

关于厦门多想互动文化传播股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
的审核问询函中
有关财务会计问题的专项说明

致同会计师事务所（特殊普通合伙）



关于厦门多想互动文化传播股份有限公司首次公开发行股票 并在创业板上市申请文件的审核问询函中 有关财务会计问题的专项说明

深圳证券交易所：

贵所《关于厦门多想互动文化传播股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（以下简称审核问询函）收悉。对审核问询函所提财务会计问题，致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称我们）对厦门多想互动文化传播股份有限公司（以下简称多想互动、公司或发行人）相关资料进行了核查，现做专项说明如下：

问题 2、关于发行人业务收入。报告期内，发行人全运营代理 IP 收入金额由 2017 年度 3,556.43 万元增长至 2019 年度 17,760.89 万元，其中指定类客户收入由 718.87 万元增长至 11,779.32 万元。根据反馈意见回复，发行人在确定目标代理 IP 后，将根据线下传播、线上图文宣传曝光与视频曝光三类广告渠道计算广告价值，并进行广告“预招商”。2019 年度，发行人媒介广告代理业务营业收入为 3,602.12 万元，同比增长 65.52%，主要系户外广告业务增长所致。请发行人：（1）补充披露报告期内前十大全运营代理 IP 的名称、IP 所有权人及收入金额；结合全运营代理 IP 的指定类客户数量、单个客户平均收入金额、补充披露全运营代理 IP 指定类客户收入大幅增长的原因及合理性，与举办活动的场次是否匹配。（2）补充披露报告期内内容营销前十大项目的线下活动实际参与人数、线上图文宣传曝光量、视频曝光量与测算广告价值时的预计数据是否存在较大差异，相关实际数据对客户验收结论、回款及后续合作是否有较大影响、是否曾与客户针对广告价值定价产生纠纷；如有，请进行充分的风险提示。（3）补充披露内容营销业务获客单价、线上曝光及视频曝光 CPM 的确定依据，是否符合行业惯例，与同行业可比公司定价模式是否存在差异。（4）发行人在内容营销业务中采用“预招商”销售模式是否系行业惯例，与同行业可比公司的商业模式是否存在重大差异。（5）报告期各期广告等媒介代理收入的主要项目及对应收入金额，2019 年度户外广告业务收入同比大幅增长的原因及合理性。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

一、报告期内前十大全运营代理 IP 的名称、IP 所有权人及收入金额；结合全运营代理 IP 的指定类客户数量、单个客户平均收入金额、补充披露全运营代理 IP 指定类客户收入大幅增长的原因及合理性，与举办活动的场次是否匹配

（一）报告期内前十大全运营代理 IP 的名称、IP 所有权人及收入金额

报告期内，公司前十大全运营代理 IP 的名称、IP 所有权人及收入金额具体情况如下：

单位：万元

序号	IP 名称	IP 所有权人	期间	收入
1	厦门国际时尚周	厦门市人民政府，厦门国际时尚周组委会	2019 年度	1,823.02
			2018 年度	1,686.98
			2017 年度	1,138.68
			小计	4,648.68
2	新加坡国际时尚周	海上丝绸之路国际时尚周组委会	2019 年度	1,462.26
			2017 年度	1,380.00
			小计	2,842.26
3	大学生马拉松联赛	中国大学生体育协会	2019 年度	984.98
			2018 年度	1,452.83
			小计	2,437.81
4	广场舞	共舞体育文化发展（北京）有限公司	2018 年度	1,037.74
			2017 年度	943.40
			小计	1,981.14
5	IMF 音乐节	星光文化传媒（厦门）有限公司	2019 年度	1,811.32
6	澳门国际时尚周	澳门时尚文化协会	2018 年度	1,591.51
7	东方时尚季·第 19 届中国（青岛）国际时装周	中国纺织工业联合会，青岛市人民政府	2019 年度	1,412.46
8	SHD 街舞赛	厦门普普文化股份有限公司	2019 年度	1,320.75
9	山蛙音乐节	杭州星推网络科技股份有限公司	2019 年度	990.57
10	深圳马拉松	深圳市人民政府	2019 年度	990.57
合计				20,027.07

（二）结合全运营代理 IP 的指定类客户数量、单个客户平均收入金额、补充披露全运营代理 IP 指定类客户收入大幅增长的原因及合理性，与举办活动的场次是否匹配

1、公司全运营代理 IP 指定类客户收入大幅增长的原因及合理性分析

（1）报告期内，公司全运营代理 IP 指定类客户收入与指定类客户数量情况具体如下：

年度	指定类客户收入	指定类客户数量	单个客户平均收入	项目指定类合作签约数量	单个项目指定类客户平均收入
----	---------	---------	----------	-------------	---------------

	(万元)	(家)	(万元)	(个)	(万元)
	A	B (注 1)	C=A/B	D (注 2)	E=A/D
2017 年度	718.87	4	179.72	4	179.72
2018 年度	2,498.19	9	277.58	12	208.18
2019 年度	11,779.32	19	619.96	47	250.62

注 1: 合并口径下参与指定类赞助的客户总量

注 2: 项目指定类合作签约数量为报告期各期所有项目指定类赞助个数合计。

如上, 报告期内, 公司全运营代理 IP 指定类客户营业收入分别为 718.87 万元、2,498.19 万元、11,779.32 万元, 其中, 2018 年度、2019 年度公司全运营代理 IP 指定类客户营业收入分别较上年度增加 1,779.32 万元、9,281.13 万元, 增幅分别为 247.52%、371.51%, 收入大幅增长, 主要原因有:

①报告期内, 公司全运营代理的 IP 数量大幅增加, 由 2017 年度的 4 个增加至 2019 年度的 18 个, 也使得公司全运营代理 IP 业务收入有所增长;

②一般情况下, 内容营销业务中, 冠名类客户通常要求在单次活动中取得最大的广告权益; 指定类客户则通常并不要求在每次活动中取得最大的广告权益, 而是选择相对较小的投入去合作多个活动, 以达到其在多个城市 (如城市马拉松) 曝光的宣传效果。2019 年度, 公司全运营代理新增了多个城市马拉松 IP, 指定类客户大幅增加, 使得全运营代理 IP 指定类客户相应的营业收入大幅增长。

③报告期内, 单个客户平均收入分别为 179.72 万元、277.58 万元、619.96 万元, 主要原因为随着公司 IP 活动范围扩大、影响力的提升的增加, 对单个客户吸引力不断提升, 一个客户会同时向公司采购多个 IP 的指定类席位所致。例如 2019 年度: “盼盼” 指定赞助了 2019IMF 音乐节等 3 个项目, 合计 943.40 万元, “立白” 指定赞助了 2019 深圳马拉松等 5 个项目, 合计 1,235.85 万元; “韩后” 指定赞助了 2019 厦门国际时尚周等 7 个项目, 合计 2,127.36 万元。因此, 项目指定类合作签约数量增加使得 2019 年度指定客户赞助收入增长。

(2) 指定类客户收入前五大客户的项目及收入

报告期内, 指定类客户收入前五大客户的项目及收入情况如下:

单位: 万元

年度	序号	客户	项目	收入
2019 年度	1	韩后化妆品股份有限公司	东方时尚季·第 19 届中国 (青岛) 国际时装周	226.42
			2019 年山蛙音乐节	339.62
			2019 厦门国际时尚周	235.85

			2019年 SHD 街舞赛	330.19
			2019IMF 音乐节	377.36
			2019 南昌马拉松	283.02
			2019 深圳马拉松	334.91
			小计	2,127.36
	2	广州蜂群传媒有限公司	2019 襄阳马拉松	202.83
			2019 南昌马拉松	297.17
			2019 嘉兴马拉松	202.83
			2019 东莞马拉松	202.83
			2019 深圳马拉松	330.19
			小计	1,235.85
	3	四三九九网络股份有限公司	2019 大学生马拉松联赛	235.85
			2019 年 SHD 街舞赛	330.19
			2019 襄阳马拉松	198.11
			2019 嘉兴马拉松	190.57
			2019 长沙马拉松	226.42
			小计	1,181.13
	4	盼盼系列	2019 大学生马拉松联赛	235.85
			2019 年山蛙音乐节	330.19
			2019IMF 音乐节	377.36
			小计	943.40
	5	金冠(中国)食品有限公司	2019 嘉兴马拉松	193.40
			2019 长沙马拉松	235.85
			2019 东莞马拉松	188.68
			2019 深圳马拉松	325.47
			小计	943.40
	合计			6,431.14
2018 年度	1	韩后化妆品股份有限公司	2018 澳门国际时尚周	283.02
			2018 厦门国际时尚周	283.02
			小计	566.04
	2	厦门络缇时尚集团有限公司	2018 厦门国际时尚周	330.19
			2018 伯勒时尚文化公益论坛	94.34

			小计	424.53
	3	珂卡芙鞋业有限公司	2018 厦门国际时尚周	235.85
			2018 印尼时尚周	160.38
			小计	396.23
	4	福建希尼亚服装织造有限公司	2018 厦门国际时尚周	283.02
	5	福建鸿星尔克体育用品有限公司	2018 厦门国际时尚周	235.85
	合计			1,905.67
2017 年度	1	虎都（中国）实业有限公司	2017 年厦门国际时尚周	235.85
	2	北京创奇互动科技有限公司	新加坡国际时尚周	200.00
	3	古琳达姬（厦门）股份有限公司	2017 年厦门国际时尚周	188.68
	4	厦门媒管家文化科技有限公司	广场舞	94.34
	合计			718.87

报告期内，公司指定类客户中前五大客户的销售收入合计分别为 718.87 万元、1,905.66 万元、6,431.13 万元，呈快速增长趋势，主要系一个客户同时向公司采购多个 IP 指定类赞助的情形不断增加所致。2017 年度，指定类客户收入前五大客户均只向公司采购一个 IP 的指定类赞助，而至 2019 年度，单个客户向公司采购多个 IP 的指定类赞助显著增加，如韩后化妆品股份有限公司参与了公司 2019IMF 音乐节等 7 个项目的指定赞助，赞助总额为 2,127.36 万元。

2、全运营代理 IP 指定类客户收入与举办活动的场次的匹配性分析

报告期内，全运营代理 IP 的指定类客户收入、活动场次情况具体如下：

年度	指定类客户收入（万元）	全运营代理 IP 活动场次（场）
2017 年度	718.87	7
2018 年度	2,498.19	33
2019 年度	11,779.32	47

如上，报告期内，公司全运营代理 IP 举办场次分别为 7 场、33 场、47 场，举办场次持续增加，对应的全运营代理 IP 指定类客户收入也呈逐年增长趋势，分别为 718.87 万元、2,498.19 万元、11,779.32 万元，但举办场次与指定类客户收入并非线性正相关关系，主要是因为：

（1）单个全运营 IP 的指定价格存在差异

IP 指定价格主要受该 IP 项目的活动形式、活动内容、参与人数、曝光度、影响力、对应合作客户的预算及其营销所需投放的区域等因素影响，不同 IP 的指定价格差异较大；

(2) 单个全运营 IP 的项目中指定赞助的个数存在差异

受招商情况的影响，指定赞助的个数一般为 0-5 个不等；

(3) 单个全运营 IP 项目场次大小存在差异

一般情况下，规模越大的 IP 项目指定赞助的个数较多、金额较大。

二、报告期内内容营销前十大项目的线下活动实际参与人数、线上图文宣传曝光量、视频曝光量与测算广告价值时的预计数据是否存在较大差异，相关实际数据对客户验收结论、回款及后续合作是否有较大影响，是否曾与客户针对广告价值定价产生纠纷；如有，请进行充分的风险提示

(一) 报告期内内容营销前十大项目的线下活动实际参与人数、线上图文宣传曝光量、视频曝光量与测算广告价值时的预计数据是否存在较大差异

报告期内，公司内容营销前十大项目实际曝光数据与预计数据对比情况具体如下：

序号	所属年度	项目明细	IP 类型	实际曝光			预计曝光		
				线下参与人数(人)	线上图文曝光(cpm)	线上视频曝光(cpm)	线下参与人数(人)	线上图文曝光(cpm)	线上视频曝光(cpm)
1	2018年度	2018年小马星球	自有	81,944	166,440	79,314	80,000	100,000	70,000
2	2019年度	2019年小马星球	自有	81,352	169,466	38,420	80,000	120,000	40,000
3	2017年度	中国在跨界	自有	-	445,111	142,000	-	120,000	70,000
4	2019年度	2019厦门国际时尚周	全运营代理	80,227	289,734	81,262	80,000	120,000	80,000
5	2019年度	2019 IMF 音乐节	全运营代理	40,024	687,016	166,311	40,000	360,000	200,000
6	2018年度	2018厦门国际时尚周	全运营代理	82,210	102,430	54,256	80,000	100,000	50,000
7	2018年度	2018澳门国际时尚周	全运营代理	24,210	185,773	35,305	24,000	80,000	50,000
8	2019年度	2019新加坡国际时尚周	全运营代理	30,000	93,966	40,710	30,000	90,000	40,000
9	2018年度	2018中国大学生马拉松联赛	全运营代理	60,092	155,879	52,164	60,000	150,000	20,000
10	2019年度	2019年 SHD 街舞赛	全运营代理	70,236	109,732	40,789	70,000	70,000	35,000

注 1: 实际曝光数据中线下活动参与人数来源于公司编制的项目报名时或现场计票时的统计表；

注2: 实际曝光数据中线上图文宣传曝光量及视频曝光量是根据实际投放情况进行估计和统计, 并对以上项目聘请独立第三方 TalkingData (北京腾云天下科技有限公司) 进行数据复核;

注3: 《中国在跨界》为网络综艺节目, 为纯线上宣推;

如上, 公司报价时, 预估曝光量为保守曝光数量, 实际曝光总量的估计和统计一般会超过预估的曝光总量, 符合行业实际情况。

(二) 内容营销项目相关实际数据对客户验收结论, 回款及后续合作是否有较大影响, 是否曾与客户针对广告价值定价产生纠纷

公司与客户销售合同会约定活动举办地、举办场次, 活动执行中广告展出位置, 广告牌数量、广告牌展现方式、线上投放的媒体、投放方式等具体事项。

客户对合同履行的情况进行验收, 当合同约定的广告合同约定服务执行完毕获得客户的认可后, 客户会在项目验收单上进行确认。客户采取上述验收标准而非以曝光量数据为主, 主要是因为客户更注重品牌宣传推广的实质 (例如: IP 内容的趣味性、互动性、体验性; 传播渠道的多样性; 广告投放的性价比等)。

综上, 客户要求的核心 (合同约定主要内容) 是约定现场的广告展示 (如享有几个广告牌、几个展示架、几个造型展示等)、线上的广告宣推 (如: 几家媒体资源平台、几种投放方式等), 公司曝光量及广告价值测算仅是作为公司对外报价的一个依据, 在合同约定条款中并不约定具体的曝光量, 客户验收时也不以实际的曝光量数据作为验收标准。公司之所以统计后续的实际数据并提供给客户, 只是为了让客户体验更好, 觉得物有所值, 增加未来合作的可能性, 相关实际数据对客户验收结论、回款及后续合作不存在较大影响。

报告期内, 公司不存在曾与客户针对广告价值定价产生纠纷的情况。

三、内容营销业务获客单价、线上曝光及视频曝光 CPM 的确定依据, 是否符合行业惯例, 与同行业可比公司定价模式是否存在差异

(一) 内容营销业务获客单价、线上曝光及视频曝光 CPM 的确定依据, 是否符合行业惯例

1、内容营销业务获客单价的确定依据, 是否符合行业惯例

广告行业和公关行业中, 线下活动类产品无广告刊例价可直接参考。

行业中线下活动获客单价主要是以同类产品招商方案中的赞助层级报价单, 以往期历史参与人数或预估参与人数等数据, 来计算出此活动或赛事的线下获客单价的区间, 然后以此为参考, 自行进行定价。

公司内容营销业务相关项目进行定价时, 线下活动部分涉及获客单价主要以同类城市中类似活动线下获客单价为参考值, 公司再根据本项目的受众人群、参与人数、项目影响力、举办地等因素适当调整确定 IP 项目的线下获客单价, 系参

考行业同类产品的估算的一个市场价格。

例如：在确定厦门国际时尚周 IP 项目线下获客单价时，以“厦门马拉松”IP 为参考（“厦门马拉松”IP 来源于厦门文广体育有限公司的招商方案，在 2020 厦门马拉松赛商业推介合作案中，“厦门马拉松”IP 一级和二级广告赞助的线下实际获客单价为 407-543 元/人），厦门国际时尚周 IP 项目举办地也是在厦门，公司在综合考虑本项目的受众人群、参与人数、项目影响力等因素后进行适当调整，确定厦门国际时尚周 IP 项目的线下获客单价为 300 元/人，系参考行业同类产品的估算的一个市场价格。

2、线上曝光及视频曝光 CPM 的确定依据，是否符合行业惯例

（1）线上图文曝光 CPM

以新闻门户类（PC/移动端）、垂直类竞争媒体资源公开的刊例价为基础，综合考虑投放形式、投放时段、投放时长，确定线上图文曝光 CPM 的报价。

例如：新浪微博、今日头条等按季度更新广告资源刊例报价单，详细情况如下：

媒体	媒介资源	形式	期间	CPM/元
新浪	新浪网络广告	通栏	2019 年 Q1-Q2	60
	手机新浪网	图形	2019 年 Q2	50
	手机新浪网	信息流	2019 年 Q2	40-48
	新浪新闻客户端	信息流	2019 年 Q2	40-48
	微博	常规信息流	2019 年 Q2	40-80
	微博	常规展示	2019 年 Q2	50
今日头条	今日头条	详情页 banner	2019 年 Q2	40
	今日头条	相关推荐	2019 年 Q2	40
	今日头条	图集尾帧	2019 年 Q2	60

公司内容营销相关项目中线上线上图文 CPM 进行报价时，会以最近季度媒介资源方最新的刊例价为基础。例如：公司在二季度在准备 2019 厦门国际时尚周 IP 项目招商方案，参考以上新浪、今日头条等媒体的 Q2 季度刊例价区间值，确定本 IP 项目线上图文曝光刊例报价为 50 元/CPM。

（2）视频曝光 CPM

以视频网站类、短视频类竞争媒体资源刊例价为基础，再根据客户视频投放地区主要城市的不同位置，确定对外报价。

例如：腾讯视频、优酷视频、爱奇艺视频等按季度更新广告资源刊例报价单，举例如下：

媒体	形式	市场分级	期间	CPM/元
爱奇艺	贴片（15秒）	K（核心城市）	2019年Q2	140-210
		A（主要城市）	2019年Q2	100-150
优酷	贴片（15秒）	K（核心城市）	2019年Q2	140-210
		A（主要城市）	2019年Q2	100-150
腾讯	贴片（15秒）	K（核心城市）	2019年Q4	165-255
		A（主要城市）	2019年Q4	115-170

公司内容营销相关项目中线上视频曝光 CPM 进行报价时，会以最近季度媒介资源方最新的刊例价为基础。例如：公司在二季度在准备 2019 街舞大赛 IP 项目招商方案，参考以上腾讯、优酷、爱奇艺等视频媒体的 Q2 季度刊例价区间值，确定本 IP 项目线上视频曝光刊例报价为 100 元/CPM。

（二）公司内容营销业务与同行业可比公司定价模式是否存在差异

广告行业中，所有媒体定价均由媒体的影响力（报纸为发行量、电视为收视率、线上媒体为曝光量、户外媒体为人流量等）、消费人群、广告形式（报纸为头版头条、软文报道等；电视为十五秒、三十秒硬广等；节目为冠名、特约、指定等；线上媒体为开机画面、信息流等；户外媒体为整版等）来综合决定，其中，行业内大部分公司的业务系通过代理成熟媒体（如报纸、电视台、互联网媒体、户外等）服务客户，其价格由媒体方定价，无自主定价权；公司内容营销系通过整合线下内容形式、线上传播渠道，根据 IP 影响力、消费人群、广告形式来综合定价（其中：线下活动主要考虑参与人群及其消费水平、获客成本等；线上主要考虑不同媒体的组合（在约定某个具体媒体时，由于约定了播放方式及时间，能预估一个相对合理的曝光量），在定价时，公司根据线下、线上进行综合自主定价。

如上，公司内容营销业务与同行业可比公司定价模式并无实质差异，差异主要在于是否具有自主定价权。

四、发行人在内容营销业务中采用“预招商”销售模式是否系行业惯例，与同行业可比公司的商业模式是否存在重大差异

（一）发行人在内容营销业务中采用“预招商”销售模式是否系行业惯例

由于公司与同行业可比上市公司内容营销业务实质不同，导致内容营销业务收入不具直接可比性。

但在分析同行业可比上市公司的年度报告、招股说明书等公开披露信息之后，发现同行业公司营业收入中有划分的公关广告类别业务（包括公关传播、公关活动、公关服务业务等）模块与公司公关策划活动业务类似。加之公司内容营销业务是由其公关策划活动业务升级而来，其公关广告类别业务具有可比性。现将公司内容营销+公关策划活动业务合计收入与同行业可比上市公司中公关广告收入

进行对比分析。

同行业可比公司公关广告业务的销售模式对比情况如下：

公司名称	相关业务	服务内容、服务方式	商业模式
因赛集团	公关传播	属于“一对一”定制类公关传播业务，强调从品牌管理出发的活动策划及设计	定制化直销模式
省广集团	公关活动	属于客户“一对一”定制类公关传播业务，核心是策划、创意，设计	定制化直销模式
华谊嘉信	公关广告	属于“一对一”定制类公关传播业务，核心是创意设计、制作运营、媒体传播的一站式服务	定制化直销模式
电声股份	互动展示	包含“一对一”定制类公关传播业务及通过跨界品牌整合的创新性营销服务，核心是线下体验性、互动性	定制化直销模式
公司	内容营销、公关策划活动	内容营销是通过“内容+渠道”、“线下活动+线上传播”的方式运营 IP，同时为多个客户服务，注重互动性、体验性、趣味性及媒体的二次传播，属于“一对多”的整合营销；公关策划活动属于“一对一”定制类公关传播业务	内容营销为预招商模式；公关策划活动定制化直销模式

由上，同行业可比公司公关广告业务的销售模式主要采取定制化直销模式，而公司的公关广告业务主要以内容营销为主，采取的是预招商模式。

由于上述服务内容和方式差异，公司内容营销业务与同行业可比公司的商业模式差异较大，不好直接对比。然而广告行业中偏内容制作的公司采用预招商模式的情况比较常见。广告行业中，除定制内容外，自制内容对外销售的方式主要有固定承制费用模式、平台播出合作分成模式、广告预招商模式等，选取行业中以内容制作为主的公司对比情况如下：

序号	同行业公司	基本情况	主要产品	面向主要客户群体	主要销售模式
1	上海灿星文化传媒股份有限公司	拟创业板 IPO	综艺节目	电视台、频网站	固定承制费用模式、合作分成模式
				广告客户	预招商模式
2	多想互动	拟创业板 IPO	内容营销	广告客户、第三方广告代理公司	预招商模式

在内容制作兼营销公司中，运营 IP 具有较大独创性，采用“预招商”销售模式，即在 IP 制作或代理前预先进行招商，确定广告赞助商及商业合作方，从而获得品牌客户和平台资金支持。“预招商”有利于其对产品第一阶段的收入水平进行预估，根据收入预测数据控制项目的成本投入规模，从而有效降低经营风险。

如上，在广告行业中，以内容制作为主的公司采取预招商模式进行“先销后采”或“以销定采”的情况比较常见。因此，公司内容营销业务采取“预招商”模式减低运营风险，符合行业惯例。

(二) 发行人在内容营销业务中采用“预招商”销售模式与同行业可比公司的

进行对比分析。

同行业可比公司公关广告业务的销售模式对比情况如下：

公司名称	相关业务	服务内容、服务方式	商业模式
因赛集团	公关传播	属于“一对一”定制类公关传播业务，强调从品牌管理出发的活动策划及设计	定制化直销模式
省广集团	公关活动	属于客户“一对一”定制类公关传播业务，核心是策划、创意、设计	定制化直销模式
华谊嘉信	公关广告	属于“一对一”定制类公关传播业务，核心是创意设计、制作运营、媒体传播的一站式服务	定制化直销模式
电声股份	互动展示	包含“一对一”定制类公关传播业务及通过跨界品牌整合的创新性营销服务，核心是线下体验性、互动性	定制化直销模式
公司	内容营销、公关策划活动	内容营销是通过“内容+渠道”、“线下活动+线上传播”的方式运营IP，同时为多个客户服务，注重互动性、体验性、趣味性及媒体的二次传播，属于“一对多”的整合营销；公关策划活动属于“一对一”定制类公关传播业务	内容营销为预招商模式；公关策划活动定制化直销模式

由上，同行业可比公司公关广告业务的销售模式主要采取定制化直销模式，而公司的公关广告业务主要以内容营销为主，采取的是预招商模式。

由于上述服务内容和方式差异，公司内容营销业务与同行业可比公司的商业模式差异较大，不好直接对比。然而广告行业中偏内容制作的公司采用预招商模式的情况比较常见。广告行业中，除定制内容外，自制内容对外销售的方式主要有固定承制费用模式、平台播出合作分成模式、广告预招商模式等，选取行业内以内容制作为主的公司对比情况如下：

序号	同行业公司	基本情况	主要产品	面向主要客户群体	主要销售模式
1	上海灿星文化传媒股份有限公司	拟创业板IPO	综艺节目	电视台、频网站	固定承制费用模式、合作分成模式
				广告客户	预招商模式
2	多想互动	拟创业板IPO	内容营销	广告客户、第三方广告代理公司	预招商模式

在内容制作兼营销公司中，运营IP具有较大独创性，采用“预招商”销售模式，即在IP制作或代理前预先进行招商，确定广告赞助商及商业合作方，从而获得品牌客户和平台资金支持。“预招商”有利于其对产品第一阶段的收入水平进行预估，根据收入预测数据控制项目的成本投入规模，从而有效降低经营风险。

如上，在广告行业中，以内容制作为主的公司采取预招商模式进行“先销后采”或“以销定采”的情况比较常见。因此，公司内容营销业务采取“预招商”模式减低运营风险，符合行业惯例。

（二）发行人在内容营销业务中采用“预招商”销售模式与同行业可比公司的

商业模式是否存在重大差异

公司内容营销业务与同行业可比公司不直接可比，主要是以公关广告业务进行比较分析。

同行业可比公司的公关广告业务的销售模式主要采取定制化直销模式，而公司的公关广告业务主要以内容营销为主，采取的是预招商模式。

同行业可比公司采用预招商模式情况较少，然而广告行业中偏内容制作的公司采用预招商模式的情况比较常见。

因此，公司的在内容营销业务中采用“预招商”销售模式与同行业可比公司的商业模式有一定的差异；但与广告行业中偏内容制作的公司相比，不存在差异。

五、报告期各期广告等媒介代理收入的主要项目及对应收入金额，2019年度户外广告业务收入同比大幅增长的原因及合理性

（一）报告期各期广告媒介代理收入的主要项目及对应收入金额

报告期各期，公司广告媒介代理业务中前十大项目及对应收入金额具体情况如下：

1、2019年度

单位：万元

序号	类别	项目名称	投放品牌	收入	占比
1	户外广告	2019立白电梯广告	立白	1,135.63	31.53%
2	户外广告	起步户外媒体广告投放	起步 ABC KIDS	849.06	23.57%
3	电视广告	安井 2019年 CCTV-3《你好生活》甄选品牌	安井食品	391.51	10.87%
4	电视广告	盼盼 2019年河南卫视广告投放	盼盼食品	296.13	8.22%
5	电视广告	盼盼 2019年安徽卫视广告投放	盼盼食品	192.31	5.34%
6	户外广告	安井 2019上海公交广告	安井食品	141.51	3.93%
7	电视广告	盼盼 2019年四川卫视广告投放	盼盼食品	105.75	2.94%
8	户外广告	安井 2019苏州公交广告	安井食品	64.15	1.78%
9	户外广告	2019安井户外广告长春投放	安井食品	60.26	1.67%
10	户外广告	2019安井户外广告沈阳投放	安井食品	58.01	1.61%
合计				3,294.32	91.46%

注：“占比”为占当期媒介广告代理业务收入的比例，下同。

2、2018年度

单位：万元

序号	类别	项目名称	投放品牌	收入	占比
1	电视广告	安徽卫视 2018 年全年广告投放	盼盼食品	549.00	25.23%
2	电视广告	上海一誉电视广告投放	一誉电子	471.70	21.67%
3	电视广告	2018 年河南山东卫视广告投放	盼盼食品	264.98	12.18%
4	户外广告	安井食品广告宣传	安井食品	216.98	9.97%
5	户外广告	江浙公交车车身广告	安井食品	205.66	9.45%
6	电视广告	广东、浙江电视台投放	森友食品	164.29	7.55%
7	户外广告	上海公交车车身广告	安井食品	70.75	3.25%
8	户外广告	安井 2018 长春车体广告发布	安井食品	47.05	2.16%
9	户外广告	安井 2018 沈阳广告发布	安井食品	45.30	2.08%
10	户外广告	安井 2018 哈尔滨车体广告发布	安井食品	42.08	1.93%
合计				2,077.79	95.47%

3、2017 年度

单位：万元

序号	类别	项目名称	投放品牌	收入	占比
1	电视广告	湖南卫视广告播出	起步 ABC KIDS	1,433.96	61.40%
2	电视广告	上海一誉广告代理	一誉电子	471.70	20.20%
3	电视广告	广东、浙江电视台投放	森友食品	217.69	9.32%
4	户外广告	上海公交车车身广告	安井食品	70.75	3.03%
5	电视广告	黑龙江电视台广告代理 10 月	盼盼食品	58.49	2.50%
6	户外广告	苏州公交车车身广告	安井食品	32.08	1.37%
7	电视广告	黑龙江电视台广告代理 11 月	盼盼食品	28.30	1.21%
8	电视广告	泉州电视台广告代理	盼盼食品	22.64	0.97%
合计				2,335.62	100.00%

报告期内，公司媒介广告代理项目相对集中，前十大项目占比较高。

(二) 2019 年度户外广告业务收入同比大幅增长的原因及合理性

报告期内，公司媒介代理业务收入按广告传播渠道不同划分具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
电视广告	985.71	27.36%	1,449.96	66.63%	2,232.79	95.60%
户外广告	2,616.41	72.64%	726.32	33.37%	102.83	4.40%
合计	3,602.12	100.00%	2,176.29	100.00%	2,335.62	100.00%

媒介代理业务的传播渠道主要受客户投放预算和投放偏好的影响，公司媒介广告代理业务根据老客户的营销需求进行采买，因此报告期各期媒介代理业务采买的传播渠道会有所不同，例如：起步股份有限公司在2017年度是投放电视广告，而2019年度是投放户外广告。

如上，报告期内，公司媒介代理业务中户外广告收入分别为102.83万元、726.32万元、2,616.41万元，其中2019年度户外广告业务收入同比大幅增长，主要是系2019年度“立白”、“起步ABC KIDS”两个品牌分别需要定向投放电梯广告和户外LED广告，其中立白电梯广告系2019年10-11月期间由公司代理在全国80个城市投放，共计投放34万次（1次/周/面）电梯广告，以上2个户外广告项目金额合计1,984.69万元。

综上，2019年度户外广告业务收入同比大幅增长具有合理性。

核查程序：

1、通过访谈管理层和业务部门相关人员，了解全运营代理IP的所有权人、全运营代理IP指定类客户收入大幅增长的原因，了解2019年度户外广告业务收入同比大幅增长的原因，了解内容营销的定价模式；

2、获取报告期内全运营代理IP项目清单及收入明细表，检查前十大全运营代理IP项目及收入金额是否正确，分析全运营代理IP指定类客户收入大幅增长的合理性；

3、获取报告期内前十大内容营销项目的第三方数据报告，复核公司对图文和视频实际曝光量的评估分析数据与预算数据的差异；

4、获取公司提供的线上主流媒体的刊例价信息，及与媒体方的邮件或微信报价沟通记录，对刊例价信息与内容营销项目的线上曝光及视频曝光CPM进行对比；

5、查阅同行业上市公司公开披露信息，与公司业务模式进行分析对比；

6、获取公司主要项目的合同、项目验收单、总结报告等资料，核查项目验收的实际情况，与销售合同相关条款（合同会约定活动举办地、举办场次，活动执行中广告展出位置、广告牌数量、广告牌展现方式等具体事项）进行对照比较。

7、获取报告期内媒介代理项目清单及收入明细表，检查媒介代理收入的主要项目，分析2019年度户外广告业务收入同比大幅增长的合理性；

核查结论:

经核查,我们认为:

1、报告期内公司全运营 IP 中指定类客户大幅增长,主要是公司内容营销业务收入大幅度增长,全运营代理 IP 数量大幅增加,以及公司新增多个城市马拉松 IP 对指定类客户吸引力增加等,具有合理性。单个全运营 IP 的指定价格主要与该 IP 项目的活动形式、活动内容、参与人数、曝光度、影响力有关,与对应合作客户的预算及其营销所需投放的区域有关,与举办活动的场次非正向相关关系。

2、报告期内,公司内容营销前十大项目的线下活动实际参与人数、实际线上图文宣传曝光量、视频曝光量的评估数据略大于与公司测算广告价值时的预计数据,实际曝光的评估数据与预计数据对比整体较为接近,不存在较大差异。

3、公司内容营销业务获客单价主要是以同类产品招商方案中计算的活动或赛事线下获客单价区间而定,线上曝光 CPM 主要参考新闻门户、垂直类竞争媒体的刊例价为基础计算,视频曝光 CPM 主要以视频网站类、短视频类竞争媒体资源刊例价为基础计算。与公司内容营销业务进行对比的同行业可比公司,主要是比较其公关广告(一对一的定制化服务)。同行业可比公司的可比部分业务(公关广告)采用的是公司公关策划活动部分的定价模式,与公司内容营销业务定价模式存在较大的差异。

4、在广告行业中,以内容制作为主的公司采取预招商模式进行“先销后采”或“以销定采”的情况比较常见。因此,公司内容营销业务采取“预招商”模式减低运营风险,符合行业惯例。公司的在内容营销业务中采用“预招商”销售模式与同行业可比公司的商业模式有一定的差异;但与广告行业中偏内容制作的公司相比,不存在差异。

5、2019 年度户外广告业务收入大幅增长,主要是系 2019 年度“立白”、“起步 ABC KIDS”两个品牌分别需要定向投放电梯广告和户外 LED 广告,两个项目金额合计 1,984.69 万元,具有合理性。

问题 6、关于发行人供应商泉州盛大瑞兴文化传播有限公司(以下简称盛大瑞兴)。报告期内,发行人向盛大瑞兴采购的金额分别为 534.33 万元、996.83 万元、1,491.53 万元。工商登记信息显示,泉州盛大瑞兴文化传播有限公司原联络员备案为魏美忠,于 2017 年变更为陈秀妹。发行人实际控制人刘建辉的姨妈名字也为魏美忠。关于发行人供应商北京壹天时代文化传播有限公司(以下简称壹天时代)。报告期内,发行人向壹天时代采购的金额分别为 633.19 万元、1,066.42 万元、1,791.61 万元。根据招股说明书,壹天时代的股东为黄华、吴佩立。根据工商登记信息显示,黄华、黄茜君同时为旭腾控股有限公司的股东。黄茜君担任上饶市君雷咨询服务有限公司的法定代表人。上饶市君雷咨询服务有限公司与发行人共同投资多想视界,持股比例分别为 12.73%、9.09%。请发行人补充披露:

(1)盛大瑞兴原联络员魏美忠与发行人实际控制人刘建辉的姨妈魏美忠是否系同一人,如是,请披露原因及合理性。(2)发行人股东、董事、监事、高级管理人员与黄华、黄茜君是否存在关联关系、共同投资或其他利益往来。(3)上

述供应商的具体经营业务，发行人向上述供应商采购的具体内容，采购价格是否公允，采购产品服务是否具备合理性。（4）上述供应商与发行人业务、主要客户、供应商是否存在重合，是否存在为发行人承担成本费用的情况，是否存在向发行人输送客户和利润的情况。（5）发行人与上述供应商是否存在其他利益往来、交叉任职情形，上述供应商股东是否为发行人股东、董事、监事、高级管理人员代持或进行其他利益安排，是否存在关联交易非关联化情形。（6）根据招股说明书，薛李宁持有厦门壹天企业管理咨询有限公司99%的股权，请发行人补充披露壹天时代及其股东与薛李宁是否存在关联关系、股份代持，或其他利益往来及应说明的关系。请补充披露薛李宁与发行人其他供应商及客户是否存在关联关系、其他利益往来或应说明的关系。（7）盛大瑞兴、壹天时代是否属于《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第7.2.3第五项规定的“中国证监会、本所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的法人或者其他组织”。请保荐人、申报会计师、发行人律师核查并发表明确意见。

一、盛大瑞兴原联络员魏美忠与发行人实际控制人刘建辉的姨妈魏美忠是否系同一人，如是，请披露原因及合理性

盛大瑞兴原联络员魏美忠与发行人实际控制人刘建辉的姨妈魏美忠系同一人。

魏美忠已取得《会计从业资格证书》、《办税员证》，主要从事代理记账/报税服务，期间曾为盛大瑞兴、福建中恒嘉建设有限公司、泉州市双志建材工贸有限公司、福建省嘉晟力恒工贸有限公司、泉州市丰泽区竹霜叶贸易有限公司、泉州市丰泽区竹霜叶汗蒸服务有限公司、福建安盈劳务有限公司等多家企业提供过代理记账/报税服务。

2016年4月至2017年7月，魏美忠为盛大瑞兴提供代理记账服务，服务费用为500元/月；由于企业在报送/公示年度报告前，需要在工商系统备案联络员，而魏美忠当时为盛大瑞兴提供代理记账服务，为工作便利，经与魏美忠协商，盛大瑞兴决定由魏美忠担任其联络员；2017年7月，魏美忠终止与盛大瑞兴的代理记账服务关系，自此不再担任盛大瑞兴的联络员。

盛大瑞兴是一家从事道具物料制作及租赁、舞台搭建的供应商，拥有自己的物料工厂。经采购部开拓，公司于2015年下半年与其展开合作，向其采购道具物料、租赁设备、舞台搭建等。

经访谈魏美忠、盛大瑞兴，了解魏美忠担任盛大瑞兴联络员的原因及合理性，查阅魏美忠取得的《会计从业资格证书》、《办税员证》，查阅魏美忠为相关公司提供代理记账、报税等服务后获取劳务报酬的银行收款记录，查阅相关企业的企业所得税年度纳税申报表，并取得相关公司出具的《确认函》，盛大瑞兴与魏美忠之间的服务交易真实，盛大瑞兴不存在为魏美忠或其指定企业利益输送的安排；魏美忠未在盛大瑞兴拥有权益/投资，与盛大瑞兴不存在收益分成、委托持股等方面的利益安排或风险承担，与盛大瑞兴不存在其他任何关联关系或利益关系。

基于上述，魏美忠为盛大瑞兴提供代理记账服务并担任盛大瑞兴的联络员，具有合理性。

二、发行人股东、董事、监事、高级管理人员与黄华、黄茜君是否存在关联

关系、共同投资或其他利益往来

根据对黄华、黄茜君的访谈，以及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的《确认函》，公司与黄茜君控制的上饶市君雷咨询服务中心（有限合伙）共同投资多想视界，截至本审核问询回复出具之日，公司的主要股东、董事、监事、高级管理人员与黄华、黄茜君不存在关联关系、共同投资或其他利益往来。

公司与上饶市君雷咨询服务中心（有限合伙）共同投资多想视界的合作背景为：双方拟涉足地铁广告技术业务（包括地铁屏蔽门技术的研发、产品生产、地铁资源的对接等），黄茜君控制的上饶市君雷咨询服务中心（有限合伙）具有地铁广告技术业务方面的渠道和资源，公司具有营销推广的客户资源，故公司与上饶市君雷咨询服务中心（有限合伙）共同投资多想视界。

三、上述供应商的具体经营业务，发行人向上述供应商采购的具体内容，采购价格是否公允，采购产品服务是否具备合理性

（一）盛大瑞兴、壹天时代的基本情况

1、盛大瑞兴

盛大瑞兴的基本情况如下：

名称	泉州盛大瑞兴文化传播有限公司
统一社会信用代码	91350503MA32TPUJ7D
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
住所	泉州市丰泽区华大街道华大电子商务产业园 A-216
法定代表人	陈秀妹
注册资本	500 万元人民币
成立日期	2015 年 7 月 28 日
经营范围	文化艺术交流活动的组织与策划；广告设计、制作、代理及发布；企业形象策划，会议展览服务；礼仪庆典服务；摄影服务；舞台艺术造型设计；企业管理咨询、商务信息咨询（不含金融、证券、期货的投资咨询）；动漫设计与制作；销售：工艺品
股东构成	陈秀妹持有 70% 的股权、傅月香持有 30% 的股权
主要人员	陈秀妹担任执行董事、经理兼法定代表人；傅月香担任监事

如上，盛大瑞兴成立于2015年7月，主要经营活动的物料销售及租赁，舞台、现场布置搭建服务，公司在营销活动中存在较多的道具物料、演艺费用等支出，该供应商的物料制作水平及工艺在行业内具有一定知名度，近年来发展较快，在行业内拥有一定的资源。公司因项目活动需要向其采购，并建立长期合作关系，向盛大瑞兴采购产品服务具备合理性。

报告期内，公司与盛大瑞兴的交易情况如下：

单位：万元

项目	2017年度	2018年度	2019年度
盛大瑞兴营业收入	2,565.61	4,104.68	5,739.68
公司向盛大瑞兴采购金额	534.33	996.83	1,491.53
采购占盛大瑞兴收入比例	20.83%	24.29%	25.99%
采购占公司采购总额比例	4.84%	5.36%	5.81%

注：盛大瑞兴营业收入金额取自对方盖章确认的主要财务数据说明。

如上，公司与盛大瑞兴相互之间不存在重大依赖的情形。

2、壹天时代

壹天时代的基本情况如下：

名称	北京壹天时代文化传播有限公司
统一社会信用代码	91110108074127880Q
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
住所	北京市海淀区北四环西路9号2108-A139
法定代表人	吴佩立
注册资本	300.00万人民币
成立日期	2013年7月22日
经营范围	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发的产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；包装装潢设计；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；文化咨询；体育咨询；公共关系服务；会议服务；工艺美术设计；电脑动画设计；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；企业管理咨询；组织文化艺术交流活动；文艺创作；承办展览展示活动；影视策划
股东构成	吴佩立持有91.67%的股权、黄华持有8.33%的股权
主要人员	吴佩立担任执行董事、经理兼法定代表人；黄华担任监事

如上，壹天时代成立于2013年7月，主要经营文化艺术活动、企业策划、艺人的经济代理、视频设计制作及媒介投放代理服务，公司在营销活动中存在较多的演艺人员、媒介宣传、拍摄制作等支出，壹天时代在演艺人员、媒介资源方面具备一定优势。公司因项目活动需要向其采购，并建立长期合作关系，向壹天时代采购产品服务具备合理性。

报告期内，公司与壹天时代的交易情况如下：

单位：万元

项目	2017年度	2018年度	2019年度
壹天时代营业收入	4,069.57	6,534.50	6,639.17

公司向壹天时代采购金额	633.19	1,066.42	1,791.61
采购占壹天时代收入比例	15.56%	16.32%	26.99%
采购占公司采购总额比例	5.74%	5.73%	6.98%

注：壹天时代营业收入金额取自对方盖章确认的主要财务数据说明。

如上，公司与壹天时代相互之间不存在重大依赖的情形。

（二）盛大瑞兴、壹天时代采购的具体内容

1、盛大瑞兴

报告期内，公司向盛大瑞兴采购媒介资源成本、演艺费用、制作费用、道具物料费用、设备租赁费用等服务，各期采购金额分别为534.33万元、996.83万元、1,491.53万元，占总采购额比例分别为4.84%、5.36%、5.81%，具体采购情况如下：

单位：万元

期间	采购内容	金额	占比
2019年度	道具物料费用	850.34	57.01%
	演艺费用	442.74	29.68%
	制作费用	43.75	2.93%
	设备租赁费用	25.98	1.74%
	媒介资源成本	19.53	1.31%
	其他费用	109.19	7.32%
	合计	1,491.53	100.00%
2018年度	道具物料费用	493.57	49.51%
	演艺费用	254.10	25.49%
	设备租赁费用	161.94	16.25%
	制作费用	35.99	3.61%
	其他费用	51.23	5.14%
	合计	996.83	100.00%
2017年度	演艺费用	323.66	60.57%
	道具物料费用	82.80	15.50%
	制作费用	51.07	9.56%
	设备租赁费用	40.12	7.51%
	媒介资源成本	36.14	6.76%
	其他费用	0.54	0.10%
	合计	534.33	100.00%

如上，报告期内公司向盛大瑞兴采购道具物料、演艺费用、设备租赁费用，道具物料费用主要包括一般展示类及特殊造型类道具物料，演艺费用主要包括舞台费用、场地租赁、差旅及餐饮费、搭配服饰等。

2、壹天时代

报告期内，公司向壹天时代采购媒介资源成本、演艺费用、制作费用、道具物料费用、设备租赁费用等服务，各期采购金额分别为633.19万元、1,066.42万元、1,791.61万元，占总采购额比例分别为5.74%、5.73%、6.98%，具体采购情况如下：

单位：万元

期间	采购内容	金额	占比
2019年度	媒介资源成本	915.52	51.10%
	演艺费用	730.95	40.80%
	制作费用	68.89	3.85%
	道具物料费用	19.71	1.10%
	设备租赁费用	1.82	0.10%
	其他费用	54.72	3.05%
	合计	1,791.61	100.00%
2018年度	演艺费用	471.64	44.23%
	制作费用	326.71	30.64%
	媒介资源成本	223.78	20.98%
	道具物料费用	44.29	4.15%
	合计	1,066.42	100.00%
2017年度	演艺费用	376.14	59.40%
	媒介资源成本	121.40	19.17%
	道具物料费用	95.44	15.07%
	制作费用	11.12	1.76%
	设备租赁费用	5.90	0.93%
	其他费用	23.19	3.66%
	合计	633.19	100.00%

如上，报告期内公司向壹天时代采购媒介资源、演艺费用、道具物料，媒介资源成本主要包括网络、户外、KOL、技术及宣传执行等；演艺费用主要包括明星名人、模特演员、差旅及餐饮费等；制作费用主要是拍摄及后期费用。

（三）盛大瑞兴、壹天时代采购价格的公允性

1、盛大瑞兴采购服务的公允性分析

如上，报告期内，公司向盛大瑞兴采购道具物料、演艺费用、设备租赁，

相关采购的内容品种繁杂、名目较多，且部分采购是具有项目定制性，本次分析通过选取报告期内向盛大瑞兴采购前十大项目中金额高于2万元的商品服务明细，与报告期内其他供应商采购类似商品和服务的价格进行对比，确认价格是否公允。盛大瑞兴采购的前十大项目中金额高于2万元的商品服务明细项目金额合计1,519.53万元，报告期内向盛大瑞兴采购金额总计3,022.69万元，采购价格公允性的检查比例为50.27%。

报告期内向盛大瑞兴采购的部分商务服务的单价无法直接与其他供应商采购的同类商品服务单价直接对比，故划分为可直接对比和不可直接对比的情况进行分析，向盛大瑞兴采购前十大项目的价格对比如下：

(1) 2019 小马星球

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
活动区道具	800,000.00	8.00	项	100,000.00	广州万燕科技文化传媒有限公司	2019年深圳马拉松	启动道具	80,000.00
电瓶车租赁	48,000.00	24.00	辆/场	2,000.00	厦门盈顺杰汽车服务有限公司	2018FILA沙滩运动会暨音乐派对	汽车接待	2,500.00
气模维修运费	160,000.00	8.00	趟	20,000.00	唐山瑞跑体育文化传播有限公司	2018小马星球	物料运输-气模运输	11,600.00
气模制作	175,000.00	5.00	个	35,000.00	广州传羽气模实业有限公司	2018小马星球	气模制作	25,000.00
场地费	560,000.00	8.00	站	70,000.00	厦门市体育中心	2018龙湖城市定向挑战赛	场地租赁	60,000.00

如上，2019年小马星球项目对盛大瑞兴的采购单价与公司同类商品服务的采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

①部分运费无法直接对比，通过检查运费的构成，判断价格是否公允，检查情况如下：

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况		说明
采购内容	采购金额	
所有物料运费	100,000.00	全国8个城市，9.6米带棚货车运输一站5000元，叉车3辆一站4500，搬运工12人一站3600元，共计作价10万元

如上，2019年小马星球项目对盛大瑞兴采购的相关的运费构成合理，价格相对公允。

②部分采购商品在报告期内无其他同类商品采购，通过网络查询相关价格进行对比，对比情况如下：

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务网络价格情况		
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	查询渠道	商品名称	单价
小马公仔	60,000.00	1,000.00	个	60.00	淘宝网	玩偶定制	50-100
玩偶包装盒	35,000.00	1,000.00	个	35.00	淘宝网	包装盒	33-50
志愿者服装	130,000.00	2,000.00	件	65.00	淘宝网	服装	45-75
参赛服定制	624,000.00	9,600.00	件	65.00	淘宝网	服装	45-75
完赛礼品	480,000.00	9,600.00	个	50.00	淘宝网	画笔	62.00
奖牌	172,800.00	9,600.00	个	18.00	淘宝网	奖牌	10-30

如上，2019年小马星球项目对盛大瑞兴采购的采购价格与同类商品的网络查询价格相对接近。

(2) 2018 鼓浪屿沙滩音乐节项目

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
Beam/350W 电脑光束灯	58,916.05	180.00	台	327.31	海南奥创会展设备服务有限公司	2018 诚享东方半年度经销商大会	光束灯	350.00
Beam/350W 电脑光束灯	67,083.95	180.00	台	372.69	海南奥创会展设备服务有限公司	2018 诚享东方半年度经销商大会	光束灯	350.00
A板	115,200.00	1,280.00	米	90.00	厦门道费森投资管理有限公司	泉州百德置业首届马拉松活动	赛道铁马	100.00
网架 (LAIYA架)	80,000.00	4,000.00	根	20.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	泉州职业技术大学揭牌仪式&毕业晚会	网架	15.00
耳机泡沫雕包布硬化造型+LED灯带勾边	64,320.00	128.64	平方	500.00	厦门欣图广告有限公司	2017 诚享东方新三板挂牌晚会服务	泡沫雕	350.00
沙滩模板铺设	60,000.00	1,000.00	片	60.00	上海凤舞文化传播有限公司	爱逸 2018 新品发布会	主舞台	60.00
彩烟	60,000.00	500.00	组	120.00	厦门励扬广告有限公司	厦门方特东方神画开园仪式	吉祥彩烟	120.00
LED/摇头灯	54,000.00	180.00	台	300.00	海南奥创会展设备服务有限公司	2018 诚享东方半年度经销商大会	LED帕灯	280.00
沙发巨型气模	50,000.00	1.00	个	50,000.00	广州市传羽气模实业有限公司	2018年小马星球	气模	25,000.00
数字信号放大器	48,000.00	16.00	台	3,000.00	北京泽腾灵创广告传媒有限公司	特步"循造未来"发布会	北京 4G 背包	3,500.00
太空架篷房	38,400.00	320.00	平方	120.00	福建博誉辉尚文化传媒有限公司	SEAFEAST 阳光城国际时尚运	帐篷	150.00

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
						动音乐节		
LED 主屏幕 9m*6m	37,800.00	108.00	平方	350.00	福建博誉绎尚文化传媒有限公司	2018 厦门国际时尚周	后侧舞台 LED	350.00
喷绘指引背板	36,000.00	60.00	个	600.00	厦门双鹭远东传媒有限公司	网易态度女孩特约联合冠名	沿路指引导向牌	688.00
宣传册	36,000.00	2,000.00	份	18.00	厦门集佳印刷有限公司	2019 全国县级融媒体高峰论坛海沧区宣传册 H5 设计制作	案例画册	15.00
WASH/700W 电脑染色 (面光灯)	30,000.00	60.00	台	500.00	福建博誉绎尚文化传媒有限公司	2018 厦门国际时尚周	摇头染色 LED 灯	400.00
彩幕 3.5m*0.5*4 块 5m*0.5m*4 块 2.5m*0.5m*4 块 1*0.5*4 块	28,800.00	96.00	平方	300.00	福建博誉绎尚文化传媒有限公司	2018 厦门国际时尚周	内场吊装 LED	300.00
架子鼓乐器及收声器租赁	25,000.00	1.00	项	25,000.00	厦门市同寻乐梦文化传媒有限公司	中华城城市嘉年华独立新声	乐器租赁	7,000.00
LED 帕灯/鸿彩 54 颗灯珠	24,000.00	300.00	台	80.00	北京零度爱文化传播有限公司	2018 七波辉北京浓情之旅与 WOD 总决赛	LED 帕灯	80.00
舞台两侧网格布架子	21,648.00	393.60	平方	55.00	厦门双鹭远东传媒有限公司	万科乐跑	画框画架+KT 板	50.00

如上，2018 鼓浪屿沙滩音乐节项目对盛大瑞兴的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

①部分运费无法直接对比，通过检查运费的构成，判断价格是否公允，检查情况如下：

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况		说明
采购内容	采购金额	
运费	100,000.00	货车从泉州运至厦门每车 1000 元，进场 5 车；通宵卸货装船 600 元/人，20 人；租船运货至鼓浪屿，每趟 1000 元，进场 5 趟；卸货以及搬运到沙滩夜间通宵工人费 600/人，48 人，8 小时内卸货搬运（进场），以上小计 50800 元，来回运费作价 10 万元

如上，2018 鼓浪屿沙滩音乐节项目向盛大瑞兴采购相关的运费构成合理，价格相对公允。

②部分采购商品在报告期内无其他同类商品采购，通过网络查询相关价格进行对比，对比情况如下：

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务网络价格情况		
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	查询渠道	商品名称	单价
音乐节伴手礼定制	600,000.00	3,000.00	份	200.00	淘宝网	伴手礼	218-238
音乐节衣服定制	495,000.00	3,000.00	件	165.00	淘宝网	衣服定制	150-180
音乐节帽子定制	150,000.00	2,500.00	顶	60.00	淘宝网	帽子定制	58-65
玩偶制作	130,000.00	2,000.00	个	65.00	淘宝网	玩偶定制	50-100
电源直通柜	72,000.00	12.00	台	6,000.00	淘宝网	电源直通柜	6,100.00
集市搭建(小)	65,000.00	20.00	顶	3,250.00	淘宝网	实木售货车商场移动售卖车集市摊位车	3000-3200
玩偶包装盒	60,000.00	2,000.00	个	30.00	淘宝网	包装盒	33-50
懒人豆袋沙发	45,600.00	120.00	个	380.00	淘宝网	luckysac懒人沙发豆袋	358-448
充气沙发	35,200.00	160.00	个	220.00	淘宝网	户外懒人充气沙发袋	188-268
篷房布	26,000.00	400.00	平方	65.00	淘宝网	帐篷布	65.57

如上，2018鼓浪屿沙滩音乐节项目向盛大瑞兴采购的价格与同类商品的网络查询价格相对接近。

(3) 2017新加坡国际时尚周项目

与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
项目工作人员机票	60,000.00	12.00	人	5,000.00	中国金桥旅游有限公司厦门分公司	2019新加坡时尚周	模特导演往返机票	7,000.00
设计师及助理机票	100,000.00	24.00	人	4,166.67	中国金桥旅游有限公司厦门分公司	2019新加坡时尚周	模特导演往返机票	7,000.00
新加坡模特机票	100,000.00	22.00	人	4,545.45	中国金桥旅游有限公司厦门分公司	2019新加坡时尚周	模特导演往返机票	7,000.00
导演组机票	32,000.00	8.00	人	4,000.00	中国金桥旅游有限公司厦门分公司	2019新加坡时尚周	模特导演往返机票	7,000.00
项目工作人员酒店住宿	144,000.00	72.00	天/间	2,000.00	CONRAOMACAO COTAICENTRAL (康莱德酒店)	2018澳门国际时尚周	房费按照美元折算	1,564.00
设计师及助理住宿	480,000.00	160.00	天/间	3,000.00	厦门双鹭远东传媒有限公司	2018年澳门国际时尚产业论	酒店住宿费	2,500.00

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
						坛		
设计师及助理餐补	52,800.00	264.00	天/人	200.00	泉州市丰泽区鸿星堂文化传媒策划中心	ABC2017Q2 新品发布会	试衣路费	200.00
模特住宿	630,000.00	210.00	天/间	3,000.00	厦门双鹭远东传媒有限公司	2018年澳门国际时尚产业论坛	酒店住宿费	2,500.00
模特餐补	83,000.00	415.00	天/人	200.00	泉州市丰泽区鸿星堂文化传媒策划中心	ABC2017Q2 新品发布会	试衣路费	200.00
主持人住宿	24,000.00	8.00	天/间	3,000.00	厦门双鹭远东传媒有限公司	2018年澳门国际时尚产业论坛	酒店住宿费	2,500.00
导演组住宿	75,000.00	25.00	天/间	3,000.00	厦门双鹭远东传媒有限公司	2018年澳门国际时尚产业论坛	酒店住宿费	2,500.00
演艺人员餐补	23,200.00	116.00	天/人	200.00	泉州市丰泽区鸿星堂文化传媒策划中心	ABC2017Q2 新品发布会	试衣路费	200.00
酒店场地租金(注)	300,000.00	6.00	天	50,000.00	厦门巨鹏飞旅游开发有限公司	2018FILA 沙滩运动会暨音乐派对	梦幻海岸沙滩度假区沙滩指定位置	55,500.00
酒店布场费	20,000.00	1.00	项	20,000.00	厦门市汇声演出器材有限公司	漳浦 1026-尾牙	酒店租金	25,000.00
酒店电费等场地杂费	20,000.00	1.00	项	20,000.00	厦门市汇声演出器材有限公司	漳浦 1026-尾牙	酒店租金	25,000.00

注：场地位于新加坡赞美广场，租赁期6天，每天50,000元。

如上，2017新加坡国际时尚周项目对盛大瑞兴的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

(4) 2018小马星球项目

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
小马宣传册	50,000.00	5,000.00	份	10.00	厦门集佳印刷有限公司	第五届海峡两岸(晋江金井·围头)七夕返亲节	邀请函	13.60
客户权益回馈展位	360,000.00	3.00	个	120,000.00	厦门星际文化传播有限公司	2019恒安合伙人计划	异形展位制作+搭建	85,000.00
游戏道具-互动道具	100,000.00	8	项	12,500.00	厦门缔造文化传媒有限公司	2018龙湖城市定向挑战赛	真人夹娃娃机	11,000.00
电瓶车租赁	48,000.00	24.00	辆/场	2,000.00	厦门盈顺杰汽车服务有限公司	2018FILA 沙滩运动会暨音乐派对	汽车接待	2,500.00

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
气模维修运费	60,000.00	3.00	趟	20,000.00	唐山瑞跑体育文化传播有限公司	2018 小马星球	物料运输	11,600.00
所有物料运费	70,000.00	1.00	项	70,000.00	厦门市汇声演出器材有限公司	2018 鹏宇天下城双11全民嘉年华	设备运费	60,000.00

如上，2018 小马星球项目对盛大瑞兴的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

部分采购商品在报告期内无其他同类商品采购，通过网络查询相关价格进行对比，对比情况如下：

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务网络价格情况		
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	查询渠道	商品名称	单价
玩偶包装盒	225,000.00	5,000.00	个	45.00	淘宝网	包装盒	50.00
小马手机壳	20,000.00	1,000.00	个	20.00	淘宝网	手机壳	19-28
小马帽子	91,000.00	1,300.00	个	70.00	淘宝网	帽子	69,10
小马风扇	77,000.00	1,400.00	个	55.00	淘宝网	风扇	50-58
小马遮阳伞	50,000.00	1,000.00	个	50.00	淘宝网	遮阳伞	31-65
小马马克杯	45,000.00	1,000.00	个	45.00	淘宝网	马克杯	46-69
小马笔记本	20,000.00	2,000.00	份	10.00	淘宝网	笔记本	10-20
参赛服定制	350,000.00	1,400.00	个	250.00	淘宝网	参赛服	258.00
完赛礼品	277,200.00	1,400.00	个	198.00	淘宝网	益智玩具	199.00

如上，2018 小马星球项目对盛大瑞兴的采购价格与同类商品的网络查询价格相对接近。

(5) 2019 新加坡时尚周项目

与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
场地费 (注)	1,630,000.00	6.00	天	271,666.67	厦门市汇声演出器材有限公司	2018 鹏宇天下城双11全民嘉年华活动	体育场租金	280,000.00

注：位于新加坡圣淘沙名胜世界 Hard Roak 酒店，租赁期 6 天，每天

271,666.67 元。

如上，2019 新加坡时尚周项目对盛大瑞兴的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

(6) 2019 元宵活动项目

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
主舞台	50,000.00	200.00	平方	250.00	厦门市鑫美奇文化传播有限公司	2019 新加坡时尚周	舞台背景板	300.00
木作台阶	20,000.00	80.00	平方	250.00	厦门双鹭远东传媒有限公司	联创中秋活动	舞台版板	250.00
波音软片-封板+黑色波音软片/含侧面封板	52,500.00	350.00	平方	150.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	中骏世界城 9-10 月购物节&中秋国庆活动	镂空异形展板	150.00
P3LED 屏	50,697.66	92.00	平方	551.06	福建博誉绎尚文化传媒有限公司	厦门同安舜宏现代城开业活动	P3LED 屏	600.00
P3LED 屏	59,302.34	108	平方	549.10	福建博誉绎尚文化传媒有限公司	厦门同安舜宏现代城开业活动	P3LED 屏	600.00
网架	40,000.00	2000	根	20.00	泉州市声的演艺设备有限公司	泉州职业技术大学揭牌仪式&毕业晚会	网架	15.00
桁架+黑色阻燃布	28,000.00	1,120.00	平方	25.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	福建省体育产业高质量发展现场推进会	桁架+黑底灯布	25.00
搭建撤场	26,000.00	1	项	26,000.00	厦门博艺通展览展示服务有限公司	厦门万象城 2019 读书季系列活动	人工费 (搭建和撤场)	25,200.00
入场门头	60,000.00	1.00	组	60,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	馨宜·新天地广场新春活动	异形木作	51,886.00
音响系统	22,000.00	1	组	22,000.00	厦门市汇声演出器材有限公司	2019 厦门国际时尚周	音响	25,000.00
BEAM 灯轰天炮	45,000.00	100.00	盏	450.00	骏星商业音响工程有限公司	2018 澳门国际时尚周	BEAM 灯	450.00
摇头 LEDPar 灯	28,000.00	100.00	盏	280.00	泉州市玛宇演出设备有限公司	环泉州湾国际公路自行车赛	摇头 LEDPar 灯	250.00
truss 架 1010 (含腿柱)	26,000.00	260.00	米	100.00	厦门市汇声演出器材有限公司	2019 厦门国际时尚周	1010*750 上沿横跨架	100.00
企业视频制作	220,000.00	1.00	项	220,000.00	上海影达文化传媒股份有限公司	2017 年厦门国际时尚周	视频制作费	200,000.00

如上，2019元宵活动项目对盛大瑞兴的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

部分采购商品在报告期内无其他同类商品采购，通过网络查询相关价格进行对比，对比情况如下：

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务网络价格情况		
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	查询渠道	商品名称	单价
伴手礼	75,000.00	500.00	份	150.00	淘宝网	小米小爱音箱万能遥控版	149.00
抽奖奖品-ipad Pro	22,500.00	3	部	7,500.00	京东网	ipad Pro	6299-7029
抽奖奖品-iphone xr	39,000.00	6	部	6,500.00	京东网	iphone xr	4299-5000
抽奖奖品-air pods	15,456.00	12	部	1,288.00	京东网	air pods	1249.00
抽奖奖品-智能迷你烤箱	23,220.00	45	台	516.00	淘宝网	TOKIT 迷你智能电烤箱黑色	499.00

如上，2019元宵活动项目对盛大瑞兴的采购价格与同类商品的网络查询价格相对接近。

(7) 2018 印尼时尚周

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
电脑光束灯	35,700.00	102.00	件	350.00	海南奥创会展设备服务有限公司	2018 诚享东方半年度经销商大会	光束灯	350.00
成像灯	67,200.00	224.00	件	300.00	海南奥创会展设备服务有限公司	2018 诚享东方半年度经销商大会	成像灯	300.00
线阵音箱主音箱	40,000.00	2.00	项	20,000.00	厦门市汇声演出器材有限公司	2019 厦门国际时尚周	音箱系统	25,000.00
投影机	20,000.00	2.00	项	10,000.00	飞立洋（广州）影视文化发展有限公司	2017 年厦门国际时尚周	投影	7,500.00
主舞台	43,200.00	360.00	平方	120.00	广州万燕科技文化传媒有限公司	深圳马拉松赛事活动	舞台版+地毯+台阶	120.00
舞台背景板	30,300.00	151.50	平方	200.00	广州万燕科技文化传媒有限公司	深圳马拉松赛事活动	背景板（木作保喷黑底布绘）	200.00
舞台立柱	25,000.00	10.00	个	2,500.00	青岛福泉祥文化传媒有限公司	东方时尚季·第 19 届中国（青岛）国际时装周	主会场两侧主屏木结	2,600.00

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
							构	
太空架	72,540.00	279.00	米	260.00	福建博誉绎尚文化传媒有限公司	太平地毯厦门工艺坊开幕仪式及鸡尾酒会	truss 灯柱	300.00
烟火秀	22,000.00	1.00	项	22,000.00	石狮市鸿艺广告有限公司	世茂·摩天城 12 月石狮世茂首届旅游购物嘉年华	烟花	7,840.00
地毯	36,000.00	400.00	平方	90.00	森果文化传播有限公司	2018 澳门国际时尚周	舞室地毯	70.00
发电车	66,000.00	2.00	项	33,000.00	厦门市汇声演出器材有限公司	2019 新加坡时尚周	发电车	33,000.00
换衣工	24,000.00	60.00	个	400.00	厦门星际时尚文化传媒有限公司	2019 恒安合伙人计划	人偶服表演兼职人员	400.00
场租 (注)	200,000.00	2.00	天	100,000.00	厦门市路桥五缘湾运营有限公司	2017 诚享东方新三板挂牌晚会服务	场地费	120,000.00

注：位于印尼雅加达 Plaza Senayan 购物中心 Arcadia，单价为 100,000/天。

如上，2018 印尼时尚周对盛大瑞兴的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

部分差旅费无法直接对比，通过检查差旅费的构成，判断价格是否公允，检查情况如下：

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况		说明
采购内容	采购金额	
接待	200,000.00	45 人，国内到印尼雅加达往返机票人均 4500 元，作价 20 万元

如上，2018 印尼时尚周向盛大瑞兴采购的相关差旅费构成合理，价格相对公允。

(8) 2019 厦门国际时尚周

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
秀场围挡	45,180.00	1,004.00	平方	45.00	厦门红道文化传播有限公司	2019FFDAY 活动	场馆两侧围挡	30.00
地毯	67,500.00	4,500.00	平方	15.00	厦门红道文化传播有限公司	2019 小马星球亲子迷你马拉松	地毯	15.00
遮光布	50,000.00	2,500.00	平	20.00	厦门双鹭远东传	古琳达姬发布会	外场通道围	30.00

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
			方		媒有限公司	活动	挡(黑底灯布遮光)	
闭幕式道具	25,000.00	1.00	个	25,000.00	福建博誉绎尚文化传媒有限公司	2017SMFASHIONFORWARD	立体旋转发光魔方	25,000.00
签到背板	112,640.00	704.00	平方	160.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	第三届海上丝绸之路国际艺术节活动	背景板(木作+高精车贴+桁架支撑)	160.00
Vip 休息室 2	50,400.00	315.00	平方	160.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	第三届海上丝绸之路国际艺术节活动	背景板(木作+高精车贴+桁架支撑)	160.00
Vip 休息室 1	78,720.00	492.00	平方	160.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	第三届海上丝绸之路国际艺术节活动	背景板(木作+高精车贴+桁架支撑)	160.00
Vip 休息室 1	40,320.00	252.00	平方	160.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	第三届海上丝绸之路国际艺术节活动	背景板(木作+高精车贴+桁架支撑)	160.00
茶歇(750份,平均每份27元)	20,000.00	1.00	项	20,000.00	厦门养艺优品创意策划有限公司	诚享东方上市晚会茶歇自助茶点	茶歇(600份,每份35元)	21,000.00
道具物料	50,000.00	1.00	项	50,000.00	厦门双鹭远东传媒有限公司	2018 澳门国际时尚周	操作区氛围物料	45,040.00
运费	20,000.00	8.00	趟	2,500.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	Rookie2019SS 春夏新品发布会	交通费	2,400.00
人工费	30,000.00	100.00	工时	300.00	丰泽区九九红广告策划服务中心	嘉士柏股份有限公司 2018 新品发布会	冷压板车费人工	300.00

如上, 2019 厦门国际时尚周对盛大瑞兴的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

(9) 2019 文康府泰国风情节活动

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位: 元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
水果奶酪	24,300.00	1,350.00	份	18.00	厦门谷元吉餐饮有限公司	ROOKIE2019 秋冬新品发布会	人员餐饮	15.00
水果拼盘	36,000.00	12.00	项	3,000.00	厦门千慕优品文化创意有限公司	2019FFDAY	茶歇台	2,900.00
调酒师	30,000.00	6.00	人/场	5,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	柒牌 2018 秋冬订货会	调酒师	9,000.00
洽谈区布置	25,000.00	1.00	项	25,000.00	厦门博艺通展览展示服务有限公司	抖 IN 厦门-登鹭计划	场景布置	27,010.00

如上, 2019 文康府泰国风情节活动对盛大瑞兴的采购单价与同类商品服务的

采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

部分采购商品在报告期内无其他同类商品采购，通过网络查询相关价格进行对比，对比情况如下：

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务网络价格情况		
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	查询渠道	商品名称	单价
花环 diy	60,750.00	1,350.00	份	45.00	淘宝网	DIY 干花生花混合花环材料	47.68
T 恤彩绘	31,050.00	1,350.00	份	23.00	淘宝网	手绘 t 恤 diy	26.00
泰国特色美食	216,000.00	1,350.00	份	160.00	美团网	参考泰国特色美食	188.00
咖喱蟹	51,300.00	1,350.00	份	38.00	淘宝网	咖喱蟹	38.80
冬阴功汤	31,050.00	1,350.00	份	23.00	淘宝网	冬阴功汤	21.98
双飞马尔代夫游	30,000.00	1.00	套	30,000.00	淘宝网	双飞马尔代夫游	23499-29600
电视机	27,000.00	6.00	台	4,500.00	淘宝网	电视机	4500-5000
充电宝	22,800.00	600.00	个	38.00	淘宝网	充电宝	35-58
随手礼	75,000.00	5,000.00	个	15.00	淘宝网	杯子	14.90
茶具	136,800.00	600.00	台	228.00	淘宝网	茶具	228.00

如上，2019 文康府泰国风情节活动对盛大瑞兴的采购价格与同类商品的网络查询价格相对接近。

(10) 2019 杭州国际越野赛

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
气模	20,000.00	1.00	项	20,000.00	广州市传羽气模实业有限公司	2018 年小马星球	气模	20,000.00
A 板	30,000.00	250.00	个	120.00	厦门红道文化传播有限公司	2019 小马星球亲子迷你马拉松	铁马 + 双面画面	120.00
计时设备及服务	25,000.00	1.00	项	25,000.00	北京犀牛座体育科技有限公司	盘锦 2018 红海滩马拉松赛事	计时系统	22,000.00
风险评估	30,000.00	1.00	项	30,000.00	福建省泉州市日德劳务分包服务有限公司	7-PE2018 春夏新品发布会	风险评估	35,000.00
刀旗	25,000.00	100.00	台	250.00	厦门道费森投资管理有限公司	百德·畔山云海项目	刀旗	250.00
主题合影点	20,000.00	1.00	平方	20,000.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	7-PE2018 春夏新品发布会	外场区	24,025.00

盛大瑞兴采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
场地	100,000.00	1.00	项	100,000.00	北京众合捷诚咨询服务有限公司	2018 大学生马拉松联赛	场地费	100,000.00
线阵音响	50,000.00	1.00	组	50,000.00	澳门骏星商业音响工程有限公司	2018 澳门国际时尚周	音响	60,000.00
特勤安保	80,000.00	100.00	人	800.00	厦门喵君文化传媒有限公司	2019 杭州国际少儿迷你马拉松	安保	600.00
专业裁判	87,500.00	25.00	人	3,500.00	厦门喵君文化传媒有限公司	2019 杭州国际少儿迷你马拉松	专业裁判	3,500.00

如上，2019 杭州国际越野赛对盛大瑞兴的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

部分运费及人工费无法直接对比，通过检查运费及人工费的构成，判断价格是否公允，检查情况如下：

单位：元

盛大瑞兴采购价格情况		说明
采购内容	采购金额	
人工运费	50,000.00	全程医护车 6 辆，每辆 5000 含医护人员全天；护航车队 6 辆，每辆 2000 元；补给车 4 辆，每辆 2000 含补给人员，作价 5 万元
人员食宿	30,000.00	出差 10 天 10 人，人均每天食宿补贴 300 元

如上，2019 杭州国际越野赛向盛大瑞兴采购的相关运费及人工费构成合理，价格相对公允。

综上，报告期内公司对盛大瑞兴的采购价格具有公允性。

2、壹天时代采购服务的合理性、公允性分析

如上，报告期内，公司主要向壹天时代采购媒介资源、演艺费用和制作费用，相关采购的内容品种名目较多，且部分采购是具有项目定制性，本次分析通过选取报告期内向壹天时代采购前十大项目中采购金额高于 2 万元的商品服务明细，与报告期内其他供应商采购类似商品和服务的价格进行对比，确认价格是否公允。壹天时代采购的前十大项目中金额高于 2 万元的商品服务明细合计 2,084.35 万元，报告期内向壹天时代采购金额总计 3,491.22 万元，采购价格公允性的检查比例为 59.70%。

报告期内向壹天时代采购的部分商务服务的单价无法直接与其他供应商采购的同类商品服务单价直接对比，故划分为可直接对比和不可直接对比的情况进行分析，向壹天时代采购前十大项目的价格对比如下：

(1) 2018 年小马星球

与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
栏目剧制作	864,000.00	96.00	分钟	9,000.00	厦门风云科技股份有限公司	2019 厦门国际时尚周	剪辑 B 类	8,333.00
动画片制作	1,296,000.00	96.00	分钟	13,500.00	厦门风云科技股份有限公司	2019 厦门国际时尚周	动效视频	12,500.00
栏目主题曲	145,000.00	1.00	项	145,000.00	石家庄智慧文化传播有限公司	2020 小浣熊品牌歌曲制作	歌曲制作	106,000.00
栏目剧本编写	72,000.00	12.00	集	6,000.00	厦门星际时尚文化传媒有限公司	韩菲诗影视制作	创意脚本	6,000.00
动画脚本制作	120,000.00	12.00	集	10,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	特步儿童上海服博会演艺合作	文字编辑	7,000.00
录音制作	120,000.00	1.00	项	120,000.00	上海影达文化传媒有限公司	广场舞	总决赛音乐费	100,000.00
照片直播+摄像	100,000.00	8.00	项	12,500.00	厦门喵君文化传媒有限公司	2018 年澳门国际时尚产业论坛	摄影摄像现场直播(转接设备)	12,000.00
道具物料	58,000.00	1.00	项	58,000.00	厦门双鹭远东传媒有限公司	2018 澳门国际时尚周	操作区物料	45,040.00
策划编排	59,600.00	1.00	项	59,600.00	厦门喵君文化传媒有限公司	2019 东南花都梦幻灯光季宣传网易推广服务	文字编辑和策划服务	42,000.00
视频栏目知识	280,000.00	1.00	项	280,000.00	北京推智网络科技有限公司	2018 大学生马拉松联赛	项目策划	350,000.00
媒体合作	200,000.00	8.00	项	25,000.00	厦门星际时尚文化传媒有限公司	2019 厦门国际时尚周	斗鱼	20,000.00

如上，2018 年小马星球对壹天时代的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

(2) 2019 小马星球

与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
活动摄影	84,000.00	24.00	人/场	3,500.00	上海吉鸿文化传媒有限公司	2019 体育产业大会	摄影师	3,500.00
活动摄像	72,000.00	24.00	人/场	3,000.00	北京梦起点文化传媒有限公司	2018 大学生马拉松联赛	摄像	3,000.00
12 米摇臂	40,000.00	8.00	台	5,000.00	厦门星际时尚文化传媒有限公司	2019 新加坡时尚周	现场摇臂	6,000.00
无人机	48,000.00	8.00	台	6,000.00	厦门市桔红影	XG2017 冬新品	无人机	10,600.00

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
					视广告有限公司	发布会		
图文直播	24,000.00	8.00	场	3,000.00	厦门风云科技股份有限公司	2018 厦门国际时尚周	照片直播	3,000.00
10S 视频剪辑	80,000.00	16.00	条	5,000.00	厦门风云科技股份有限公司	2018 厦门国际时尚周	视频剪辑	5,000.00
后期视频剪辑	264,000.00	24.00	条	11,000.00	厦门风云科技股份有限公司	2019 厦门国际时尚周	剪辑	10,000.00
每场全程视频剪辑	256,000.00	320.00	分	800.00	厦门市桔红影视广告有限公司	2019 湖里魅力购	花絮集锦 60s	1,000.00
网易直播	252,480.00	8.00	站	31,560.00	厦门星际时尚文化传媒有限公司	2019 厦门国际时尚周	抖音	25,000.00
门户网站	42,000.00	200.00	条	210.00	上海沪动网络科技有限公司	东方时尚季·第19届中国(青岛)国际时装周	凤凰网	300.00
媒体到场含写稿	58,800.00	40.00	家	1,470.00	上海沪动网络科技有限公司	东方时尚季·第19届中国(青岛)国际时装周	新浪时尚(通稿 2000+ 异地差旅 1600)	3,600.00
视频网站上线	1,267,200.00	31,680.00	cpm	40.00	厦门喵君文化传媒有限公司	2020 沙发音乐节	微信朋友圈信息流定向投放	48.00
新闻类 app	252,800.00	6,320.00	cpm	40.00	厦门星际时尚文化传媒有限公司	2019 厦门国际时尚周	新浪新闻 app 推荐页信息流第 10 条	48.00
kol	256,000.00	8.00	个	32,000.00	上海智子信息科技股份有限公司	社交媒体 KOL 委托发布	宋晓峰微博投放	40,000.00

如上，2019 年小马星球对壹天时代的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

(3) 2017 年小马星球

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
A 字板	187,680.00	816.00	块	230.00	唐山瑞跑体育文化传播有限公司	2018 年小马星球	A 板	200.00
铁马	28,000.00	280.00	个	100.00	厦门红道文化传播有限公司	2019 小马星球亲子迷你马拉松	铁马	120.00
舞台背板	36,000.00	200.00	平方	180.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	第三届海上丝绸之路国际艺术节活动	舞台背板	160.00

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
音响	60,000.00	4.00	套	15,000.00	厦门市汇声演出器材有限公司	2019 厦门国际时尚周	线阵音响	15,000.00
刀旗	60,000.00	200.00	面	300.00	厦门红道文化传播有限公司	2018 大学生马拉松联赛	刀旗	300.00
星球氛围拍照点1	40,000.00	8.00	个	5,000.00	厦门倾城施美会展服务有限公司	2017 诚享东方新三板挂牌晚会服务	产品中岛拍照台	6,000.00
星球氛围拍照点2	72,000.00	8.00	个	9,000.00	泉州市鼎牌文化传播有限公司	恒安国际集团上市20周年纪念酒会	拍照区	9,870.00
发电机	67,200.00	32.00	台	2,100.00	厦门红道文化传播有限公司	2019 小马星球亲子迷你马拉松	发电机	2,700.00
活动宣传单 DM单	36,000.00	12,000.00	张	3.00	厦门市鑫美奇文化传播有限公司	2019 新加坡时尚周	宣传册	2.40
参赛手册	50,000.00	2,000.00	份	25.00	厦门集佳印刷有限公司	2018 澳门国际时尚周	画册	28.00
AED+ 赛事指挥人员+药品	48,000.00	32.00	项	1,500.00	唐山瑞跑体育文化传播有限公司	2018 年小马星球	医疗人员+药品	2,000.00
活动志愿者	80,000.00	160.00	人/场	500.00	唐山瑞跑体育文化传播有限公司	2018 年小马星球	志愿者	300.00
主持人	80,000.00	4.00	人/场	20,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	2018 晋江全国体育产业发展大会	主持人	20,000.00
保安	50,000.00	100.00	人/场	500.00	厦门红道文化传播有限公司	2019 小马星球亲子迷你马拉松	安保	600.00
场地水电	220,002.40	4.00	项	55,000.60	唐山瑞跑体育文化传播有限公司	2018 年小马星球	场地费	60,000.00
摄影	44,800.00	16.00	人/场	2,800.00	厦门风云科技股份有限公司	2018 厦门国际时尚周	摄影	2,500.00
摄像	40,000.00	16.00	人/场	2,500.00	厦门风云科技股份有限公司	2018 厦门国际时尚周	摄像	2,500.00
仓储费	26,000.00	4.00	月	6,500.00	唐山瑞跑体育文化传播有限公司	2018 年小马星球	物流运输(循环使用)	11,600.00
媒体发布	240,000.00	4.00	项	60,000.00	厦门星际时尚文化传媒有限公司	能量迷梦-1万 OR2018 夏季新品发布秀活动	媒体费用	50,000.00
执行服务费	120,000.00	4.00	项	30,000.00	唐山瑞跑体育文化传播有限公司	2018 年小马星球	执行费	37,000.00

如上，2017 年小马星球对壹天时代的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

①部分人工费无法直接对比，通过检查人工费的构成，判断价格是否公允，检查情况如下：

单位：元

壹天时代采购价格情况		说明
采购内容	采购金额	
执行公司人工费用	32,000.00	5个人4站现场搭建、赛道物料安装及搭建等

如上，2017年小马星球向壹天时代采购的相关人工费构成合理，价格相对公允。

②部分采购商品在报告期内无其他同类商品采购，通过网络查询相关价格进行对比，对比情况如下：

单位：元

壹天时代采购价格情况				同类商品服务网络价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	查询渠道	商品名称	单价
起终点计时	80,000.00	4.00	台	20,000.00	淘宝网	马拉松计时地毯	20,000.00
水星轮胎铺设	120,000.00	240.00	个	500.00	淘宝网	轮胎涂鸦	500-1500
木星站空飘氦气	80,000.00	40.00	瓶	2,000.00	淘宝网	高端22L高压氦气罐	2,044.00
氛围泡沫机	32,000.00	8.00	台	4,000.00	淘宝网	泡沫机	4,300.00
计时芯片	30,000.00	2,000.00	个	15.00	淘宝网	计时芯片	20.00

如上，2017年小马星球对壹天时代的采购价格与同类商品的网络查询价格相对接近

(4) 2018 鼓浪屿沙滩音乐节

A、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

单位：元

壹天时代采购价格情况				同类商品服务采购价格情况				
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
王欣宇	650,000.00	1.00	组	650,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	七波辉2018卓卓定制嘻哈歌曲MV合作	卓卓	763,000.00
PRC巴音汗	800,000.00	1.00	组	800,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	七波辉2018卓卓定制嘻哈歌曲MV合作	卓卓	763,000.00
马潇	550,000.00	1.00	组	550,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	七波辉2018卓卓定制嘻哈歌曲MV合作	卓卓	763,000.00

如上，不同类别的明星艺人采购价格无法直接对比，以上艺人均均为网易云音乐的原创歌手，通过对上述报告期内采购同类艺人的微博、网易云音乐粉丝量作为参考判断价格是否公允，对比情况如下：

明星艺人	采购价格 (元)	微博粉 丝量	网易云音 乐粉丝	同类艺 人	采购价格	微博粉 丝量	网易云音 乐粉丝
王欣宇	650,000.00	38万	17万	卓卓	763,000.00	25.4万	4万
PRC巴音汗	800,000.00	11.7万	23.4万	卓卓	763,000.00	25.4万	4万
马潇	550,000.00	15万	1.88万	卓卓	763,000.00	25.4万	4万

如上，明星艺人与同类艺人的微博粉丝量、网易云音乐粉丝综合对比，采购价格总体是相对匹配的。

(5) 户外媒体广告投放

A、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

该项目户外广告的采购价格受发布地点影响，采购价格差异较大，通过对比同类户外广告的刊例价折扣率判断价格是否公允

单位：元

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
项目名称	采购内容	采购金额	刊例价	折扣率	供应商	项目名称	采购内容	折扣率
户外媒体广告投放	北京南/矩阵式西进站口上方	1,200,000.00	3,450,000.00	0.35	南京永达户外传媒有限公司	户外媒体广告投放	上海虹桥10秒led	0.29
户外媒体广告投放	武汉站/东西进站安检口	910,000.00	2,700,000.00	0.34	南京永达户外传媒有限公司	户外媒体广告投放	杭州东站10秒led	0.29

如上，对壹天时代采购价格与同类户外广告的刊例价折扣率相对接近。

(6) 2019新加坡时尚周

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
爱奇艺pc端B类频道首页焦点图	400,000.00	8.00	天	50,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	2019宿州马拉松	体育门户app keep发现页焦点图(顶部Banner三位)	60,000.00
爱奇艺时尚频道底部通栏广告	240,000.00	8.00	天	30,000.00	新浪(厦门)信息服务有限公司	东方时尚季·第19届中国(青岛)国际时装周	新浪时尚首页信息流第二条	32,940.00
新浪微博开机报(北京)	240,000.00	5.00	天	48,000.00	厦门市晟达四海文化传播有限公司	2018厦门国际时装周	新浪开机	80,000.00

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
抖音开机屏	106,656.00	2,222.00	cpm	48.00	厦门市晟达四海文化传播有限公司	2018 厦门国际时尚周	抖音	50.00
朋友圈投放	141,750.00	2,250.00	cpm	63.00	厦门市晟达四海文化传播有限公司	2018 厦门国际时尚周	朋友圈广告	60.00
腾讯视频后贴片广告	35,280.00	700.00	cpm	50.40	厦门市晟达四海文化传播有限公司	2018 印尼时尚周	dsp 视频推广	50.00
优酷(北京/上海)暂停广告	105,000.00	3,125.00	cpm	33.60	厦门市晟达四海文化传播有限公司	2018 印尼时尚周	dsp 视频推广	50.00
爱奇艺移动端暂停广告	73,482.95	1,623.00	cpm	45.28	厦门市晟达四海文化传播有限公司	2018 印尼时尚周	dsp 视频推广	50.00
kol 出席发稿	374,000.00	17.00	家	22,000.00	厦门市晟达四海文化传播有限公司	2018 厦门国际时尚周	kol 微博微信	20,000.00
美国时代广告户外大牌投放	260,000.00	1.00	项	260,000.00	厦门赛鑫文化传播有限公司	2016 年 厦门国际时尚周	滨北电信 led	210,000.00

如上，2019 新加坡时尚周对壹天时代的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

(7) 2018 澳门国际时尚周

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
腾讯新闻首页投放	76,800.00	1,200.00	cpm	64.00	厦门星际时尚文化传媒有限公司	2019 厦门国际时尚周	网易新闻 app 头条	64.00
朋友圈广告	97,200.00	2,430.00	cpm	40.00	厦门市晟达四海文化传播有限公司	2018 厦门国际时尚周	朋友圈广告	60.00
一直播开机屏	210,000.00	7.00	天	30,000.00	新浪(厦门)信息服务有限公司	东方时尚季·第19届中国(青岛)国际时装周	微博客户端开机报头广告-区域定向版	27,300.00
花椒开机屏	294,000.00	7.00	天	42,000.00	上海智子信息科技股份有限公司	2019 年 SHD 街舞赛	虾米音乐类频道首页 banner (第五屏)	40,000.00

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
美拍开机屏	378,000.00	7.00	天	54,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	2019 宿州马拉松	体育门户 app keep 发现页焦点图 (顶部 Banner 三位)	60,000.00
网易直播	90,000.00	2.00	场	45,000.00	上海栖贤广告有限公司	爱逸 2018 新品发布会	网易直播	50,000.00
一直播	72,000.00	1.00	项	72,000.00	上海智子信息科技有限公司	社交媒体 KOL 委托发布	张佳宁微博投放	72,040.00
京东直播	60,000.00	3.00	场	20,000.00	青岛浩宇世纪文化传媒有限公司	2019 体育产业大会	新浪	20,000.00
时代广场视频	250,000.00	1.00	项	250,000.00	厦门赛鑫文化传播有限公司	2016 年厦门国际时尚周	滨北电信 led	210,000.00
微博大号	160,000.00	8.00	个	20,000.00	厦门市晟达四海文化传播有限公司	2018 厦门国际时尚周	kol 微博微信	20,000.00
微信大号	120,000.00	5.00	个	24,000.00	厦门市晟达四海文化传播有限公司	2018 厦门国际时尚周	kol 微博微信	20,000.00

如上, 2018 澳门国际时尚周对壹天时代的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

(8) 2018 厦门国际时尚周

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位: 元

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
妆发费	150,000.00	4	组	37,500.00	厦门星际时尚文化传媒有限公司	柳南万达广场三期住宅产品说明会暨认筹启动仪	妆发	34,500.00

如上, 2018 厦门国际时尚周对壹天时代的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

① 明星艺人

单位: 元

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
歌手胡夏	600,000.00	1	项	600,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	都市丽人新品发布会明星策划服务	陈小春	1,600,000.00

壹天时代采购价格情况				同类商品服务采购价格情况				
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
演员于毅	400,000.00	1	项	400,000.00	南京大姐姐影视文化工作室	2018小蜜坊年度渠道商大会暨新品发布会	曾梦雪	165,000.00
x-time男团	200,000.00	1	项	200,000.00	南京大姐姐影视文化工作室	2018小蜜坊年度渠道商大会暨新品发布会	曾梦雪	165,000.00
演员蒋璐霞	250,000.00	1	项	250,000.00	南京大姐姐影视文化工作室	2018小蜜坊年度渠道商大会暨新品发布会	曾梦雪	165,000.00

如上，不同类别的明星艺人采购价格无法直接对比，通过对上述报告期内采购同类艺人的微博粉丝量作为参考判断价格是否公允，对比情况如下：

单位：元

明星艺人	采购价格	微博粉丝量	同类艺人	采购价格	微博粉丝量	备注
胡夏	600,000.00	628万	陈小春	1,600,000.00	1300万	
于毅	400,000.00	371万	曾梦雪	165,000.00	116万	
x-time男团	200,000.00	18.3万	曾梦雪	165,000.00	116万	x-time男团8人
蒋璐霞	250,000.00	306万	潘晓婷	212,000.00	286万	

如上，陈小春的微博粉丝量比胡夏高2倍以上，胡夏的采购价格约陈小春的40%相对合理；于毅微博粉丝相当于曾梦雪的3倍，于毅的采购价格约曾梦雪的2.4倍相对合理；其他明星艺人与同类艺人的微博粉丝量相比，采购价格总体是相对匹配的。

② 差旅费

部分差旅费无法直接对比，通过检查差旅费的构成，判断价格是否公允，检查情况如下：

单位：元

壹天时代采购价格情况		说明
采购内容	采购金额	
艺人接待费	100,000.00	胡夏团队3人上海厦门往返机票10,560元；于毅团队2人北京厦门往返机票13,160元；x-time男团团队9人上海厦门往返机票50,760元，蒋璐霞团队2人北京厦门往返13,160元；9个艺人人均餐补1,000元，随行人员7人人均餐补500，共12,500元，合计定价10万元。

如上，相关的差旅费构成合理，价格相对公允。

(9) 2019 东方时尚季·第 19 届中国（青岛）国际时装周

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

壹天时代采购价格情况				同类商品服务采购价格情况				
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
王维平导演	150,000.00	7	场	21,428.57	北京高歌时尚文化有限公司	2017年厦门国际时尚周	王维平导演	20,000.00
首席男模	1,200,000.00 (注)	13.00	人	1,200,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	2019新加坡时尚周	北京超模	10,000.00
首席女模		13.00	人		厦门喵君文化传媒有限公司	2019新加坡时尚周	北京超模	10,000.00
超A男模		14.00	人		厦门喵君文化传媒有限公司	2019新加坡时尚周	新加坡模特	8,000.00
超A女模		21.00	人		厦门喵君文化传媒有限公司	2019新加坡时尚周	新加坡模特	8,000.00
A类男模		35.00	人		厦门市霓裳文化传播有限公司	2018厦门国际时尚周	北京男模(姚阳)	2,800.00
A类女模		105.00	人		厦门普普文化股份有限公司	2019厦门国际时尚周	上海模特	3,500.00
北京男模		84.00	人		厦门喵君文化传媒有限公司	2017年厦门国际时尚周	上海模特	2,000.00
北京女模		91.00	人		厦门喵君文化传媒有限公司	2017年厦门国际时尚周	上海模特	2,000.00

注：该项目模特人员采购采用打包价的形式，通过采用其他供应商同级别的模特采购单价，测试东方时尚季·第19届中国（青岛）国际时装周目的模特采购总价为1,355,500.00元，与壹天时代的采购金额接近。

如上，对壹天时代的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

部分差旅费无法直接对比，通过检查差旅费的构成，判断价格是否公允，检查情况如下：

单位：元

壹天时代采购价格情况		说明
采购内容	采购金额	
模特差旅	230,000.00	模特共376人，人均差旅补贴610元（交通+食宿）
导演组差旅	100,000.00	导演组共10人，其中包括五星级酒店7间15天共63000元，餐补15天共30000元，机票往返13000元，合计定价10万元

如上，相关的差旅费构成合理，价格相对公允。

(10) 2019 厦门国际时尚周

A、与同类商品服务采购单价可直接对比的情况

单位：元

壹天时代采购价格情况				同类商品服务采购价格情况				
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
换衣工	50,000.00	1.00	项	50,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	2017年厦门国际时尚周	换衣工	46,150.00
设计师邀请	1,000,000.00	10.00	项	100,000.00	厦门喵君文化传媒有限公司	东方时尚季·第19届中国（青岛）国际时装周	设计师刘思聪	100,000.00

如上，对壹天时代的采购单价与同类商品服务的采购单价相对接近。

B、与同类商品服务采购单价不可直接对比的情况

①明星艺人

单位：元

壹天时代采购价格情况					同类商品服务采购价格情况			
采购内容	采购金额	数量	单位	采购单价	供应商	项目名称	采购内容	采购单价
杨雪	160,000.00	1.00	人	160,000.00	南京大姐姐影视文化工作室	2018小蜜坊年度渠道商大会暨新品发布会	曾梦雪	165,000.00
VOGUE5	150,000.00	1.00	组	150,000.00	南京大姐姐影视文化工作室	2018小蜜坊年度渠道商大会暨新品发布会	曾梦雪	165,000.00
刘敏涛	250,000.00	1.00	人	250,000.00	上海泓昱体育文化工作室	中国在跨界	潘晓婷	212,000.00

如上，不同类别的明星艺人采购价格无法直接对比，通过对上述报告期内采购同类艺人的微博粉丝量作为参考判断价格是否公允，对比情况如下：

单位：元

明星艺人	采购价格	微博粉丝量	同类艺人	采购价格	微博粉丝量
杨雪	160,000.00	227万	曾梦雪	165,000.00	116万
VOGUE5	150,000.00	123万	曾梦雪	165,000.00	116万
刘敏涛	250,000.00	469万	潘晓婷	212,000.00	286万

如上，明星艺人与同类艺人的微博粉丝量相比，采购价格总体是相对匹配的。

综上，报告期内公司对壹天时代的采购价格具有公允性。

四、上述供应商与发行人业务、主要客户、供应商是否存在重合，是否存在为发行人承担成本费用的情况，是否存在向发行人输送客户和利润的情况

经访谈盛大瑞兴、壹天时代，查询其工商登记信息，获取对方主要客户、供应商清单并经对方确认，查阅公司财务账目、银行流水，核查公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员银行流水，上述供应商与发行人同处广告行业或为广告行业提供服务，主要客户、供应商之间不存在重合，上述两个供应商不存在为公司承担成本费用的情况，不存在向公司输送客户和利润的情况。

五、发行人与上述供应商是否存在其他利益往来、交叉任职情形，上述供应商股东是否为发行人股东、董事、监事、高级管理人员代持或进行其他利益安排，是否存在关联交易非关联化情形

经核查，上述供应商及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在直接持有、间接持有或委托他人持有公司及其控制企业的股权或其他权益的情形；上述供应商的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员未在公司及其控制的企业任职，与公司及其实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员不存在亲属关系或其他关联关系，不存在为公司的股东、董事、监事、高级管理人员代持或进行其他利益安排的情形；上述供应商的员工与公司的员工不存在交叉任职情形；上述供应商不存在为公司代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送、或采取无偿或不公允交易价格向公司提供经济援助的情况，与公司不存在其他可能影响日常交易的其他关系或利益安排、利益往来。

如上，公司与盛大瑞兴、壹天时代不存在其他利益往来、交叉任职情形，盛大瑞兴、壹天时代的股东不存在为公司股东、董事、监事、高级管理人员代持或进行其他利益安排的情况，不存在关联交易非关联化情形。

六、根据招股说明书，薛李宁持有厦门壹天企业管理咨询有限公司 99%的股权，请发行人补充披露壹天时代及其股东与薛李宁是否存在关联关系、股份代持，或其他利益往来及应说明的关系。请补充披露薛李宁与发行人其他供应商及客户是否存在关联关系、其他利益往来或应说明的关系

（一）壹天时代及其股东与薛李宁是否存在关联关系、股份代持，或其他利益往来及应说明的关系

根据对薛李宁、壹天时代的访谈以及壹天时代出具的《确认函》、查询壹天时代工商登记资料，壹天时代及其股东吴佩立、黄华与薛李宁之间均不存在亲属关系、关联关系、股份代持或其他利益往来及应说明的其他关系。

（二）薛李宁与发行人其他供应商及客户是否存在关联关系、其他利益往来或应说明的关系

根据对薛李宁的访谈，获取薛李宁的调查表及关联方清单，核查公司、实际控制人、董监高银行流水，并查阅公司客户、供应商清单，薛李宁与发行人的供应商及客户不存在关联关系、其他利益往来或应说明的关系。

基于上述，壹天时代及其股东与薛李宁不存在关联关系、股份代持，或其他利益往来及应说明的关系；薛李宁与公司其他供应商及客户不存在关联关系、其他利益往来或应说明的关系。

七、盛大瑞兴、壹天时代是否属于《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第 7.2.3 第五项规定的“中国证监会、本所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的法人或者其他组织”

根据对盛大瑞兴、壹天时代的访谈，盛大瑞兴、壹天时代及公司实际控制人、董事、监事及高级管理人员出具的《确认函》，盛大瑞兴、壹天时代及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在直接持有、间接持有或委托他人持有公司及其控制企业的股权或其他权益的情形；盛大瑞兴、壹天时代的股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员未在公司及其控制的企业任职，与公司及其实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员不存在亲属关系或其他关联关系，不存在为公司的股东、董事、监事、高级管理人员代持或进行其他利益安

排的情形；盛大瑞兴，壹天时代的员工与公司的员工不存在交叉任职情形；盛大瑞兴、壹天时代不存在为公司代垫费用、代为承担成本或转移定价等利益输送、或采取无偿或不公允交易价格向公司提供经济援助的情况，与公司不存在其他可能影响日常交易的其他关系或利益安排、利益往来。

基于上述，盛大瑞兴、壹天时代不属于《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第7.2.3第五项规定的“中国证监会、本所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的法人或者其他组织”。

核查程序：

- 1、访谈魏美忠、盛大瑞兴，了解魏美忠担任盛大瑞兴联络员的原因及合理性。
- 2、查阅魏美忠取得的《会计从业资格证书》、《办税员证》。
- 3、查阅魏美忠为福建中恒嘉建设有限公司、泉州市双志建材工贸有限公司等公司提供代理记账/报税服务的服务费用银行流水、相关企业的企业所得税年度纳税申报表。
- 4、取得盛大瑞兴、福建中恒嘉建设有限公司、泉州市双志建材工贸有限公司等公司出具的《确认函》。
- 5、访谈黄华、黄茜君，访谈盛大瑞兴及壹天时代的股东、主要管理人员。
- 6、取得公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的《确认函》。
- 7、网络查询盛大瑞兴、壹天时代的工商登记资料。
- 8、统计公司与盛大瑞兴、壹天时代的交易情况，与公司向其他供应商采购、市场价格等进行对比分析，核实公司与上述供应商交易价格的公允性。
- 9、取得盛大瑞兴、壹天时代的主要客户、主要供应商清单以及对方出具的《确认函》，与公司客户、供应商进行比对，核查是否存在重合。

核查结论：

经核查，我们认为：

- 1、实际控制人刘建辉的姨妈魏美忠曾于2016年4月至2017年7月担任盛大瑞兴联络员，其原因系魏美忠于该期间为盛大瑞兴提供代理记账服务，为工作便利，盛大瑞兴指定其担任联络员，代理记账服务关系终止后，魏美忠不再担任盛大瑞兴联络员。
- 2、公司股东、董事、监事、高级管理人员与黄华、黄茜君不存在关联关系、共同投资或其他利益往来。
- 3、盛大瑞兴主要从事舞台、灯光等物料租赁、搭建业务，壹天时代主营文化艺术活动、企业策划、艺人的经济代理、视频设计制作及媒介投放代理服务，公司向上述供应商采购没有市场可比价格，通过跟报告期内其他供应商同类商品服务的采购价格对比，采购价格具有公允性，采购产品服务具备合理性。

4、盛大瑞兴、壹天时代与公司业务、主要客户、供应商不存在重合，不存在为公司承担成本费用的情况，不存在向公司输送客户和利润的情况。

5、公司与盛大瑞兴、壹天时代不存在其他利益往来、交叉任职情形，不存在为公司股东、董事、监事、高级管理人员代持或进行其他利益安排，不存在关联交易非关联化情形。

6、壹天时代及其股东与薛李宁不存在关联关系、股份代持，或其他利益往来及应说明的其他关系。薛李宁与公司其他供应商及客户不存在关联关系、其他利益往来或应说明的关系。

7、盛大瑞兴、壹天时代不属于《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第7.2.3第五项规定的“中国证监会、本所或者上市公司根据实质重于形式的原则认定的其他与上市公司有特殊关系，可能造成上市公司对其利益倾斜的法人或者其他组织”。

问题7、报告期内，喀什联界营业收入分别为3,721.86万元、4,678.77万元、6,578.33万元，占发行人营业收入的比例为21.96%、17.14%、18.21%；喀什联界的利润总额分别为1,744.63万元、2,820.07万元、2,942.79万元，占发行人利润总额的比例分别为43.33%、40.56%、30.83%。发行人营业收入按客户区域划分表中，并未包含西北地区的营业收入。请发行人：（1）结合主要客户经营所在地，补充披露在新疆喀什设立子公司并开展业务的必要性、商业合理性。（2）结合报告期内喀什联界企业所得税优惠金额，补充披露该项税收优惠于2020年12月31日到期对发行人财务状况的影响。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

一、公司在新疆喀什设立子公司并开展业务的必要性、商业合理性

为推动新疆地区经济发展，中央、国务院相继出台了《关于推进新疆跨越式发展和长治久安的意见（中发〔2010〕9号）》和《关于支持喀什霍尔果斯经济开发区建设的若干意见（国发〔2011〕33号）》，拟在喀什、霍尔果斯实施特殊经济政策，将其建设成为推动新疆跨越式发展新的经济增长点。经国务院同意，国家发改委于2013年度印发《喀什经济开发区总体发展规划》。2014年4月，新疆维吾尔自治区公布《关于在喀什、霍尔果斯经济开发区试行特别机制和特殊政策的意见》，以促使优势产业、创新创业人才聚集，将喀什和霍尔果斯建设成为我国向西开发、共建“丝绸之路经济带”的重要窗口，同时，2014年4月，喀什经济开发区出台了《喀什经济开发区促进部分产业发展若干政策的意见（试行）》等产业政策和招商引资政策，以吸引更多外地企业、人才和资金参与喀什地区经济建设。

在上述背景之下，为响应国家西部大开发及支援新疆地区经济发展的政策和精神，公司于2016年5月设立子公司喀什联界，开展整合营销业务，具有必要性、合理性。

喀什联界主要从事内容营销业务，其服务对象主要是鞋服类企业和食品、饮料、化妆品等快消品企业，集中在东南沿海地区，其业务开展具有商业合理性。

二、喀什联界企业所得税税收优惠于2020年12月31日到期对发行人财务状况的影响

2017年以来，喀什联界享受的所得税优惠金额对税前利润的影响如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
喀什联界利润总额：	762.40	2,942.79	2,820.07	1,744.63
税收优惠到期后的税率	25%	25%	25%	25%
所得税减免金额	190.60	781.20	718.62	422.29
公司税前利润	2,867.79	9,544.47	6,953.31	4,026.84
减免所得税占公司税前利润的比例	6.65%	8.18%	10.33%	10.49%

注：2020年1-6月相关数据为未经审计数。

如上，2017年度至2020年1-6月，联界所享受的所得税减免金额分别为422.29万元、718.62万元、781.20万元和190.60万元，占公司税前利润的比例分别为10.49%、10.33%、8.18%、6.65%，占比持续下降，对公司财务状况影响较小。

核查程序：

1、查阅《中共中央、国务院关于推进新疆跨越式发展和长治久安的意见（中发〔2010〕9号）》、《国务院关于支持喀什霍尔果斯经济开发区建设的若干意见（国发〔2011〕33号）》文件以及喀什市出台的《关于招商引资若干政策的规定》、《喀什经济开发区》等相关政策文件，了解发行人设立喀什子公司的背景和必要性、合理性；

2、访谈发行人控股股东、实际控制人、总经理、财务总监，了解发行人于2016年度设立喀什子公司的原因和战略规划；

3、获取喀什联界报告期内客户的地域和行业分布情况，了解喀什联界客户主要集中东南沿海地区地区的原因及商业合理性；

4、访谈发行人控股股东、实际控制人、总经理、财务总监，计算喀什联界报告期内因税收优惠政策减免的所得税金额及占当期税前利润的比例，分析税收优惠到期对发行人财务状况的影响。

核查结论：


经核查，我们认为：

1、公司是在国家鼓励新疆经济实现跨越发展的背景下，为响应国家和喀什地方政府关于引入境内外资金支持新疆及喀什地区经济发展的号召，于2016年5月设立喀什联界，具有合理性、必要性；

2、2017年至2020年1-6月，喀什联界因税收优惠减免的所得税金额分别为422.29万元、718.62万元、781.20万元和190.60万元，占当期税前利润的比例分别为10.49%、10.33%、8.18%、6.65%，占比持续下降，对公司财务状况影响较小。

(本页无正文, 为致同会计师事务所(特殊普通合伙)《关于厦门多想互动文化传播股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函中有关财务会计问题的专项说明》的签章页)



中国注册会计师 

中国注册会计师 



二〇二〇年九月三日



营业执照

(副本) (20-1)



扫描二维码登录
“国家企业信用
信息公示系统”
了解更多登记、
备案、许可、监
管信息

统一社会信用代码
911101055923436555



名称 致同会计师事务所(特殊普通合伙)
类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 徐华

成立日期 2011年12月22日
合伙期限 2011年12月22日至 长期
主要经营场所 北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场五层

经营范围 审计企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。（下期出资时间为2020年12月31日。企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）



登记机关

2020年02月04日

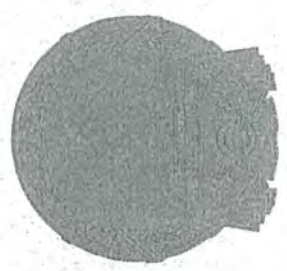
证书序号: NO. 019877

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批, 准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的, 应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止, 应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



中华人民共和国财政部制



会计师事务所
执业证书

名称: 致同会计师事务所(特殊普通合伙)

主任会计师: 徐华

办公场所: 北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场5层

组织形式: 特殊普通合伙

会计师事务所编号: 11010156

注册资本(出资额): 5000万元

批准设立文号: 京财会许可[2011]0130号

批准设立日期: 2011-12-13

授权书


根据财政部财会（2001）1035号“关于注册会计师在审计报告上签字盖章有关问题的通知”，现授权致同会计师事务所（特殊普通合伙）福州分所合伙人蔡志良、陈连锋、林庆瑜、林新田、殷雪芳等五人签署本所出具的审计报告、验资报告、专项审核报告等法定业务报告及业务约定书。

此授权有效期为：2020年1月1日至2020年12月31日。

在授权终止日前，被授权人如果违反事务所的规定，合伙人会议有权暂停或提前终止授权。

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人、执行事务合伙人：


徐华

2020年1月1日

2020年 7月 1日



本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.

年度检验登记
Annual Renewal Registration

证书编号: 350100010004
发证日期: 1999年12月31日
Date of Issuance: 1999 年 12 月 31 日
福建省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

换证日期: 2011年03月21日

①



姓名: 林新俊
Full name: 林新俊
性别: 男
Sex: 男
出生日期: 1965年01月08日
Date of birth: 1965年01月08日
工作单位: 天健正信会计师事务所有限公司
Working unit: 天健正信会计师事务所有限公司
身份证号码: 350103196501080371
Identity card No.: 350103196501080371
福州分公司

2020年7月1日

证书编号: 350100011453
 批准注册协会: 福建省注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs
 发证日期: 2006年09月11日
 Date of Issuance
 换证日期: 2011年03月21日



本证书经检验合格, 继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after
 this renewal.

年度检验登记
 Annual Renewal Registration

6



姓名: 陈裕成
 Full name: Chen Yucheng
 性别: 男
 Sex: Male
 出生日期: 1978年09月08日
 Date of birth: 1978-09-08
 工作单位: 天健正信会计师事务所有限公司福州分公司
 Working unit: Tianjianzhengxin Accounting Firm Co., Ltd. Fuzhou Branch
 身份证号码: 350122197809084516
 Identity card No.: 350122197809084516