

深圳市择众传媒股份有限公司
与
英大证券有限责任公司
关于
《关于深圳市择众传媒股份有限公司
挂牌申请文件的第一次反馈意见》
的回复

主办券商



国网英大集团
STATE GRID YINGDA GROUP
英大证券有限责任公司
YINGDA SECURITIES CO., LTD.

二〇一六年六月

深圳市择众传媒股份有限公司与英大证券有限责任公司关于《关于深圳市择众传媒股份有限公司挂牌申请文件的第一次反馈意见》的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵公司于 2016 年 6 月 3 日下发的《关于深圳市择众传媒股份有限公司挂牌申请文件的第一次反馈意见》（以下简称“反馈意见”）已收悉，感谢贵公司对申请文件提出的宝贵意见。英大证券有限责任公司作为深圳市择众传媒股份有限公司（以下简称“公司”或“择众传媒”或“拟挂牌公司”）本次挂牌的主办券商，会同拟挂牌公司、北京市大成（深圳）律师事务所、中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）进行了研究、核查及讨论，就贵公司反馈意见中提出的问题进行认真落实，并在本回复的基础上，结合主办券商的督查审核机制，形成了反馈督查报告，律师事务所出具了补充法律意见书，会计师事务所出具了专项说明。

如无特别说明，本回复中的简称或名词的释义与《公开转让说明书》（申报稿）相同。

本回复的字体代表以下含义：

仿宋加粗	反馈意见所列问题
仿宋	对反馈意见所列问题的回复、说明及核查意见
楷体加粗	对《公开转让说明书》等申报文件的修改或补充披露部分

现就《反馈意见》中提及的问题逐项说明如下：

一、公司特殊问题

1、公开转让说明书显示，公司报告期内处置了云漫科技。请公司补充说明报告期内处置子公司的原因、处置程序及定价依据。请主办券商及律师对上述事项进行核查，并对处置子公司是否真实，定价是否公允，处置程序是否合规，是否影响公司经营发表意见。

回复：

（1）处置子公司的原因

报告期内公司处置子公司云漫智慧科技有限公司（以下简称“云漫智慧”），经核查，云漫智慧的经营范围为电子商务、移动电子商务，择众传媒主要从事移动互联网 DSP 效果广告和移动互联网整合营销。在向全国股转系统公司申请挂牌之前，经过中介机构尽职调查，发现云漫智慧与公司所从事的主营业务并不相关，建议公司股东、实际控制人对公司及子公司业务进行清晰定位和聚焦。

公司股东、实际控制人参考中介机构意见，讨论认为云漫智慧定位业务与择众传媒并不同类及相关，拟转出公司所持云漫智慧的股权。2015 年 11 月，择众广告以象征性的价格 1 元钱退出云漫智慧，公司从云漫智慧退出是股东、实际控制人及择众传媒业务聚集、明晰挂牌架构的体现。

（2）处置程序

2015 年 11 月 4 日，云漫智慧召开股东会，决议同意股东择众广告将其持有的云漫智慧 42%的股权以人民币 0.0001 万元的价格转让给邵晓辉；同意股东择众广告将其持有的云漫智慧 28%的股权以人民币 0.0001 万元的价格转让给邢晓明；其他股东放弃优先购买权。

2015 年 11 月 26 日，择众广告（转让方）与邵晓辉（受让方）、邢晓明（受让方）签订《股权转让协议书》，约定：①择众广告将其持有的云漫智慧 42%的股权（实缴出资额 0.00 万元）转让给邵晓辉，转让价格为人民币 0.0001 万元；②择众广告将其持有的云漫智慧 28%的股权（实缴出资额 0.00 万元）转让给邢晓明，转让价格为人民币 0.0001 万元。各转让方签订的《股权转让协议书》业经深圳联合产权交易所见证，并出具了编号为 JZ20151126063 的《股权转让见证书》。

2015 年 12 月 1 日，深圳市市场监督管理局对此次变更予以核准，并换发了统一社会信用代码为 91440300085736702G 的《营业执照》。

截至本反馈意见回复出具之日，云漫智慧的基本信息如下：

公司名称	深圳市云漫智慧科技有限公司
统一社会信用代码	91440300085736702G
住所	深圳市南山区中兴工业城 1 栋 515
法定代表人	邵晓辉
认缴注册资本总额	300 万元
实收资本	0 万元
成立日期	2013 年 12 月 4 日
经营范围	电子商务、移动电子商务。
处置前持股比例	择众广告持有 70%股权

处置后股权结构	邵晓辉持有 42%的股权；邢晓明持有 28%的股权；肖荣春持有 30%的股权。
---------	---

根据公司提供的收款凭证，择众广告已经实际收到了上述股权转让价款。

通过核查相关决策文件，并对股东进行访谈等核查，云漫智慧上述股权变动均依法履行内部决策程序，上述股权转让均签署了相应股权转让协议并经过见证，上述股权变动均经工商主管部门审批并办理了工商变更登记等手续，真实、合法、有效。主办券商及律师认为，公司报告期内对云漫智慧的处置情况真实，处置程序合法合规。

（3）定价依据

①股权转让价格

根据择众广告（转让方）与邵晓辉（受让方）、邢晓明（受让方）于 2015 年 11 月签订的《股权转让协议书》，择众广告以 0.0001 万元将其持有的云漫智慧 42%的股权（实缴出资额 0.00 万元）转让给邵晓辉；以 0.0001 万元将其持有的云漫智慧 28%的股权（实缴出资额 0.00 万元）转让给邢晓明。

②定价依据

根据公司说明，公司处置云漫智慧时股权转让的价格以截至 2015 年 11 月云漫智慧的净资产为基础确定。

③股权转让定价的公允性

中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）对择众传媒报告期财

务报表(合并、母公司)进行了审计,并出具了中兴财光华审会字(2016)第 327002 号标准无保留意见《审计报告》。据《审计报告》附注,云漫智慧 2014 年 12 月 31 日有关资产负债数据如下:

单位:元

项 目	2014 年 12 月 31 日
资产总额	222,726.44
负债总额	456,119.70
所有者权益总额	-233,393.26

经主办券商及律师对上述股权转让事项的转受让方的访谈,及查询云漫智慧提供的财务、工商等相关资料,上述股权转让前,云漫智慧与公司所从事的主营业务并不相关,云漫智慧实收资本尚未缴纳(实收资本 0 元),且由于经营不佳,截至 2015 年 11 月转让前,累计亏损净资产为负。鉴于上述处置原因及财务情况,择众广告作为转让方,邵晓辉、邢晓明作为受让方,经协商一致,分别作价 1 元转让了择众广告所持有的云漫智慧相应股权。经核查,所涉及的关联方交易已经审计和在申报材料中披露,该等股权转让行为系转受让方的真实意思表示,不存在纠纷、潜在纠纷或其他利益安排,亦未损害公司及第三人的利益。

因此,根据公司说明并经主办券商、律师核查,主办券商及律师认为公司处置云漫智慧的定价公允。

综上,主办券商及律师认为公司报告期内处置云漫智慧情况真实、定价公允,处置程序合法合规,对公司经营无重大影响。

2、公司主要从事移动 DSP 广告及移动互联网整合营销服务。请主办券商及律师补充核查公司是否属于广告公司，并说明判断依据；若属于广告公司，公司运行是否符合《广告法》、《中国广告业企业资质认定办法》等规定的要求。

回复：

主办券商及律师核查了公司历次营业执照、公司章程，计算机软件著作权、业务合作协议、主管机关的证明等文件资料，查阅了《中华人民共和国广告法》、《广告管理条例》、《互联网信息服务管理办法》、《中国广告业企业资质认定办法》、《广告经营许可证管理办法》等行业相关法律法规规章及规范性文件，以及同行业或类似行业挂牌公司的公开转让说明书等公开披露资料，取得公司有关情况说明、确认。

（1）公司是否属于广告公司。

根据公司说明及《公开转让说明书》，公司目前主营业务及提供的产品主要为移动 DSP 效果广告和移动互联网整合营销。公司主营业务包括两个板块：一个业务板块是移动互联网 DSP 效果广告，致力于为广告主提供精准受众分析与筛选、效果广告的投放与优化服务；另一个业务板块是移动互联网整合营销，为广告主在移动互联网的品牌传播提供系统解决方案。公司的服务对象主要是面向对互联网广告、微博、微信、网站等网络媒体营销有需求的各类企业客户。

在移动 DSP 效果广告方面，公司通过自主研发以数据挖掘技术作

为底层支撑，并与大量媒体 RTB 平台合作，帮助广告主利用大数据实现精准人群的一站式分析筛选和效果优化，为广告主提供跨媒介、跨平台、跨终端的精准投放。

在移动互联网整合营销方面，公司为客户提供以基于移动互联网媒体环境下的品牌创建、战役营销、自媒体运营与传播、互动程序开发，微电影拍摄、全媒体代理与投放等全案服务。

根据《中华人民共和国广告法》（2015 年修订），“第二条 在中华人民共和国境内，商品经营者或者服务提供者通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的商业广告活动，适用本法。本法所称广告主，是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然、法人或者其他组织。本法所称广告经营者，是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然、法人或者其他组织。本法所称广告发布者，是指为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然、法人或者其他组织。”、“第四十四条 利用互联网从事广告活动，适用本法各项规定。”

综上，主办券商及律师认为，公司属于上述《广告法》规定的广告经营者的范围，属于广告公司。

（2）公司运行是否符合《广告法》、《中国广告业企业资质认定办法》等规定的要求。

①广告经营许可证及相关资质等级事项

根据《广告管理条例》（1987 年 10 月 26 日国务院发布），“第六

条 经营广告业务的单位和个体工商户（以下简称广告经营者），应当按照本条例和有关法规的规定，向工商行政管理机关申请，分别情况办理审批登记手续：（一）专营广告业务的企业，发给《企业法人营业执照》；（二）兼营广告业务的事业单位，发给《广告经营许可证》；（三）具备经营广告业务能力的个体工商户，发给《营业执照》；（四）兼营广告业务的企业，应当办理经营范围变更登记。”

根据《广告经营许可证管理办法》（2004 年国家工商行政管理总局令第 16 号）“第二条 从事广告业务的下列单位，应依照本办法的规定向广告监督管理机关申请，领取《广告经营许可证》后，方可从事相应的广告经营活动：（一）广播电台、电视台、报刊出版单位；（二）事业单位；（三）法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的单位。”

根据《国务院关于第四批取消和调整行政审批项目的决定》（国发[2007]33 号），决定取消《广告管理条例》（国发[1987]94 号）设定的企业广告经营资格审批。

公司现持有统一社会信用代码为 914403006729817530 的《营业执照》，经营范围为从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方可经营）；信息咨询（不含限制项目）；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。

本次挂牌申报前，主办券商及律师与公司相关人员向工商主管机关深圳市市场监督管理局电话及现场咨询，主管机关相关人员回复称，择众广告只需依法申领营业执照，即可在经营范围内开展有关广告业务，不适用办理《广告经营许可证》。

根据《中国广告业企业资质认定办法》（中国广告协会中广协〔2010〕49号），“第一条 为推动广告产业向专业化、规模化方向发展，加快培育大型专业企业，提高中小企业市场竞争力，提高广告制作发布技术水平和经营水平，加强广告行业自律，规范经营秩序，开展中国广告业企业资质认定工作。”、“第二条 在中国境内注册的广告企业，取得独立法人资格和营业执照，从事设计、制作、发布、代理国内外各类广告业务的企业申请企业资质等级，适用本办法。”、“第七条 企业可向注册所在地的广告协会（注册地没有广告协会的，可直接向上一级广告协会）申请资质等级，各地广告协会提出意见后，报省、自治区、直辖市广告协会企业资质认定委员会。”根据该等规定，该等广告企业资质等级系中国广告协会依据自定标准对广告企业进行的类别及级别划分，系企业自主申请而非强制性要求企业取得，且《中国广告业企业资质认定办法》中也并未提及公司需依据资质等级开展业务。据公司说明，公司未申请广告业企业资质等级，不适用《中国广告企业资质认定办法》的相关规定。

②公司的相关经营方式

根据公司说明及《公开转让说明书》，公司主营业务为移动互联

网 DSP 效果广告和移动互联网整合营销。公司的服务对象主要是面向对互联网广告、微博、微信、网站等网络媒体营销有需求的各类企业客户。其主要的广告投放渠道是由拥有渠道资源的供应商通过互联网进行投放，公司本身不直接面向上网用户。

根据《互联网信息服务管理办法》第三条的规定，互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。经营性互联网信息服务，是指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；非经营性互联网信息服务，是指通过互联网向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动。

根据《互联网信息服务管理办法》第四条的规定，国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。公司的 togoalad.com 网站系公司的官方网站，公司通过该网站向上网用户无偿提供具有公开性、共享性信息的服务活动，并不通过该网站发布营销广告信息或提供其他营销服务，属于非经营性互联网信息服务，公司已根据相关规定办理了域名信息备案，具体情况如下：

序号	域名	所有者	域名注册日期	域名到期日期
1	togolad.com	择众广告	2011 年 5 月 26 日	2018 年 5 月 26 日

据深圳市市场监督管理机关的证明，经公司确认并经主办券商及律师查验，公司及子公司的运营合法合规，近两年没有因违反工商管理、市场监督管理等方面的法律、法规而受到行政处罚的情形。

综上所述，公司属于上述《广告法》规定的广告经营者的范围，属于广告公司。公司未申请广告业企业资质等级，不适用《中国广告企业资质认定办法》的相关规定。公司已具备其经营所需的必要资质，公司从事现有业务无需取得营业执照外的其他业务行政许可，不需要办理《广告经营许可证》，其经营范围与经营方式符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

3、公开转让说明书显示，公司从事广告数据挖掘。请公司补充说明数据分析及挖掘的数据来源，抓取方式，公司关于数据保密的具体措施。请主办券商及律师补充核查公司获取大数据的方式是否合法合规，是否存在侵权情形及风险，公司关于数据保密的具体措施是否完备、有效。

回复：

【公司】

请公司补充说明数据分析及挖掘的数据来源，抓取方式，公司关于数据保密的具体措施。

（1）公司从事的广告数据分析及挖掘的数据来源及抓取方式主要有以下几种：

①对接媒体的 RTB 平台的用户标签数据。腾讯、新浪等上市公司媒体自身的 RTB 平台通过媒体自有的用户人群行为挖掘，为细分行业建立不同的用户标签群，通过与这样的大数据库对接，公司的 DSP 平台获取相关的行业标签群数据。

②合作客户的数据库人群。合作的客户可以根据自己的注册用户资料库，为投放提供相应的用户标签等数据，公司通过与接入 RTB 平台的数据库比对，获取特定的用户标签群，从而实现精准定向的投放。

③投放后的广告分析的数据库。公司进行广告投放后的数据分析，发现不同行业、不同客户、不同媒体之间的数据规律和逻辑，形成自有的行业数据库，为后续客户的持续优化投放提供参考依据。

(2) 公司考虑到所收集数据的保密性，已制定相应的保密措施，并与相关岗位的核心人员签订有保密协议，保密措施具体有：

①公司的数据均保存在公司的自有服务器中，并通过设置防火墙等技术手段防止泄露。同时，公司对核心数据进行双重加密处理；

②公司进行了严格的权限管理，只有公司的少数核心人员能接触到公司的核心数据，有效地防止了泄密情况的产生。

【主办券商及律师】

主办券商及律师核查了公司历次营业执照、公司章程、计算机软件著作权、业务合作协议、公司相关制度等文件资料，查阅了行业相关法律法规规章及规范性文件，以及同行业或类似行业挂牌公司的公开转让说明书等公开披露资料，取得公司有关情况说明、确认。

(1) 公司数据分析及挖掘的数据来源，抓取方式；获取大数据的方式是否合法合规，是否存在侵权情形及风险

据公司提供的说明，主办券商及律师了解到公司从事的广告数据

分析及挖掘的数据来源及抓取方式，如本反馈问题回复“请公司补充说明数据分析及挖掘的数据来源，抓取方式……”所述。

根据《电信和互联网用户个人信息保护规定》（2013 年工业和信息化部令第 24 号）第四条对个人信息的界定，“本规定所称用户个人信息，是指电信业务经营者和互联网信息服务提供者在提供服务的过程中收集的用户姓名、出生日期、身份证件号码、住址、电话号码、账号和密码等能够单独或者与其他信息结合识别用户的信息以及用户使用服务的时间、地点等信息。”

据公司提供的说明，公司数据来源都是腾讯、新浪等大型互联网媒体 RTB 平台提供的一般性属性数据，媒体根据自己的用户数据进行标签化属性归类，公司对此进行数据挖掘后进行广告精准投放。所有的底层数据都在媒体后台，公司本身并不获取该数据的具体资料，公司通过上述抓取方式获取的数据不包含广告受众的个人身份信息，公司不能通过获取的相关信息确定广告受众的个人身份。公司通过上述抓取方式获得的数据不属于个人信息范畴，不存在侵犯隐私权或者非法获取数据的情形，也不存在泄露用户资料。因此，根据《中华人民共和国侵权责任法》、《电信和互联网用户个人信息保护规定》等法律、法规及规范性文件的规定，公司获取数据的行为对个人或广告受众不会构成侵权损害。

经核查，主办券商及律师认为，公司获取大数据的方式合法合规，不存在侵权情形，引起侵权纠纷的风险较小。

(2) 公司关于数据保密的具体措施，该具体措施是否完备、有效

据公司提供的说明，主办券商及律师了解到公司考虑到所收集数据的保密性，已制定相应的保密措施，如本反馈问题回复“请公司补充说明……公司关于数据保密的具体措施”所述。

截至本反馈意见回复出具之日，公司未出现因获取大数据而导致侵犯其他第三方权利的情形或风险，公司目前所制定的关于数据保密的具体措施完备、有效，具有可操作性。

综上所述，主办券商及律师认为，公司获取大数据的方式合法合规，公司并未出现侵犯其他第三方权利的情形或法律风险，公司目前所制定的关于数据保密的具体措施完备、有效。

4、公司从事互联网广告营销及投放。请公司结合广告的来源补充披露公司对广告信息真实性如何进行核查、公司是否存在因广告主发布的虚假或不实交易信息导致的纠纷或潜在纠纷、公司是否采取切实可行的内部控制及应对措施，请主办券商及律师核查上述风险并就该等风险对公司业务的影响进行核查并发表意见。

请公司分析新广告法对公司经营的影响及应对措施。

回复：

主办券商及律师核查了公司历次营业执照、公司章程，计算机软件著作权、业务合作协议、公司主管机关出具的证明等文件资料，查

阅了行业相关法律法规规章及规范性文件，以及同行业或类似行业挂牌公司的公开转让说明书等公开披露资料，并查询了中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询网等网站，取得公司有关情况说明、确认。

（1）公司对广告信息真实性的核查方法及相关事项。

据公司提供的说明，根据业务环节、进程，公司对于广告信息真实性的核查方法主要包括以下几个环节：

①公司与广告主达成合作意向时，公司会安排专职审核人员对接入客户资质进行审核，除了需要广告主提供经营相关业务的基础性合法资质，如营业执照、法定代表人身份信息、网络备案信息外，还会根据行业不同，要求客户提供相关行业的特定资质。由于许多行业有特定的行业准入要求，因此对特殊行业的客户进行资质的严格审查，进而核查广告主所经营产品服务的合法合规性。

②公司审核人员对于广告主提供的广告素材进行审核，查验拟投放的广告是否存在虚假描述、提供的资料是否真实、是否会使消费者产生误解、是否有法律法规禁止出现的内容等。对于拟投放广告中的内容存在不确定性因素或涉及第三人利益的，公司要求广告主提供相关授权文件、官方证明文件、公司盖章认可事项的文件等。如存在代言人代言广告的，需要广告方提供代言人协议；涉及产品功效的，需提供官方证明文件；涉及生产或开发主体与推广主体不一致的，需要提供生产方或开发方的授权文件；房地产行业中涉及房产信息如房产

面积、房屋地段等不确定因素的，需提供国土部门或房产部门等的政府文件；对外宣传中涉及奖励、赠送的，需提供真实存在的奖励制度相关文件，应当明示所附带赠送商品或者服务的品种、规格、数量、期限和方式等。

③公司在与广告主签订协议时，要求广告主对其要求公司进行推广的产品具有独立的、完整的知识产权，或者产品是甲方经过合法授权使用的，不侵犯任何第三人的合法权益，双方会在签订的协议中约定保密条款、知识产权保护条款或单独签署保密协议。同时，广告主保证，要求择众传媒推广的素材及对象真实、合法、有效，符合广告法及其他相关法律法规的要求、符合公共道德准则等。此外，部分合同中亦有约定，广告主要求择众传媒发布的广告中涉及相关敏感性内容的，如违反国家安全、泄露国家秘密的；损害国家荣誉和利益的；煽动民族仇恨、民族歧视、破坏民族团结的；散布谣言、扰乱社会秩序、破坏社会稳定的；散布淫秽、色情、赌博、暴力、凶杀、恐怖或教唆犯罪的；侮辱或诽谤他人，侵害他人合法权益的；含有木马等病毒或其他恶意代码网页的等，公司要求广告主承担相应的法律责任。

据公司提供的说明，并经核查，择众传媒、持有择众传媒 5%以上股份的股东、择众传媒的实际控制人、择众传媒的子公司不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件，不存在违约金或诉讼的支出。择众传媒的董监高不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。公司报告期内未发生过因广告主发布虚假或不实信息而导致的纠纷，目前亦不存在尚未解决的纠纷或者潜在

纠纷。

公司已在《公开转让说明书》“第二节 公司业务”之“七、商业模式”就公司广告真实性审查进行了补充披露如下：

“.....

广告真实性审查：公司设有专门的广告审核岗位，建立对广告信息真实性的审查机制，并按照审查机制对客户提供的广告信息的真实性进行了核查；报告期内未发生因广告主发布虚假和不实广告而受到行政处罚的情况，公司不存在因广告主发布虚假和不实交易信息导致的纠纷或潜在纠纷。”

（2）新广告法对公司经营的影响及应对措施。

根据《中华人民共和国广告法》（2015 年修订）第四十四条规定，“利用互联网从事广告活动，适用本法的各项规定。利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。在互联网页面以弹出等形式发布的广告，应当显著标明关闭标志，确保一键关闭。”

据公司提供的说明，新广告法颁布之前及之后，公司在互联网为广告主发布各种广告信息一直都严格遵循该项规定的做法，不影响用户正常使用网络，在互联网页面以弹出等形式发布的广告，都设有显著关闭标志，确保能一键关闭。同时新广告法中其他新增或修改的条款，涉及公司业务相关的部分，如对房地产广告的要求等，公司一直都是严格执行。此外，在投放广告的同时，媒体也会有专门的审核人员对投放的广告进行严格审核。公司从业以来一直以合法、合规为经营思想，严格遵循广告法要求执行，并指导客户投放广告，新广告法的颁布使得公司更加增强了对客户广告内容和资质的严格审核意识，

但对公司业务运行不构成重大影响。

综上所述，经核查，主办券商及律师认为：

公司已制定切实可行的内控制度对广告信息的真实性、合法性进行审查并有效执行，公司已充分履行了对广告信息的核查义务，公司对于拟投放广告存在真实性问题而遭受损失可以通过合同向广告主追偿，公司报告期内至今未发生过因广告主发布虚假或不实信息而导致的纠纷或潜在纠纷，对公司业务不构成重大不利影响。

5、公司收入大幅增加。（1）请公司结合自身核心竞争力、同行业竞争情况、市场拓展等方面补充说明公司收入大幅增加的原因，并结合采购、人员等情况进一步分析收入大幅增加的合理性。（2）请公司补充说明收入的增加来源于新增客户的情况，并补充说明对原有客户服务定价的上升是否合理。（3）公转书显示，公司 DSP 广告销售结算方式是根据有效的受众千次展示次数（CPM）或者受众的主动获取广告的点击行为（CPC）进行收费。请公司补充说明如何界定“有效”，以及 DSP 广告投放业务收入确认的具体时点、外部依据，并结合收款周期补充分析预收账款大幅增加的合理性。（4）请主办券商及会计师说明针对收入进行的尽调程序，并对公司报告期收入的真实性、完整性，是否存在跨期调节收入的情形发表专业意见。（5）请主办券商及会计师对公司收入确认方法是否谨慎、是否符合《企业会计准则》、是否符合行业惯例发表明确意见。

回复：

(1) 请公司结合自身核心竞争力、同行业竞争情况、市场拓展等方面补充说明公司收入大幅增加的原因，并结合采购、人员等情况进一步分析收入大幅增加的合理性。

公司作为国内较早进入移动 DSP 广告投放业务的公司，在渠道端与各大主流媒体平台建立了良好的合作，在客户端积累了大量的行业资源，并且通过自主研发以数据挖掘技术作为底层支撑，运营团队来自于知名主流媒体和广告公司，在业内具有一定的知名度和美誉度，业务量逐年稳定上升，市场份额不断扩大。

公司 2015 年度营业收入较 2014 年度增长了 7,303.22 万元，增幅为 371.18%，其中，2015 年度 DSP 广告投放业务收入较 2014 年度增长了 7,337.04 万元，增幅为 521.26%。公司报告期内营业收入大幅增加来源于 DSP 广告投放业务收入的大幅增加。

根据艾瑞咨询发布的 2016 年度中国网络广告核心数据，2015 年国内网络广告市场规模达到 2,093 亿元，同比增长 36.0%。广告主的广告预算中有更大份额是分配给移动互联网广告，另外，移动互联网时代也有更多针对移动端的广告主(如手机游戏、app 广告主的兴起)。自 2014 年开始，为了适应移动互联网时代的全面到来，公司结合本身团队人员在互联网的策划及创意优势，逐渐将业务重心逐渐从网络整合营销服务转向 DSP 广告投放业务。

互联网媒体具有海量信息、信息可反复存储、检索、计量，网站种类繁多、数量巨大，媒体资源相对非稀缺、互动充分、传播速度及

时快速等众多与传统媒体存在较大差异的崭新特征，因此，对互联网营销服务提供商来说，必须对互联网、互联网技术、互联网媒体以及互联网环境下的消费者行为模式、生活习惯、心理特征有深刻理解，通过长期积累才能形成具有竞争力且能为客户创造价值的行业经验和分析方法，进而形成核心竞争力。公司创始团队由曾任职于腾讯、新浪等大型互联网公司高层及互联网广告资深从业人员组建，公司创始人石亮是业内知名的营销专家，带领团队打造出数百个互联网经典案例。公司实际控制人石亮、黎路在行业内具备一定的影响力和资源积累，所带领的创意团队和客户开拓团队具备很强的开拓能力和服务能力，多年来受到客户的高度认可，并保持长期合作。

相对于同行业，公司较早启动与腾讯广点通等广告交易平台进行合作，同时公司非常重视移动 DSP 效果广告趋势带来的机会，成立了以总经理为负责人的效果广告团队，抓住了时间机会，迅速开拓了大量的 APP 广告客户。2015 年，腾讯网络广告收入同比增长 110%，达到 175 亿元，其中效果广告收入增长 172%至 87 亿元，公司的 DSP 平台采购的流量大部分来自于腾讯广点通，公司 2015 年度 DSP 广告投放业务收入和行业收入大幅增长正相关。随着公司的技术手段和服务质量提升，新客户持续增加，重点客户稳定并逐步增大投放量，公司已经发展为业内知名的效果广告公司，并获得腾讯效果广告部门金牌代理称号（行业排名领先）。公司 2015 年度 DSP 广告投放业务收入大幅增长与移动 DSP 效果广告的特点有关，即如果广告达到了客户预期效果，则客户会持续追加投放费用。公司运营团队根据客户投放的预

期效果，如广告带来的点击率、下载率、活跃率、付费率等因素进行综合评估后投放广告，使得广告效果达到甚至超过客户的预期值，客户会持续进行投放。同时，公司的 DSP 效果广告服务，包括客户关系、数据分析、设计制作、效果分析等，也得到了客户的高度认可，并进行长期的深度合作，进一步扩大了 DSP 广告投放业务收入。

公司 DSP 广告主要在腾讯公司广点通等平台进行投放，公司 DSP 广告投放业务的成本即为广告投放平台采购成本。公司 2015 年度广告投放平台采购成本较 2014 年度增长了 6,872.65 万元，增幅为 509.18%，其增长比例和 DSP 广告投放收入的增长比例基本一致。

截至 2014 年 12 月 31 日，公司共有员工 21 人，按岗位结构划分如下：

岗位	人数	占比
管理类	5	24%
市场营销及策划类	10	48%
技术类	3	14%
财务类	2	9%
其他（人事、行政、后勤）	1	5%
合 计	21	100%

截至 2015 年 12 月 31 日，公司共有员工 32 人，按岗位结构划分如下：

岗位	人数	占比
管理类	7	22%
市场营销及策划类	16	50%
技术类	4	13%

岗位	人数	占比
财务类	3	9%
其他（人事、行政、后勤）	2	6%
合 计	32	100%

公司截至 2015 年 12 月 31 日的员工人数较 2014 年 12 月 31 日增加了 11 人，增幅为 52%，其中，市场营销及策划类员工人数增加了 6 人，增幅为 60%，员工人数和收入规模呈正相关变动但员工人数增幅和收入增幅比例不完全配比的主要原因为：DSP 广告投放业务是公司基于 DSP 平台分析并找出符合客户需求的互联网或移动终端媒体资源，并以程序化购买方式取得投放机会并发布客户的互联网广告，通过对投放效果的监控、数据收集及分析来优化广告投放的媒体渠道，以实现精准营销。此类业务由于行业特性，程序化，模式化，在客户投放增量的情况下，销售运营的团队人员会适当增加，但营业收入增长不会跟人员增长比例配比。

（2）请公司补充说明收入的增加来源于新增客户的情况，并补充说明对原有客户服务定价的上升是否合理。

公司 2015 年度营业收入较 2014 年度增长了 7,303.22 万元，增幅为 371.18%，其中，2015 年度 DSP 广告投放业务收入较 2014 年度增长了 7,337.04 万元，增幅为 521.26%。公司报告期内营业收入大幅增加来源于 DSP 广告投放业务收入的大幅增加。

2015 年度公司 DSP 广告业务主要新老客户收入情况如下：

单位：万元

客户名称	营业收入	占公司 DSP 广告投放 业务收入的比例	新客户/老客户
深圳市珍爱网信息技术有限公司	2,560.08	29.28%	新客户
上海奇速网络科技有限公司	9.43	0.12%	新客户
主要新客户合计	2,560.08	29.28%	
武汉奇米网络科技有限公司	3,894.88	44.54%	老客户
北京思享时光科技有限公司	345.36	3.95%	老客户
北京腾讯文化传媒有限公司	314.40	3.60%	老客户
广州市妈妈一百电子商务有限公司	274.51	3.14%	老客户
开看（杭州）信息技术有限公司	269.48	3.08%	老客户
主要老客户合计	5,098.63	58.31%	
主要客户合计	7,668.14	87.70%	

2015 年度，公司 DSP 广告业务在原来电商类、直播类等行业客户类型的基础上新增开拓了婚恋类、手游类行业客户，且获得良好投放效果，并达成大额持续投放合作，其中，2015 年度 DSP 广告业务主要新增客户收入占公司 DSP 广告投放业务收入的比例为 29.28%，占 2015 年度 DSP 广告投放业务收入增长额的比例为 34.89%。

根据公司与效果广告平台的协议，公司与效果广告平台公司约定按照一定期间（如每自然季度，或某连续三个月）的就在效果广告平台发布的广告执行金额进行阶梯式的返点，即平台消耗金额越大，返点比例越高，目前返点收入为公司 DSP 广告投放业务收入的主要收益来源。公司老客户中的北京腾讯文化传媒有限公司属于上述情况，返点比例即收入定价根据平台消耗金额结合协议中的阶梯式返点比例确定。

公司 DSP 广告投放业务的上游主要为广点通、腾果等大型媒体渠道，该类大型媒体渠道的利润透明化程度高，目前公司对下游客户的

定价和上游大型媒体渠道对公司的定价保持一致，如上段所述，目前返点收入为公司 DSP 广告投放业务收入的主要收益来源。因此，公司对除北京腾讯文化传媒有限公司外的主要原有客户的服务定价和上游大型媒体渠道对公司的定价保持一致。

(3) 公转书显示，公司 DSP 广告销售结算方式是根据有效的受众千次展示次数（CPM）或者受众的主动获取广告的点击行为（CPC）进行收费。请公司补充说明如何界定“有效”，以及 DSP 广告投放业务收入确认的具体时点、外部依据，并结合收款周期补充分析预收账款大幅增加的合理性。

公司 DSP 广告销售结算方式是根据有效的受众千次展示次数（CPM）或者受众的主动获取广告的点击行为（CPC）进行收费。其中，“有效”是指通过投放数据分析并结合项目具体情况与广告主达成一致的用户画像，公司与广告主一致认为通过此定向条件所展示的广告为有效广告。数据分析来源于效果广告平台（如：腾讯公司广点通）提供的投放数据、广告主的网站或 app 回传的投放数据，此外，广告主还可以根据项目情况加入第三方检测公司提供的检测代码进行监测，公司与广告主在投放广告前就监测事宜会达成一致，根据达成的共识比对分析数据。

公司 DSP 广告投放业务收入确认的具体时点、外部依据：公司根据客户的需要在效果广告平台上投放广告完成后，效果广告平台公司提供结算数据并经公司确认后，此时取得了确认收入的相关外部依

据，且公司与效果广告平台公司之间确认相应的成本能够可靠地计量时，公司确认收入的实现。

公司 DSP 广告主要在腾讯公司广点通平台进行投放，广点通的收费模式为预付费，需要预先将广告费用存入平台账户，实际消耗发生时直接从账户中扣费。因此，公司主要采取预收款的形式开展 DSP 广告投放业务，即下游广告主向公司预先支付预付款或广告款后，公司方才通过效果广告平台进行广告投放，随着 2015 年度公司 DSP 广告投放业务呈爆发式增长，预收账款随之大幅增加。

（4）请主办券商及会计师说明针对收入进行的尽调程序，并对公司报告期收入的真实性、完整性，是否存在跨期调节收入的情形发表专业意见。

主办券商及会计师针对收入执行了以下尽调程序：

①了解公司业务收入与收款活动相关的内部控制，并对相关内部控制的有效性进行了测试，确认业务模式、业务种类与收款活动相关的内部控制设计不存在重大缺陷，控制活动是否运行有效；

②抽样审查合同中提供销售或劳务内容的约定以及结算方式、专业术语等条款，经判断确认公司业务收入确认方法谨慎、公司确认收入政策符合《企业会计准则》；

③对报告期内各期前五大客户进行书面访谈，根据所了解的信息，判断其与公司发生业务活动的商业逻辑合理，同时确认其报告期内的营业收入和应收账款、预收账款的余额；

④取得公司应收账款、预收账款明细账，抽查大额发生额，对于其所附的合同、发票上的单位名称、金额进行核对，核查公司营业收入的真实性、准确性；

⑤取得销售合同，将公司账面收入与效果广告平台（如腾讯广点通）数据进行相互核查核对，确认账面收入相对应的广告业务已真实发生且被完整记录；

⑥对金额较大的款项进行销售收入细节测试，检查所对应的原始凭证，分析收入确认合理；

⑦会计师对应收账款、预收账款、发生额进行函证，通过获取回函，核查公司营业收入的真实性、完整性、准确性，对未回函客户进行了替代测试；

⑧通过抽查报告期内重大客户的销售合同，并与相应的记账凭证、发票进行核对均未发现异常；

⑨会计师结合预付账款函证、采购合同、付款及结转情况，从产生收入所耗费的成本资金流向，核实收入在账簿中已被真实、完整记录；

⑩实施收入截止性测试程序，确认公司收入不存在跨期情况。

经核查，主办券商及会计师认为：报告期内公司收入真实、完整、不存在跨期调节收入的情形。

（5）请主办券商及会计师对公司收入确认方法是否谨慎、是否

符合《企业会计准则》、是否符合行业惯例发表明确意见。

针对公司具体业务的收入确认时点及计量方法，详见《公开转让说明书》的“第四节 公司财务”之“二、主要会计政策、会计估计及其变更情况和对公司利润的影响”之“(一) 主要会计政策、会计估计”之“21、收入的确认原则”的披露。

主办券商及会计师根据公司业务情况对会计政策披露进行再次复核。

结合公司具体业务情况及《企业会计准则》对收入准则的规定，我们对公司的收入确认具体分析如下：

①广告信息服务

公司广告信息服务收入包含 DSP 广告投放业务收入和网络整合营销服务收入，DSP 广告投放业务收入主要是通过效果广告平台投放广告，公司报告期内的 DSP 广告投放业务收入主要通过腾讯公司广点通等平台实现，整合营销服务收入则由传统的品牌营销管理实现的收入。

DSP 广告投放业务根据客户的需要在效果广告平台上发布广告完成后，效果广告平台提供结算数据经双方确认后，此时取得了确认收入的相关依据，且与传播广告相关的效果广告平台公司之间确认了相应的成本能够可靠的计量时，公司确认收入的实现。

网络整合营销服务收入是根据客户的要求，广告信息发布完成

时，且收到客户的结算单据，且相关成本能够可靠的计量，公司确认收入的实现。

②信息技术服务

对已经将技术服务成果移交给客户并且得到了客户的认可和验收，相关的收入结算单已经得到对方的确认，且提供该技术服务的成本能够可靠地计量，公司确认提供技术服务的收入的实现。

③商品销售

销售商品已发出并经客户验收时，此时取得了收入确认的相关依据，相关的经济利益很可能流入企业，且相关成本能够可靠的计量时，公司确认销售商品收入的实现。

主办券商及会计师查询同行业哇棒传媒的收入确认原则，具体如下：

已在全国股份转让系统挂牌公司“哇棒传媒”(证券代码：430346)与公司同属 L7240-广告业。哇棒传媒主营业务是以 DSP 平台、大数据为基础，为品牌和效果广告主提供移动互联网广告全案服务，业务收入分为三类：信息服务收入、广告代理收入、技术服务收入。哇棒传媒 2015 年度报告中收入的确认原则披露如下：

①信息服务

企业根据客户的要求，发布广告，当收到客户的结算单据，确认当月广告的实施效果以及应付给本公司的账款时，本公司确认信息服

务收入的实现。

②广告代理

对已经按照客户的要求将广告在一定的媒介上传播，客户已经对广告认可，相关的收入已经取得了客户的结算单据，且与传播广告相关的媒体（如网站等）之间确认了相应的成本能够可靠得计量时，本公司确认广告代理收入的实现。

③技术服务

对已经将技术成果移交给客户并且得到了客户的认可，相关的收入结算单已经得到对方的确认，且提供该技术服务的成本能够可靠地计量，本公司确认提供技术服务的收入的实现。

通过与哇棒传媒的收入确认原则进行比较，公司收入的具体确认方法与哇棒传媒披露的收入确认原则基本一致，符合收入确认的行业惯例。

综上所述，主办券商及会计师认为：公司收入确认方法谨慎、符合《企业会计准则》、符合行业惯例。

6、关于成本。(1) 请公司补充披露 DSP 广告、网络整合营销业务的成本明细。(2) 请公司按照业务类别补充说明成本的归集、分配、结转方法，成本结转的具体时点、外部依据、金额确认，并补充分析预付账款大幅增加的合理性。(3) 请主办券商及会计师补充核查公司成本费用的划分是否准确；成本归集、分配、结转是否准确；收入成本是否配比，并发表专业意见。(4) 请主办券商及会计师结合采购的确认方法、时点、依据等补充核查预付账款余额较高的合理性，并发表专业意见。

回复：

(1) 请公司补充披露 DSP 广告、网络整合营销业务的成本明细。

关于 DSP 广告、网络整合营销业务的成本，详见《公开转让说明书》的“第二节 公司业务”之“六、公司收入、成本构成及主要供应商、客户情况”之“(三) 公司成本构成”的披露。

DSP 广告投放业务成本为公司客户在效果广告平台投放广告时，公司向效果广告平台支付的采购成本，即广告投放平台采购成本；网络整合营销业务成本为公司根据各合同的需求，向对应的媒体资源采购发生的成本，即媒体采购成本。上述成本均属于直接采购成本。

截至 2014 年 12 月 31 日、2015 年 12 月 31 日，公司员工分别为 21 人、32 人，由于公司员工较少，公司的市场营销及策划类员工一般情况下要对接承担多个客户的业务，同时存在非市场营销及策划类员工承担部分和业务相关工作的情形，实际操作中很难准确区分每个

合同项目所耗用的工时并据此计算分配每个项目的直接人工及间接费用,公司将人工成本和费用在发生时直接计入销售费用、管理费用。因此,公司的 DSP 广告投放业务和网络整合营销业务的成本均为直接对外采购的成本,无直接人工及间接费用等明细。

(2) 请公司按照业务类别补充说明成本的归集、分配、结转方法,成本结转的具体时点、外部依据、金额确认,并补充分析预付账款大幅增加的合理性。

公司营业成本按照业务类别分为 DSP 广告投放业务成本、网络整合营销成本、商品销售成本。与收入直接相关的支出认定为营业成本。其中,DSP 广告投放业务成本为公司客户在效果广告平台投放广告时,公司向效果广告平台支付的采购成本,公司确认收入时依据效果广告投放平台公司提供经双方确认的结算数据结转分配相应的采购成本;网络整合营销成本公司根据各合同的需求,向对应的媒体资源采购发生的成本,公司确认收入时依据媒体资源提供的经双方确认的结算数据结转分配相应的采购成本;商品销售成本通过贸易方式购入,以采购成本作为库存成本,销售完成达到收入确认条件后按加权平均法结转相应成本。

公司预付账款主要为预付给 DSP 广告投放平台的款项。公司 DSP 广告主要在腾讯公司广点通平台进行投放,广点通的收费模式为预付费,需要预先将广告费用存入平台账户,实际消耗发生时直接从账户中扣费,随着 2015 年度公司 DSP 广告投放业务呈爆发式增长,预付

账款随之大幅增加。

(3) 请主办券商及会计师补充核查公司成本费用的划分是否准确；成本归集、分配、结转是否准确；收入成本是否配比，并发表专业意见。

针对公司成本费用的划分是否准确，成本归集、分配、结转是否准确，收入成本是否配比，主办券商及会计师执行了以下核查程序：

①了解成本的归集和结转的具体方式，检查公司营业成本和期间费用的各组成项目的划分情况，获取公司成本结转和期间费用的明细账：

A、营业成本

公司营业成本分为 DSP 广告投放业务成本、网络整合营销成本、商品销售成本。与收入直接相关的支出认定为营业成本。DSP 广告投放业务成本为公司客户在效果广告平台投放广告时，公司向效果广告平台支付的采购成本，公司确认收入时结转分配相应的采购成本。网络整合营销成本公司根据各合同的需求，向对应的媒体资源采购发生的成本，公司收入确认后结转相应成本。商品销售成本通过贸易方式购入，以采购成本作为库存成本，销售完成达到收入确认条件后按加权平均法结转相应成本。

B、期间费用

公司各期发生的、不能直接或间接归入营业成本，而是直接计入

各期损益的各项费用，其中：销售环节发生的费用计入销售费用，主要包括销售人员职工薪酬、市场推广费、差旅费等；为组织和管理而发生的费用计入管理费用，主要包括管理人员职工薪酬、办公费、技术服务费等；为筹集生产经营所需资金等而发生的筹资费用计入财务费用，主要包括利息支出。

②检查营业成本明细科目设置与收入明细科目的设置，确认对应关系，检查期间费用明细科目设置，确认合理；

③抽查营业成本和期间费用记账凭证，检查采购合同、人工和费用等原始发生单据，确认业务实质与科目性质相符，确认账务处理规范；检查营业成本发生原始凭证、期间费用发生原始凭证等资料，确认营业成本和期间费用的划分归集准确；

④检查营业成本和期间费用的金额，确认已正确计入报表；

⑤了解公司的业务流程及费用报销流程，确认合理；

⑥核查报告期内公司主要客户的销售合同、发票、收款凭证等收入确认要素与相对应的营业成本配比关系；

⑦测算并分析营业成本与营业收入的增长幅度，确认增幅合理；

⑧对照同行业毛利率波动情况，分析收入成本波动情况与同行业无重大差异。

经核查，主办券商及会计师认为：公司成本费用的划分准确，成本归集、分配、结转准确，收入成本配比。

(4) 请主办券商及会计师结合采购的确认方法、时点、依据等补充核查预付账款余额较高的合理性，并发表专业意见。

主办券商及会计师核查情况如下：

公司预付账款主要为预付给 DSP 广告投放平台的款项。公司 DSP 广告主要在腾讯公司广点通平台进行投放，广点通的收费模式为预付费，需要预先将广告费用存入平台账户此时公司形成预付账款，实际消耗发生时直接从账户中扣费，由平台公司提供结算数据并经公司确认后，预付账款在公司确认收入时结转分配至相应的采购成本。

预付账款余额较高系公司业务的特点，公司根据客户需要为客户投放广告时需要提前预付给效果广告平台公司，预付账款余额高低与业务规模和客户投放广告的时点需求匹配。随着 2015 年度公司 DSP 广告投放业务呈爆发式增长，预付账款随之大幅增加。其中，腾讯广告平台 2015 年 12 月 31 日预付账款余额 535.90 万，占预付账款余额的 97.94%，腾讯平台 2015 年不含税采购金额 8,173.51 万元，占成本总额的 88.10%，我们对腾讯平台的余额和发生额均进行函证并取得腾讯公司的回函确认一致。

我们核查了公司报告期内应付账款、预付账款明细账，针对其中大额的采购，取得了相关业务合同、记账凭证、发票等单据，并将以上获取的资料进行匹配和核对，对应付账款、预付账款余额及其发生额执行书面访谈、函证程序并确认金额一致。

经核查，主办券商及会计师认为：预付账款的余额与公司的业务

规模匹配，公司预付账款余额较高是合理的，符合公司的实际业务情况。

7、关于毛利率。(1) 请公司结合同行业 DSP 广告投放业务毛利率情况补充说明公司 DSP 业务毛利率较低的原因及合理性。(2) 请公司补充说明收到腾讯等媒体供应商返利时的会计处理。(3) 请主办券商及会计师对公司收到返利的会计处理是否符合《企业会计准则》、是否属于财务不规范发表明确意见。(4) 请主办券商及会计师补充核查公司是否按照项目归集成本，是否存在不同项目之间混淆成本归集的情况。

回复：

(1) 请公司结合同行业 DSP 广告投放业务毛利率情况补充说明公司 DSP 业务毛利率较低的原因及合理性。

由于大部分同行业上市或挂牌公司在年度报告中未单独披露 DSP 广告投放业务的毛利率，公司选取在中小企业股份转让系统挂牌的哇棒传媒（430346）（主营业务为移动互联网广告全案策划）的信息服务业务毛利率作为可比指标。

哇棒传媒 2015 年度、2014 年度信息服务业务的毛利率分别为 18.74%、28.96%，公司 2015 年度、2014 年度 DSP 广告投放业务的毛利率分别为 4.11%、5.97%。与同行业公司相比，公司的 DSP 广告投放业务主要是与腾讯等大型媒体资源合作开展业务，大型媒体渠道规模庞大，体系复杂，合作门槛高于其他中小渠道方，不仅需要有专业

优化人员支持，还需要对媒体渠道的移动营销政策有深入了解，因此相对其他中小渠道而言，虽然大型媒体渠道的业务规模更大，服务体系更为完善，但业务开展成本更高，利润率相对较低。而哇棒传媒以与中小媒体渠道的合作为主，利润率相对高。

(2)请公司补充说明收到腾讯等媒体供应商返利时的会计处理。

根据公司与腾讯等效果广告平台公司签订的协议，双方约定按照一定期间（如每自然季度，或某连续三个月）在效果广告平台发布的广告执行金额进行阶梯式的返点，双方以广告费形式进行款项结算。公司依据效果广告平台发布的广告执行金额按约定返点比例计算每月应享有的收益并确认收入，公司与效果广告平台公司按季度对账确认无误后，公司向效果广告平台公司开具发票并结算款项。

(3) 请主办券商及会计师对公司收到返利的会计处理是否符合《企业会计准则》、是否属于财务不规范发表明确意见。

针对公司收到返利的会计处理，主办券商及会计师执行了以下核查程序：

①检查公司与效果广告平台公司签订的协议，确认双方约定按照一定期间（如每自然季度，或某连续三个月）在效果广告平台发布的广告执行金额进行阶梯式的返点，双方以广告费形式进行款项结算；

②抽查公司每月根据广告执行金额和相对应的返点比例计算计提的返点收入及记账凭证，未见异常；

③抽查腾讯等效果广告平台公司出具的季度结算确认单数据，与公司开具的发票金额进行比对，未见异常；

④检查期后回款的会计凭证、银行回单，核对付款单位名称和金额，未见异常；

⑤对效果广告平台公司实施书面访谈、函证程序，确认客户确认金额和公司账面金额一致。

经核查，主办券商及会计师认为：公司收到返利的会计处理符合《企业会计准则》对收入确认原则的规定、符合财务规范的要求。

(4)请主办券商及会计师补充核查公司是否按照项目归集成本，是否存在不同项目之间混淆成本归集的情况。

主办券商及会计师核查情况如下：

公司的 DSP 广告投放业务和网络整合营销业务按照项目归集成本。其中，DSP 广告投放业务成本为公司客户在效果广告平台投放广告时，公司向效果广告平台支付的采购成本；网络整合营销成本为公司根据各合同的需求，向对应的媒体资源采购发生的成本。报告期内，由于公司员工较少，公司的市场营销及策划类员工一般情况下要对接承担多个客户的业务，同时存在非市场营销及策划类员工承担部分和业务相关工作的情形，实际操作中很难准确区分每个合同项目所耗用的工时并据此计算分配每个项目的直接人工及间接费用，公司将人工成本和费用在发生时直接计入销售费用、管理费用。因此，公司的 DSP 广告投放业务和网络整合营销业务的成本均为直接对外采购的成

本，无直接人工及间接费用等明细。

我们检查了 DSP 广告投放业务的结算确认单数据，网络整合营销业务的采购合同、结算单据，发票和付款情况，确认公司的 DSP 广告投放业务和网络整合营销业务按照项目归集直接对外采购的成本。

经核查，主办券商及会计师认为：报告期内公司按照项目归集成本，不存在不同项目之间混淆成本归集的情况。

8、关于关联方资金占用。请公司披露：报告期初至申报审查期间，公司是否存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情形，若存在，请说明资金占用情况，包括且不限于占用主体、发生的时间与次数、金额、决策程序的完备性、资金占用费的支付情况、是否违反相应承诺、规范情况。

请主办券商、律师及会计师核查前述事项，并就公司是否符合挂牌条件发表明确意见。

回复：

公司已于公开转让说明书“第四节 公司财务”之“四、关联方、关联方关系及关联方交易”之“（二）关联交易情况”之“1、关联方资金往来”处作补充披露如下：

“1、关联方资金往来

（1）2014 年度关联方资金往来情况如下：

单位：元

核算主体	核算科目	关联方	2013.12.31	本期借方 发生额	本期贷方 发生额	2014.12.31	款项 性质	备注
------	------	-----	------------	-------------	-------------	------------	----------	----

核算主体	核算科目	关联方	2013.12.31	本期借方发生额	本期贷方发生额	2014.12.31	款项性质	备注
择众传媒	其他应付款	石亮	536,380.00	570,000.00	69,370.00	35,750.00	往来	
择众传媒	其他应付款	黎路	2,133,600.00	2,380,000.00	358,500.00	112,100.00	往来	
择众传媒	其他应付款	深圳飞豆科技有限公司	-	4,632.00	13,203.15	8,571.15	往来	
彩虹智慧	其他应付款	石亮	-	82,699.20	450,000.00	367,300.80	往来	
云漫智慧	其他应付款	石亮	-	-	80,222.50	80,222.50	往来	

(2) 2015 年度关联方资金往来情况如下：

单位：元

核算主体	核算科目	关联方	2014.12.31	本期借方发生额	本期贷方发生额	2015.12.31	款项性质	备注
择众传媒	其他应付款	石亮	35,750.00	1,845,405.00	1,858,780.00	49,125.00	往来	
择众传媒	其他应付款	黎路	112,100.00	1,234,000.00	1,234,000.00	112,100.00	往来	
择众传媒	其他应付款	深圳飞豆科技有限公司	8,571.15	-	17,520.00	26,091.15	往来	
彩虹智慧	其他应付款	石亮	367,300.80	368,990.18	3,697.38	2,008.00	往来	
彩虹智慧	其他应收款	黎路	-	980,000.00	368,990.18	611,009.82	往来	①

其中，2015 年度关于云漫智慧的关联方资金往来情况如下：

单位：元

核算主体	核算科目	关联方	2014.12.31	本期借方发生额	本期贷方发生额	2015.11.26	款项性质	备注
云漫智慧	其他应付款	石亮	80,222.50	-	281,460.79	361,683.29	往来	②

单位：元

核算主体	核算科目	关联方	2015.11.26	本期借方发生额	本期贷方发生额	2015.12.31	款项性质	备注
择众传媒	其他应付款	云漫智慧	24,775.18	60,000.00	62,000.00	26,775.18	往来	②
彩虹智慧	其他应收款	云漫智慧	230,000.00	-	-	230,000.00	往来	① ②

备注①：截至 2015 年 12 月 31 日，关联方黎路、云漫智慧分别占用彩虹智慧资金 611,009.82 元、230,000.00 元，上述款项已分别于 2016 年 1 月 27 日、2016 年 4 月 7 日全部清偿。

备注②：公司于 2015 年 11 月 26 日因出售剩余股权而丧失对云漫智慧的控制权，云漫智慧不再纳入合并报表范围。

上述资金往来中存在控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情形，报告期初至申报审查期间，控股股东、实际控制人及其他关联方占用公司资金的情况如下：

单位：元

核算主体	资金占用主体	时间	次数	借出金额	归还金额
彩虹智慧	黎路	2015 年 11 月	3	450,000.00	-
彩虹智慧	黎路	2015 年 12 月	19	530,000.00	-
彩虹智慧	黎路	2015 年 12 月	1	-	368,990.18
彩虹智慧	黎路	2016 年 1 月	1	-	611,009.82
彩虹智慧	云漫智慧	2014 年 6 月	1	220,000.00	-
彩虹智慧	云漫智慧	2015 年 10 月	1	10,000.00	-
彩虹智慧	云漫智慧	2016 年 4 月	1	-	230,000.00
合 计				1,210,000.00	1,210,000.00

以上控股股东、实际控制人及其他关联方占用公司资金的情况发生在公司有限公司阶段，由于当时择众广告治理机制尚不健全，并未建立关联交易决策制度，因此未履行关联交易相应决策程序，亦未支付资金占用费。

在公司有限公司阶段，公司与上述关联方发生的关联交易时并未违反当时法律、法规及择众广告的公司章程禁止性或限制性规定，亦未有相应禁止或限制的承诺。”

请主办券商、律师及会计师核查前述事项，并就公司是否符合挂牌条件发表明确意见。

主办券商、律师及会计师核查了《公司章程》、《关联交易决策制度》、公司股东大会《关于对公司报告期内所发生的关联交易进行确认的议案》等相关文件资料，查阅了公司财务报表、序时账、审计报告、公司关联方的身份信息或营业执照、注册资料、工商登记资料，取得了公司、实际控制人等相关情况的说明、确认与承诺。

(1) 根据公司财务报表、序时账、审计报告及公司说明，公司报告期初至申报审查期间存在的控股股东、实际控制人及其他关联方占用公司资金的情况如下：

单位：元

核算主体	资金占用主体	时间	次数	借出金额	归还金额	备注
彩虹智慧	黎路	2015 年 11 月	3	450,000.00	-	
彩虹智慧	黎路	2015 年 12 月	19	530,000.00	-	
彩虹智慧	黎路	2015 年 12 月	1	-	368,990.18	
彩虹智慧	黎路	2016 年 1 月	1	-	611,009.82	
彩虹智慧	云漫智慧	2014 年 6 月	1	220,000.00	-	①
彩虹智慧	云漫智慧	2015 年 10 月	1	10,000.00	-	
彩虹智慧	云漫智慧	2016 年 4 月	1	-	230,000.00	
合 计				1,210,000.00	1,210,000.00	

备注①：公司于 2015 年 11 月 26 日因出售剩余股权而丧失对云漫智慧的控制权，云漫智慧不再纳入合并报表范围。

根据公司财务报表、序时账、审计报告及公司说明，上述关联方资金往来情况发生在公司有限公司阶段，公司控股股东、实际控制人对关联交易及其规范认识不够，关联方与公司发生了包括资金往来（相比公司资产、负债及营业收入，金额较小）在内的一些关联交易，由于当时择众广告治理机制尚不健全，并未建立关联交易决策制度，因此未履行关联交易相应决策程序，亦未支付资金占用费。

公司报告期内 2015 年末尚存在关联方占用资金余额的情形，随着公司挂牌事项及规范运作的推进，公司实际控制人黎路应付公司的款项已于 2016 年 1 月 27 日归还，云漫智慧应付公司的款项已于 2016 年 4 月 7 日归还，至此，所有关联方应付公司款项余额全部清理完毕，

法律意见书出具日至今，公司已经不存在关联方应付公司款项或其他占用公司资金、资源的情形。

针对报告期内发生的关联方资金往来及其他关联交易，2016年3月24日，公司创立大会暨第一次股东大会审议通过《关于对公司报告期内所发生的关联交易进行确认的议案》，股东一致同意确认“公司在新三板挂牌报告期内（2014年、2015年）的关联交易不存在损害公司和其他股东合法权益的情形”。

（2）未违反相应承诺、规范情况。

①根据公司出具的说明，报告期内公司与上述关联方发生的关联交易系考虑实际情况，协商定价。上述关联交易发生在公司有限公司阶段，当时择众广告并未建立关联交易决策制度，也未履行关联交易决策程序。

根据公司及控股股东、实际控制人的说明，在公司有限公司阶段，公司与上述关联方发生关联交易时，并未违反当时的法律、法规及择众广告的公司章程，亦未存在相应禁止或限制的承诺。

②股份公司成立后，为了规范公司与关联方之间的关联交易，维护公司股东特别是中小股东的合法权益，保证公司与关联方之间关联交易的公允、合理，公司根据有关法律、法规和规范性文件的规定，制定并通过了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易决策制度》，规定了股东大会、董事会在审议有关关联交易事项时关联股东、关联董事的回避表决制度及其他公允决策程

序，该等议事规则及决策制度已经公司股东大会审议通过，并有效执行。

③《公司章程》规定，“公司董事、监事和高级管理人员负有维护公司资金安全的法定义务，公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东及其附属企业侵占公司资产时，公司董事会视情节轻重对直接责任人给予处分并对负有主要责任的董事按公司规章制度予以罢免。

公司董事会建立对控股股东所持公司股份“占用即冻结”机制，即发现控股股东侵占公司资产立即申请司法冻结，凡不能以现金清偿的，则通过变现股权偿还侵占资产。公司财务负责人为“占用即冻结”机制的具体责任人。公司财务负责人一旦发现公司控股股东或者实际控制人及其附属企业侵占公司资产，应立即启动以下程序：（一）公司财务负责人在发现控股股东侵占公司资产的当天，应以书面形式报告公司董事长，同时抄送董事会秘书；若发现同时存在公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东及其附属企业侵占公司资产情况的，财务负责人在书面报告中还应当写明所涉及的董事或高级管理人员姓名、协助或纵容控股股东及其附属企业侵占公司资产的事实并附相应的证据。（二）董事长在收到财务负责人的报告后，应立即召集、召开董事会会议，审议要求控股股东清偿的期限、向相关司法部门申请办理控股股东股份冻结等相关事宜；若存在公司董事、高级管理人员协助、纵容控股股东及其附属企业侵占公司资产的情形，公司董事会应视其情节轻重对直接责任人给予处分和对负有严重责任的董事提请股东大会予以罢免。（三）董事会秘书根据董事会决议向控股股

东发送限期清偿通知，执行对相关董事或高级管理人员的处分决定、向相关司法部门申请办理控股股东股份冻结等相关事宜。（四）若控股股东无法在规定期限内清偿，公司应在规定期限到期后 30 日内向相关司法部门申请将冻结股份变现以偿还侵占资产。”

《公司章程》规定“董事应当遵守法律、行政法规和本章程，对公司负有下列忠实义务：（一）不得利用职权收受贿赂或者其他非法收入，不得侵占公司的财产；（二）不得挪用公司资金；（三）不得将公司资产或者资金以其个人名义或者其他个人名义开立账户存储；（四）不得违反本章程的规定，未经股东大会或董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保；（五）不得违反本章程的规定或未经股东大会同意，与本公司订立合同或者进行交易；（六）未经股东大会同意，不得利用职务便利，为自己或他人谋取本应属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与本公司同类的业务；（七）不得接受与公司交易的佣金归为己有；（八）不得擅自披露公司秘密；（九）不得利用其关联关系损害公司利益；（十）法律、行政法规、部门规章及本章程规定的其他忠实义务。董事违反本条规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

④公司全体股东及全体董事、监事、高级管理人员已签署《公司全体股东及全体董事、监事、高级管理人员关于规范和减少关联交易及不占用公司资产的承诺》，对避免资金占用作出如下承诺：“……4、本人及本人控制的其他企业将尽量避免或减少并规范与公司及其控制的其他企业之间的关联交易。如果有不可避免的关联交易发生，本

人均会履行合法程序，及时进行信息披露，保证不通过关联交易损害公司及公司其他股东的合法权益；5、自本承诺出具之日起，本人及本人控制的其他企业将严格遵守法律、法规、规范性文件以及公司相关规章制度的规定，不得以任何方式违规占用或使用公司的资金、资产和资源，也不会违规要求公司为本人及本人控制的其他企业的借款或其他债务提供担保；6、本人将按公司《公司章程》的规定，在审议涉及要求公司为本人及本人控制的其他企业提供担保的任何董事会、股东大会上回避表决；在审议涉及本人及本人控制的其他企业、个人违规占用公司资金、资产和资源的任何董事会、股东大会上投反对票，依法维护公司利益。自公司进入全国中小企业股份转让系统挂牌及公开转让后，本人将严格遵守全国中小企业股份转让系统有限责任公司关于挂牌公司法人治理的有关规定，采取任何必要的措施保证不再占用公司的资金或其他资产，维护公司的独立性，不损害公司及公司其他股东利益；7、前述承诺系无条件且不可撤销的，并在本承诺人继续为公司的股东/董事/监事/高级管理人员期间持续有效。本人违反前述承诺将承担公司、公司其他股东或利益相关方因此所受到的任何损失。”

综上所述，主办券商、律师及会计师认为，上述规范关联方占用公司资源（资金）的相关规定、减少及规范关联交易的承诺为保护中小股东的权益，避免不正当交易提供了适当的法律保障，自择众传媒股份有限公司成立之日至今，未发生控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金的情形，符合现时有效的法律、法规及公司章程相关

规定，遵守了控股股东、实际控制人出具的相关承诺。

(3) 公司是否符合挂牌条件发表明确意见。

根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》，“公司报告期内不应存在股东包括控股股东、实际控制人及其关联方占用公司资金、资产或其他资源的情形。如有，应在申请挂牌前予以归还或规范。”

《全国中小企业股份转让系统挂牌业务问答—关于挂牌条件适用若干问题的解答（一）》，“申请挂牌公司存在以下情形的应视为财务不规范，不符合挂牌条件：…2. 控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司款项未在申报前归还”。

经主办券商、律师及会计师核查：

公司报告期内 2015 年末尚存在关联方占用资金余额的情形，随着公司挂牌事项及规范运作的推进，公司实际控制人黎路应付公司的款项已于 2016 年 1 月 27 日归还，云漫智慧应付公司的款项已于 2016 年 4 月 7 日归还，至此，所有关联方应付公司款项余额全部清理完毕，即所有关联方应付公司款项余额在申请挂牌前已经予以归还或规范。公开转让说明书出具日至今，公司已经不存在关联方应付公司款项或其他占用公司资金、资源的情形，符合《公司法》、《管理办法》、《业务规则》、《全国中小企业股份转让系统股票挂牌条件适用基本标准指引（试行）》等法律、法规、规范性文件规定的挂牌条件。

综上所述，经核查，主办券商、律师及会计师认为：1、公司报

告期内存在关联方资金占用情况，但在本次申请挂牌前已经全部清理，且自清理完毕日至今不再发生，未损害其他中小股东的合法权益；公司已制定了防范关联方占用资源（资金）的制度，制度业已生效和切实履行，符合现时有效的法律、法规及公司章程相关规定；公司控股股东、实际控制人遵守了其出具的相关承诺。2、公司具备本次挂牌的实质条件，但公司本次挂牌尚需全国股转系统公司的审查同意。

9、公转书中显示，公司是一家专注于移动互联网 DSP 效果广告的广告技术公司。请公司补充说明公司无形资产、研发费用均为 0 的合理性。请主办券商核查该事项。

回复：

公司在《公开转让说明书》的“第二节 公司业务”之“一、公司主营业务及产品、服务情况”之“（一）公司主营业务”中披露如下：

“择众传媒是一家专注于移动互联网 DSP 效果广告的广告技术公司，同时也是中国最资深的网络互动营销公司之一。公司主营业务包括两个板块：一个业务板块是移动互联网 DSP 效果广告，致力于为广告主提供精准受众分析与筛选、效果广告的投放与优化服务；另一个业务板块是移动互联网整合营销，为广告主在移动互联网的品牌传播提供系统解决方案。

.....”

公司 DSP 效果广告投放的流程及上下游关系如下图：



广告主提出广告投放需求后，公司结合客户的推广需求，通过择众传媒 TOGOAL—MEDIA DSP 需求方平台分析广告目标人群（来源于媒体方、客户自身数据库以及投放客户的反馈数据）的相关属性，制定相应的投放计划及相应的创意内容，采取实时竞价，通过腾讯广点通等广告交易平台，采购下游媒体广告进行投放，帮助广告主利用大数据实现精准人群的一站式分析筛选和效果优化，为广告主提供跨媒介、跨平台、跨终端的精准投放。

择众传媒 TOGOAL—MEDIA DSP 需求方平台是公司现阶段最主要的技术资源。该平台自 2013 年开始由技术类员工主导开发，同时所有管理类、市场营销及策划类员工均参与协助开发（产品需求调研和反馈），到 2014 年下半年开发出 DSP 的 1.0 版本，该版本具备分析广告主的需求，通过广点通等广告交易平台，利用 RTB 实时竞价采购媒体的功能，能够满足公司日常的基本业务需求，后续只需技术类员工进行基本的软件维护。受到资金实力的限制，截至当前公司没有花费大量人力进行进一步的研发。随着公司业务的进一步增长，为了满足客户

越来越高的服务要求，公司将在后期的业务实际运营当中，加大技术类员工和资金的投入，不断升级功能，丰富产品体系，优化产品体验。

受公司员工人数较少所限，在开发择众传媒 TOGOAL—MEDIA DSP 需求方平台的过程中，主导开发工作的技术类员工同时承担着公司日常运营的工作，比如品牌客户项目技术支持，微信技术后台的开发，互动游戏的制作、HTML5 互动程序、品牌活动的 minisite 网站的开发等，同时所有管理类、市场营销及策划类员工均以参与产品需求调研和反馈的形式协助开发。由于无法准确区分上述员工投入到平台开发工作中的工时，公司在人工成本发生时直接计入销售费用及管理费用中的职工薪酬，因此导致公司存在技术开发而无形资产、研发费用均为 0 的情形。

10、报告期内公司同一控制下收购子公司。(1) 请公司补充披露收购的具体情况，包括但不限于定价依据、收购目的、收购的款项支付情况以及在现金流量表中的体现、收购后子公司与母公司在业务上的衔接情况、收购后对公司财务及经营的影响、是否存在需要公司承担或有负债的情形等。(2) 请公司补充披露如何实现对子公司在人员、财务、业务上的控制。(3) 请主办券商及会计师补充核查公司收购子公司定价的公允性，并针对收购价格是否公允、是否存在利益输送情形发表专业意见。(4) 请申报会计师就同一控制下企业合并会计核算是否符合《企业会计准则》相关规定发表意见。

回复：

(1) 请公司补充披露收购的具体情况，包括但不限于定价依据、收购目的、收购的款项支付情况以及在现金流量表中的体现、收购后子公司与母公司在业务上的衔接情况、收购后对公司财务及经营的影响、是否存在需要公司承担或有负债的情形等。

公司已于公开转让说明书“第四节 公司财务”之“一、最近两年的审计意见及主要财务报表”之“(三) 合并范围的变更”之“2、同一控制下企业合并”处作补充披露如下：

“（1）2015 年度发生的同一控制下企业合并

单位：元

被合并方名称	企业合并中取得的权益比例（%）	构成同一控制下企业合并的依据	合并日	备注
彩虹智慧	80	与本公司由相同股东控制	2015 年 1 月 7 日	①
云漫智慧	70	与本公司由相同股东控制	2015 年 1 月 12 日	②

（续）

被合并方名称	合并当年年初至合并日被合并方的收入	合并当年年初至合并日被合并方的净利润	比较期间被合并方的收入	比较期间被合并方的净利润
彩虹智慧	-	-	790,264.00	-138,376.26
云漫智慧	-	-	79,195.10	-227,859.36

备注①：为整合业务并进一步优化资源配置，2015 年 1 月 7 日，经股东会决议通过，择众广告以现金 2 元控股合并了彩虹智慧。由于合并前后合并双方均受石亮、黎路的控制且该控制并非暂时性，故本合并属同一控制下的企业合并。彩虹智慧净资产为负且尚未实际出资，在考虑其业务情况后，股权转让双方协商一致，将此次股权转让价格定为 2 元。截至 2015 年 1 月 7 日，择众广告已支付股权转让款 2 元，同时完成工商变更登记并接管彩虹智慧取得其经营权，故合并日确定为 2015 年 1 月 7 日，择众广告与彩虹智慧的控股合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。公司支付的 2 元股权转让款在母公司现金流量表“投资支付的现金”中体现。本次收购前，公司实际控制人已对彩虹智慧的运营、市场、采购、财务、人员调配进行了统一管理和有效控制，

收购后，相关业务管理和控制并未发生变动，因此该收购对公司财务及经营未造成影响。因合并日彩虹智慧不存在或有事项，故收购完成后，不存在需要公司承担或有负债的情形。

备注②：为开拓电子商务领域业务，2015年1月12日，经股东会决议通过，择众广告以现金1元控股合并了云漫智慧。由于合并前后合并双方均受石亮、黎路的控制且该控制并非暂时性，故本合并属同一控制下的企业合并。云漫智慧净资产为负且尚未实际出资，在考虑其业务情况后，股权转让双方协商一致，将此次股权转让价格定为1元。截至2015年1月12日，择众广告已支付股权转让款1元，同时完成工商变更登记并接管云漫智慧取得其经营权，故合并日确定为2015年1月12日，择众广告与云漫智慧的控股合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。公司支付的1元股权转让款在母公司现金流量表“投资支付的现金”中体现。在向全国股转系统公司申请挂牌之前，公司股东、实际控制人讨论认为云漫智慧的电子商务业务与公司并不同类及相关，于2015年11月处置了云漫智慧。2015年1到11月期间，云漫智慧经审计但未单独出具审计报告的营业收入为180,705.24，金额较小，因此报告期内收购及处置云漫智慧对公司财务及经营均未造成影响。因合并日云漫智慧不存在或有事项，故收购完成后，不存在需要公司承担或有负债的情形。

（2）合并成本

单位：元

合并成本	彩虹智慧	云漫智慧
现金	2.00	1.00

（3）合并日被合并方资产、负债的账面价值

单位：元

项 目	彩虹智慧		云漫智慧	
	合并日	2014年12月31日	合并日	2014年12月31日
资产	549,951.64	549,951.64	222,726.44	222,726.44
负债	691,600.80	691,600.80	456,119.70	456,119.70
净资产	-141,649.16	-141,649.16	-233,393.26	-233,393.26
减：少数股东权益	-28,329.83	-	-70,017.98	-

项 目	彩虹智慧		云漫智慧	
	合并日	2014年12月31日	合并日	2014年12月31日
取得的净资产	-113,319.33	-	-163,375.28	-

(4) 企业合并中未承担的被合并方的或有负债（无）”

(2) 请公司补充披露如何实现对子公司在人员、财务、业务上的控制。

公司已于公开转让说明书“第一节 基本情况”之“五、子公司基本情况及历史沿革”处作补充披露如下：

“报告期内，公司曾控股彩虹智慧、云漫智慧两家子公司；截至本公开转让说明书签署之日，公司拥有彩虹智慧一家全资子公司。

公司通过以下方式实现对全资子公司彩虹智慧在人员、财务、业务上的控制：1、股权结构方面：公司持有子公司彩虹智慧 100%股权，有权决定子公司的财务和经营政策。2、内控制度方面：公司建立了包括《关联交易决策制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》等内控体系，同时要求子公司彩虹智慧同步执行各项内控制度，公司在内控制度层面上实现对子公司彩虹智慧及其人员、财务和业务的有效控制。3、决策机制方面：子公司彩虹智慧公司章程约定，“公司不设股东会，由股东行使下列职权：（1）决定公司的经营方针和投资计划；（2）选举和更换执行董事决定有关执行董事的报酬事项；（3）选举和更换监事，决定监事的报酬事项；（4）审议批准执行董事的报告；（5）审议批准监事的报告；（6）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（7）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损的方案；（8）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（9）对向股东以外的人转让出资作出决议；（10）对公司合并、分立、变更公司形式，解散和清算等事项作出决议；（11）修改公司章程。”。目前，公司任命实际控制人之一石亮担任子公司的执行董事，领导和管理子公司经营事务。由此可见，公司可以通过行使股东职权、委派执行董事实现对全资子公司彩虹智慧及其人员、财务和业务的有效控制。

子公司基本情况如下：

.....”

(3) 请主办券商及会计师补充核查公司收购子公司定价的公允性,并针对收购价格是否公允、是否存在利益输送情形发表专业意见。

主办券商及会计师核查了股权转让协议、股权转让款支付凭证、股东会决议、工商资料,并复核了相应的会计处理。

2015 年 1 月 7 日,经股东会决议通过,择众广告以现金 2 元控股合并了彩虹智慧。由于合并前后合并双方均受石亮、黎路的控制且该控制并非暂时性,故本合并属同一控制下的企业合并。彩虹智慧净资产为负且尚未实际出资,在考虑其业务情况后,股权转让双方协商一致,将此次股权转让价格定为 2 元。截至 2015 年 1 月 7 日,择众广告已支付股权转让款 2 元,同时完成工商变更登记并接管彩虹智慧取得其经营权,故合并日确定为 2015 年 1 月 7 日,择众广告与彩虹智慧的控股合并中取得的资产和负债,按照合并日在被合并方的账面价值计量。

2015 年 1 月 12 日,经股东会决议通过,择众广告以现金 1 元控股合并了云漫智慧。由于合并前后合并双方均受石亮、黎路的控制且该控制并非暂时性,故本合并属同一控制下的企业合并。云漫智慧净资产为负且尚未实际出资,在考虑其业务情况后,股权转让双方协商一致,将此次股权转让价格定为 1 元。截至 2015 年 1 月 12 日,择众广告已支付股权转让款 1 元,同时完成工商变更登记并接管云漫智慧

取得其经营权，故合并日确定为 2015 年 1 月 12 日，择众广告与云漫智慧的控股合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方的账面价值计量。

合并日被合并方资产、负债的账面价值

单位：元

项 目	彩虹智慧		云漫智慧	
	合并日	2014年12月31日	合并日	2014年12月31日
资产	549,951.64	549,951.64	222,726.44	222,726.44
负债	691,600.80	691,600.80	456,119.70	456,119.70
净资产	-141,649.16	-141,649.16	-233,393.26	-233,393.26
减：少数股东权益	-28,329.83	-	-70,017.98	-
取得的净资产	-113,319.33	-	-163,375.28	-

经核查，主办券商及会计师认为：收购经由股东会决议通过，相关决策程序完整；股权转让协议已签署，股权转让价款已支付，工商变更登记已完成，系真实有效的转让行为；收购及转让的作价由独立平等的双方自由协商确定，交易合法合规，真实有效，价格公允，不存在利益输送情形。

(4)请申报会计师就同一控制下企业合并会计核算是否符合《企业会计准则》相关规定发表意见。

收购前深圳市彩虹智慧科技有限公司和深圳市云漫智慧科技有限公司均受石亮和黎路最终共同控制，收购后深圳市彩虹智慧科技有限公司和深圳市云漫智慧科技有限公司也均受石亮和黎路最终控制，根据企业会计准则“合并前后均受相同的一方或多方的最终控制且非暂时性的”将上述合并认定为同一控制下的企业合并。

结合工商登记日和股权款支付日等因素说明合并日的确认依据：
上述企业合并已经双方股东会决议通过，于 2015 年 1 月 7 日、2015 年 1 月 12 日分别办理了工商变更登记；公司于 2015 年 1 月 7 日、2015 年 1 月 12 日分别支付了上述收购价款并取得收购子公司公司经营权。
综上所述，确定 2015 年 1 月 7 日及 2015 年 1 月 12 日为合并日。

上述会计处理的过程：

上述股权收购业务的会计处理为按照合并日取得被合并方所有者权益账面价值份额均为负数，长期股权投资的账面价值为 0，与支付的合并对价账面价值的差额调整资本公积。因资本公积不足以冲减，调整留存收益。

经核查，会计师认为，公司收购子公司作为同一控制下的企业纳入合并报表，符合企业会计准则的规定；合并日的确认依据充分；会计处理过程符合同一控制下的企业合并处理原则。

11、关于现金流量与净利润的差异。(1) 请公司补充披露现金流量表补充资料，补充说明净利润与经营活动产生的现金流量净额差异较大的原因及其合理性。(2)请主办券商及会计师补充核查上述事项，并对公司是否存在资金体外循环发表明确意见。

回复：

(1) 请公司补充披露现金流量表补充资料，补充说明净利润与经营活动产生的现金流量净额差异较大的原因及其合理性。

回复：

公司已于公开转让说明书“第四节 公司财务”之“三、公司近两年主要会计数据和财务指标”之“（五）主要财务指标变动分析”之“4、现金流量分析”处作补充披露如下：

“（1）合并现金流量表补充资料如下：

单位：元		
补充资料	2015 年度	2014 年度
净利润	3,260,781.05	910,987.13
加：资产减值准备	150,909.13	241.10
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	45,652.42	36,954.55
财务费用（收益以“-”号填列）	16,666.68	-
投资损失（收益以“-”号填列）	-320,551.68	-
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-37,727.27	-60.28
存货的减少（增加以“-”号填列）	-99,518.08	-35,168.14
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-7,730,751.90	-2,211,352.26
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	6,596,430.22	243,371.74
其他	-	-
经营活动产生的现金流量净额	1,881,890.57	-1,055,026.16

公司 2015 年的净利润为 326.08 万元，经营活动现金流量净额为 188.19 万元，差异金额为 137.89 万元，主要原因：①经营性应收项目影响金额-773.08 万元，经营性应付影响金额 659.64 万元，净额影响现金流量-113.44 万元，主要系产生利润的客户收入未收到全部款项所致，其中，应收账款第一名客户北京腾讯文化传媒有限公司由于收入结算不及时导致 2015 年底的应收账款余额较 2014 年底净增加 202.48 万元；②投资损失影响金额-32.06 万元，为处置深圳市云漫智慧科技有限公司 70%股权产生的处置损益。

公司 2014 年的净利润为 91.10 万元，经营活动现金流量净额为-105.50 万元，差异金额为 196.60 万元，主要原因：经营性应收项目影响金额-221.14 万

元，经营性应付影响金额 24.33 万元，净额影响现金流量-196.81 万元，主要系支付往来款导致其他应付款减少 218.16 万元所致，其中，2014 年度归还股东往来款 207.46 万元。

.....”

(2) 请主办券商及会计师补充核查上述事项，并对公司是否存在资金体外循环发表明确意见。

主办券商及会计师通过检查报告期内公司的资产负债表、利润表、现金流量表、序时账等资料，确认公司对本反馈问题回复中的补充披露的现金流量表补充资料无误、对净利润与经营活动产生的现金流量净额差异较大的原因说明合理。

针对公司是否存在资金体外循环，主办券商及会计师执行了以下核查程序：

①取得公司银行开户清单，同时会计师对公司银行账户进行了询证并得到回函确认；

②取得企业信用报告，检查确认不存在未记账或未披露的银行贷款信息；

③会计师通过将资金流水和银行日记账进行双向抽查核对，确认不存在银行流水与财务记账不一致的情况；

④对销售的回款完整性进行充分关注，检查收款的银行对账单，对收入与实际收回公司的款项进行比较，不存在现金收款情况；

⑤抽查采购业务凭证及对应的采购合同、发票等原始单据，未见

异常；

⑥抽查销售业务凭证及对应的销售合同、发票、收入确认资料等原始单据，未见异常。

经核查，主办券商及会计师认为：公司不存在资金体外循环的情况。

12、请通篇检查公转书中的文字错误。如第 10 页释义中将“RTB”误写为“RBT”。

回复：

公司及各中介机构已按上述要点通篇检查《公开转让说明书》等公开披露文件的文字错误。

《公开转让说明书》第 10 页释义中的“RBT”已修正为“RTB”。

13、请按照反馈督查报告中财务简表模板重新梳理披露公开转让说明书中第一节部分财务简表（如科目名称、万元等）。

回复：

公司已按照反馈督查报告中财务简表模板重新梳理披露公开转让说明书中第一节部分财务简表，详见公开转让说明书“第一节 基本情况”之“八、公司最近两年的主要数据及财务指标”，披露如下：

“.....

项 目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
资产总计（万元）	1,627.44	431.46

项 目	2015 年 12 月 31 日	2014 年 12 月 31 日
股东权益合计（万元）	731.58	141.77
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	731.58	151.60
每股净资产（元）	2.44	2.84
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	2.44	3.03
资产负债率（母公司）	53.85%	56.86%
流动比率（倍）	2.02	1.44
速动比率（倍）	1.28	0.84

项 目	2015 年度	2014 年度
营业收入（万元）	9,271.02	1,967.55
净利润（万元）	326.08	91.10
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	342.71	100.70
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	293.79	126.63
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）	310.42	126.63
毛利率（%）	8.94	25.20
净资产收益率（%）	86.03	99.46
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	77.92	125.07
基本每股收益（元/股）	2.73	2.01
稀释每股收益（元/股）	2.73	2.01
应收账款周转率（次）	42.25	19.72
存货周转率（次）	-	-
经营活动产生的现金流量净额（万元）	188.19	-105.50
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.63	-2.11

.....”

二、申报文件的相关问题

请公司和中介机构知晓并检查《公开转让说明书》等申报文件中

包括但不限于以下事项：

(1) 为便于登记，请以“股”为单位列示股份数。

回复：

公司已在《公开转让说明书》中以“股”为单位列示股份数。

(2) 请列表披露可流通股股份数量，检查股份解限售是否准确无误。

回复：

公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“二、股票挂牌情况”之“(二) 股份限售安排”之“2、挂牌之日股东所持股份的限售情况”中列表披露可流通股股份数量。经复核，股份解限售准确无误。

(3) 公司所属行业归类应按照上市公司、国民经济、股转系统的行业分类分别列示。

回复：

公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“一、公司简介”及“第二节 公司业务”之“八、公司所处行业情况”中，按要求进行了分别列示。

(4) 两年一期财务指标简表格式是否正确。

回复：

经核查,《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“八、公司最近两年的主要数据及财务指标”已按照反馈意见后附的格式披露了两年一期财务指标简表。

(5) 在《公开转让说明书》中披露挂牌后股票转让方式;如果采用做市转让的,请披露做市股份的取得方式、做市商信息。

回复:

公司已在《公开转让说明书》“第一节 基本情况”之“二、股票挂牌情况”之“(一)挂牌股票情况”中披露了公司的股票转让方式,公司股票转让方式为:协议转让。

(6) 历次修改的文件均需重新签字盖章并签署最新日期。

回复:

历次修改的文件均已重新签字盖章并签署最新日期。

(7) 请将补充法律意见书、修改后的公开转让说明书、推荐报告、审计报告(如有)等披露文件上传到指定披露位置,以保证能成功披露和归档。

回复:

公司及中介机构经核对,将就补充法律意见书、修改后的公开转让说明书等披露文件上传到指定披露位置,以保证能成功披露和归档。

(8) 申请挂牌公司自申报受理之日起,即纳入信息披露监管。

请知悉全国股转系统信息披露相关的业务规则，对于报告期内、报告期后、自申报受理至取得挂牌函并首次信息披露的期间发生的重大事项及时在公开转让说明书中披露。

回复：

公司与各中介机构知悉全国股转系统信息披露的相关业务规则，对于报告期内、报告期后、自申报受理至取得挂牌函并首次信息披露的期间发生的重大事项均已在《公开转让说明书》中披露。

(9) 请公司及中介机构等相关责任主体检查各自的公开披露文件中是否存在不一致的内容，若有，请在相关文件中说明具体情况。

回复：

公司及中介机构等相关责任主体经检查各自的公开披露文件，未发现不一致的内容。

(10) 请公司及中介机构注意反馈回复为公开文件，回复时请斟酌披露的方式及内容，若存在由于涉及特殊原因申请豁免披露的，请提交豁免申请。

回复：

公司及中介机构已注意披露的方式及内容，且不存在由于涉及特殊原因申请豁免披露的情形。

(11) 存在不能按期回复的，请于到期前告知审查人员并将公司或主办券商盖章的延期回复申请的电子版发送至审查人员邮箱，并在

上传回复文件时作为附件提交。

回复：

公司不存在不能按期回复情形。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《全国中小企业股份转让系统挂牌条件适用基本标准指引（试行）》及《公开转让说明书内容与格式指引》补充说明是否存在涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

回复：

公司不存在涉及挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页以下无正文）

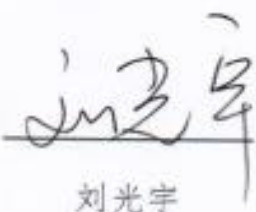
本页无正文，为《深圳市择众传媒股份有限公司与英大证券有限责任公司关于深圳市择众传媒股份有限公司挂牌申请文件反馈意见的回复》之签字盖章页。

深圳市择众传媒股份有限公司

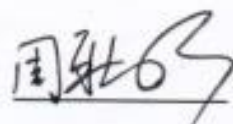


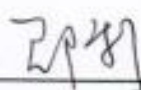
本页无正文，为《深圳市择众传媒股份有限公司与英大证券有限责任公司关于深圳市择众传媒股份有限公司挂牌申请文件反馈意见的回复》之签字盖章页。

项目负责人：

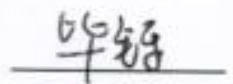

刘光宇

项目小组成员：

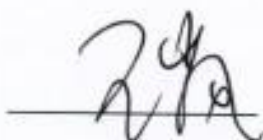

周耿明


邵 新


黄东发


毕 铎

内核专员：


王 岚



英大证券有限责任公司

2016年6月21日