因重大违法违规行为而被处罚负有责任；不存在个人负有数额较大债务到期未清偿的情形；没有欺诈或其他不诚实行为等情况。公司、控股子公司以及公司的法定代表人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在被列入失信被执行人名单、被执行联合惩戒的情形。

## 九、近两年董事、监事、高级管理人员的变动情况

### （一）公司董事的变动情况

有限公司阶段：未设董事会，设执行董事一名，由徐成杰担任；股份公司成立后，设董事会，由五名董事构成，分别为杨彬彬、徐成杰、徐杰、丁刚、杨帆。

### （二）公司监事的变化情况

有限公司阶段设监事一名，由杨彬彬担任；股份公司成立后，设监事会，由三名监事构成，分别为陈飞、夏礼锦、金晓燕。

### （三）公司高级管理人员的变化情况

有限公司阶段，公司总经理由徐成杰担任；股份公司成立后，总经理兼董事会秘书为徐成杰，财务总监为徐杰，运营总监为丁刚。

近两年公司董事、监事、高级管理人员的变动，系由于股份公司成立之后的治理结构变动而导致，有利于健全公司治理结构，提升公司管理水平和持续经营能力。

## 第四节 公司财务

### 一、财务报表

#### (一) 最近两年及一期的合并财务报表

##### 合并资产负债表

单位：元

项 目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	9,110,185.11	1,098,503.79	1,462,899.91
交易性金融资产			
应收票据			
应收账款	6,935,911.55	3,964,094.64	1,811,569.02
预付款项	427,266.56	349,035.64	109,630.00
应收利息			
应收股利			
其他应收款	356,849.56	247,734.90	563,386.68
存货			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	1,783,169.80	3,208,872.82	793,825.68
流动资产合计	18,613,382.58	8,868,241.79	4,741,311.29
<b>非流动资产：</b>			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资			
投资性房地产			
固定资产			
在建工程	298,823.49	209,714.94	369,634.33
无形资产			
长期待摊费用	315,150.00		
递延所得税资产	96,364.09	72,656.14	953,237.88
其他非流动资产			
非流动资产合计	710,337.58	282,371.08	1,322,872.21

<b>资产总计</b>	19,323,720.16	9,150,612.87	6,064,183.50
-------------	---------------	--------------	--------------

## 合并资产负债表（续表）

单位：元

项 目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
<b>流动负债：</b>			
短期借款			
应付票据			
应付账款	1,800,812.96	1,266,852.98	644,483.26
预收款项	1,451,619.83	730,236.20	2,265,952.17
应付职工薪酬	607,274.36	375,931.47	192,106.06
应交税费	1,685,446.45	836,833.18	367,122.73
应付利息			
应付股利			
其他应付款	1,396,337.17	5,076,443.10	3,797,201.80
划分为持有待售的负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计			
<b>非流动负债：</b>	6,941,490.77	8,286,296.93	7,266,866.02
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
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	6,941,490.77	8,286,296.93	7,266,866.02
<b>所有者权益：</b>			
股本	10,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
盈余公积			
未分配利润	1,382,229.39	-1,135,684.06	-3,202,682.52
归属于母公司所有者权益	12,382,229.39	864,315.94	-1,202,682.52

合计			
少数股东权益			
所有者权益合计	12,382,229.39	864,315.94	-1,202,682.52
负债和所有者权益总计	19,323,720.16	9,150,612.87	6,064,183.50

## 合并利润表

单位：元

项 目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
一、营业收入	21,824,131.50	24,141,364.93	12,767,785.76
减：营业成本	11,848,244.02	15,940,380.52	12,952,620.84
营业税金及附加	24,232.07	73,184.98	56,594.04
销售费用	1,023,441.84	799,495.00	731,507.31
管理费用	5,171,759.32	4,251,300.37	2,483,913.18
财务费用	2,593.64	27,439.00	44,343.82
资产减值损失	153,822.24	100,384.02	84,471.90
加：公允价值变动收益			
投资收益			
二、营业利润	3,600,038.37	2,949,181.04	-3,585,665.33
加：营业外收入		30,000.00	330.00
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出	16,110.29	24,845.23	13,371.50
其中：非流动资产处置损失			
三、利润总额	3,583,928.08	2,954,335.81	-3,598,706.83
减：所得税费用	1,066,014.63	887,337.35	-903,358.43
四、净利润	2,517,913.45	2,066,998.46	-2,695,348.40
归属于母公司所有者的净利润	2,517,913.45	2,066,998.46	-2,695,348.40
少数股东损益			
五、其他综合收益的税后净额			
六、综合收益总额	2,517,913.45	2,066,998.46	-2,695,348.40
七、每股收益：			
(一)基本每股收益	0.46	2.07	-2.70
(二)稀释每股收益	0.46	2.07	-2.70

## 合并现金流量表

单位：元

项 目	2016年1-8月	2015年度	2014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	21,138,586.71	22,022,978.39	14,999,205.18
收到的税费返还			330.00
收到其他与经营活动有关的现金	2,545,621.24	3,164,721.87	6,482,803.60
经营活动现金流入小计	23,684,207.95	25,187,700.26	21,482,338.78
购买商品、接受劳务支付的现金	11,385,930.10	18,469,768.45	12,184,832.51
支付给职工以及为职工支付的现金	4,526,862.43	3,712,666.37	1,878,247.32
支付的各项税费	175,249.79	565,217.46	364,648.71
支付其他与经营活动有关的现金	8,037,010.77	2,766,148.44	6,472,024.60
经营活动现金流出小计	24,125,053.09	25,513,800.72	20,899,753.14
经营活动产生的现金流量净额	-440,845.14	-326,100.46	582,585.64
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			
投资活动现金流入小计			
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	547,473.54	38,295.66	229,558.17
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			
投资活动现金流出小计	547,473.54	38,295.66	229,558.17
投资活动产生的现金流量净额	-547,473.54	-38,295.66	-229,558.17
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	9,000,000.00		1,000,000.00

取得借款收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流入小计	9,000,000.00		1,000,000.00
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计			
筹资活动产生的现金流量净额	9,000,000.00		1,000,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	8,011,681.32	-364,396.12	1,353,027.47
加：期初现金及现金等价物余额	1,098,503.79	1,462,899.91	109,872.44
六、期末现金及现金等价物余额	9,110,185.11	1,098,503.79	1,462,899.91

## 合并所有者权益变动表

2016年1-8月

单位：元

项 目	归属于母公司所有者权益										少数 股东 权益	所有者权益合 计	
	股本	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	一般 风险 准备			未分配利润
		优 先 股	永 续 债	其他									
一、上年期末余额	1,000,000.00				1,000,000.00						-1,135,684.06		864,315.94
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	1,000,000.00				1,000,000.00						-1,135,684.06		864,315.94
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	9,000,000.00										2,517,913.45		11,517,913.45
（一）综合收益总额											2,517,913.45		2,517,913.45
（二）所有者投入和减少资本	9,000,000.00												9,000,000.00
1. 股东投入普通股	9,000,000.00												9,000,000.00
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. 提取一般风险准备													
3. 对所有者（或股东）的分配													
4. 其他													
（四）股东权益内部结转													
1. 资本公积转增资本（或股本）													
2. 盈余公积转增资本（或股本）													

3. 盈余公积弥补亏损													
4. 未分配利润转增资本（或股本）													
5. 其他													
（五）专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
（六）其他													
<b>四、本期期末余额</b>	<b>10,000,000.00</b>				<b>1,000,000.00</b>						<b>1,382,229.39</b>		<b>12,382,229.39</b>

## 合并所有者权益变动表

2015 年度

单位：元

项 目	归属于母公司所有者权益											少数 股东 权益	所有者权益合 计
	股本	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	一般 风险 准备	未分配利润		
		优先 股	永 续 债	其他									
<b>一、上年期末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>				<b>1,000,000.00</b>						<b>-3,202,682.52</b>		<b>-1,202,682.52</b>
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
<b>二、本年期初余额</b>	<b>1,000,000.00</b>				<b>1,000,000.00</b>						<b>-3,202,682.52</b>		<b>-1,202,682.52</b>
<b>三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）</b>											<b>2,066,998.46</b>		<b>2,066,998.46</b>
（一）综合收益总额											<b>2,066,998.46</b>		<b>2,066,998.46</b>
（二）所有者投入和减少资本													
1. 股东投入普通股													
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. 提取一般风险准备													
3. 对所有者(或股东)的分配													
4. 其他													
(四) 股东权益内部结转													
1. 资本公积转增资本(或股本)													
2. 盈余公积转增资本(或股本)													
3. 盈余公积弥补亏损													
4. 未分配利润转增资本(或股本)													
5. 其他													
(五) 专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
(六) 其他													
<b>四、本期末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>				<b>1,000,000.00</b>							<b>-1,135,684.06</b>	<b>864,315.94</b>

## 合并所有者权益变动表

2014 年度

单位：元

项 目	归属于母公司所有者权益											少数 股东 权益	所有者权益合 计
	股本	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	一般 风险 准备	未分配利润		
		优 先 股	永 续 债	其 他									
一、上年期末余额	1,000,000.00											-507,334.12	492,665.88
加：会计政策变更													
前期差错更正													

同一控制下企业合并													
其他													
<b>二、本年期初余额</b>	1,000,000.00										-507,334.12		492,665.88
<b>三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）</b>					1,000,000.00						-2,695,348.40		-1,695,348.40
（一）综合收益总额											-2,695,348.40		-2,695,348.40
（二）所有者投入和减少资本					1,000,000.00								1,000,000.00
1. 股东投入普通股													
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					1,000,000.00								1,000,000.00
（三）利润分配													
1. 提取盈余公积													
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者（或股东）的分配													
4. 其他													
（四）股东权益内部结转													
1. 资本公积转增资本（或股本）													
2. 盈余公积转增资本（或股本）													
3. 盈余公积弥补亏损													
4. 未分配利润转增资本（或股本）													
5. 其他													
（五）专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
（六）其他													
<b>四、本期期末余额</b>	1,000,000.00				1,000,000.00						-3,202,682.52		-1,202,682.52

## (二) 最近两年及一期的母公司财务报表

## 母公司资产负债表

单位：元

项 目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	8,828,977.01	780,742.60	691,447.77
交易性金融资产			
应收票据			
应收账款	7,489,219.49	3,448,741.34	1,318,956.95
预付款项	142,424.98	339,577.64	73,594.00
应收利息			
应收股利			
其他应收款	376,012.68	331,630.48	653,476.68
存货			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	1,783,169.80	3,208,872.82	793,825.68
流动资产合计	18,619,803.96	8,109,564.88	3,531,301.08
<b>非流动资产：</b>			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资	889,286.83	889,286.83	
投资性房地产			
固定资产	285,328.22	190,558.31	369,634.33
在建工程			
无形资产			
长期待摊费用			
递延所得税资产	96,364.09	72,656.14	951,714.34
其他非流动资产			
非流动资产合计	1,270,979.14	1,152,501.28	1,321,348.67
<b>资产总计</b>	<b>19,890,783.10</b>	<b>9,262,066.16</b>	<b>4,852,649.75</b>

## 母公司资产负债表（续表）

单位：元

项 目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
<b>流动负债：</b>			
短期借款			
应付票据			
应付账款	1,772,812.96	1,266,852.98	644,483.26
预收款项	1,451,619.83	730,236.20	2,265,952.17
应付职工薪酬	607,274.36	352,342.86	174,150.10
应交税费	1,655,205.76	782,415.08	305,951.55
应付利息			
应付股利			
其他应付款	1,396,337.17	5,265,903.10	3,986,661.80
划分为持有待售的负债			
一年内到期的非流动负债			
其他流动负债			
流动负债合计	6,883,250.08	8,397,750.22	7,377,198.88
<b>非流动负债：</b>			
长期借款			
应付债券			
长期应付款			
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	6,883,250.08	8,397,750.22	7,377,198.88
<b>所有者权益：</b>			
股本	10,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	889,286.83	889,286.83	
盈余公积			
未分配利润	2,118,246.19	-1,024,970.89	-3,524,549.13
所有者权益合计	13,007,533.02	864,315.94	-2,524,549.13
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>19,890,783.10</b>	<b>9,262,066.16</b>	<b>4,852,649.75</b>

## 母公司利润表

单位：元

项 目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
一、营业收入	21,800,455.96	23,914,338.07	11,479,620.97
减：营业成本	11,841,730.85	15,886,122.90	12,339,615.96
营业税金及附加	23,756.06	69,844.21	51,956.64
销售费用	906,107.83	750,949.76	731,507.31
管理费用	4,610,873.96	3,733,671.10	2,187,332.99
财务费用	1,422.23	27,989.12	44,554.64
资产减值损失	192,637.87	73,210.19	69,236.48
加：公允价值变动收益			
投资收益			
二、营业利润	4,223,927.16	3,372,550.79	-3,944,583.05
加：营业外收入		30,000.00	330.00
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出	16,017.73	23,914.35	12,083.35
其中：非流动资产处置损失			
三、利润总额	4,207,909.43	3,378,636.44	-3,956,336.40
减：所得税费用	1,064,692.35	879,058.20	-939,121.39
四、净利润	3,143,217.08	2,499,578.24	-3,017,215.01
五、其他综合收益的税后净额			
六、综合收益总额	3,143,217.08	2,499,578.24	-3,017,215.01
七、每股收益：			
(一)基本每股收益			
(二)稀释每股收益			

## 母公司现金流量表

单位：元

项 目	2016年1-8月	2015年度	2014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	20,086,607.37	21,812,042.63	14,025,582.81
收到的税费返还	-	-	330.00
收到其他与经营活动有关的现金	2,355,604.65	3,163,359.75	5,670,648.74
经营活动现金流入小计	22,442,212.02	24,975,402.38	19,696,561.55
购买商品、接受劳务支付的现金	11,131,642.56	18,438,833.38	11,325,279.59
支付给职工以及为职工支付的现金	4,095,490.10	3,368,228.23	1,778,061.32
支付的各项税费	145,074.99	516,306.84	343,962.89
支付其他与经营活动有关的现金	7,818,096.42	2,549,919.44	5,438,124.25
经营活动现金流出小计	23,190,304.07	24,873,287.89	18,885,428.05
经营活动产生的现金流量净额	-748,092.05	102,114.49	811,133.50
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			
投资活动现金流入小计			
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	203,673.54	12,819.66	229,558.17
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			
投资活动现金流出小计	203,673.54	12,819.66	229,558.17
投资活动产生的现金流量净额	-203,673.54	-12,819.66	-229,558.17
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	9,000,000.00		
取得借款收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金			

筹资活动现金流入小计	9,000,000.00		
偿还债务支付的现金			
分配股利、利润或偿付利息支付的现金			
支付其他与筹资活动有关的现金			
筹资活动现金流出小计			
筹资活动产生的现金流量净额	9,000,000.00		
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	8,048,234.41	89,294.83	581,575.33
加：期初现金及现金等价物余额	780,742.60	691,447.77	109,872.44
六、期末现金及现金等价物余额	8,828,977.01	780,742.60	691,447.77

### 母公司所有者权益变动表

2016年1-8月

单位：元

项 目	股本	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	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续股	其他								
一、上年期末余额	1,000,000.00				889,286.83						-1,024,970.89	864,315.94
加：会计政策变更												
前期差错更正												
同一控制下企业合并												
其他												
二、本年期初余额	1,000,000.00				889,286.83						-1,024,970.89	864,315.94
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	9,000,000.00										3,143,217.08	12,143,217.08
（一）综合收益总额											3,143,217.08	3,143,217.08
（二）所有者投入和减少资本	9,000,000.00											9,000,000.00
1. 股东投入普通股	9,000,000.00											9,000,000.00
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. 提取一般风险准备												
3. 对所有者（或股东）的分配												
4. 其他												
（四）股东权益内部结转												

1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 未分配利润转增资本（或股本）												
5. 其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
<b>四、本期期末余额</b>	<b>10,000,000.00</b>				<b>889,286.83</b>						<b>2,118,246.19</b>	<b>13,007,533.02</b>

### 母公司所有者权益变动表

2015 年度

单位：元

项 目	股本	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	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续股	其他								
<b>一、上年期末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>										<b>-3,524,549.13</b>	<b>-2,524,549.13</b>
加：会计政策变更												
前期差错更正												
同一控制下企业合并												
其他												
<b>二、本年期初余额</b>	<b>1,000,000.00</b>										<b>-3,524,549.13</b>	<b>-2,524,549.13</b>
<b>三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）</b>					<b>889,286.83</b>						<b>2,499,578.24</b>	<b>3,388,865.07</b>

(一) 综合收益总额										2,499,578.24	2,499,578.24
(二) 所有者投入和减少资本				889,286.83							889,286.83
1. 股东投入普通股											
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				889,286.83							889,286.83
(三) 利润分配											
1. 提取盈余公积											
2. 提取一般风险准备											
3. 对所有者(或股东)的分配											
4. 其他											
(四) 股东权益内部结转											
1. 资本公积转增资本(或股本)											
2. 盈余公积转增资本(或股本)											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 未分配利润转增资本(或股本)											
5. 其他											
(五) 专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
(六) 其他											
<b>四、本期期末余额</b>	1,000,000.00			889,286.83						-1,024,970.89	864,315.94

### 母公司所有者权益变动表

2014 年度

单位：元

项 目	实收股本	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	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续股	其他								
一、上年期末余额	1,000,000.00										-507,334.12	492,665.88
加：会计政策变更												
前期差错更正												
同一控制下企业合并												
其他												
二、本年期初余额	1,000,000.00										-507,334.12	492,665.88
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）											-3,017,215.01	-3,017,215.01
（一）综合收益总额											-3,017,215.01	-3,017,215.01
（二）所有者投入和减少资本												
1. 股东投入普通股												
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. 提取一般风险准备												
3. 对所有者（或股东）的分配												
4. 其他												
（四）股东权益内部结转												

1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 未分配利润转增资本（或股本）												
5. 其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
<b>四、本期期末余额</b>	1,000,000.00										-3,524,549.13	-2,524,549.13

## 二、审计意见

北京永拓会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司2014年12月31日、2015年12月31日、2016年8月31日的合并资产负债表及母公司资产负债表，2014年度、2015年度、2016年1-8月的合并利润表及母公司利润表、合并现金流量表及母公司现金流量表、合并所有者权益变动表及母公司所有者权益变动表，以及财务报表附注进行了审计，并出具了【146245】号标准无保留意见《审计报告》。

## 三、财务报表编制基础及合并范围变化情况

### （一）财务报表编制基础

公司执行财政部于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、企业会计准则解释以及其他相关规定（以下简称“企业会计准则”）。报告期内财务报表按照企业会计准则以持续经营为基础编制。

### （二）合并范围

报告期内，纳入合并报表范围的子公司情况如下：

子公司全称	注册地	经营范围	注册资本 (万元)	期末实际出资额 (万元)	持股比例 (%)	取得方式
杭州鼎妙科技有限公司	中国杭州	网络、计算机软硬件、电子产品、通讯产品的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；网站建设；计算机软硬件、电子产品、通讯产品的销售；第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）	100	100	100	股东赠与

## 四、主要会计政策和会计估计

### （一）遵循企业会计准则的声明

本公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

### （二）会计期间

会计年度自公历1月1日起至12月31日止。

本申报财务报表的实际会计期间为2014年1月1日至2016年8月31日止。

## （二）营业周期

正常营业周期是指本公司从购买用于加工的资产起至实现现金或现金等价物的期间。本公司以12个月作为一个营业周期，并以其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）现金等价物的确定标准

现金等价物是指企业持有的期限短（一般是指从购买日起3个月内到期）、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）金融工具的确认和计量

### 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、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和计量方法

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

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，按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数与初始确认金额扣除按照实际利率法摊销的累计摊销额后的余额两项金额之中的较高者进行后续计量。

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，计入公允价值变动损益；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损益。(2)可供出售金融资产的公允价值变动计入资本公积；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资本公积的公允价值变动累计额之后的差额确认为投资收益。

### 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终止确认条件

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；当金融负债的现实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。

#### 5. 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值；不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术(包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等)确定其公允价值；初始取得或源生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

#### 6. 金融资产的减值测试和减值准备计提方法

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产，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。已单项确认减值损失的金融资产，不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。

##### (1)持有至到期投资、贷款和应收款项减值

以成本或摊余成本计量的金融资产将其账面价值减记至预计未来现金流量现值，减记金额确认为减值损失，计入当期损益；短期应收款项的预计未来现金

流量与其现值相差很小的，在确定相关减值损失时，不对其预计未来现金流量进行折现。金融资产在确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，金融资产转回减值损失后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

## (2)可供出售金融资产减值

可供出售金融资产出现下列情形之一表明该资产发生减值：1)发行方或债务人发生了严重财务困难；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等；3)债权人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)因发行方发生重大财务困难，该可供出售金融资产无法在活跃市场继续交易；6)无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化，或债务人所在国家或地区失业率提高，担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等；7)权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；8)权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌；9)其他表明可供出售金融资产发生减值的客观依据。

当综合相关因素判断可供出售权益工具投资公允价值下跌是严重或非暂时性下跌时，表明该可供出售权益工具投资发生减值。

可供出售金融资产发生减值时，将原计入资本公积的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入当期损益，该转出的累计损失为该资产初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

在确认减值损失后，期后如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，可供出售权益工具投资的减值损失转回确认为其他综合收益，可供出售债务工具的减值损失转回计入当期损益。

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，或与该

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的减值损失，不予转回。

## (六) 应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

### 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	应收账款——金额 100 万元以上(含)的款项；其他应收款——金额 100 万元以上(含)的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

### 2. 按组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据	
账龄组合	以应收款项的账龄为信用风险特征划分组合
内部往来组合	合并报表范围内单位间的应收款项
关联方组合	应收合并报表范围外的关联方款项
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	采用账龄分析法计提坏账
内部往来组合	个别认定法
关联方组合	个别认定法

以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法：

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)	3	3
1 至 2 年	10	10
2 至 3 年	30	30
3 至 4 年	50	50
4 至 5 年	80	80
5 年以上	100	100

组合中采用个别计价法计提坏账准备的：

单项计提坏账准备的理由	有确凿证据表明可收回性存在明显差异
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

### 3. 单项金额虽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	有确凿证据表明可收回性存在明显差异
坏账准备的计提方法	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

4. 对于其他应收款项(包括应收票据、预付款项、应收利息、长期应收款等),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) 存货的确认和计量

1. 存货包括原材料、周转材料、库存商品、半成品、在产品等。

2. 企业取得存货按实际成本计量。外购存货库存商品的成本即为该存货的采购成本,通过进一步加工取得的存货成本由采购成本和加工成本构成。

3. 企业发出存货的成本计量采用先进先出法。

4. 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。产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货,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;需要经过加工的材料存货,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。

5. 存货的盘存制度为永续盘存制。

6. 包装物、低值易耗品等周转材料按照一次转销法进行摊销。

## (八) 固定资产的确认和计量

1. 固定资产确认条件

固定资产是指同时具有下列特征的有形资产:(1)为生产商品、提供劳务、

出租或经营管理持有的；(2)使用寿命超过一个会计年度。

固定资产同时满足下列条件的予以确认：(1)与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；(2)该固定资产的成本能够可靠地计量。与固定资产有关的后续支出，符合上述确认条件的，计入固定资产成本；不符合上述确认条件的，发生时计入当期损益。

## 2. 固定资产的初始计量

固定资产按照成本进行初始计量。

## 3. 固定资产分类及折旧计提方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提。各类固定资产预计使用寿命、预计净残值率和年折旧率如下：

固定资产类别	预计使用寿命(年)	预计净残值率	年折旧率(%)
电子及办公设备	3-5	0	20.00-33.33

## 4. 固定资产减值测试及减值准备计提方法

资产负债表日，有迹象表明固定资产发生减值的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组或资产组组合为基础确定其可收回金额。

单项资产的可收回金额低于其账面价值的，按单项资产的账面价值与可收回金额的差额计提相应的资产减值准备。资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认其相应的减值损失，减值损失金额先抵减分摊至资产组或资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值；以上资产账面价值的抵减，作为各单项资产(包括商誉)的减值损失，计提各单项资产的减值准备。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

## (九) 在建工程的确认和计量

1. 在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠地计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2. 在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工结算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

3. 资产负债表日，有迹象表明在建工程发生减值的，按单项资产的可收回金额低于其账面价值的差额计提在建工程减值准备。上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

#### **(十) 借款费用的确认和计量**

##### **1. 借款费用资本化的确认原则**

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

##### **2. 借款费用资本化期间**

(1)当同时满足下列条件时，开始资本化：1)资产支出已经发生；2)借款费用已经发生；3)为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

(2)暂停资本化：若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

(3)停止资本化：当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

##### **3. 借款费用资本化金额**

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用(包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销)，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率(加权平均利率)，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。在资本化期间内，每一会计期间的利息资本化金额不超过当期相关借款实

际发生的利息金额。外币专门借款本金及利息的汇兑差额，在资本化期间内予以资本化。专门借款发生的辅助费用，在所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前发生的，予以资本化；在达到预定可使用或者可销售状态之后发生的，计入当期损益。一般借款发生的辅助费用，在发生时计入当期损益。

### （十一）无形资产的确认和计量

#### 1. 无形资产的初始计量

无形资产按成本进行初始计量。

#### 2. 无形资产使用寿命及摊销

根据无形资产的合同性权利或其他法定权利、同行业情况、历史经验、相关专家论证等综合因素判断，能合理确定无形资产为公司带来经济利益期限的，作为使用寿命有限的无形资产；无法合理确定无形资产为公司带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。

对使用寿命有限的无形资产，估计其使用寿命时通常考虑以下因素：(1)运用该资产生产的产品通常的寿命周期、可获得的类似资产使用寿命的信息；(2)技术、工艺等方面的现阶段情况及对未来发展趋势的估计；(3)以该资产生产的产品或提供劳务的市场需求情况；(4)现在或潜在的竞争者预期采取的行动；(5)为维持该资产带来经济利益能力的预期维护支出，以及公司预计支付有关支出的能力；(6)对该资产控制期限的相关法律规定或类似限制，如特许使用期、租赁期等；(7)与公司持有其他资产使用寿命的关联性等。

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地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销，但每年均对该无形资产的使用寿命进行复核，并进行减值测试。

#### 3. 无形资产减值测试及减值准备计提方法

资产负债表日，有迹象表明无形资产可能发生减值的，以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组或资产组组合为基础确定其可收回金额。因企业合并所形成的商誉和使用寿

命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年年末都进行减值测试。

单项资产的可收回金额低于其账面价值的，按单项资产的账面价值与可收回金额的差额计提相应的资产减值准备。资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认其相应的减值损失，减值损失金额先抵减分摊至资产组或资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值；以上资产账面价值的抵减，作为各单项资产(包括商誉)的减值损失，计提各单项资产的减值准备。上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

#### 4. 内部研究开发项目支出的确认和计量

内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。划分研究阶段和开发阶段的标准：为获取新的技术和知识等进行的有计划的调查阶段，应确定为研究阶段，该阶段具有计划性和探索性等特点；在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等阶段，应确定为开发阶段，该阶段具有针对性和形成成果的可能性较大等特点。

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，可证明其有用性；(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。

#### (十二) 长期待摊费用的确认和摊销

长期待摊费用按实际支出入账，在受益期或规定的期限内平均摊销。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。其中：

预付经营租入固定资产的租金，按租赁合同规定的期限平均摊销。

经营租赁方式租入的固定资产改良支出，按剩余租赁期与租赁资产尚可使用

年限两者中较短的期限平均摊销。

### （十三） 职工薪酬

#### 1. 短期薪酬的会计处理方法

公司在职工为其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，或根据其他相关会计准则要求或允许计入资产成本。

#### 2. 离职后福利的会计处理方法

公司对员工的离职后福利采取设定提存计划的形式。设定提存计划指由公司向单独主体缴存固定费用后，不再承担进一步支付义务的离职后福利计划。对于设定提存计划，公司根据在资产负债表日为换取职工在会计期间提供的服务而应向单独主体缴存的提存金，确认为职工薪酬负债，并计入当期损益或相关资产成本。

### （十四） 收入

#### 1、收入确认原则

##### （1）销售商品

商品销售收入同时满足下列条件时予以确认：(1)公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；(2)公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有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企业；(5)相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时。

##### （2）提供劳务

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的(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收入，并按已完工作的测量结果确定提供劳务交易的完工进度。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：若已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照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的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

### (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、收入的金额能够可靠地计量时，确认让渡资产使用权的收入。利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入金额，按照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

互联网广告推广业务：公司在为客户进行互联网广告推广时，每月与客户核对投放数量和结算金额，依据双方确认后的金额开具销售发票并确认收入。

技术服务业务：完成合同约定技术服务后，按照合同约定金额确认收入。

### (十五) 政府补助的确认和计量

1. 政府补助在同时满足下列两个条件时予以确认：(1) 能够满足政府补助所附条件；(2) 能够收到政府补助。

2. 政府补助为货币性资产的，按收到或应收的金额计量；为非货币性资产的，按公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按名义金额计量。

3. 政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

公司取得的用于构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；公司取得的用于补偿以后期间或已经发生的费用或损失的政府补助，划分为与收益相关的政府补助；公司取得的既用于设备等长期资产的购置，也用于人工费、购买服务费、管理费等费用化支出的补偿的政府补助，属于与资产和收益均相关的政府补助，需要将其分解为与资产相关的部分和与收益相关的部分，分别进行会计处理，若无法区分，则将整项政府补助归类为与收益相关的政府补助。

公司取得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。公司取得与收益相关的政府补助，分别下列情况进行处理：(1) 用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；(2) 用于补偿企业已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

### (十六) 递延所得税资产和递延所得税负债的确认和计量

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。

5.当拥有以净额结算的法定权利,且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行,公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利,且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关,但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内,涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时,公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

## (十七) 报告期内主要会计政策及会计估计的变更情况

### 1、重要会计政策变更

本公司自 2014 年 7 月 1 日起执行财政部于 2014 年修订或新制定发布的《企业会计准则-基本准则》(修订)和《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》(修订)等八项具体会计准则。

上述企业会计准则对本公司财务报表无重大影响。

## 2、会计估计变更

本报告期公司主要会计估计未发生变更。

## 五、主要税项

### (一) 公司主要税项

税 种	计税依据	税 率
增值税	按应税营业收入计征	本公司系一般纳税人，适用 6% 的税率；子公司杭州鼎妙科技有限公司系小规模纳税人，适用 3% 的征收率。
企业所得税	按应纳税所得额计征	本公司按 25% 的税率计算缴纳企业所得税；子公司杭州鼎妙科技有限公司由税务机关核定其应纳税额，系小型微利企业，其所得减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。
城市维护建设税	按应纳流转税额计征	7%
教育费附加	按应纳流转税额计征	3%
地方教育附加	按应纳流转税额计征	2%

### (二) 税收优惠情况

报告期内公司不享受税收优惠。

## 六、最近两年的主要会计数据和财务指标及分析

### (一) 财务状况分析

单位：元

项目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
流动资产	18,613,382.58	8,868,241.79	4,741,311.29
非流动资产	710,337.58	282,371.08	1,322,872.21
其中：固定资产	298,823.49	209,714.94	369,634.33
总资产	19,323,720.16	9,150,612.87	6,064,183.50
流动负债	6,941,490.77	8,286,296.93	7,266,866.02
非流动负债	-	-	-

总负债	6,941,490.77	8,286,296.93	7,266,866.02
-----	--------------	--------------	--------------

从上表可以看出，报告期内公司的资产规模呈逐年递增趋势，2016年8月31日资产规模大幅增加，主要系公司2016年4月份增资扩股增加银行存款900万元。2014年末、2015年末、2016年8月31日流动资产占总资产的比例分别是78.19%、96.91%、96.32%，在公司的资产结构中流动资产占比较高，主要原因是公司属于互联网行业，轻资产运作。公司的非流动资产主要为固定资产，目前公司在用的固定资产均使用状态良好，公司机器设备的成新率与目前的生产能力基本相适应。

报告期内负债总额呈先增长后减少的趋势。报告期各期末，负债主要为流动负债，流动负债主要由应付账款、预收账款、其他应付款、应付职工薪酬等构成。2015年末较2014年末增加主要系应支付的关联方往来款。2016年11月已将关联方借款还清。

从公司的融资结构来看，权益资本占总资产的比例呈逐年增长的趋势，2014年末、2015年末、2016年8月31日分别是-19.83%、9.45%、64.08%。截止2016年8月31日，债务资本占总资产的比例较低，公司偿债能力强。

## （二）财务指标分析

### 一、盈利能力分析

#### 1、公司盈利能力指标

财务指标	2016年1-8月	2015年度	2014年度
毛利率（%）	45.71	33.97	-1.45
净资产收益率（%）	38.02	-	-
扣除非经常性损益后的净资产收益率（%）	38.02	-	-
基本每股收益（元/股）	0.46	2.07	-2.70
基本每股收益（扣除非经常性损益）（元/股）	0.46	2.48	-3.02

#### （1）毛利率分析

2014年度、2015年度、2016年1-8月，公司产品综合毛利率分别为-1.45%、33.97%、45.71%。报告期内，公司产品的综合毛利率呈逐步增长的趋势。公司毛利率出现大幅增长的因素主要为：

#### ①业务模式调整，营业成本下降

报告期内公司经历了以购买广告位投放广告到主要以 CPM 展现投放广告的转变，2014 年因购买广告位发生推广成本 3,858,805.58 元，该项成本至 2016 年 8 月已降至 846,825.66 元，降幅达 78%，业务模式的调整主要系公司发现购买广告位发布广告投放效果一般，收入未能实现同步增长，出现毛利倒挂；2015-2016 年毛利率逐年上升，因为公司调整业务模式，缩减推广成本，投入主要为流量数据采购成本，公司的主营业务成本结构发生明显变化。

### ②收入快速增长，大幅摊薄了采购单位成本

公司的主营业务为互联网广告推送，该业务的主要成本为流量采购成本，随着启冠数据大师和启冠全媒体中心等一系列应用平台的投入使用，广告效果明显提升，报告期内公司的流量消耗规模具有一定的增长，流量采购成本也随之上升，2015 年度公司的流量采购成本为 1340.68 万元较 2014 年增长了 48.21%，相应 2015 年互联网广告推广的收入为 2388.90 万元较 2014 年增长了 92.97%。公司 2015 年收入增长率远高于相应的采购成本增长水平，收入的快速增长大幅摊薄了采购的单位成本，从而极大提升了互联网广告推送的毛利率水平。

### ③结算模式调整，公司创收能力增强

公司通过加强大数据挖掘和热力图研发，广告投放效果大幅提升，在与客户谈判中溢价能力较强，在结算模式中争取采取对公司最为有利的 CPM 结算模式，该种结算模式主要考虑广告展现数量，不对投放效果做重点考量，与此同时，公司大幅缩减 CPS 这种效果类的广告结算业务，并且公司自 2015 年开始大力推广移动端广告投放业务，当年度实现 CPA 销售收入占总收入 27.29%；2016 年继续加大移动端广告投放业务，截止 8 月 31 日实现 CPA 销售收入占总收入 35.20%，经公司财务人员测算，移动端的广告投放收益高于 PC 端。公司通过提高广告投放精度，调整业务结算方式使得公司业务收入增长较快，按结算方式划分的报告期内销售收入及占比如下表所示：

单位：元

结算方式	2016 年 1-8 月	占比 (%)	2015 年度	占比 (%)	2014 年度	占比 (%)
CPM	12,570,690.77	57.60	13,214,155.27	55.31	9,993,652.28	80.73
CPA	7,682,482.45	35.20	6,519,225.09	27.29	-	-
CPS	1,570,958.28	7.20	4,155,557.39	17.40	2,385,783.97	19.27
合计：	21,824,131.50	100.00	23,888,937.75	100.00	12,379,436.25	100.00

## (2) 其他盈利能力指标分析

净资产收益率呈逐年上升的趋势，2014年和2015年均为负数，2016年为38.02%。2014年和2015年净资产收益率为负主要系公司加权平均净资产为负数，原因为成立初期渠道建设投入较多，广告投放效果一般，并且公司实际注册资本仅100万元，前期出现资不抵债的情形，但随着公司数据挖掘水平的逐渐加强，广告投放效果的明显提升，截止2016年8月31日已实现净资产收益率38.02%。

扣除非经常性损益后的净资产收益率呈逐年上升的趋势，2014年和2015年均为负数，2016年为38.02%。公司2014年度、2015年度、2016年1-8月非经常性损益净额分别为321,262.86元、-410,079.78元、-0.67元，非经常性损益占公司净利润比例分别为-11.92%、-19.84%、0.00%，从总体来看，2014年和2015年度非经常性损益对公司财务状况和经营成果有一定影响，主要系公司当年度通过股东赠与取得子公司杭州鼎妙科技有限公司100%股权，并表同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益分别为321,866.61和-432,579.78元。

报告期内，公司基本每股收益呈先上升后下降的趋势，扣非前后的每股收益2014年和2015年变动较大，表明这两年非经常性损益对公司财务状况和经营成果有一定影响。

## 2、可比公司对比分析

财务指标	可比公司	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
毛利率(%)	银橙传媒	19.31	22.51	57.53
	新数网络	15.38	19.75	16.91
	智唐科技	35.69	33.37	41.52
	平均值	23.46	25.21	38.65
净资产收益率(%)	银橙传媒	9.95	20.61	41.48
	新数网络	18.05	73.22	400.88
	智唐科技	26.52	49.06	100.36
	平均值	18.17	47.63	180.91
基本每股收益(元/股)	银橙传媒	0.24	0.39	0.38
	新数网络	0.27	4.00	5.77

	智唐科技	0.56	0.54	0.35
	平均值	0.36	1.64	2.17

数据来源：可比公司年报

从上表来看，公司综合毛利率 2014 年为-1.45%低于行业平均水平，主要原因系公司 2014 年推广成本前期投入较大，而广告投放效果一般，收入未能同步增长，所以出现毛利倒挂；2015 年和 2016 年公司毛利率高于可比公司平均水平，主要系 1) 公司的采购成本主要来源于电信运营商，由于电信运营商合作基础比较好，批量采购的成本相对较低；而同行业的挂牌公司主要以社交媒体流量采购为主，采购成本之间存在差异；2) 公司集中精力做效果营销、精准营销，具备较强的数据挖掘和分析能力，广告投放效果优于同行业企业，公司在与客户谈判中议价能力较强，基本上能采取对公司有利的 CPM 结算模式，不同的结算模式毛利率也存在差异；3) 公司 2016 年新研发出互联网人群需求数据热力图、基于 adsense 和 admob 合作的 SDK 平台、楼盘和汽车等区域热力图以及广告精准投放多维度数据报表等新产品，这些新产品的逐步运用使得公司的广告投放更加精准，CPM 的展现单价呈现逐年上升趋势。

报告期内公司加权平均净资产收益率 2014 年和 2015 年均为负数，主要系 2014 年底公司的净资产为负数所致，成立初期公司渠道建设投入成本较大，而注册资本仅 100 万元，前期出现资不抵债情形；2016 年一期公司的净资产收益率已达到 38.02%，高于行业平均水平，主要系公司销售规模扩大，规模效应凸显。

公司基本每股收益除 2014 年度为负数外，2015 年和 2016 年均高于行业平均水平，主要原因是随着电子商务、网络服务、网络游戏等各种类型的互联网公司大幅增加，带动互联网广告投放需求出现爆发性增长，同时公司这两年大数据分析及精准投放平台开始上线使用并逐步成熟，公司广告投放精准度及效果大幅提高，收入规模扩大毛利率也出现了大幅增长。

## 二、偿债能力分析

### 1、公司偿债能力指标

财务指标	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
母公司资产负债率 (%)	34.61	90.67	152.02

流动比率（倍）	2.68	1.07	0.65
速动比率（倍）	2.68	1.07	0.65

### （1）短期偿债能力变动分析

2014年末、2015年末及2016年8月末公司流动比率分别为0.65、1.07和2.68，速动比率与流动比率一致。报告期内公司流动比率和速动比率均呈现逐年加快的趋势，表明公司具备一定的短期偿债能力。2016年8月末公司流动比率和速动比率较2015年末大幅上升的主要原因在于公司2016年4月份增资扩股直接接收投资款900万元，补充流动资金。

### （2）长期偿债能力变动分析

2014年末、2015年末及2016年8月末资产负债率分别为152.02%、90.67%、34.61%，公司报告期内资产负债率逐年下降，具有较强的长期偿债能力。

综上，公司的长短期偿债能力均较强，截止2016年8月31日，公司无长短期借款，流动负债占负债总额的比率为100.00%，显示出公司具有较强的偿债能力。

## 2、可比公司对比分析

财务指标	可比公司	2016年6月30日	2015年12月31日	2014年12月31日
资产负债率（%）	银橙传媒	26.66	28.38	5.23
	新数网络	23.04	42.98	102.01
	智唐科技	64.64	52.86	64.61
	平均值	38.11	41.41	57.28
流动比率（倍）	银橙传媒	4.89	4.68	18.63
	新数网络	4.26	2.28	0.94
	智唐科技	1.49	1.82	1.43
	平均值	3.55	2.93	7.00
速动比率（倍）	银橙传媒	4.89	4.68	18.63
	新数网络	4.26	2.28	0.94
	智唐科技	1.49	1.82	1.43
	平均值	3.55	2.93	7.00

数据来源：可比公司年报

报告期内，公司资产负债率、流动比率、速动比率与可比挂牌公司平均值基

本一致，符合行业特点。

### 三、营运能力分析

#### 1、公司营运能力指标

财务指标	2016年1-8月	2015年度	2014年度
应收账款周转率（次）	4.00	8.36	9.73
存货周转率（次）	-	-	-

报告期内公司应收账款周转率呈逐年下降趋势，2016年度较2015年度应收账款周转率大幅下降，原因主要是随着营业收入的快速增长，应收账款余额增加，并且应收账款的增长幅度大于营业收入的增长幅度。

#### 2、可比公司对比分析

财务指标	可比公司	2016年6月30日	2015年度	2014年度
应收账款周转率（次）	银橙传媒	6.33	10.49	13.87
	新数网络	3.52	7.54	17.47
	智唐科技	1.36	2.45	2.73
	平均值	3.74	6.83	11.36
存货周转率（次）	银橙传媒	8.56	27.86	-
	新数网络	-	-	-
	智唐科技	-	-	-
	平均值	2.85	9.29	-

数据来源：可比公司年报

报告期内，公司应收账款周转率与可比公司平均值较为接近，并且变动趋势也跟同行业挂牌公司变动趋势保持一致，符合行业特点。

报告期内，公司同行业挂牌公司均不核算存货，银橙传媒2015年和2016年核算的存货为尚未消耗的虚拟币。

### 四、现金流量分析

单位：元

财务指标	2016年1-8月	2015年度	2014年度
经营活动产生的现金流量净额	-440,845.14	-326,100.46	582,585.64
投资活动产生的现金流量净额	-547,473.54	-38,295.66	-229,558.17

筹资活动产生的现金流量净额	9,000,000.00	0.00	1,000,000.00
---------------	--------------	------	--------------

### 1、经营活动产生的现金流量分析

2014年、2015年和2016年1-8月公司经营活动产生的现金流量净额为582,585.64元、-326,100.46元、-440,845.14元。报告期内，公司经营活动现金流入主要为销售商品所收到的现金，公司经营活动现金流出主要为购商品接受劳务、支付各项税费、支付给职工以及为职工支付的现金。2016年公司经营活动现金流量较前期大幅下降，主要原因在于公司偿还关联方往来款，导致公司支付与其他经营活动有关的现金大幅增加。

### 2、投资活动产生的现金流量分析

2014年、2015年和2016年1-8月公司投资活动产生的现金流量净额为-229,558.17元、-38,295.66元、-547,473.54元。报告期内，公司各期投资活动产生的现金流量净额均为负数，主要是购买固定资产发生的支出。

### 3、筹资活动产生的现金流量分析

2014年、2015年和2016年1-8月公司筹资活动产生的现金流量净额为1,000,000.00元、0元、9,000,000.00元。2014年和2016年筹资活动产生的现金流量净额均为吸收投资收到的现金，主要用于弥补公司日常营运资金。

报告期内公司现金流量与公司收入及规模的匹配情况如下：

#### (1) 销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入匹配表：

单位：元

项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
销售商品、提供劳务收到的现金	21,138,586.71	22,022,978.39	14,999,205.18
营业收入	21,824,131.50	24,141,364.93	12,767,785.76

根据上表可知，销售商品、提供劳务收到的现金，与营业收入的发展趋势一致，是匹配的。2015年度的销售商品、提供劳务收到的现金少于营业收入，系公司平台采用预收款形式，截止2014年12月31日预收款项余额为2,265,952.17元，后期客户消费并与公司对账结算后确认收入，截止2015年12月31日预收款项余额为730,236.20元，部分收入在2015年进行确认，实际现金流入在2014年度实现。

## (2) 经营活动现金流量净额与净利润匹配表：

单位：元

项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
1. 将净利润调节为经营活动现金流量：			
净利润	2,517,913.45	2,066,998.46	-2,695,348.40
加：资产减值准备	153,822.24	100,384.02	84,471.90
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	114,564.99	198,215.05	190,187.38
无形资产摊销			
长期待摊费用摊销	28,650.00		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）			
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）			
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）			
财务费用（收益以“-”号填列）			
投资损失（收益以“-”号填列）			
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-23,707.95	880,581.74	-940,644.93
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）	-2,564,149.16	-2,076,279.48	763,463.21
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-667,938.71	-1,496,000.25	3,180,456.48
其他			
经营活动产生的现金流量净额	-440,845.14	-326,100.46	582,585.64

项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
2. 不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：			
债务转为资本			
一年内到期的可转换公司债券			
融资租入固定资产			
3. 现金及现金等价物净变动情况：			
现金的期末余额	9,110,185.11	1,098,503.79	1,462,899.91
减：现金的期初余额	1,098,503.79	1,462,899.91	109,872.44
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	8,011,681.32	-364,396.12	1,353,027.47

经营活动产生的现金流量波动较大,主要原因系经营性应收应付项目变化较大,其中主要是公司往来科目余额变化较多,一方面公司属于民营中小企业,受融资渠道所限,公司流动资金部分来自于公司向大股东借款所形成,在报告期内公司的其他应付款余额变化较大,另一方面随着公司经营规模的扩大,在销售收入增长的同时应收账款的增幅也较大,造成公司经营活动现金流量的一定波动,具体分析如下:

①2016年1-8月,公司经营活动现金流量净额与净利润的匹配情况

2016年1-8月,公司经营活动现金流量净额为-44.08万元,当期净利润为251.79万元,公司在净利润为正的情况下经营活动现金流量净额为负的主要原因:公司按照规范性的要求清理了对关联方的应付款项;同时随着公司业务规模的扩大,应收账款和预收账款的金额都有大幅增长,这些因素共同导致了公司当期经营性应收项目增加256.41万元,经营性应付项目减少66.79万元。

②2015年度,公司经营活动现金流量净额与净利润的匹配情况

2015年度,公司经营活动现金流量净额为-32.61万元,当期净利润为206.70万元,公司在净利润为正的情况下经营活动现金流量净额为负的主要原因:2015年度,公司销售收入出现快速增长,部分销售业务存在一定的信用期,相关回款

尚未到账,同时2015年末公司的预收账款余额为73.02万元,同比下降67.77%,这些因素共同造成公司净利润增长的情况下经营活动现金流量净额出现负数。

### ③2014年度,公司经营活动现金流量净额与净利润的匹配情况

2014年度,公司经营活动现金流量净额为58.26万元,当期净利润为-269.53万元,公司在净利润为负的情况下经营活动现金流量净额为正的主要原因:由于公司2014年末预收账款余额为226.60万元,预付账款余额为10.63万元,随着公司经营逐步稳定,对客户的结算收款方式发生较大变化,导致两者之间出现差异。

## 七、营业收入、利润及变动情况

### (一) 营业收入情况

#### 1、主营业务收入占营业收入比例

项目	2016年1-8月		2015年度		2014年度	
	金额(元)	比例(%)	金额(元)	比例(%)	金额(元)	比例(%)
主营业务收入	21,824,131.50	100.00	23,888,937.75	98.95	12,379,436.25	96.96
其他业务收入		0.00	252,427.18	1.05	388,349.51	3.04
合计	21,824,131.50	100.00	24,141,364.93	100.00	12,767,785.76	100.00

#### 2、主营业务收入结构

按产品类别

单位:元

产品类别	2016年1-8月	2015年度	2014年度
互联网广告推广	21,824,131.50	23,888,937.75	12,379,436.25
合计	21,824,131.50	23,888,937.75	12,379,436.25

### (二) 主营业务收入变动趋势及原因

公司主要从事互联网广告的推送业务。报告期内,公司营业收入绝大部分来源于主营业务收入,公司主营业务明确,收入结构未发生重大变化。

报告期内,公司收入逐年递增,主要原因为:公司自2011年成立,经过前几年的技术研发和实际推广经验的积累,已经实现与各交易平台的差异化合作策

略，通过特有算法发掘不同特点流量，为广大需求方提供高效、准确的受众精准定向服务，帮助广告主实现直接有效的互动沟通体验，实现广告营销效果的最大化。公司在 DSP 广告领域的技术优势和品牌优势为公司赢得了客户订单和大量广告投放，实现收入逐年递增。

### （三）毛利率波动情况

报告期内，公司主营业务毛利率情况如下：

毛利率	2016年1-8月	2015年度	2014年度
互联网广告推广	45.71%	33.27%	-4.63%

毛利率分析详见公开转让说明书“第四节公司财务”之“六、最近两年的主要会计数据和财务指标及分析”之“（二）财务指标分析一、盈利能力分析（1）毛利率分析”之说明。

### （四）利润变动情况

项目	2016年1-8月	2015年度		2014年度
	金额	金额	年增长率	金额
营业收入	21,824,131.50	24,141,364.93	89.08%	12,767,785.76
营业成本	11,848,244.02	15,940,380.52	23.07%	12,952,620.84
期间费用	6,197,794.80	5,078,234.37	55.79%	3,259,764.31
营业利润	3,600,038.37	2,949,181.04	-182.25%	-3,585,665.33
利润总额	3,583,928.08	2,954,335.81	-182.09%	-3,598,706.83
净利润	2,517,913.45	2,066,998.46	-176.69%	-2,695,348.40

报告期内，公司营业收入呈增长趋势。从公司的盈利情况看，公司 2014 年度、2015 年度、2016 年 1-8 月的净利润分别是-2,695,348.40 元、2,066,998.46 元、2,517,913.45 元，2015 年度较上期大幅上升，并实现扭亏为盈，主要系公司广告效果显著提升带动销售规模明显扩大。报告期内公司的毛利率水平持续上升，盈利能力逐年增强。未来公司将进一步加强数据挖掘能力，提升广告投放效果，降低成本的同时研发新的数据平台，将更能适应市场需求，在竞争中处于优势。

## 八、主要成本、费用及变动情况

### （一）主要成本情况

报告期内，公司主营业务成本的构成情况如下：

项目	2016年1-8月		2015年度		2014年度	
	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)	金额(元)	占比(%)
流量采购成本	10,856,355.75	91.63	13,406,797.07	84.11	9,045,813.60	69.84
推广成本	846,825.66	7.15	2,427,447.78	15.23	3,858,805.58	29.79
人工成本	117,881.48	0.99	82,814.92	0.52	48,001.66	0.37
服务器成本	27,181.13	0.23	23,320.75	0.15	-	0.00
主营业务成本合计:	11,848,244.02	100.00	15,940,380.52	100.00	12,952,620.84	100.00

公司的产品成本主要包括流量采购及推广成本、人工成本及服务器成本等。报告期公司主营业务成本构成中，流量采购成本逐年递增，主要系公司经营业务规模扩大，实际向运营商采购的流量增加；推广成本逐年递减，主要系公司购买广告位投放广告发生的支出，经过前期试运营后广告投放效果欠佳，目前已减少广告位购买，主要以 CPM 方式展现售卖；人工成本逐年递增，主要系公司经营规模扩大，人员增加，同时 2016 年新成立数据挖掘小组，组内成员通过爬虫抓取系统归类整理数据，提升广告投放效果；2015 年和 2016 年公司发生的服务器成本为服务器托管发生的成本。

公司成本的归集、分配、结转方法如下：

①流量采购成本：按公司与供应商双方认可的 CNZZ 平台统计的实际消耗流量按月结转成本。

②推广成本：公司根据与互联网广告联盟商签订的网络推广合作协议，根据协议按月归集费用并结转当期损益。

③人工成本：公司根据业务性质将渠道部门员工工资在营业成本列支，按月计提人工工资并结转当期损益。

④服务器成本：公司根据与服务器托管方签订的托管合同，根据托管期间按月归集费用并结转当期损益。

## （二）主要费用情况

### 1、公司最近两年一期主要费用及其变动情况如下：

单位：元

项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
销售费用(元)	1,023,441.84	799,495.00	731,507.31
管理费用(元)	5,171,759.32	4,251,300.37	2,483,913.18
其中:研发费用(元)	1,875,687.05	1,378,177.98	855,290.80
财务费用(元)	2,593.64	27,439.00	44,343.82
营业收入(元)	21,824,131.50	24,141,364.93	12,767,785.76
销售费用占营业收入比重(%)	4.69	3.31	5.73
管理费用占营业收入比重(%)	23.70	17.61	19.45
其中:研发费用占营业收入比重(%)	8.59	5.71	6.70
财务费用占营业收入比重(%)	0.01	0.11	0.35
期间费用占营业收入比重(%)	28.40	21.03	25.53

## 2、销售费用明细

单位:元

项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
工资	1,005,326.09	782,487.73	558,336.91
办公费	18,115.75	17,007.27	173,170.40
合计	<b>1,023,441.84</b>	<b>799,495.00</b>	<b>731,507.31</b>

销售费用主要包括工资和办公费用。报告期内,公司2014年和2015年销售费用整体趋于平稳,2016年1-8月销售费用大幅增长主要原因为当年度收入大幅增长,发放给销售人员的工资增加,公司整体的销售费用变动趋势与收入的变动趋势保持一致。

## 3、管理费用明细

单位:元

项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
办公费	429,219.16	626,717.40	418,040.38
工资及福利费	2,180,327.61	1,591,997.74	795,711.88
折旧费	78,827.86	157,610.10	150,564.59
差旅费	148,766.53	82,424.26	88,983.80
招待费	125,138.94	103,530.22	88,372.98
服务费	305,979.98	297,444.31	67,786.89
研发费	1,875,687.05	1,378,177.98	855,290.80
其他	27,812.19	13,398.36	19,161.86
合计	<b>5,171,759.32</b>	<b>4,251,300.37</b>	<b>2,483,913.18</b>

公司管理费用主要包括工资及福利费、研究开发费用、办公费、服务费、折旧费等。报告期内公司管理费用整体支出比较平稳，工资及福利费和研发费各年有一定的波动，其余各明细项也无大的波动。工资及福利费逐年增加主要系公司管理人员增加以及相关人员工资系数上升；研发费用逐年增加主要系公司加强对大数据挖掘平台和数据产品热力图的研发。

#### 4、财务费用明细

单位：元

项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
利息支出			
减：利息收入	3,373.74	3,551.52	2,074.34
手续费	5,967.38	30,990.52	46,418.16
合计	<b>2,593.64</b>	<b>27,439.00</b>	<b>44,343.82</b>

公司利息支出主要由银行手续费和支付宝手续费构成；利息收入系公司银行存款产生的利息收入，手续费支出系公司在办理汇款、委托收款、函证等业务过程中按规定支付给金融机构的手续费。截止2016年8月31日财务费用较2015年下降90.55%，主要原因是公司减少支付宝业务从而使得支付宝汇划手续费大幅下降。

总体来看，各项费用占营业收入比重较为稳定，公司的费用控制意识较强，各项费用变动总体合理。

#### 九、重大投资收益

报告期内，公司无重大投资。

#### 十、非经常损益

##### （一）非经常损益明细

单位：元

项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）		30,000.00	
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益		-432,579.78	321,866.61

项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-0.67		-603.75
所得税影响额		-7,500.00	
合计	-0.67	-410,079.78	321,262.86

### 非经常损益情况说明：

#### 1、政府补助情况

补助项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度	与资产相关/与收益相关
财政扶持奖励		30,000.00		与收益相关
合计		30,000.00		与收益相关

本公司根据杭州市拱墅区人民政府 2015 年 8 月 13 日下达的拱政发（2015）27 号文件《杭州市拱墅区人民政府关于认定 2015 年度拱墅区“旭日计划”企业的通知》被认定为 2015 年拱墅区“旭日计划”第三梯队，政府奖励 30,000.00 元。

#### 2、同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益

公司 2014 年、2015 年由于同一控制下企业合并产生的净损益分别为 321,866.61 元、-432,579.78 元，主要系公司股东杨彬彬、徐成杰和阮军建于 2015 年 12 月 31 日将其所持有的杭州鼎妙科技有限公司的股份赠与杭州启冠网络技术有限公司，构成企业会计准则规定的同一控制下的企业合并。根据实际发生的交易和事项，公司按照《企业会计准则-基本准则》和其他各项具体会计准则的规定进行确认和计量，将杭州鼎妙报告期内的净利润并入杭州启冠，编制合并报表。

### （二）非经常损益对经营成果的影响

单位：元

项目	2016年1-8月	2015年度	2014年度
非经常性损益金额	-0.67	-410,079.78	321,262.86
净利润	2,517,913.45	2,066,998.46	-2,695,348.40
非经常损益占净利润比重	0.00%	-19.84%	-11.92%

从非经常性损益的构成情况看，非经常性损益主要由同一控制下业务合并产生的净损益构成，不是持续性发生的事项。

公司 2014 年度、2015 年度、2016 年 1-8 月非经常性损益净额分别为 321,262.86 元、-410,079.78 元、-0.67 元，非经常性损益占公司净利润比例分别为 -11.92%、-19.84%、0.00%，从总体来看，报告期内非经常性损益对公司财务状况和经营成果有一定影响，主要系公司同一控制下的业务合并产生的净损益所致。随着公司经营规模的扩大，非经常性损益对公司利润的影响大幅下降。

## 十一、主要资产

### （一）货币资金

项 目	2016 年 8 月 31 日	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
库存现金	28,590.61	126,842.61	597,938.20
银行存款	8,947,840.23	723,890.33	412,241.90
其他货币资金	133,754.27	247,770.85	452,719.81
<b>合计</b>	<b>9,110,185.11</b>	<b>1,098,503.79</b>	<b>1,462,899.91</b>

注：（1）报告期末货币资金不存在因抵押、质押或冻结等对使用有限制，以及存放在境外且资金汇回受到限制的款项。

（2）其他货币资金系公司存放在账号：yangf2015@126.com 的支付宝金额，该账号以“杭州启冠网络技术有限公司”名义在支付宝公司开户，并已对报告期内支付宝余额和发生额进行函证确认。

### （二）应收账款

#### 1、明细情况

类别	2016 年 8 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值 (元)
	金额(元)	比例(%)	金额(元)	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款					
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	7,152,522.92	100.00	216,611.37	3.03	6,935,911.55
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款					
<b>合计</b>	<b>7,152,522.92</b>	<b>100.00</b>	<b>216,611.37</b>		<b>6,935,911.55</b>

(续表)

类别	2015 年 12 月 31 日				
----	------------------	--	--	--	--

	账面余额		坏账准备		账面价值 (元)
	金额(元)	比例(%)	金额(元)	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款					
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	4,105,458.39	100.00	141,363.75	3.44	3,964,094.64
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款					
<b>合计</b>	<b>4,105,458.39</b>	<b>100.00</b>	<b>141,363.75</b>		<b>3,964,094.64</b>

(续表)

类别	2014年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值 (元)
	金额(元)	比例(%)	金额(元)	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款					
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	1,869,369.75	100.00	57,800.73	3.09	1,811,569.02
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款					
<b>合计</b>	<b>1,869,369.75</b>	<b>100.00</b>	<b>57,800.73</b>		<b>1,811,569.02</b>

## 2、坏账准备计提情况

(1) 报告期末无单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款

(2) 组合中，按账龄分析法计提坏账准备的应收账款：

账龄	2016年8月31日		
	应收账款余额(元)	坏账准备余额(元)	计提比例%
1年以内	7,123,441.76	213,703.25	3.00
1至2年	29,081.16	2,908.12	10.00
<b>合计</b>	<b>7,152,522.92</b>	<b>216,611.37</b>	

账龄	2015年12月31日		
	应收账款余额(元)	坏账准备余额(元)	计提比例%
1年以内	3,845,458.39	115,363.75	3.00

账龄	2015年12月31日		
	应收账款余额(元)	坏账准备余额(元)	计提比例%
1至2年	260,000.00	26,000.00	10.00
<b>合计</b>	<b>4,105,458.39</b>	<b>141,363.75</b>	

账龄	2014年12月31日		
	应收账款余额(元)	坏账准备余额(元)	计提比例%
1年以内	1,844,803.50	55,344.10	3.00
1至2年	24,566.25	2,456.63	10.00
<b>合计</b>	<b>1,869,369.75</b>	<b>57,800.73</b>	

从应收账款账龄结构来看，截至2016年8月31日，公司1年以内应收账款余额7,123,441.76元，占比99.59%，应收账款质量较高，大部分欠款单位均保持业务往来，不存在重大的不可回收的风险。

3、报告期各期末，应收账款中无应收持本单位5%（含5%）以上表决权股份的股东单位所欠款项。

4、报告期各期末，应收账款前五名单位如下：

#### 2016年8月31日

单位名称	与本公司关系	账面余额(元)	账龄	占应收账款总额的比例(%)
五峰极播文化传媒有限公司	非关联方	2,037,875.42	1年以内	28.49
杭州九赢互联广告技术有限公司	非关联方	1,886,275.70	1年以内	26.37
安徽甲元信息技术有限公司杭州分公司	非关联方	1,550,705.60	1年以内	21.68
广州拉宝信息科技有限公司	非关联方	270,776.98	1年以内	3.79
深圳市方贝科技有限公司	非关联方	248,697.60	1年以内	3.48
<b>合计</b>		<b>5,994,331.30</b>		<b>83.81</b>

#### 2015年12月31日

单位名称	与本公司关系	账面余额(元)	账龄	占应收账款总额的比例(%)
深圳市爱酷游网络技术服务有限公司	非关联方	1,074,978.00	1年以内	26.18
上海新数网络科技股份有限公司	非关联方	651,556.54	1年以内	15.87

单位名称	与本公司关系	账面余额(元)	账龄	占应收账款总额的比例(%)
唯品会(中国)有限公司	非关联方	540,588.93	1年以内	13.17
亿玛创新网络(天津)有限公司	非关联方	525,693.22	1年以内	12.80
北京当当科文电子商务有限公司	非关联方	341,930.87	1年以内	8.33
合计		<b>3,134,747.56</b>		<b>76.35</b>

## 2014年12月31日

单位名称	与本公司关系	账面余额(元)	账龄	占应收账款总额的比例(%)
百度在线网络技术(北京)有限公司	非关联方	463,282.62	1-2年	24.78
唯品会(中国)有限公司	非关联方	450,737.15	1年以内	24.11
亿玛创新网络(天津)有限公司	非关联方	303,049.87	1年以内	16.21
浙江公众数据通信有限公司	非关联方	260,000.00	1年以内	13.91
北京当当科文电子商务有限公司	非关联方	144,528.65	1年以内	7.73
合计		<b>1,621,598.29</b>		<b>86.74</b>

## (三) 其他应收款

## 1、明细情况

类别	2016年8月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值 (元)
	金额(元)	比例(%)	金额(元)	计提比例(%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款					
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	507,888.15	95.96	151,038.59	29.74	356,849.56
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	21,400.00	4.04	21,400.00	100.00	
合计	<b>529,288.15</b>	<b>100.00</b>	<b>172,438.59</b>	<b>32.58</b>	<b>356,849.56</b>

类别	2015年12月31日		
	账面余额	坏账准备	账面价值

	金额(元)	比例(%)	金额(元)	计提比例(%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款					
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	341,598.87	100.00	93,863.97	27.48	247,734.90
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款					
<b>合计</b>	<b>341,598.87</b>	<b>100.00</b>	<b>93,863.97</b>	<b>27.48</b>	<b>247,734.90</b>

类别	2014年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值(元)
	金额(元)	比例(%)	金额(元)	计提比例(%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款					
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	640,429.65	100.00	77,042.97	12.03	563,386.68
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款					
<b>合计</b>	<b>640,429.65</b>	<b>100.00</b>	<b>77,042.97</b>	<b>12.03</b>	<b>563,386.68</b>

## 2、坏账准备计提情况

(1) 报告期末无单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收账款。

(2) 组合中，按账龄分析法计提坏账准备的其他应收账款：

账龄	2016年8月31日		
	其他应收账款余额(元)	坏账准备(元)	计提比例(%)
1年以内	227,458.50	6,823.76	3.00
1至2年	50,000.00	5,000.00	10.00
2至3年			30.00
3至4年	150,429.65	75,214.83	50.00
4至5年	80,000.00	64,000.00	80.00
5年以上			100.00

账龄	2016年8月31日		
	其他应收账款余额 (元)	坏账准备(元)	计提比例(%)
合计	507,888.15	151,038.59	

账龄	2015年12月31日		
	其他应收账款余额 (元)	坏账准备(元)	计提比例(%)
1年以内	91,169.22	2,735.08	3.00
1至2年			10.00
2至3年	170,429.65	51,128.89	30.00
3至4年	80,000.00	40,000.00	50.00
4至5年			80.00
5年以上			100.00
合计	341,598.87	93,863.97	

账龄	2014年12月31日		
	其他应收账款余额 (元)	坏账准备(元)	计提比例(%)
1年以内	300,000.00	9,000.00	3.00
1至2年	170,429.65	17,042.97	10.00
2至3年	170,000.00	51,000.00	30.00
3至4年			50.00
4至5年			80.00
5年以上			100.00
合计	640,429.65	77,042.97	

(3) 组合中无采用个别认定法计提坏账准备的其他应收款。

(4) 单项金额不重大但单项计提坏账准备的其他应收款:

单位名称	与本公司 关系	账面余 额	账龄	占其他应收款总 额的比例(%)	性质或内容
浙江中天科技发展有限公司	非关联方	20,000.00	2-3年	3.78	房租押金
杭州久格广告有限公司	非关联方	1,400.00	1年以内	0.26	装饰费
合计		21,400.00		4.04	

3、报告期各期末，其他应收账款中无应收持本单位 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位所欠款项。

4、报告期各期末，其他应收款前五名单位如下：

#### 2016 年 8 月 31 日

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)	性质或内容
中国电信广西号百信息服务分公司	非关联方	150,000.00	3-4年	28.34	保证金
南京行者网络科技有限公司	非关联方	100,000.00	1年以内	18.89	保证金
杭州北部软件园发展有限公司	非关联方	71,336.50	1年以内	13.48	房租押金
江苏省公用信息有限公司	非关联方	50,000.00	4-5年	9.45	保证金
江苏号百信息服务有限公司	非关联方	50,000.00	1-2年	9.45	保证金
<b>合计</b>		<b>421,336.50</b>		<b>79.61</b>	

#### 2015 年 12 月 31 日

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)	性质或内容
中国电信广西号百信息服务分公司	非关联方	150,000.00	2-3年	43.91	保证金
江苏省公用信息有限公司	非关联方	50,000.00	3-4年	14.64	保证金
江苏号百信息服务有限公司	非关联方	50,000.00	1年以内	14.64	保证金
武汉易星精诚科技有限公司	非关联方	30,000.00	3-4年	8.78	保证金
梁荣	非关联方	21,832.22	1年以内	6.39	备用金
<b>合计</b>		<b>301,832.22</b>		<b>88.36</b>	

#### 2014 年 12 月 31 日

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)	性质或内容
谷歌广告（上海）有限公司	非关联方	300,000.00	1年以内	46.84	保证金
中国电信广西号百信息服务分公司	非关联方	150,000.00	1-2年	23.42	保证金
石家庄拓为文化传播有限公司	非关联方	90,000.00	2-3年	14.05	保证金
江苏省公用信息有限公司	非关联方	50,000.00	2-3年	7.81	保证金
武汉易星精诚科技有限公司	非关联方	30,000.00	2-3年	4.68	保证金
<b>合计</b>		<b>620,000.00</b>		<b>96.80</b>	

**(四) 预付账款**

## 1、账龄分析

单位：元

账 龄	2016年8月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)	账面余额	比例(%)
1年以内	388,666.56	90.97	319,035.64	91.40	107,940.00	98.46
1-2年	28,600.00	6.69	30,000.00	8.60		
2-3年	10,000.00	2.34				
3-4年					1,690.00	1.54
<b>合计</b>	<b>427,266.56</b>	<b>100.00</b>	<b>349,035.64</b>	<b>100.00</b>	<b>109,630.00</b>	<b>100.00</b>

截止 2016 年 8 月 31 日，公司预付账款账龄 1 年以内占比 90.97%，且主要为预付信息服务费成本，目前未见争议，无法回收风险较小

2、报告期各期末，预付账款中无应收持本单位 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位所欠款项。

3、报告期各期末，预付账款前五名单位如下：

**2016年8月31日**

往来单位	与本公司关系	金额（元）	账龄	占预付款项总额的比例%	款项性质或内容
杭州北部软件园发展有限公司	非关联方	284,841.58	1年以内	66.67	房租物业
中国电信广西号百信息服务分公司	非关联方	61,527.10	1年以内	14.40	信息服务费成本
杭州山泰知识产权咨询有限公司	非关联方	28,600.00	1-2年	6.69	预付中介费
杭州致景道诚景观设计有限公司	非关联方	21,360.00	1年以内	5.00	装修费
徐坚	非关联方	12,000.00	1年以内	2.81	房租
<b>合计</b>		<b>408,328.68</b>		<b>95.57</b>	

**2015年12月31日**

往来单位	与本公司关系	金额（元）	账龄	占预付款项总额的比例%	款项性质或内容
中国电信广西号百信息服务分公司	非关联方	183,776.00	1年以内	52.65	信息服务费成本
杭州矩阵科技有限公司	非关联方	62,000.00	1年以内	17.76	服务器托管费

往来单位	与本公司关系	金额（元）	账龄	占预付款项总额的比例%	款项性质或内容
杭州山泰知识产权咨询有限公司	非关联方	28,600.00	1年以内	8.19	预付中介费
杭州好久不见网络科技有限公司	非关联方	20,000.00	1-2年	5.73	信息服务费成本
北京微创时代广告有限公司上海分公司	非关联方	10,000.00	1-2年	2.87	网站联盟成本
<b>合计</b>		<b>304,376.00</b>		<b>87.20</b>	

## 2014年12月31日

往来单位	与本公司关系	金额（元）	账龄	占预付款项总额的比例%	款项性质或内容
浙江中天科技发展有限公司	非关联方	71,940.00	1年以内	65.63	房租物业
杭州好久不见网络科技有限公司	非关联方	20,000.00	1年以内	18.24	信息服务费成本
北京微创时代广告有限公司上海分公司	非关联方	10,000.00	1年以内	9.12	网站联盟成本
广西壮族自治区公众信息产业有限公司	非关联方	6,000.00	1年以内	5.47	预付电信成本
杭州美全网络技术有限公司	非关联方	1,690.00	3-4年	1.54	往来款
<b>合计</b>		<b>109,630.00</b>		<b>100.00</b>	

## (五) 其他流动资产

单位：元

项目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
待抵扣进项税	50,115.21	485,623.19	229,119.85
多缴纳企业所得税		313,327.59	
采购尚未耗用流量	1,733,054.59	2,409,922.04	564,705.83
<b>合计</b>	<b>1,783,169.80</b>	<b>3,208,872.82</b>	<b>793,825.68</b>

报告期内，公司的其他流动资产主要由期末结余的流量构成，这些流量是公司向运营商预充值所结余的流量，主要用于为广告主投放广告时所消耗。2015年度多缴纳的企业所得税系会所根据企业会计准则调整公司跨期收入所产生的差异。

## (六) 固定资产

## 1、固定资产变动情况

单位：元

2016年8月31日

项目	办公及电子设备	合计
一、账面原值		
1.期初余额	729,900.83	729,900.83
2.本期增加金额	203,673.54	203,673.54
(1) 购置	203,673.54	203,673.54
(2) 在建工程转入		
3.本期减少金额		
(1) 处置或报废		
4.期末余额	933,574.37	933,574.37
二、累计折旧		
1.期初余额	520,185.89	520,185.89
2.本期增加金额	114,564.99	114,564.99
(1) 计提	114,564.99	114,564.99
3.本期减少金额		
(1) 处置或报废		
4.期末余额	634,750.88	634,750.88
三、减值准备		
1.期初余额		
2.本期增加金额		
(1) 计提		
3.本期减少金额		
(1) 处置或报废		
4.期末余额		
四、账面价值		
1.期末账面价值	298,823.49	298,823.49
2.期初账面价值	209,714.94	209,714.94

2015年12月31日

项目	办公及电子设备	合计
一、账面原值		
1.期初余额	691,605.17	691,605.17
2.本期增加金额	38,295.66	38,295.66
(1) 购置	38,295.66	38,295.66
(2) 在建工程转入		
3.本期减少金额		
(1) 处置或报废		
4.期末余额	729,900.83	729,900.83
二、累计折旧		
1.期初余额	321,970.84	321,970.84
2.本期增加金额	198,215.05	198,215.05
(1) 计提	198,215.05	198,215.05
3.本期减少金额		
(1) 处置或报废		
4.期末余额	520,185.89	520,185.89
三、减值准备		
1.期初余额		
2.本期增加金额		
(1) 计提		
3.本期减少金额		
(1) 处置或报废		
4.期末余额		
四、账面价值		
1.期末账面价值	209,714.94	209,714.94
2.期初账面价值	369,634.33	369,634.33

## 2014年12月31日

项目	办公及电子设备	合计
一、账面原值		
1.期初余额	462,047.00	462,047.00

项目	办公及电子设备	合计
2.本期增加金额	229,558.17	229,558.17
(1) 购置	229,558.17	229,558.17
(2) 在建工程转入		
3.本期减少金额		
(1) 处置或报废		
4.期末余额	691,605.17	691,605.17
二、累计折旧		
1.期初余额	131,783.46	131,783.46
2.本期增加金额	190,187.38	190,187.38
(1) 计提	190,187.38	190,187.38
3.本期减少金额		
(1) 处置或报废		
4.期末余额	321,970.84	321,970.84
三、减值准备		
1.期初余额		
2.本期增加金额		
(1) 计提		
3.本期减少金额		
(1) 处置或报废		
4.期末余额		
四、账面价值		
1.期末账面价值	369,634.33	369,634.33
2.期初账面价值	330,263.54	330,263.54

截至 2016 年 8 月 31 日，公司固定资产主要为电子设备和办公设备等，均为公司生产经营所必需且正常使用的资产。报告期内公司固定资产原值逐年递增，整体趋于稳定。2016 年 8 月末公司固定资产构成中主要为电子及办公设备，公司这些设备的成新率与目前的生产能力基本相适应，固定资产构成总体合理。

## 2、固定资产折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预

计净残值率确定折旧率。各类固定资产预计使用寿命和年折旧率如下：

固定资产类别	折旧年限	残值率 (%)	年折旧率 (%)
电子及办公设备	3-5	0	20.00-33.33

3、期末固定资产中无融资租赁租入、经营租赁租出的固定资产；无暂时闲置、持有待售的固定资产。

### (七) 长期待摊费用

单位：元

2016年8月31日

项目	期初数	本期增加	本期摊销	其他减少	期末数	其他减少原因
房屋装修款		343,800.00	28,650.00		315,150.00	
合计		343,800.00	28,650.00		315,150.00	

### (八) 递延所得税资产

单位：元

项目	2016年8月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	385,456.36	96,364.09	192,818.47	48,204.62	134,843.70	31,425.61
可弥补亏损			97,806.08	24,451.52	3,687,249.10	921,812.27
合计	<b>385,456.36</b>	<b>96,364.09</b>	<b>290,624.55</b>	<b>72,656.14</b>	<b>3,822,092.80</b>	<b>953,237.88</b>

### (九) 主要资产减值准备计提依据与实际计提情况

#### 1、主要资产减值准备的计提方法

主要资产减值准备的计提方法见本说明书“第四节公司财务”之“四、主要会计政策和会计估计”。

#### 2、资产减值准备实际计提情况

2016年8月31日

项目	期初数	本期计提	本期减少	期末数
----	-----	------	------	-----

			转回	转销	
坏账准备	235,227.72	153,822.24	0.00	0.00	389,049.96

## 2015年12月31日

项 目	期初数	本期计提	本期减少		期末数
			转回	转销	
坏账准备	134,843.70	100,384.02	0.00	0.00	235,227.72

## 2014年12月31日

项 目	期初数	本期计提	本期减少		期末数
			转回	转销	
坏账准备	50,371.80	84,471.90	0.00	0.00	134,843.70

## 十二、主要负债

## (一) 应付账款

## 1、账龄分析

单位：元

账 龄	2016年8月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额(元)	比例%	金额(元)	比例%	金额(元)	比例%
1年以内	1,800,071.84	99.96	1,266,852.98	100.00	644,483.26	100.00
1-2年	741.12	0.04				
合 计	1,800,812.96	100.00	1,266,852.98	100.00	644,483.26	100.00

报告期内，公司应付账款余额逐年递增，截止2016年8月31日，公司应付账款余额1,800,812.96元，其中1年以内的应付账款占比99.96%，未偿还是因为业务尚未完成，款项尚未结算。

2、报告期各期末，应付账款中无应付持本单位5%（含5%）以上表决权股份的股东单位款项。

3、报告期各期末，应付账款前五名单位如下：

## 2016年8月31日

往来单位	与本公司关系	账面余额	账龄	占应付账款总额的比例 (%)	款项性质
江苏号百信息服务有限公司	非关联方	610,319.82	1年以内	33.89	信息服务费
浙江公众数据通信有限公司	非关联方	471,698.12	1年以内	26.19	信息服务费
深圳汇网天下数据服务有限公司	非关联方	246,896.20	1年以内	13.71	信息服务费
南京行者网络科技有限公司	非关联方	237,823.74	1年以内	13.21	信息服务费
中国电信股份有限公司安徽分公司	非关联方	205,145.28	1年以内	11.39	信息服务费
<b>合计</b>		<b>1,771,883.16</b>		<b>98.39</b>	

## 2015年12月31日

往来单位	与本公司关系	账面余额	账龄	占应付账款总额的比例 (%)	款项性质
江苏号百信息服务有限公司	非关联方	1,000,000.00	1年以内	78.94	信息服务费
浙江公众数据通信有限公司	非关联方	198,974.21	1年以内	15.70	信息服务费
广州泓昇信息科技有限公司	非关联方	67,135.65	1年以内	5.30	信息服务费
上海新浩艺软件有限公司	非关联方	586.13	1年以内	0.05	网站联盟
杭州顺网科技股份有限公司	非关联方	154.99	1年以内	0.01	网站联盟
<b>合计</b>		<b>1,266,850.98</b>		<b>100.00</b>	

## 2014年12月31日

往来单位	与本公司关系	账面余额	账龄	占应付账款总额的比例 (%)	款项性质
江苏省公用信息有限公司	非关联方	638,483.26	1年以内	99.07	信息服务费
杭州世导通讯有限公司	非关联方	6,000.00	1年以内	0.93	服务器托管费
<b>合计</b>		<b>644,483.26</b>		<b>100.00</b>	

## (二) 预收账款

## 1、账龄分析

单位：元

账龄	2016年8月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额(元)	比例%	金额(元)	比例%	金额(元)	比例%

1 年以内	1,393,835.76	96.02	730,236.20	100.00	2,260,937.17	99.78
1-2 年	57,784.07	3.98	-	-	5,015.00	0.22
<b>合 计</b>	<b>1,451,619.83</b>	<b>100.00</b>	<b>730,236.20</b>	<b>100.00</b>	<b>2,265,952.17</b>	<b>100.00</b>

报告期内，预收账款主要为预收货款。报告期末，公司 1 年以内的预收款项占比 96.02%，账龄结构合理。

2、报告期各期末，预收账款中无预收持本单位 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

3、报告期各期末，预收账款前五名单位如下：

#### 2016 年 8 月 31 日

往来单位	与本公司关系	金额	账龄	占预收账款总额的比例 (%)	性质或内容
北京百川天和科技有限公司	非关联方	400,000.00	1 年以内	27.56	预收收入
深圳融金宝互联网金融服务有限公司	非关联方	30,000.00	1 年以内	2.07	预收收入
深圳市普华利星科技有限公司	非关联方	30,000.00	1 年以内	2.07	预收收入
筹融（北京）科技有限公司	非关联方	29,200.00	1-2 年	2.01	预收收入
江苏名通信息科技有限公司	非关联方	20,000.00	1 年以内	1.38	预收收入
<b>合计</b>		<b>509,200.00</b>		<b>35.09</b>	

#### 2015 年 12 月 31 日

往来单位	与本公司关系	金额	账龄	占预收账款总额的比例 (%)	性质或内容
武汉奇米网络科技有限公司	非关联方	81,200.00	1 年以内	11.12	预收收入
安徽乐金互联商务服务有限公司	非关联方	35,000.00	1 年以内	4.79	预收收入
筹融（北京）科技有限公司	非关联方	41,000.00	1 年以内	5.61	预收收入
杭州爱丁猫科技有限公司	非关联方	10,000.00	1 年以内	1.37	预收收入
浙江草媒信息技术有限公司	非关联方	10,000.00	1 年以内	1.37	预收收入
<b>合计</b>		<b>177,200.00</b>		<b>24.36</b>	

#### 2014 年 12 月 31 日

往来单位	与本公司关系	金额	账龄	占预收账款总额的比例(%)	性质或内容
南通谦泽家纺有限公司	非关联方	50,000.00	1年以内	2.21	预收收入
石家庄拓为文化传播有限公司	非关联方	46,478.83	1年以内	2.05	预收收入
上海品满广告有限公司	非关联方	11,000.00	1年以内	0.49	预收收入
厦门大黑科技有限公司	非关联方	10,000.00	1年以内	0.44	预收收入
广州批批吉网络科技有限公司	非关联方	10,000.00	1年以内	0.44	预收收入
<b>合计</b>		<b>127,478.83</b>		<b>5.63</b>	

### (三) 应付职工薪酬

#### 1、明细情况

2016年8月31日

项目	期初数	本期增加	本期支付	期末数
一、短期薪酬	375,931.47	4,612,834.29	4,381,491.40	607,274.36
其中：工资、奖金、津贴和补贴	375,931.47	4,302,562.91	4,071,220.02	607,274.36
职工福利费		63,239.86	63,239.86	
医疗保险费		123,812.66	123,812.66	
工伤保险费		5,383.17	5,383.17	
生育保险费		12,010.69	12,010.69	
住房公积金		105,825.00	105,825.00	
二、离职后福利		145,371.03	145,371.03	
其中：基本养老保险费		131,389.20	131,389.20	
失业保险费		13,981.83	13,981.83	
合计	375,931.47	4,758,205.32	4,526,862.43	607,274.36

2015年12月31日

项目	期初数	本期增加	本期支付	期末数
一、短期薪酬	192,106.06	3,703,679.77	3,519,854.36	375,931.47
其中：工资、奖金、津贴和补贴	192,106.06	3,348,055.35	3,164,229.94	375,931.47
职工福利费		83,847.97	83,847.97	
医疗保险费		142,478.62	142,478.62	
工伤保险费		5,131.42	5,131.42	

生育保险费		14,879.41	14,879.41	
住房公积金		109,287.00	109,287.00	
二、离职后福利		192,812.01	192,812.01	
其中：基本养老保险费		174,112.58	174,112.58	
失业保险费		18,699.43	18,699.43	
合 计	192,106.06	3,896,491.78	3,712,666.37	375,931.47

## 2014年12月31日

项 目	期初数	本期增加	本期支付	期末数
一、短期薪酬	78,928.00	1,859,010.24	1,745,832.18	192,106.06
其中：工资、奖金、津贴和补贴	78,928.00	1,684,722.27	1,571,544.21	192,106.06
职工福利费		66,095.99	66,095.99	
医疗保险费		100,920.23	100,920.23	
工伤保险费		5,112.99	5,112.99	
生育保险费		10,972.22	10,972.22	
住房公积金		-	-	
二、离职后福利		132,415.14	132,415.14	
其中：基本养老保险费		120,476.80	120,476.80	
失业保险费		11,938.34	11,938.34	
合 计	78,928.00	1,991,425.38	1,878,247.32	192,106.06

注：应付职工薪酬期末数中无属于拖欠性质的金额。

## (四) 其他应付款

## 1、账龄分析

单位：元

账 龄	2016年8月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额(元)	比例%	金额(元)	比例%	金额(元)	比例%
1年以内	1,162,032.17	83.22	2,692,229.30	53.03	3,608,866.80	95.04
1-2年			2,195,878.80	43.26	188,335.00	4.96
2-3年	45,970.00	3.29	188,335.00	3.71		
3-4年	188,335.00	13.49				
合 计	1,396,337.17	100.00	5,076,443.10	100.00	3,797,201.80	100.00

报告期内，其他应付款各期末余额主要为尚未归还的关联方借款。其他应付款余额波动较大，呈递减趋势，主要由归还关联方资金导致。

2、报告期各期末，其他应付款中应付持本单位 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项如下： 单位：元

关联方	2016年8月31日		2015年12月31日		2014年12月31日	
	金额（元）	占比%	金额（元）	占比%	金额（元）	占比%
杨彬彬	1,141,598.10	81.76	4,842,138.10	95.38	3,562,896.80	93.83
徐成杰	228,335.00	16.35	228,335.00	4.50	228,335.00	6.01
合计	<b>1,369,933.10</b>	<b>98.11</b>	<b>5,070,473.10</b>	<b>99.88</b>	<b>3,791,231.80</b>	<b>99.84</b>

截止 2016 年 8 月 31 日，关联方往来中，其他应付款主要为关联方资金拆借款项。

3、报告期各期末，其他应付款前五名单位如下：

#### 2016年8月31日

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)	性质或内容
杨彬彬	关联方	1,141,598.10	1年以内	81.76	往来款
徐成杰	关联方	228,335.00	2-4年	16.35	往来款
梁荣	非关联方	14,234.07	1年以内	1.02	费用报销
杭州联第财务咨询有限公司	非关联方	6,200.00	1年以内	0.44	中介费
中金支付有限公司	非关联方	5,970.00	2-3年以内	0.43	备付金
合计		<b>1,396,337.17</b>		<b>100.00</b>	

#### 2015年12月31日

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)	性质或内容
杨彬彬	关联方	4,842,138.10	2年以内	95.38	往来款
徐成杰	关联方	228,335.00	1-3年	4.50	往来款
中金支付有限公司	非关联方	5,970.00	1-2年	0.12	备付金
合计		<b>5,076,443.10</b>		<b>100.00</b>	

## 2014年12月31日

单位名称	与本公司关系	账面余额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)	性质或内容
杨彬彬	关联方	3,562,896.80	1年以内	93.83	往来款
徐成杰	关联方	228,335.00	2年以内	6.01	往来款
中金支付有限公司	非关联方	5,970.00	1年以内	0.16	备付金
合计		<b>3,797,201.80</b>		<b>100.00</b>	

## (五) 应交税费

单位：元

项目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
增值税	772,437.09	700,351.39	289,611.38
城市建设维护税	54,070.59	49,816.25	20,272.79
教育费附加	23,173.12	21,349.82	8,688.33
地方教育费附加	15,448.75	14,233.22	5,792.23
水利基金	15,150.19	12,249.63	5,471.50
企业所得税	805,166.71	38,824.07	37,286.50
个人所得税		8.80	
合计	<b>1,685,446.45</b>	<b>836,833.18</b>	<b>367,122.73</b>

## 十三、股东权益情况

## (一) 实收资本(或股本)

单位：元/股

股东名称或姓名	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
杨彬彬	3,125,000.00	675,000.00	675,000.00
杭州点顺投资管理合伙企业(有限合伙)	2,500,000.00		
杭州云赞投资管理有限公司	3,775,000.00		
徐成杰	600,000.00	100,000.00	100,000.00
阮军建		225,000.00	225,000.00
合计	<b>10,000,000.00</b>	<b>1,000,000.00</b>	<b>1,000,000.00</b>

## (二) 资本公积

单位：元

项目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
其他资本公积	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
<b>合计</b>	<b>1,000,000.00</b>	<b>1,000,000.00</b>	<b>1,000,000.00</b>

注：杭州鼎妙科技有限公司于2015年12月31日通过股东捐赠成为本公司子公司，属于同一控制下的企业合并，在编制2014年合并财务报表时杭州鼎妙科技有限公司纳入合并范围，确认资本公积-其他资本公积1,000,000.00元。

### （三）未分配利润

单位：元

项目	2016年8月31日	2015年12月31日	2014年12月31日
调整前上年末未分配利润	-1,135,684.06	-3,202,682.52	-507,334.12
调整期初未分配利润合计数(调增+, 调减-)			
调整后期初未分配利润	-1,135,684.06	-3,202,682.52	-507,334.12
加：本期归属于母公司所有者的净利润	2,517,913.45	2,066,998.46	-2,695,348.40
减：提取法定盈余公积			
期末未分配利润	1,382,229.39	-1,135,684.06	-3,202,682.52

## 十四、关联方、关联方关系及关联方往来、关联方交易

### （一）关联方及关联关系

#### 1、存在控制关系的关联方

关联方名称	与公司关系
杨彬彬	实际控制人、董事长
杭州云赞投资管理有限公司	实际控制人为杨彬彬
杭州点顺投资管理合伙企业（有限合伙）	实际控制人为杨彬彬

#### 2、不存在控制关系的关联方

其他关联方名称	其他关联方与本企业的关系
徐成杰	总经理兼董事会秘书、持股5%以上的股东
丁刚	董事兼运营总监
杨帆	董事

徐杰	董事兼财务总监
陈飞	监事会主席
夏礼锦	监事
金晓燕	监事（职工代表）
杭州掘购网络科技有限公司	公司主要股东曾经持有股权的公司，其中杨彬彬持股比例为 77.50%、徐成杰持股比例为 22.50%，截至 2015 年 10 月 16 日公司现有股东已将其持有的杭州掘购网络科技有限公司股权对外转让。
安吉杨帆文化培训学校	杨文正担任理事长，汪青青担任理事，其中杨文正为杨彬彬之父，汪青青为杨彬彬之母。

## （二）关联交易

报告期内公司不存在关联方的销售和采购，存在的关联交易主要为公司与股东之间的资金往来，截止 2016 年 8 月 31 日，公司向股东借款的余额为 1,369,933.10 元，详见公开转让说明书“第四节公司财务”之“十四、关联方、关联方关系及关联方往来、关联方交易”之“（三）关联方往来”之说明。

## （三）关联方往来

### 1、关联方应收应付款项

关联方	2016 年 8 月 31 日		2015 年 12 月 31 日		2014 年 12 月 31 日	
	金额（元）	占比%	金额（元）	占比%	金额（元）	占比%
其他应付款						
杨彬彬	1,141,598.10	81.76	4,842,138.10	95.38	3,562,896.80	93.83
徐成杰	228,335.00	16.35	228,335.00	4.50	228,335.00	6.01
<b>合计</b>	<b>1,369,933.10</b>	<b>98.11</b>	<b>5,070,473.10</b>	<b>99.88</b>	<b>3,791,231.80</b>	<b>99.84</b>

截止 2016 年 8 月 31 日，关联方往来中，其他应付款主要为关联方资金拆借款项。截至本说明书签署日，公司已归还股东借款，同时公司承诺以后不发生公司关联人员占用公司资金的情况。

### 2、关联方资金拆借

资金拆入：

关联方	报告期内向关联方借入金额（元）		
	2016 年 1-8 月	2015 年度	2014 年度

关联方	报告期内向关联方借入金额（元）		
	2016年1-8月	2015年度	2014年度
杨彬彬	2,389,460.00	2,692,229.30	6,420,729.26
徐成杰			40,000.00
<b>合计</b>	<b>2,389,460.00</b>	<b>2,692,229.30</b>	<b>6,460,729.26</b>

关联方	报告期内向关联方偿还金额（元）		
	2016年1-8月	2015年度	2014年度
杨彬彬	6,090,000.00	1,412,988.00	5,173,832.24
徐成杰			56,183.00
<b>合计</b>	<b>6,090,000.00</b>	<b>1,412,988.00</b>	<b>5,230,015.24</b>

公司与关联方资金往来未签署合同，均未计息。

有限公司阶段，公司各项制度尚不完善，存在与关联方资金往来行为。截至公开转让说明书签署之日，关联方资金往来款项已结清，对公司的财务状况和经营成果不构成重大影响。同时，公司及股东做出承诺，将严格遵守有关法律、法规和规范性文件的要求及规定，按照公司制定的各项规章制度，减少和规范关联交易的情形。

#### （四）关联交易对公司经营成果的影响

公司不存在关联方的销售和采购，存在的关联交易主要为公司与股东之间的资金往来，截至公开转让说明书签署之日，关联方资金往来款项已结清，对公司的财务状况和经营成果不构成重大影响。

#### （五）挂牌公司规范关联交易的制度安排

公司《关联交易公允决策制度》对关联交易作出了如下制度安排：

《关联交易公允决策制度》第六条规定：“具有以下情形之一的法人，为公司的关联法人：（一）直接或间接控制公司的法人或其他组织；（二）由上述第（一）项法人直接或者间接控制的除公司及其控股子公司以外的法人或其他组织；（三）由本制度第七条所列公司的关联自然人直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的，除公司及其控股子公司以外的法人或其他组织；（四）持有公司5%以上股份的法人或其他组织及其一致行动人；（五）中国证券监督

管理委员会（以下简称“中国证监会”）、其他证券监管机构或者公司根据实质重于形式的原则认定的其他与公司有特殊关系，可能或者已经造成公司利益对其倾斜的法人或其他组织。（六）相关法律法规规定的其他关联法人。”

《关联交易公允决策制度》第七条规定：“具有以下情形之一的自然人，为公司的关联自然人：（一）直接或间接持有公司5%以上股份的自然人；（二）公司董事、监事和高级管理人员；（三）本制度第六条第（一）项所列关联法人的董事、监事和高级管理人员；（四）本条第（一）项、第（二）项所述人士的关系密切的家庭成员，包括配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满18周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母；（五）中国证监会、其他证券监管机构或公司根据实质重于形式的原则认定的其他与公司有特殊关系，可能导致公司利益对其倾斜的自然人；（六）相关法律法规规定的其他关联自然人。”

《关联交易公允决策制度》第八条：“具有以下情形之一的法人或者其他组织或者自然人，视同为公司的关联人：（一）因与公司或其关联人签署协议或作出安排，在协议或安排生效后，或在未来十二个月内，具有本制度第六条或者第七条规定的情形之一的；（二）过去十二个月内，曾经具有本制度第六条或者第七条规定的情形之一的。”

《关联交易公允决策制度》第九条规定：“公司董事、监事、高级管理人员、持股5%以上的股东及其一致行动人、实际控制人，应当将与其存在关联关系的关联人情况及时告知公司。”

《关联交易公允决策制度》第十条规定：“本制度所指的关联交易，是指公司及其控股子公司与上述所示的关联人之间发生的转移资源或义务的事项，主要包括下列事项：（一）购买或出售资产；（二）对外投资（含委托理财、委托贷款、对子公司投资等）；（三）提供财务资助；（四）提供担保；（五）租入或租出资产；（六）签订管理方面的合同（含委托经营、受托经营等）；（七）赠与或受赠资产；（八）债权或债务重组；（九）研究与开发项目的转移；（十）签订许可协议；（十一）转让或者受让研究与开发项目；（十二）购买原材料、燃料、动力；（十三）销售产品、商品；（十四）提供或接受劳务；（十五）委托或受托销售；（十六）关联双方共同投资；（十七）其他通过约定可能造

成资源或者义务转移的事项；（十八）证券监管机构认定的其他交易。”

《关联交易公允决策制度》第十一条规定：“总经理有权对符合以下条件的关联交易进行审批：（一）公司拟与关联自然人达成的交易金额低于人民币 20 万元的关联交易（公司提供担保除外）；（二）公司拟与关联法人达成的交易金额低于人民币 50 万元或低于公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%的关联交易（公司提供担保除外）；（三）虽属于董事会有权决定的关联交易，但董事会根据实际需要授权总经理审议决定的关联交易。”

《关联交易公允决策制度》第十二条规定：“公司股东大会有权审议决定符合以下条件的关联交易：（一）公司拟与关联自然人、关联法人发生的交易金额在人民币 300 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 3%以上的关联交易；（二）公司为关联人提供担保的，不论数额大小，均应当在董事会审议通过后提交股东大会审议；（三）关联交易虽在董事会决策权限内，但董事会认为应提交股东大会表决或者董事会因特殊事宜无法对关联交易进行正常表决的；（四）具体交易总金额不明确的关联交易。”

《关联交易公允决策制度》第十三条规定：“公司董事会有权审议决定符合以下条件的关联交易：（一）非属于上述第十一条、第十二条的关联交易事项；（二）股东大会特别授权董事会判断的关联交易，在股东大会因特殊事宜导致非正常运作，且基于公司整体利益，董事会可作出判断并实施交易。”

## 十五、需提醒投资者关注的期后事项、或有事项及其他重要事项

截至本公开转让说明书签署日，公司无需要披露重大期后事项、或有事项及其他重要事项。

## 十六、报告期内，公司进行资产评估情况

北京永拓会计师事务所（特殊普通合伙）出具“京永审字（2016）第146244号”《审计报告》，根据该报告，杭州启冠网络技术有限公司截止到2016年8月31日的净资产值为1,300.75万元；同致信德（北京）资产评估有限公司出具同致信德评报字(2016)沪第300号《评估报告》，根据该报告，杭州启冠网络技术有限公司截止2016年8月31日的净资产评估值为1,317.33万元，评估增值16.58万元，增值率1.27%。

## 十七、报告期内股利分配政策、利润分配情况以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。按税后利润的10%提取，盈余公积金达到注册资本50%时可以不再提取；
- （3）提取任意公积金；
- （4）支付股东股利。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

### （二）报告期内实际股利分配情况

报告期内，公司未实施股利分配。

### （三）公开转让后的股利分配政策

公司公开转让后将维持上述股利分配政策。

## 十八、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，公司纳入合并报告的企业包括杭州鼎妙，其基本情况参见本公开转让说明书“第一节 公司概况”之“五、子公司及分支机构基本情况”。其最近两年及一期主要财务数据如下：

单位：元

项 目	2016年8月31日 /2016年1-8月	2015年12月31日 /2015年度	2014年12月31日 /2014年度
资产总额	965,621.83	1,300,401.50	1,491,083.75
负债总额	701,638.63	411,114.67	169,217.14

净资产	263,983.20	889,286.83	1,321,866.61
营业收入	132,228.35	927,987.20	1,288,164.79
营业利润	-623,888.79	-423,369.75	358,917.72
净利润	-625,303.63	-432,579.78	321,866.61

## 十九、特有风险提示

### （一）实际控制人不当控制的风险及对策

公司的实际控制人为杨彬彬，直接和间接持有股份公司 940 万股，占比 94%，处于绝对控股地位。虽然公司对中小股东权益作出相应保护机制，并制定了三会议事规则以及对外投资、重大担保以及关联交易公允决策的制度，但若控股股东、实际控制人利用其实际控制权，对公司经营、人事、财务等进行不当控制，仍可能会给公司经营和其他股东带来不利影响。

应对措施：公司的经营活动将严格按照非上市公众公司的要求，做好信息披露以及投资者关系等相关工作。同时公司将在适当时机引入外部投资者，持续优化股权结构。

### （二）公司治理风险及对策

有限公司阶段，公司的法人治理结构不完善，公司管理层规范治理意识比较薄弱，公司治理曾存在一些问题，如存在未召开定期股东会会议、执行董事和监事未定期向股东会报告工作；监事未切实发挥监督作用。2016年11月14日股份公司成立后，公司逐步建立健全了法人治理结构，制定了适应企业现阶段发展的内部控制制度，但股份公司成立时间短，各项管理制度的执行需要经过一段时间的实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在生产经营过程中逐步完善。随着公司的快速发展，经营规模不断扩大，业务范围不断扩展，人员不断增加，对公司治理将会提出更高的要求。因此，公司未来经营中存在因内部管理不适应发展需要，而影响公司持续、稳定、健康发展的风险。

应对措施：公司非常注重各项管理建设，根据业务发展需求建立健全了各项管理制度、控制程序、技术标准等规范性文件，例如：人事管理制度、销售工作管理办法、采购管理办法、运维服务管理办法、软件设计开发控制程序、服务控制程序等。其次，公司通过完善组织结构，使董事会决策、经营层管理、监事会监督制衡的运行机制更为有效和谐，使股东利益价值最大化；另外，公司通过

加强内部管理，以绩效为导向，不断优化企业管理流程，建立现代企业管理模式，培育团结、进取、积极向上的企业文化，使公司的凝聚力、导向力、辐射力大大增强，有力地促进公司的进一步发展。

### （三）应收账款无法回收的风险及对策

公司客户主要为互联网行业内企业，包括电子商务网站、网络服务公司及网络游戏公司等；由于互联网行业为创业型新兴行业，互联网企业普遍存在盈利模式不确定、轻资产、亏损经营等特点，持续盈利能力存在较强的不确定性。公司2016年8月31日、2015年12月31日、2014年12月31日应收账款余额分别为7,152,522.92元、4,105,458.39元、1,869,369.75元，各期末应收账款净额占当期末流动资产的比例分别为37.26%、44.70%和38.21%。虽然报告期内，公司未发生客户应收账款无法回收的情况，但若未来经营中公司应收账款余额进一步增加，出现大额应收账款无法按时回收的情况，将会对公司现金流、利润等方面产生不利影响，从而影响到公司的平稳经营。

应对措施：针对上述风险，公司将加强应收账款的日常管理，建立合理的信用体系和客户信用档案，根据不同的信用情况，采用灵活的清收策略，在促进销售的同时控制应收账款的风险，制定销售回款责任制及合理的激励制度。

### （四）经营性现金流不足的风险及对策

报告期内，公司2016年1-8月、2015年度、2014年度的经营活动现金流量净额分别为-440,845.14元、-326,100.46元、582,585.64元，经营活动现金流量净额显示比较脆弱。主要原因为公司目前的业务仍处于起步成长阶段，研发、市场推广以及品牌推广需要较大的资金投入，报告期内经营性现金流出分别为2,412.51万元、2,551.38万元、2,089.98万元；由于公司此阶段需不断根据市场推广的反馈提升互联网广告营销服务质量，报告期的经营性现金流入较弱，分别为2,368.42万元、2,518.77万元、2,148.23万元，因此导致公司近两年的经营性现金流量净额为负数。由于公司仍需持续进行技术研发、市场推广，并不断提升服务品质，同时也存在市场需求发生变化的情形，因此公司存在经营性现金流不足的风险。

应对措施：在市场开拓以及技术投入方面，公司将继续加大研发投入，持续提升公司向客户所提供的服务的质量，增强公司的市场口碑，同时，公司将加强

营销团队的建设，加大对相关营销人员的培训，以更好地为客户提供服务，提升公司的市场开拓能力，针对新的电子商务领域，公司已开始布局移动互联网领域，逐步开拓市场领域；在资金方面，公司已于 2016 年 4 月获得 900 万元增资，截至报告期末公司货币资金余额为 911.02 万元，根据公司当前资金需求的预算状况，公司当前不存在流动资金不足影响公司持续经营的风险，而且随着公司业务的扩充和发展，该风险会持续减弱。

#### **（五）技术人员流失的风险及对策**

互联网广告及互联网应用技术行业作为技术密集型和资本密集型行业，在行业内的主要竞争最终是人才的竞争。而公司作为高新技术企业，员工的稳定性，尤其是技术、研发团队的结构稳定，对公司持续稳定经营至关重要。目前，公司正处于快速发展的阶段，业务种类不断丰富，销售规模不断增长，销售区域也不断扩大，但规模较小，如果公司的人力资源不能跟随业务的增长而同步扩张，或者公司的核心人才队伍不稳定，流动性过强，都会影响公司经营活动的正常开展，尤其是核心技术人员的流失将会对公司造成较大影响。

应对措施：公司加大了对研发部门的投入，重视研发人员的引进，并根据具体情况施行股权激励措施，最大程度地激发员工对公司的忠诚度。对于研发部门相关的研发项目给予充裕的资金支持，制定一系列的研发规章制度和研发成果保护制度以强化公司自主研发能力应对技术风险，同时公司注重研发人员的待遇和奖励，推出优秀技术人员股权激励政策，加强团队文化建设，增加员工对公司的归属感，保持技术人员的稳定。

#### **（六）研发项目未达预期风险及对策**

公司未来研发项目包括云数据库平台、数据热力图、电视与互联网平台的互动融合等。如果研发成果的市场接受度不高或研发过程中出现问题未能实现项目要求，将对公司未来业务的持续发展及未来利润水平产生较大的影响。

应对措施：公司制定了详细的项目研发管理制度并严格执行，项目立项前需对外部市场环境进行系统、细致的了解，通过细分市场、锁定目标消费者来了解消费者对产品的需求及竞品信息，为新产品的研发提供依据，选题须经公司讨论通过，以保证市场对研发产品的接受度；公司的采购、财务等部门也会参与研发项目设计中以确保在材料、经费等方面不致发生不可控项目。研发过程采取项目

人负责制，具体化各节点的完成标准，随时掌握项目的进行程度。新产品研发成功后，公司会与客户回访沟通并进行总结改进后大规模推进，尽量降低研发项目未达预期风险。

### （七）客户广告投放相关的合规风险

公司的业务系通过自建的 DSP 系统平台，对接客户和运营商资源，通过实时竞价模式将客户的广告信息投放至加盟网站的广告位上，展现给网页的浏览者。虽然公司已建立了二级营销信息发布的审查机制，客户发布的营销信息必须经过审查通过后方可进行营销信息的投放，且公司在与客户签订的销售合同中约定客户应保证其推广信息符合法律法规的规定，客户对于因违规广告给公司带来的损失需要承担赔偿责任。但是，如果少数客户刻意隐瞒其产品或服务的真实情况，公司又未能及时发现，致使投放的广告违反相关法律法规，则公司可能面临因此产生法律纠纷的风险。

应对措施：公司已建立对广告合法合规的审查机制，并按照审查机制对客户提供的广告信息的合法合规进行了核查；公司对于因客户提供广告存在真实性、合法性问题而遭受的损失均可向客户追偿，该风险整体可控，对于公司业务不会产生重大影响。

### （八）知识产权受侵害风险及对策

公司所有的系统和服务产品都是研发人员的智力成果，属于知识密集型产品，产品附加值高但产品内容容易复制、模仿，存在被他人侵权、盗版的情形，也是体现公司的创造力和核心竞争力的一个重要因素，但是市场上仿冒产品和侵犯知识产权的现象屡禁不止；许多优秀产品一旦推向市场，受到推崇之后，就可能被其他商家恶意仿冒或出现其他侵犯知识产权的情况。侵害知识产权的行为可能损害或降低公司的品牌价值，对公司产品销售造成一定的冲击。公司面临着知识产权受到侵害的风险；若知识产权保护力度不足，将会对行业的发展产生一定的影响。

应对措施：公司一直重视产品的版权保护，每个产品均申请相关的著作权登记及软件产品登记，在对各类产品的版权保护上采取了多项措施，包括签订员工保密协议等，以最大程度降低知识产权受侵害风险。

### （九）市场竞争的风险及对策

互联网广告行业是一个市场空间巨大的行业，发展速度远超传统广告行业，但是我国互联网广告行业基本处于完全竞争状态，行业内各种类型的广告营销公司数量众多，虽然立足点有所差异，但是互联网广告营销市场整体竞争激烈。在日新月异不断升级的市场竞争态势中，尽管公司不断提升自身业务水平、创新能力以及营销能力，但面对大量竞争对手，不排除公司的业务、财务状况及经营业绩受到不利影响冲击的风险。

应对措施：针对上述风险，公司将继续坚持自主创新和研发设计的原则丰富现有产品线的功能，增强核心性及技术指标对现基础服务设施进行扩容，加大服务量提升网络品质促进广告效果移动的研发投入，招募更多移动相关技术研发人员开辟针对不同垂直行业的广告产品线，大力提升企业核心竞争力和可持续发展能力。

### 第五节 有关声明

#### 一、公司全体董事、监事及高级管理人员签名及公司盖章

全体董事：

丁刚 杨振折 徐志 杨帆 徐立

全体监事

陈金燕 夏锦锦

全体高级管理人员：

徐志 徐立 丁刚



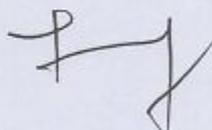
浙江启冠网络股份有限公司

2017年3月4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。

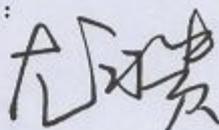
项目负责人（签字）：



项目小组成员（签字）：

俞天煜 俞骏飞 徐鑫军

法定代表人（签字）：



2017年3月24日

### 三、律师事务所声明

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。本所及经办律师对申请挂牌公司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。

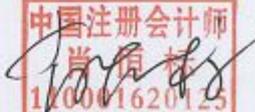
经办律师: 王雨峰  
吴良超

律师事务所负责人: 

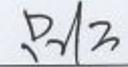


#### 四、会计师事务所声明

本机构及签字注册会计师已阅读浙江启冠网络股份有限公司的公开转让说明书，确认该公开转让说明书与本机构出具的审计报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，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。

签字注册会计师：   
肖恒标

  
涂汉兰

执行事务合伙人：   
吕江

北京永拓会计师事务所(普通合伙)



2017年3月24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浙江启冠网络股份有限公司公开转让说明书，确认该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。

负责人：

签字注册资产评估师：



同致信德（北京）资产评估有限公司



## 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、其他与公开转让有关的重要文件