

证券简称：闻道网络

证券代码：836261

苏州闻道网络科技股份有限公司

Suzhou Winndoo Network Technology Co.,Ltd

苏州市工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 11 楼



向不特定合格投资者公开发行股票说明书（申报稿）

本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本公开发行说明书申报稿不具有据以发行股票的法律效力。投资者应当以正式公告的公开发行说明书全文作为投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）



中国证监会、全国股转公司对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对公开发行申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

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

声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开发行人说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本公开发行人说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证公开发行人说明书中财务会计资料真实、完整。

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

保荐机构及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行人股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担法律责任。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股
发行股数	5,360,000 股
每股面值	1.00 元
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等中国证监会及全国股转系统认可的方式确定发行价格，最终定价方式及价格将由公司与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定（发行价格应当参考发行前一定期间的交易价格确定），发行价格不低于 26 元/股。
每股发行价格	
预计发行日期	
发行后总股本	37,000,000 股
保荐机构（主承销商）	东吴证券股份有限公司
公开发行说明书签署日期	

注：发行股数不超过 536 万股，发行后总股本不超过 3,700 万股。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读公开发行说明书正文内容：

一、本次公开发行股票并在精选层挂牌的安排及风险

公司本次公开发行股票完成后，将申请在全国股转系统精选层挂牌。

公司本次公开发行股票获得中国证监会核准后，在股票发行过程中，会受到市场环境、投资者偏好、市场供需等多方面因素的影响；同时，发行完成后，若公司无法满足精选层的挂牌条件，均可能导致本次发行失败。

公司在精选层挂牌后，投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

二、本次发行有关重要承诺的说明

本次发行有关的重要承诺，包括股份锁定承诺、稳定股价的承诺、填补摊薄即期回报的承诺、规范和减少关联交易的承诺等，具体参见本公开发行说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

三、关于发行前滚存利润的分配安排

为兼顾新老股东的利益，公司在本次公开发行股票完成后，滚存的未分配利润将由新老股东按持股比例共同享有。

四、特别风险提示

（一）市场竞争加剧的风险

相比传统广告行业，数字营销行业更具开放性，即使是个人也可以通过互联网提供营销服务。因此，数字营销行业呈现业务模式多样、竞争者众多及竞争格局复杂的特征。随着公司业务种类和应用场景的不断拓展，公司面临的市场竞争将愈发激烈。

报告期内，公司逐步将服务条线从单一的搜索引擎优化拓展到包括小红书、抖音、知乎、电商等平台在内的泛优化领域，业务规模保持高速增长。2020年以来，新的互联网流量热点不断涌现，包括直播带货、KOL、MCN机构等，如果公司未能顺应市场

竞争格局的变化、保持现有优势和之前良好的发展态势，公司将面临市场竞争力下降的风险。

（二）技术更新迭代的风险

公司业务集中在互联网及移动互联网领域的全媒体优化服务，公司的生存和发展很大程度上取决于是否能够及时、有效地满足客户不断升级的全媒体优化需求。随着该领域不断涌现出新的平台和流量增长点，公司的技术迭代面临着双重挑战。一方面，公司需要对现有的业务技术进行迭代升级，不断适应搜索引擎平台、社会化媒体平台和电商平台的新算法、新特征，保证客户在这些平台上的优化效果；另一方面，对于新兴的直播带货、KOL、MCN 机构等这些新的优化领域，需要开发新技术和新服务，不断扩大公司业务版图。如果公司不能准确把握前沿技术发展动向和趋势，不断迭代现有技术，不断开发应用于新领域的技术，公司将无法紧跟行业前沿技术的发展步伐，无法洞悉并满足客户全媒体优化需求，因此将面临技术升级迭代滞后及创新能力不足、从而导致公司核心竞争力下降的风险。

（三）经营业绩季节性波动风险

公司隶属于数字营销行业，主营业务为全媒体优化业务。受品牌客户营销活动投放周期和互联网用户浏览习惯的影响，数字营销行业通常在上半年的业务量低于下半年，呈现出一定的季节性特征。

一方面，每年一季度时，品牌客户当年的年度营销预算往往还没有确定，因此在营销投放规模上有所控制；另一方面，就互联网用户浏览习惯而言，一季度是互联网媒体的淡季，也导致了品牌客户通常不会选择在一季度进行大规模的投放。随着客户年度预算的确定，全年社会经济活动的逐渐铺开，投放量逐步增加。就上半年而言，通常二季度的投放量占上半年的比重较高。就全年而言，我国部分消费市场有“金九银十”的特点，而且化妆品、家居、零售等大型消费品在年底前还往往会形成一个销量高峰，导致下半年在全年的投放量中占比相对较高。

报告期内，公司营业收入按上半年、下半年划分情况如下表（未经审计）：

单位：万元、%

营业收入	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
上半年	5,476.49	37.15	3,776.43	38.77	2,555.42	40.59
下半年	9,266.97	62.85	5,964.36	61.23	3,740.91	59.41

合计	14,743.46	100.00	9,740.79	100.00	6,296.33	100.00
----	-----------	--------	----------	--------	----------	--------

因此，公司下半年收入明显高于上半年，导致公司面临着经营业绩随季节波动的风险。投资者不宜以季度或半年度数据推测公司全年经营业绩情况。

（四）收入或利润无法持续增长的风险

报告期内，公司实现营业收入 6,296.33 万元、9,740.79 万元、14,743.46 万元和 6,571.31 万元，最近三年复合增长率为 53.02%。同时，报告期内公司实现归属于公司普通股股东的净利润分别为 1,668.34 万元、2,103.41 万元、3,858.67 万元和 1,891.22 万元，最近三年复合增长率为 52.08%。

未来，随着公司业务规模不断扩大，营业收入基数持续增加，公司维持现有营收增速的难度提高，同时也可能出现利润无法与收入同步增长的情形，而且公司销售收入与国家宏观经济形势、数字营销行业技术变更、主要客户合作关系等因素密切相关。如果未来国家宏观经济形势出现不利变化，数字营销行业出现重大技术变革而公司技术研发无法紧跟相关变革，或者公司与主要客户的合作关系出现不利变化，将对公司经营业绩造成不利影响，进而影响公司持续稳定经营。因此，公司存在收入或利润无法保持持续增长、持续盈利能力下降的风险。

（五）募集资金投资项目的风险

公司本次公开发行募集资金将用于泛优化技术升级及平台建设项目、研发中心建设项目以及补充流动资金。本次募投项目的实施将有利于公司完善数字营销产业链布局，扩展公司网络媒介的深度及广度，整合并提升全媒体优化解决方案系统平台，同时增强自主创新能力，提高公司技术研发和技术服务能力。然而目前数字营销领域的企业普遍面临信息技术快速更新迭代、流量极速分散及营销形态多变的挑战，若本次募投项目未来实施过程中受到行业环境、产业政策、市场供求等多方面因素的影响而无法实现预期效益，或者技术研发成果无法实现有效转化，则可能导致公司未来经营业绩下降的风险。

（六）新型冠状病毒肺炎疫情在全球蔓延对公司经营造成不利影响的风险

目前，新型冠状病毒肺炎疫情在全球蔓延，对全世界各行业的生产及销售都产生了重大不利影响。公司主要客户涵盖金融、互联网、电器、车辆、美妆、医药保健、食品、快消、服饰、奢侈品等多个国民经济热门行业。随着新冠肺炎疫情逐步得到控制，公司主要客户均已恢复正常运作，但是部分大客户上半年受到疫情冲击较大，可能存在缩减

全年营销预算的风险，另一方面部分小客户存在倒闭或者破产重组的风险，可能停止与公司的合作。

新型冠状病毒肺炎疫情在全球蔓延并存在再次大规模爆发的可能，未来可能对公司与主要客户的业务协同造成不利影响，亦可能对公司销售目标的实现、客户款项的收回、业务拓展及盈利能力等造成不利影响。

因此，如果疫情持续蔓延，公司未来经营业绩可能存在下滑的风险。

目录

第一节	释义.....	9
第二节	概况.....	12
第三节	风险因素.....	20
第四节	发行人基本情况.....	27
第五节	业务和技术.....	52
第六节	公司治理与独立性.....	104
第七节	财务会计信息.....	114
第八节	管理层分析.....	181
第九节	募集资金运用.....	250
第十节	其他重要事项.....	263
第十一节	有关声明.....	265
第十二节	备查文件.....	275

第一节 释义

本公开发行说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
发行人、公司、本公司、股份公司、闻道网络	指	苏州闻道网络科技有限公司
凌霄科技	指	苏州凌霄科技有限公司，发行人全资子公司
元全信息	指	苏州元全信息科技有限公司，发行人全资子公司
谦履升	指	苏州谦履升管理咨询合伙企业（有限合伙），持有发行人 5% 以上股份的股东之一
拓尔思	指	拓尔思信息技术股份有限公司
耐特康赛	指	耐特康赛网络技术（北京）有限公司
值得买	指	北京值得买科技股份有限公司
宣亚国际	指	宣亚国际营销科技（北京）股份有限公司
艾德思奇	指	北京艾德思奇科技有限公司
思亿欧	指	杭州思亿欧网络科技有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司章程》	指	《苏州闻道网络科技有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《苏州闻道网络科技有限公司章程（草案）》
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
全国股转系统，新三板	指	全国中小企业股份转让系统
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
东吴证券、保荐机构、主承销商	指	东吴证券股份有限公司
申报会计师、立信审计	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、国浩律师	指	国浩律师（上海）事务所
股票登记机构	指	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
本次公开发行、本次发行	指	发行人向不特定合格投资者公开发行股票的行为
报告期、最近三年及一期	指	2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-6 月
公开发行说明书、本说明书	指	苏州闻道网络科技有限公司向不特定合格投资者公开发行股票说明书
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
专业名词释义		
全媒体	指	利用数字技术、网络技术、移动技术，通过互联网、无线通信网、有线网络等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐的多种传播形态和媒体形态，包括搜索引擎、社会化媒体、电商平台和其他伴随互联网发展不断涌现的新媒体平台。
泛优化	指	通过研究互联网用户的行为习惯，不同行业品牌的传播策略，以及社交媒体、电商平台、知识分享平台、视频网站等媒体平台的信息分发规律和内容展现策略，形成泛优化解决方案。
搜索引擎	指	根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上采集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将

		检索的相关信息展示给用户的系统。
搜索引擎优化/SEO	指	搜索引擎优化（Search Engine Optimization）是一种利用搜索引擎的搜索规则来提高目前网站在有关搜索引擎内的自然排名的方式。
搜索引擎收录	指	搜索引擎把网站索引到自己的数据库中的行为，用户可以通过搜索引擎提交入口提交网站吸引网络爬虫抓取页面，或通过外部链接吸引搜索引擎访问网站页面，当搜索引擎认为页面符合收录标准时即完成收录。
关键词	指	网络访问者通过搜索引擎键入希望了解的产品、服务或公司等的名词、词组或短语，按搜索流量高低可分为目标关键词和长尾关键词，按内容要素可分为品牌词、行业词、通用词等。关键词反映了网站的核心内容、市场定位和商业价值。
关键词排名	指	一种在搜索引擎搜索结果中以关键词的相关性体现网页排名的方式，可以分为关键词自然排名以及各搜索引擎提供的关键词竞价排名服务两种。
自然排名	指	不由广告所控制，完全由算法程序给予自动排列的关键词排名。
网站权重	指	搜索引擎给网站赋予一定的权威值，对网站权威的评估和评价。网站权重越高，在搜索引擎所占的份量越大，在搜索引擎排名就越好。
外链	指	在别的网站导入自己网站的链接，导入链接的质量（即导入链接所在页面的权重）间接影响了网站在搜索引擎中的权重。
社会化媒体	指	互联网上基于用户关系的内容生产与交换的平台，又称社交媒体（Social Media），目前主要包括各类社交网站、论坛、微信、微博、小红书、知乎、抖音等。
电商平台	指	即电子商务平台，是为企业或个人提供网上交易洽谈的平台。
KOL	指	关键意见领袖（Key Opinion Leader），即拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人。
KOC	指	关键意见消费者（Key Opinion Consumer），即能影响自己的朋友、粉丝而产生消费行为的消费者。相比于 KOL，KOC 的影响力更小，优势是更垂直、更便宜。
MCN	指	多频道网络模式（Multi-Channel Network），其本质是一个多频道网络的产品形态，将专业内容生产联合起来，在资本的有力支持下，保障内容的持续输出，从而最终实现商业的稳定变现。
UGC	指	用户原创内容（User Generated Content），随着互联网发展，网络用户的交互作用得以体现，用户既是网络内容的浏览者，也是网络内容的创造者。
PGC	指	专业生产内容（Professional Generated Content），经由传统广电业者按照几乎与电视节目无异的方式进行制作，但在内容的传播层面需按照互联网的传播特性进行调整。
SEM	指	搜索引擎营销（Search Engine Marketing），即通过代理搜索引擎公司的经销渠道将其某些行业或特定门类的关键词竞价资格包揽，并转售给需要的客户，使客户品牌信息在搜索引擎竞价广告区域得到展示。
PV	指	页面浏览量（Page View），用户每 1 次对网站中的每个网页访问均被记录 1 次，是衡量网站的主要指标之一。

CPC	指	每次点击成本 (Cost Per Click), 一种常见的网络营销的定价形式。当用户点击网站上的广告后, 网站就会获得相应的收入。
KPI	指	关键绩效指标 (Key Performance Indicator), 是通过对组织内部流程的输入端、输出端的关键参数进行设置、取样、计算、分析, 衡量流程绩效的一种目标式量化管理指标。
NLP	指	自然语言处理 (Natural Language Processing), 旨在解决计算机和人类自然语言的交互问题, 尤其是自动处理大规模自然语言预料。
转化率	指	一个统计周期内完成转化行为的次数占推广信息总点击次数的比率。转化行为是指潜在客户完成一次推广商户期望的行动, 如注册、下订单、付款等。
ROI	指	投资回报率 (Return on Investment), 即企业从一项投资性商业活动的投资中得到的经济回报, 在营销领域特指实现有效转化带来的收益与所花费的成本的比例, 以此衡量营销效果的投入产出比。

第二节 概览

本概览仅对公开发行说明书作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读公开发行说明书全文。

一、 发行人基本情况

发行人全称	苏州闻道网络科技股份有限公司	统一社会信用代码	913200006896262997
证券简称	闻道网络	证券代码	836261
有限公司成立日期	2009年5月19日	股份公司成立日期	2015年11月6日
注册资本	31,640,000元	法定代表人	袁学文
注册地址	苏州市工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢11楼	主要生产经营地址	苏州市工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢11楼
控股股东	袁学文	实际控制人	袁学文、鲁琼
主办券商	东吴证券	挂牌日期	2016年3月15日
管理型行业分类（新三板）	I 信息传输、软件和信息技术服务业-I64 互联网和相关服务	证监会行业分类	I 信息传输、软件和信息技术服务业-I64 互联网和相关服务

二、 发行人主营业务情况

1、 主营业务

公司是数字营销领域专业提供全媒体优化解决方案的技术服务型企业，致力于增强全媒体用户体验，以结果为导向、以数据为驱动、以技术为路径，为客户实现敏捷的品牌塑造和精准的网络营销，推动客户业务增长。

公司基于对数字营销发展趋势的理解和洞察，通过研究互联网用户的行为习惯，不同行业品牌的传播策略，以及搜索引擎、社交媒体、电商平台、知识分享平台、视频网站等媒体平台的信息分发规律和内容展现策略，形成全媒体优化解决方案。

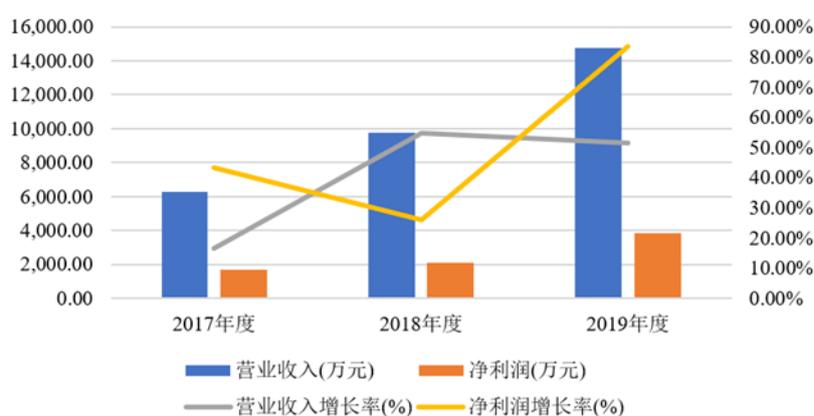
公司运用自主研发的数据及算法系统、运营系统和词库系统，通过可验证的服务效果，对客户发布的信息内容进行合理优化，使品牌客户的信息内容符合互联网用户的信息获取需求以及各类媒体平台的信息传播规律，以低成本、高效率的方式被全媒体平台收录并优先推荐展现，最终帮助品牌客户准确展现产品信息、树立品牌形象，辅助消费者进行消费决策，丰富媒体平台信息内容。

未来公司将继续加强在技术研发和客户服务领域的投入,把握数字营销时代的发展机遇,充分发挥公司长期积累的技术资源和服务经验,进一步提升全媒体优化解决方案能力,成为全媒体优化领域的领先企业,致力于为客户实现大数据时代的智慧营销。

2、经营情况

报告期内,公司持续加强市场开拓及技术研发,依托长期深耕的搜索引擎优化服务,公司不断加强推广优化业务,服务场景逐渐拓展至微信、微博、今日头条等社交媒体,天猫、淘宝、京东等电商平台,小红书、知乎等知识分享平台,抖音、快手、B站等视频网站和各类垂直行业平台,近3年公司营业收入和净利润保持快速增长。2019年度公司实现营业收入14,743.46万元,实现净利润3,858.67万元,最近三年公司营业收入和净利润复合增长率分别为53.02%和52.08%。2020年1-6月,公司实现营业收入6,571.31万元,实现净利润1,891.22万元,分别同比增长19.99%和37.05%。

报告期间道网络经营情况



3、主要客户

公司凭借优质的服务,已成为国内外多家行业知名品牌以及知名广告公司的业务合作伙伴,客户涵盖金融、互联网、电器、车辆、美妆、医药保健、食品、快消、服饰、奢侈品等多个热门行业。公司服务过的知名品牌包括但不限于:金融类:国泰君安、兴业证券等;互联网类:前程无忧等;电器类:苏泊尔、大金空调、惠而浦、A.O.史密斯、方太等;车辆类:宇通客车、雅迪电动车、台铃电动车等;美妆类:SK-II、娇兰、自然堂等;医药保健类:GSK集团、拜耳集团、诺华制药、鱼跃集团等;食品类:光明牛奶、百加得、皇冠曲奇、雀巢等;快消类:奥妙等;服饰类:慕思等;奢侈品类:Tiffany、珑骧、施华洛世奇等。

4、获奖情况

公司在不断发展过程中,通过优质的服务在数字营销行业内建立了较高知名度的品牌形象。公司获得了多项数字营销行业奖项,包括金投赏“案例类《AI 智能营销》类奖”、IAI 国际创享节“公司类《年度最具成长性数字营销公司》奖与案例类《技术营销》类奖”、虎啸奖“大数据与 AI 营销类奖”、TopDigital“创新营销奖搜索营销类银奖”、金鼠标“AI 大数据赋能营销决策智能营销类铜奖”、金鼠标“年度数字营销创新力技术公司”及“数字营销标杆公司”、金远奖“最具竞争力 SEO 服务公司”、金远奖“搜索营销类金奖”等。

三、 主要财务数据和财务指标

项目	2020年6月30日 /2020年1月—6月	2019年12月31 日/2019年度	2018年12月31 日/2018年度	2017年12月31 日/2017年度
资产总额(元)	128,598,854.05	135,002,259.25	91,667,254.20	69,225,429.93
股东权益合计(元)	111,297,134.12	108,204,950.51	79,110,203.32	62,822,113.30
归属于母公司所有者的股东权益(元)	111,297,134.12	108,204,950.51	79,110,203.32	62,822,113.30
资产负债率(母公司)(%)	13.16	19.28	13.43	9.04
营业收入(元)	65,713,126.25	147,434,561.06	97,407,886.14	62,963,267.09
毛利率(%)	59.77	56.58	53.21	58.38
净利润(元)	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47
归属于母公司所有者的净利润(元)	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47
扣除非经常性损益后的净利润(元)	18,676,679.41	35,025,952.02	20,476,821.43	16,059,588.56
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	18,676,679.41	35,025,952.02	20,476,821.43	16,059,588.56
加权平均净资产收益率(%)	16.44	41.55	29.81	30.37
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	16.24	37.72	29.02	29.24

基本每股收益（元/股）	0.60	1.22	0.66	0.53
稀释每股收益（元/股）	0.60	1.22	0.66	0.53
经营活动产生的现金流量净额(元)	30,997,844.72	28,353,845.68	20,050,044.33	12,482,334.43
研发投入占营业收入的比例（%）	12.37	12.75	13.45	13.98

四、 发行决策及审批情况

（一）本次发行已获得的授权和批准

2020年8月10日，公司第二届董事会第七次会议审议通过了《关于公司申请股票向不特定合格投资者公开发行并在精选层挂牌的议案》，同意公司申请股票向不特定合格投资者公开发行并在全国股转系统精选层挂牌。

2020年8月26日，公司2020年第二次临时股东大会审议通过了《关于公司申请股票向不特定合格投资者公开发行并在精选层挂牌的议案》，同意公司申请股票向不特定合格投资者公开发行并在全国股转系统精选层挂牌。

（二）本次发行尚需履行的决策程序及审批程序

本次发行方案尚需全国股转公司自律审查及中国证监会核准。在通过全国股转公司自律审查及取得中国证监会核准之前，公司将不会实施本次发行方案。能否通过前述审查及获得核准，以及最终获得相关核准的时间，均存在不确定性，提请广大投资者注意投资风险。

五、 本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股
每股面值	1.00元
发行股数	5,360,000股
发行股数占发行后总股本的比例	14.49%
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价、合格投资者网上竞价或网下询价等中国证监会及全国股转系统认可的方式确定发行价格，最终定价方式及价格将由公司与主承销商根据具体情况及监管要求协商确定（发行价格应当参考发行前一定期间的交易价格确定），发行价格不低于26元/股。
每股发行价格	
发行前市盈率（倍）	
发行后市盈率（倍）	
预测净利润（元）	

发行后基本每股收益（元/股）	
发行前每股净资产（元/股）	3.52
发行后每股净资产（元/股）	
发行前净资产收益率（%）	16.44%
发行后净资产收益率（%）	
发行前市净率（倍）	
发行后市净率（倍）	
本次股票发行期间停牌、复牌的时间安排	按监管部门的相关要求安排停牌、复牌时间
发行方式	向不特定合格投资者公开发行
发行对象	符合《全国中小企业股份转让系统投资者适当性管理办法》规定具备参与精选层股票发行和交易条件的合格投资者
战略配售情况	公司股东大会授权董事会全权办理本次发行战略配售相关事宜，在中国证监会履行完毕本次发行的核准程序后，发行人将召开董事会审议相关事项，并在启动发行后根据相关法律法规的要求，将投资者及高级管理人员、核心员工通过专项资产管理计划、员工持股计划等参与本次战略配售的具体形式在公开发行说明书中进行详细披露，包括但不限于：参与战略配售的投资者信息、高级管理人员、核心员工的姓名、担任职务、认股股份数量和比例、限售期限等。
本次发行股份的交易限制和锁定安排	按照《公司法》及《全国中小企业股份转让系统股票向不特定合格投资者公开发行并在精选层挂牌规则（试行）》关于交易限制和锁定安排相关规定办理
募集资金总额	
募集资金净额	
承销方式及承销期	余额包销
询价对象范围及其他报价条件	符合国家法律法规和监管机构规定的已开通全国股转系统精选层股票交易权限的合格投资者（中国法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）
优先配售对象及条件	
发行费用概算	

注：发行股数不超过 536 万股，发行后总股本不超过 3,700 万股。

六、 本次发行相关机构

（一） 保荐机构（主承销商）

机构全称	东吴证券股份有限公司
法定代表人	范力
注册日期	1993 年 4 月 10 日
统一社会信用代码	91320000137720519P
注册地址	苏州工业园区星阳街 5 号
办公地址	苏州工业园区星阳街 5 号
联系电话	0512-62938562
传真	0512-62938500
项目负责人	邓红军、尹翔宇
项目组成员	陈昌兆、秦天霓、向倩兰、吴娇、薛佳利

(二) 律师事务所

机构全称	国浩律师（上海）事务所
负责人	李强
注册日期	1993年7月22日
统一社会信用代码	313100004250363672
注册地址	上海市静安区北京西路968号嘉地中心23/25层
办公地址	上海市静安区北京西路968号嘉地中心23/25层
联系电话	021-52341668
传真	021-52341670
经办律师	邵祺、林惠

(三) 会计师事务所

机构全称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	朱建弟
注册日期	2011年1月24日
统一社会信用代码	91310101568093764U
注册地址	上海市黄浦区南京东路61号四楼
办公地址	上海市黄浦区南京东路61号四楼
联系电话	021-23280000
传真	021-63392558
经办会计师	吴震东、范翊

(四) 资产评估机构

适用 不适用

(五) 股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	戴文柱
注册地址	北京市西城区金融大街26号金阳大厦5层
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

(六) 收款银行

户名	-
开户银行	-
账号	-

(七) 其他与本次发行有关的机构

适用 不适用

七、发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

截至本说明书签署之日，发行人与本次发行有关的证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

八、发行人选择的具体进层标准

根据《全国中小企业股份转让系统分层管理办法》第十五条，发行人选择的具体进层标准为：“市值不低于 2 亿元，最近两年净利润均不低于 1,500 万元且加权平均净资产收益率平均不低于 8%，或者最近一年净利润不低于 2,500 万元且加权平均净资产收益率不低于 8%”。

九、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本说明书签署之日，发行人不存在公司治理特殊安排等重要事项。

十、募集资金运用

本次发行后，募集资金将投入以下项目：

单位：万元

序号	募集资金投资项目	投资总额	拟投入募集资金	项目备案
1	泛优化技术升级及平台建设项目	7,921.31	7,900.00	苏园行审备[2020]547号
2	研发中心建设项目	3,839.86	3,800.00	苏园行审备[2020]546号
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00	-
合计		16,761.17	16,700.00	-

募投项目计划总投资为 16,761.17 万元，其中拟使用公开发行股票募集资金 16,700.00 万元，自筹资金 61.17 万元。若本次发行股票的实际募集资金少于计划募集资金，缺口部分将由公司通过自筹资金方式解决；如本次发行股票的实际募集资金超过计划募集资金，超过部分继续用于募投项目投资或经法定程序后用于与公司主营业务相关的用途。本次募集资金到位前，可以先由公司用自有资金投入募投项目，募集资金到位后可以对前期投入的自有资金予以置换。

十一、其他事项

无

第三节 风险因素

投资者在评价发行人投资价值时，除本公开发行说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。

一、经营风险

（一）宏观经济运行的风险

公司目前主要提供全媒体优化服务，广泛应用于搜索引擎、社交媒体、电商平台、知识分享平台、视频网站等媒体平台，服务于金融、互联网、电器、车辆、美妆、医药保健、食品、快消、服饰、奢侈品等领域的企业。

公司属于数字营销行业，容易受到宏观经济的影响。宏观经济波动将带动广告主的数字营销和其他增值业务的总预算出现一定程度的波动。当经济处于低迷时期，企业的盈利可能大幅下降，市场需求可能萎缩，企业可能没有足够预算购买数字营销服务，从而会影响到数字营销行业需求。

受到新冠疫情发展超预期及地缘政治风险的双重影响，2020年上半年国内生产总值为456,614亿元，同比下降1.6%。同时新冠疫情也对全球经济活动造成了前所未有的冲击。如果未来全球经济发生较大波动，我国经济增长持续放缓，则公司的经营业绩可能随之出现下降的风险。

（二）市场竞争加剧的风险

相比传统广告行业，数字营销行业更具开放性，即使是个人也可以通过互联网提供营销服务。因此，数字营销行业呈现业务模式多样、竞争者众多及竞争格局复杂的特征。随着公司业务种类和应用场景的不断拓展，公司面临的市场竞争将愈发激烈。

报告期内，公司逐步将服务条线从单一的搜索引擎优化拓展到包括小红书、抖音、知乎、电商等平台在内的泛优化领域，业务规模保持高速增长。2020年以来，新的互联网流量热点不断涌现，包括直播带货、KOL、MCN机构等，如果公司未能顺应市场竞争格局的变化、保持现有优势和之前良好的发展态势，公司将面临市场竞争力下降的

风险。

（三）渠道商合作关系管理和维护不善的风险

报告期内，公司销售实行“直销+渠道商”的销售模式。公司一方面通过销售团队拓展各行业品牌客户，直接向其提供全媒体优化解决方案，积累业内口碑和市场影响力；另一方面与各大渠道商建立良好合作关系，借助其渠道资源向第三方提供全媒体优化服务，提升销售规模。最近三年及一期公司的渠道销售收入占营业收入的比重为 54.86%、43.66%、36.77%及 38.28%。随着未来公司经营规模的继续扩大，与各大广告公司的合作与交流也日益频繁，若公司不能及时提高渠道商合作关系的管理和维护能力，可能对公司品牌和服务销售造成不利影响。

（四）经营业绩季节性波动风险

公司隶属于数字营销行业，主营业务为全媒体优化业务。受品牌客户营销活动投放周期和互联网用户浏览习惯的影响，数字营销行业通常在上半年的业务量低于下半年，呈现出一定的季节性特征。

一方面，每年一季度时，品牌客户当年的年度营销预算往往还没有确定，因此在营销投放规模上有所控制；另一方面，就互联网用户浏览习惯而言，一季度是互联网媒体的淡季，也导致了品牌客户通常不会选择在一季度进行大规模的投放。随着客户年度预算的确定，全年社会经济活动的逐渐铺开，投放量逐步增加。就上半年而言，通常二季度的投放量占上半年的比重较高。就全年而言，我国部分消费市场有“金九银十”的特点，而且化妆品、家居、零售等大型消费品在年底前还往往会形成一个销量高峰，导致下半年在全年的投放量中占比相对较高。

报告期内，公司营业收入按上半年、下半年划分情况如下表（未经审计）：

单位：万元、%

营业收入	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
上半年	5,476.49	37.15	3,776.43	38.77	2,555.42	40.59
下半年	9,266.97	62.85	5,964.36	61.23	3,740.91	59.41
合计	14,743.46	100.0	9, 40.79	100.00	6,296.33	100.00

因此，公司下半年收入明显高于上半年，导致公司面临着经营业绩随季节波动的风险。投资者不宜以季度或半年度数据推测公司全年经营业绩情况。

（五）互联网企业合规经营的风险

随着互联网的快速发展,各类互联网企业为广大网民提供了丰富、便捷的信息服务,但个别互联网企业存在传播、散布违法和不良信息等问题,破坏了正常的网络信息传播秩序,侵犯了公共利益。公司在提供全媒体优化服务过程中涉及文章、图片、视频等营销内容在各类媒体平台的发布,虽然公司主要客户均为知名度较高、信誉较好的企业,报告期内未曾发生因违法违规而遭受处罚的情形,但随着公司业务规模的扩大,未来仍存在因营销内容审核失误等原因导致公司受到罚款、行政处罚,或导致公司形象受到损害、客户流失和收入下降等风险。

二、财务风险

（一）收入或利润无法持续增长的风险

报告期内,公司实现营业收入 6,296.33 万元、9,740.79 万元、14,743.46 万元和 6,571.31 万元,最近三年复合增长率为 53.02%。同时,报告期内公司实现归属于公司普通股股东的净利润分别为 1,668.34 万元、2,103.41 万元、3,858.67 万元和 1,891.22 万元,最近三年复合增长率为 52.08%。

未来,随着公司业务规模不断扩大,营业收入基数持续增加,公司维持现有营收增速的难度提高,同时也可能出现利润无法与收入同步增长的情形,而且公司销售收入与国家宏观经济形势、数字营销行业技术变更、主要客户合作关系等因素密切相关。如果未来国家宏观经济形势出现不利变化,数字营销行业出现重大技术变革而公司技术研发无法紧跟相关变革,或者公司与主要客户的合作关系出现不利变化,将对公司经营业绩造成不利影响,进而影响公司持续稳定经营。因此,公司存在收入或利润无法保持持续增长、持续盈利能力下降的风险。

（二）应收账款发生坏账的风险

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 6 月末,发行人应收账款期末余额分别为 2,383.70 万元、3,164.35 万元、5,734.23 万元和 3,421.73 万元,占营业收入的比重分别为 37.86%、32.49%、38.89%和 52.07%。报告期内,公司全媒体优化业务整体规模增长较快,经营效益持续提升,应收账款也相应增加。一旦出现应收账款不能按期收回或无法收回发生坏账的情况,将对公司的资金使用效率和经营绩效产生不利影响。

（三）每股收益和净资产收益率摊薄的风险

本次发行募集资金投资项目的实施和产生经济效益需要一定的时间和过程，短时间内公司净利润的规模无法与股本及净资产规模保持同步增长，募集资金到位后股本规模及净资产规模的扩大可能导致公司的每股收益和净资产收益率等指标有所下降，即期回报存在被摊薄的风险。

（四）税收优惠政策变化风险

报告期内，发行人为高新技术企业，企业所得税按 15% 的优惠税率；发行人子公司凌霄科技被认定为软件企业，自 2014 年起享受企业所得税“二免三减半”的税收优惠政策，凌霄科技 2017 年实际执行的企业所得税率为 12.5%；此外，报告期内发行人子公司凌霄科技、元全信息享有微利企业所得税优惠。未来若公司不能持续被评为高新技术企业或国家调整相关税收政策，公司将无法再享受税收优惠，将会增加公司税负并对公司盈利带来一定影响。

三、技术风险

（一）技术更新迭代的风险

公司业务集中在互联网及移动互联网领域的全媒体优化服务，公司的生存和发展很大程度上取决于是否能够及时、有效地满足客户不断升级的全媒体优化需求。随着该领域不断涌现出新的平台和流量增长点，公司的技术迭代面临着双重挑战。一方面，公司需要对现有的业务技术进行迭代升级，不断适应搜索引擎平台、社会化媒体平台和电商平台的新算法、新特征，保证客户在这些平台上的优化效果；另一方面，对于新兴的直播带货、KOL、MCN 机构等这些新的优化领域，需要开发新技术和新服务，不断扩大公司业务版图。如果公司不能准确把握前沿技术发展动向和趋势，不断迭代现有技术，不断开发应用于新领域的技术，公司将无法紧跟行业前沿技术的发展步伐，无法洞悉并满足客户全媒体优化需求，因此将面临技术升级迭代滞后及创新能力不足、从而导致公司核心竞争力下降的风险。

（二）核心技术失密的风险

在数字营销行业中，公司需要通过持续的研发维持相对的技术优势，进而保持在全媒体优化解决方案领域技术领先和市场竞争优势。为防止技术失密，公司关键技术一般

由核心技术人员掌握，且公司与核心技术人员均签订了《保密协议》，以保证核心技术的保密性。此外，公司还制定了规范化的研发制度，并及时申请专利及计算机软件著作权等，但基于全媒体优化企业的经营模式及行业特点，不排除技术人员违反职业操守、泄露公司机密的可能性。核心技术一旦失密将对公司的业务发展造成不利影响。

四、人力资源风险

（一）人才流失及人员储备的风险

人才储备是数字营销行业保持现有市场地位和是否具有持续发展能力的关键。公司业务涉及全媒体优化、数据分析、文案撰写编辑等多个专业领域，且技术更新迭代频繁，公司对具备上述多种技术背景且拥有快速技术提升能力的复合型人才需求较大。此外，互联网领域的人员流动性较强，企业外部引入核心人才和内部培养团队都需要一定的时间。

随着发行人募集资金投资项目的实施和业务规模的扩大，对于专业人才的需求还会进一步增加，如果发行人不能根据市场的发展提供更为具有竞争力的薪酬待遇或良好的职业发展空间，将可能无法保持技术团队的稳定及引入足够的专业人才，从而对发行人的业务发展造成不利影响。

（二）人力成本上升的风险

公司属于数字营销行业，人才是公司发展的核心要素之一，同时公司所处行业需要不断增加技术研发投入，主要体现在相关技术人才的招聘和提前储备，所以人工成本占公司营业成本的比重较高。未来，随着公司业务发展和人才需求的增加，以及员工所在地城市生活成本的上升、竞争对手对专业人才的争夺加剧等因素，公司人力成本存在持续上升的风险，进而可能给公司的经营业绩带来不利影响。

五、内控风险

（一）实际控制人不当控制的风险

截至本公开发行说明书签署日，袁学文先生直接持有闻道网络 35.78% 股权，通过谦履升间接持有闻道网络 0.54% 股权；鲁琼女士直接持有闻道网络 28.86% 股权，袁学文先生和鲁琼女士为夫妻关系，两人签署了一致行动人协议，两人合计持有公司 65.18% 股权。尽管公司已经建立了完善的公司法人治理结构以及各项规范运作制度，并持续引

入新的外部投资机构，同时本次公开发行后公司还会全面接受投资者和监管部门的监督和约束，但如果公司内控执行不力，可能存在实际控制人利用其实际控制地位对公司经营决策、人事、财务等进行不正当控制致使公司及中小股东的利益受到损害的可能性。

(二) 管理风险

报告期内，公司规模大幅增加，由 2017 年 12 月 31 日的 187 人增加至 2020 年 6 月 30 日的 296 人。随着公司业务板块的进一步拓展和本次募投项目的实施，人员数量可能持续增加，内部组织结构和行政人事管理将日趋复杂，在资源配置、技术研发、资本运作、市场开拓等方面均对公司的管理层提出更高的要求，增加公司经营和管理的难度。对于公司管理层来说，能否及时调整组织和管理模式，制定并有效执行未来的发展战略，在很大程度上决定了公司能否持续高速发展。

六、募集资金投资项目的风险

公司本次公开发行募集资金将用于泛优化技术升级及平台建设项目、研发中心建设项目以及补充流动资金。本次募投项目的实施将有利于公司完善数字营销产业链布局，扩展公司网络媒介的深度及广度，整合并提升全媒体优化解决方案系统平台，同时增强自主创新能力，提高公司技术研发和技术服务能力。然而目前数字营销领域的企业普遍面临信息技术快速更新迭代、流量极速分散及营销形态多变的挑战，若本次募投项目未来实施过程中受到行业环境、产业政策、市场供求等多方面因素的影响而无法实现预期效益，或者技术研发成果无法实现有效转化，则可能导致公司未来经营业绩下降的风险。

七、发行失败的风险

发行人本次公开发行并在精选层挂牌，尚需经全国股转公司和证监会同意发行人公开发行。

精选层是一个全新市场，受经济形势和市场情绪波动影响较大，本次发行的发行结果会受到宏观经济形势、市场环境、投资者偏好、价值判断、市场供需等多方面因素的影响。在股票发行过程中，若出现网下申购的投资者数量不足、发行认购不足、市值未达到预期、发行后无法满足股票在精选层挂牌条件等情形，则可能导致本次发行失败。

八、新型冠状病毒肺炎疫情在全球蔓延对公司经营造成不利影响的风险

目前，新型冠状病毒肺炎疫情在全球蔓延，对全世界各行业的生产及销售都产生了

重大不利影响。公司主要客户涵盖金融、互联网、电器、车辆、美妆、医药保健、食品、快消、服饰、奢侈品等多个国民经济热门行业。随着新冠肺炎疫情逐步得到控制，公司主要客户均已恢复正常运作，但是部分大客户上半年受到疫情冲击较大，可能存在缩减全年营销预算的风险，另一方面部分小客户存在倒闭或者破产重组的风险，可能停止与公司的合作。

新型冠状病毒肺炎疫情在全球蔓延并存在再次大规模爆发的可能，未来可能对公司与主要客户的业务协同造成不利影响，亦可能对公司销售目标的实现、客户款项的收回、业务拓展及盈利能力等造成不利影响。

因此，如果疫情持续蔓延，公司未来经营业绩可能存在下滑的风险。

第四节 发行人基本情况

一、 发行人基本信息

公司全称	苏州闻道网络科技股份有限公司
英文全称	Suzhou Winndoo Network Technology Co., Ltd.
证券代码	836261
证券简称	闻道网络
法定代表人	袁学文
注册资本	3,164 万元
成立日期	2009 年 5 月 19 日
住所和邮政编码	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1101 室,215028
电话	0512-65916510
传真	0512-65916515
互联网网址	http://www.winndoo.com/
电子信箱	kefeng.miao@winndoo.com
负责信息披露和投资者关系的部门	公司董事会秘书办公室
董事会秘书或者信息披露事务负责人	缪克峰
投资者联系电话	0512-65916510

二、 发行人挂牌期间的基本情况

(一) 挂牌日期和目前所属层级

2016 年 3 月 15 日, 公司股票正式在全国股转系统挂牌并公开转让, 证券代码为 836261, 证券简称为“闻道网络”。目前为创新层挂牌公司。

(二) 主办券商及其变动情况

公司主办券商为东吴证券, 挂牌以来未发生变更。

(三) 股票交易方式及其变更情况

2016 年 3 月 15 日, 公司获准在股转系统挂牌, 采取协议转让方式。

根据《全国中小企业股份转让系统股票转让方式确定及变更指引》, 自 2018 年 1 月 15 日起, 股票交易方式由原来的协议转让方式自动变更为集合竞价方式, 此后股票交易方式未发生变更。

截至本公开发行说明书签署日, 公司股票交易方式为集合竞价方式。

（四）报告期内发行融资情况

报告期内，公司未进行过发行融资。

（五）报告期内重大资产重组情况

报告期内，公司未进行过重大资产重组。

（六）报告期内控制权变动情况

报告期内，公司控股股东为袁学文先生，袁学文先生和鲁琼女士签署了一致行动人协议，截至本公开发行说明书签署日，两人合计持有公司 65.18% 股权，为公司实际控制人，未发生变更。

（七）报告期内股利分配情况

报告期内，公司股利分配情况如下：

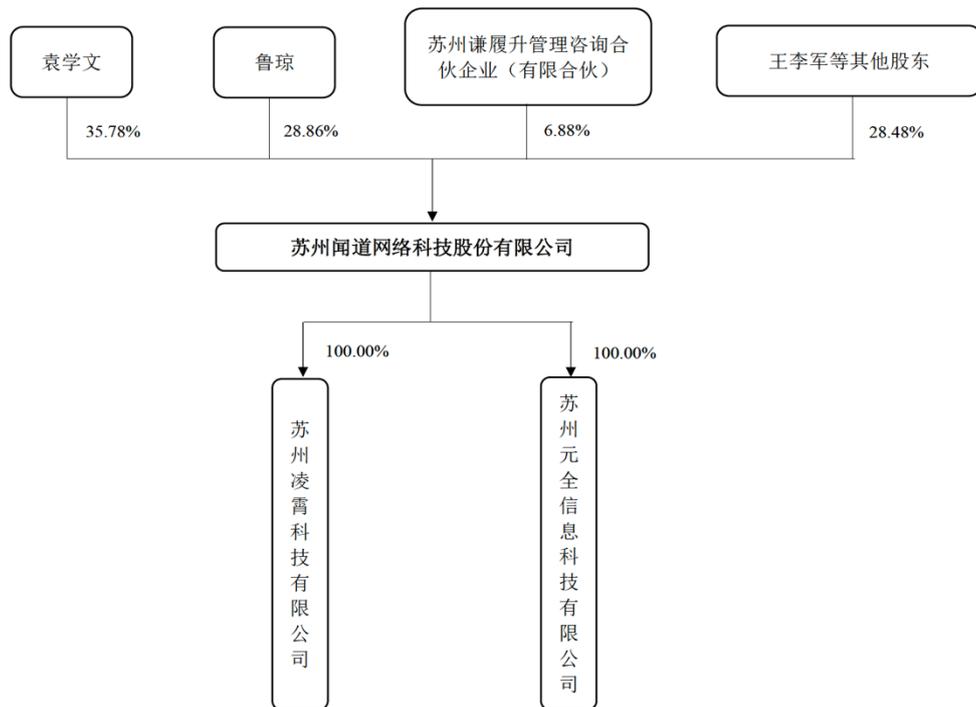
年度	每 10 股派现数（含税）	每 10 股送股数	每 10 股转增数	现金分红合计（含税）
2020 年	5.0 元	-	-	1,582.00 万元
2019 年	3.0 元	-	-	949.20 万元
2018 年	1.5 元	-	-	474.60 万元
2017 年	1.5 元	-	25 股	135.60 万元

三、 发行人的股权结构

（一）发行人的股权结构

截至本公开发行说明书签署日，袁学文先生直接持有闻道网络 35.78% 股权，通过谦履升间接持有闻道网络 0.54% 股权；鲁琼女士直接持有闻道网络 28.86% 股权，袁学文先生和鲁琼女士为夫妻关系，两人签署了一致行动人协议，两人合计持有公司 65.18% 股权。公司控股股东为袁学文先生，实际控制人为袁学文先生和鲁琼女士。

公司股权结构图如下：



（二）控股股东、实际控制人控制的企业

截至本公开发行说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人控制的企业包括苏州国闻和摩深智能，其基本情况如下：

（1）苏州国闻

公司全称	苏州国闻企业咨询合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91320594MA1YT30R74
成立日期	2019年7月26日
执行事务合伙人	袁学文
注册资本	1,000万元人民币
实收资本	1,000万元人民币
公司住所	中国(江苏)自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区中银惠龙大厦1幢1001室
主要生产经营地	中国(江苏)自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区中银惠龙大厦1幢1001室
公司类型	有限合伙企业
经营范围	企业管理咨询、商务信息咨询。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

（2）摩深智能

公司全称	苏州摩深智能科技有限公司
统一社会信用代码	91320594MAINTFMGX8
成立日期	2017年4月19日
法定代表人	朱剑亭
注册资本	500万元人民币

实收资本	120 万元人民币
公司住所	苏州工业园区仁爱路 150 号第二教学楼
主要生产经营地	苏州工业园区仁爱路 150 号第二教学楼
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
经营范围	从事智能科技、网络科技、信息科技、计算机科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；销售：计算机软硬件及辅助设备、安防设备、智能设备、音响设备；计算机信息系统集成；承接：网络工程；销售：五金、交电、办公用品、机械设备、机电设备、电子产品；展览展示服务、会务服务、商务信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

四、 发行人股东及实际控制人情况

（一）控股股东、实际控制人基本情况

公司控股股东为袁学文先生，实际控制人为袁学文先生和鲁琼女士。

袁学文先生：男，中国国籍，无境外永久居留权，1982 年 1 月生，身份证号为 3402031982*****，研究生学历，软件工程专业背景。2007 年 9 月至 2008 年 9 月，任 Tom 易趣市场部经理。2009 年 5 月至今，任公司总经理。2018 年 11 月至今，任公司董事长。2019 年 7 月至今，任苏州国闻企业咨询合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人。

鲁琼女士：女，中国国籍，无境外永久居留权，1980 年 11 月生，身份证号为 3402021980*****，本科学历，汉语言文学专业背景。2003 年 8 月至 2011 年 6 月，任苏州志远进出口有限公司财务职员。2009 年 5 月至 2015 年 10 月，任公司监事。2015 年 10 月至今，任公司董事。

（二）其他持股 5%以上主要股东的基本情况

谦履升持有公司 6.88% 股份，系公司主要股东。

基本信息如下：

公司全称	苏州谦履升管理咨询合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91320594MA1NMFHN7W
成立日期	2017 年 3 月 24 日
执行事务合伙人	蒋孟奇
注册资本	1,555 万元人民币
实收资本	1,555 万元人民币
公司住所	苏州工业园区仁爱路 150 号第二教学楼 A510 室

主要生产经营地	苏州工业园区仁爱路 150 号第二教学楼 A510 室
公司类型	有限合伙企业
经营范围	企业管理咨询、商务信息咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

谦履升系公司员工持股平台，截至本公开发行说明书签署日，谦履升前十大股东及持股比例如下表所示：

序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例
1	许宗剑	202.142857	13.00%
2	肖琴	200.00	12.86%
3	袁学文	121.00	7.78%
4	袁佳鸣	120.00	7.72%
5	黄晨炜	108.285714	6.96%
6	蒋孟奇	102.142857	6.57%
7	吕冬梅	88.50	5.69%
8	王李军	75.00	4.82%
9	邓佚峰	75.00	4.82%
10	李海涛	68.571429	4.41%

（三）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至公开发行说明书签署日，公司控股股东和实际控制人直接或间接持有公司的股份不存在质押或其他权利争议的情形。

五、 发行人股本情况

（一）公司本次发行前后股本情况

公司本次发行前总股本为 3,164 万股，本次拟公开发行不超过 536 万股。本次发行的股份占发行后总股本的比例不超过 14.49%。

（二）公司本次发行前的前十名股东持股情况

截至本公开发行说明书签署日，公司前十大股东如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例	股份性质	限售股份数量（股）
1	袁学文	11,319,600	35.78%	境内自然人股	11,319,600
2	鲁琼	9,130,600	28.86%	境内自然人股	9,130,600
3	苏州谦履升管理咨询合伙企业（有限合伙）	2,177,000	6.88%	境内非国有法人股	-

4	苏州君子兰启航一号股权投资基金合伙企业(有限合伙)	1,260,000	3.98%	境内非国有法人股	-
5	李耀原	1,120,000	3.54%	境内自然人股	1,120,000
6	王李军	1,120,000	3.54%	境内自然人股	840,000
7	盛林凤	1,000,000	3.16%	境内自然人股	-
8	上海客齐集信息技术股份有限公司	840,000	2.65%	境内非国有法人股	-
9	许宗剑	655,000	2.07%	境内自然人股	-
10	徐闻	653,311	2.06%	境内自然人股	-
合计		29,275,511	92.52%	-	-

公司股东袁学文与鲁琼为夫妻关系，鲁琼与李耀原为表兄妹关系。除此之外，公司股东之间不存在其他关联关系。

六、影响发行人股权结构的事项

(一) 发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排情况

截至本公开发行说明书签署日，公司无已经制定或实施的股权激励及相关安排。

(二) 发行人及其控股股东、实际控制人与发行人其他股东之间存在的对赌协议等特殊协议或安排

截至本公开发行说明书签署日，公司及其控股股东、实际控制人与公司其他股东之间不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在可能导致股权结构变化的事项。

七、发行人子公司情况

截至公开发行说明书签署日，发行人子公司有凌霄科技和元全信息。

(一) 凌霄科技

1、基本情况

公司全称	苏州凌霄科技有限公司
统一社会信用代码	91320594551211146Q
成立日期	2010年3月5日
法定代表人	鲁琼
注册资本	100万元人民币
实收资本	100万元人民币
公司住所	中国(江苏)自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1103室

主要生产经营地	中国(江苏)自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1103 室
公司类型	有限责任公司
经营范围	研发、销售：计算机软硬件；嵌入式系统开发；计算机系统集成、网络维护；科技信息咨询，并提供相关售后服务；市场营销策划；视频制作、多媒体制作；演出经纪；电子商务技术服务；美容仪器、电子设备、化妆品、日用品、针纺织品、洗涤用品、食品、装饰品、家居护理用品、服装、鞋帽销售；设计、制作、代理、发布国内各类广告。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、股权结构

截至公开发行说明书签署日，凌霄科技为发行人的全资子公司。

3、主要财务数据

单位：万元

项目	2020年6月30日/2020年1-6月	2019年12月31日/2019年度
总资产	636.69	716.10
净资产	558.61	564.81
净利润	-6.20	140.97

注：以上数据经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

（二）元全信息

1、基本情况

公司全称	苏州元全信息科技有限公司
统一社会信用代码	91320594313972572B
成立日期	2014年9月29日
法定代表人	袁学文
注册资本	50万元人民币
实收资本	50万元人民币
公司住所	中国(江苏)自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1102 室
主要生产经营地	中国(江苏)自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1102 室
公司类型	有限责任公司
经营范围	信息技术开发；研发、销售：软件，电子商务技术开发，并提供相关技术咨询，技术转让，技术服务；计算机系统集成。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、股权结构

截至公开发行说明书签署日，元全信息为发行人的全资子公司。

3、主要财务数据

单位：万元

项目	2020年6月30日/2020年1-6月	2019年12月31日/2019年度
总资产	54.49	54.86
净资产	54.49	54.86
净利润	-0.36	3.33

注：以上数据经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

八、董事、监事、高级管理人员

（一）董事会成员

截至本公开发行说明书签署日，公司董事会由8名董事组成，包括2名独立董事，董事会成员具体情况如下：

序号	姓名	在本公司任职	任职期间
1	袁学文	董事长、总经理	2018年11月06日至2021年11月05日
2	鲁琼	董事	2018年11月06日至2021年11月05日
3	王李军	董事、副总经理	2018年11月06日至2021年11月05日
4	缪克峰	董事、财务总监、董事会秘书	2018年11月06日至2021年11月05日
5	姚晓澜	董事	2018年11月06日至2021年11月05日
6	张攀	董事	2018年11月06日至2021年11月05日
7	郑巍	独立董事	2020年06月28日至2021年11月05日
8	张才尧	独立董事	2020年06月28日至2021年11月05日

董事长兼总经理袁学文先生：男，中国国籍，无境外永久居留权，1982年1月生，研究生学历，软件工程专业背景。2007年9月至2008年9月，任Tom易趣市场部经理。2009年5月至今，任公司总经理。2018年11月至今，任公司董事长。2019年7月至今，任苏州国闻企业咨询合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人。

董事鲁琼女士：女，中国国籍，无永久境外居留权，1980年11月生，本科学历，汉语言文学专业背景。2003年8月至2011年6月，任苏州志远进出口有限公司财务职员。2009年5月至2015年10月，任公司监事。2015年10月至今，任公司董事。

董事兼副总经理王李军先生：男，中国国籍，无境外永久居留权，1982年11月生，研究生学历，软件工程专业背景。2007年9月至2009年10月，任博茂营销咨询（上海）有限公司商务解决方案经理。2009年11月至2011年11月，任上海杰伊特信息科技有限公司CTO。2011年12月至今，任公司技术总监。2018年2月至今，任苏州世御网络科技有限公司监事。2018年11月至今，任公司董事、副总经理。

董事、财务总监兼董事会秘书缪克峰先生：男，中国国籍，无境外永久居留权，1981

年 11 月生，本科学历，会计学专业背景。2004 年 7 月至 2015 年 5 月，任苏州天元税务师事务所有限公司审计经理。2015 年 6 月至今，任公司财务总监。2018 年 11 月至今，任公司董事、董事会秘书。

董事姚晓澜女士：女，中国国籍，无境外永久居留权，1988 年生，本科学历，行政管理专业背景。2010 年 7 月至今，任公司高级客户经理。2018 年 11 月至今，任公司董事。

董事张攀先生：男，中国国籍，无境外永久居留权，1984 年 10 月生，研究生学历，数量经济学专业背景。2010 年 7 月至 2013 年 5 月，任山西证券资产管理部研究员。2013 年 6 月至 2015 年 11 月，任华工科技投资管理有限公司投资经理。2015 年 12 月至今，任苏州君子兰资本管理有限公司投资总监。2017 年 6 月至今，任苏州工业园区君子鑫企业管理有限公司监事。2018 年 11 月至今，任公司董事。2019 年 10 月至今，任座头鲸（上海）信息技术有限公司董事。

独立董事郑巍先生：男，汉族，中国国籍，无境外永久居留权，1981 年 2 月生，本科学历，法学专业背景，取得法律从业资格、证券从业资格及基金从业资格。2004 年 9 月至 2006 年 2 月，任安徽理扬律师事务所律师助理。2006 年 3 月至 2008 年 2 月，任安徽深蓝律师事务所律师助理。2008 年 3 月至 2012 年 11 月，任安徽申腾律师事务所律师。2012 年 11 月至 2019 年 5 月，任北京大成（合肥）律师事务所律师。2014 年 9 月至今，任芜湖祥云妆文化传播有限公司监事。2019 年 5 月至今，任皖江金融租赁股份有限公司法务高级经理。2020 年 6 月至今，任公司独立董事。

独立董事张才尧先生：男，汉族，中国国籍，无境外永久居留权。1981 年 12 月生，研究生学历，管理科学与工程专业背景，取得 CPA、准保荐代表人资格。2007 年 7 月至 2010 年 6 月，任中瑞岳华会计师事务所项目经理。2010 年 7 月至 2011 年 4 月，任南京证券股份有限公司高级经理。2011 年 5 月至 2014 年 8 月，任平安证券有限责任公司高级业务总监。2014 年 9 月至 2017 年 1 月，任新时代证券股份有限公司业务董事。2017 年 2 月至 2017 年 12 月，任知合控股有限公司投资总监。2018 年 1 月至 2018 年 8 月，任宁波知合出行投资管理有限公司风控总监。2018 年 9 月至 2019 年 11 月，任国昱资本管理有限公司投资部负责人。2019 年 10 月至今，任北京财涌咨询有限公司监事。2019 年 11 月至今，任北京兑悦集文化传媒有限公司监事。2019 年 12 月至今，任华西证券股份有限公司 SVP。2020 年 6 月至今，任公司独立董事。

（二）监事会成员

截至本公开发行说明书签署日，公司监事会由 3 名监事组成，其中包括一名监事会主席，监事会成员具体情况如下：

序号	姓名	在本公司任职	任职期间
1	单艳婷	监事会主席	2020 年 9 月 21 日至 2021 年 11 月 05 日
2	邓卫霞	监事	2018 年 11 月 06 日至 2021 年 11 月 05 日
3	吕冬梅	职工代表监事	2018 年 11 月 06 日至 2021 年 11 月 05 日

监事会主席单艳婷女士：女，中国国籍，无境外永久居留权，1989 年 2 月生，本科学历，计算机科学与技术专业背景。2012 年 7 月至今，任公司高级客户经理。2020 年 9 月至今，任公司监事会主席。

监事邓卫霞女士：女，中国国籍，无境外永久居留权，1988 年 12 月生，大专学历，计算机网络技术专业背景。2011 年 3 月至今，任公司高级客户经理。2018 年 11 月至今，任公司监事。

职工代表监事吕冬梅女士：女，中国国籍，无境外永久居留权，1982 年 12 月生，研究生学历，哲学专业背景。2008 年 9 月至 2011 年 2 月，任北京麦肯桥咨询有限公司培训部人事主管。2011 年 5 月至 2015 年 3 月，任苏州坤润置业有限公司人事行政经理。2015 年 4 月至 2015 年 5 月，任北京搜房网网络技术有限公司苏州分公司 HRBP。2009 年 3 月至今，任青岛颖麟国际运输代理有限公司监事。2015 年 6 月至今，任公司人事总监。2018 年 11 月至今，任公司职工代表监事。

（三）高级管理人员

截至本公开发行说明书签署日，公司的高级管理人员包括总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书，具体情况如下：

序号	姓名	在本公司任职	任职期间
1	袁学文	董事长、总经理	2018 年 11 月 06 日至 2021 年 11 月 05 日
2	缪克峰	董事、财务总监、董事会秘书	2018 年 11 月 06 日至 2021 年 11 月 05 日
3	王李军	董事、副总经理	2018 年 11 月 06 日至 2021 年 11 月 05 日
4	许宗剑	副总经理	2018 年 11 月 06 日至 2021 年 11 月 05 日
5	袁佳鸣	副总经理	2019 年 05 月 09 日至 2021 年 11 月 05 日
6	蒋孟奇	副总经理	2019 年 05 月 09 日至 2021 年 11 月 05 日

总经理袁学文先生：参见本公开发行说明书第四节“发行人基本情况”之“八、（一）董事会成员”。

董事会秘书、财务总监缪克峰先生：参见本公开发行说明书第四节“发行人基本情况”之“八、（一）董事会成员”。

副总经理王李军先生：参见本公开发行说明书第四节“发行人基本情况”之“八、（一）董事会成员”。

副总经理许宗剑先生：男，中国国籍，无境外永久居留权，1978年4月生，本科学历，贸易经济专业背景。2000年1月至2007年11月，任eBay易趣市场经理。2007年12月至2018年1月，任昌荣金准（天津）网络科技有限公司总经理。2018年2月至今，任公司COO。2018年11月至今，任公司副总经理。

副总经理袁佳鸣先生：男，中国国籍，无境外永久居留权，1983年5月生，本科学历，艺术设计专业背景。2005年7月至2007年6月，任海工装饰工程有限公司设计师。2007年7月至2016年4月，任百度（中国）有限公司高级客户经理。2016年5月至今，任公司销售总监。2019年5月至今，任公司副总经理。

副总经理蒋孟奇先生：男，中国国籍，无境外永久居留权，1980年12月生，研究生学历，计算机软件与理论专业背景。2007年7月至2015年8月，任北京酷讯网络科技有限公司高级总监。2015年9月至2015年10月，任北京蘑菇科技有限公司联合创始人。2015年11月至今，任苏州闻道网络科技股份有限公司技术总监。2019年5月至今，任公司副总经理。

（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本公开发行说明书签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员在发行人及控股子公司以外的主要兼职情况如下表所示：

姓名	本公司任职	兼职单位	兼任职务	与本公司关系
袁学文	董事长、总经理	苏州国闻企业咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	同一实际控制人控制的企业
王李军	董事、副总经理	苏州世御网络科技有限公司	监事	无关联关系
蒋孟奇	副总经理	苏州谦履升管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人	持股5%以上股东
张攀	董事	苏州工业园区君子鑫企业管理有限公司	监事	发行人董事持股30%的企业
		座头鲸（上海）信息技术有限公司	董事	发行人董事担任董事的企业
郑巍	独立董事	芜湖祥云妆文化传播有限公司	监事	无关联关系

张才尧	独立董事	北京财涌咨询有限公司	监事	无关联关系
		北京兑悦集文化传媒有限公司	监事	无关联关系
吕冬梅	职工代表监事	青岛颖麟国际运输代理有限公司	监事	发行人监事持股100%的企业

（五）董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系

本公司董事长、总经理袁学文先生和董事鲁琼女士为夫妻关系，董事鲁琼女士和离任监事李耀原先生为表兄妹关系，其他董事、监事、高级管理人员之间无亲属关系。

（六）报告期内董事、监事、高级管理人员变动情况

1、董事的变化

2018年11月6日，公司召开2018年第一次临时股东大会，选举袁学文、鲁琼、王李军、邓佚峰、姚晓澜、张攀、缪克峰为公司第二届董事会董事。2018年11月6日，公司召开第二届董事会第一次会议，选举袁学文担任董事长。2019年12月25日，公司收到董事邓佚峰递交的辞职报告，邓佚峰因个人原因申请辞去公司董事职务。2020年6月28日，公司召开2020年第一次临时股东大会，选举郑巍和张才尧为第二届董事会独立董事，任期自公司股东大会审议通过之日起至第二届董事会任期届满之日止。

2、监事的变化

2018年10月19日，公司召开2018年职工代表大会第一次会议，选举吕冬梅为公司职工代表监事。2018年11月6日，公司召开2018年第一次临时股东大会，选举李耀原、邓卫霞为公司第二届监事会非职工代表监事，与吕冬梅共同组成公司第二届监事会。2020年9月4日，公司收到监事会主席李耀原递交的辞职报告，李耀原因个人原因申请辞去公司监事、监事会主席职务。2020年9月21日，公司召开2020年第四次临时股东大会，选举单艳婷为公司非职工代表监事。2020年9月21日，公司召开第二届监事会第八次会议，选举单艳婷担任公司监事会主席。

3、高级管理人员的变化

2018年4月25日，公司召开第一届董事会第十四次会议，任命许宗剑先生为公司副总经理，任期自董事会审议通过之日起至第一届董事会任期届满之日止。2018年11月6日，公司召开第二届董事会第一次会议，聘任袁学文为公司总经理，王李军、许宗剑为公司副总经理，缪克峰为公司财务总监、董事会秘书。2019年5月9日，公司召

开第二届董事会第三次会议，聘任袁佳鸣、蒋孟奇为公司副总经理。

（七）董事、监事、高级管理人员薪酬情况

1、董事、监事、高级管理人员的薪酬组成、确定依据

在公司担任日常管理职务的董事、监事、高级管理人员的薪酬由基本工资、奖金和津贴组成。独立董事领取独立董事津贴，其他外部董事、外部监事未在本公司领取薪酬。

公司高级管理人员（含兼任高级管理人员的董事）的薪酬主要根据其所处岗位的职责、重要性、贡献度等因素确定；公司独立董事津贴由股东大会审议决定；公司监事的薪酬主要结合其担任的行政职务、考核情况等要素根据公司薪酬管理制度确定。

2、董事、监事、高级管理人员报告期内薪酬总额及其占发行人各期利润总额的比重

2017年、2018年、2019年和2020年1-6月，公司董事、监事、高级管理人员从公司领取的薪酬总额分别为323.72万元、457.85万元、548.25万元和222.64万元，占同期本公司合并报表利润总额的比例分别为17.42%、19.82%、12.75%和10.48%。

（八）董事、监事、高级管理人员及其近亲属持股情况

1、直接持有发行人股份的情形

截至本公开发行说明书签署日，发行人现任董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接持有发行人股份情况如下：

人员	任职情况	持股数量（股）	持股比例
袁学文	董事长、总经理	11,319,600	35.78%
鲁琼	董事	9,130,600	28.86%
王李军	董事、副总经理	1,120,000	3.54%
许宗剑	副总经理	655,000	2.07%
姚晓澜	董事	72,800	0.23%
邓卫霞	监事	56,000	0.18%
单艳婷	监事会主席	33,600	0.11%

2、间接持有发行人股份的情形

截至本公开发行说明书签署日，发行人现任董事、监事、高级管理人员及其近亲属通过员工持股平台，间接持有发行人股份情况如下：

人员	任职情况	间接持股数（股）	间接持股比例
许宗剑	副总经理	283,010	0.89%

袁学文	董事长、总经理	169,400	0.54%
袁佳鸣	副总经理	168,000	0.53%
蒋孟奇	副总经理	143,000	0.45%
吕冬梅	职工代表监事	123,900	0.39%
王李军	董事、副总经理	105,000	0.33%
缪克峰	董事、财务总监、董事会秘书	77,000	0.24%

截至本公开发行说明书签署日，发行人现任董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有公司的股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形；且已经履行相关信息披露义务。

（九）董事、监事、高级管理人员与发行人业务相关的对外投资情况

截至本公开发行说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员无与发行人业务相关的对外投资情况。

九、重要承诺

本次发行相关的承诺事项如下：

（一）股份的流通限制及股份锁定承诺

1、公司控股股东及实际控制人承诺：

“（1）本人将遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》和有关法律、法规，以及中国证监会规章、规范性文件和全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“全国股转公司”）业务规则中关于股份转让的限制性规定。本人减持股份将按照法律、法规和上述规定，以及全国股转公司相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。

（2）自公司本次发行并挂牌之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理其所直接或间接持有的公司本次发行并挂牌前已发行的股份，也不由公司回购上述股份。

（3）本人作为公司董事/高级管理人员，应当向公司申报所直接或间接持有的公司的股份及其变动情况，限售期满后，在任职公司董事/高级管理人员期间，每年转让的股份不超过直接或间接持有公司股份总数的 25%。本人离职后半年内，不转让直接或间接持有的公司股份。

（4）如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、全国股转公司就股份的流通

限制及股份锁定出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。

（5）如违背上述承诺，本人同意承担并赔偿因违反上述承诺给公司造成的一切损失，违规减持股票所得收益全部归公司所有，且其将于获得相应收益之日起五个工作日内将该收益支付到公司指定的账户。”

2、公司董事、监事、高级管理人员承诺：

“（1）本人将遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》和有关法律、法规，以及中国证监会规章、规范性文件和全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“全国股转公司”）业务规则中关于股份转让的限制性规定。本人减持股份将按照法律、法规和上述规定，以及全国股转公司相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。

（2）本人应当向公司申报所持有的公司的股份及其变动情况，在任职公司董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过直接或间接持有公司股份总数的 25%。本人离职后半年内，不转让直接或间接持有的公司股份。

（3）如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、全国股转公司就股份减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。

（4）如违背上述承诺，本人同意承担并赔偿因违反上述承诺给公司造成的一切损失，违规减持股票所得收益全部归公司所有，且其将于获得相应收益之日起五个工作日内将该收益支付到公司指定的账户。”

3、公司持股 5%以上股东谦履升承诺：

“（1）本企业将遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》和有关法律、法规，以及中国证监会规章、规范性文件和全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“全国股转公司”）业务规则中关于股份转让的限制性规定。本企业减持股份将按照法律、法规和上述规定，以及全国股转公司相关规则，真实、准确、完整、及时履行信息披露义务。

（2）本企业应当向公司申报所持有的公司的股份及其变动情况，本次发行完成后，

每年转让的股份不超过本企业直接或间接持有公司股份总数的 25%。

(3) 如相关法律、法规、规范性文件、中国证监会、全国股转公司就股份减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本企业承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。

(4) 如违背上述承诺，其违规减持股票所得收益全部归公司所有，且其将于获得相应收益之日起五个工作日内将该收益支付到公司指定的账户。”

(二) 精选层挂牌后三年内稳定股价措施的承诺

1、启动股价稳定措施的条件

自公司股票正式在精选层挂牌之日起三年内，若公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照全国中小企业股份转让系统的有关规定作相应调整，下同）均低于公司上一个会计年度终了时经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中的归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）时，为维护广大股东利益，增强投资者信心，维护公司股价稳定，公司将启动股价稳定措施。

2、股价稳定的具体措施及实施程序

在启动股价稳定措施的条件满足时，公司应在两个交易日内，根据当时有效的法律法规和本股价稳定预案，与控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员协商一致，提出稳定公司股价的具体方案，履行相应的审批程序和信息披露义务。股价稳定措施实施后，公司的股权分布应当符合精选层挂牌条件。

当公司需要采取股价稳定措施时，按以下顺序实施：

(1) 公司以法律法规允许的交易方式向不特定合格投资者回购股份（以下简称“公司回购股份”）

满足启动股价稳定措施条件后，公司应在 5 个交易日内召开董事会，讨论公司向不特定合格投资者回购公司股份的方案，并提交股东大会审议。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司依法通知债权人，向证券监督管理部门、全国中小企业股份转让系统等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。

在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后，公司方可实施相应的股份回购方案。

公司回购股份的资金为自有资金，回购股份的价格不超过上一个会计年度终了时经审计的每股净资产的价格，回购股份的方式为以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份。公司用于回购股份的资金金额不超过上一个会计年度归属于母公司所有者净利润的 50%。

如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，公司可不再实施向不特定合格投资者回购股份。回购股份后，公司的股权分布应当符合精选层挂牌条件。

公司以法律法规允许的交易方式向不特定合格投资者回购公司股份应符合《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《全国中小企业股份转让系统股票交易规则》等法律、法规、规范性文件的规定。

(2) 控股股东、实际控制人通过二级市场以竞价交易方式增持公司股份（以下简称“控股股东、实际控制人增持公司股份”）

公司启动股价稳定措施后，当公司根据股价稳定措施（1）完成公司回购股份后，公司股票连续 10 个交易日的收盘价仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施（1）时，公司控股股东、实际控制人应在 5 个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行证券监督管理部门、全国中小企业股份转让系统等主管部门的审批手续，在获得批准后的三个交易日内通知公司，公司应按照相关规定披露控股股东、实际控制人增持公司股份的计划。在公司披露控股股东、实际控制人增持公司股份计划的三个交易日后，控股股东、实际控制人开始实施增持公司股份的计划。

控股股东、实际控制人增持公司股份的价格不高于公司上一会计年度终了时经审计的每股净资产，用于增持股份的资金金额不低于最近一个会计年度从股份公司分得的现金股利。

如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，控股股东、实际控制人可不再实施增持公司股份。控股股东、实际控制人增持公司股份后，公司的股权分布应当符合精选层挂牌条件。公司控股股东、实际控制人增持公司股份应符合相关法律法规的规定。

(3) 董事（独立董事除外）、高级管理人员买入公司股份

公司启动股价稳定措施后，当根据股价稳定措施（2）完成控股股东、实际控制人增持公司股份后，公司股票连续 10 个交易日的收盘价仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施（2）时，公司时任董事（独立董事除外）、高级管理人员（包括本预案承诺签署时尚未就任或未来新选聘的公司董事（独立董事除外）、高级管理人员）应通过法律法规允许的交易方式买入公司股票以稳定公司股价。公司董事（独立董事除外）、高级管理人员买入公司股份后，公司的股权分布应当符合精选层挂牌条件。

公司董事（独立董事除外）、高级管理人员通过法律法规允许的交易方式买入公司股份，买入价格不高于公司上一会计年度终了时经审计的每股净资产，各董事（独立董事除外）、高级管理人员用于购买股份的金额为公司董事（独立董事除外）、高级管理人员上一会计年度从公司领取现金分红和税后薪酬额的 20%。如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，董事（独立董事除外）、高级管理人员可不再买入公司股份。

公司董事（独立董事除外）、高级管理人员买入公司股份应符合相关法律、法规的规定，需要履行证券监督管理部门、全国中小企业股份转让系统等主管部门审批的，应履行相应的审批手续。因未获得批准而未买入公司股份的，视同已履行本预案及承诺。

控股股东、实际控制人、公司、董事（独立董事除外）及高级管理人员在履行其增持或回购义务时，应按照中国证监会、全国股转系统及其他适用的监管规定履行相应的信息披露义务，并需符合国有资产监管等相关规定。

3、应启动而未启动股价稳定措施的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

(1) 公司、控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会、全国中小企业股份转让系统指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

(2) 如果控股股东、实际控制人未采取上述稳定股价的具体措施的，则控股股东、实际控制人持有的公司股份不得转让，直至其按本预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。如控股股东、实际控制人已公告增持具体计划但由于主观原因不能实际履行，则公司应将与控股股东、实际控制人履行增持义务相应金额（用于增持股份的资金金额不低于最近一个会计年度从公司分得的现金股利）的应付控股股东、实际控制人现金分红予以截留，直至控股股东、实际控制人履行其增持义务；如已经连续两次触发增持义务而控股股东、实际控制人均未能提出具体增持计划，则公司可将与控股股东、实际控制人履行其增持义务相应金额的应付控股股东、实际控制人现金分红予以截留，用于股份回购计划，控股股东、实际控制人丧失对相应金额现金分红的追索权；如对公司董事会提出的股份回购计划投弃权票或反对票，则公司可将与控股股东、实际控制人履行其增持义务相应金额的应付控股股东、实际控制人现金分红予以截留，用于下次股份回购计划，控股股东、实际控制人丧失对相应金额现金分红的追索权。

(3) 如果董事（独立董事除外）、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的，将在前述事项发生之日起 10 个交易日内，公司停止发放未履行承诺董事（独立董事除外）、高级管理人员的薪酬，同时该等董事（独立董事除外）、高级管理人员持有的公司股份不得转让，直至该等董事（独立董事除外）、高级管理人员按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

4、相关主体承诺

(1) 公司承诺：

“本公司将严格按照《苏州闻道网络科技股份有限公司股票在精选层挂牌后三年内稳定股价措施的预案》之规定全面且有效地履行各项义务和责任。

本公司将极力敦促公司及相关方严格按照《苏州闻道网络科技股份有限公司股票在精选层挂牌后三年内稳定股价措施的预案》之规定全面且有效地履行各项义务和责任。”

(2) 公司控股股东及实际控制人承诺：

“本人将严格按照《苏州闻道网络科技股份有限公司股票在精选层挂牌后三年内稳定股价措施的预案》之规定全面且有效地履行各项义务和责任。

本人将极力敦促相关方严格按照《苏州闻道网络科技股份有限公司股票在精选层挂

牌后三年内稳定股价措施的预案》之规定全面且有效地履行各项义务和责任。”

(3) 公司董事、监事、高级管理人员承诺：

“本人将严格按照《苏州闻道网络科技股份有限公司股票在精选层挂牌后三年内稳定股价措施的预案》之规定全面且有效地履行各项义务和责任。

本人将极力敦促相关方严格按照《苏州闻道网络科技股份有限公司股票在精选层挂牌后三年内稳定股价措施的预案》之规定全面且有效地履行各项义务和责任。”

(三) 《公开发行说明书》真实、准确、完整的承诺及约束措施

1、公司承诺：

“ (1) 《公开发行说明书》所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且公司对《公开发行说明书》所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

(2) 若证券监督管理部门、全国股转公司或其他有权部门认定《公开发行说明书》所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则公司将在收到有权部门作出的认定文件之日起 10 个交易日内依法启动回购本次公开发行的全部新股程序，回购价格按公司本次公开发行股票时的发行价（如公司股票有利润分配、送配股份、资本公积转增股本等除权、除息事项的，上述发行价格将作相应调整）加上缴纳股票申购款日至回购实施日期间银行同期存款利息确定，上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。公司将及时提出预案，并提交董事会、股东大会讨论。

(3) 公司《公开发行说明书》若有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

(4) 公司若未能履行上述承诺，则公司将按照有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任；同时，若因公司未履行上述承诺致使投资者在证券交易中遭受损失且相关损失数额经司法机关以司法裁决形式予以认定的，公司将自愿按照相应的赔偿金额申请冻结自有资金，以为公司需根据法律法规和监管要求赔偿的投资者损失提供保障。”

2、公司控股股东及实际控制人承诺：

“（1）公司向不特定合格投资者公开发行股票并在全中国中小企业股份转让系统精选层挂牌制作、出具的《公开发行说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，且本人对《公开发行说明书》所载之内容真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

（2）若证券监督管理部门、全国股转公司或其他有权部门认定《公开发行说明书》所载之内容存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，且该等情形对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大且实质影响的，则本人将依法购回已转让的原限售股份（如有）。

（3）本人作为公司的控股股东、实际控制人，将督促公司依法回购向不特定合格投资者公开发行的全部新股。

（4）公司《公开发行说明书》若有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏之情形，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

（5）本人将严格遵守我国法律法规关于控股股东、实际控制人持股、股份变动的有关规定，规范诚信履行控股股东、实际控制人的义务。

（6）公司若未能履行上述承诺，则本人将按照有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任；同时，若因本人未履行上述承诺致使投资者在证券交易中遭受损失且相关损失数额经司法机关以司法裁决形式予以认定的，本人将自愿按照相应的赔偿金额申请冻结所持有的相应市值的公司股票，以为本人需根据法律法规和监管要求赔偿的投资者损失提供保障。”

3、公司董事、监事、高级管理人员承诺：

“（1）公司向不特定合格投资者公开发行股票并在全中国中小企业股份转让系统精选层挂牌制作、出具的《公开发行说明书》不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（2）若因公司制作、出具的《公开发行说明书》若有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本人将依法承担赔偿责任。

（3）若本人未能履行公司向不特定合格投资者公开发行股票前个人做出的承诺，则本人将依法承担相应的法律责任。”

（四）填补摊薄即期回报的承诺及约束措施

1、公司承诺：

“（1）迅速提升公司整体实力，扩大业务规模

公司向不特定合格投资者公开发行股票并在精选层挂牌后，公司的总资产和净资产将会增加，公司的抗风险能力、长远发展能力和综合实力显著加强，市场价值显著提高。

（2）加快募投项目的投资进度，加强募集资金管理

公司本次募集资金投资项目符合国家相关的产业政策，紧紧围绕公司主营业务，有利于提高生产能力、产品优化并扩大市场份额，进一步提升公司竞争力和可持续发展能力，有利于实现并维护股东的长远利益。

公司已制定《募集资金管理制度》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况，从而加强对募集资金投资项目的监管，保证募集资金得到合理、规范、有效使用。

（3）完善公司治理，加大人才引进力度

报告期内，公司法人治理结构完善，各项规章制度健全，内部控制执行有效。同时，公司不断加大人才引进力度，已吸引和培养了一大批优秀人才。未来，公司将进一步完善法人治理结构与各项规章制度，进一步加强公司的内部控制，形成更为科学有效的职责分工和制衡机制，规范公司运作，同时持续实施人才战略，实行人力资源的优化配置，通过内部培养和外部引进的方式，为公司的发展壮大提供强有力的制度和人才保障。

（4）未来，公司将以市场、行业发展趋势和国家的产业政策为导向，紧密结合客户和市场对技术、产品的个性化要求，持续技术创新，加大技术研发投入，保持公司的技术优势，提升公司业绩。

（5）强化投资者回报机制，公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，制订精选层挂牌后适用的《公司章程（草案）》，就利润分配政策事宜进行详细规定，并制定了公司挂牌后未来三年股东分红回报规划，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

公司未来将严格执行相关的利润分配政策和挂牌后未来三年股东分红回报规划，并

根据需要进行相应的调整和完善，强化投资者回报机制，特别是强化中小投资者的权益保障机制，保护投资者的合法权益。

上述填补即期回报的措施不等于对公司未来业绩作出承诺。”

2、公司控股股东及实际控制人承诺：

“（1）不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

（2）自承诺出具日至公司向不特定合格投资者公开发行股票实施完毕，若中国证监会、全国中小企业股份转让系统有限责任公司等证券监管机构作出关于填补被摊薄即期回报措施及其承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足证券监管机构规定的，本人承诺将按照证券监管机构最新规定作出承诺。”

3、公司董事、高级管理人员承诺：

“（1）承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

（2）承诺对董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。

（3）承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动。

（4）承诺由董事会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（5）若公司后续推出公司股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补被摊薄即期回报措施的执行情况相挂钩。”

4、约束措施

前述主体承诺，若本人/本公司违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人/本公司同意按照中国证监会和全国中小企业股份转让系统有限责任公司等证券监管机构制定或发布的有关规定、规则，对本人/本公司作出相关处罚或采取相关监管措施。若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人/本公司愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

（五）关于规范和减少关联交易的承诺

公司控股股东及实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员承诺：

“在未来的业务经营中，本人将采取切实措施尽量规范和减少本人及本人控制的其

他企业与公司的关联交易。若有不可避免的关联交易，将保证关联交易遵循公平合理的原则，签订关联交易合同，关联交易的价格不偏离市场独立价格或收费标准；保证关联交易按照《公司法》、《公司章程》及其他规章制度的规定履行相应的关联交易审批程序；保证关联交易均出于公司利益考虑，且为公司经营发展所必要，不存在向关联方或其他第三方输送不恰当利益的情况；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。”

（六）避免同业竞争的承诺

公司控股股东及实际控制人承诺：

“（1）截至本承诺函出具之日，本人未直接或间接投资任何与闻道网络存在相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体；自身未经营、亦没有为他人经营与闻道网络相同或类似的业务，与闻道网络不存在同业竞争的情形。

（2）本人在持有闻道网络的股份期间，将不从事与闻道网络生产经营有相同或类似业务的投资，不会新设或收购与闻道网络有相同或类似业务的经营性机构，不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与闻道网络业务直接或可能竞争的业务、企业、项目或其他任何活动，以避免与闻道网络的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

（3）如闻道网络进一步拓展业务范围，本人承诺本人及本人控制的企业将不与闻道网络拓展后的业务相竞争；若出现可能与闻道网络拓展后的业务产生竞争的情形，本人将采取停止构成竞争的业务、将相竞争的业务以合法方式置入闻道网络、将相竞争的业务转让给无关联第三方等方式维护闻道网络利益，消除潜在的同业竞争。

（4）本人确认，本承诺函旨在保障全体股东之权益作出，本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。如违反上述任何一项承诺，本人愿意承担由此给闻道网络造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出，本人违反上述承诺所取得的收益归闻道网络所有。”

（七）已履行和能够持续履行相关保密义务的承诺

公司控股股东及实际控制人承诺：

“已履行并且能够持续履行相关保密义务；关于苏州闻道网络科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在精选层挂牌的申请文件不存在泄密事项且能够持续履行保密义务。”

十、 其他事项

无

第五节 业务和技术

一、 发行人主营业务、主要产品或服务情况

1、 主营业务

公司是数字营销领域专业提供全媒体优化解决方案的技术服务型企业，致力于增强全媒体用户体验，以结果为导向、以数据为驱动、以技术为路径，为客户实现敏捷的品牌塑造和精准的网络营销，推动客户业务增长。

公司基于对数字营销发展趋势的理解和洞察，通过研究互联网用户的行为习惯，不同行业品牌的传播策略，以及搜索引擎、社交媒体、电商平台、知识分享平台、视频网站等媒体平台的信息分发规律和内容展现策略，形成全媒体优化解决方案。

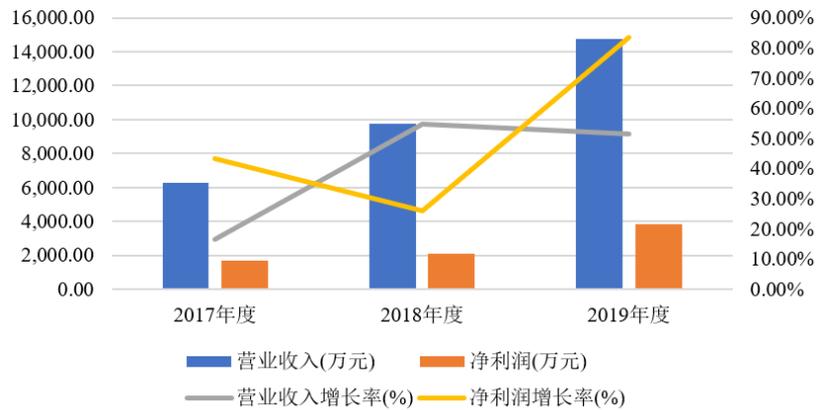
公司运用自主研发的数据及算法系统、运营系统和词库系统，通过可验证的服务效果，对客户发布的信息内容进行合理优化，使品牌客户的信息内容符合互联网用户的信息获取需求以及各类媒体平台的信息传播规律，以低成本、高效率的方式被全媒体平台收录并优先推荐展现，最终帮助品牌客户准确展现产品信息、树立品牌形象，辅助消费者进行消费决策，丰富媒体平台信息内容。

未来公司将继续加强在技术研发和客户服务领域的投入，把握数字营销时代的发展机遇，充分发挥公司长期积累的技术资源和服务经验，进一步提升全媒体优化解决方案能力，成为全媒体优化领域的领先企业，致力于为客户实现大数据时代的智慧营销。

2、 经营情况

报告期内，公司持续加强市场开拓及技术研发，依托长期深耕的搜索引擎优化服务，公司不断加强推广优化业务，服务场景逐渐拓展至微信、微博、今日头条等社交媒体，天猫、淘宝、京东等电商平台，小红书、知乎等知识分享平台，抖音、快手、B站等视频网站和各类垂直行业平台，近3年公司营业收入和净利润保持快速增长。2019年度公司实现营业收入14,743.46万元，实现净利润3,858.67万元，最近三年公司营业收入和净利润复合增长率分别为53.02%和52.08%。2020年1-6月，公司实现营业收入6,571.31万元，实现净利润1,891.22万元，分别同比增长19.99%和37.05%。

报告期间道网络经营情况



3、主要客户

公司凭借优质的服务，已成为国内外多家行业知名品牌以及知名广告公司的业务合作伙伴，客户涵盖金融、互联网、电器、车辆、美妆、医药保健、食品、快消、服饰、奢侈品等多个热门行业。公司服务过的知名品牌包括但不限于：金融类：国泰君安、兴业证券等；互联网类：前程无忧等；电器类：苏泊尔、大金空调、惠而浦、A.O.史密斯、方太等；车辆类：宇通客车、雅迪电动车、台铃电动车等；美妆类：SK-II、娇兰、自然堂等；医药保健类：GSK 集团、拜耳集团、诺华制药、鱼跃集团等；食品类：光明牛奶、百加得、皇冠曲奇、雀巢等；快消类：奥妙等；服饰类：慕思等；奢侈品类：Tiffany、珑骧、施华洛世奇等。



4、获奖情况

公司在不断发展过程中，通过优质的服务在数字营销行业内建立了较高知名度的品牌形象。公司获得了多项数字营销行业奖项，包括金投赏“案例类《AI 智能营销》类奖”、IAI 国际创享节“公司类《年度最具成长性数字营销公司》奖与案例类《技术营销》类奖”、虎啸奖“大数据与 AI 营销类奖”、TopDigital “创新营销奖搜索营销类银

奖”、金鼠标“AI 大数据赋能营销决策智能营销类铜奖”、金鼠标“年度数字营销创新力技术公司”及“数字营销标杆公司”、金远奖“最具竞争力 SEO 服务公司”、金远奖“搜索营销类金奖”等。

二、 行业基本情况

（一）所属行业及确定依据

根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》分类，公司所处行业属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“I64 互联网和相关服务”；根据《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司所述行业属于“I64 互联网和相关服务”中的“I 649 其他互联网服务”。

（二）行业管理和政策

1、行业主管部门及监管体制

本公司所处行业主管部门以工业和信息化部为主，行业自律性组织包括中国互联网协会和中国软件行业协会。

（1）工业和信息化部

中华人民共和国工业和信息化部作为互联网信息服务行业的行政主管部门，主要负责制订互联网信息服务行业的产业政策、产业标准和产业规划，对行业的发展进行宏观调控，总体把握互联网信息服务内容。各省、自治区、直辖市设立的通信管理局对互联网信息服务业务实施政府监督管理职能。

（2）国家互联网信息办公室

国家互联网信息办公室主要负责落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理。

（3）中国互联网协会

中国互联网协会以及各地互联网协会作为行业的自律性组织，其主要作用是组织制定并实施行业规范和自律公约，维护国家信息安全，维护行业整体利益；协调行业与政府主管部门的交流与沟通；促进行业内的交流和合作。

(4) 中国软件行业协会

中国软件行业协会是软件行业内部的指导、协调机构，主要职能为从事软件产业及市场研究，对会员单位的公共服务、行业自律管理以及代表会员向政府部门提出产业发展建议等。

2、行业主要法律法规

目前，本行业涉及的主要法律法规如下表所示：

序号	法律法规、产业政策	发布单位	发布时间
1	《计算机软件保护条例》	国务院	2006.02
2	《中华人民共和国计算机信息网络国际联网管理暂行规定》	国务院	2010.05
3	《中华人民共和国电信条例》	国务院	2012.01
4	《互联网信息服务管理办法》	国务院	2015.05
5	《软件产品管理办法》	工业和信息化部	2016.10
6	《互联网文化管理暂行规定》	文化部	2016.03
7	《信息网络传播权保护条例》	国务院	2016.06
8	《计算机软件著作权登记办法》	国家版权局	2016.11
9	《互联网广告管理暂行办法》	国家工商总局	2019.10

3、行业相关产业政策

2006年5月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《2006年-2020年国家信息化发展战略》，提出我国信息化发展的战略目标，将加快服务业信息化列为战略重点，并明确提出加快发展网络增值服务、电子金融、现代物流、连锁经营、专业信息服务、咨询中介等新型服务业。

2009年4月，国务院颁发《电子信息产业调整和振兴规划》，将在通信设备、信息服务、信息技术应用等领域培育新的增长点列为产业调整和振兴的主要任务之一，明确提出加快培育信息服务新模式新业态。

2010年3月，在北京市出台的《北京市加快软件和信息服务业发展的指导意见》中指出，软件和信息服务业是国家战略新兴产业，当前的重点任务之一就是要继续引领新一代互联网技术应用，强化中国互联网中心地位，大力发展电子商务、社区网络、网络视频、数据库服务、数字出版等新兴内容产业，不断提高创意能力、增值能力、聚合能力和传播能力。

2010年10月，国务院颁布《国务院关于加快培育和发展战略性新兴产业的决定》，将新一代信息技术产业列为努力实现快速健康发展的重点领域之一，并明确提出提升软

件服务、网络增值服务等信息服务能力，加快重要基础设施智能化改造。

2012年5月，工信部发布《互联网行业“十二五”发展规划》，指明全面推进互联网应用创新，强化应用创新的引导与规范，大力发展生产性、民生性互联网应用创新服务，构建互联网应用创新生态体系，优化基础电信运营、互联网服务、内容提供及软件开发企业间互动发展格局。

2015年7月，国务院发布《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，提出进一步深化互联网与经济社会各领域的融合发展；充分发挥互联网的高效、便捷优势，提高资源利用效率，降低服务消费成本；加快发展基于互联网的医疗、健康、养老、教育、旅游、社会保障等新型服务。

2015年10月，中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，提出拓展网络经济空间；实施“互联网+”行动计划，发展物联网技术和应用，发展分享经济，促进互联网和经济社会融合发展。

4、行业管理和政策对发行人的影响

公司从事全媒体优化业务，属于数字营销领域，符合国家推进互联网应用创新服务以及落实“互联网+”行动计划的发展方向。国务院及有关部门颁布的一系列互联网服务支持政策为行业发展建立了良好的政策环境，将在较长时期内为公司可持续经营发展带来积极的促进作用。

（三）行业概况

1、数字营销行业

（1）数字营销的概念

数字营销是指借助于互联网、电脑通信技术和数字交互式媒体来实现营销目标的一种营销方式，是一种尽可能地利用先进的计算机网络技术，以最有效、最省钱的方式谋求新市场的开拓和新消费者的挖掘。

数字营销是基于明确的数据库对象，通过数字化多媒体渠道，比如电话、短信、邮件、电子传真、网络平台等数字化媒体通道，实现营销精准化、营销效果可量化及数据化的一种高层次营销活动。数字营销之前曾被看作是特殊领域的独立营销形式，但是由

于它提供了相同的受众沟通方式，目前逐渐被看作是能够涉及到绝大多数的传统营销领域的营销形式。

数字营销不仅仅是一种技术手段的革命，而且包含了更深层的观念。它是目标营销、直接营销、分散营销、客户导向营销、双向互动营销、远程或全球营销、虚拟营销、无纸化交易、客户参与式营销的综合。数字营销赋予了营销组合以新的内涵，其功能主要有信息交换、网上购买、网上出版、电子货币、网上广告、企业公关等，是数字经济时代企业的主要营销方式和发展趋势。

(2) 数字营销的分类

根据推广方式的不同，数字营销可以分为数字广告营销与数字科技营销，具体情况如下：

主要类别	具体项目	简介
数字广告营销	展示广告	展示广告主要指静态的图片广告、动画广告，以及富媒体广告。
	前贴片广告	前贴片广告主要是通过 CD、VCD、DVD 等介质或包装海报等形式，经过覆盖全国及部分海外市场的发行机构，在短时间内将品牌和产品信息传达给目标消费者的传播平台。
	信息流广告	信息流广告是在社交媒体用户好友动态、或者资讯媒体和视听媒体内容流中的广告。
	原生广告	原生广告是一种让广告作为内容的一部分植入到实际页面设计中的广告形式。原生广告形式多元，可能是图片、影音、或是文字，只要是消费者体验的一种，它都可以被称为是原生广告的形式之一。
数字科技营销	SEO	SEO 是指经过对网站内部进行优化和修复（通过对网站 Web 构造调整、网站内容建立、网站代码优化和编码等方式）和站外优化，从而提高网站的关键词排名以及公司产品的曝光度。
	泛优化	相较于传统 SEO，泛优化旨在布局不仅是基于搜索引擎的平台，而是通过排名技术和内容推荐技术整合优化更多的营销平台，目前大热的流量平台都可以成为泛优化的优化阵地。
	其他数字科技营销	其他类数字科技营销方式，目前以 KOL、KOC 推广方式为主，目前正在被广泛使用。

(3) 数字营销的发展现状和市场空间

①随着全球数字经济的不断发展，数字营销风口已然形成

近年来，数字经济作为全球经济的重要内容，成为全球经济发展的主线，并在逐步推动产业界和全社会的数字转型。数字营销作为企业数字化转型的重要突破口，市场需求不断爆发。云计算、人工智能、大数据等新一代信息技术的发展不断推动着营销技术、架构、方式的变革。同时，以消费者为核心的数字营销也反作用于技术的发展、产品的创新与迭代，数字营销市场的魅力不断绽放，不断扩大的数字营销版图不仅是数字经济

发展的新风口，也成为互联网巨头及创新型企业竞相追逐的新蓝海。

无论是从强调网络化、信息化发展的数字营销 1.0 时代，还是在移动互联网、数字化技术高速发展数字营销 2.0 时代，以及未来正催生的人机交互、万物互动、智能世界的数字营销 3.0 时代，营销模式在新技术演进、商业模式创新中不断迭代、升级与变革，每次时代的跨越都是对上一时代的冲击与颠覆，催生新架构、新技术、新模式、新服务，也由此产生新的行业领导者与生态阵营。全球数字化转型正在加速，时代变革已经来临，数字营销风口已然形成，把握数字营销先机将成为行业的颠覆者、引领者。

②市场增长惯性仍在，规模红利期未见底

随着世界范围内信息技术的高速发展和互联网的广泛覆盖，全球数据呈现爆发增长、海量聚集的特点。数字营销是使用数字传播渠道来推广产品和服务的实践活动，从而以一种及时、相关、定制化和节省成本的方式与消费者进行沟通，其中就包含了很多数字营销中的技术与实践。

中国作为世界领先的数字技术和应用大国，前沿技术不断发展，数字营销凭借着自身优势也在飞速发展，逐渐获得营销市场的认同。市场研究机构赛迪顾问发布的《2019 年中国数字营销解决方案市场白皮书》显示，2018 年中国数字营销解决方案市场规模保持稳定增长，增速 21.2%，规模达到 538.3 亿元；2021 年中国数字营销解决方案市场规模将接近 1,008 亿，实现 23.2% 的年均复合增长率。

2017-2021 年中国数字营销解决方案市场规模及增长



数据来源：《2019 年中国数字营销解决方案市场白皮书》，赛迪顾问，2019 年 2 月

在数字营销方面，消费品、汽车、房地产等传统行业需求最为迫切，因为这些行业与最终用户越接近、与消费者产生互动体验越频繁、购买决策后期较长的行业，也将率

先从数字营销中获益。整体来看，在中国宏观经济的下行、经济结构的转型升级、激烈的市场竞争等大背景下，数字营销市场规模仍保持稳定增长。

③数字营销对传统营销的替代效果日益明显

数字营销是以“技术+数据”双驱动，帮助企业构建的面向消费者的全面触达、交易、运营的营销数字化平台与服务。相比于传统营销，数字营销以大数据为依托，沟通对象更加细分精准，通过用户画像和算法来推测用户可能感兴趣的产品，实施效果明显，成本可控，广告的投放效率更高。

比较项目	数字营销	传统营销
沟通对象	细分市场的目标客户	所有客户
沟通工具	社交平台、电商平台等	报纸、户外等
受众接触度	互动传播	单向传播
实施效果	可衡量、效果好	不可衡量、效果一般

数字营销具备多媒体、跨时空、交互式、拟人化、超前性、高效性、经济性等特点。基于以上特点，数字营销具有传统营销前所未有的竞争优势，能够将产品说明、促销、客户意见调查、广告、公共关系、客户服务等各种营销活动整合在一起，进行一对一的沟通，真正达到营销组合所追求的综合效果。这些营销活动不受时间与地域的限制，综合文字、声音、影像、图片及视听、用动态或静态的方式展现、迅速地更新资料，同时消费者也可重复地上线浏览查询。

2、SEO 及泛优化数字营销领域

(1) SEO 及泛优化的概念

①SEO 相关概念

搜索引擎优化（Search Engine Optimization，简称 SEO）是指为了提升网页在搜索引擎自然搜索结果中（非商业性推广结果）的收录数量以及排序位置而做的优化行为。这一行为的目的，是为了从搜索引擎中获得更多的免费流量，以及更好的展现形象。

搜索引擎与 SEO 行为间是一种良性的共生关系，比如很多优质的网站是用 Flash 或者 Ajax 技术做的，搜索引擎就无法很好的爬取和索引。网站所有者在了解了 SEO 的一些原理后，可以通过对网站的合理优化，使这些优质资源更好的发挥其检索效果，改善用户的搜索体验。

②泛优化相关概念

近年来，随着中国互联网的发展，搜索引擎之外的网络平台逐渐成为市场推广中重要的一环，使优秀内容更容易地被用户所触及成为众多营销者寻求的方向。

在这样的市场背景下，泛优化（Grand Media Optimization）应运而生，旨在通过研究互联网用户的行为习惯，不同行业品牌的传播策略，以及社交媒体、电商平台、知识分享平台、视频网站等媒体平台的信息分发规律和内容展现策略，形成泛优化解决方案。当前高流量平台都可以成为泛优化的优化阵地。例如：微信、微博、今日头条等社交媒体，天猫、淘宝、京东等电商平台，小红书、知乎等知识分享平台，抖音、快手、B站等视频网站和各类垂直行业平台。

泛优化是传统 SEO 的进阶和补充，通过更易被用户所认可的内容角度进行推荐，覆盖更多媒体平台。

（2）SEO 及泛优化的背景

SEO 与泛优化本质上都是基于对搜索引擎的优化，利用搜索引擎的规则提高网站在有关搜索引擎内的自然排名。所谓搜索引擎，指根据一定的策略、运用特定的计算机程序从互联网上采集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将检索的相关信息展示给用户的系统。

①搜索引擎的发展历程

搜索引擎是伴随互联网的发展而产生和发展的，互联网已成为人们学习、工作和生活中不可缺少的平台，几乎每个人上网都会使用搜索引擎。搜索引擎大致经历了四代的发展：

历代搜索引擎	简要介绍
第一代搜索引擎	1994 年第一代真正基于互联网的搜索引擎 Lycos 诞生，它以人工分类目录为主，代表厂商是 Yahoo，特点是人工分类存放网站的各种目录，用户通过多种方式寻找网站，现在也还有这种方式存在。
第二代搜索引擎	随着网络应用技术的发展，用户开始希望对内容进行查找，出现了第二代搜索引擎，也就是利用关键字来查询，最其代表性最成功的是 Google，它建立在网页链接分析技术的基础上，使用关键字对网页搜索，能够覆盖互联网的大量网页内容，该技术可以分析网页的重要性后，将重要的结果呈现给用户。
第三代搜索引擎	随着网络信息的迅速膨胀，用户希望能快速并且准确的查找到自己所要的信息，因此出现了第三代搜索引擎。相比前两代第三代搜索引擎更加注重个性化、专业化智能化使用自动聚类、分类等人工智能技术，采用区域智能识别及内容分析技术，利用人工介入，实现技术和人工的完美结合，增强了搜索引擎的查询能力。第三代搜索引擎的代表是 Google，它以广泛的信息覆盖率和优秀的搜索性能为发展搜索引擎的技术开创了崭新的局面。
第四代搜索引擎	随着信息多元化的快速发展，通用搜索引擎在目前的硬件条件下要得到互联

网上比较全面的信息是不太可能的，这时，用户就需要数据全面、更新及时、分类细致的面向主题搜索引擎，这种搜索引擎采用特征提取和文本智能化等策略，相比前三代搜索引擎更准确有效，被称为第四代搜索引擎。

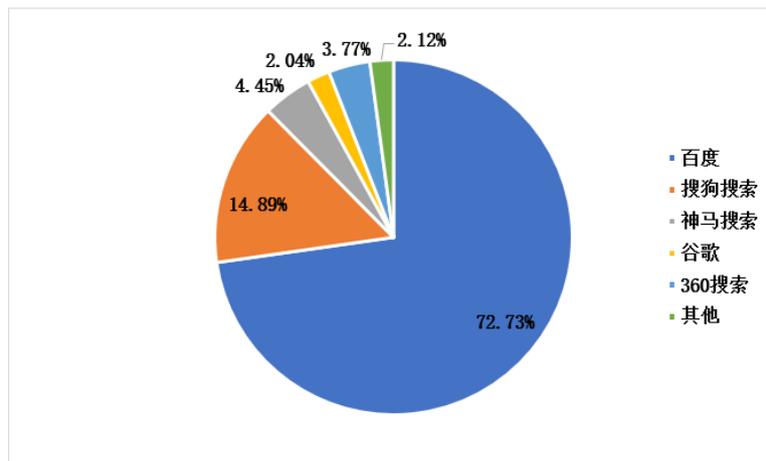
②搜索引擎的市场规模

截至 2020 年 3 月，中国搜索引擎用户规模达 75,015 万人，较 2018 年底增加了 6,883 万人，搜索引擎使用率达 83.0%，比 2018 年底上升了 0.8 个百分点。其中作为用户使用搜索引擎的主要设备，手机搜索引擎用户规模达 74,535 万人，比 2018 年底增加 9,139 万人，使用率达 83.1%。



从国内搜索引擎市场份额来看，自 2010 年谷歌退出中国后，百度始终占据国内搜索引擎市场首位，搜索市场呈现一超（百度）一强（搜狗）局面，2020 年百度国内市场份额占比 72.73%，其次为搜狗搜索和神马搜索，分别占比 14.89%和 4.45%，此外谷歌和 360 搜索市场份额占比 2.04%、3.77%。

中国搜索引擎市场份额占比



数据来源：CNNIC，78901 站长工具

③当前搜索引擎的发展特点

A、社会化搜索

随着互联网应用的不断发展，信息搜寻已经成为人们日常获取信息的重要手段，并发展成为社会化信息搜寻。我国于 2012 年开始出现社会化搜索引擎，微博、微信等社交媒体也纷纷推出了平台内的搜索功能来满足用户日益增长的社会化信息需求，与传统搜索引擎相比，社会化搜索引擎更注重搜索结果的可信度，从用户心理角度出发提供更加准确且值得信赖的结果。

B、智能化搜索

随着科技的不断发展，推动智能化和信息化时代的加速到来，全球网络普及化程度空前提高，个性化搜索、地理感知等应用场景应运而生。搜索引擎综合利用人工智能、分布式处理、云计算等新技术手段，对信息进行全面收集和良好的去噪，从而展现更加细致、精确的检索结果，为用户创造价值，智能化搜索成为应用场景的主要关注方向。

C、垂直化搜索

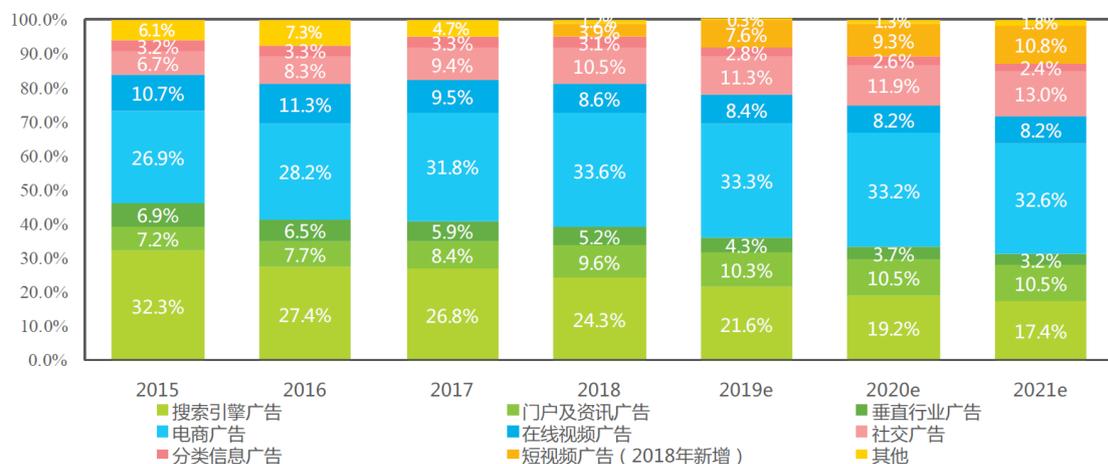
在传统搜索引擎发展成熟的同时，垂直搜索领域也得到了迅速发展，传统搜索引擎虽然搜索的内容多且广，却无法提供特定的需求，而垂直搜索引擎是对主要区域、特定组或某一需求建立搜索引擎，其存在的特征是“专业、精、深”，具有有效的信息收集政策，缩短了更新周期，能够搜集收集如体育、音乐、娱乐等一般的搜索引擎更专业的搜索内容，近年来成为搜索引擎的主要发展趋势。

(3) SEO 及泛优化行业的发展现状和市场空间

SEO 及泛优化作为新兴的数字营销手段，其市场规模尚未有清晰的数据。从最初的传统人工推送，到技术定向推送，到目前的搜索排序，随着网络技术的不断进步，人们对信息获取的方式习惯也在不断改变。从需求端看，除了对流量有刚性需求的网站，各行业中较大的企业近年来也加强了对自身排名与口碑的关注度，不断倾斜在 SEO 投放中的预算比例，这无疑将大幅增加搜索引擎优化的市场规模。从供应端看，随着掌握基本 SEO 技术的人越来越多，市场中存在大量的小型企业或者工作室提供 SEO 优化服务，整个行业呈现出小而散的行业特点，存在着信息来源渠道窄、服务质量参差不齐等现象，能够为头部品牌商提供 SEO 相关服务的优秀企业较少。

随着近年来社会化媒体和电商平台的兴起，传统的搜索引擎优化已经难以覆盖用户的需求，品牌商和广告主越来越多地青睐于各类互联网新势力媒体。根据艾瑞咨询相关行业报告，电商广告、社交广告、短视频广告占网络广告市场份额逐年增加，各类互联网新势力媒体的崛起为 SEO 和泛优化行业开辟了新的市场空间。

2015-2021 年中国不同媒体类型网络广告市场份额



数据来源：艾瑞资讯《2019 年中国网络广告市场年度监测报告》

综上所述，随着中国互联网经济和数字营销的发展，SEO 及泛优化市场前景广阔，但目前市场开发程度不深，市场份额分散，存在较大的挖掘潜力。

（四）进入行业的主要壁垒

1、技术壁垒

数字营销行业是技术密集型产业，产品和技术创新是取得竞争优势的关键因素。数字营销行业，尤其是 SEO 及泛优化领域，涉及搜索引擎、网络通信、软件工程、信息处理、图形图像技术、网页制作等多个领域，技术更新速度极快，需要业内企业建立持续有效的研发和创新体系。此外，数字营销行业内产品差异性较强，业内企业在各细分领域独具优势，对市场新进入者形成了较高的技术门槛。

2、人才壁垒

数字营销行业的核心发展要素之一是高素质、复合型的人才团队。随着数字营销行业的不断发展，以往专业化分工的作业模式逐渐适应不了数字营销行业的整合营销发展趋势。数字营销企业需要在对客户业务、产品、行业等特点充分了解的基础上，对客户管理和业务流程进行梳理。数字营销行业不仅需要配备既有行业知识又掌握核心技术的研发团队，还需要配备具有丰富行业客户服务经验、掌握先进营销传播理论的专家型团队。全面熟悉数字营销各项业务的高素质、复合型人才较为稀缺，数字营销行业新进入者很难快速、大量招聘到该类人才。因此，数字营销行业新进入者将面临较高的人才壁垒。

3、客户资源壁垒

客户资源是数字营销企业得以生存的根本，拥有大量稳定、优质的客户资源是数字营销企业不断发展壮大的基础。客户资源的积累依赖于数字营销企业的市场声誉、服务质量等因素，需要长时间的培育。由于客户尤其是大中型客户对数字营销企业的品牌声誉、专业能力、服务团队及服务经验等各方面的要求较高，数字营销行业的新进入者一般较难全面满足客户的上述要求，较难获得知名、优质客户的认可。因此，数字营销行业新进入企业面临着较高的客户资源壁垒。

4、品牌壁垒

目前，拥有良好品牌形象的数字营销企业数量较少，但这类数字营销企业通常可以凭借良好的品牌形象获取优质客户的信赖并获得大量的业务机会，也可以凭借良好的品牌形象吸引优秀人才的加盟，进一步提升行业综合竞争力，具备良好品牌形象的数字营

销企业通常具有良好的业务发展空间。然而数字营销企业建立良好的品牌形象通常需要长时间的稳定经营，因此良好的品牌及前期合作经历是行业后进入者在短期内无法企及的。

（五）未来行业发展趋势

1、数据的获取和分析能力将成为行业制胜的核心因素

在数字营销领域，由于各个环节都可以数据化，对数据的占有和分析能力已越来越成为行业制胜的核心因素。数字营销面对的受众群体特别巨大、业务跟踪记录非常详细，导致积累的业务数据资源是海量的。面对这样大规模的业务数据，营销服务提供商必须在传统经验型分析框架的基础上，基于 IT 技术建立起更针对数字营销特性的数据分析处理系统，才能有效发掘海量业务数据中蕴含的价值，帮助营销客户更精细的区分不同特性的消费者，透彻洞察其个性化需求，并有针对性的满足消费者，从而更低成本、更高效地达成营销目的，借此提升自己的营销服务水平和核心竞争力。

2、AI 技术的普及

当前大量数字营销公司宣布投资 AI 领域，创建先进的个性化解决方案，通过机器学习提升用户参与度。AI 将可以帮助营销人员更好的了解消费者，提供更相关、个性化的信息，该趋势将推动更多的广告预算转移至线上。同时，拥有大型数据集和计算广告能力的公司为了防止广告欺诈，将着重发展并提供 AI 数字广告解决方案和系统。

3、语音和视觉技术的提升使用

随着数字营销领域语音和视觉技术的应用的提升，语音搜索和视觉搜索在消费者搜索产品时将变得越发重要。通过语音搜索和视觉搜索提升消费者参与度，让购买旅程的每个阶段都更加有意义。品牌和零售商将继续使用语音、视觉搜索技术优化网站，这将使其获得寻找即时信息的购物者，从而提升消费者参与度、转化率。

4、新媒体平台不断涌现，促使消费者的用户行为习惯发生较以往更快的改变

不断涌现的新媒体平台为消费者的信息获取、购买决策、购买行为及意见表达提供了多种多样的渠道。在这种变化的过程中，消费者用户行为习惯也会持续高速地进行改变，并根据不同代际呈现不同特点。只有应用技术才能实时洞察、适应并引领这种改变。

5、企业对于提供“一站式服务”的营销合作伙伴需求日益强烈

互联网及移动互联网的发展带来了营销传播方式的丰富，除了传统平面、电视、公关、促销外，在视频网站、博客、微博、微信等新兴互联网媒体上的创新营销发展迅猛。营销方式的多样化、碎片化、互动化使得受众触媒方式从传统的单点接触不断向多点接触演进。多渠道营销极大地提高了企业品牌形象的传播速度，然而伴随多渠道营销导致的传播节奏不协调、传播声音不一致的问题越发凸显，企业品牌形象的传播复杂度大幅度提高。因此，能够综合统筹线上线下各类媒体、及时优化调整营销策略，并能够提供从用户洞察、营销策划、创意实现到媒介投放的一站式服务的营销服务商将愈发受到品牌主的欢迎。

6、行业集中度将逐步提高

目前数字营销服务领域的从业企业数量相对较多，行业集中度相对较低。对致力于发展成为行业领先的数字营销企业而言，既要深刻理解各类互联网媒体的特性，准确把握行业和技术发展趋势，又要拥有为客户提供各种不同形式的数字营销服务的能力，并辅以专业的数据分析能力配合优化和提升广告投放效果，从而始终能为客户提供高效优质的互联网整合广告服务。

从行业现状来看，具备为客户提供上述营销服务能力的企业与大量普通企业之间的服务能力差距已经拉开，未来行业领先企业将在立足于内涵式发展的基础上，不断扩大自身业务规模，同时也会通过外延式扩张扩大市场份额，即数字营销服务领域的行业整合将不可避免，行业集中度也会随行业整合的日渐深入而不断提高。

（六）行业技术水平及特点、主要技术门槛和壁垒、衡量核心竞争力的关键指标

1、行业技术水平及特点

数字营销行业既需要各类基础的网络信息技术作为支撑，同时也依赖于数字营销从业人员良好的数据分析解读能力和商业化思维，尤其是 SEO 及泛优化的细分领域，如何更优解决客户需求是行业内区分企业竞争能力的重要指标，因此数字营销行业呈现出多元化、复合型的技术特点。

数字营销人员一方面要掌握数据分析工具和编程语言（如 Google Analytics、Google Adwords、SQL、Excel 中 pivot table、R 语言、Python 和 Tableau），以及基本统计学和数学知识；另一方面需要从大数据中了解消费者的行为，发现商业机会，并利用分析结果来确定消费者受众，并对分析结果进行优化。日常工作中数字营销人员并不需要精通

编程，更多地是运用程序使其发挥优势，了解技术从而促进与 IT 人员的合作，实际解决客户数字营销需求。

2、主要技术门槛和壁垒

参见本说明书“第五节二（四）进入行业的主要壁垒”。

3、衡量核心竞争力的关键指标

（1）产品水平

随着互联网经济的发展，数字营销行业也在不断更新迭代，不同的营销方式和策略都有着自身的优势与劣势，在不同的场景中使用也会有不同的结果。在 SEO 及泛优化领域，营销结果的呈现往往存在滞后和不确定性。因此，产品的营销效果是否能达到客户的预期，即实际达成效果的呈现与预期的偏差值，是衡量企业核心竞争力的关键指标之一。

（2）创新能力

数字营销行业是一个需要运用大量创新技术以实现垂直化服务能力的行业，包括海量数据的采集、分析、处理和应用能力以及优化算法等。数字营销行业的核心技术的更新迭代频率较快，一方面需要不断适应搜索引擎平台、社会化媒体平台和电商平台的新算法、新特征，另一方面对于新兴的直播带货、KOL、MCN 机构等这些新的优化领域，需要开发新技术和新服务。因此，创新能力是衡量核心竞争力的关键指标之一。

（3）市场份额

数字营销市场的占比是企业行业内影响力的重要体现，同时市场份额的大小直接受制于企业营销服务质量的好坏与客户的认同感。在数字营销行业内，大型公司的营销服务供应商需要经过客户严格的认证程序，与大型客户建立长期的战略合作门槛较高，因此企业的市场份额是其核心竞争力的关键指标之一。

（4）项目运营和管理能力

数字营销的方式和种类繁多、覆盖面广、客户的营销需求差异性较大。因此，是否拥有覆盖不同需求、不同领域客户的项目运营能力，以及是否具备为客户提供数字营销整体解决方案的综合运营和管理能力，也是衡量其核心竞争力的关键指标之一。

（七）行业特有的经营模式、周期性、区域性或季节性特征

1、行业特有的经营模式

（1）数字营销行业的“客户端”特征

数字营销行业具有明显的“客户端”特征，即以客户需求为核心，为客户提供全面的营销服务。互联网与传统媒体在信息传播方式和效率上有很大不同，并且互联网媒体相对传统媒体具有分散化特征，客户对媒体渠道的选择难度较高。此外，由于互联网的技术密集型特征，使得许多在传统媒体难以实现的营销需求可以通过互联网工具和技术平台得以实现，如量化分析、实时监测和优化等。因此，在传统媒体营销服务中依靠垄断媒体资源的经营模式在数字营销中难以适用，数字营销服务业需要服务商以客户需求为导向，提供整合式的营销服务。

（2）数字营销行业的“平台化”运营

和传统媒介不同，互联网媒介具有即时性、互动性和全网整体性特征。这些特征决定了传统依靠人工的营销方法和效率无法适应在互联网上的营销活动，需要服务商不断发展智能化的营销技术，依靠技术平台实现数字营销业务的智能化、自动化操作，以满足互联网时代营销活动的需求。

（3）数字营销行业的“全媒体”战略

与传统营销通过打断消费者思考或感官体验来硬性传递信息不同，借助于优质内容传播给消费者富含创意及价值的品牌信息，能够有效降低消费者对广告营销的厌恶感，甚至使其产生情感体验或是价值观共鸣，进而使得消费者更易接受企业所传达的信息并对品牌产生认同。在数字营销战略重要性日益突出的市场环境下，全媒体优化服务提供商是否能够创造出个性化、信息密度高、传递明晰的品牌价值观并获得受众认可的内容产品将成为其是否能够赢得市场竞争的关键。

2、行业的周期性、地域性及季节性

（1）周期性

数字营销行业在国民经济健康发展、互联网进一步普及、不断替代传统营销方式等积极因素的带动下，一直处于行业高速成长期。作为中间服务商的广告营销企业素来有

国民经济的“晴雨表”之称，近年来国内传统广告市场增幅已经出现连续下滑，尤其受疫情影响线下广告企业可能要面对更为严峻的情况，而专注于线上的数字营销受到疫情影响较小，尤其是主要客户群体来自短视频、游戏等行业的数字营销企业收入不降反增。因此，整体来看数字营销行业的发展会受到宏观经济波动的一定影响，但影响力度小于传统营销，周期性相对较弱。

（2）地域性

数字营销的行业地域性较为明显。虽然行业的发展在技术上不受地域限制，只要能够接入互联网，任何地域均能开展数字营销活动，实际上我国互联网基础设施、应用资源和网络用户都偏重于经济较发达区域。根据 CNNIC 的《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2020 年 3 月，在互联网资源方面，排名前五的省份拥有 51.15% 的 IPv4 数量，排名前五的省份拥有 46.6% 的域名数量，排名前五的省份拥有 75.40% 的网页数量。在互联网用户方面，我国 9.04 亿互联网用户中，城市地区用户占比为 71.8%。我国目前的数字营销活动的地域和对象仍偏重于经济相对发达区域。

（3）季节性

受品牌客户广告投放周期和互联网用户浏览习惯的影响，数字营销行业通常在上半年的业务量低于下半年，呈现出一定的季节性特征。一方面，每年一季度时，品牌客户当年的年度营销预算往往还没有确定，因此在营销投放规模上有所控制；另一方面，就互联网用户浏览习惯而言，一季度是互联网媒体的淡季，也导致了品牌客户通常不会选择在一季度进行大规模的投放。随着客户年度预算的确定，全年社会经济活动的逐渐铺开，投放量逐步增加，就上半年而言，通常第二季度的投放量占上半年的比重较高。就全年而言，我国部分消费市场有“金九银十”的特点，而且化妆品、家居、零售等大型消费品在年底前还往往会形成一个销量高峰，导致下半年在全年的投放量中占比相对较高。

（八）发行人在行业中的竞争地位

1、公司的市场地位

公司自成立以来一直专注于全媒体优化技术开发和方案设计，公司全媒体优化业务在行业享有品牌优势。与行业其他公司相比，公司规模优势明显，在净资产、营业收入、净利润等方面均处于领先地位。

2、行业内主要企业

(1) 拓尔思

拓尔思信息技术股份有限公司（股票代码：300229.SZ）是国内领先的拥有自主核心技术的人工智能和大数据技术及数据服务提供商之一。其主要子公司之一耐特康赛网络技术（北京）有限公司是一家结合搜索引擎优化、搜索引擎营销、社会化媒体营销、设计创意、移动互联网营销、整合网络营销和电商代运营等为一体的综合性互联网营销解决方案提供商，基于搜索优化创新型智能网络营销平台，形成 SEO、SEM、社会化媒体营销及移动营销四大项目管理服务系统。

(2) 值得买

北京值得买科技股份有限公司（股票代码：300785）主要通过运营内容类导购平台什么值得买网站及相应的移动端，为电商、品牌商等客户提供信息推广服务，并通过下属全资子公司旗下的星罗广告联盟 LinkStars，为客户提供互联网效果营销平台服务。

(3) 宣亚国际

宣亚国际营销科技（北京）股份有限公司（股票代码：300612.SZ）是国内领先的整合营销传播服务商和新一代的营销技术运营商之一，全面赋能产业互联网，为政府及国内外知名企业提供了全方位的营销解决方案、营销技术运营和数据技术产品服务。其营销解决方案服务主要是配合客户的目标市场及渠道、终端，为客户量身定制从品牌认知到产品体验的全方位整合营销传播服务。

(4) 艾德思奇

北京艾德思奇科技有限公司成立于 2007 年，总部位于北京，于上海、无锡、深圳、西雅图、洛杉矶等地设有分支机构，致力于为客户提供包括 SEM、SEO 服务、应用分发、信息流、超级 APP、DSP 精准广告、社交视频广告等一站式数字整合营销服务。

(5) 思亿欧

杭州思亿欧网络科技股份有限公司是定位于国内专业的“互联网+”服务商和系统平台研发运营商，即基于互联网数字技术和服务，帮助传统企业规划和构建基于互联网的生意模式，助推传统企业实现与互联网的接轨和转型。公司的“互联网+”的系统平

台主要包括基于互联网技术的外贸快车平台和亿企宝平台。“互联网+”的技术服务包括 SEO 整体解决方案和 SEO 搜索引擎优化等技术服务。

3、公司的竞争优势和劣势

(1) 公司的竞争优势

①专业与稳定的团队

公司在发展过程中注重人才团队的建设，建立起一支以中科大人才为技术核心，以具备百度五星代理商运营经验的人才为运营核心，以百度、360 等搜索引擎营销人才为销售核心的管理团队。目前，公司建立了一支包括高层管理人员、中层业务骨干人员在内的高素质的人才队伍，在全媒体优化专业领域均有较强的复合型人才储备。

公司创始人、董事长兼总经理袁学文先生长期致力于数字营销行业，拥有丰富的经营及管理经验。公司管理层及核心业务骨干人员长期就职于公司，并通过谦履升持有公司股份，人才团队较为稳定。

②技术与研发优势

公司长期以来被认定为国家高新技术企业。目前公司拥有发明专利 1 项，软件著作权 45 项，软件著作权以系统软件为主，涉及 SEO 环境分析、小红书分析、天猫数据分析、知乎数据分析等全媒体优化服务的各个方面。公司以自有系统软件为基础，形成了多项核心技术：如关键词收集系统、基于 NLP 的关键词分类系统、SEO 精准投放系统、链接分析系统、泛优化分析系统等。

公司核心技术人员从事搜索引擎优化工作多年，具有丰富的从业经验。扎实的技术基础为公司提供高质量的全媒体优化服务提供了切实保障。公司致力于研究搜索引擎排名规则，开发了多个专业软件，具备一定的技术储备。

③客户优势

目前，公司凭借专业的全媒体优化服务能力，已经在数字营销行业建立了可靠的品牌形象，得到了众多大型知名企业客户的长期认可，持续为其提供全媒体优化服务。公司主要客户分布在金融、互联网、电器、车辆、美妆、医药保健、食品、快消、服饰、奢侈品等多个热门行业。经过多年的发展，凭借服务、品牌和技术等方面的优势，公司已经与一大批国内外 500 强知名企业建立了稳定的业务合作关系。

公司的优质客户资源保证了业务的可持续性，同时公司凭借现有的出色营销案例不断发掘新客户资源，开拓新的业务机会，进一步拓展营销版图。

④灵活与多元的服务

根据客户个性化需求，公司不仅提供方案策划、网站排名优化、口碑优化、推荐词优化、舆情监测、电商精准营销、音频搜索优化、视频搜索优化、图片搜索优化等多种基础优化服务，也提供针对新兴互联网平台的泛优化服务，从 PC 端、移动端、搜索引擎及新势力平台多维度为客户提供完整的全媒体优化服务。公司服务的多样性源自于公司服务团队对客户需求的深入了解，定制化的服务方案对提升整体服务效果、提升客户体验及增加客户粘性具有重要意义。

⑤质量与品牌优势

公司在不断发展过程中，通过优质的服务、高素质的人才团队获得了众多客户、供应商的信赖，在数字营销行业内建立了知名度较高的品牌形象。公司获得了多项数字营销行业奖项，包括 IAI 国际创享节“公司类《年度最具成长性数字营销公司》奖与案例类《技术营销》类奖”、虎啸奖“大数据与 AI 营销类奖”、TopDigital“创新营销奖搜索营销类银奖”、金鼠标“AI 大数据赋能营销决策智能营销类铜奖”、金鼠标“年度数字营销创新力技术公司”及“数字营销标杆公司”、金远奖“最具竞争力 SEO 服务公司”、金远奖“搜索营销类金奖”等，上述奖项体现了公司专业的全媒体优化服务能力和业内外较强的品牌知名度，可靠的品牌形象已成为了公司的重要竞争优势。

(2) 公司的竞争劣势

①融资渠道受限

公司正处于高速发展时期，但融资渠道受限，目前主要依靠自身经营积累以及银行借款满足营运资金需求。公司融资渠道的限制制约了业务发展的速度。本次股票发行挂牌后，公司的资本规模及融资能力将得到明显提升，有利于保障业务持续快速发展以及进一步提升公司综合竞争力。

②企业规模较小

公司目前处于成长期，企业规模较小，未形成规模效应，不利于公司降低服务成本和管理成本。其次，在数字营销行业蓬勃发展的浪潮中，依旧存在各种不确定因素，企

业规模较小在应对新的挑战时处于不利地位。本次股票发行并挂牌后，公司将通过募集资金投资项目的建设，扩大业务规模，进一步巩固公司领先的行业地位。

（九）发行人面临的机遇和挑战

1、发行人面临的机遇

（1） 产业政策的扶持

数字营销是我国大力发展的重要产业，受到国家的高度重视。2016年7月7日，国家工商行政管理总局印发了《广告产业发展“十三五”规划》，指出“十三五”时期我国广告行业面临创新发展的重大战略机遇，广告行业要扩大产业规模、增强创新力、提升社会效益、深化行业改革、优化发展环境，重点完成提升广告企业服务能力、优化产业结构、促进产业创新、推进广告产业融合发展、提升广告产业国际化水平等任务。同时，《广告业发展“十三五”规划》推出了市场准入政策、财税支持政策、投融资政策等相关配套政策，并对“互联网+广告”予以重点倾斜。国家产业政策的扶持为数字营销的长期健康稳定发展提供了政策保障。

（2） 互联网普及率稳步提高

近年来，我国政府在互联网基础设施的投入不断加大，网络环境得到进一步优化，越来越多的用户开始使用互联网来获取信息和通讯交流。我国互联网的发展和普及推动我国网民人数呈现快速增长的趋势。我国网民人数已从2008年末的2.98亿增至2018年末的8.29亿，互联网普及率达到59.6%。互联网已逐渐渗入到企业管理和个人工作生活中，网民规模保持平稳增长，数字营销影响力稳步增长。



数据来源：CNNIC

③企业品牌宣传的需求提升

近年来，随着我国工业制造水平不断提升，工业体系逐渐完善，我国开始由“制造大国”向“制造强国”转型，品牌形象逐渐从“贴牌”向“自主品牌”升级，但国内企业的整体品牌形象仍与国际知名品牌存在一定差距。为了适应经济全球化的发展趋势，大中型企业越来越重视品牌建设，对品牌宣传的需求逐年提升，推动了对大中型广告公司的品牌策略、创意策划等专业营销服务的需求，有利于数字营销规模的不断增长。



数据来源：艺恩、国海证券研究所

④媒体形式的多样化发展

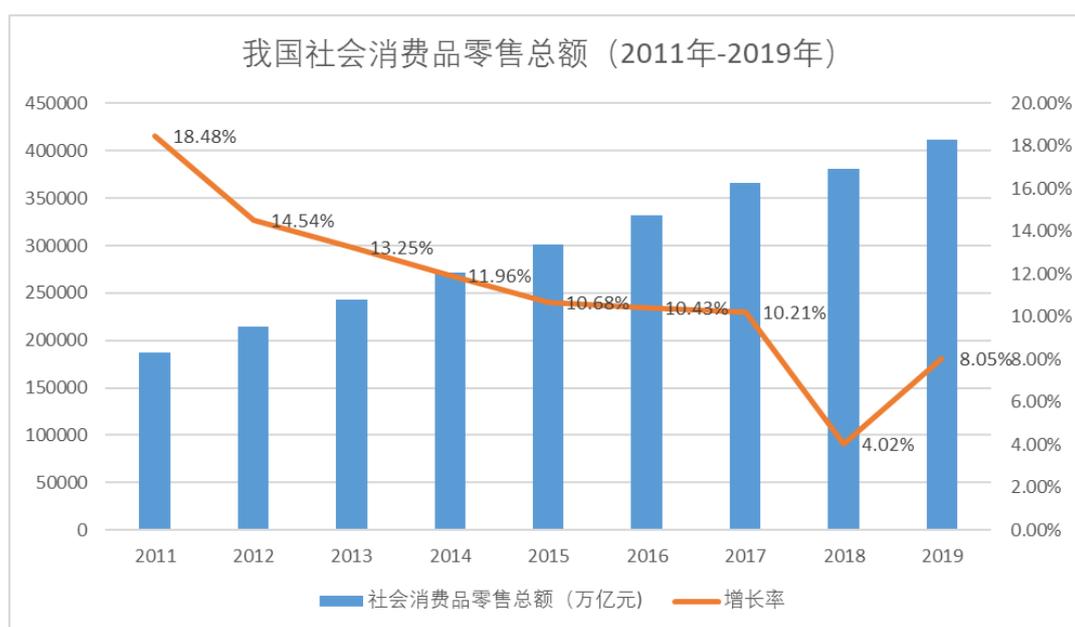
随着技术进步，互联网尤其是移动互联网快速普及，抖音、微博、微信、小红书、值得买等新兴媒体纷纷涌现。相较于传统门户网站类互联网媒体，新兴互联网媒体吸纳了更多的新思维、新技术，能够以内容分发等创新形式将更加丰富、生动的营销信息传播给营销受众，吸引营销受众注意，并使营销受众更容易参与到数字营销的传播链条之中。不断涌现的新兴媒体为广告主提供了多样化的营销信息传播渠道，有利于刺激广告主的营销需求，并进一步推动数字营销行业规模的不断增长。

另一方面，不同媒体之间的传播内容、传播形式差异较大，相应的营销受众画像也存在较大的区别。随着热点媒体形式的不断转换，广告主越来越难以把握这些媒体及其营销受众的特点，也愈发需要数字营销企业提供更加专业的整合营销服务，提升营销信息传播效率。因此，媒体形式的多样化发展有利于具备较强整合营销服务能力的数字营销企业抓住机遇，实现业务规模的快速提升。

⑤消费升级的发展机遇

数字营销行业的发展状况与经济发展水平及居民消费能力息息相关。随着我国经济

的稳定增长，居民收入水平不断提高，居民越来越追求生活品质的改善，社会消费需求持续增长，消费升级趋势明显。在电信运营商、快速消费品、银行及电商等与居民日常生活关系密切的领域，品牌商和广告主的预算也在不断增加，推动了数字营销行业市场规模的稳步增长。根据国家统计局公布的数据，我国社会消费品零售总额已从 2011 年的 18.72 万亿元增长至 2019 年的 41.16 万亿元，保持增长趋势。不断增长的社会消费品零售总额反映出居民消费能力的不断提升，并为数字营销行业的发展提供了源源不断的动力。2011 年至 2019 年，我国社会消费品零售总额及其增长率如下图所示：



数据来源：国家统计局

(2) 发行人面临的挑战

①主体规模较小、服务手段单一

数字营销行业尤其是全媒体优化领域发展时间较短，大部分企业还处于初创期或成长期，平均规模较小，多数企业服务产品单一，能够跨区域地为客户提供“一站式”的从营销策略、创意策划到执行管理的整合营销传播服务企业较少。此外，企业的资本实力普遍较弱，缺乏核心竞争力，具有国际竞争力的数字营销服务机构不多。近几年行业内的部分企业不断做大做强，但从整个行业而言，其规模 and 专业化程度仍偏低，因此数字营销服务行业的整合势在必行。

②专业型人才相对缺乏、制约企业发展

数字营销服务机构从业人员的素质和能力直接影响着营销服务业的整体发展水平。

由于数字营销的理论和实践在我国开展的较晚，我国数字营销教育方面较为落后，同时由于行业内优秀人才流动性较高和内部培训不足等原因造成我国数字营销服务业高端专业化人才较为缺乏，目前人力资源的紧缺已成为制约数字营销服务机构做大做强的瓶颈。

（十）与同行业可比公司的比较情况

公司专注于全媒体优化数字营销领域，主营业务涵盖 SEO 和泛优化服务，上述业务所处细分行业领域目前尚未有公开权威的市场占有率相关数据发布，因此难以统计市场份额比较情况。

目前与公司主营业务和经营模式完全相同的可比公众公司较少，本公开发行说明书在选取同行业可比公司时，从业务类型、技术特点、行业属性等角度，选取与公司有部分服务重合或接近，且易于取得公开披露信息的公众公司，最终选取拓尔思、宣亚国际和值得买作为比较对象。公司与可比公司在主要经营情况和关键业务指标的比较情况如下：

单位：万元

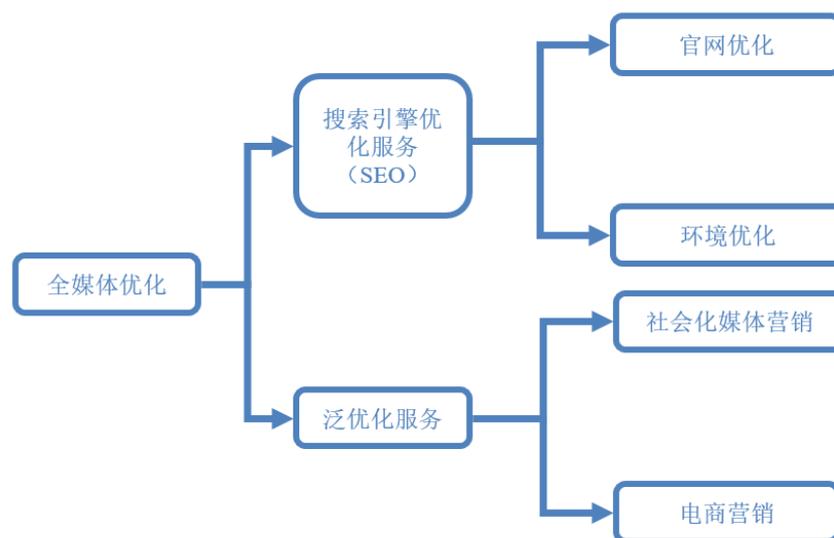
公司名称	主要业务	2019 年度营业收入	2019 年度净利润	2019 年度毛利率	2019 年度研发费用占营业收入比重
拓尔思	人工智能和大数据技术及数据服务，其子公司耐特康赛主要开发和提供互联网搜索营销优化和企业口碑管理相关技术产品和服务	96,730.60	16,156.56	61.75%	9.45%
宣亚国际	营销解决方案、营销技术运营和数据技术产品服务	35,422.87	654.83	40.49%	7.22%
值得买	为电商、品牌商等客户提供信息推广服务和互联网效果营销平台服务	66,202.92	11,902.93	71.57%	16.24%
发行人	公司是专业提供全媒体优化解决方案的数字营销企业，主营业务包括 SEO 和泛优化业务	14,743.46	3,858.67	56.58%	12.75%

三、 发行人业务情况

（一）发行人的主要服务及用途

目前公司提供的服务主要分为搜索引擎优化服务（SEO）和泛优化服务，而公司 SEO 可以细分为官网优化、环境优化；泛优化服务可以细分为社会化媒体营销、电商

营销。公司其他业务包括搜索引擎营销（SEM）。



1、搜索引擎优化服务（SEO）

（1）官网优化

官网优化是指针对企业官网进行的整合优化服务，包括四个维度：官网基础优化、官网排名优化、官网流量优化、官网增长优化。

官网基础优化即从内容、结构、链接等方面对网站进行诊断分析，提升网站搜索引擎友好性，增加页面收录，提升页面基础排名。其次，通过调整官网内容、结构、链接等方式帮助企业官网实现排名、流量、增长优化。官网排名优化后，企业指定关键词或行业大词下品牌官网占位自然搜索首页，同时，使大量关键词下品牌官网在首屏露出，树立品牌权威。官网流量优化后，大量引入自然流量，增加网站活跃度，使品牌官网流量跨度提升。官网增长优化后，用户粘性及转化率提升，核心数据 SEO 流量留名单率及 ROI 率增长，促使客户产品销量提升。



（2）环境优化

环境优化是指对客户在搜索引擎的相关搜索结果中的品牌形象进行优化。在环境优化过程中，公司分析用户搜索行为，向客户推荐合适的呈现位置，实现从搜索入口到内容展现全方位优化，提升品牌知名度、建立口碑，增大品牌的曝光力度同时赢得用户的好感度。



2、泛优化服务

(1) 社会化媒体营销

互联网的世界瞬息万变，如今百度的搜索引擎已经不是广告主唯一的流量入口。搜索不再只有百度，网民开始通过不同的新势力平台搜索必要信息，例如短视频平台抖音、快手；社交平台微信、微博；种草 UGC 内容平台小红书、什么值得买；垂直平台美柚、大姨妈等。社会化媒体营销就是指在这些新兴平台上，为企业提供品牌全媒体优化综合服务，多平台、多维度实现刺激需求，使品牌被广泛了解。



社会化媒体营销服务	服务简介
各平台排名优化	在各平台 APP 搜索结果界面，使客户指定关键词下首屏出现品牌信息。
各平台顶置优化	在各平台为客户提供顶置优化服务，使客户指定位置下出现客户

	官方优质文案内容，并使品牌内容位列第一。
各平台创建优化	在各平台为客户创建内容，打造讨论热度，吸引潜在用户关注，进行优质内容输出，提升品牌形象
各平台推荐优化	使客户指定品牌信息或图文内容出现在各平台推荐首屏；在各平台 APP 搜索输入界面，使客户指定关键词品牌搜索推荐位置。

(2) 电商营销

电商营销服务是公司打通从消费者到产品全链路营销的最后一环，在苏宁、京东、淘宝等主流电商平台为客户提供整合营销服务，依托公司技术及媒体资源进行图文内容营销、短视频营销、直播营销等全域内容营销，全链路激活用户需求。

电商营销服务	服务简介
内容营销	协助客户在天猫、京东、苏宁等电商平台进行全网品牌宣传，投放评测，用户体验等 UGC 内容，使品牌优质图文内容在各类媒体平台展现。
短视频营销	帮助客户制作人格化及创意小视频，彰显品牌个性。
直播营销	选择客户品牌行业 UGC 红人进行直播，为客户进行品牌宣传并引导流量。

3、其他

公司其他业务主要为搜索引擎营销（SEM）。SEM 是指通过代理百度等搜索引擎公司的经销渠道，将其某些行业或特定门类的关键词竞价资格包揽，并转售给需要的客户，使客户品牌信息在搜索引擎竞价广告区域得到展示，不同于 SEO 的自然排名区域。

(二) 服务案例介绍

1、搜索引擎优化服务（SEO）

(1) 前程无忧优化案例

前程无忧（51JOB）是一家在美国纳斯达克上市且在中国具有广泛影响力的人力资源服务商。客户的主要需求为提高网站权重，提升品牌形象，要求能给到招聘及求职者更好的体验，在他们搜索各类相关关键词的时候，能给予他们充足的信息。

针对前程无忧的需求，公司从三个维度开展优化，即收录数优化、关键词排名优化、流量优化。收录数优化方面，考虑到招聘网发展迅速，竞争激烈，满足求职者和招聘企业的需求日益重要，公司帮助前程无忧精准洞悉求职者和招聘企业的需求，进行网站页面布局设计，提升用户体验，增加网站收录数；关键词排名优化方面，提升网站竞争力后，公司在更多行业热词下为企业获取网站曝光，吸引更多潜在用户关注，增加点击；流量优化方面，公司提供整体 SEO 优化服务，通过云拓谱系统优化、网站基础建设、

关键词排名优化，全面提升网站的各项数据，权重、收录数等，以获取更多的自然流量。

优化服务实施后，客户网站收录数显著提升约 3 倍，网站流量排名从 1,000 名以外提升至 100 名以内，行业词、通用词、品牌词、长尾词、热门词等月均搜索量在百万级以上的关键词，首页词数从约 1 万余提升至约 20 万余。

（2）苏泊尔优化案例

苏泊尔（SUPOR）是中国最大、全球第二的炊具研发制造商，中国厨房小家电领先品牌。随着整体市场环境的快速成长，高学历的“精英人群”成为消费的主力军，驱动着家电行业的变革。舒适、健康、时尚，成为家电用品不可或缺的产品元素，家电行业不断细分，各产品线竞争程度不尽相同，如何快速准确地判断行业风向，根据不同目标用户进行差异化品牌沟通，成为客户需要面对的新课题。

在此背景下，公司结合行业动态及品牌各产品表现，为客户定制了差异化的传播策略。油烟机板块建立完善的口碑体系，赢得更多的用户关注，力求实现行业突围；燃气灶板块借助行业热词，扩大声量，建立优于竞品的认知；净水器板块多维度曝光，通过大曝光强展示抢占用户第一视觉区，提升品牌知名度。

执行方案从关键词、内容、技术三大块布局，精准触达用户，实现高效传播。关键词方面，力求精准触达客户，通过层层筛选，优选关键词，最大化地将营销信息传递给目标客户；内容方面，以更深入的对话方式传播，洞察用户属性，用优质图文以对话方式拉近距离，提升用户信任度；技术方面，利用精准排名技术，实现在核心视觉区/展示位占位，高效吸引消费者注意力。

优化服务实施后，半年内油烟机、燃气灶、净水器三条产品线均获得较高的曝光量，在搜索入口、首页、新闻专区多区域联合曝光，抢占搜索入口第一位、首页展示第一位等头部核心位，实现多条口碑内容首页占位，增强传播效果。

2、泛优化服务

（1）大金空调泛优化服务案例

大金集团是世界上集空调、冷媒以及压缩机的研发、生产和销售于一体的跨国企业。近年来，中央空调快速崛起，在品牌关注占比中，国内家电系品牌占据约八成市场，大金虽在进口品牌中位列第一，但仍面临着巨大的挑战。大金空调希望借由精准营销平台，

向目标及潜在用户，通过平等对话的方式，传播品牌价值及产品核心卖点，为品牌打造“品质”、“智能”、“专业”、“高端”、“定制化/个性化”的品牌烙印。

公司为客户提出的应对策略为知识营销，在对用户有价值的知识类话题传播中软性植入品牌/产品信息，让产品成为知识的一部分，不断加深目标用户对大金空调的认知。知乎是中文互联网最大的知识分享平台，是一个知识型中产、品质生活追求者和新新人群聚集的平台，以知识、经验、见解促进交流沟通，高度契合大金空调传播诉求。由此，公司在精选平台之一的知乎，建立了品牌核心阵地。通过挖掘用户兴趣点，新建与品牌特性相匹配的话题，并邀请知识达人互动，提升问题热度，通过优质的内容输出，从生活场景到品牌推荐自然过渡，逐步获取用户认可。通过这种方式精准触达目标受众，强化品牌记忆，从而在良好互动中提升品牌关注度和传播声量。

优化服务实施后，公司成功为大金空调传播“newlifestyle”概念，让大金空调的印象标签，由较为单一的空调品牌逐渐进化为“有温度有内涵、严谨却不失幽默”的个性化多元化标签，提升用户好感，大金在知乎平台上也收获了超百万级较高的综合曝光量。

（2）李宁泛优化服务案例

李宁品牌是李宁先生在 1990 年创立的专业体育品牌，李宁公司拥有完善的品牌营销、研发、设计、制造、经销及销售能力，以经营李宁品牌专业及休闲运动鞋、服装、器材和配件产品为主，已在中国建立庞大的零售分销网络和供应链管理体系，并持续加码电商阵地、构建电商生态。

随着淘宝、苏宁、京东等主流电商平台日趋成熟以及运动品牌线上销售竞争日趋激烈，如何进行品牌有效传播、用户精准触达、完成引导消费、实现平台店铺的销售增长成为了包括李宁等众多运动品牌商需要解决的营销难题，尤其是品牌新品上新、周年庆、双十一等特殊节点的电商营销需求更甚。

公司基于产品定位、人群洞察、舆情现状和渠道分析，为李宁品牌量身定制了精准的电商内容营销。公司不仅利用大数据分析，洞察用户喜好、内容传播特点、各类 KOL 带货力等，进行最优匹配，实现真正的品效合一，并针对李宁“新国潮”定位规划全年传播话题和内容，利用潮人穿搭、IP 联名等，塑造“潮”、“酷”新形象。

通过对产品内容的有效投放和推广，品牌优质图文、视频、直播内容在内容渠道透出，为客户实现优质的流量渠道曝光。服务期内，公司通过为李宁策划几十个传播话题

并在电商平台发布千余条内容，就吸引总阅读量超过千万次，且有效控制阅读 PV 成本及整体 CPC 成本。

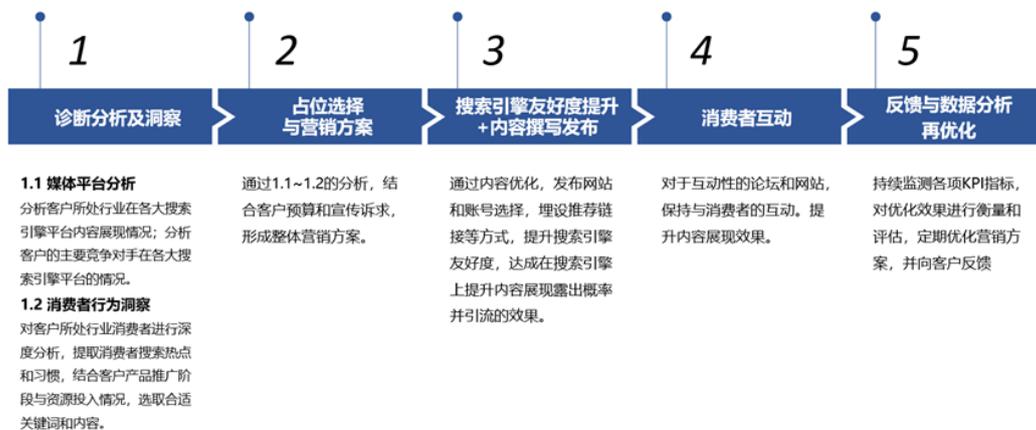
(三) 主要服务流程

公司主要服务流程如下：

1、搜索引擎优化服务——官网优化



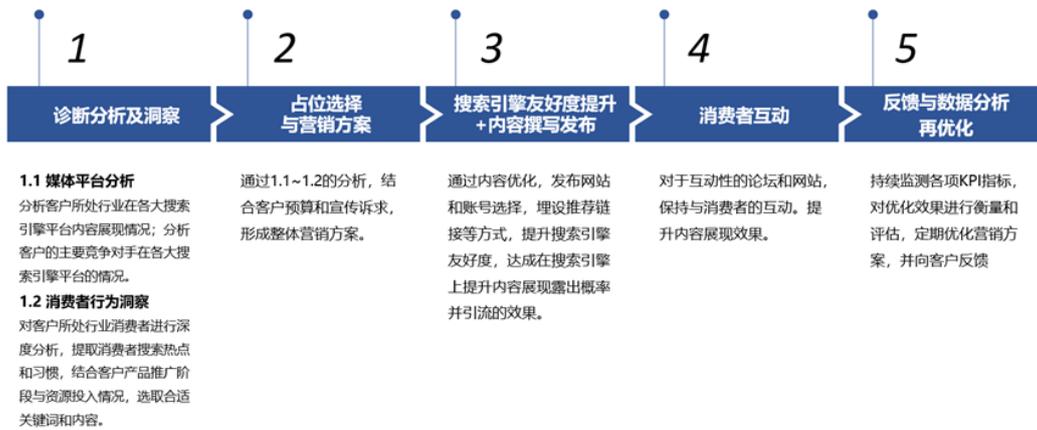
2、搜索引擎优化服务——环境优化



3、泛优化服务——社会化媒体营销



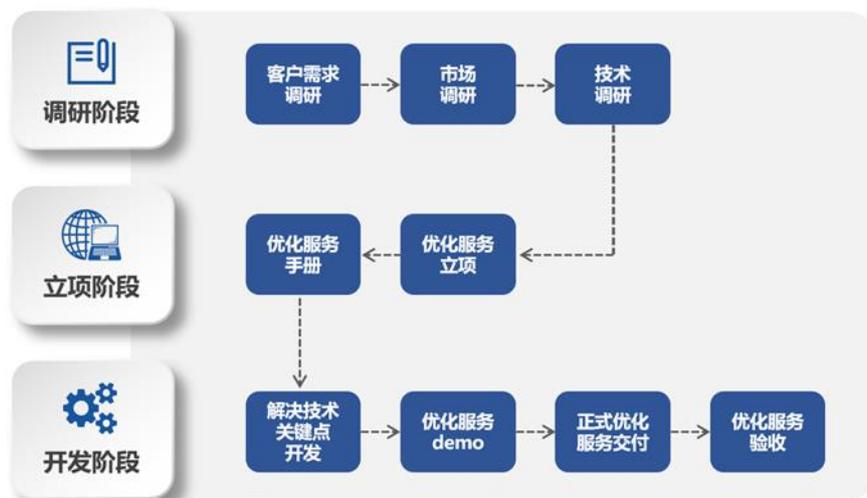
4、泛优化服务——电商营销



(三) 主营业务模式

1、研发模式

公司从创立之初就注重前瞻式探索、技术研发和储备，具有完善的自主研发体系，坚持自主创新为主的研发模式。公司在掌握了互联网搜索优化核心技术和多项知识产权的基础上，通过持续技术研发和开发不同优化服务以满足技术迭代和客户的不同需求。公司除了不断扩充研发团队以外，还注重技术的沉淀、引进、消化和吸收。公司主要研发流程如下：



2、采购模式

公司定位于提供全媒体优化解决方案的数字营销企业，主要依托专业技术和运营团

队为品牌客户提供服务。公司外部采购主要包括业务开展所需的技术服务、营销内容、推广服务、SEM 服务等。

公司采购的技术服务主要包括：全媒体优化相关技术支持服务，如网站开发和维护、外部链接建设、数据分析工具等；其他业务辅助类服务，如各类服务器租赁、办公运营软件等。同时，公司开展业务时需要外购部分营销内容，如文案撰写、视频发布、KOL 直播等。公司采购推广服务主要系为了拓展业务，引入外部推广服务商，推广服务商依靠自身资源优势在市场上发掘新的商业机会并进行需求解读，公司取得推广服务商提供的需求信息后进行客户接洽和后续服务。此外，公司 SEM 业务需要支付相关媒体采购和广告投放费用。

公司制定了明确的采购控制程序和采购业务流程，并设置采购部负责采购管理工作。采购部根据公司各业务部门提交的采购申请，经逐级审批后开展采购。采购部根据供应商技术水平、交付能力、价格水平等对供应商进行筛选和排序，并建立供应商档案。供应商根据服务合同或工作单提供服务，公司定期对服务成果进行效果评价，与供应商进行结算。

3、服务模式

客户接入后，销售总监和客户总监带领项目管理团队开展售前咨询，项目运营团队进行客户需求解读，对客户现状分析及项目难度评估，策划团队协同制定品牌营销策略及优化方案，项目管理团队对外提供定制版全媒体优化解决方案及报价清单。客户确定方案后，公司成立专项服务小组，由项目运营团队主导项目执行，技术团队提供关键词评估和 SEO 技术支持，内容团队负责对接文案、视频等内容产出。服务过程中，项目管理团队保持与客户的信息反馈和沟通，项目运营团队持续对各项 KPI 指标监测，根据客户要求提供周报、月报等定期报告，改进或调整营销方案。项目结束后，专项服务小组向客户提供结案报告并开展售后满意度调查。公司服务流程如下：



4、销售模式

根据数字营销行业通行的合作模式，公司建立了“直销+渠道商”的销售模式，通过自有销售团队和广告代理公司对接客户资源，重点挖掘各行业头部知名品牌客户的全媒体优化服务需求。一方面，公司直接与大型客户签署销售合同，直接向其提供全媒体优化解决方案，根据优化效果的实现情况，以“固定费用+浮动费用”的方式进行结算；另一方面，公司定期与广告代理公司签订框架性合作协议，根据每项服务的内容签订以第三方客户为项目实施主体的合同，双方根据每项服务产生的费用进行单独结算。客户根据公司提交的效果工作报告，结合目标网站的排名、流量提升等 KPI 指标结果，评价公司服务效果并支付相关款项。

5、盈利模式

公司凭借长期为多家行业头部知名品牌客户服务过程中积累下来的服务经验、品牌声誉和专业能力，为不同客户提供满足其需求的全媒体优化服务，从中获取收入及利润。

6、公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式的变化情况

公司目前采用的经营模式为行业内企业普遍采用的经营模式，影响公司经营模式的关键因素在于品牌客户全媒体优化服务的需求、互联网新媒体平台的发展、搜索引擎自然排名规则的变化、公司技术及人员的储备等。

7、设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

报告期内，公司致力于为客户提供专业的全媒体优化服务，应用场景拓展至各大主流搜索引擎、社交媒体、电商平台等，主营业务及经营模式未发生重大变化。报告期内，影响公司经营模式的关键因素未发生重大变化，预计未来期间内公司的经营模式不会发生重大变化。

8、安全生产和环境保护情况

公司所属行业为互联网和相关服务，主营业务不涉及（实物）生产加工环节，不会产生工业废气、废水、废渣与噪声等工业污染物，不存在需办理安全生产审批和环评审批等手续的情形，亦不涉及环境污染的情形。

（四）报告期内主要产品的生产销售情况

1、主营业务收入及其构成

报告期内，公司主营业务收入按服务类型列示情况：

单位：万元、%

服务类型	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
全媒体优化	6,480.16	98.61	14,154.64	96.01	9,148.96	93.92	6,188.81	98.29
其中：SEO	4,105.68	62.48	10,029.68	68.03	7,954.84	81.67	5,668.51	90.03
泛优化	2,374.48	36.13	4,124.96	27.98	1,194.12	12.26	520.30	8.26
其他	91.15	1.39	588.82	3.99	591.83	6.08	107.52	1.71
合计	6,571.31	100.00	14,743.46	100.00	9,740.79	100.00	6,296.33	100.00

报告期内，公司主营业务收入按地区构成情况如下：

单位：万元、%

销售区域	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
华东地区	4,214.44	64.13	9,172.39	62.21	6,740.27	69.20	3,864.21	61.37
华北地区	1,468.86	22.35	2,882.29	19.55	1,487.43	15.27	1,516.18	24.08
华南地区	635.78	9.68	2,148.16	14.57	1,314.90	13.50	540.05	8.58
其他	252.23	3.84	540.62	3.67	198.19	2.03	375.89	5.97
合计	6,571.31	100.00	14,743.46	100.00	9,740.79	100.00	6,296.33	100.00

报告期内，公司主营业务收入按销售模式构成情况如下

单位：万元、%

销售模式	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
直销模式	4,056.09	61.72	9,322.15	63.23	5,487.83	56.34	2,842.39	45.14
渠道商模式	2,515.23	38.28	5,421.31	36.77	4,252.96	43.66	3,453.94	54.86
合计	6,571.31	100.00	14,743.46	100.00	9,740.79	100.00	6,296.33	100.00

2、主要服务的产能和产量情况

公司在向客户提供全媒体优化解决方案过程中，主要根据客户需求提供相应的内容及技术优化服务。公司提供服务的能力主要取决于运营与技术人员的数量和素质。报告期内，随着业务规模不断扩大，公司员工人数逐年增长。

由于不同客户间的需求存在差异，公司为每个客户定制不同的全媒体优化服务方案。各项目的优化方案都存在差异，因此不同全媒体优化项目之间的业务规模、业务种类，优化工作量差异较大，因此，无法以传统意义上的“产能”、“产量”进行计量。

3、主要服务销售价格变动情况

报告期内，发行人为每个客户量身定制全媒体优化方案，根据不同的客户需求进行个性化的策划、执行、监测和反馈，通常涉及不同的媒体平台、关键词、优化方式等。因此，根据项目规模、项目执行难度以及人员投入的成本不同，公司对客户的服务售价

也并不相同，行业内也无明确的价格执行标准。

4、主要客户的销售情况

(1) 服务的主要客户

公司的客户涵盖金融、互联网、电器、车辆、美妆、医药保健、食品、快消、服饰、奢侈品多个热门行业，主要直接客户均为热门行业的知名企业，同时公司与渠道商（如上海华扬联众数字技术有限公司、安布思沛（上海）广告传媒有限公司等广告公司）进行合作，为第三方客户提供服务。

(2) 报告期内各期向前五名客户的销售额及占当期销售总额的百分比

单位：万元、%

年份	排名	客户名称	金额	占营业收入的比例
2020 年 1-6 月	1	上海华扬联众数字技术有限公司（含分公司）	464.82	7.07
	2	安布思沛（上海）广告传媒有限公司 上海欧安派广告传播有限公司	396.31	6.03
	3	中美天津史克制药有限公司 葛兰素史克日用保健品（中国）有限公司 葛兰素史克（中国）投资有限公司	344.05	5.24
	4	群邑（上海）广告有限公司 上海乾扬传媒有限公司 凯帝珂广告（上海）有限公司	209.27	3.18
	5	拜耳医药保健有限公司 拜耳作物科学（中国）有限公司	199.16	3.03
			合计	1,613.62
2019 年度	1	上海华扬联众数字技术有限公司（含分公司）	605.95	4.11
	2	安布思沛（上海）广告传媒有限公司 上海欧安派广告传播有限公司	539.57	3.66
	3	青岛海尔电器销售服务有限公司 重庆海尔家电销售有限公司 海尔集团电子商务有限公司	513.40	3.48
	4	群邑（上海）广告有限公司 上海乾扬传媒有限公司 凯帝珂广告（上海）有限公司	485.43	3.29
	5	广州闻起文化传播有限公司	469.95	3.19
			合计	2,614.30
2018 年度	1	广州闻起文化传播有限公司	431.84	4.43
	2	安布思沛（上海）广告传媒有限公司 上海欧安派广告传播有限公司	429.80	4.41
	3	大连固特异轮胎有限公司 固特异轮胎管理（上海）有限公司	401.59	4.12
	4	前锦网络信息技术（上海）有限公司	397.37	4.08
	5	瑞表企业管理（上海）有限公司 上海瑞湾钟表商业有限公司	307.84	3.16

		瑞韵达贸易（上海）有限公司		
		合计	1,968.44	20.21
2017 年度	1	安布思沛（上海）广告传媒有限公司 上海欧安派广告传播有限公司	566.16	8.99
	2	昌荣金准（天津）网络科技有限公司 上星传媒有限公司 昌荣传媒股份有限公司 昌荣尚视广告传媒有限公司	446.40	7.09
	3	北京国双科技有限公司	424.70	6.75
	4	艾欧史密斯（中国）热水器有限公司 艾欧史密斯（中国）环境电器有限公司 艾欧史密斯（南京）水处理产品有限公司	388.35	6.17
	5	前锦网络信息技术（上海）有限公司	283.02	4.49
		合计	2,108.64	33.49

注：上述客户销售额已按同一控制下合并。

（五）报告期内采购情况

1、报告期内采购情况

公司从事全媒体优化业务，主要依靠公司技术、运营人员投入的人力成本实施技术服务。公司外部采购主要包括业务开展所需的技术服务、营销内容、推广服务、SEM服务等。报告期内公司采购情况如下：

单位：万元、%

项目	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	采购金额	比例	采购金额	比例	采购金额	比例	采购金额	比例
技术服务	358.94	21.36	1,116.80	25.33	736.30	24.42	496.78	27.82
营销内容	774.22	46.06	1,564.52	35.49	1,254.65	41.61	1,044.57	58.50
推广服务	334.25	19.89	1,001.13	22.71	487.11	16.15	135.65	7.60
其他	213.38	12.70	726.28	16.47	537.38	17.82	108.47	6.08
合计	1,680.79	100.00	4,408.73	100.00	3,015.44	100.00	1,785.47	100.00

2、前五名供应商的采购情况

单位：万元、%

年份	序号	供应商名称	金额	占采购总额比例
2020年 1-6月	1	上海巍岚网络科技有限公司	225.33	13.41
	2	上海舒问网络科技有限公司	132.48	7.88
	3	上海众添网络科技有限公司	125.93	7.49
	4	霍尔果斯量子动态文化传媒有限公司	96.32	5.73
	5	上海赛搜信息科技有限公司	92.74	5.52
		合计	672.80	40.03
2019 年度	1	上海巍岚网络科技有限公司	430.29	9.76
	2	上海阔搜信息科技有限公司	288.07	6.53
	3	上海众添网络科技有限公司	287.18	6.51

	4	霍尔果斯量子动态文化传媒有限公司 嗨皮（上海）网络科技股份有限公司	253.01	5.74
	5	北京一步科技有限公司	245.42	5.57
		合计	1503.97	34.11
2018 年度	1	致维科技（北京）有限公司	255.55	8.47
	2	上海艾班仕信息科技有限公司	213.00	7.06
	3	嗨皮（上海）网络科技股份有限公司	201.60	6.69
	4	苏州博沐信息技术有限公司	188.03	6.24
	5	上海赛搜信息科技有限公司	186.32	6.18
			合计	1,044.50
2017 年度	1	苏州博沐信息技术有限公司	458.90	25.70
	2	翌轩（上海）文化传媒有限公司	187.11	10.48
	3	上海众添网络科技有限公司	135.65	7.60
	4	江西晴枫网络科技有限公司	135.57	7.59
	5	上海艾班仕信息科技有限公司	114.00	6.38
			合计	1031.24

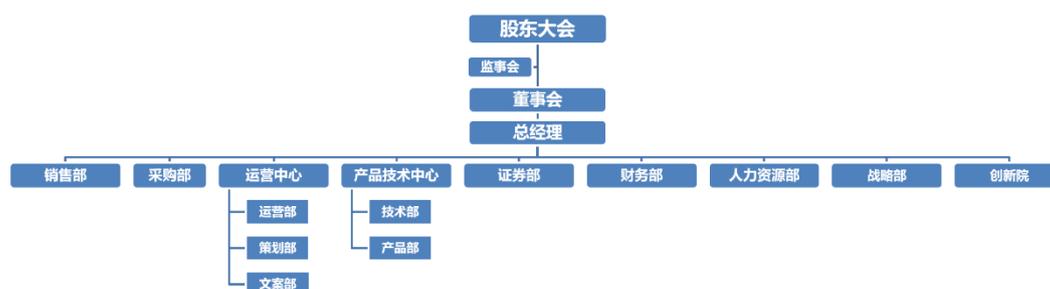
（六）发行人及主要关联方在前五名供应商和客户中占有权益的情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、其他主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未持有其前五名客户及供应商的股份。

（七）组织架构与员工情况

1、内部组织架构

截至本公开发行说明书签署日，公司内部组织结构如下所示：



公司主要职能部门的基本职责和功能如下：

部门名称		主要职责和权限
销售部		负责公司客户及销售渠道的管理与维护，产品价格体系的维护；销售策略的制定及具体实施，市场信息的调查分析及反馈；项目前期的商务谈判及对接，后期的账款回收等。
运营中心	运营部	负责日常的项目运营和管理的工作，对项目的全过程进行计划执行和综合控制；负责进度及效果汇报，突发情况的沟通及协调；并负责对项目执行后的结案、结算等、跟踪客户满意度。
	策划部	为客户提供市场洞察、消费者洞察等营销洞察，并在此基础上根据客户的需求制定搜索营销策略、传播策略、媒体投放策略等。完成全案输出及效果汇报包装。

	文案部	为客户品牌形象和品牌传播策略提供创意方案，并围绕核心关键词及创意点进行创作。
产品技术中心	技术部	负责公司云拓谱系统、精准排名系统、电商整合优化系统、OA 系统、舆情系统的持续研发和升级；负责为公司 IT 系统搭建、信息化管理工作提供全面技术支持。
	产品部	负责产品的规划及产品发展方向的整体把握和工作部署，把握发展趋势，制定分析报告或产品竞争战略和计划，进行数据分析并找到对应的效果提升方案，撰写产品运营分析报告，提出产品改进意见，不断完善在线产品，持续改善效果呈现。
	采购部	负责制定实施年度采购业务计划、采购降本计划、供应商发展和提升计划等，并组织实施、监控各项规划、计划的执行情况；全面负责公司采购管理、采购成本管理和供应商发展管理工作，建立健全相关的业务管理制度及流程规范等；负责采购合同管理、采购价格管理、采购订单交付管理和采购库存资金管理；负责供应商业绩管理、供应商档案管理、潜在供应商开发和核心供应商培育管理。
	财务部	根据国家法律法规和公司发展战略，主持制定财务管理规划、投融资管理规划、市值管理规划，负责编制公司年度财务预算、降本增效计划和财务工作计划，并组织实施、监控各项规划、计划的执行情况；全面负责公司财务管理、会计核算、成本与价格管理、预决算管理、税务管理、投融资管理和财务风险防范等工作，建立健全公司会计政策、财务管理制度和内控管理制度；负责编制公司月度、中期、年度财务报告，定期进行财务分析，通过开展内外部审计，及时发现、评估、防范财务风险；负责公司资金、应收、应付、固定资产和总账的核算工作，编制统计报告，建立会计档案管理；负责销售价格、采购价格、成本核算和成本分析工作；负责出口退税、报税纳税管理；负责与财务、税务、金融部门的联系，及时掌握财政、税务及外汇动向。研究公司生产经营管理相关的法律、法规、政策，对公司重要经营决策和重大经济活动提出法律意见，为公司日常经营管理提供法律保障。
	证券部	负责处理公司信息披露事务，建立并完善信息披露制度、重大信息内部报告制度，促使公司和相关当事人依法履行信息披露义务，进而保证公司信息披露的及时性、准确性、真实性、完整性；负责与公司信息披露有关的保密工作，制订内幕信息保密制度，采取一切必要措施，促使公司董事、监事、高级管理人员及相关知情人在有关信息正式披露前保守秘密，并在内幕信息泄露时，及时采取补救措施；负责按照有关规定组织上市公司定期报告、临时公告等的编制，并准确、及时向有关部门报送和发布。
	人力资源部	主持制定公司人力资源发展规划、企业文化建设方案等，负责制定编制人力资源配置计划、员工培训计划、员工薪酬福利计划和保密工作计划等，并组织实施、监控各项规划、计划的执行情况；全面负责管理公司人力资源、行政管理和保密管理等工作，建立健全相关的业务管理制度及流程规范等；负责公司组织发展、招聘、培训、绩效、薪酬福利、员工关系等人力资源管理工作；负责公司文秘、文书、档案、印章、会务、商务接待、法律事务、后勤服务等办公行政事务管理工作。
	战略部	负责探索有助于公司发展的新领域、新项目，提出投资建议，进行投资可行性分析，资本运作、并购重组、产业整合方案的研究与指定；负责对所有投资项目运行情况进行统计，监测，分析和预测；对拟定业务发展战略进行动态调整和不断完善市场调查；市场细分，市场竞争分析，市场预测，制定市场营销计划与广告计划，品牌管理与营销控制。
	创新院	通过行业分析、市场和政策研究，结合公司实际情况，提出新的产品发展思路，孵化新的产品线，为企业发展战略部署提供参考和理论依据。

2、员工人数及构成情况

2017年末、2018年末、2019年末和2020年6月末，公司在职工工分别为187人、257人、309人及296人，具体构成情况如下：

(1) 员工专业结构

岗位构成	2020年6月30日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	人数	占比(%)	人数	占比(%)	人数	占比(%)	人数	占比(%)
技术人员	80	27.03	84	27.18	82	31.91	53	28.34
业务人员	167	56.42	175	56.63	134	52.14	109	58.29
销售人员	30	10.14	31	10.03	21	8.17	11	5.88
财务人员	6	2.03	7	2.27	6	2.33	5	2.67
行政管理人员	13	4.39	12	3.88	14	5.45	9	4.81
人员总计	296	100.00	309	100.00	257	100.00	187	100.00

(2) 员工教育程度结构

教育程度	2020年6月30日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	人数	占比(%)	人数	占比(%)	人数	占比(%)	人数	占比(%)
硕士	15	5.07	16	5.18	11	4.28	7	3.74
本科	209	70.61	216	69.90	175	68.09	126	67.38
专科	72	24.32	77	24.92	71	27.63	53	28.34
专科以下	0	0.00	0	0.00	0	0.00	1	0.53
人员总计	296	100.00	309	100.00	257	100.00	187	100.00

(3) 员工年龄分布结构

岗位构成	2020年6月30日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	人数	占比(%)	人数	占比(%)	人数	占比(%)	人数	占比(%)
30岁以下	208	70.27	236	76.38	208	80.93	158	84.49
31-40岁	84	28.38	69	22.33	47	18.29	28	14.97
41-50岁	4	1.35	4	1.29	1	0.39	1	0.53
50岁以上	0	0.00	0	0.00	1	0.39	0	0.00
人员总计	296	100.00	309	100.00	257	100.00	187	100.00

(八) 技术及研发情况

1、核心技术情况

公司是专业提供全媒体优化解决方案的数字营销企业，基于对数字营销发展趋势的理解和洞察，运用自主研发的数据及算法系统、运营系统和词库系统，通过可验证的服务效果，帮助客户在全媒体实现效果优化，将有价值的优质内容高效呈现给目标用户。公司核心技术情况如下：

(1) 关键词收集系统

技术来源	自主研发
创新方式	原始创新
所处阶段	大规模应用
应用服务	官网优化、环境优化、社会化媒体营销、电商营销
对应知识产权	闻道数据采集系统软件 V1.0 (2019SR0255524)
技术内容	在搜索引擎上，关键词的数量就代表着用户的数量，所以能获取全面的关键词就能获取更多的 SEO 流量。本系统对全网公开数据进行采集，并对于各页面内容进行智能分析从中找出潜在的搜索关键词，从而扩充词库系统的关键词数量。

(2) 基于 NLP 的关键词分类系统

技术来源	自主研发
创新方式	原始创新
所处阶段	大规模应用
应用服务	官网优化、环境优化、社会化媒体营销、电商营销
对应知识产权	闻道云拓扑系统软件 V1.0 (软著编号 2017SR649521) 闻道关键词标注系统软件 V1.0 (软著编号 2019SR0257236)
技术内容	在搜索引擎上，每个搜索关键词就代表一类用户需求，只有准确识别用户意图，才能精准推送匹配的产品或服务。本系统通过自然语言处理 (NLP) 技术，对海量搜索关键词进行分类和打标签，同时应用了语法引擎和深度学习引擎，以两种技术交叉进行迭代优化。

(3) SEO 精准投放系统

技术来源	自主研发
创新方式	原始创新
所处阶段	大规模应用
应用服务	官网优化、环境优化
对应知识产权	闻道 SEO 环境分析系统软件 V3.0 (软著编号 2017SR709709) 闻道 SEO 排名预测分析系统软件 V3.0 (软著编号 2017SR669918)
技术内容	SEO (搜索引擎优化) 是一项综合了多个维度的系统性优化，需要通过内容、域名、布局等多个方面共同影响。本系统通过模拟搜索引擎排名算法，对目标优化网站进行全面分析量化，找到网站的优化短板，以相应的方法或资源补强短板，从而实现更好的排名。

(4) 链接分析系统

技术来源	自主研发
创新方式	原始创新
所处阶段	大规模应用
应用服务	官网优化、环境优化
对应知识产权	闻道 SEO 外链分析系统软件 V1.0 (软著编号 2017SR669920)
技术内容	链接分析系统用于分析特定网站合理的链接结构，既包括外部链接资源，也包括内部链接布局。本系统建立了链接分析网络模型，针对链接权重传导、蜘蛛陷阱监测等各类链接问题进行量化评估并给出优化方案。

(5) 舆情监测系统

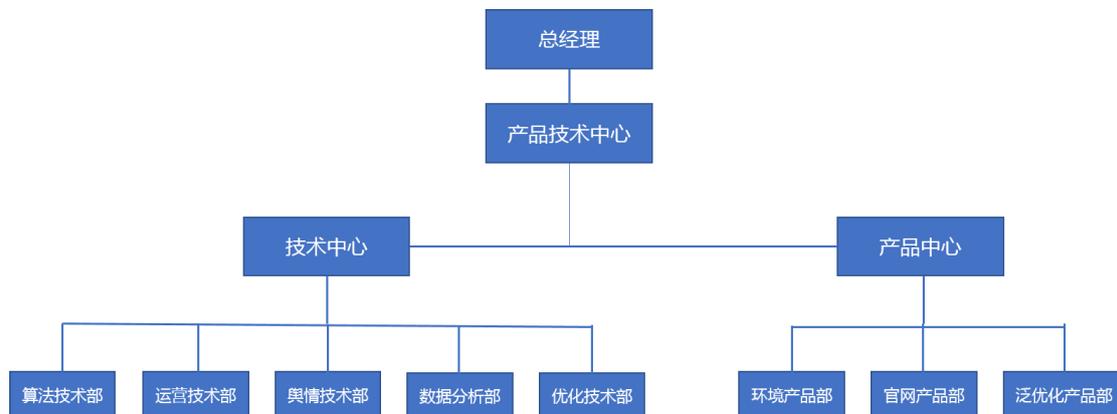
技术来源	自主研发
创新方式	原始创新
所处阶段	大规模应用
应用服务	环境优化
对应知识产权	闻道舆情监测软件 V1.0（软件产品编号 RC-2016-E0091） 闻道基于搜索引擎的行业竞争分析系统软件 V1.0（软著编号 2016SR188475）
技术内容	本系统针对特定客户的产品或服务，进行全网舆情监控，用以发现更多的用户反馈以帮忙客户优化其产品或服务。本系统对海量公开数据进行实时监控，同时使用 NLP 技术识别用户的情感反馈，为客户进行营销决策提供数据支撑。

(6) 泛优化分析系统

技术来源	自主研发
创新方式	原始创新
所处阶段	大规模应用
应用服务	泛优化业务
对应知识产权	闻道小红书分析系统软件 V1.0（软件产品编号 2019SR1350482） 闻道知乎数据分析系统软件 V1.0（软著编号 2019SR1360308）
技术内容	随着新媒体的大量涌现，传统的媒体已不能满足广告主全部的投放需求了，但很多广告主不知道哪些新媒体更适合自己的。本系统建立模型对主流新媒体进行全方位分析，会根据行业特定、竞品表现、粉丝用户画像等等维度为客户在小红书、知乎等新媒体上投放决策提供量化依据。

2、研发机构和管理体系

公司研发中心实行董事长领导下的总经理负责制，由总经理直接对研发中心进行领导。公司的研发工作与公司的整体发展是相辅相成的，公司高度重视研发平台建设。公司研发体系由技术中心和产品中心构成，现有研发架构图如下：



技术中心：负责公司云拓谱系统、精准排名系统、电商整合优化系统、OA 系统、舆情系统的持续研发和升级；负责为公司 IT 系统搭建、信息化管理工作提供全面技术

支持。

产品中心：负责产品的规划及产品发展方向的整体把握和工作部署，把握发展趋势，制定分析报告或产品竞争战略和计划，进行数据分析并找到对应的效果提升方案，撰写产品运营分析报告，提出产品改进意见，不断完善在线产品，持续改善效果呈现。

3、正在从事的研发项目

单位：万元

序号	项目名称	拟达目标	目前阶段	技术水平	预计经费投入	主要研发人员
1	行业下拉监测分析和预测	对行业关键词进行语义理解和分析，实现对关键词的联想	研究阶段	涉及 BERT 和 ERNIE 模型	200	王李军、孙梦连等
2	行业口碑力系统的研发	监控各个行业的口碑数据，及时准确的反应某品牌在一个行业中的口碑情况	研究阶段	涉及机器学习、深度学习相关技术等	400	王李军、张良等
3	智能写作系统的研发	大幅提高文案撰写速度，根据主体产出生产原创文章	研究阶段	数据语料库的搭建，词、句、文章语法意义分析，知识图谱数据和模型，文章、图片快速检索算法等	700	蒋孟奇、王铭等
4	关键词挖掘系统	在处理海量文本的过程中，通过关键词窥探整个文本的主题思想	研究阶段	涉及基于统计特征、词图模型、主题模型的关键词提取算法等	200	王李军、孙梦连等

上述研发项目均系公司自主研发，不存在与其他单位合作研发的情形。

4、研发投入情况

报告期内，公司研发费用占主营业务收入比重如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
研发费用	812.61	1,879.40	1,310.58	880.42
营业收入	6,571.31	14,743.46	9,740.79	6,296.33
研发费用占比	12.37%	12.75%	13.45%	13.98%

5、核心技术人员

公司处于快速发展的数字营销行业，需要准确把握前沿技术发展动向和趋势，不断更新迭代现有技术，核心技术人员对公司的技术创新和持续发展起着关键作用，具体情况如下：

(1) 王李军

出生年月	1982年11月
主要业务经历及职务	参见本说明书“第四节八（一）董事会成员”
现任职务与任期	参见本说明书“第四节八（一）董事会成员”
学历及专业资质	软件工程方向，硕士学历，高级工程师
主要科研成果和奖项	2016年获评苏州工业园区金鸡湖领军人才
截至报告期末持有发行人的股份情况	参见本说明书“第四节八（八）董事、监事、高级管理人员及其近亲属持股情况”
对外投资及兼职情况	参见本说明书“第四节八（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况”及“第四节八（九）董事、监事、高级管理人员与发行人业务相关的对外投资情况”

(2) 蒋孟奇

出生年月	1980年12月
主要业务经历及职务	参见本说明书“第四节八（三）高级管理人员”
现任职务与任期	参见本说明书“第四节八（三）高级管理人员”
学历及专业资质	中国科学院软件研究所硕士研究生
主要科研成果和奖项	2007年主导研发了国内第一款支持自然语言搜索的酒店搜索引擎；2011年主导研发了TripAdvisor基于中国本土的搜索投放系统；2016年主导研发了闻道网络精准投放系统。
截至报告期末持有发行人的股份情况	参见本说明书“第四节八（八）董事、监事、高级管理人员及其近亲属持股情况”
对外投资及兼职情况	参见本说明书“第四节八（四）董事、监事、高级管理人员的兼职情况”及“第四节八（九）董事、监事、高级管理人员与发行人业务相关的对外投资情况”

报告期内，公司核心技术人员未发生重大变动，上述核心技术人员不存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反第三方的竞业限制约定或保密协议的情况。

6、核心技术产品（服务）收入

报告期内，公司核心技术产品（服务）收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
核心技术产品（服务）收入	6,498.66	14,154.64	9,148.96	6,188.81
主营业务收入	6,571.31	14,743.46	9,740.79	6,296.33
核心技术产品收入占比	98.89%	96.01%	93.92%	98.29%

(九) 对发行人业务有重要影响的合同

公司所签署采购合同及销售合同主要为年度框架协议，以公司年度实际发生金额进行结算。截至公开发行说明书签署日，公司报告期内合同发生金额300万以上的重要采购合同（2020年6月30日最近一期金额以150万计算），情况如下：

序号	客户/供应商名称	合同标的	合同约定金额 ^注	合同起始日期	合同截止期限	履行情况
1	苏州博沐信息技术有	文案撰写、外链资源优化	框架协议	2017-01-	2018-12-	履行

	限公司	等		01	31	完毕
2	上海巍岚网络科技有限公司	Kol 营销	框架协议	2019-5-28	2019-12-31	履行完毕
3	上海巍岚网络科技有限公司	Kol 营销	框架协议	2020-1-1	2020-12-31	履行中
4	艾欧史密斯（中国）热水器有限公司	搜索引擎优化、电商优化	框架协议	2017-06-31	2018-06-12	履行完毕
5	大连固特异轮胎有限公司	搜索引擎服务	5,726,850	2018-1-22	2020-1-21	履行完毕
6	宁波聚塔在线信息科技有限公司	官网优化、百科优化、下拉优化	4,410,440	2018-1-1	2018-12-31	履行完毕
7	前锦网络信息技术（上海）有限公司	自然搜索优化	2,400,000	2018-1-1	2018-12-31	履行完毕
8	北京品众互动网络营销技术有限公司	SEO 服务优化	9,348,819	2019-1-1	2020-12-31	履行完毕
9	青岛海尔电器销售服务有限公司	京东、苏宁、国美等平台内容营销	框架协议	2019-4-3	2020-4-3	履行完毕
10	前锦网络信息技术（上海）有限公司	自然搜索优化	2,400,000	2019-1-1	2019-12-31	履行完毕
11	前锦网络信息技术（上海）有限公司	自然搜索优化	2,400,000	2020-1-1	2020-12-31	履行中
12	华扬联众数字技术股份有限公司	百度、搜狗、京东等 SEO 媒体渠道优化	框架协议	2019-9-1	2021-8-31	履行中

注：合同约定金额指部分框架合同中约定的年度预算金额，为预估性质，最终合同发生额以合同期内实际销售或采购结算金额为准。

四、 关键资源要素

（一）主要固定资产的情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司主要固定资产分类如下：

单位：万元

固定资产类别	账面原值	累计折旧	账面净值
1、房屋建筑物	2,250.28	152.71	2,097.57
2、电子设备	202.38	112.51	89.87
3、运输设备	386.57	233.91	152.66
4、其他设备	68.05	47.73	20.31
合计	2,907.28	546.86	2,360.42

1、房屋建筑物

（1）自有房屋建筑物

截至本公开发行说明书签署之日，公司共拥有 17 处房产，均取得了房屋所有权证，具体情况如下：

编号	权属人	权证号	面积 (平方米)	坐落	用途	取得 方式	是否 抵押
1	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081907号	60.20	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1101室	办公	出让	否
2	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081909号	49.18	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1102室	办公	出让	否
3	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081911号	102.82	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1103室	办公	出让	否
4	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081913号	118.71	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1104室	办公	出让	否
5	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081915号	112.38	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1105室	办公	出让	否
6	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081917号	80.24	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1106室	办公	出让	否
7	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081918号	78.42	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1107室	办公	出让	否
8	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081921号	78.89	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1108室	办公	出让	否
9	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081923号	79.28	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1109室	办公	出让	否
10	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081925号	79.28	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1110室	办公	出让	否
11	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081928号	93.25	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1111室	办公	出让	否
12	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081929号	92.38	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1112室	办公	出让	否
13	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0081932号	87.95	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1113室	办公	出让	否
14	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0082294号	89.68	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1114室	办公	出让	否
15	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0082295号	96.76	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1115室	办公	出让	否
16	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0082296号	72.15	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1116室	办公	出让	否
17	发行人	苏(2017)苏州工业园区不动产权第0082298号	95.33	苏州工业园区旺墩路135号融盛商务中心1幢1117室	办公	出让	否

(2) 租赁房屋建筑物

截至本公开发行说明书签署之日，公司及其子公司共有 7 处租赁房产，具体情况如下：

序号	承租方	坐落	出租方	面积 (平方米)	期限
1	发行人	保定市朝阳南大街 47 号百世开利大厦 13 层 CD 室	保定市新天地物业管理有限公司	156.06	2020 年 9 月 25 日-2021 年 9 月 25 日
2	发行人	保定市五四中路 413 号建筑处（电气化）宿舍 1-3-401	张金城、王文平	61	2019 年 11 月 20 日-2020 年 11 月 20 日
3	发行人	北京市丰台区草桥欣园一区 1-4-1202	胡宸菘	189.85	2020 年 7 月 1 日-2021 年 6 月 30 日
4	发行人	广州市天河区华穗路 406 号之二 1918	童安桂、严志坚	153.81	2019 年 3 月 21 日-2021 年 4 月 20 日
5	发行人	苏州市工业园区晋合公寓 3 幢 1408 室	吴宏迁	88	2020 年 2 月 1 日-2021 年 1 月 31 日
6	发行人	上海市普陀区岚皋路 597 号 310 室	上海明捷置业有限公司	109.3	2020 年 7 月 1 日-2021 年 6 月 30 日
7	发行人	北京市丰台区南三环西路 28 号院中林置业大厦 B 座 306 号	中林园意（北京）置业有限公司	191	2018 年 6 月 1 日-2021 年 6 月 30 日

2、其他固定资产

全媒体优化业务的开展，一般不需要大规模的土地、厂房、机器设备等投入，公司除自购办公用房外，固定资产较少且金额较低。公司主要其他固定资产为计算机、服务器、车辆等，权属清晰，不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）主要无形资产的情况

1、土地使用权

截至本公开发行说明书签署之日，公司共拥有 17 处土地使用权，均取得了土地使用权证，具体情况如下：

序号	权属人	权证号	面积 (平方米)	坐落	用途	取得方式	终止日期	是否抵押
1	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081907 号	7.53	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1101 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
2	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081909 号	6.16	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1102 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
3	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081911 号	12.87	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1103 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
4	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081913 号	14.86	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1104 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
5	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081915 号	14.07	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1105 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
6	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权	10.04	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否

		第 0081917 号		1 幢 1106 室				
7	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081918 号	9.82	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1107 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
8	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081921 号	9.87	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1108 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
9	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081923 号	9.92	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1109 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
10	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081925 号	9.92	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1110 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
11	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081928 号	11.67	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1111 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
12	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081929 号	11.56	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1112 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
13	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0081932 号	11.01	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1113 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
14	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0082294 号	11.22	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1114 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
15	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0082295 号	12.11	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1115 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
16	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0082296 号	9.03	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1116 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否
17	发行人	苏（2017）苏州工业园区不动产权第 0082298 号	11.93	苏州工业园区旺墩路 135 号融盛商务中心 1 幢 1117 室	商服用地	出让	2052 年 5 月 18 日	否

2、专利

截至本公开发行说明书签署之日，公司总计 1 项技术成果被授予专利，具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称	专利号	取得方式	专利类型	授权公告日
1	发行人	一种基于内容可信的 web 搜索引擎系统及搜索方法	ZL20131056489 2.3	专利权转移	发明专利	2017.03.08

3、计算机软件著作权

截至本公开发行说明书签署之日，公司总计拥有 45 项计算机软件著作权，具体情况如下：

序号	著作权人	软件名称	登记号	取得方式	权力范围	发证日期
1	发行人	闻道需求支持系统软件[简称：需求支持系统] V1.0	2020SR1159056	原始取得	全部权利	2020.09.25

2	发行人	闻道环境效果监测系统软件[简称：环境效果监测系统] V2.0	2020SR1161734	原始取得	全部权利	2020.09.25
3	发行人	闻道客户保护系统软件[简称：客户保护系统] V1.0	2020SR1156997	原始取得	全部权利	2020.09.24
4	发行人	闻道链接存活监测系统软件[简称：链接存活监测系统] V1.0	2020SR1143906	原始取得	全部权利	2020.09.23
5	发行人	闻道行业大站数据获取系统软件[简称：行业大站数据获取系统] V1.0	2020SR1143899	原始取得	全部权利	2020.09.23
6	发行人	闻道客户需求登记系统软件[简称：客户需求登记系统] V1.0	2020SR1143891	原始取得	全部权利	2020.09.23
7	发行人	闻道知乎数据分析系统软件[简称知乎数据分析系统]V1.0	2019SR1360308	原始取得	全部权利	2019.12.13
8	发行人	闻道客户评分系统软件[简称：客户评分系统]V1.0	2019SR1361825	原始取得	全部权利	2019.12.13
9	发行人	闻道天猫数据分析系统软件[简称：天猫数据分析系统]V1.0	2019SR1361808	原始取得	全部权利	2019.12.13
10	发行人	闻道流量回复数统计系统软件[简称：流量回复数统计系统]V1.0	2019SR1361832	原始取得	全部权利	2019.12.13
11	发行人	闻道数据采集系统软件[简称：数据采集系统]V1.0	2019SR1351039	原始取得	全部权利	2019.12.12
12	发行人	闻道环境效果监测系统软件[简称：环境检测系统]V1.0	2019SR1352241	原始取得	全部权利	2019.12.12
13	发行人	闻道小红书分析系统软件[简称：小红书分析系统]V1.0	2019SR1350482	原始取得	全部权利	2019.12.12
14	发行人	闻道知识库系统软件[简称：闻道知识库系统]V1.0	2019SR1349399	原始取得	全部权利	2019.12.12
15	发行人	闻道品牌露出分析系统软件 V1.0	2019SR0260097	原始取得	全部权利	2019.03.19
16	发行人	闻道内容输出系统软件 V1.0	2019SR0255524	原始取得	全部权利	2019.03.18
17	发行人	闻道关键词标注系统软件 V1.0	2019SR0257236	原始取得	全部权利	2019.03.18
18	发行人	闻道项目管理系统软件 V1.0	2019SR0257246	原始取得	全部权利	2019.03.18
19	发行人	闻道基于自然语言生成技术的品牌推广平台软件[简称：闻道品牌推广平台]V1.0	2017SR712653	原始取得	全部权利	2017.12.21
20	发行人	闻道基于知识图谱的智能知识生成系统软件[简称：基于知识图谱的智能知识生成系统]V1.0	2017SR710315	原始取得	全部权利	2017.12.20
21	发行人	闻道 SEO 行业环境分析系统软件[简称：SEO 行业环境分析系统]V1.0	2017SR709709	原始取得	全部权利	2017.12.20
22	发行人	闻道 SEO 外链分析系统软件[简称：SEO 外链分析系统]V1.0	2017SR669920	原始取得	全部权利	2017.12.06
23	发行人	闻道 SEO 企业官网诊断系统软件[简称：SEO 企业官网诊断系统]V1.0	2017SR670618	原始取得	全部权利	2017.12.06
24	发行人	闻道 SEO 内容管理系统软件[简称：内容管理系统]V1.0	2017SR670615	原始取得	全部权利	2017.12.06
25	发行人	闻道电子商城销量分析系统软件[简称：电子商城销量分析系统]V1.0	2017SR669918	原始取得	全部权利	2017.12.06
26	发行人	闻道云拓扑系统软件[简称：闻道云拓扑系统]V1.0	2017SR649521	原始取得	全部权利	2017.11.27
27	发行人	闻道 SEO 排名预测分析系统软件[简称：SEO 排名预测分析]V1.0	2017SR649557	原始取得	全部权利	2017.11.27
28	发行人	闻道电子商城排名分析系统软件[简称：电商系统]V1.0	2017SR649198	原始取得	全部权利	2017.11.27
29	发行人	闻道 SEO 环境分析系统软件[简称：闻道 SEO 系统]V1.0	2017SR647210	原始取得	全部权利	2017.11.24

30	发行人	闻道基于搜索引擎的行业竞争分析系统软件[简称：基于搜索引擎的行业竞争分析系统]V1.0	2016SR188475	原始取得	全部权利	2016.07.21
31	发行人	闻道客户管理系统软件[简称：客户管理系统]V1.0	2015SR107845	原始取得	全部权利	2015.06.16
32	发行人	闻道图片库系统软件[简称：图片库系统]V1.0	2015SR106439	原始取得	全部权利	2015.06.15
33	发行人	闻道网络学习平台软件[简称：网络学习平台]V1.0	2015SR106433	原始取得	全部权利	2015.06.15
34	发行人	闻道文件管理系统软件[简称：文件管理系统]V1.0	2015SR106425	原始取得	全部权利	2015.06.15
35	发行人	闻道医院预约管理系统软件[简称：医院预约管理系统]V1.0	2015SR106082	原始取得	全部权利	2015.06.15
36	发行人	闻道舆情监测软件[简称：舆情监测]V1.0	2015SR106319	原始取得	全部权利	2015.06.15
37	发行人	闻道模拟考试系统软件[简称：模拟考试系统]V1.0	2015SR106445	原始取得	全部权利	2015.06.15
38	发行人	闻道祝福吧软件[简称：祝福吧]V1.0	2015SR106321	原始取得	全部权利	2015.06.15
39	发行人	闻道简易投票系统软件[简称：简易投票系统]V1.0	2015SR097875	原始取得	全部权利	2015.06.03
40	发行人	闻道物资管理系统软件[简称：物资管理系统]V1.0	2015SR097751	原始取得	全部权利	2015.06.03
41	发行人	闻道企业管理系统软件[简称：企业管理系统]V1.0	2015SR097754	原始取得	全部权利	2015.06.03
42	发行人	闻道自营网络电商系统软件[简称：自营网络电商系统]V1.0	2015SR097744	原始取得	全部权利	2015.06.03
43	发行人	闻道网络电商平台系统软件[简称：网络电商平台系统]V1.0	2015SR097872	原始取得	全部权利	2015.06.03
44	发行人	闻道地板行业管理系统软件[简称：地板行业管理系统]V1.0	2015SR097700	原始取得	全部权利	2015.06.03
45	发行人	闻道视频转换软件 V3.0	2010SR038798	原始取得	全部权利	2010.08.03

4、商标

截至本公开发行说明书签署之日，公司商标的具体情况如下：

序号	商标标识	商标名称	商标权人	注册号	分类	有效期	注册地	他项权利
1		W	发行人	18427200	第9类	2027-01-06	中国	无
2		W	发行人	18427357	第35类	2027-01-13	中国	无

5、域名

截至本公开发行说明书签署之日，公司拥有7项域名，具体情况如下：

序号	网站域名	所有人	域名注册时间	域名到期日期	网站备案/许可证号
1	fxt.cn	发行人	2004-04-21	2026-04-21	苏ICP备12066733号-12
2	datoushe.com	发行人	2018-07-29	2021-07-29	苏ICP备12066733号-11

3	szwindoor.com	发行人	2011-05-30	2021-05-30	苏 ICP 备 12066733 号-1
4	winndoo.com.cn	发行人	2015-08-27	2021-08-27	苏 ICP 备 12066733 号-7
5	winndoo.com	发行人	2015-08-27	2021-08-27	苏 ICP 备 12066733 号-7
6	winndoo.cn	发行人	2015-08-27	2021-08-27	苏 ICP 备 12066733 号-7
7	link-ec.cn	凌霄科技	2019-09-26	2021-09-26	苏 ICP 备 19070555 号-1

公司拥有的商标、专利、域名真实、合法、有效，其权利行使不存在法律障碍，亦不存在权属纠纷或潜在纠纷。

（三）主要业务资质

1、发行人现持有江苏省科学技术厅、江苏省财政厅、国家税务总局江苏省税务局于 2018 年 10 月 24 日颁发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201832000538）。有效期三年。

2、发行人持有江苏省软件行业协会于 2020 年 6 月 28 日核发的《软件企业证书》（证书编号：苏 RQ-2018-E0097）。有效期一年。

3、高新技术产品认定证书

序号	产品名称	产品编号	发证日期	有效期
1	闻道基于搜索引擎的行业竞争分析系统软件	16GX08G3178N	2018 年 10 月	5 年
2	基于云处理的舆情监控管理系统平台	150GX8G2208N	2015 年 11 月	5 年

（四）特许经营权

截至本公开发行说明书签署之日，公司未取得相关特许经营权。

五、 境外经营情况

截至本公开发行说明书签署之日，公司不存在境外经营情况。

六、 业务活动合规情况

报告期内，公司严格按照法律法规的规定开展经营活动，不存在重大违法违规行为以及受到主管部门行政处罚且情节严重的情况，不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或其他严重损害投资者合法权益和社会公共利益的情况。

七、 其他事项

无

第六节 公司治理

一、 公司治理概况

公司自整体变更为股份公司以来，根据《公司法》、《证券法》等有关法律、法规、规范性文件和中国证监会的相关要求，建立健全了由股东大会、董事会、监事会和经营层组成的公司治理结构，并设置了独立董事、董事会秘书等人员和机构，制定和完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事制度》、《董事会秘书工作制度》等治理文件以及对外投资、对外担保、关联交易、资金管理等方面的内控制度。

公司股东大会、董事会、监事会、经营层、董事会秘书、独立董事等机构和人员之间权责明确、相互协调和相互制衡，并能按照相关的治理文件及内控制度规范运行。

（一）股东大会、董事会、监事会制度建立健全及运行情况

2015年10月22日，公司召开创立大会，审议通过了公司《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》。

2020年5月15日，公司召开2019年年度股东大会，修订了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》。

2020年6月28日，公司召开2020年第一次临时股东大会，修订了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》，进一步完善了股东大会、董事会和监事会运行规范。

2020年8月26日，公司召开2020年第二次临时股东大会，修订了《公司章程》。

1、股东大会运行情况

自报告期始，截至本公开发行说明书签署之日，公司共召开了11次股东大会，具体情况如下：

- （1）2017年4月13日召开2016年年度股东大会；
- （2）2017年5月31日召开2017年第一次临时股东大会；

- (3) 2017年6月30日召开2017年第二次临时股东大会；
- (4) 2018年5月18日召开2017年年度股东大会；
- (5) 2018年11月6日召开2018年第一次临时股东大会；
- (6) 2019年5月10日召开2018年年度股东大会；
- (7) 2020年5月15日召开2019年年度股东大会；
- (8) 2020年6月28日召开2020年第一次临时股东大会；
- (9) 2020年8月26日召开2020年第二次临时股东大会；
- (10) 2020年9月1日召开2020年第三次临时股东大会；
- (11) 2020年9月21日召开2020年第四次临时股东大会。

2、董事会运行情况

自报告期始，截至本公开发行说明书签署之日，公司共召开了18次董事会，具体情况如下：

- (1) 2017年3月22日召开第一届董事会第九次会议；
- (2) 2017年5月12日召开第一届董事会第十次会议；
- (3) 2017年6月15日召开第一届董事会第十一次会议；
- (4) 2017年7月14日召开第一届董事会第十二次会议；
- (5) 2017年8月23日召开第一届董事会第十三次会议；
- (6) 2018年4月25日召开第一届董事会第十四次会议；
- (7) 2018年4月27日召开第一届董事会第十五次会议；
- (8) 2018年8月29日召开第一届董事会第十六次会议；
- (9) 2018年10月19日召开第一届董事会第十七次会议；
- (10) 2018年11月6日召开第二届董事会第一次会议；
- (11) 2019年4月18日召开第二届董事会第二次会议；

- (12) 2019年5月9日召开第二届董事会第三次会议；
- (13) 2019年8月27日召开第二届董事会第四次会议；
- (14) 2020年4月23日召开第二届董事会第五次会议；
- (15) 2020年6月10日召开第二届董事会第六次会议；
- (16) 2020年8月10日召开第二届董事会第七次会议；
- (17) 2020年8月13日召开第二届董事会第八次会议；
- (18) 2020年9月4日召开第二届董事会第九次会议。

3、监事会运行情况

自报告期始，截至本公开发行说明书签署之日，公司共召开了14次监事会，具体情况如下：

- (1) 2017年3月24日召开第一届监事会第七次会议；
- (2) 2017年8月23日召开第一届监事会第八次会议；
- (3) 2018年4月25日召开第一届监事会第九次会议；
- (4) 2018年4月27日召开第一届监事会第十次会议；
- (5) 2018年8月29日召开第一届监事会第十一次会议；
- (6) 2018年10月19日召开第一届监事会第十二次会议；
- (7) 2018年11月6日召开第二届监事会第一次会议；
- (8) 2019年4月18日召开第二届监事会第二次会议；
- (9) 2019年8月27日召开第二届监事会第三次会议；
- (10) 2020年4月23日召开第二届监事会第四次会议；
- (11) 2020年8月10日召开第二届监事会第五次会议；
- (12) 2020年8月13日召开第二届监事会第六次会议；
- (13) 2020年9月4日召开第二次监事会第七次会议；

(14) 2020年9月21日召开第二次监事会第八次会议。

公司上述股东大会、董事会、监事会的召开程序、授权、会议表决和决议内容合法、合规、真实、有效。公司股东大会、董事会、监事会严格依照相关规定行使权力及履行义务。

(二) 独立董事制度建立健全及运行情况

公司制订了《独立董事制度》，对独立董事的任职资格、选举与罢免程序、职权范围等内容进行了规定。内容符合有关法律、法规及《公司章程》的规定。

公司根据相关规定聘任郑巍、张才尧为独立董事，其中张才尧为符合中国证监会及全国股转公司要求的会计专业人士。

(三) 董事会秘书制度建立健全及运行情况

公司设立董事会秘书，作为信息披露事务负责人，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、信息披露事务、投资者关系管理等事宜。

自报告期始，截至本公开发行说明书签署之日，公司董事会秘书严格按照《公司章程》、《董事会秘书工作制度》等有关规定积极履行职责。

二、 特别表决权

截至本公开发行说明书签署之日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、 违法违规情况

报告期内，公司严格按照法律法规的规定开展经营活动，不存在重大违法违规行为以及受到主管部门行政处罚且情节严重的情况，不存在因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或其他严重损害投资者合法权益和社会公共利益的情况。

四、 内控制度

（一）内部控制基本情况

根据规范的指导性规定，公司建立及实施了有效的内部控制，从内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等各方面建立健全了有效的内部控制制度，能够合理保证企业经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实、准确、完整，提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略。

公司已严格遵循全面性、重要性、制衡性、适应性及成本效益原则，在公司内部的各个业务环节建立健全了有效的内部控制系统，由经营层负责内部控制的贯彻、执行，由全体员工参与内部控制的具体实施，在所有重大方面均保持了有效的内部控制。

（二）管理层的内部控制自我评价意见

公司董事会认为：

“根据公司财务报告内部控制缺陷的认定情况，于内部控制自我评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制；

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制自我评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷；

自内部控制自我评价报告基准日至内部控制自我评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性自我评价结论的因素。”

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司内部控制制度进行了审核，并于 2020 年 8 月 13 日出具了信会师报字[2020]第 ZA15304 号《苏州闻道网络科技股份有限公司内部控制鉴证报告》，认为公司按照《企业内部控制基本规范》规定的标准于 2019 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

五、 资金占用

公司建立了严格的《控股股东和实际控制人行为规范》，截至本公开发行说明书签

署之日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形。

六、 同业竞争

（一）发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与发行人不存在同业竞争

公司不存在与控股股东、实际控制人控制的其他企业从事相同、相似业务情况。除控制本公司外，控股股东、实际控制人控制的其他公司与本公司主营业务差别较大，未涉及搜索引擎优化和泛优化业务，不存在同业竞争情况。

（二）发行人控股股东、实际控制人避免同业竞争的承诺

发行人控股股东、实际控制人已于 2020 年 11 月出具《避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、截至本承诺函出具之日，本人未直接或间接投资任何与闻道网络存在相同或类似业务的公司、企业或其他经营实体；自身未经营、亦没有为他人经营与闻道网络相同或类似的业务，与闻道网络不存在同业竞争的情形。

2、本人在持有闻道网络的股份期间，将不从事与闻道网络生产经营有相同或类似业务的投资，不会新设或收购与闻道网络有相同或类似业务的经营性机构，不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与闻道网络业务直接或可能竞争的业务、企业、项目或其他任何活动，以避免与闻道网络的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

3、如闻道网络进一步拓展业务范围，本人承诺本人及本人控制的企业将不与闻道网络拓展后的业务相竞争；若出现可能与闻道网络拓展后的业务产生竞争的情形，本人将采取停止构成竞争的业务、将相竞争的业务以合法方式置入闻道网络、将相竞争的业务转让给无关联第三方等方式维护闻道网络利益，消除潜在的同业竞争。

4、本人确认，本承诺函旨在保障全体股东之权益作出，本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。如违反上述任何一项承诺，本人愿意承担由此给闻道网络造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出，本人违反上述承诺所取得的收益归闻道网络

所有。”

七、 关联交易

(一) 关联方情况

根据《公司法》、企业会计准则、中国证监会及全国股转公司等的相关规定，公司的关联方及关联关系情况如下：

1、公司的控股股东及实际控制人

序号	关联方	与发行人的关联关系
1	袁学文	公司控股股东
2	袁学文、鲁琼	公司实际控制人

2、持有公司 5%以上股份的其他股东

序号	关联方	与发行人的关联关系
1	苏州谦履升管理咨询合伙企业（有限合伙）	公司持股 6.88% 的股东

3、公司的控股子公司、参股子公司及分公司

序号	关联方	与发行人的关联关系
1	苏州凌霄科技有限公司	公司控股子公司
2	苏州元全信息科技有限公司	公司控股子公司

4、公司的董事、监事和高级管理人员

序号	职务	名单
1	董事	袁学文、鲁琼、王李军、缪克峰、姚晓澜、张攀、郑巍、张才尧
2	监事	单艳婷、邓卫霞、吕冬梅
3	高级管理人员	袁学文、缪克峰、王李军、许宗剑、袁佳鸣、蒋孟奇
4	最近 12 个月内离职董监高	邓佚峰、李耀原

5、其他关联自然人

实际控制人以及上述董监高关系密切的家庭成员亦构成公司的关联方。其中，关系密切的家庭成员主要包括：配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、配偶的兄弟姐妹、子女配偶的父母。

6、关联自然人及其关系密切的家庭成员控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的除发行人及其子公司之外的其他企业

序号	企业名称	与发行人的关系
1	苏州摩深智能科技有限公司	同一实际控制人控制的企业

2	苏州国闻企业咨询合伙企业（有限合伙）	同一实际控制人控制的企业
3	青岛颖麟国际运输代理有限公司	公司职工代表监事吕冬梅持股 100%的企业
4	苏州工业园区君子鑫企业管理有限公司	公司董事张攀持股 30%的企业
5	座头鲸（上海）信息技术有限公司	公司董事张攀担任董事的企业
6	石家庄学路教育科技有限公司	公司副总经理蒋孟奇配偶持股 100%，并担任执行董事兼经理的企业
7	晨晟（北京）教育咨询有限公司	公司副总经理蒋孟奇配偶及配偶的母亲合计持股 100%，并担任执行董事兼经理的企业
8	江苏海恩德电气有限公司	公司董事、财务总监兼董事会秘书缪克峰配偶的兄弟担任董事的企业
9	南京市秦淮区名轩电气科技咨询服务中心	公司董事、财务总监兼董事会秘书缪克峰配偶的兄弟开办的个体工商户
10	上海昱谷信息技术咨询事务所	公司副总经理许宗剑的姐姐持股 100%的企业
11	贵阳佳和鑫物资有限公司	公司副总经理袁佳鸣的父母合计持股 100%，袁佳鸣母亲担任执行董事兼总经理的企业
12	常州红月亮地板有限公司	公司董事兼副总经理王李军配偶的父亲持股 50%的企业
13	常州锵行电子商务有限公司	公司董事兼副总经理王李军配偶的父亲持股 50%的企业
14	湖南有色科技发展有限公司	公司独立董事张才尧姐姐的配偶担任董事长兼总经理的企业
15	苏州志远进出口有限公司	原监事会主席李耀原持股 75%，担任执行董事的企业
16	苏州市汇融物业管理有限公司	原监事会主席李耀原持股 45%的企业
17	苏州工业园区汇融置业有限公司	原监事会主席李耀原持股 42%的企业
18	苏州泉鑫管业有限公司	原监事会主席李耀原持股 40%的企业
19	盛源科技（苏州）有限公司	原监事会主席李耀原担任执行董事兼总经理的企业
20	苏州捷渡货运代理有限公司	原监事会主席李耀原持股 50%，担任执行董事兼总经理的企业
21	苏州乐梅兰贸易有限公司	原监事会主席李耀原持股 100%，担任执行董事兼总经理的企业
22	显盛投资集团有限公司	原监事会主席李耀原持股 100%，担任董事兼总经理的企业
23	司纳德电器（苏州）有限公司	原监事会主席李耀原持股 70%，担任董事长兼总经理的企业
24	苏州歌德卫浴有限公司	原监事会主席李耀原及其女合计持股 100%，李耀原担任执行董事兼总经理的企业
25	苏州国润创业投资发展有限公司	原监事会主席李耀原担任董事的企业
26	艾德玛建材（苏州）有限公司	原监事会主席李耀原担任副董事长的企业
27	苏州紫燃企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	原监事会主席李耀原之女持股 24.43%的企业
28	苏州熔拓聚兴投资合伙企业（有限合伙）	原监事会主席李耀原之女持股 22.54%的企业
29	芜湖海润贸易有限公司	原监事会主席李耀原父亲、兄弟共同持股 100%，李耀原兄弟担任董事的企业
30	上海魁懋实业有限公司	离任董事邓伏峰及其配偶共同持股 100%的企业

31	上海环桥百货商行	离任董事邓佚峰配偶担任法定代表人、总经理的企业
----	----------	-------------------------

除此之外，公司主要股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、共同控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的企业亦为公司关联方。

7、其他关联方

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》、中国证监会及全国股转公司等规定的其他关联方。

(二) 关联交易情况

1、经常性关联交易

报告期内，公司除向董事、监事及高级管理人员支付薪酬外，不存在其他经常性关联交易。

报告期内，公司向董事、监事及高级管理人员支付薪酬的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关键管理人员薪酬	222.64	548.25	457.85	323.72

2、偶发性关联交易

报告期内，公司不存在偶发性关联交易。

3、关联方往来款项余额

报告期内，公司不存在关联方往来款项。

(三) 报告期内关联方主要变化情况

1、发行人董事的变化情况

2018 年 11 月 6 日，公司召开 2018 年第一次临时股东大会，选举袁学文、鲁琼、王李军、邓佚峰、姚晓澜、张攀、缪克峰为公司第二届董事会董事。2018 年 11 月 6 日，公司召开第二届董事会第一次会议，选举袁学文担任董事长。2019 年 12 月 25 日，公司收到董事邓佚峰递交的辞职报告，邓佚峰因个人原因申请辞去公司董事职务。2020 年 6 月 28 日，公司召开 2020 年第一次临时股东大会，选举郑巍和张才尧为第二届董事会独立董事，任期自公司股东大会审议通过之日起至第二届董事会任期届满之日止。

2、发行人监事的变化情况

2018年10月19日，公司召开2018年职工代表大会第一次会议，选举吕冬梅为公司职工代表监事。2018年11月6日，公司召开2018年第一次临时股东大会，选举李耀原、邓卫霞为公司第二届监事会非职工代表监事，与吕冬梅共同组成公司第二届监事会。2020年9月4日，公司收到监事会主席李耀原递交的辞职报告，李耀原因个人原因申请辞去公司监事会主席、监事职务。2020年9月21日，公司召开2020年第四次临时股东大会，选举单艳婷为公司非职工代表监事。2020年9月21日，公司召开第二届监事会第八次会议，选举单艳婷为公司监事会主席。

3、发行人高级管理人员的变化情况

2018年4月25日，公司召开第一届董事会第十四次会议，任命许宗剑先生为公司副总经理，任期自董事会审议通过之日起至第一届董事会任期届满之日止。2018年11月6日，公司召开第二届董事会第一次会议，聘任袁学文为公司总经理，王李军、许宗剑为公司副总经理，缪克峰为公司财务总监、董事会秘书。2019年5月9日，公司召开第二届董事会第三次会议，聘任袁佳鸣、蒋孟奇为公司副总经理。

4、发行人全资子公司的变化情况

报告期内，公司不存在全资子公司变化的情形。

5、发行人参股公司的变化情况

报告期内，公司不存在参股公司变化的情形。

八、其他事项

无

第七节 财务会计信息

一、 发行人最近三年及一期的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流动资产：				
货币资金	1,406,970.02	13,410,965.48	1,137,847.17	1,549,593.56
结算备付金	-	-	-	-
拆出资金	-	-	-	-
交易性金融资产	69,983,056.22	38,745,561.72	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	31,939,589.72	53,556,037.01	29,804,043.45	22,460,439.29
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	467,457.76	621,840.85	520,362.68	354,226.19
应收保费	-	-	-	-
应收分保账款	-	-	-	-
应收分保合同准备金	-	-	-	-
其他应收款	817,242.15	591,898.60	574,403.93	602,934.25
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	-	-	-	-
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	21,055.68	3,021,936.47	34,607,137.08	20,040,941.43
流动资产合计	104,635,371.55	109,948,240.13	66,643,794.31	45,008,134.72
非流动资产：				
发放贷款及垫款	-	-	-	-
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	23,604,163.58	24,410,776.12	24,655,307.42	23,962,133.87
在建工程	-	-	-	-

生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	-	-	-	-
无形资产	81,152.39	84,195.59	90,282.00	-
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	51,287.43
递延所得税资产	278,166.53	559,047.41	277,870.47	203,873.91
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	23,963,482.50	25,054,019.12	25,023,459.89	24,217,295.21
资产总计	128,598,854.05	135,002,259.25	91,667,254.20	69,225,429.93
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
向中央银行借款	-	-	-	-
拆入资金	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	2,906,932.60	5,680,925.85	951,249.46	2,248,285.35
预收款项	-	3,770,460.34	2,293,752.69	23,801.00
合同负债	5,048,578.33	-	-	-
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
吸收存款及同业存放	-	-	-	-
代理买卖证券款	-	-	-	-
代理承销证券款	-	-	-	-
应付职工薪酬	6,441,629.51	11,076,766.31	6,413,816.40	2,931,828.67
应交税费	2,172,828.82	4,741,413.97	1,773,041.67	895,400.87
其他应付款	289,199.12	262,923.59	395,819.02	281,042.73
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
应付手续费及佣金	-	-	-	-
应付分保账款	-	-	-	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	442,551.55	1,264,818.68	729,371.64	22,958.01
流动负债合计	17,301,719.93	26,797,308.74	12,557,050.88	6,403,316.63
非流动负债：				
保险合同准备金	-	-	-	-
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-

递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	17,301,719.93	26,797,308.74	12,557,050.88	6,403,316.63
所有者权益（或股东权益）：				
股本	31,640,000.00	31,640,000.00	31,640,000.00	31,640,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	6,265,328.43	6,265,328.43	6,265,328.43	6,265,328.43
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	8,796,621.70	8,796,621.70	5,082,239.65	3,068,623.71
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	64,595,183.99	61,503,000.38	36,122,635.24	21,848,161.16
归属于母公司所有者权益合计	111,297,134.12	108,204,950.51	79,110,203.32	62,822,113.30
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	111,297,134.12	108,204,950.51	79,110,203.32	62,822,113.30
负债和所有者权益总计	128,598,854.05	135,002,259.25	91,667,254.20	69,225,429.93

法定代表人：袁学文 主管会计工作负责人：缪克峰 会计机构负责人：缪克峰

（二） 母公司资产负债表

单位：元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流动资产：				
货币资金	622,191.42	8,428,485.40	637,950.21	1,465,411.54
交易性金融资产	66,658,227.73	38,745,561.72	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	29,485,881.98	51,098,810.03	28,222,318.82	20,702,879.40
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	342,428.10	592,641.53	513,362.68	349,218.93
其他应收款	741,098.73	516,327.08	478,832.41	1,083,392.77
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	-	-	-	-
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	-	3,000,000.00	31,690,000.00	17,530,000.00
流动资产合计	97,849,827.96	102,381,825.76	61,542,464.12	41,130,902.64
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-

可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	3,869,974.99	3,869,974.99	3,869,974.99	3,869,974.99
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	23,492,428.01	24,287,329.75	24,595,660.62	23,831,429.24
在建工程	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	-	-	-	-
无形资产	81,152.39	84,195.59	90,282.00	-
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	-	-	-	51,287.43
递延所得税资产	263,625.66	539,365.23	264,796.19	195,119.17
其他非流动资产	-	-	-	-
非流动资产合计	27,707,181.05	28,780,865.56	28,820,713.80	27,947,810.83
资产总计	125,557,009.01	131,162,691.32	90,363,177.92	69,078,713.47
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	2,625,693.08	5,413,698.07	753,478.39	2,247,485.28
预收款项	-	3,671,814.57	2,285,640.69	23,801.00
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
应付职工薪酬	6,155,811.63	10,187,422.99	6,255,127.57	2,851,918.00
应交税费	2,160,895.02	4,558,718.73	1,722,163.13	818,888.69
其他应付款	271,323.46	238,307.67	395,818.17	281,042.73
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
合同负债	4,901,159.46	-	-	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-
其他流动负债	406,033.51	1,214,442.92	724,484.12	19,271.33
流动负债合计	16,520,916.16	25,284,404.95	12,136,712.07	6,242,407.03
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-

预计负债	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	16,520,916.16	25,284,404.95	12,136,712.07	6,242,407.03
所有者权益：				
股本	31,640,000.00	31,640,000.00	31,640,000.00	31,640,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	8,495,884.98	8,495,884.98	8,495,884.98	8,495,884.98
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	8,936,040.14	8,936,040.14	5,221,658.09	3,208,042.15
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	59,964,167.73	56,806,361.25	32,868,922.78	19,492,379.31
所有者权益合计	109,036,092.85	105,878,286.37	78,226,465.85	62,836,306.44
负债和所有者权益合计	125,557,009.01	131,162,691.32	90,363,177.92	69,078,713.47

（三）合并利润表

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
一、营业总收入	65,713,126.25	147,434,561.06	97,407,886.14	62,963,267.09
其中：营业收入	65,713,126.25	147,434,561.06	97,407,886.14	62,963,267.09
利息收入	-	-	-	-
已赚保费	-	-	-	-
手续费及佣金收入	-	-	-	-
二、营业总成本	47,261,720.18	108,045,508.86	75,425,655.23	45,284,499.39
其中：营业成本	26,437,698.46	64,017,676.23	45,573,230.47	26,207,527.87
利息支出	-	-	-	-
手续费及佣金支出	-	-	-	-
退保金	-	-	-	-
赔付支出净额	-	-	-	-
提取保险责任准备金净额	-	-	-	-
保单红利支出	-	-	-	-
分保费用	-	-	-	-
税金及附加	583,203.38	918,166.87	608,661.10	207,552.36
销售费用	6,916,799.89	15,159,692.99	9,097,955.42	5,526,891.59
管理费用	5,200,305.24	9,159,932.63	7,195,229.45	4,526,225.91
研发费用	8,126,090.88	18,794,015.70	13,105,752.99	8,804,232.91
财务费用	-2,377.67	-3,975.56	-155,174.20	12,068.75
其中：利息费用	-	-	-	-
利息收入	2,892.71	6,550.37	173,319.97	2,807.21
加：其他收益	218,169.90	3,677,075.34	487,125.33	733,863.96

投资收益（损失以“-”号填列）	715,395.73	1,840,414.82	1,113,864.60	513,551.70
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	487,494.50	145,561.72	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	1,402,182.36	-2,042,101.02	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-482,136.37	-344,277.87
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	21,274,648.56	43,010,003.06	23,101,084.47	18,581,905.49
加：营业外收入	-	-	-	-
减：营业外支出	24,436.31	5,000.00	-	72.20
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	21,250,212.25	43,005,003.06	23,101,084.47	18,581,833.29
减：所得税费用	2,338,028.64	4,418,255.87	2,066,994.45	1,898,475.82
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-	-
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
1.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
2.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
1.不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（1）重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
（2）权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
（3）其他权益工具投资公允价	-	-	-	-

值变动				
(4) 企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
(5) 其他	-	-	-	-
2.将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
(1) 权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
(2) 其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
(3) 可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
(4) 金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
(5) 持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
(6) 其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
(7) 现金流量套期储备	-	-	-	-
(8) 外币财务报表折算差额	-	-	-	-
(9) 其他	-	-	-	-
(二) 归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47
(一) 归属于母公司所有者的综合收益总额	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47
(二) 归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
八、每股收益：				
(一) 基本每股收益（元/股）	0.60	1.22	0.66	0.53
(二) 稀释每股收益（元/股）	0.60	1.22	0.66	0.53

法定代表人：袁学文 主管会计工作负责人：缪克峰 会计机构负责人：缪克峰

(四) 母公司利润表

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
一、营业收入	62,312,721.90	136,407,985.35	93,453,087.88	60,288,549.24
减：营业成本	23,406,542.06	55,265,930.83	42,961,977.52	24,415,231.97
税金及附加	568,226.85	875,680.62	596,235.09	198,785.39
销售费用	6,540,135.07	14,730,542.49	9,097,955.42	5,526,891.59
管理费用	5,080,365.83	8,827,121.26	6,906,081.76	4,041,898.30
研发费用	8,126,090.88	18,794,015.70	12,905,110.65	8,518,051.95
财务费用	-3,455.18	-3,271.74	-153,770.98	9,267.59
其中：利息费用	-	-	-	-
利息收入	2,010.25	3,628.55	170,228.75	2,797.97
加：其他收益	201,652.02	3,641,498.85	462,119.34	733,371.08
投资收益（损失以“-”号	700,397.96	1,733,839.95	1,005,149.16	389,338.71

填列)				
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	432,666.01	145,561.72	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	1,405,597.76	-1,976,021.94	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-464,513.49	-465,002.15
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	21,335,130.14	41,462,844.77	22,142,253.43	18,236,130.09
加：营业外收入	-	-	-	-
减：营业外支出	24,436.31	5,000.00	-	72.20
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	21,310,693.83	41,457,844.77	22,142,253.43	18,236,057.89
减：所得税费用	2,332,887.35	4,314,024.25	2,006,094.02	1,835,362.84
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	18,977,806.48	37,143,820.52	20,136,159.41	16,400,695.05
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	18,977,806.48	37,143,820.52	20,136,159.41	16,400,695.05
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
2.权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
3.其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
4.企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
5.其他	-	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
2.其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
3.可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
4.金融资产重分类计入其他综	-	-	-	-

合收益的金额				
5.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
6.其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
7.现金流量套期储备	-	-	-	-
8.外币财务报表折算差额	-	-	-	-
9.其他	-	-	-	-
六、综合收益总额	18,977,806.48	37,143,820.52	20,136,159.41	16,400,695.05
七、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	0.60	1.17	0.64	0.52
（二）稀释每股收益（元/股）	0.60	1.17	0.64	0.52

（五）合并现金流量表

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	94,297,929.35	131,979,937.40	98,116,297.00	61,007,460.68
客户存款和同业存放款项净增加额	-	-	-	-
向中央银行借款净增加额	-	-	-	-
收到原保险合同保费取得的现金	-	-	-	-
收到再保险业务现金净额	-	-	-	-
保户储金及投资款净增加额	-	-	-	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产净增加额	-	-	-	-
收取利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
拆入资金净增加额	-	-	-	-
回购业务资金净增加额	-	-	-	-
代理买卖证券收到的现金净额	-	-	-	-
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	221,062.61	3,683,625.71	988,119.02	2,114,278.93
经营活动现金流入小计	94,518,991.96	135,663,563.11	99,104,416.02	63,121,739.61
购买商品、接受劳务支付的现金	19,643,485.06	40,624,471.78	33,392,712.04	18,094,679.11
客户贷款及垫款净增加额	-	-	-	-
存放中央银行和同业款项净增加额	-	-	-	-
支付原保险合同赔付款项的现金	-	-	-	-
为交易目的而持有的金融资	-	-	-	-

产净增加额				
拆出资金净增加额	-	-	-	-
支付利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
支付保单红利的现金	-	-	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	30,071,609.50	46,502,448.87	32,997,417.35	19,885,653.17
支付的各项税费	8,723,778.80	8,561,625.65	5,119,223.54	4,962,115.21
支付其他与经营活动有关的现金	5,082,273.88	11,621,171.13	7,545,018.76	7,696,957.69
经营活动现金流出小计	63,521,147.24	107,309,717.43	79,054,371.69	50,639,405.18
经营活动产生的现金流量净额	30,997,844.72	28,353,845.68	20,050,044.33	12,482,334.43
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	715,395.73	1,840,414.82	1,113,864.60	513,551.70
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	155,750,000.00	204,860,000.00	-	12,620,000.00
投资活动现金流入小计	156,465,395.73	206,700,414.82	1,113,864.60	13,133,551.70
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	153,995.19	1,424,782.18	2,270,170.44	23,507,394.64
投资支付的现金	-	-	-	-
质押贷款净增加额	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	183,500,000.00	211,870,000.00	14,560,000.00	500,000.00
投资活动现金流出小计	183,653,995.19	213,294,782.18	16,830,170.44	24,007,394.64
投资活动产生的现金流量净额	-27,188,599.46	-6,594,367.36	-15,716,305.84	-10,873,842.94
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	15,820,000.00	9,492,000.00	4,746,000.00	1,356,000.00
其中：子公司支付给少数股	-	-	-	-

东的股利、利润				
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	15,820,000.00	9,492,000.00	4,746,000.00	1,356,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-15,820,000.00	-9,492,000.00	-4,746,000.00	-1,356,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	6,759.28	5,639.99	515.12	-6,064.23
五、现金及现金等价物净增加额	-12,003,995.46	12,273,118.31	-411,746.39	246,427.26
加：期初现金及现金等价物余额	13,410,965.48	1,137,847.17	1,549,593.56	1,303,166.30
六、期末现金及现金等价物余额	1,406,970.02	13,410,965.48	1,137,847.17	1,549,593.56

法定代表人：袁学文 主管会计工作负责人：缪克峰 会计机构负责人：缪克峰

（六） 母公司现金流量表

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	90,628,768.16	121,139,265.55	93,765,178.25	55,901,004.63
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	236,678.06	3,645,127.40	1,540,578.90	1,752,369.66
经营活动现金流入小计	90,865,446.22	124,784,392.95	95,305,757.15	57,653,374.29
购买商品、接受劳务支付的现金	17,818,776.53	34,894,791.62	31,205,305.64	15,010,518.80
支付给职工以及为职工支付的现金	27,646,529.64	43,291,985.37	32,360,551.33	19,127,015.80
支付的各项税费	8,440,170.02	8,203,824.03	4,916,587.26	4,903,179.22
支付其他与经营活动有关的现金	5,019,426.06	11,589,917.32	7,480,268.09	6,086,191.53
经营活动现金流出小计	58,924,902.25	97,980,518.34	75,962,712.32	45,126,905.35
经营活动产生的现金流量净额	31,940,543.97	26,803,874.61	19,343,044.83	12,526,468.94
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	700,397.96	1,733,839.95	1,005,149.16	389,338.71
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关	153,020,000.00	187,110,000.00	-	12,620,000.00

的现金				
投资活动现金流入小计	153,720,397.96	188,843,839.95	1,005,149.16	13,009,338.71
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	153,995.19	1,350,819.36	2,270,170.44	23,507,394.64
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	177,500,000.00	197,020,000.00	14,160,000.00	-
投资活动现金流出小计	177,653,995.19	198,370,819.36	16,430,170.44	23,507,394.64
投资活动产生的现金流量净额	-23,933,597.23	-9,526,979.41	-15,425,021.28	-10,498,055.93
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	15,820,000.00	9,492,000.00	4,746,000.00	1,356,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	15,820,000.00	9,492,000.00	4,746,000.00	1,356,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-15,820,000.00	-9,492,000.00	-4,746,000.00	-1,356,000.00
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	6,759.28	5,639.99	515.12	-6,064.23
五、现金及现金等价物净增加额	-7,806,293.98	7,790,535.19	-827,461.33	666,348.78
加：期初现金及现金等价物余额	8,428,485.40	637,950.21	1,465,411.54	799,062.76
六、期末现金及现金等价物余额	622,191.42	8,428,485.40	637,950.21	1,465,411.54

(七) 合并股东权益变动表

单位：元

项目	2020年1月—6月												
	归属于母公司所有者权益											少数 股东 权益	所有者权益合计
	股本	其他权益工具			资本公积	减： 库存 股	其 他 综 合 收 益	专 项 储 备	盈 余 公 积	一 般 风 险 准 备	未 分 配 利 润		
优 先 股		永 续 债	其 他										
一、上年期末余额	31,640,000.00				6,265,328.43				8,796,621.70		61,503,000.38	-	108,204,950.51
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	31,640,000.00				6,265,328.43				8,796,621.70		61,503,000.38	-	108,204,950.51
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）											3,092,183.61		3,092,183.61
（一）综合收益总额									-		18,912,183.61		18,912,183.61
（二）所有者投入和减少资本													
1. 股东投入的普通股													
2. 其他权益工具持有者投入资本													
3. 股份支付计入所有者权益的金额													
4. 其他													
（三）利润分配											-15,820,000.00		-15,820,000.00
1. 提取盈余公积													
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者（或股东）的分配											-15,820,000.00		-15,820,000.00

4. 其他													
(四) 所有者权益内部结转													
1. 资本公积转增资本(或股本)													
2. 盈余公积转增资本(或股本)													
3. 盈余公积弥补亏损													
4. 设定受益计划变动额结转留存收益													
5. 其他综合收益结转留存收益													
6. 其他													
(五) 专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
(六) 其他													
四、本年期末余额	31,640,000.00				6,265,328.43				8,796,621.70		64,595,183.99	-	111,297,134.12

单位：元

项目	2019 年度												
	归属于母公司所有者权益											少数 股东 权益	所有者权益合计
	股本	其他权益工具			资本公积	减： 库存 股	其他 综合 收益	专项 储备	盈余公积	一 般 风 险 准 备	未分配利润		
优 先 股		永 续 债	其 他										
一、上年期末余额	31,640,000.00	-	-	-	6,265,328.43	-	-	-	5,082,239.65	-	36,122,635.24	-	79,110,203.32
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年期初余额	31,640,000.00	-	-	-	6,265,328.43	-	-	-	5,082,239.65	-	36,122,635.24	-	79,110,203.32

三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-	3,714,382.05		25,380,365.14	-	29,094,747.19
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	-	-			38,586,747.19	-	38,586,747.19
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入的普通股	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	3,714,382.05	-	-13,206,382.05	-	-9,492,000.00
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-	3,714,382.05	-	-3,714,382.05	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-9,492,000.00	-	-9,492,000.00
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.其他综合收益结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年期末余额	31,640,000.00				6,265,328.43				8,796,621.70		61,503,000.38	-	108,204,950.51

单位：元

项目	2018 年度												
	归属于母公司所有者权益											少数 股东 权益	所有者 权益合 计
	股本	其他权益工具			资本公积	减： 库存 股	其他 综合 收益	专项 储备	盈余公积	一 般 风 险 准 备	未分配利润		
优先 股		永续 债	其他										
一、上年期末余额	31,640,000.00	-	-	-	6,265,328.43	-	-	-	3,068,623.71	-	21,848,161.16	-	62,822,113.30
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年期初余额	31,640,000.00	-	-	-	6,265,328.43	-	-	-	3,068,623.71	-	21,848,161.16	-	62,822,113.30
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-	-	-	2,013,615.94	-	14,274,474.08	-	16,288,090.02
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21,034,090.02	-	21,034,090.02
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入的普通股	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	2,013,615.94	-	-6,759,615.94	-	-4,746,000.00
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-	2,013,615.94	-	-2,013,615.94	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-4,746,000.00	-	-4,746,000.00
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

1. 资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. 其他综合收益结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（六）其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年期末余额	31,640,000.00	-	-	-	6,265,328.43	-	-	-	5,082,239.65	-	36,122,635.24	-	79,110,203.32

单位：元

项目	2017 年度												
	归属于母公司所有者权益											少数 股东 权益	所有者 权益合 计
	股本	其他权益工具			资本公积	减： 库存 股	其 他 综 合 收 益	专 项 储 备	盈 余 公 积	一 般 风 险 准 备	未 分 配 利 润		
	优 先 股	永 续 债	其 他										
一、上年期末余额	9,040,000.00	-	-	-	28,865,328.43	-	-	-	1,428,554.20	-	8,160,873.20	-	47,494,755.83
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年期初余额	9,040,000.00	-	-	-	28,865,328.43	-	-	-	1,428,554.20	-	8,160,873.20	-	47,494,755.83
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	22,600,000.00	-	-	-	-22,600,000.00	-	-	-	1,640,069.51	-	13,687,287.96	-	15,327,357.47

(一) 综合收益总额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,683,357.47	-	16,683,357.47
(二) 所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入的普通股	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	1,640,069.51	-	-2,996,069.51	-	-1,356,000.00
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-	1,640,069.51	-	-1,640,069.51	-	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者(或股东)的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-1,356,000.00	-	-1,356,000.00
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(四) 所有者权益内部结转	22,600,000.00	-	-	-	-22,600,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本(或股本)	22,600,000.00	-	-	-	-22,600,000.00	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. 其他综合收益结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	31,640,000.00	-	-	-	6,265,328.43	-	-	-	3,068,623.71	-	21,848,161.16	-	62,822,113.30

法定代表人：袁学文 主管会计工作负责人：缪克峰 会计机构负责人：缪克峰

(八) 母公司股东权益变动表

单位：元

项目	2020年1月—6月											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	31,640,000.00	-	-	-	8,495,884.98	-	-	-	8,936,040.14	-	56,806,361.25	105,878,286.37
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	31,640,000.00	-	-	-	8,495,884.98	-	-	-	8,936,040.14	-	56,806,361.25	105,878,286.37
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）											3,157,806.48	3,157,806.48
（一）综合收益总额											18,977,806.48	18,977,806.48
（二）所有者投入和减少资本												
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												
（三）利润分配											-15,820,000.00	-15,820,000.00
1. 提取盈余公积												
2. 提取一般风险准备											-15,820,000.00	-15,820,000.00
3. 对所有者（或股东）的分配												
4. 其他												
（四）所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												

3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
(五) 专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
(六) 其他												
四、本年期末余额	31,640,000.00	-	-	-	8,495,884.98	-	-	-	8,936,040.14	-	59,964,167.73	109,036,092.85

单位：元

项目	2019 年度											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	31,640,000.00	-	-	-	8,495,884.98	-	-	-	5,221,658.09	-	32,868,922.78	78,226,465.85
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年期初余额	31,640,000.00	-	-	-	8,495,884.98	-	-	-	5,221,658.09	-	32,868,922.78	78,226,465.85
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	-	-	-	-	-	-	-	3,714,382.05	-	-	23,937,438.47	27,651,820.52
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	37,143,820.52	37,143,820.52
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入的普通股	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	3,714,382.05	-	-13,206,382.05	-9,492,000.00
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-	3,714,382.05	-	-3,714,382.05	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-9,492,000.00	-9,492,000.00
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(四) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. 其他综合收益结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年期末余额	31,640,000.00	-	-	-	8,495,884.98	-	-	-	8,936,040.14	-	56,806,361.25	105,878,286.37

单位：元

项目	2018 年度											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	31,640,000.00	-	-	-	8,495,884.98	-	-	-	3,208,042.15	-	19,492,379.31	62,836,306.44
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年期初余额	31,640,000.00	-	-	-	8,495,884.98	-	-	-	3,208,042.15	-	19,492,379.31	62,836,306.44
三、本期增减变动金额（减少以	-	-	-	-	-	-	-	-	2,013,615.94	-	13,376,543.47	15,390,159.41

“—”号填列)													
(一) 综合收益总额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20,136,159.41	20,136,159.41	
(二) 所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
1. 股东投入的普通股	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
(三) 利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	2,013,615.94	-	-6,759,615.94	-4,746,000.00	
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-	2,013,615.94	-	-2,013,615.94	-	
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
3. 对所有者(或股东)的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-4,746,000.00	-4,746,000.00	
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
(四) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
1. 资本公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
2. 盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
5. 其他综合收益结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
6. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
(六) 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
四、本年年末余额	31,640,000.00	-	-	-	8,495,884.98	-	-	-	5,221,658.09	-	32,868,922.78	78,226,465.85	

单位：元

项目	2017 年度											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	9,040,000.00	-	-	-	31,095,884.98	-	-	-	1,567,972.64	-	6,087,753.77	47,791,611.39
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
二、本年期初余额	9,040,000.00	-	-	-	31,095,884.98	-	-	-	1,567,972.64	-	6,087,753.77	47,791,611.39
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	22,600,000.00	-	-	-	-22,600,000.00	-	-	-	1,640,069.51	-	13,404,625.54	15,044,695.05
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16,400,695.05	16,400,695.05
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 股东投入的普通股	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 其他权益工具持有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	1,640,069.51	-	-2,996,069.51	-1,356,000.00
1. 提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-	1,640,069.51	-	-1,640,069.51	-
2. 提取一般风险准备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-1,356,000.00	-1,356,000.00
4. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	22,600,000.00	-	-	-	-22,600,000.00	-	-	-	-	-	-	-
1. 资本公积转增资本（或股本）	22,600,000.00	-	-	-	-22,600,000.00	-	-	-	-	-	-	-
2. 盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. 盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. 设定受益计划变动额结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

5.其他综合收益结转留存收益	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(五) 专项储备	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. 本期提取	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. 本期使用	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(六) 其他	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四、本年年末余额	31,640,000.00	-	-	-	8,495,884.98	-	-	-	3,208,042.15	-	19,492,379.31	62,836,306.44

二、 审计意见

2020年1月—6月	是否审计 <input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	信会师报字[2020]第 ZA15298 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
审计报告日期	2020 年 8 月 13 日
注册会计师姓名	吴震东、范翊
2019 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	信会师报字[2020]第 ZA11559 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
审计报告日期	2020 年 4 月 23 日
注册会计师姓名	吴震东、范翊
2018 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	信会师报字[2019] 第 ZA12288 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
审计报告日期	2019 年 4 月 18 日
注册会计师姓名	吴震东、范翊
2017 年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	信会师报字[2018] 第 ZA13042 号
审计机构名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
审计报告日期	2018 年 4 月 25 日
注册会计师姓名	郑斌、张金生

三、 财务报表的编制基准及合并财务报表范围

（一） 财务报表的编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解

释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》的披露规定编制财务报表。

（二）合并财务报表范围及变化情况

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，合并范围包括本公司及全部子公司。报告期内，合并财务报表范围无变化。

于2020年6月30日，纳入合并财务报表范围内的公司如下：

子公司名称	持股比例	表决权比例	注册资本（万元）	经营范围	成立日期
凌霄科技	100%	100%	100	研发、销售：计算机软硬件；嵌入式系统开发；计算机系统集成、网络维护等。	2010年3月5日
元全信息	100%	100%	50	信息技术开发；研发、销售：软件，电子商务技术开发，并提供相关技术咨询，技术转让，技术服务；计算机系统集成。	2014年9月29日

四、 会计政策、估计

（一） 会计政策和会计估计

1. 遵循企业会计准则的声明

本财务报表符合财政部颁布的企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司的合并及母公司财务状况以及合并及母公司经营成果和现金流量。

2. 会计期间

本公司的会计期间分为年度和中期，会计中期指短于一个完整的会计年度的报告期间。本公司会计年度采用公历年度，自公历1月1日起至12月31日止。

3. 营业周期

本公司营业周期为 12 个月。

4. 记账本位币

本公司采用人民币为记账本位币。

5. 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

适用 不适用

(1) 同一控制下的企业合并的会计处理方法

适用 不适用

合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

(2) 非同一控制下的企业合并的会计处理方法

适用 不适用

购买方在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

6. 合并财务报表的编制方法

适用 不适用

(1) 合并报表范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，合并范围包括本公司及全部子公司。

(2) 合并报表编制的方法

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

①增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至

合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

②处置子公司或业务

1) 一般处理方法

在报告期内，本公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降从而丧失控制权的，按照上述原则进行会计处理。

2) 分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投

资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- i. 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- ii. 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- iii. 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- iv. 一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

③购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

④不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

7. 合营安排分类及共同经营会计处理方法

适用 不适用

合营安排分为共同经营和合营企业。

当本公司是合营安排的合营方，享有该安排相关资产且承担该安排相关负债时，为共同经营。

本公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

- (1) 确认本公司单独所持有的资产，以及按本公司份额确认共同持有的资产；
- (2) 确认本公司单独所承担的负债，以及按本公司份额确认共同承担的负债；
- (3) 确认出售本公司享有的共同经营产出份额所产生的收入；
- (4) 按本公司份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；
- (5) 确认单独所发生的费用，以及按本公司份额确认共同经营发生的费用。

本公司对合营企业投资的会计政策见“22、长期股权投资”。

8. 现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

9. 外币业务和外币报表折算

适用 不适用

(1) 外币业务

外币业务采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率将外币金额折合成人民币记账。

资产负债表日外币货币性项目余额按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。

(2) 外币财务报表的折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益

项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率（处置境外经营时，将与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自所有者权益项目转入处置当期损益。

10. 金融工具

√适用 □不适用

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

（1）金融工具的分类

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

根据本公司管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

业务模式是以收取合同现金流量为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以摊余成本计量的金融资产；业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标且合同现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）；除此之外的其他金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

对于非交易性权益工具投资，本公司在初始确认时确定是否将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

①该项指定能够消除或显著减少会计错配。

②根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关

键管理人员报告。

③该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

2019年1月1日前适用的会计政策

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

(2) 金融工具的确认依据和计量方法

自2019年1月1日起适用的会计政策

①以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及本公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产

按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

④以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

⑤以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

⑥以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

2019年1月1日前适用的会计政策

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价

值变动损益。

②持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

③应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

④可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

⑤其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

(3) 金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。

公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

①所转移金融资产的账面价值；

②因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

①终止确认部分的账面价值；

②终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

(4) 金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

（5）金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并优先使用相关可观察输入值。只有在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

（6）金融资产减值的测试方法及会计处理方法

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

本公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的预期信用损失进行估计。预期信用损失的计量取决于金融资产自初始确认后是否发生信用风险显著增加。

如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，本公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

通常逾期超过 30 日，本公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，本公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

对于应收账款和合同资产，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于租赁应收款、公司通过销售商品或提供劳务形成的长期应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

2019年1月1日前适用的会计政策

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，本公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

①可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售权益工具投资的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

②应收款项坏账准备：

1) 单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准：

应收账款期末单项金额超过 100 万元、其他应收款期末单项金额超过 50 万元，均不包含合并范围内的关联方应收款项。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2) 按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法

账龄组合	应收款项余额的账龄划分（不包含合并范围内的关联方应收款项和关联方（股东）欠款）
------	---

合并范围内的关联方组合	合并范围内的关联方应收款项
-------------	---------------

关联方（股东）组合	关联方（股东）欠的应收款项
-----------	---------------

按组合计提坏账准备的计提方法

账龄组合	账龄分析法
------	-------

合并范围内的关联方组合	合并范围内的关联方不计提坏账准备
-------------	------------------

关联方（股东）组合	关联方（股东）组合不计提坏账准备
-----------	------------------

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1年以内（含1年）	5	5
1—2年	25	25
2—3年	50	50
3年以上	100	100

3) 单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

单独计提坏账准备的理由：

有客观证据表明该应收款项发生了减值。

坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。

③持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

11. 应收票据

适用 不适用

12. 应收款项

适用 不适用

见 10、金融工具。

13. 应收款项融资

适用 不适用

14. 其他应收款

适用 不适用

见 10、金融工具。

15. 存货

适用 不适用

16. 合同资产

适用 不适用

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

(1) 合同资产的确认方法及标准

本公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已向客户转让商品或提供服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）列示为合同资产。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

(2) 合同资产预期信用损失的确定方法及会计处理方法

合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法详见“10. 金融工具”。

17. 合同成本

适用 不适用

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

合同成本包括合同履约成本与合同取得成本。

公司为履行合同而发生的成本，不属于存货、固定资产或无形资产等相关准则规范范围的，在满足下列条件时作为合同履约成本确认为一项资产：

- 该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关。
- 该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源。
- 该成本预期能够收回。

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。

与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销；但是对于合同取得成本摊销期限未超过一年的，本公司在发生时将其计入当期损益。

与合同成本有关的资产，其账面价值高于下列两项的差额的，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

- (1) 因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；
- (2) 为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

以前期间减值的因素之后发生变化，使得前述差额高于该资产账面价值的，公司转回原已计提的减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

18. 持有待售资产

适用 不适用

19. 债权投资

适用 不适用

20. 其他债权投资

适用 不适用

21. 长期应收款

适用 不适用

22. 长期股权投资

适用 不适用

(1) 本部分所指长期股权投资的范围

本部分所指的长期股权投资是指本公司对被投资单位具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资。本公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资，作为可供出售金融资产或以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算，其会计政策详见“10、金融工具”。

(2) 初始投资成本的确定

①企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

②其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成

本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具有商业实质，且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量时，以公允价值为基础计量。如换入资产和换出资产的公允价值均能可靠计量的，对于换入的长期股权投资，以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入的长期股权投资的初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠。非货币性资产交换不具有商业实质，或换入资产和换出资产的公允价值均不能可靠计量的，对于换入的长期股权投资，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于该资产的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

(3) 后续计量及损益确认方法

①成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

②权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于

被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。公司与联营企业、合营企业之间发生投出或出售资产的交易，该资产构成业务的，按照“5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”和“6、合并财务报表的编制方法”中披露的相关政策进行会计处理。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

(4) 长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公

允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

23. 投资性房地产

适用 不适用

24. 固定资产

适用 不适用

(1) 固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- ①与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- ②该固定资产的成本能够可靠地计量。

(2) 固定资产的初始计量

固定资产应当按照成本进行初始计量。

外购固定资产的成本，包括购买价款、相关税费、使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的运输费、装卸费、安装费和专业人员服务费等。

自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

(3) 各类固定资产的折旧方法

1) 固定资产折旧计提方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

2) 固定资产折旧年限

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	20-35	5.00	4.75- 2.71
机器设备	不适用	不适用	不适用
电子设备	3	5.00	31.67
运输设备	4	5.00	23.75
其他设备	3	5.00	31.67
融资租入固定资产：	-	-	-
其中：房屋及建筑物			
机器设备			
电子设备			
运输设备			
其他设备			

(4) 固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见“29.长期资产减值”。

25. 在建工程

适用 不适用

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

26. 借款费用

适用 不适用

(1) 借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

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

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

①资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

②借款费用已经发生；

③为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

(2) 借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

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

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

(3) 暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

(4) 借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

27. 生物资产

适用 不适用

28. 无形资产与开发支出

√适用□不适用

(1) 无形资产的计价方法

①公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于使该资产达到预定用途所发生的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具有商业实质，且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量时，以公允价值为基础计量。如换入资产和换出资产的公允价值均能可靠计量的，对于换入的无形资产，以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入的无形资产的初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠。非货币性资产交换不具有商业实质，或换入资产和换出资产的公允价值均不能可靠计量的，对于换入的无形资产，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的初始投资成本。

②后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

(2) 使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项目	预计使用寿命	依据
专利权	15.5 年	专利权剩余使用年限

(3) 使用寿命不确定的无形资产的判断依据

截至 2020 年 6 月 30 日止，本公司无使用寿命不确定的无形资产。

(4) 无形资产减值测试方法及减值准备计提方法

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见“29.长期资产减值”。

(5) 开发阶段研发支出资本化的条件

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

(6) 内部研究开发项目支出的核算

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出不在以后期间确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产。

29. 长期资产减值

适用 不适用

长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。本公司在分摊商誉的账面价值时，根据相关资产组或资产组组合能够从企业合并的协同效应中获得的相对受益情况进行分摊，在此基础上进行商誉减值测试。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

30. 长期待摊费用

√适用□不适用

(1) 长期待摊费用的确认标准

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。

(2) 长期待摊费用摊销年限

长期待摊费用在受益期内平均摊销，其中：

预付经营租入固定资产的租金，按租赁合同规定的期限平均摊销。

经营租赁方式租入的固定资产改良支出，按剩余租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期限平均摊销。

融资租赁方式租入的固定资产的符合资本化条件的装修费用，按两次装修间隔期间、剩余租赁期与固定资产尚可使用年限三者中较短的期限平均摊销。

31. 合同负债

适用 不适用

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或提供服务的义务列示为合同负债。同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示。

32. 职工薪酬

(1) 短期薪酬的会计处理方法

适用 不适用

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

(2) 离职后福利的会计处理方法

适用 不适用

① 设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

除基本养老保险外，本公司还依据国家企业年金制度的相关政策建立了企业年金缴费制度（补充养老保险）/企业年金计划。本公司按职工工资总额的一定比例向当地社会保险机构缴费/年金计划缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。

② 设定受益计划

本公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，本公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

(3) 辞退福利的会计处理方法

适用 不适用

本公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

(4) 其他长期职工福利的会计处理方法

适用 不适用

33. 租赁负债

适用 不适用

34. 预计负债

适用 不适用

35. 股份支付

适用 不适用

36. 优先股、永续债等其他金融工具

适用 不适用

37. 收入、成本

适用 不适用

(1) 收入

自 2020 年 1 月 1 日起的会计政策

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

- 客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。
- 客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。
- 本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，公司考虑下列迹象：

- 公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。
- 公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。
- 公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。
- 公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。
- 客户已接受该商品或服务。

公司确认收入的具体方法：

互联网优化服务，于合同约定的服务已经提供、提交效果报告并经客户验收合格后确认收入。当期财务报表编制前，客户对资产负债表日前提供的服务验收确认的，收入确认于当期。

搜索引擎营销服务，按照合同约定，于报告期末根据客户在广告平台实际消耗金额并计算应收取的服务费后确认收入。

2020年1月1日前的会计政策

①销售商品收入确认和计量原则

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

②让渡资产使用权收入的确认和计量原则

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时。分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

- 1) 利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。
- 2) 使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

③提供劳务收入的确认和计量原则

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，公司以劳务已提供完毕、委托方已最终确认、与交易相关的经济利益很可能流入企业、相关的收入与成本能够可靠计量时，确认提供劳务收入。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

- 1) 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。
- 2) 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

④公司确认收入的具体方法

互联网优化服务，于合同约定的服务已经提供、提交效果报告并经客户验收合格后确认收入。当期财务报表编制前，客户对资产负债表日前提供的服务验收确认的，收入确认于当期。

搜索引擎营销服务，按照合同约定，于报告期末根据客户在广告平台实际消耗金额并计算应收取的服务费后确认收入。

(2) 成本

公司成本、费用的归集和确认原则为：

公司在进行成本核算时，严格按照企业会计准则的相关规定执行，公司的营业成本主要为外购服务费、人工成本以及差旅办公费。

① 外购服务费主要包括技术服务费、营销内容、推广服务和 SEM 及其他，与项目直接相关的外购服务费于发生时按照项目进行归集。

② 人工成本包括项目人员的工资、奖金、津贴、补贴、福利费、社会保险和住房公积金等。

③ 差旅办公费：为项目发生的差旅费、办公费等费用。

与项目非直接相关的外购服务费、人工成本及差旅办公费于会计期末按合理方法分配至当期服务项目。

根据公司业务的特性，于资产负债表日，已提供服务尚未收到客户验收确认的项目已经发生的成本不确定是否能够得到补偿，基于谨慎性原则，公司将已经发生的营业成本全部计入当期损益，存货期末无余额。

38. 政府补助

适用 不适用

(1) 类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

本公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为：本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。

本公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为：除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，本公司将该政府补助划分为与资产相关或与

收益相关的判断依据为：是否用于购建或以其他方式形成长期资产。

(2) 确认时点

公司实际取得政府补助款项作为确认时点。

(3) 会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

①财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向本公司提供贷款的，本公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

②财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

39. 递延所得税资产和递延所得税负债

适用 不适用

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他交易或事项。

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

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

40. 租赁

√适用 □不适用

（1）经营租赁会计处理

①公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

②公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

（2）融资租赁会计处理

①融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值

两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。公司发生的初始直接费用，计入租入资产价值。

②融资租出资产：公司在租赁开始日，将应收融资租赁款，未担保余值之和与其现值的差额确认为未实现融资收益，在将来收到租金的各期间内确认为租赁收入。公司发生的与出租交易相关的初始直接费用，计入应收融资租赁款的初始计量中，并减少租赁期内确认的收益金额。

41. 所得税

适用 不适用

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入股东权益的交易或者事项相关的计入股东权益外，均作为所得税费用或收益计入当期损益。

本公司对于当期和以前期间形成的当期所得税负债或资产，按照税法规定计算的预期应交纳或返还的所得税金额计量。

本公司根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认递延所得税资产和递延所得税负债。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损，确认相应的递延所得税资产。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异，不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，本集团对于递延所得税资产和递延所得税负债，依据税法规定，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资

产的账面价值。于资产负债表日，本公司重新评估未确认的递延所得税资产，在很可能获得足够的应纳税所得额可供所有或部分递延所得税资产转回的限度内，确认递延所得税资产。

如果拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税与同一应纳税主体和同一税收征管部门相关，则将递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示。

42. 与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司结合自身所处的行业、发展阶段和经营状况，从事项的性质和金额两方面判断财务会计信息的重要性水平。在判断事项性质的重要性时，公司主要考虑该事项在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断事项金额的重要性时，公司主要考虑该事项金额占资产总额、净资产、营业收入、利润总额等直接相关项目金额的比重。

43. 重大会计判断和估计

本公司在运用会计政策过程中，由于经营活动内在的不确定性，本公司需要对无法准确计量的报表项目的账面价值进行判断、估计和假设。这些判断、估计和假设是基于本公司管理层过去的历史经验，并在考虑其他相关因素的基础上做出的。这些判断、估计和假设会影响收入、费用、资产和负债的报告金额以及资产负债表日或有负债的披露。然而，这些估计的不确定性所导致的实际结果可能与本公司管理层当前的估计存在差异，进而造成对未来受影响的资产或负债的账面金额进行重大调整。

本公司对前述判断、估计和假设在持续经营的基础上进行定期复核，会计估计的变更仅影响变更当期的，其影响数在变更当期予以确认；既影响变更当期又影响未来期间的，其影响数在变更当期和未来期间予以确认。

于资产负债表日，本公司需对财务报表项目金额进行判断、估计和假设的重要领域如下：

(1) 坏账准备计提

本公司自 2019 年 1 月 1 日开始采用预期信用损失模型对金融工具的减值进行评估，应用预期信用损失模型需要做出重大判断和估计，需考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。在做出该等判断和估计时，本公司根据历史还款数据结合经济政策、宏观经济指标、行业风险等因素推断债务人信用风险的预期变动。

本公司 2017 年度、2018 年度根据应收款项的会计政策，采用备抵法核算坏账损失。应收账款减值是基于评估应收账款的可收回性。鉴定应收账款减值要求管理层的判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响应收账款的账面价值及应收账款坏账准备的计提或转回。

(2) 存货跌价准备

本公司根据存货会计政策，按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值及陈旧和滞销的存货，计提存货跌价准备。存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。鉴定存货减值要求管理层在取得确凿证据，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素的基础上作出判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响存货的账面价值及存货跌价准备的计提或转回。

(3) 非金融非流动资产减值准备

本公司于资产负债表日对除金融资产之外的非流动资产判断是否存在可能发生减值的迹象。对使用寿命不确定的无形资产，除每年进行的减值测试外，当其存在减值迹象时，也进行减值测试。其他除金融资产之外的非流动资产，当存在迹象表明其账面金额不可收回时，进行减值测试。

当资产或资产组的账面价值高于可收回金额，即公允价值减去处置费用后的净额和预计未来现金流量的现值中的较高者，表明发生了减值。

公允价值减去处置费用后的净额，参考公平交易中类似资产的销售协议价格或可观察到的市场价格，减去可直接归属于该资产处置的增量成本确定。

在预计未来现金流量现值时，需要对该资产（或资产组）的产量、售价、相关经营成本以及计算现值时使用的折现率等作出重大判断。本公司在估计可收回金额时会采用所有能够获得的相关资料，包括根据合理和可支持的假设所作出有关产量、售价和相关

经营成本的预测。

本公司至少每年测试商誉是否发生减值。这要求对分配了商誉的资产组或者资产组组合的未来现金流量的现值进行预计。对未来现金流量的现值进行预计时，本公司需要预计未来资产组或者资产组组合产生的现金流量，同时选择恰当的折现率确定未来现金流量的现值。

(4) 折旧和摊销

本公司对投资性房地产、固定资产和无形资产在考虑其残值后，在使用寿命内按直线法计提折旧和摊销。本公司定期复核使用寿命，以决定将计入每个报告期的折旧和摊销费用数额。使用寿命是本公司根据对同类资产的以往经验并结合预期的技术更新而确定的。如果以前的估计发生重大变化，则会在未来期间对折旧和摊销费用进行调整。

(5) 金融工具的公允价值

对没有交易活跃的市场可提供报价的金融工具需要采用估值技术确定公允价值。估值技术包括采用市场的最新交易信息、现金流量折现法和期权定价模型等。本公司建立了一套工作流程，以确保由符合专业资格的人员负责公允价值的计算、验证和审阅工作。本公司使用的估值模型尽可能多地采用市场信息并尽量少采用本公司特有信息。需要指出的是估值模型使用的部分信息需要管理层进行估计（例如折现率、标的汇率波动率等）。本公司定期审阅上述估计和假设，必要时进行调整。

(6) 所得税

本公司在正常的经营活动中，有部分交易其最终的税务处理和计算存在一定的不确定性。部分项目是否能够在税前列支需要税收主管机关的审批。如果这些税务事项的最终认定结果同最初估计的金额存在差异，则该差异将对其最终认定期间的当期所得税和递延所得税产生影响。

44. 其他重要的会计政策和会计估计

适用 不适用

(二) 会计政策和会计估计分析

适用 不适用

本公司的会计政策和会计估计与可比上市公司不存在较大差异，目前也不存在将要进行变更的情况。

五、 分部信息

适用 不适用

六、 非经常性损益

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
非流动性资产处置损益	-24,436.31	-	-	-
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	218,169.90	3,677,075.34	487,125.33	713,100.00
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-	-
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	-	-	-	-
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-

对外委托贷款取得的损益	80,415.25	514,880.42	166,946.55	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-5,000.00	-	20,691.76
非经常性损益总额	274,148.84	4,186,955.76	654,071.88	733,791.76
减：非经常性损益的所得税影响数	38,644.64	626,160.59	96,803.29	110,022.85
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-	-
非经常性损益净额	235,504.20	3,560,795.17	557,268.59	623,768.91
归属于母公司股东的净利润	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	18,676,679.41	35,025,952.02	20,476,821.43	16,059,588.56
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（%）	1.25	9.23	2.65	3.74

非经常性损益分析：

报告期内，公司归属于母公司所有者的非经常性损益金额分别为 623,768.91 元、557,268.59 元、3,560,795.17 元和 235,504.20 元，占归属于母公司所有者净利润比例为 3.74%、2.65%、9.23% 和 1.25%。报告期内公司的非经常性损益主要为政府补助，公司对于非经常性损益不存在重大依赖。

七、 主要会计数据及财务指标

项目	2020年6月30日/2020年1月—6月	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度	2017年12月31日/2017年度
资产总额(元)	128,598,854.05	135,002,259.25	91,667,254.20	69,225,429.93
股东权益合计(元)	111,297,134.12	108,204,950.51	79,110,203.32	62,822,113.30
归属于母公司所有者的股东权益(元)	111,297,134.12	108,204,950.51	79,110,203.32	62,822,113.30
每股净资产（元/股）	3.52	3.42	2.50	1.99
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	3.52	3.42	2.50	1.99
资产负债率（合并）（%）	13.45	19.85	13.70	9.25
资产负债率（母公司）（%）	13.16	19.28	13.43	9.04
营业收入(元)	65,713,126.25	147,434,561.06	97,407,886.14	62,963,267.09
毛利率（%）	59.77	56.58	53.21	58.38
净利润(元)	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47

归属于母公司所有者的净利润(元)	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47
扣除非经常性损益后的净利润(元)	18,676,679.41	35,025,952.02	20,476,821.43	16,059,588.56
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	18,676,679.41	35,025,952.02	20,476,821.43	16,059,588.56
息税折旧摊销前利润(元)	22,189,426.87	44,680,402.95	24,507,460.72	19,218,158.02
加权平均净资产收益率(%)	16.44	41.55	29.81	30.37
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	16.24	37.72	29.02	29.24
基本每股收益(元/股)	0.60	1.22	0.66	0.53
稀释每股收益(元/股)	0.60	1.22	0.66	0.53
经营活动产生的现金流量净额(元)	30,997,844.72	28,353,845.68	20,050,044.33	12,482,334.43
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	0.98	0.90	0.63	0.39
研发投入占营业收入的比例(%)	12.37	12.75	13.45	13.98
应收账款周转率	1.44	3.31	3.51	2.97
存货周转率	—	—	—	—
流动比率	6.05	4.10	5.31	7.03
速动比率	6.05	4.10	5.31	7.03

上述财务指标的计算方法及说明：

- (1) 每股净资产=期末所有者权益总额÷期末普通股股份总数
- (2) 归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者权益总额÷期末普通股股份总数
- (3) 资产负债率=(负债总额÷资产总额)×100%
- (4) 毛利率=(营业收入-营业成本)÷营业收入
- (5) 息税折旧摊销前利润=利润总额+利息费用+折旧费用+摊销费用
- (6) 加权平均净资产收益率= $P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

- (7) 基本每股收益= $P0 \div S$ S= $S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

- (8) 稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$ 其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于

公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

(9) 每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生现金流量净额÷期末普通股股份总数。

(10) 研发投入占营业收入比例=研发费用÷营业收入

(11) 应收账款周转率=营业收入÷平均应收账款余额

(12) 存货周转率=营业成本÷平均存货余额

(13) 流动比率=流动资产÷流动负债

(14) 速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债

八、 盈利预测

适用 不适用

第八节 管理层讨论与分析

一、 经营核心因素

1、影响收入、成本、费用和利润的主要因素

(1) 影响收入的主要因素

公司营业收入主要来源于全媒体优化业务，包括 SEO 及泛优化业务，报告期内，公司分别实现营业收入 6,296.33 万元、9,740.79 万元、14,743.46 万元和 6,571.31 万元，除 2020 年 1-6 月外，报告期内收入呈较快增长趋势。

公司属于数字营销服务行业，影响营业收入的主要因素包括国家产业政策、互联网的发展及消费者获取信息的渠道、行业内的竞争情况、研发能力和创新能力、公司的市场认可度、公司的市场开拓能力等。公司所处行业的发展状况、产品研发能力及市场开拓能力等对销售收入的影响参见本节之“三、（一）营业收入分析。”

(2) 影响成本的主要因素

报告期内，公司营业成本中外购服务费和人工成本占比较高，其中外购服务费占营业成本的比重分别为 64.04%、63.80%、65.59%和 59.08%，人工成本占营业成本的比重分别为 33.25%、33.30%、31.83%和 38.25%。外购服务费主要包括技术服务费、营销内容、推广服务和 SEM 及其他，主要定价依据外部人工成本及技术难度系数。如果未来外购服务成本和人工成本发生大幅波动，将对公司的营业成本产生影响。

(3) 影响费用的主要因素

报告期内，除 2020 年 1-6 月外，公司期间费用金额逐年增长，主要系公司经营规模稳步增长，管理、销售及研发投入也相应增加，与营业收入变动趋势一致。

影响销售费用最主要的因素为公司的销售收入规模，公司销售费用随营业收入的增长而增长。此外，销售人员的数量、薪酬、差旅活动等也是影响销售费用的因素。

管理费用的变动与公司的规模、管理人员的数量、管理精细化程度、相关资产的折旧与摊销等紧密相关。

研发费用的变动与公司研发投入水平直接相关，具体来看，公司研发人员的数量，

研发项目的开展及实施情况直接影响研发费用的规模大小。

(4) 影响利润的主要因素

影响公司利润的因素较为综合，主要包括公司营业收入；公司外购服务费的成本；各岗位人员的人工成本；各项期间费用的管控能力；政府补助等非经常性损益情况、各项税收政策和税收优惠情况等。

2、对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

对公司业绩变动具有核心意义的指标包括营业收入、营业收入增长率、营业毛利率、净利润、净利润增长率、经营性活动现金流量净额等，其变动对业绩变动具有较强预示作用。2017-2019年，公司营业收入和净利润逐年稳定增长，2018年和2019年主营业务收入增长率分别为54.71%和51.36%；2017-2019年，公司净利润增长率分别为26.08%和83.45%；报告期内，公司营业毛利率分别为58.38%、53.21%、56.58%和59.77%，始终维持在较高水平；报告期内，经营性活动现金流量净额分别为1,248.23万元、2,005.00万元、2,835.38万元和3,099.78万元，经营性活动现金流量净额随着收入的增加稳步增长。

上述相关指标表明公司报告期内经营情况良好，具有较强的盈利能力、持续发展能力，预计在未来经营环境未发生重大变化的前提下，公司仍将具有较强持续盈利能力与市场竞争力。

3、同行业可比公司的选取

发行人主营业务为提供数字营销领域的全媒体优化解决方案业务，行业分类为I 信息传输、软件和信息技术服务业-I64 互联网和相关服务。目前上市公司中没有与发行人主营业务完全一致的公司。在对发行人财务指标进行分析时，按照以下标准进行选择可比上市公司：

- (1) 上市公司具有相近业务类型的子公司；
- (2) 数字营销领域业务具有一定可比性的上市公司；
- (3) 数字营销领域具有一定研发投入的高新技术企业型上市公司。

最终选取的上市公司有：拓尔思（300229.SZ）、宣亚国际（300612.SZ）及值得买

(300785.SZ)。

拓尔思(300229.SZ)的子公司耐特康赛主要开发和提供互联网搜索营销优化和企业口碑管理相关技术产品和服务,与发行人的经营业务高度相似。

2019年,宣亚国际(300612.SZ)主营业务可以划分为营销解决方案服务、营销技术运营服务、数据技术产品服务,其中营销解决方案服务收入占比86%(以上摘自宣亚国际2019年度报告)。该主营收入与发行人对外提供的数字营销领域的全媒体优化解决方案业务有一定的可比性。

值得买(300785.SZ)是数字营销领域注重研发投入的高新技术企业,2017年、2018年、2019年三年研发投入占营业收入比例依次为14.38%、14.22%、16.24%(以上摘自值得买2019年度报告)。

二、 资产负债等财务状况分析

(一) 应收款项

1. 应收票据

适用 不适用

2. 应收账款

适用 不适用

(1) 按账龄分类披露

单位:元

账龄	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
1年以内	32,997,657.17	54,157,260.57	30,998,982.55	23,051,805.40
1至2年	680,228.75	2,640,525.30	352,429.50	674,500.88
2至3年	163,287.70	252,491.00	181,375.80	110,697.00
3年以上	376,098.80	292,072.80	110,697.00	-
合计	34,217,272.42	57,342,349.67	31,643,484.85	23,837,003.28

(2) 按坏账计提方法分类披露

单位：元

类别	2020年6月30日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	34,217,272.42	100.00	2,277,682.70	6.66	31,939,589.72
合计	34,217,272.42	100.00	2,277,682.70	6.66	31,939,589.72

单位：元

类别	2019年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	57,342,349.67	100.00	3,786,312.66	6.60	53,556,037.01
合计	57,342,349.67	100.00	3,786,312.66	6.60	53,556,037.01

单位：元

类别	2018年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	31,643,484.85	100.00	1,839,441.40	5.81	29,804,043.45
合计	31,643,484.85	100.00	1,839,441.40	5.81	29,804,043.45

单位：元

类别	2017年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的应收账款	23,837,003.28	100.00	1,376,563.99	5.77	22,460,439.29
合计	23,837,003.28	100.00	1,376,563.99	5.77	22,460,439.29

1) 按单项计提坏账准备:

适用 不适用

2) 按组合计提坏账准备:

√适用 □不适用

单位: 元

组合名称	2020年6月30日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1年以内	32,997,657.17	1,649,882.86	5.00
1至2年	680,228.75	170,057.19	25.00
2至3年	163,287.70	81,643.85	50.00
3年以上	376,098.80	376,098.80	100.00
合计	34,217,272.42	2,277,682.70	6.66

单位: 元

组合名称	2019年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1年以内	54,157,260.57	2,707,863.03	5.00
1至2年	2,640,525.30	660,131.33	25.00
2至3年	252,491.00	126,245.50	50.00
3年以上	292,072.80	292,072.80	100.00
合计	57,342,349.67	3,786,312.66	6.60

单位: 元

组合名称	2018年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1年以内	30,998,982.55	1,549,949.12	5.00
1至2年	352,429.50	88,107.38	25.00
2至3年	181,375.80	90,687.90	50.00
3年以上	110,697.00	110,697.00	100.00
合计	31,643,484.85	1,839,441.40	5.81

单位: 元

组合名称	2017年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
1年以内	23,051,805.40	1,152,590.27	5.00
1至2年	674,500.88	168,625.22	25.00
2至3年	110,697.00	55,348.50	50.00
3年以上	-	-	100.00
合计	23,837,003.28	1,376,563.99	5.77

确定组合依据的说明:

已单独计提减值准备的应收账款除外, 公司根据以前年度与之相同或相类似的、按账龄段划分的具有类似信用风险特征的应收账款组合的预期信用损失率为基础, 结合现时情况分析法确定坏账准备计提的比例。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备,请按下表披露坏账准备的相关信息:

√适用 □不适用

单位:元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来12个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失(未发生信用减值)	整个存续期预期信用损失(已发生信用减值)	
2020年1月1日余额	3,786,312.66	-	-	3,786,312.66
2020年1月1日余额在本期				
--转入第二阶段	-	-	-	-
--转入第三阶段	-	-	-	-
--转回第二阶段	-	-	-	-
--转回第一阶段	-1,508,629.96	-	-	-1,508,629.96
本期计提	-	-	-	-
本期转回	-1,508,629.96	-	-	-1,508,629.96
本期转销	-	-	-	-
本期核销	-	-	-	-
其他变动	-	-	-	-
2020年6月30日余额	2,277,682.70	-	-	2,277,682.70

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明:

□适用 √不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据:

□适用 √不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况

√适用 □不适用

单位:元

类别	2019年12月31日	本期变动金额			2020年6月30日
		计提	收回或转回	核销	
应收账款坏账准备	3,786,312.66	-	1,508,629.96	-	2,277,682.70
合计	3,786,312.66	-	1,508,629.96	-	2,277,682.70

单位:元

类别	2018年12月31日	本期变动金额			2019年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
应收账款坏账准备	1,839,441.40	1,946,871.26	-	-	3,786,312.66
合计	1,839,441.40	1,946,871.26	-	-	3,786,312.66

单位：元

类别	2017年12月31日	本期变动金额			2018年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
应收账款坏账准备	1,376,563.99	462,877.41			1,839,441.40
合计	1,376,563.99	462,877.41	-	-	1,839,441.40

单位：元

类别	2016年12月31日	本期变动金额			2017年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
应收账款坏账准备	1,022,532.74	354,031.25			1,376,563.99
合计	1,022,532.74	354,031.25	-	-	1,376,563.99

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

适用 不适用

其他说明：

2017-2019年，公司计提的坏账准备分别为35.40万元、46.29万元和194.69万元，2020年1-6月转回的坏账准备为150.86万元。

(4) 本期实际核销的应收账款情况

适用 不适用

(5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：元

单位名称	2020年6月30日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备
安布思沛(上海)广告传媒有限公司	2,544,727.00	7.44	127,236.35
上海众添网络科技有限公司	1,821,858.58	5.32	91,092.93
前锦网络信息技术(上海)有限公司	1,740,000.00	5.09	87,000.00
拜耳医药保健有限公司	1,547,996.00	4.52	77,399.80
华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司	1,311,839.99	3.83	65,592.00
合计	8,966,421.57	26.20	448,321.08

单位：元

单位名称	2019年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备
华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司	2,810,235.01	4.90	140,511.75

大连固特异轮胎有限公司	2,766,160.90	4.82	138,308.05
安布思沛（上海）广告传媒有限公司	2,741,561.22	4.78	137,078.06
上海顺为广告传播有限公司	2,674,821.89	4.66	456,400.85
前锦网络信息技术（上海）有限公司	2,578,834.45	4.50	128,941.72
合计	13,571,613.47	23.67	1,001,240.43

单位：元

单位名称	2018年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
前锦网络信息技术（上海）有限公司	2,248,230.00	7.10	112,411.50
伽蓝（集团）股份有限公司	2,055,691.00	6.50	102,784.55
天津乐湛科技有限公司	2,005,434.00	6.34	100,271.70
上海顺为广告传播有限公司	1,820,358.85	5.75	91,017.94
大连固特异轮胎有限公司	1,676,841.54	5.30	83,842.08
合计	9,806,555.39	30.99	490,327.77

单位：元

单位名称	2017年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例（%）	坏账准备
北京国双科技有限公司	2,264,911.20	9.50	113,245.56
安布思沛（上海）广告传媒有限公司	2,132,083.01	8.94	106,604.15
前锦网络信息技术（上海）有限公司	1,200,000.00	5.03	60,000.00
华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司	1,098,576.80	4.61	54,928.84
上海欧安派广告传播有限公司	1,073,625.65	4.50	53,681.28
合计	7,769,196.66	32.58	388,459.83

其他说明：

无。

(6) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

适用 不适用

(7) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

适用 不适用

其他事项：

无。

3. 应收款项分析

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 2,383.70 万元、3,164.35 万元、5,734.23 万元和 3,421.73 万元，占当期营业收入的比例分别为 37.86%、32.49%、38.89% 和 52.07%。各时期，公司应收账款占营业收入的比例保持相对稳定。

(1) 应收账款总体情况分析

报告期内，公司应收账款情况具体如下：

单位：元

项目	2020年6月30日 /2020年1-6月	2019年12月31日 /2019年度	2018年12月31日 /2018年度	2017年12月31日 /2017年度
应收账款账面余额	34,217,272.42	57,342,349.67	31,643,484.85	23,837,003.28
营业收入	65,713,126.25	147,434,561.06	97,407,886.14	62,963,267.09
应收账款余额增长率	-40.33%	81.21%	32.75%	
同期营业收入增长率	19.99%	51.36%	54.71%	

2018年末和2019年末，公司应收账款余额分别较上年末增加780.65万元和2,569.89万元，变动幅度分别为32.75%和81.21%，同期营业收入增幅分别为54.71%和51.36%。公司应收账款余额增幅与营业收入变化保持一致，主要是业务规模不断扩大，应收账款、营业收入均同比增长。2020年6月30日应收账款余额较2019年年末减少2,312.51万元，减少幅度为40.33%。

单位：元

项目	2020年6月30日 /2020年1-6月	2019年12月31日 /2019年度	2018年12月31日 /2018年度	2017年12月31日 /2017年度
应收账款账面余额	34,217,272.42	57,342,349.67	31,643,484.85	23,837,003.28
减：坏账准备	2,277,682.70	3,786,312.66	1,839,441.40	1,376,563.99
应收账款净额	31,939,589.72	53,556,037.01	29,804,043.45	22,460,439.29
应收账款账面余额/营业收入	52.07%	38.89%	32.49%	37.86%

报告期内，公司应收账款账面余额占营业收入的比重保持相对稳定。2020年6月末应收账款余额占营业收入的比重为52.07%，原因在于该指标中营业收入仅有2020年1-6月份半年度的收入。公司为客户提供搜索引擎优化服务，于合同约定的服务已经提供、提交效果报告并经客户验收合格后确认收入，公司持续与客户进行沟通，加快应收账款回收速度。报告期内，公司主要客户信用政策未发生变化，不存在通过放宽信用政策扩张收入的情形。

(2) 应收账款账龄情况

报告期各期末，公司应收账款的账龄集中于1年以内，占比分别为96.71%、97.96%、94.44%和96.44%，应收账款的账龄整体较短，回收风险相对较低。

报告期内，公司制定了稳健的坏账准备计提政策，在持续加强应收账款管理的基础上，足额计提了坏账准备，整体资产质量较好。各时期，公司应收账款的回款正常，各期末计提的应收账款坏账准备充分谨慎，符合稳健性原则。

(3) 应收账款周转情况

报告期内，公司应收账款周转率分别为2.97次、3.51次、3.31次和1.44次，应收账款周转天数分别为123天、104天、110天和126天，各时期应收账款周转水平保持稳定。

(4) 应收账款和其他应收款的坏账准备

报告期内，公司应收账款和其他应收款坏账准备计提情况如下：

单位：元

项目		账面余额	坏账准备	坏账准备计提率
2020年6月30日	应收账款	34,217,272.42	2,277,682.70	6.66%
	其他应收款	1,075,528.80	258,286.65	24.01%
	合计	35,292,801.22	2,535,969.35	
2019年12月31日	应收账款	57,342,349.67	3,786,312.66	6.60%
	其他应收款	743,737.65	151,839.05	20.42%
	合计	58,086,087.32	3,938,151.71	
2018年12月31日	应收账款	31,643,484.85	1,839,441.40	5.81%
	其他应收款	631,013.22	56,609.29	8.97%
	合计	32,274,498.07	1,896,050.69	
2017年12月31日	应收账款	23,837,003.28	1,376,563.99	5.77%
	其他应收款	640,284.58	37,350.33	5.83%
	合计	24,477,287.86	1,413,914.32	

报告期各期末,公司应收账款坏账计提金额分别为 137.66 万元、183.94 万元、378.63 万元和 227.77 万元,占应收账款的比例为 5.77%、5.81%、6.60%和 6.66%,计提比例稳定。上述坏账准备均为按组合资产余额适用比例计提的准备,没有单项需要额外计提减值准备的情况。报告期各期末,公司其他应收款的余额较小,均按照政策相应计提了坏账准备。

综上所述,报告期内,公司应收账款跟随销售情况变化,确认的业务数据真实准确,坏账准备计提较为充分;公司对客户的信用政策稳定且持续,应收账款账面余额与业务规模、公司所处发展阶段相匹配。公司已按照《企业会计准则》制定并严格执行减值准备计提政策,计提的应收账款减值准备充分、合理,减值准备的提取情况与资产质量的实际情况相符。

(二) 存货

1. 存货

(1) 存货分类

适用 不适用

(2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

适用 不适用

(3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

适用 不适用

(4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况 (尚未执行新收入准则公司适用)

适用 不适用

(5) 合同履约成本本期摊销金额的说明 (已执行新收入准则公司适用)

适用 不适用

其他事项:

不适用，存货无余额。

2. 存货分析

不适用，存货无余额。

(三) 金融资产、财务性投资

适用 不适用

1. 交易性金融资产

适用 不适用

单位：元

项目	2020年6月30日
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	69,983,056.22
其中：	
银行理财产品	69,983,056.22
指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-
其中：	
合计	69,983,056.22

其他事项：

交易性金融资产为发行人利用闲置资金购入的短期银行理财产品，于报告期末以公允价值计量。

2. 衍生金融资产

适用 不适用

3. 债权投资

适用 不适用

4. 其他债权投资

适用 不适用

5. 长期应收款

适用 不适用

6. 长期股权投资

适用 不适用

7. 其他权益工具投资

适用 不适用

8. 其他非流动金融资产

适用 不适用

9. 其他财务性投资

适用 不适用

10. 金融资产、财务性投资分析

公司为了提高资金的使用效率，增加收益，将账上的闲置资金用于购买风险较低的银行理财产品。于2017年末和2018年末，公司列示于其他流动资产中的银行理财产品金额分别为2,003.00万元和3,459.00万元，占流动资产的比例分别为44.50%和51.90%。公司自2019年1月1日起执行新金融工具准则，将购买的银行理财产品于交易性金融资产科目核算，并且以公允价值计量。于2019年末和2020年6月末，公司列示于交易性金融资产中的银行理财产品金额分别为3,874.56万元和6,998.31万元，占流动资产的比例分别为35.24%和66.88%。

（四） 固定资产、在建工程

1. 固定资产

适用 不适用

（1） 分类列示

适用 不适用

单位：元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
固定资产	23,604,163.58	24,410,776.12	24,655,307.42	23,962,133.87
固定资产清理	-	-	-	-
合计	23,604,163.58	24,410,776.12	24,655,307.42	23,962,133.87

(2) 固定资产情况

√适用 □不适用

单位：元

2020年6月30日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	22,502,825.38	-	2,337,194.96	3,865,704.93	701,379.83	29,407,105.10
2.本期增加金额	-	-	149,906.69	-	4,088.50	153,995.19
（1）购置	-	-	149,906.69	-	4,088.50	153,995.19
（2）在建工程转入	-	-	-	-	-	-
（3）企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	463,308.84	-	24,995.00	488,303.84
（1）处置或报废	-	-	463,308.84	-	24,995.00	488,303.84
4.期末余额	22,502,825.38	-	2,023,792.81	3,865,704.93	680,473.33	29,072,796.45
二、累计折旧						
1.期初余额	1,221,681.60	-	1,303,433.81	2,022,779.19	448,434.38	4,996,328.98
2.本期增加金额	305,420.40	-	261,748.29	316,350.60	52,652.13	936,171.42
（1）计提	305,420.40	-	261,748.29	316,350.60	52,652.13	936,171.42
3.本期减少金额	-	-	440,122.28	-	23,745.25	463,867.53
（1）处置或报废	-	-	440,122.28	-	23,745.25	463,867.53
4.期末余额	1,527,102.00	-	1,125,059.82	2,339,129.79	477,341.26	5,468,632.87
三、减值准备						
1.期初余额	-	-	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-
（1）计提	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
（1）处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-	-
四、账面价值						
1.期末账面价值	20,975,723.38	-	898,732.99	1,526,575.14	203,132.07	23,604,163.58
2.期初账面价值	21,281,143.78	-	1,033,761.15	1,842,925.74	252,945.45	24,410,776.12

单位：元

2019年12月31日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	22,502,825.38	-	1,759,669.57	3,032,904.99	686,922.98	27,982,322.92
2.本期增加金额	-	-	577,525.39	832,799.94	14,456.85	1,424,782.18

(1) 购置	-	-	577,525.39	832,799.94	14,456.85	1,424,782.18
(2) 在建工程转入	-	-	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	22,502,825.38	-	2,337,194.96	3,865,704.93	701,379.83	29,407,105.10
二、累计折旧						
1.期初余额	610,840.80	-	873,471.64	1,516,881.04	325,822.02	3,327,015.50
2.本期增加金额	610,840.80	-	429,962.17	505,898.15	122,612.36	1,669,313.48
(1) 计提	610,840.80	-	429,962.17	505,898.15	122,612.36	1,669,313.48
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	1,221,681.60	-	1,303,433.81	2,022,779.19	448,434.38	4,996,328.98
三、减值准备						
1.期初余额	-	-	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-	-
四、账面价值						
1.期末账面价值	21,281,143.78	-	1,033,761.15	1,842,925.74	252,945.45	24,410,776.12
2.期初账面价值	21,891,984.58	-	886,197.93	1,516,023.95	361,100.96	24,655,307.42

单位：元

2018年12月31日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	22,502,825.38	-	942,235.91	2,058,486.67	434,570.21	25,938,118.17
2.本期增加金额	-	-	817,433.66	974,418.32	252,352.77	2,044,204.75
(1) 购置	-	-	817,433.66	974,418.32	252,352.77	2,044,204.75
(2) 在建工程转入	-	-	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	22,502,825.38	-	1,759,669.57	3,032,904.99	686,922.98	27,982,322.92

二、累计折旧						
1.期初余额	-	-	610,724.66	1,144,234.32	221,025.32	1,975,984.30
2.本期增加金额	610,840.80	-	262,746.98	372,646.72	104,796.70	1,351,031.20
(1) 计提	610,840.80	-	262,746.98	372,646.72	104,796.70	1,351,031.20
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	610,840.80	-	873,471.64	1,516,881.04	325,822.02	3,327,015.50
三、减值准备						
1.期初余额	-	-	-	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-
(1) 计提						-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-	-
四、账面价值						
1.期末账面价值	21,891,984.58	-	886,197.93	1,516,023.95	361,100.96	24,655,307.42
2.期初账面价值	22,502,825.38	-	331,511.25	914,252.35	213,544.89	23,962,133.87

单位：元

2017年12月31日						
项目	房屋及建筑物	机器设备	电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	-	-	666,092.20	1,201,700.00	431,305.26	2,299,097.46
2.本期增加金额	22,502,825.38	-	276,143.71	856,786.67	3,264.95	23,639,020.71
(1) 购置	22,502,825.38	-	276,143.71	856,786.67	3,264.95	23,639,020.71
(2) 在建工程转入	-	-	-	-	-	-
(3) 企业合并增加	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	22,502,825.38	-	942,235.91	2,058,486.67	434,570.21	25,938,118.17
二、累计折旧						
1.期初余额	-	-	481,265.48	880,776.80	141,858.14	1,503,900.42
2.本期增加金额	-	-	129,459.18	263,457.52	79,167.18	472,083.88
(1) 计提	-	-	129,459.18	263,457.52	79,167.18	472,083.88
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	610,724.66	1,144,234.32	221,025.32	1,975,984.30
三、减值准备						
1.期初余额	-	-	-	-	-	-

2.本期增加金额	-	-	-	-	-	-
(1) 计提	-	-	-	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-	-	-	-
(1) 处置或报废	-	-	-	-	-	-
4.期末余额	-	-	-	-	-	-
四、账面价值						
1.期末账面价值	22,502,825.38	-	331,511.25	914,252.35	213,544.89	23,962,133.87
2.期初账面价值	-	-	184,826.72	320,923.20	289,447.12	795,197.04

(3) 暂时闲置的固定资产情况

适用 不适用

(4) 通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）

适用 不适用

(5) 通过经营租赁租出的固定资产

适用 不适用

(6) 未办妥产权证书的固定资产情况

适用 不适用

(7) 固定资产清理

适用 不适用

单位：元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
电子设备	-	-	-	-
其他设备	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

其他事项：

报告期各期末，固定资产清理余额均为0。

2. 在建工程

适用 不适用

3. 固定资产、在建工程分析

报告期各期末,公司固定资产账面价值分别为 2,396.21 万元、2,465.53 万元、2,441.08 万元及 2,360.42 万元,占非流动资产的比例分别为 98.95%、98.53%、97.43%及 98.50%。公司固定资产主要为房屋及建筑物、运输设备、电子设备等,均为公司经营所需的资产。

报告期内,公司固定资产管理运行情况良好,不存在非正常的闲置或未使用现象,不存在需要计提减值准备的情形。截至 2020 年 6 月末,公司固定资产不存在减值迹象,无需计提减值准备。

公司的固定资产不存在质押的情形。

报告期各期末,公司在建工程不存在余额。

(五) 无形资产、开发支出

1. 无形资产

√适用 □不适用

(1) 无形资产情况

√适用 □不适用

单位:元

2020 年 6 月 30 日				
项目	土地使用权	专利权	非专利技术	合计
一、账面原值				
1.期初余额		94,339.62		94,339.62
2.本期增加金额				
(1) 购置				
(2) 内部研发				
(3) 企业合并增加				
3.本期减少金额				
(1) 处置				-
4.期末余额		94,339.62		94,339.62
二、累计摊销				
1.期初余额		10,144.03		10,144.03
2.本期增加金额		3,043.20		3,043.20
(1) 计提		3,043.20		3,043.20
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-

4.期末余额		13,187.23		13,187.23
三、减值准备				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
四、账面价值				
1.期末账面价值		81,152.39		81,152.39
2.期初账面价值		84,195.59		84,195.59

单位：元

2019年12月31日				
项目	土地使用权	专利权	非专利技术	合计
一、账面原值				
1.期初余额		94,339.62		94,339.62
2.本期增加金额				-
(1) 购置				-
(2) 内部研发				-
(3) 企业合并增加				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额		94,339.62		94,339.62
二、累计摊销				
1.期初余额		4,057.62		4,057.62
2.本期增加金额		6,086.41		6,086.41
(1) 计提		6,086.41		6,086.41
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额		10,144.03		10,144.03
三、减值准备				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
四、账面价值				
1.期末账面价值		84,195.59		84,195.59

2.期初账面价值		90,282.00		90,282.00
----------	--	-----------	--	-----------

单位：元

2018年12月31日				
项目	土地使用权	专利权	非专利技术	合计
一、账面原值				
1.期初余额				-
2.本期增加金额		94,339.62		94,339.62
(1) 购置		94,339.62		94,339.62
(2) 内部研发				-
(3) 企业合并增加				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额		94,339.62		94,339.62
二、累计摊销				
1.期初余额				-
2.本期增加金额		4,057.62		4,057.62
(1) 计提		4,057.62		4,057.62
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额		4,057.62		4,057.62
三、减值准备				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
四、账面价值				
1.期末账面价值		90,282.00		90,282.00
2.期初账面价值		-		-

单位：元

2017年12月31日				
项目	土地使用权	专利权	非专利技术	合计
一、账面原值				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 购置				-
(2) 内部研发				-
(3) 企业合并增加				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
二、累计摊销				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
三、减值准备				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
四、账面价值				
1.期末账面价值				
2.期初账面价值				

3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
二、累计摊销				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
三、减值准备				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
四、账面价值				
1.期末账面价值				-
2.期初账面价值				-

其他说明：

无形资产为 2018 年公司购入的“一种基于内容可信的 Web 搜索引擎系统及搜索方法”专利权，公司按剩余可使用年限进行摊销。

(2) 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

适用 不适用

其他事项：

报告期内，公司无形资产无其他事项说明。

2. 开发支出

适用 不适用

单位：元

项目	2019年 12月31 日	本期增加			本期减少			2020年 6月30 日
		内部开发支出	其他		确认为无形资产	转入当期损益		
中小企业SEO优化系统		1,168,713.81				1,168,713.81		
行业口碑力系统的研发		2,647,743.67				2,647,743.67		
智能写作系统的研发		2,478,054.13				2,478,054.13		
APP抓取技术的研发		403,410.32				403,410.32		
关键词挖掘系统的研发		1,365,281.46				1,365,281.46		
行业下拉监测分析和预测的研发		62,887.49				62,887.49		
合计		8,126,090.88				8,126,090.88		

单位：元

项目	2018年 12月31 日	本期增加			本期减少			2019年 12月31 日
		内部开发支出	其他		确认为无形资产	转入当期损益		
中小企业SEO优化系统		2,074,498.65				2,074,498.65		
基于SDN网关的流量数据分析和优化系统		3,165,047.93				3,165,047.93		
行业口碑力系统的研发		7,166,104.60				7,166,104.60		
智能写作系统的研发		5,472,557.61				5,472,557.61		
APP抓取技术的研发		915,806.91				915,806.91		
合计		18,794,015.70				18,794,015.70		

单位：元

项目	2017年 12月31 日	本期增加			本期减少			2018年 12月31 日
		内部开发支出	其他		确认为无形资产	转入当期损益		
基于SDN网		5,763,878.98				5,763,878.98		

关的流量数据分析和优化系统							
基于自然语言生成技术的品牌推广平台		2,949,865.81				2,949,865.81	
面向大型搜索引擎的搜索优化技术服务		1,773,368.20				1,773,368.20	
面向电商行业的搜索优化技术服务		1,096,028.07				1,096,028.07	
中小企业SEO优化系统		1,321,969.59				1,321,969.59	
大数据分布式存储方案		200,642.34				200,642.34	
合计		13,105,752.99				13,105,752.99	

单位：元

项目	2016年12月31日	本期增加		确认为无形资产	本期减少		2017年12月31日
		内部开发支出	其他		转入当期损益		
基于知识图谱的智能知识生成系统		1,093,776.24				1,093,776.24	
基于自然语言生成技术的品牌推广平台		5,041,851.57				5,041,851.57	
面向大型搜索引擎的搜索优化技术服务		1,330,594.70				1,330,594.70	
面向电商行业的搜索优化技术服务		613,781.94				613,781.94	
中小企业SEO优化系统		443,088.50				443,088.50	
大数据分布式存储方案		195,726.96				195,726.96	
SEM数据分析助手		85,413.00				85,413.00	
合计		8,804,232.91				8,804,232.91	

其他说明：

报告期内，公司开发支出直接费用化，没有资本化的情况。

其他事项：

报告期内，公司开发支出无其他事项。

3. 无形资产、开发支出分析

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，公司无形资产账面价值分别为 0.00 万元、9.03 万元、8.42 万元和 8.12 万元，占非流动资产的比例分别为 0%、0.36%、0.34%和 0.34%。报告期内，公司无形资产均为专利权。

报告期内，公司开发支出直接费用化，无资本化的情况。

(六) 商誉

适用 不适用

(七) 主要债项

1. 短期借款

适用 不适用

2. 交易性金融负债

适用 不适用

3. 衍生金融负债

适用 不适用

4. 合同负债（已执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(3) 合同负债情况

单位：元

项目	2020 年 6 月 30 日
预收客户服务费	5,048,578.33
合计	5,048,578.33

(4) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

√适用 □不适用

单位：元

项目	变动金额	变动原因
预收客户服务费	5,048,578.33	按照新收入准则重分类
合计	5,048,578.33	-

其他事项：

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，按照新收入准则的要求，根据合同预收的客户服务费列示在合同负债科目，2020 年 1 月 1 日以前列示于预收账款科目。

5. 长期借款

□适用 √不适用

6. 其他流动负债

√适用 □不适用

(1) 其他流动负债情况

单位：元

项目	2020 年 6 月 30 日
短期应付债券	-
应付退货款	-
暂估税金	442,551.55
合计	442,551.55

(2) 短期应付债券的增减变动

□适用 √不适用

其他事项：

2020 年 6 月末其他流动负债为尚未开票收入暂估的增值税销项税。

7. 其他非流动负债

□适用 √不适用

8. 应付债券

适用 不适用

9. 主要债项分析

(1) 负债结构分析

2017 年末、2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，公司负债总额分别为 640.33 万元、1,255.71 万元、2,679.73 万元和 1,730.17 万元，全部为流动负债，呈不断增长趋势，与业务扩张收入增长趋势一致。各时期公司负债结构较为稳定，不存在重大逾期负债。

① 应付账款

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 224.83 万元、95.12 万元、568.09 万元及 290.69 万元，占流动负债的比例分别为 35.11%、7.58%、21.20% 及 16.80%。报告期内，公司 97% 以上的应付账款账龄在一年以内。

② 预收账款/合同负债

报告期各期末，公司预收账款（2020 年 6 月末列示于合同负债）余额分别为 2.38 万元、229.38 万元、377.05 万元及 504.86 万元，占流动负债的比例分别为 0.37%、18.27%、14.07% 及 29.18%。公司预收账款及合同负债主要系按合同或订单要求预收客户的货款，除 2017 年末外，一年以内的预收款项占 99% 以上。

③ 应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 293.18 万元、641.38 万元、1,107.68 和 644.16 万元，占流动负债的比例分别为 45.79%、51.08%、41.34% 和 37.23%。2019 年末应付职工薪酬余额较大，是因为年末根据业绩考核情况计提了 761.50 万元的年终奖及 63.45 万元的季度奖，于 2020 年 4 月末前发放完毕。报告期各期末，应付职工薪酬中的奖金计提余额分别为 289.09 万元、408.10 万元、824.95 万元及 322.86 万元。公司应付职工薪酬余额全部为短期薪酬，各时期余额与人员数量及营业收入规模变动一致。

④ 应交税费

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 89.54 万元、177.30 万元、474.14 和 217.28 万元，占流动负债的比例分别为 13.98%、14.12%、17.69% 和 12.56%，主要为应交增值税、企业所得税等。应交税费明细如下：

单位：元

税费项目	2020-6-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应交企业所得税	1,416,523.51	3,566,728.32	1,198,040.30	675,644.36
应交增值税	522,942.51	626,090.89	301,203.22	26,189.19
其他	233,362.80	548,594.76	273,798.15	193,567.32
合计	2,172,828.82	4,741,413.97	1,773,041.67	895,400.87

⑤其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 28.10 万元、39.58 万元、26.29 万元和 28.92 万元，占流动负债的比例分别为 4.39%、3.15%、0.98% 和 1.67%。其他应付款主要为应付员工报销款及非业务直接相关的单位往来款。

⑥其他流动负债

2020 年 6 月末，公司其他流动负债余额为 44.26 万元，占流动负债的比例为 2.56%，为期末未开票收入对应的暂估增值税销项税款。

(2) 偿债能力分析

①短期偿债能力强

报告期各期末，公司流动比率/速动比率分别为 7.03、5.31、4.10 和 6.05，短期偿债能力较强。

报告期内，公司不存在银行借款等有息负债。

②资产负债率总体呈下降趋势，偿债能力逐渐增强

报告期各期末，公司合并报表资产负债率分别为 9.25%、13.70%、19.85% 和 13.45%，母公司资产负债率分别为 9.04%、13.43%、19.28% 和 13.16%，各时期公司整体资产负债率水平较低。

（八） 股东权益

1. 股本

单位：元

	2019年12月31日	本期变动					2020年6月30日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	31,640,000.00	-	-	-	-	-	31,640,000.00

单位：元

	2018年12月31日	本期变动					2019年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	31,640,000.00	-	-	-	-	-	31,640,000.00

单位：元

	2017年12月31日	本期变动					2018年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	31,640,000.00	-	-	-	-	-	31,640,000.00

单位：元

	2016年12月31日	本期变动					2017年12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	9,040,000.00	-	-	22,600,000.00	-	-	31,640,000.00

其他事项：

报告期各期末，公司已发行股份数量余额均为 3,164 万股，其中 2017 年通过向全体股东转增股份方式增加股本 2,260 万股。公司各时期股权结构及股东权益保持稳定。

2017 年 3 月 22 日，公司召开第一届董事会第九次会议以及 2017 年 4 月 13 日公司召开 2016 年年度股东大会，根据董事会及股东大会决议以 2016 年 12 月 31 日总股本 904 万股为基数，以未分配利润向全体股东每 10 股派送现金股利 1.50 元（含税），同时以资本公积向全体股东每 10 股转增 25 股，合计转增股本 22,600,000 股，转增完成后，公司股本为 31,640,000.00 元。公司于 2017 年 6 月 9 日完成关于此次资本公积转增股本事项的工商变更登记。

2. 其他权益工具

适用 不适用

3. 资本公积

√适用 □不适用

单位：元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年6月30日
资本溢价（股本溢价）	6,265,328.43	-	-	6,265,328.43
其他资本公积	-	-	-	-
合计	6,265,328.43	-	-	6,265,328.43

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
资本溢价（股本溢价）	6,265,328.43	-	-	6,265,328.43
其他资本公积	-	-	-	-
合计	6,265,328.43	-	-	6,265,328.43

单位：元

项目	2017年12月31日	本期增加	本期减少	2018年12月31日
资本溢价（股本溢价）	6,265,328.43	-	-	6,265,328.43
其他资本公积	-	-	-	-
合计	6,265,328.43	-	-	6,265,328.43

单位：元

项目	2016年12月31日	本期增加	本期减少	2017年12月31日
资本溢价（股本溢价）	28,865,328.43	-	22,600,000.00	6,265,328.43
其他资本公积	-	-	-	-
合计	28,865,328.43	-	22,600,000.00	6,265,328.43

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

√适用 □不适用

2017年度资本溢价（股本溢价）的变动原因见1、股本部分。

其他事项：

无。

4. 库存股

□适用 √不适用

5. 其他综合收益

□适用 √不适用

6. 专项储备

适用 不适用

7. 盈余公积

适用 不适用

单位：元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年6月30日
法定盈余公积	8,796,621.70	-	-	8,796,621.70
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	8,796,621.70	-	-	8,796,621.70

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
法定盈余公积	5,082,239.65	3,714,382.05	-	8,796,621.70
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	5,082,239.65	3,714,382.05	-	8,796,621.70

单位：元

项目	2017年12月31日	本期增加	本期减少	2018年12月31日
法定盈余公积	3,068,623.71	2,013,615.94	-	5,082,239.65
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	3,068,623.71	2,013,615.94	-	5,082,239.65

单位：元

项目	2016年12月31日	本期增加	本期减少	2017年12月31日
法定盈余公积	1,428,554.20	1,640,069.51	-	3,068,623.71
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	1,428,554.20	1,640,069.51	-	3,068,623.71

其他事项：

2017-2019年，公司盈余公积均为计提的法定盈余公积，分别为164.01万元、201.36万元、和371.44万元。2020年半年度，公司未计提盈余公积。

8. 未分配利润

单位：元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
调整前上期末未分配利润	61,503,000.38	36,122,635.24	21,848,161.16	8,160,873.20
调整期初未分配利润合计数	-	-	-	-
调整后期初未分配利润	61,503,000.38	36,122,635.24	21,848,161.16	8,160,873.20
加：本期归属于母公司所有者的净利润	18,912,183.61	38,586,747.19	21,034,090.02	16,683,357.47
减：提取法定盈余公积	-	3,714,382.05	2,013,615.94	1,640,069.51

提取任意盈余公积	-	-	-	-
提取一般风险准备	-	-	-	-
应付普通股股利	15,820,000.00	9,492,000.00	4,746,000.00	1,356,000.00
转作股本的普通股股利		-	-	-
期末未分配利润	64,595,183.99	61,503,000.38	36,122,635.24	21,848,161.16

调整期初未分配利润明细：

适用 不适用

其他事项：

报告期各期末，公司未分配利润无其他事项。

9. 股东权益分析

2017年末、2018年末、2019年末和2020年6月末，公司合并报表所有者权益分别为6,282.21万元、7,911.02万元、10,820.50万元和11,129.71万元，未分配利润分别为2,184.82万元、3,612.26万元、6,150.30万元和6,459.52万元，公司保持较强的盈利能力，整体资本实力不断增强。

（九）其他资产负债科目分析

1. 货币资金

适用 不适用

单位：元

项目	2020年6月30日	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
库存现金	-	-	-	-
银行存款	1,406,970.02	13,410,965.48	1,137,847.17	1,549,593.56
其他货币资金	-	-	-	-
合计	1,406,970.02	13,410,965.48	1,137,847.17	1,549,593.56
其中：存放在境外的款项总额	-	-	-	-

使用受到限制的货币资金

适用 不适用

其他事项：

报告期各期末，公司货币资金分别为 154.96 万元、113.78 万元、1,341.10 万元和 140.70 万元，占流动资产的比例分别为 3.44%、1.71%、12.20%和 1.34%。公司货币资金全部是银行存款。

2. 应付票据

适用 不适用

3. 应付账款

适用 不适用

(1) 应付账款列示

单位：元

项目	2020年6月30日
应付服务费	2,906,932.60
合计	2,906,932.60

(2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：元

单位名称	2020年6月30日		
	应付账款	占应付账款期末余额合计数的比例 (%)	款项性质
上海赛搜信息科技有限公司	408,490.57	14.05%	应付外购服务费
上饶市锐步网络科技有限公司	391,509.43	13.47%	应付外购服务费
北京悦维博纳网络科技有限公司	382,736.64	13.17%	应付外购服务费
上海众添网络科技有限公司	362,242.45	12.46%	应付外购服务费
北京一步科技有限公司	242,398.95	8.34%	应付外购服务费
合计	1,787,378.04	61.49%	-

(3) 账龄超过 1 年的重要应付账款

适用 不适用

其他事项：

报告期末，公司应付账款余额为 290.69 万元，占流动负债的比例为 16.80%。公司应付账款主要集中在 1 年以内，占比 97.71%。

4. 预收款项

适用 不适用

(1) 预收款项列示

单位：元

项目	2020年6月30日
预收服务费	-
	-
合计	-

(2) 账龄超过1年的重要预收款项情况

适用 不适用

(3) 期末建造合同形成的已结算未完工项目情况（未执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

其他事项：

2020年1月1日公司执行新收入会计准则前，将预收的服务费记录在预收账款中。

公司自2020年1月1日起执行新收入准则，按照新收入准则的要求，根据合同预收的客户服务费列示在合同负债科目，截至2020年6月30日，公司合同负债余额为5,048,578.33元。

5. 应付职工薪酬

适用 不适用

(1) 应付职工薪酬列示

单位：元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年6月30日
1、短期薪酬	11,076,766.31	24,858,254.28	29,493,391.08	6,441,629.51
2、离职后福利-设定提存计划	-	275,364.23	275,364.23	-
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	11,076,766.31	25,133,618.51	29,768,755.31	6,441,629.51

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、短期薪酬	6,413,816.40	49,203,581.78	44,540,631.87	11,076,766.31
2、离职后福利-设定提存计划	-	2,197,627.08	2,197,627.08	-
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-

利				
合计	6,413,816.40	51,401,208.86	46,738,258.95	11,076,766.31

单位：元

项目	2017年12月31日	本期增加	本期减少	2018年12月31日
1、短期薪酬	2,931,828.67	34,864,830.76	31,382,843.03	6,413,816.40
2、离职后福利-设定提存计划	-	1,614,088.51	1,614,088.51	-
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	2,931,828.67	36,478,919.27	32,996,931.54	6,413,816.40

单位：元

项目	2016年12月31日	本期增加	本期减少	2017年12月31日
1、短期薪酬	1,764,276.00	20,215,033.86	19,047,481.19	2,931,828.67
2、离职后福利-设定提存计划	-	972,276.60	972,276.60	-
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	1,764,276.00	21,187,310.46	20,019,757.79	2,931,828.67

(2) 短期薪酬列示

单位：元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年6月30日
1、工资、奖金、津贴和补贴	11,076,766.31	23,137,961.23	27,773,098.03	6,441,629.51
2、职工福利费		499,512.26	499,512.26	
3、社会保险费		358,273.57	358,273.57	
其中：医疗保险费		291,419.16	291,419.16	
工伤保险费		4,600.25	4,600.25	
生育保险费	-	62,254.16	62,254.16	
4、住房公积金	-	860,445.72	860,445.72	
5、工会经费和职工教育经费	-	2,061.50	2,061.50	
6、短期带薪缺勤	-			
7、短期利润分享计划	-			
合计	11,076,766.31	24,858,254.28	29,493,391.08	6,441,629.51

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	6,413,816.40	45,208,462.64	40,545,512.73	11,076,766.31
2、职工福利费	-	1,117,214.09	1,117,214.09	
3、社会保险费	-	973,162.62	973,162.62	
其中：医疗保险费	-	818,074.02	818,074.02	
工伤保险费	-	29,106.61	29,106.61	
生育保险费	-	125,981.99	125,981.99	
4、住房公积金	-	1,538,547.78	1,538,547.78	
5、工会经费和职工教育经费	-	366,194.65	366,194.65	

6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	6,413,816.40	49,203,581.78	44,540,631.87	11,076,766.31

单位：元

项目	2017年12月31日	本期增加	本期减少	2018年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	2,931,828.67	31,626,036.10	28,144,048.37	6,413,816.40
2、职工福利费	-	1,371,533.77	1,371,533.77	-
3、社会保险费	-	621,614.09	621,614.09	-
其中：医疗保险费	-	515,942.35	515,942.35	-
工伤保险费	-	18,123.97	18,123.97	-
生育保险费	-	87,547.77	87,547.77	-
4、住房公积金	-	1,028,501.80	1,028,501.80	-
5、工会经费和职工教育经费	-	217,145.00	217,145.00	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	2,931,828.67	34,864,830.76	31,382,843.03	6,413,816.40

单位：元

项目	2016年12月31日	本期增加	本期减少	2017年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	1,764,276.00	18,586,111.90	17,418,559.23	2,931,828.67
2、职工福利费	-	701,551.89	701,551.89	-
3、社会保险费	-	308,102.87	308,102.87	-
其中：医疗保险费	-	261,593.91	261,593.91	-
工伤保险费	-	10,343.35	10,343.35	-
生育保险费	-	36,165.61	36,165.61	-
4、住房公积金	-	619,027.20	619,027.20	-
5、工会经费和职工教育经费	-	240.00	240.00	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	1,764,276.00	20,215,033.86	19,047,481.19	2,931,828.67

(3) 设定提存计划

单位：元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年6月30日
1、基本养老保险	-	264,723.54	264,723.54	-
2、失业保险费	-	10,640.69	10,640.69	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	275,364.23	275,364.23	-

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、基本养老保险	-	2,113,715.43	2,113,715.43	-
2、失业保险费	-	83,911.65	83,911.65	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	2,197,627.08	2,197,627.08	-

单位：元

项目	2017年12月31日	本期增加	本期减少	2018年12月31日
1、基本养老保险	-	1,556,856.25	1,556,856.25	-
2、失业保险费	-	57,232.26	57,232.26	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	1,614,088.51	1,614,088.51	-

单位：元

项目	2016年12月31日	本期增加	本期减少	2017年12月31日
1、基本养老保险	-	939,868.90	939,868.90	-
2、失业保险费	-	32,407.70	32,407.70	-
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	-	972,276.60	972,276.60	-

其他事项：

报告期各期末，应付职工薪酬余额分别为 293.18 万元、641.38 万元、1,107.68 万元和 644.16 万元，占流动负债的比例分别为 45.79%、51.08%、41.34% 和 37.23%。2019 年末应付职工薪酬余额较大，是因为年末根据业绩考核情况计提了 761.50 万元的年终奖及 63.45 万元的季度奖，于 2020 年 4 月末前发放完毕。报告期各期末，应付职工薪酬中的奖金计提余额分别为 289.09 万元、408.10 万元、824.95 万元及 322.86 万元。公司应付职工薪酬余额全部为短期薪酬，各时期余额与人员数量及营业收入规模变动一致。

6. 其他应付款

适用 不适用

单位：元

项目	2020年6月30日
应付利息	-
应付股利	-
其他应付款	289,199.12
合计	289,199.12

(1) 应付利息

适用 不适用

(2) 应付股利

适用 不适用

(3) 其他应付款

适用 不适用

1) 按款项性质列示其他应付款

单位：元

项目	2020年6月30日
个人报销款	212,027.78
单位往来款	77,171.34
合计	289,199.12

2) 账龄超过1年的重要其他应付款

适用 不适用

其他说明：

报告期末，公司其他应付款主要系应付个人报销款和非业务直接相关的单位往来款项。

其他事项：

报告期末，公司其他应付款无其他事项说明。

7. 长期应付款

适用 不适用

8. 递延收益

适用 不适用

9. 其他资产负债科目分析

报告期内，公司递延所得税资产和递延所得税负债如下：

(1) 未经抵消的递延所得税资产

单位：万元

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产

资产减值准备	253.60	37.04	393.82	58.09	189.61	27.79	141.39	20.39
--------	--------	-------	--------	-------	--------	-------	--------	-------

(2) 未经抵消的递延所得税负债

单位：万元

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
公允价值变动	63.31	9.22	14.56	2.18	-	-	-	-

(3) 以抵消后净额列示的递延所得税资产和负债

单位：万元

项目	2020-6-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额	递延所得税资产和负债互抵金额	抵销后递延所得税资产或负债余额
递延所得税资产	9.22	27.82	2.18	55.90	-	27.79	-	20.39
递延所得税负债	9.22	-	2.18	-	-	-	-	-

三、 盈利情况分析

(一) 营业收入分析

1. 营业收入构成情况

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务收入	65,713,126.25	100.00	147,434,561.06	100.00	97,407,886.14	100.00	62,963,267.09	100.00
其他业务收入	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	65,713,126.25	100.00	147,434,561.06	100.00	97,407,886.14	100.00	62,963,267.09	100.00

其他事项：

公司是专业提供全媒体优化解决方案的数字营销企业，主营业务包括搜索引擎优化和泛优化业务，致力于增强全媒体用户体验，以结果为导向、以数据为驱动、以技术为路径，为客户实现敏捷的品牌塑造和精准的网络营销，推动客户业务增长。公司凭借优质的服务，已成为国内外多家行业知名品牌以及知名广告公司的业务合作伙伴，客户涵盖金融、汽车、美妆、母婴产品、快消、互联网、服饰、电器等多个热门行业。

2017-2019年，公司实现营业收入6,296.33万元、9,740.79万元、14,743.46万元，公司营业收入呈稳步增长态势，近三年复合增长率达53.02%；2020年1-6月，公司实现营业收入6,571.31万元，同比增长19.99%。

2. 主营业务收入按产品或服务分类

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
全媒体优化服务	64,801,646.04	98.61	141,546,390.14	96.01	91,489,572.27	93.92	61,888,071.04	98.29
其他	911,480.21	1.39	5,888,170.92	3.99	5,918,313.87	6.08	1,075,196.05	1.71
合计	65,713,126.25	100.00	147,434,561.06	100.00	97,407,886.14	100.00	62,963,267.09	100.00

其他事项：

报告期内，公司致力于为客户提供全媒体优化服务。全媒体优化服务是公司营业收入的主要组成部分，报告期各期占营业收入的比例均超过93%。公司全媒体优化服务包括SEO服务和泛优化服务，其中SEO服务可以细分为官网优化、环境优化，泛优化服务可以细分为社会化媒体营销、电商营销。公司其他业务主要包括搜索引擎营销(SEM)等。

报告期内，公司各服务收入结构整体较为稳定，其中公司全媒体优化服务占营业收入比例分别为98.29%、93.92%、96.01%及98.61%，其他业务占营业收入比例分别为1.71%、6.08%、3.99%及1.39%。

3. 主营业务收入按销售区域分类

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
华东	42,144,407.48	64.13	91,723,888.80	62.21	67,402,741.76	69.20	38,642,070.05	61.37
华北	14,688,596.14	22.35	28,822,861.03	19.55	14,874,286.54	15.27	15,161,824.95	24.08
华南	6,357,785.40	9.68	21,481,586.13	14.57	13,149,007.17	13.50	5,400,480.07	8.58
其他	2,522,337.23	3.84	5,406,225.10	3.67	1,981,850.67	2.03	3,758,892.02	5.97
合计	65,713,126.25	100.00	147,434,561.06	100.00	97,407,886.14	100.00	62,963,267.09	100.00

其他事项：

发行人于中华人民共和国境内开展服务，所有的服务都于境内提供。发行人的主要

客户位于华东和华北地区。报告期内，发行人来自于华东和华北地区的收入合计占营业收入比例分别为 85.45%、84.47%、81.76%及 86.48%。

4. 主营业务收入按销售模式分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
渠道销售	25,152,268.55	38.28	54,213,067.95	36.77	42,529,600.52	43.66	34,539,371.64	54.86
直客销售	40,560,857.70	61.72	93,221,493.11	63.23	54,878,285.62	56.34	28,423,895.45	45.14
合计	65,713,126.25	100.00	147,434,561.06	100.00	97,407,886.14	100.00	62,963,267.09	100.00

其他事项：

发行人根据客户是否为最终受益客户将客户划分为渠道客户和直接客户，相应销售模式包括渠道商模式和直销模式。

5. 主营业务收入按季度分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
第一季度	33,116,835.21	50.40	24,872,399.76	16.87	15,617,726.70	16.03	10,068,566.32	15.99
第二季度	32,596,291.04	49.60	29,892,539.73	20.28	22,146,546.30	22.74	15,485,590.09	24.59
第三季度	-	-	32,606,452.83	22.12	26,559,691.41	27.27	15,701,804.19	24.94
第四季度	-	-	60,063,168.74	40.74	33,083,921.73	33.96	21,707,306.49	34.48
合计	65,713,126.25	100.00	147,434,561.06	100.00	97,407,886.14	100.00	62,963,267.09	100.00

其他事项：

公司隶属于数字营销行业，主营业务包括搜索引擎优化和泛优化业务。受品牌客户广告投放周期和互联网用户浏览习惯的影响，数字营销行业通常在上半年的业务量低于下半年，呈现出一定的季节性特征。

一方面，每年一季度时，品牌客户当年的年度营销预算往往还没有确定，因此在营销投放规模上有所控制；另一方面，就互联网用户浏览习惯而言，一季度是互联网媒体的淡季，也导致了品牌客户通常不会选择在一季度进行大规模的投放。随着客户年度预算的确定，全年社会经济活动的逐渐铺开，投放量逐步增加，就上半年而言，通常二季

度的投放量占上半年的比重较高。就全年而言，我国部分消费市场有“金九银十”的特点，而且化妆品、家居、零售等大型消费品在年底前还往往会形成一个销量高峰，导致下半年在全年的投放量中占比相对较高。

因此，公司下半年收入明显高于上半年，投资者不宜以季度或半年度数据推测公司全年经营业绩情况。

6. 营业收入总体分析

报告期内，公司营业收入分别实现 6,296.33 万元、9,740.79 万元、14,743.46 万元及 6,571.31 万元。2017-2019 年，公司营业收入呈稳步增长态势，2020 年 1-6 月营业收入较上年同期增长 19.99%。

(二) 营业成本分析

1. 营业成本构成情况

单位：元

项目	2020 年 1 月—6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务成本	26,437,698.46	100.00	64,017,676.23	100.00	45,573,230.47	100.00	26,207,527.87	100.00
其他业务成本	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	26,437,698.46	100.00	64,017,676.23	100.00	45,573,230.47	100.00	26,207,527.87	100.00

其他事项：

与营业收入一致，报告期内，营业成本全部由主营业务成本组成。

2. 主营业务成本构成情况

√适用 □不适用

单位：元

项目	2020 年 1 月—6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
外购服务费	15,620,389.49	59.08	41,987,559.83	65.59	29,077,707.50	63.80	16,782,936.07	64.04
直接人工	10,113,007.36	38.25	20,377,074.89	31.83	15,174,759.65	33.30	8,714,243.35	33.25
差旅及办公费	704,301.61	2.67	1,653,041.51	2.58	1,320,763.32	2.90	710,348.45	2.71
合计	26,437,698.46	100.00	64,017,676.23	100.00	45,573,230.47	100.00	26,207,527.87	100.00

其他事项：

营业成本整体变动趋势与营业收入变动趋势一致。报告期内，外购服务费占营业成本比例为 59%-66%之间，人工占营业成本比例 31%-39%之间，差旅及办公费占营业成本比例 2%-3%，各报告期成本结构比较稳定。

3. 主营业务成本按产品或服务分类

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
全媒体优化服务	25,674,935.79	97.11	59,507,535.85	92.95	40,237,162.83	88.29	25,226,631.98	96.26
其他	762,762.67	2.89	4,510,140.38	7.05	5,336,067.64	11.71	980,895.89	3.74
合计	26,437,698.46	100.00	64,017,676.23	100.00	45,573,230.47	100.00	26,207,527.87	100.00

其他事项：

报告期内，营业成本分别为 2,620.75 万元、4,557.32 万元、6,401.77 万元和 2,643.77 万元，全媒体优化服务成本在当期营业成本的比例分别为 96.26%、88.29%、92.95%和 97.11%，其他业务（主要为 SEM 服务）的成本在当期营业成本的比例分别为 3.74%、11.71%、7.05%和 2.89%。营业成本结构与营业收入基本匹配。

4. 营业成本总体分析

报告期内，营业成本的变动和营业收入变动趋势一致。

（三）毛利率分析

1. 毛利按产品或服务分类构成情况

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务毛利	39,275,427.79	100.00	83,416,884.83	100.00	51,834,655.67	100.00	36,755,739.22	100.00
其中：SEO 服务	39,126,710.25	99.62	82,038,854.29	98.35	51,252,409.45	98.88	36,661,439.06	99.74
其他	148,717.54	0.38	1,378,030.54	1.65	582,246.22	1.12	94,300.16	0.26
其他业务毛利	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	39,275,427.79	100.00	83,416,884.83	100.00	51,834,655.67	100.00	36,755,739.22	100.00

其他事项：

无。

2. 主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
全媒体优化	60.38	98.61	57.96	96.01	56.02	93.92	59.24	98.29
其他	16.32	1.39	23.40	3.99	9.84	6.08	8.77	1.71

其他事项:

全媒体优化服务为发行人的核心业务，是发行人毛利的主要来源，毛利较高。其他业务主要是 SEM，为客户代为广告投放及投放账户管理，毛利相对较低。

3. 主营业务按销售区域分类的毛利率情况

适用 不适用

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
华东	60.87	64.13	55.76	62.21	51.12	69.20	57.03	61.37
华北	58.47	22.35	57.39	19.55	55.52	15.27	59.28	24.08
华南	65.03	9.68	56.83	14.57	59.61	13.50	64.81	8.58
其他	35.67	3.84	65.08	3.67	64.62	2.03	59.36	5.97

其他事项:

发行人报告期内的毛利主要来源于华东和华北地区。

4. 主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

适用 不适用

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)	毛利率 (%)	主营收入占比 (%)
渠道销售	67.46	38.28	61.23	36.77	55.46	43.66	61.59	54.86
直客销售	55.00	61.72	53.88	63.23	51.47	56.34	54.47	45.14

其他事项:

发行人直客销售相对于渠道销售毛利率偏低，主要是因为直客客户泛优化业务和 SEM 业务比重较渠道客户要高，泛优化业务，需要外采图片、视频及直播等成本较高的服务，SEM 业务代为广告投放，毛利率低。

5. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
拓尔思(300229.SZ)	54.56%	61.75%	59.44%	62.55%
宣亚国际(300612.SZ)	28.64%	40.49%	40.11%	46.36%
值得买(300785.SZ)	70.17%	71.57%	73.68%	84.01%
平均数 (%)	51.12%	57.94%	57.74%	64.31%
发行人 (%)	59.77%	56.58%	53.21%	58.38%

其他事项：

报告期内，可比公司平均毛利分别为 64.31%、57.74%、57.94%及 51.12%，发行人的毛利率与可比公司相比不存在明显的差异。2017 年度发行人与可比公司毛利率都在高点，2018 年和 2019 年有所降低。发行人的主要业务是提供基于互联网的全媒体优化服务，受疫情影响较小，因此 2020 年 1-6 月，发行人的毛利率没有受到很大影响，在持续研发投入，内部效率提高减少外采支出的情况下，毛利率有所提升。

6. 毛利率总体分析

报告期内，发行人的业务毛利率分别为 58.38%、53.21%、56.58%及 59.77%。发行人 2018 年毛利率有所下降是因为营业收入中泛媒体优化的比重逐步增加，而泛优化的成本包括采购内容、图片及视频等较大比重的外采支出，毛利率比 SEO 要低。另外一方面，随着发行人研发投入的增加、技术的提升以及业务量增加带来的规模效应等因素，2019 年及 2020 年 1-6 月毛利率有所提升。

(1) 营业收入和毛利按服务类型划分

发行人的营业收入按服务类型划分为全媒体优化服务和其他服务，其中全媒体优化服务包括 SEO 和泛优化服务，其他服务主要包括 SEM 服务。

单位：万元，%

服务类型	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
全媒体优化	6,480.16	98.61	14,154.64	96.01	9,148.96	93.92	6,188.81	98.29
其中：SEO	4,105.68	62.48	10,029.68	68.03	7,954.84	81.67	5,668.51	90.03
泛优化	2,374.48	36.13	4,124.96	27.98	1,194.12	12.26	520.30	8.26
其他	91.15	1.39	588.82	3.99	591.83	6.08	107.52	1.71
合计	6,571.31	100.00	14,743.46	100.00	9,740.79	100.00	6,296.33	100.00

报告期内发行人营业收入分别为 6,296.33 万元、9,740.79 万元、14,743.46 万元及 6,571.31 万元，其中全媒体优化收入分别为 6,188.81 万元、9,148.96 万元、14,154.64 万元和 6,480.16 万元，占营业收入比重分别为 98.29%、93.92%、96.01%及 98.61%；其他收入分别为 107.52 万元、591.83 万元、588.82 万元及 91.15 万元，占营业收入比重分别为 1.71%、6.08%、3.99%及 1.39%。

发行人的主要业务为提供全媒体优化服务，报告期内全媒体优化服务收入占营业收入的比重一直保持在 95%左右，其他服务占比较低。

报告期内，全媒体优化服务和其他服务销售毛利率情况如下：

单位：万元，%

服务类型	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
全媒体优化服务	3,912.67	60.38	8,203.89	57.96	5,125.25	56.02	3,666.14	59.24
其他服务	14.87	16.32	137.80	23.40	58.22	9.84	9.43	8.77
合计	3,927.54	59.77	8,341.69	56.58	5,183.47	53.21	3,675.57	58.38

全媒体优化服务为发行人的核心业务，是发行人毛利的主要来源，毛利较高。其他业务主要是 SEM，为客户代为广告投放及投放账户管理，发行人仅收取服务费和账户管理费，因此毛利相对较低。

(2) 营业收入和毛利按销售模式划分

发行人根据签约客户是否是服务项目最终受益主体，将客户区分为渠道客户和直接客户（“直客”），相应销售模式包括渠道商模式和直销模式（“直销”）。

单位：万元，%

客户类型	2020年1-6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
渠道	2,515.23	38.28	5,421.31	36.77	4,252.96	43.66	3,453.94	54.86
直客	4,056.09	61.72	9,322.15	63.23	5,487.83	56.34	2,842.39	45.14
合计	6,571.31	100.00	14,743.46	100.00	9,740.79	100.00	6,296.33	100.00

报告期内，渠道客户营业收入分别为 3,453.94 万元、4,252.96 万元、5,421.31 万元

及 2,515.23 万元，占营业收入比重分别为 54.86%、43.66%、36.77% 及 38.28%；直接客户营业收入分别为 2,842.39 万元、5,487.83 万元、9,322.15 万元及 4,056.09 万元，占营业收入比重分别为 45.14%、56.34%、63.23% 及 61.72%。

2017-2019 年，渠道客户和直接客户营业收入都是逐年增长的趋势，渠道客户收入比重在逐年下降，直接客户收入比重逐年上升。发行人自 2017 年起为了开拓市场，逐步加强销售团队建设，并且推出推广商制度，引入了更多的直接客户。报告期内，来自前五大客户（已按同一控制下合并）的销售额分别为 2,108.64 万元、1,968.44 万元、2,614.30 万元和 1,613.62 万元，占营业收入比重分别为 33.49%、20.21%、17.73% 和 24.56%。发行人客户数量多，销售相对分散，不存在单一渠道客户和直接客户销售金额占营业收入比重过高的情形，发行人营业收入不存在对单一客户过度依赖的情形。发行人直接客户的增加，一方面可以降低对渠道客户的整体依赖，另一方面，与直接客户的对接与沟通，可以更直接了解客户的需求，有利于新业务的开发。

报告期内，渠道客户和直接客户销售毛利率情况如下：

单位：万元，%

客户类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
渠道	1,696.71	67.46	3,319.33	61.23	2,358.77	55.46	2,127.34	61.59
直客	2,230.83	55.00	5,022.36	53.88	2,824.70	51.47	1,548.23	54.47
合计	3,927.54	59.77	8,341.69	56.58	5,183.47	53.21	3,675.57	58.38

报告期内，渠道客户的毛利率要略高于直客客户，主要原因系渠道客户多为广告商，发行人作为搜索引擎优化领域的领先企业，广告商会将优化服务转包给发行人，因此业务类型相对简单；而直接客户，因为营销需求不止全媒体优化业务，发行人为客户提供搜索引擎优化服务的同时，还会为客户提供包括电商业务及 SEM 业务在内的低毛利服务。

（3）营业收入按销售模式、服务类型划分

报告期内，发行人营业收入按销售模式、服务类型划分如下：

单位：万元，%

	服务类型	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
渠道	全媒体优化	2,509.51	38.19	5,351.57	36.30	4,053.49	41.61	3,346.42	53.15
	其中：SEO	1,392.66	21.19	3,777.86	25.62	3,669.81	37.67	3,304.63	52.48
	泛优化	1,116.85	17.00	1,573.71	10.68	383.68	3.94	41.79	0.67
	其他	5.72	0.09	69.74	0.47	199.47	2.05	107.52	1.71
	小计	2,515.23	38.28	5,421.31	36.77	4,252.96	43.66	3,453.94	54.86

直客	全媒体优化	3,970.65	60.42	8,803.07	59.71	5,095.47	52.31	2,842.39	45.14
	其中：SEO	2,713.02	41.29	6,251.82	42.40	4,285.02	43.99	2,363.88	37.54
	泛优化	1,257.63	19.13	2,551.25	17.31	810.45	8.32	478.51	7.60
	其他	85.44	1.30	519.08	3.52	392.36	4.03	-	0.00
	小计	4,056.09	61.72	9,322.15	63.23	5,487.83	56.34	2,842.39	45.14
合计	全媒体优化	6,480.16	98.61	14,154.64	96.01	9,148.96	93.92	6,188.81	98.29
	其中：SEO	4,105.69	62.48	10,029.68	68.03	7,954.84	81.67	5,668.51	90.03
	泛优化	2,374.48	36.13	4,124.96	27.98	1,194.12	12.26	520.30	8.26
	其他	91.15	1.39	588.82	3.99	591.83	6.08	107.52	1.71
	合计	6,571.31	100.00	14,743.46	100.00	9,740.79	100.00	6,296.33	100.00

(四) 主要费用情况分析

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)
销售费用	6,916,799.89	10.53	15,159,692.99	10.28	9,097,955.42	9.34	5,526,891.59	8.78
管理费用	5,200,305.24	7.91	9,159,932.63	6.21	7,195,229.45	7.39	4,526,225.91	7.19
研发费用	8,126,090.88	12.36	18,794,015.70	12.75	13,105,752.99	13.45	8,804,232.91	13.98
财务费用	-2,377.67	0.00	-3,975.56	0.00	-155,174.20	-0.16	12,068.75	0.02
合计	20,240,818.34	30.80	43,109,665.76	29.24	29,243,763.66	30.02	18,869,419.16	29.97

其他事项：

无。

1. 销售费用分析

(1) 销售费用构成情况

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
职工薪酬	5,327,226.39	77.02	10,256,975.65	67.66	6,075,102.47	66.77	2,715,550.54	49.13
差旅费	414,814.13	6.00	1,495,008.51	9.86	1,183,356.27	13.01	406,373.42	7.35
邮电费	12,952.87	0.19	17,425.19	0.11	22,516.90	0.25	16,335.08	0.30
广告费	14,096.04	0.20	358,979.99	2.37	338,916.99	3.73	1,600,179.84	28.95
办公费	42,442.89	0.61	189,456.09	1.25	90,288.67	0.99	46,732.15	0.85
长期资产摊销	-	0.00	-	0.00	51,287.43	0.56	102,574.20	1.86
租赁费	318,010.80	4.60	611,041.42	4.03	343,628.17	3.78	258,902.52	4.68
折旧费	102,539.26	1.48	170,650.34	1.13	100,943.25	1.11	11,284.88	0.20
业务招待费	504,865.52	7.30	1,251,478.45	8.26	698,720.07	7.68	245,106.96	4.43
中介机构服务费	152,161.82	2.20	739,408.15	4.88	126,934.82	1.40	121,535.00	2.20
其他	27,690.17	0.40	69,269.20	0.46	66,260.38	0.73	2,317.00	0.04

合计	6,916,799.89	100.00	15,159,692.99	100.00	9,097,955.42	100.00	5,526,891.59	100.00
----	--------------	--------	---------------	--------	--------------	--------	--------------	--------

(2) 销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
拓尔思(300229.SZ)	14.78%	17.05%	18.43%	18.06%
宣亚国际(300612.SZ)	21.08%	18.89%	21.10%	15.14%
值得买(300785.SZ)	24.54%	22.73%	26.54%	28.75%
平均数(%)	20.13%	19.56%	22.02%	20.65%
发行人(%)	10.53%	10.28%	9.34%	8.78%
原因、匹配性分析	报告期内，发行人的销售费用率分别为 8.78%、9.34%、10.28% 及 10.53%，销售费用率呈上升趋势，主要原因在于发行人持续增加销售费用的投入，以开拓市场，提高营收水平。			

其他事项：

销售费用中构成主要为销售人员薪资,报告期内工资薪酬占销售费用比重分别为 49.13%、66.77%、67.66%及 77.02%。2017-2019 年，发行人销售人员占员工总人数的比重与同行业可比上市公司对比如下：

		单位：人，%		
宣亚国际 (300612.SZ)	公司总人数	318	257	369
	客户服务管理人员	202	193	267
	销售人员占比	63.52	75.10	72.36
值得买 (300785.SZ)	公司总人数	968	854	561
	销售人员	209	197	119
	销售人员占比	21.59	23.07	21.21
拓尔思 (300229.SZ)	公司总人数	1761	1732	1779
	销售人员	161	158	249
	销售人员占比	9.14	9.12	14.00
平均数	销售人员占比(平均)	31.42	35.76	35.86
发行人	公司总人数	309	257	187
	销售人员	31	21	11
	销售人员占比	10.03	8.17	5.88

2017-2019 年，发行人销售人员占总人数比例分别为 5.88%、8.17%及 10.03%，同行业可比上市公司销售人员占总人数比例平均数分别为 35.86%、35.76%及 31.42%，远高于发行人。宣亚国际披露的客户服务管理人员中包括了业务人员和销售人员，未单独披露销售人员数量，因此该部分人员对应的薪酬应该是分别计入了营业成本和销售费用。剔除宣亚国际外，值得买和拓尔思的销售人员占比平均数也是高于发行人的。因此发行人的销售费用占营业收入的比重要低于同行业可比上市公司。

2. 管理费用分析

(1) 管理费用构成情况

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
职工薪酬	3,190,994.75	61.36	5,173,797.23	56.48	3,837,639.19	53.34	2,075,256.97	45.85
办公费	372,550.50	7.16	758,786.43	8.28	751,541.10	10.44	642,440.24	14.19
业务招待费	143,154.71	2.75	385,917.99	4.21	318,249.10	4.42	138,844.88	3.07
折旧费	351,721.95	6.76	580,099.96	6.33	462,282.96	6.42	352,716.24	7.79
差旅费	218,665.48	4.20	717,508.75	7.83	440,828.65	6.13	282,468.43	6.24
租赁费	132,099.62	2.54	285,272.04	3.11	241,958.50	3.36	314,041.45	6.94
中介机构服务费	638,105.77	12.27	1,203,948.20	13.14	946,206.23	13.15	618,991.10	13.68
其他	153,012.46	2.94	54,602.03	0.60	196,523.72	2.73	101,466.60	2.24
合计	5,200,305.24	100.00	9,159,932.63	100.00	7,195,229.45	100.00	4,526,225.91	100.00

(2) 管理费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
拓尔思(300229.SZ)	13.45%	15.58%	14.87%	15.76%
宣亚国际(300612.SZ)	10.87%	6.29%	7.00%	6.51%
值得买(300785.SZ)	11.82%	12.67%	11.57%	13.23%
平均数(%)	12.05%	11.51%	11.15%	11.83%
发行人(%)	7.91%	6.21%	7.39%	7.19%
原因、匹配性分析	报告期内，发行人的管理费用率分别为7.19%、7.39%、6.21%及7.91%，报告期内未发生明显的波动。发行人管理费用率低于可比上市公司，主要原因在于发行人的业务单一，不存在复杂的组织架构及分支机构，因此总体管理成本要低于可比上市公司。			

其他事项：

无。

3. 研发费用分析

(1) 研发费用构成情况

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
人工费用	6,510,618.18	80.12	15,843,842.33	84.30	11,343,013.80	86.55	7,516,310.20	85.37
技术服务及服务器费用	1,187,423.30	14.61%	2,099,783.32	11.17	1,076,695.52	8.22	1,071,725.88	12.17
房屋租赁费	273,661.28	3.37	544,324.88	2.90	419,974.08	3.20	177,664.00	2.02
折旧费	135,157.91	1.66	257,961.44	1.37	205,025.39	1.56	11,706.42	0.13
其他	19,230.21	0.24	48,103.73	0.26	61,044.20	0.47	26,826.41	0.30
合计	8,126,090.88	100.00	18,794,015.70	100.00	13,105,752.99	100.00	8,804,232.91	100.00

(2) 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
拓尔思(300229.SZ)	9.90%	9.45%	11.82%	11.77%
宣亚国际(300612.SZ)	7.19%	7.22%	3.98%	3.73%
值得买(300785.SZ)	13.68%	16.24%	14.22%	14.38%
平均数(%)	10.26%	10.97%	10.01%	9.96%
发行人(%)	12.36%	12.75%	13.45%	13.98%
原因、匹配性分析	报告期内，发行人的研发费用率分别为 13.98%、13.45%、12.75% 及 12.36%，略高于可比上市公司。发行人业务主要为全媒体优化服务，发行人需要持续进行研发投入，以提高公司整体的技术竞争实力。			

其他事项：

无。

4. 财务费用分析

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
利息费用	-	-	-	-
减：利息资本化	-	-	-	-
减：利息收入	2,892.71	6,550.37	173,319.97	2,807.21
汇兑损益	-6,759.28	-5,639.99	-515.12	6,064.23
银行手续费	7,274.32	8,214.80	18,660.89	8,811.73
其他	-	-	-	-
合计	-2,377.67	-3,975.56	-155,174.20	12,068.75

(1) 财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
拓尔思(300229.SZ)	-0.19%	0.01%	-0.08%	0.69%
宣亚国际(300612.SZ)	-0.14%	-0.47%	-0.05%	-0.18%
值得买(300785.SZ)	0.69%	0.61%	-0.31%	0.57%
平均数(%)	0.12%	0.05%	-0.15%	0.36%
发行人(%)	0.00%	0.00%	-0.16%	0.02%
原因、匹配性分析	财务费用主要是存在银行的存款利息以及银行手续费支出，报告期内财务费用占营业收入的比重均小于1%，与可比上市公司不存在明显差异。			

其他事项：

无。

5. 主要费用情况总体分析

报告期内，公司期间费用合计分别为1,886.94万元、2,924.38万元、4,310.97万元及2,024.08万元，期间费用占营业收入的比重分别为29.97%、30.02%、29.24%及30.80%。公司销售费用、管理费用、研发费用的总额持续增长，主要原因是随着公司业务规模的不断扩张，公司相关人员成本、研发资金投入以及客户开拓和维持等相关费用持续增长，与业务规模的增长趋势一致。

(五) 利润情况分析

1. 利润变动情况

单位：元

项目	2020年1月—6月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)
营业利润	21,274,648.56	32.38%	43,010,003.06	29.17	23,101,084.47	23.72	18,581,905.49	29.51
营业外收入	-	-	-	-	-	-	-	-
营业外支出	24,436.31	0.04%	5,000.00	0.00	-	0.00	72.20	0.00
利润总额	21,250,212.25	32.34%	43,005,003.06	29.17	23,101,084.47	23.72	18,581,833.29	29.51
所得税费用	2,338,028.64	3.56%	4,418,255.87	3.00	2,066,994.45	2.12	1,898,475.82	3.02
净利润	18,912,183.61	28.78%	38,586,747.19	26.17	21,034,090.02	21.59	16,683,357.47	26.50

其他事项：

公司利润来源构成及变动如下表所示：

单位：万元，%

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业毛利	3,927.54	23.84	8,341.69	60.93	5,183.47	41.02	3,675.57
营业利润	2,127.46	40.07	4,301.00	86.18	2,310.11	24.32	1,858.19
利润总额	2,125.02	39.91	4,300.50	86.16	2,310.11	24.32	1,858.18
净利润	1,891.22	37.05	3,858.67	83.45	2,103.41	26.08	1,668.34
扣非后归母净利润	1,867.67	43.69	3,502.60	71.05	2,047.68	27.51	1,605.96

报告期内，公司的营业利润、利润总额和净利润等利润指标同比均呈持续增长趋势，各期间分别实现净利润 1,668.34 万元、2,103.41 万元、3,858.67 万元及 1,891.22 万元，净利润的增长主要来源于营业收入的提升和良好的毛利率和期间费用率水平，体现了公司较高的持续盈利能力和成长性。

分析可知，（1）公司报告期内利润总额增减变动与营业利润变动比例基本保持一致，受各期非经常性损益金额波动影响，扣非后归母净利润变动幅度与净利润变动比例有所差异；（2）2018 年营业利润增幅低于营业毛利增长率，主要系 2018 年期间费用合计增幅高于营业毛利增幅所致；（3）2019 年营业利润增幅高于营业毛利增长率，主要系 2019 年其他收益增加及期间费用合计增幅小于营业毛利增幅；（4）2020 年 1-6 月营业利润增幅高于营业毛利增长率，主要系 2020 年 1-6 月信用减值损失减少所致。

总体来说，各期营业利润与利润总额相近，营业利润为公司利润总额的主要来源。

2. 营业外收入情况

适用 不适用

3. 营业外支出情况

适用 不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
对外捐赠	-	-	-	-
非流动资产报废损失	24,436.31	-	-	-
其他	-	5,000.00	-	72.20
合计	24,436.31	5,000.00	-	72.20

其他事项：

无。

4. 所得税费用情况

(1) 所得税费用表

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
当期所得税费用	2,057,147.76	4,699,432.81	2,140,991.01	1,951,847.69
递延所得税费用	280,880.88	-281,176.94	-73,996.56	-53,371.87
合计	2,338,028.64	4,418,255.87	2,066,994.45	1,898,475.82

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
利润总额	21,250,212.25	43,005,003.06	23,101,084.47	18,581,833.29
按适用税率15%计算的所得税费用	3,187,531.84	6,450,750.46	3,465,162.67	2,787,274.99
部分子公司适用不同税率的影响	3,024.08	-127,357.91	-47,941.55	-4,274.15
调整以前期间所得税的影响	-	-	10.83	-
税收优惠的影响	-	-	-	-
非应税收入的纳税影响	-	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	50,468.49	142,953.46	82,455.56	23,545.13
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	362.13	-611.50	-21,685.44	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	10,827.34	-	-	33,870.22
研发费用加计扣除影响	-914,185.24	-2,047,478.64	-1,412,758.57	-941,940.37
所得税税率变动的的影响	-	-	1,750.95	-
所得税费用	2,338,028.64	4,418,255.87	2,066,994.45	1,898,475.82

其他事项：

2018年开始根据《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税【2018】99号）的要求，企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在2018年1月1日至2020年12月31日期间，再按照实际发生额的75%在税前加计扣除。

5. 利润变动情况分析

公司利润来源构成及变动如下表所示：

单位：万元，%

项目	2020年1-6月		2019年		2018年		2017年
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业毛利	3,927.54	23.84	8,341.69	60.93	5,183.47	41.02	3,675.57
营业利润	2,127.46	40.07	4,301.00	86.18	2,310.11	24.32	1,858.19
利润总额	2,125.02	39.91	4,300.50	86.16	2,310.11	24.32	1,858.18
净利润	1,891.22	37.05	3,858.67	83.45	2,103.41	26.08	1,668.34
扣非后归母净利润	1,867.67	43.69	3,502.60	71.05	2,047.68	27.51	1,605.96

报告期内，公司的营业利润、利润总额和净利润等利润指标同比均呈持续增长趋势，各期间分别实现净利润 1,668.34 万元、2,103.41 万元、3,858.67 万元及 1,891.22 万元，净利润的增长主要来源于营业收入的提升和良好的毛利率和期间费用率水平，体现了公司较高的持续盈利能力和成长性。

分析可知，（1）公司报告期内利润总额增减变动与营业利润变动比例基本保持一致，受各期非经常性损益金额波动影响，扣非后归母净利润变动幅度与净利润变动比例有所差异；（2）2018 年营业利润增幅低于营业毛利增长率，主要系 2018 年期间费用合计增幅高于营业毛利增幅所致；（3）2019 年营业利润增幅高于营业毛利增长率，主要系 2019 年其他收益增加及期间费用合计增幅小于营业毛利增幅；（4）2020 年 1-6 月营业利润增幅高于营业毛利增长率，主要系 2020 年 1-6 月信用减值损失减少所致。总体来说，各期营业利润与利润总额相近，营业利润为公司利润总额的主要来源。

（六）研发投入分析

1. 研发投入构成明细情况

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
人工费用	6,510,618.18	15,843,842.33	11,343,013.80	7,516,310.20
折旧费	135,157.91	257,961.44	205,025.39	11,706.42
其他	1,480,314.79	2,692,211.93	1,557,713.80	1,276,216.29
合计	8,126,090.88	18,794,015.70	13,105,752.99	8,804,232.91
研发投入占营业收入	12.37%	12.75%	13.45%	13.98%

的比例 (%)				
原因、匹配性分析	报告期内，公司的研发投入绝对金额呈现上升趋势，主要原因为公司重视技术优势的积累，报告期内启动多个研发项目，研发投入逐年增加。			

其他事项：

无。

2. 报告期内主要研发项目情况

报告期内研发投入金额较大(超过 50 万元)的研发项目情况如下：

单位：元

序号	项目名称	研发方式	报告期投入金额
1	行业口碑力系统的研发	自主研发	9,813,848.27
2	基于 SDN 网关的流量数据分析和优化系统	自主研发	8,928,926.91
3	基于自然语言生成技术的品牌推广平台	自主研发	7,991,717.38
4	智能写作系统的研发	自主研发	7,950,611.74
5	中小企业 SEO 优化系统	自主研发	5,008,270.55
6	面向大型搜索引擎的搜索优化技术服务	自主研发	3,103,962.90
7	面向电商行业的搜索优化技术服务	自主研发	1,709,810.01
8	关键词挖掘系统的研发	自主研发	1,365,281.46
9	APP 抓取技术的研发	自主研发	1,319,217.23
10	基于知识图谱的智能知识生成系统	自主研发	1,093,776.24

3. 研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

适用 不适用

单位：元

公司	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
拓尔思 (300229.SZ)	9.90%	9.45%	11.82%	8.48%
宣亚国际 (300612.SZ)	7.19%	7.22%	3.98%	3.73%
值得买 (300785.SZ)	13.68%	16.24%	14.22%	14.38%
平均数 (%)	10.26%	10.97%	10.01%	8.86%
发行人 (%)	12.36%	12.75%	13.45%	13.98%

其他事项：

公司报告期内投入占营业收入比例略高于可比上市公司平均水平，原因在于公司业务主要为全媒体优化服务，发行人需要持续进行研发投入，以提高公司整体的技术竞争

实力。

4. 研发投入总体分析

报告期内，公司的研发投入绝对金额呈现上升趋势，主要原因为公司重视技术优势的积累，报告期内启动多个研发项目，研发投入逐年增加。

(七) 其他影响损益的科目分析

1. 投资收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
权益法核算的长期股权投资收益				
处置长期股权投资产生的投资收益				
交易性金融资产在持有期间的投资收益				
处置交易性金融资产取得的投资收益	715,395.73	1,840,414.82	1,113,864.60	513,551.70
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益				
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益				
其他权益工具投资在持有期间取得的股利收入				
持有至到期投资在持有期间的投资收益				
可供出售金融资产在持有期间的投资收益				
处置可供出售金融资产取得的投资收益				
处置持有至到期投资取得的投资收益				
丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得				
债权投资在持有期间取得的利息收入				
其他债权投资在持有期间取				

得的利息收入				
处置其他债权投资取得的投资收益				
处置债权投资取得的投资收益				
合计	715,395.73	1,840,414.82	1,113,864.60	513,551.70

其他事项:

无。

2. 公允价值变动收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
交易性金融资产	487,494.50	145,561.72	-	-
其中：衍生金融工具产生的公允价值变动收益	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
按公允价值计量的投资性房地产	-	-	-	-
按公允价值计量的生物资产	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
合计	487,494.50	145,561.72	-	-

其他事项:

无

3. 其他收益

√适用 □不适用

单位：元

产生其他收益的来源	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
政府补助	100,483.51	3,418,661.93	471,500.00	713,100.00
增值税进项税加计抵减	116,774.19	211,222.46		
代扣个人所得税手续费补贴	912.20	47,190.95	15,625.33	20,763.96
合计	218,169.90	3,677,075.34	487,125.33	733,863.96

其他事项:

无。

4. 信用减值损失

√适用 □不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
应收账款坏账损失	1,508,629.96	-1,946,871.26	-	-
应收票据坏账损失			-	-
其他应收款坏账损失	-106,447.60	-95,229.76	-	-
应收款项融资减值损失		-	-	-
长期应收款坏账损失		-	-	-
债权投资减值损失		-	-	-
其他债权投资减值损失		-	-	-
合同资产减值损失		-	-	-
财务担保合同减值		-	-	-
合计	1,402,182.36	-2,042,101.02	-	-

其他事项：

财政部于2017年颁布了修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第23号——金融资产转移》及《企业会计准则第37号——金融工具列报》等（以下合称“新金融工具准则”）。公司自2019年1月1日起执行新金融工具准则，将坏账损失计入信用减值损失。

5. 资产减值损失

√适用 □不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
坏账损失	-	-	-482,136.37	-344,277.87
存货跌价损失	-	-	-	-
存货跌价损失及合同履约成本减值损失（新收入准则适用）	-	-	-	-
可供出售金融资产减值损失	-	-	-	-
持有至到期投资减值损失	-	-	-	-
长期股权投资减值损失	-	-	-	-
投资性房地产减值损失	-	-	-	-
固定资产减值损失	-	-	-	-
在建工程减值损失	-	-	-	-
生产性生物资产减值损失	-	-	-	-
油气资产减值损失	-	-	-	-

无形资产减值损失	-	-	-	-
商誉减值损失	-	-	-	-
合同取得成本减值损失（新收入准则适用）	-	-	-	-
其他	-	-	-	-
合计	-	-	-482,136.37	-344,277.87

其他事项：

无。

6. 资产处置收益

适用 不适用

7. 其他影响损益的科目分析

适用 不适用

四、 现金流量分析

（一） 经营活动现金流量分析

1. 经营活动现金流量情况

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	94,297,929.35	131,979,937.40	98,116,297.00	61,007,460.68
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	221,062.61	3,683,625.71	988,119.02	2,114,278.93
经营活动现金流入小计	94,518,991.96	135,663,563.11	99,104,416.02	63,121,739.61
购买商品、接受劳务支付的现金	19,643,485.06	40,624,471.78	33,392,712.04	18,094,679.11
支付给职工以及为职工支付的现金	30,071,609.50	46,502,448.87	32,997,417.35	19,885,653.17
支付的各项税费	8,723,778.80	8,561,625.65	5,119,223.54	4,962,115.21
支付其他与经营活动有关的现金	5,082,273.88	11,621,171.13	7,545,018.76	7,696,957.69
经营活动现金流出小计	63,521,147.24	107,309,717.43	79,054,371.69	50,639,405.18
经营活动产生的现金流量净额	30,997,844.72	28,353,845.68	20,050,044.33	12,482,334.43

其他事项：

无。

2. 收到的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
政府补助	218,169.90	3,677,075.34	487,125.33	733,863.96
利息收入	2,892.71	6,550.37	173,319.97	2,807.21
单位往来款	-	-	327,673.72	1,344,942.62
其他	-	-	-	32,665.14
合计	221,062.61	3,683,625.71	988,119.02	2,114,278.93

其他事项：

无。

3. 支付的其他与经营活动有关的现金

√适用□不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
租赁费	450,110.42	896,313.46	585,586.67	572,943.97
单位往来款	305,503.27	242,141.78	-	5,437,340.34
营业外支出	-	5,000.00	-	8,811.73
销售、管理费用	4,319,385.87	10,469,501.09	6,937,275.35	72.20
财务费用	7,274.32	8,214.80	18,660.89	1,677,789.45
其他流动资产	-	-	3,495.85	-
合计	5,082,273.88	11,621,171.13	7,545,018.76	7,696,957.69

其他事项：

无。

4. 经营活动现金流量分析：

报告期内，发行人经营活动产生的现金流量净额分别为 12,482,334.43 元、20,050,044.33 元、28,353,845.68 元及 30,997,844.72 元。经营活动产生的现金流量金额逐年增加，与营业收入增长趋势一致。

（二）投资活动现金流量分析

1. 投资活动现金流量情况

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	715,395.73	1,840,414.82	1,113,864.60	513,551.70
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	155,750,000.00	204,860,000.00	-	12,620,000.00
投资活动现金流入小计	156,465,395.73	206,700,414.82	1,113,864.60	13,133,551.70
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	153,995.19	1,424,782.18	2,270,170.44	23,507,394.64
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	183,500,000.00	211,870,000.00	14,560,000.00	500,000.00
投资活动现金流出小计	183,653,995.19	213,294,782.18	16,830,170.44	24,007,394.64
投资活动产生的现金流量净额	-27,188,599.46	-6,594,367.36	-15,716,305.84	-10,873,842.94

其他事项：

无。

2. 收到的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
理财投资	155,750,000.00	204,860,000.00	--	12,620,000.00
合计	155,750,000.00	204,860,000.00	-	12,620,000.00

其他事项：

无。

3. 支付的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
理财投资	183,500,000.00	208,870,000.00	14,560,000.00	500,000.00
债权投资	-	3,000,000.00	-	-
合计	183,500,000.00	211,870,000.00	14,560,000.00	500,000.00

其他事项：

无。

4. 投资活动现金流量分析:

报告期内，发行人投资活动产生的现金流量净额分别为-10,873,842.94 元、-15,716,305.84 元、-6,594,367.36 元及-27,188,599.46 元。报告期内投资活动产生的现金流量净额均为负数，原因在于发行人提高资金使用效率，在不影响正常经营的情况下，将闲置资金投资于风险较低的短期银行理财产品。

(三) 筹资活动现金流量分析

1. 筹资活动现金流量情况

单位：元

项目	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	15,820,000.00	9,492,000.00	4,746,000.00	1,356,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	15,820,000.00	9,492,000.00	4,746,000.00	1,356,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-15,820,000.00	-9,492,000.00	-4,746,000.00	-1,356,000.00

其他事项：

无。

2. 收到的其他与筹资活动有关的现金

适用 不适用

3. 支付的其他与筹资活动有关的现金

适用 不适用

4. 筹资活动现金流量分析:

报告期内，发行人筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,356,000.00 元、-4,746,000.00 元、-9,492,000.00 元及-15,820,000.00 元，为根据年度股东会决议分配支付的上年度股利。

五、 资本性支出

(一) 报告期内重大资本性支出

公司于 2017 年购置了位于苏州市工业园区旺墩路 135 号恒宇广场三期 11 楼的 1101-1107 室房产作为办公场所，考虑购置费用、税费以及装修等相关支出，房产最终入账价值为 22,502,825.38 元。上述事项于 2017 年 6 月 15 日经公司第一届董事会第十一次会议，并于 2017 年 6 月 30 日经 2017 年第二次临时股东大会会议审议通过。

(二) 截至报告期末的重大资本性支出决议及未来可预见的重大资本性支出

除上述购买办公楼已履行董事会、股东大会决议外，截至报告期末，公司不存在其他需履行董事会、股东大会决议的重大资本性支出。未来两到三年，公司可预见的重大资本性支出主要是用于本次发行募集资金投资项目。具体投资计划见本公开发行说明书“第九节募集资金运用”。

六、 税项

(一) 主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1 月—6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	6%	6%	6%	6%
消费税		-	-	-	-
教育费附加	按实际缴纳的增	3%	3%	3%	3%

	值税计缴				
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税计缴	7%	7%	7%	7%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	15%、10%、5%	15%、10%、5%	15%、10%	15%、25%、20%
地方教育费附加	按实际缴纳的增值税计缴	2%	2%	2%	2%

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

√适用 □不适用

纳税主体名称	所得税税率			
	2020年1月—6月	2019年度	2018年度	2017年度
苏州闻道网络科技股份有限公司	15%	15%	15%	15%
苏州凌霄科技有限公司	5%	10%	10%	12.5%
苏州元全信息科技有限公司	5%	5%	10%	10%

其他事项：

无。

(二) 税收优惠

√适用 □不适用

1、高新技术企业优惠

2015年10月10日，苏州闻道网络科技股份有限公司被评为高新技术企业，证书编号为：GR201532002977，有限期为三年。2018年10月24日，公司被评为高新技术企业，证书编号为：GR201832000538，有限期为三年。

报告期内苏州闻道网络科技股份有限公司企业所得税法定税率为15%。

2、两免三减半优惠

根据财税[2012]27号《关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》规定：境内新办的集成电路设计企业和符合条件的软件企业，经认定后，在2017年12月31日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。

本公司的全资子公司苏州凌霄科技有限公司经江苏省经济和信息化委员会认定为

符合上述条件的软件企业，证书编号：苏 R-2014-E0096，于 2014 年 10 月 23 日取得税务事项报告书。公司自 2014 年起享受企业所得税“二免三减半”的税收优惠政策。苏州凌霄科技有限公司 2017 年实际执行的企业所得税率为 12.5%。

3、微利企业所得税优惠

根据财税财税[2017]43 号《财政部、国家税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》规定，自 2017 年 1 月 1 日起至 2019 年 12 月 31 日，将小型微利企业的年应纳税所得额上限由 30 万元提高至 50 万元，对年应纳税所得额低于 50 万元（含 50 万元）的小型微利企业，其所得减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。本公司的子公司苏州元全信息科技有限公司 2017 年享受此项优惠政策。

根据财税[2018]77 号《关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》规定，自 2018 年 1 月 1 日起至 2020 年 12 月 31 日，将小型微利企业的年应纳税所得额上限由 50 万元提高至 100 万元，对年应纳税所得额低于 100 万元（含 100 万元）的小型微利企业，其所得减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。本公司的子公司苏州凌霄科技有限公司、苏州元全信息科技有限公司 2018 年享受此项优惠政策。

根据国家税务总局公告[2019]2 号《关于实施小型微利企业普惠性所得税减免政策有关问题的公告》规定，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。本公司的子公司苏州凌霄科技有限公司、苏州元全信息科技有限公司 2019 年和 2020 年 1-6 月享受此项优惠政策。苏州凌霄科技有限公司应纳税所得额不超过 100 万元的部分，实际所得税税率为 5%，应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，实际所得税税率为 10%。苏州元全信息科技有限公司，实际所得税税率为 5%。

（三）其他事项

适用 不适用

七、 会计政策、估计变更及会计差错

(一) 会计政策变更

√适用□不适用

1. 会计政策变更基本情况

单位：元

期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2020年1月1日	执行新收入准则，与业务相关的预收款项重分类至合同负债及其他流动负债。	董事会决议	合同负债	-	3,557,038.06	3,557,038.06
			预收款项	3,770,460.34	-	-3,770,460.34
			其他流动负债	-	213,422.28	213,422.28
2019年末	应收票据和应收账款”重分类至“应收票据”和“应收账款”中	董事会审批	应收票据	-	-	-
			应收账款		53,556,037.01	53,556,037.01
			应收票据及应收账款	53,556,037.01		-53,556,037.01
2019年末	“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”列示		应付票据	-	-	-
			应付账款		5,680,925.85	5,680,925.85
			应付票据及应付账款	5,680,925.85		-5,680,925.85
2019年1月1日	将银行理财产品从“其他流动资产”重分类至“交易性金融资产”	董事会审批	其他流动资产	34,590,000.00		-34,590,000.00
			交易性金融资产		34,590,000.00	34,590,000.00
2018年末	“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”	董事会审批	应收票据	-	-	-
			应收账款	29,804,043.45	-	-29,804,043.45
			应收票据及		29,804,043.45	29,804,043.45

			应收账款			
2018 年末	“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”		应付票据			
			应付账款	951,249.46		-951,249.46
			应付票据及应付账款		951,249.46	951,249.46
2018 年	将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示	董事会审批	管理费用	20,300,982.44	7,195,229.45	-13,105,752.99
			研发费用		13,105,752.99	13,105,752.99
2018 年	将公司收到的扣缴个人所得税税款手续费，计入其他收益	董事会审批	营业外收入	15,625.33	-	-15,625.33
			其他收益	471,500.00	487,125.33	15,625.33
2017 年	与本公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。	董事会审批	其他收益	20,763.96	733,863.96	713,100.00
			营业外收入	713,100.00		-713,100.00

其他事项：

公司会计政策变更不涉及其他事项。

2. 首次执行新金融工具准则、新收入准则、新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

√适用 □不适用

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。

涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。公司自 2019 年 1 月 1 日起执行上述新金融工具准则，将记录在其他流动资产中的银行理财 34,590,000.00 元调整至交易性金融资产，不涉及其他财务报表项目的调整。

此外，公司自 2020 年 1 月 1 日起首次执行新收入准则无需调整首次执行当年年初财务报表相关项目。公司尚未执行新租赁准则。

（二） 会计估计变更

适用 不适用

（三） 会计差错更正

适用 不适用

八、 发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一） 重大期后事项

适用 不适用

（二） 或有事项

适用 不适用

（三） 其他重要事项

适用 不适用

九、 滚存利润披露

适用 不适用

（一） 报告期内利润分配情况

2017 年 4 月，经股份公司 2016 年年度股东大会审议批准，以截至 2016 年 12 月 31 日未分配利润向股东每 10 股派现 1.50 元（含税），共分配现金股利 135.60 万元。同时，以资本公积向全体股东每 10 股转增 25 股，转增股本后，公司总股本由 9,040,000 股增加至 31,640,000 股。

2018 年 5 月，经股份公司 2017 年年度股东大会审议批准，以截至 2017 年 12 月 31

日未分配利润向股东每 10 股派现 1.50 元（含税），共分配现金股利 474.60 万元。

2019 年 5 月，经股份公司 2018 年年度股东大会审议批准，以截至 2018 年 12 月 31 日未分配利润向股东每 10 股派现 3.00 元（含税），共分配现金股利 949.20 万元。

2020 年 5 月，经股份公司 2019 年年度股东大会审议批准，以截至 2019 年 12 月 31 日未分配利润向股东每 10 股派现 5.00 元（含税），共分配现金股利 1,582.00 万元。

在上述利润分配过程中，公司依法履行了自然人股东个人所得税的代扣代缴义务。

（二）本次发行完成前滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年 8 月 26 日召开的 2020 年第二次临时股东大会决议，公司在本次公开发行股票完成后，滚存的未分配利润将由新老股东按持股比例共同享有。

第九节 募集资金运用

一、 募集资金概况

(一) 本次募集资金数额及投资项目

经公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过，公司本次拟公开发行人民币普通股不超过 536 万股，募集资金净额将全部用于以下项目：

单位：万元

序号	实施项目	投资总额	募集资金投入金额
1	泛优化技术升级及平台建设项目	7,921.31	7,900.00
2	研发中心建设项目	3,839.86	3,800.00
3	补充流动资金	5,000.00	5,000.00
合计		16,761.17	16,700.00

募投项目计划总投资为 16,761.17 万元，其中拟用公开发行股票募集资金 16,700.00 万元，自筹资金 61.17 万元。若本次发行股票的实际募集资金少于计划募集资金，缺口部分将由公司通过自筹资金方式解决；如本次发行股票的实际募集资金超过计划募集资金，超过部分继续用于募投项目投资或经法定程序后用于与公司主营业务相关的用途。本次募集资金到位前，可以先由公司用自有资金投入募投项目，募集资金到位后可以对前期投入的自有资金予以置换。

(二) 本次募集资金管理及安排

为规范募集资金的管理和使用，提高资金使用效率和效益，切实保护投资者的利益，公司根据《公司法》、《证券法》、《非上市公众公司监督管理办法》等有关规定，制定了《募集资金管理制度》，对募集资金专户存储、募集资金使用、募集资金用途变更以及募集资金管理与监督等进行了详细严格的规定。本次募集资金到位后将存放于公司董事会指定的专项账户，以有效保证募集资金的专款专用。

二、 募集资金运用

(一) 泛优化技术升级及平台建设项目

1、项目概况

随着国家政策大力推进全产业链数字化转型，数字营销作为企业数字化转型的重要突破口，逐渐成为企业进行品牌宣传的主要手段。为适应媒介种类的日新月异以及广告主市场营销需求的急剧增长，本项目系在现有技术基础上，对公司原有的全媒体优化解决方案系统平台进行改造升级，通过搭建运营系统、完善服务模块及提供行业解决方案等三个方面，实现平台一体化、服务标准化。本项目建设完成后，可以有效增强设备配置水平以具备全样本分析能力，增大训练样本和优化算法、开发运营效果监测系统，从而大力提升公司向企业客户的营销服务能力和服务质量。

2、项目建设的必要性

(1) 完善数字营销全产业链布局，顺应行业发展趋势

随着目前网民规模和互联网普及率的不断提升，互联网已成为人们获取信息最常用的途径。并且在国家政策大力推动社会全产业数字化转型的背景下，以消费者需求为导向、注重互动性的数字营销手段逐渐得到企业的重视。在此背景下，企业尤其是跨国公司以及国内市场运作水平较高的一线企业对专业的终端营销服务的需要日益增长，具有品牌优势、网络优势、服务质量、资金实力的营销服务机构面临巨大的市场机遇。

近年来，随着中国数字化营销行业迅猛发展，行业内参与者越来越多，竞争也越来越激烈，是否具有核心数据，能否为广告主提供一站式营销解决方案成为衡量数字营销公司实力的关键。本项目公司将通过完善及优化全媒体优化解决方案系统化平台，搭建基于公司业务流的策划及运营过程中所需的运营系统，通过数据抓取技术、自然语言处理、语义分析、优化算法等逐步升级运营所需数据的自动化抓取、内容的自动化产生及运营效果监测，使其在提升公司内部管理效率同时提取并积累相关数据，为客户提供标准化一站式全媒体数字营销优化解决方案。本项目结合了国家产业政策发展方向，是顺应全社会数字化转型背景下做出的必然选择。

(2) 扩展公司网络媒介的深度及广度，保持公司行业地位

公司自成立以来，始终专注于向多领域客户提供数字化营销整体优化服务解决方

案，在行业积累了一定的品牌知名度。随着微博、抖音、今日头条、小红书等社会化媒体的快速发展，国内网络媒介“分散化”程度加剧。为适应营销手段多元化的市场环境以及满足客户对整合营销传播服务的需求，公司需要通过增大训练样本和优化算法，加大对各网络媒介和电商交易平台海量信息数据采集、记录、分析、应用及优化力度。在立足传统搜索引擎的基础上，积极扩展淘宝、微博、抖音、今日头条、小红书等为代表的新媒体优化营销业务。

本项目建设完成后，一方面公司的数据抓取能力及优化算法能力将显著提升，不仅满足了客户对于全媒体整合营销的要求，同时满足公司对于自身品牌塑造的需求。另一方面，公司通过开发运营效果监测系统，针对各平台曝光位置、曝光内容、曝光效果进行监测，并提供量化分析和决策支持，为客户实时提供数字营销效果，大幅提升公司服务能力，使公司在整个数字营销行业领域扮演着愈发关键的角色，保持公司在行业内的竞争力。

3、项目建设的可行性

(1) 公司具有良好的客户基础

公司依靠成熟的技术、优质的服务素质和良好的销售能力，吸引了大批优质客户，并建立了长期稳定的合作关系。目前，公司已经成为多家广告公司优选的搜索引擎优化合作伙伴，客户广泛分布于金融、互联网、电器、车辆、美妆、医药保健、食品、快消、服饰、奢侈品等热门行业，主要客户多为国内外知名品牌，在各自行业占有重要地位，包括前程无忧、大金空调、兰蔻、自然堂、高露洁、国泰君安、李宁、苏泊尔等。

由于公司在行业内树立了良好的品牌形象，不断拓展新客户并持续增加老客户与公司的合作规模和深度。公司营业收入由 2017 年的 6,296.33 万元增长至 2019 年的 14,743.46 万元，复合增长率超过 50.00%，业务发展保持了较好的成长性。公司丰富的客户资源，也为本项目的实施奠定了良好的市场基础。

(2) 成熟的项目开发经验

公司多年来深耕全媒体优化营销行业，一直秉承以技术研发为核心驱动力，以卓越的产品品质和服务满足客户的需求为价值导向，持续推动公司技术和服务的进步。在业务发展过程中，公司通过不断钻研开发出了多个专业软件，并且多数研发成果获得了软件著作权认证，积累了丰富的项目开发经验。截止目前，公司拥有软件著作权 45 项。

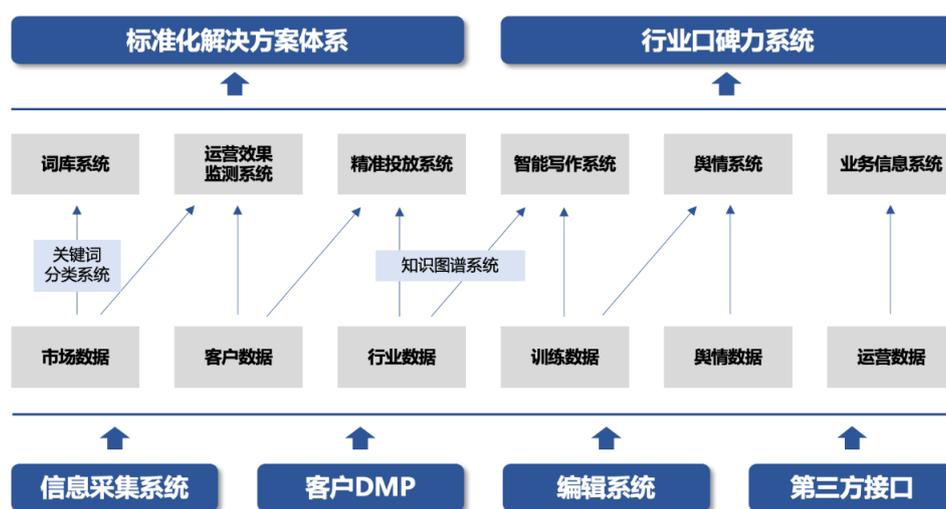
本项目是公司在现有业务运营的基础上，梳理出许多亟待解决的问题，从而明确了现有业务平台技术升级方向。公司过往的项目运营、管理及开发经验将直接保证公司在本项目整个实施过程中项目的正常运行以及项目开发服务质量，助推本项目顺利实施。

(3) 国家政策的大力支持

数字营销产业作为我国现代服务业和文化产业的重要组成部分，在服务推进我国经济转型升级、引导扩大消费、促进经济增长、繁荣社会文化中继续发挥着积极作用。为促进数字营销产业科学、健康发展，国务院及有关部门先后颁布了一系列支持政策，如《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》、《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》、《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》等。上述国家产业政策的出台，有利于推动数字营销行业的长期稳定发展，为本项目的实施创造了良好政策环境。

4、项目建设内容

本项目建设内容包括全媒体优化运营系统、全媒体优化服务模块、全媒体优化服务标准化解决方案平台等三个子系统的升级与研发。三个子系统完成后将进一步加强公司对外提供全媒体优化服务的能力，实现提升效率、优化服务流程、自反馈服务效果等作用。



(1) 全媒体优化运营系统

公司将通过升级全媒体优化运营系统，实现销售系统、运营系统和财务系统等系统数据的互联互通，以提高公司决策能力；同时，将优化扩词系统以扩大关键词范围，增大公司关键词词库，同时提升 NLP 识别准确度，更好的挖掘搜索市场的用户需求以保持行业领先地位。

公司在全媒体优化运营领域已经积累了多年的运营经验，前期已经陆续开发和使用了多个运营业务支撑模块，包括行业分析、竞品分析、内容生成等。这些模块为优化方案制定和执行提供了较好的支撑，提升了运营的效率和质量。在该项目的建设周期内，计划进一步完善各模块的功能，通过系统化的方式将运营模块打通，并与公司的其他业务支撑系统实现互联互通，进一步提升运营和决策效率。公司长期积累的扩词系统也需要针对不断涌现的新平台、新趋势和新世代保持持续更新，从而为全媒体优化解决方案持续输出优化方案技术支撑。

（2）全媒体优化服务模块

公司对于全媒体优化服务模块进行技术升级，在原有基础上开发运营效果监测系统，针对各平台曝光位置、曝光内容、曝光效果进行监测，并提供量化分析和决策支持，以提升公司产品服务质量；同时对现有智能写作系统和行业知识图谱信息检测分析和预测系统进行技术升级，通过增大训练样本和优化算法，增加神经网络的深度，提升行业专项文章的生成质量和生产效率。

公司前期积累了较为成熟的效果监测技术，但随着泛优化业务在越来越多的平台上展开，还需要进一步提升跨平台效果监测的能力，并且进一步加强监测的自动化能力。在该项目的建设周期内，计划结合行业数据和客户数据，将各个优化平台上的效果进行分布式连续监测，进而改进服务质量、灵活调整优化方案、提升服务效率。

（3）全媒体优化服务标准化解决方案平台

公司将基于前期积累的自动化数据抓取及分析，与客户的标准化接口及行业洞察能力，制定各主流媒体平台的优化模型，用以量化各平台曝光位效果，使得整个优化方案完全量化，为各平台提供不同形态的标准化的一站式解决方案。

在完成前两个系统及模块的建设后，公司将形成一个全媒体优化服务标准化解决方案平台。由于整体运营效率提升、程序自动化能力升级、跨平台分析和跟踪能力健全，该平台能与客户的标准化接口打通，为客户提供更为精准的数据分析和洞察服务。基于

各媒体平台发展状态、品牌营销策略及用户行为习惯，公司能为客户制定较为长期的优化方案，同时也能根据自动化监测反馈制定特定时期、特定策略和特定事件激发下的灵活优化调整方案，实时保证客户在各平台的优化效果。

5、项目投资概算

本项目预计总投资 7,921.31 万元，其中建设投资 4,656.13 万元，研发人员工资投入 1,263.00 万元，铺底流动资金 2,002.18 万元，具体如下：

单位：万元

序号	项目	投资金额	投资占比
一	建设投资	4,656.13	58.78%
1	办公场地购置及装修	3,186.60	40.23%
1.1	办公场地购置费	3,051.00	38.52%
1.2	办公场地装修费	135.60	1.71%
2	软硬件投入	1,247.81	15.75%
2.1	研发设备购置	1,085.81	13.71%
2.2	办公设备购置	162.00	2.05%
3	预备费用	221.72	2.80%
二	研发人员工资投入	1,263.00	15.94%
三	铺底流动资金	2,002.18	25.28%
四	项目总投资	7,921.31	100.00%

6、项目备案及环评情况

本项目已于 2020 年 8 月 21 日完成项目备案(备案证号:苏园行审备[2020]547 号)。

本项目为互联网信息技术开发和升级项目，不涉及实物生产加工环节，不会产生工业废气、废水、废渣与噪声等工业污染物，不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》（环境保护部令第 44 号）和《关于修改<建设项目环境影响评价分类管理名录>部分内容的决定》（生态环境部令第 1 号）规定的建设项目，无需办理环境影响评价审批手续。

7、项目实施进度

本项目建设期 2 年，第二年新研发系统开始投向市场产生效益，后续为升级优化期，具体进度安排如下：

序号	项目	建设期			
		T+1		T+2	
		Q1-Q2	Q3-Q4	Q1-Q2	Q3-Q4

1	场地装修	*			
2	软硬件设备安装	*	*		
3	人员招募与培训	*		*	
4	升级与研发的系统陆续完成并产生效益	*	*	*	*

注：上述标有*符号的单元格为相关流程的预计进展时间段。

8、项目经济效益

本项目总投资为 7,921.31 万元，税后内部收益率为 27.23%，税后静态回收期为 5.08 年。

(二) 研发中心建设项目

1、项目概况

公司研发中心将以增强自主创新能力，提高公司产品的技术研究开发、科技成果转化技术服务能力为建设目标。研发中心的建设将推动公司产品服务技术升级，提高公司自主创新能力，增强公司核心竞争力进而扩大公司业务规模。依据数字营销行业发展态势和国家的中长期规划，公司对研发工作制定了中长期发展目标，为公司研发工作的实施提供了科学规划，并确定了部分前瞻性的研发方向。研发中心未来研发方向主要包括数字营销领域数据分析平台、社会化媒体营销洞察系统、数字营销领域自然语言处理技术研发、数字营销领域知识图谱技术研发等。

研发方向名称		描述
数字营销领域 数据分析平台	项目开发 研究背景	在数字营销领域，营销数据是执行精细化营销策略的底层资源，是营销活动成功与否的基础物料。营销数据能够帮助广告主和营销人员对市场、消费者、产品、营销效果、竞争信息进行深入分析，为决策者提供更加科学合理的营销策略决策依据，降低决策失误风险。又由于数据分析的实时、高效、便捷的特点，能保证广告主的决策效率。然而目前营销数据在保证隐私数据安全性的前提下仍然没有得到充分的收集和分析。另外数字营销领域的数据分析不单纯是对数据的分析，还包括了对社会发展学、消费者心理学、传播学、数据建模等多学科的交叉融合。考虑到营销平台、技术及参与者也在高速裂变的过程中，更增加了该问题的复杂度。
	项目拟解 决的关键 问题	1、拟整合多平台、多种来源的营销相关数据包括媒体 pgc、ugc 数据、品牌活动基础数据及结果特征数据。 2、对以上数据进行整合和清洗。方便在本数据平台上进行可扩展的多数据维度分析和洞察。 3、平台包括数据获取、数据结构化与清洗、关键营销数据指标构建等模块。
	项目应用 前景	该项目相当于数字营销领域的新基建。构建的数据分析平台包含了数据、算法、模型等多重技术积累，可作为平台整体输出具有数据支持的营销策略，也可作为单个模块为其他业务助力。
社会化媒体营 销洞察系统	项目开发 研究背景	社会化媒体已经成为信息传播的重要渠道，同时也是营销活动的重要场所。建立对社会化媒体的洞察能力，对品牌的传播能力具有积极的意义。该能力建立的挑战在于社会化媒体中活跃的 KOL/KOC 及对品牌的影响力变化较快，对洞察能力要求较高。
	项目拟解 决的关键 问题	1、主要社会化媒体平台中 KOL/KOC 相关数据的整合； 2、KOL/KOC 相关数据的分析； 3、KOL/KOC 与品牌关联度的分析； 4、洞察决策支撑体系；

	项目应用前景	在数据分析平台的基础上构建有效的社会化媒体洞察理论、前沿技术进行深度新媒体营销洞察以支撑市场和营销人员创新、有效、高性价比的进行营销活动决策。建设富有竞争力的洞察系统，能够在未来的互联网营销市场中构建竞争优势。
数字营销领域自然语言处理技术研发	项目开发研究背景	自然语言处理（NLP）是计算机科学领域与人工智能领域中的一个重要方向。近年来该技术的应用场景得到不断拓展。数字营销领域也需要在舆情分析、AI 写作等细分应用领域得到自然语言处理技术的支撑。但该技术研发要求较高，需要对自然语言理解（NLU）、自然语言生成（NLG）、机器学习等技术有深刻理解，并能根据网络架构、平台架构及实际需求进行技术匹配。
	项目拟解决的关键问题	1、多模态学习模型，包括文字、图片、语音、视频模型。 2、升级语义训练模型。 3、逐步升级对词、句、段落和篇章的语义分析。 4、深度学习技术在自然语言处理上的应用。
	项目应用前景	该项目的应用场景广泛，能提升营销的智能化水平，同时大幅提升营销效率，长期来看降低人工成本，提升服务容量。
数字营销领域知识图谱技术研发	项目开发研究背景	知识图谱是通过基于语义网络的知识库，用以描述实体、事件之间的关系。因为其关系型的特点，知识图谱在数字营销领域有着天然的应用，包括搜索优化、智能问答、社交关系、情报分析等。
	项目拟解决的关键问题	1、构建知识图谱模型。 2、构建社会化媒体社交关系模型。 3、社交关系模型在数字营销领域的应用。
	项目应用前景	知识图谱作为一个较新的技术领域，已经形成了技术框架，但结合数字营销领域的特点还需要进一步深化技术细节。该项目能支持广泛的应用场景。

2、项目建设的必要性

数字营销指以“技术+数据”双驱动，帮助企业构建面向消费者的全面触达交易、运营、服务的营销数字化平台与服务；并实现生产效率提高、零售价值再造以及数据赋能。近年来，数字经济作为全球经济的重要内容，成为全球经济发展的主线，并在逐步推动产业界和全社会的数字转型。数字营销作为企业数字化转型的重要突破口，市场需求不断爆发。云计算、人工智能、大数据等新一代信息技术的发展不断推动着营销技术、架构、方式的变革。同时，以消费者为核心的数字营销也反作用于技术的发展、产品的创新与迭代，数字营销市场的魅力不断绽放，不断扩大的数字营销版图不仅是数字经济发展的新风口，也成为互联网巨头及创新型企业竞相追逐的新蓝海。

目前，虽然公司在数据、算法及工具类技术上有一定的技术积累，但现有技术平台及营销服务标准化程度低，针对个性化需求开发时间较长，对不同行业客户能够提供的数据库支持有限。为此，公司需要升级现有技术平台、增加功能模块以及数据抓取能力，使公司的产品和服务模块化、自动化、标准化，在满足大型企业客户需求同时也能中小型客户企业提供个性化、精准化服务。本项目实施完成后，将大幅提高服务效率，进一步巩固公司的市场规模，增强盈利能力。

3、项目建设的可行性

经过近年的快速发展，公司在数字营销行业内积累了良好的市场口碑，在优化服务

数字营销领域形成了独特的竞争优势。在发展过程中，公司组建了一支理论知识、专业背景、业务技术水平较强的技术研发队伍，公司核心团队成员拥有中国科学技术大学计算机学科学历背景，具有十多年的数字营销技术行业经验。根据公司的业务发展需要，研发团队建设了数据处理平台，建立了搜索关键词库，以满足不同类型客户及网络媒介的需求，积累了丰富的实践经验。

本项目旨在推动公司产品服务技术升级，提高公司自主创新能力，是公司管理层基于对公司的清晰认知和对数字营销未来趋势的判断做的战略决策，在公司高素质的技术研发团队的帮助下，具有较强的可实现性。

4、项目建设内容

(1) 新建研发场地

随着公司业务规模的不断增长，公司现有办公场地已不能满足公司研发人员办公需求及研发需求。为适应市场日益繁多的媒介，满足广告主多样化的营销需求，本项目拟购置研发场地，对优化数字营销技术进行前瞻性研究，以保持公司市场竞争力。

(2) 增加软硬件配置

本项目拟在公司现有研发中心的基础上，加大研发投入，添置研发中心所需的研发设备及对未来相关技术课题进行研究和实验，以进一步提高公司的研发能力和自主创新能力，为公司技术创新提供软硬件支持和实验保障。

(3) 扩充研发团队

本项目拟招聘技术人员 28 人，扩充公司技术人员储备，增强技术研发实力。公司将建立更为完善的应用型专业人才培养体系，提高人才培养质量，增强公司的研发能力。同时，增强对研发人员的指导与培训，提升研发人员专业技能及综合素质，以适应个性化、多样化的数字营销市场。

5、项目投资概算

本项目预计总投资 3,839.86 万元，其中建设投资 1,193.66 万元，研究课题开发费用 383.00 万元，新增研发人员投入 2,263.20 万元。

单位：万元

序号	项目	项目资金	占比
一	建设投资	1,193.66	31.09%

1	办公场地购置及装修	789.60	20.56%
1.1	办公场地购置费	756.00	19.69%
1.2	办公场地装修费	33.60	0.88%
2	设备购置费用	347.22	9.04%
3	预备费	56.84	1.48%
二	研究开发费	383.00	9.97%
1	研究基础采购费	190.00	4.95%
2	对外技术合作费	114.00	2.97%
3	测试费用	52.00	1.35%
4	认证费用	27.00	0.70%
三	研发人员费用	2,263.20	58.94%
四	项目总投资	3,839.86	100.00%

6、项目备案及环评情况

本项目已于 2020 年 8 月 21 日完成项目备案(备案证号:苏园行审备[2020]546 号)。

本项目为互联网信息技术研发项目,不涉及实物生产加工环节,不会产生工业废气、废水、废渣与噪声等工业污染物,不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》(环境保护部令第 44 号)和《关于修改<建设项目环境影响评价分类管理名录>部分内容的决定》(生态环境部令第 1 号)规定的建设项目,无需办理环境影响评价审批手续。

7、项目实施进度

本项目建设周期为 36 个月,具体实施进度如下:

序号	内容	T+1				T+2	T+3
		Q1	Q2	Q3	Q4		
1	场地购置及装修	*					
2	设备采购及安装	*				*	*
3	人员招聘及培训	*	*	*	*	*	*
4	项目课题启动	*	*	*	*	*	*
5	功能实现						*
6	申报专利						*

注:上述标有*符号的单元格为相关流程的预计进展时间段。

8、项目经济效益

本项目属技术研发项目,不直接产生销售收入。

(三) 补充流动资金

1、项目概况

本次发行募集资金在满足上述项目资金需求的同时，拟利用募集资金 5,000.00 万元补充流动资金，以增强公司资本实力，改善公司财务状况，满足公司战略发展和对营运资金的需求。

2、补充流动性资金的必要性及合理性

近年来，随着数字营销行业的发展和各类新兴媒体的涌现，公司业务种类和应用场景的不断拓展，服务条线逐渐从单一的搜索引擎优化延伸到包括小红书、抖音、知乎、电商等平台在内的泛优化领域，业务规模保持高速增长。随着募集资金投资项目的实施，公司全媒体优化业务规模将进一步提升，未来产品开发和市场拓展产生了持续的营运资金需求。同时，为保持公司现有技术服务的更新和优化，公司需要加大对技术研发的持续投入。因此，补充流动资金既是公司业务扩张的基础，也是抵御市场风险、应对市场需求变化、提升核心竞争力的需要。

3、补充流动资金项目的管理安排

公司将严格按照《募集资金管理制度》的规定对补充营运资金进行管理。使用过程中将根据公司业务发展的需要，合理安排该部分资金投放，保障募集资金的安全和高效使用，保障和提高股东收益。在具体资金支付环节，公司将严格按照财务管理制度和资金审批权限进行使用。

三、 历次募集资金基本情况

（一）前次募集资金基本情况

1、募集资金的数额、资金到账时间

公司 2016 年第一次股票发行方案经 2016 年 6 月 3 日公司第一届董事会第四次会议、2016 年 6 月 22 日公司第一次临时股东大会审议通过。根据发行方案，公司向 5 名投资者共计发行 104 万股，每股发行价格 25 元，共计募集资金人民币 2,600 万元，募集资金用途为补充流动资金。公司于 2016 年 10 月 25 日取得全国股份转让系统函[2016]7084 号《关于苏州闻道网络科技股份有限公司股票发行股份登记的函》。上述募集资金已由认购对象按照认购公告和认购合同的约定，存入公司名下招商银行苏州分行独墅湖支行账户，并经由中兴华会计师事务所（特殊普通合伙）审验出具了中兴华验字[2016]第

JS-0049 号《验资报告》。

2、募集资金管理情况

公司已按照相关规定建立并披露了《募集资金管理制度》。2016年8月25日，公司第一届董事会第五次会议审议通过了《关于公司设立募集资金专项账户的议案》，公司在招商银行股份有限公司苏州分行独墅湖支行开立募集资金专户，用于公司募集资金的存储和使用，不得用作其他用途。公司已将募集资金 2,600 万元转入专项账户，并连同东吴证券与招商银行苏州分行签订了《募集资金三方监管协议》。公司在募集资金的存储、使用、监管和责任追究等各方面严格遵守《募集资金管理制度》和有关法律法规的相关规定，切实保护公司和股东的合法权益，不存在违规存放与使用募集资金的情况。

3、募集资金的结余情况

截止 2020 年 6 月 30 日，前次募集资金总额 2,600 万元已全部使用完毕，募集资金存放情况如下：

开户行名称	账号	初始存入金额（元）	期末余额（元）
招商银行股份有限公司苏州分行独墅湖支行	512905981610888	26,000,000.00	0.00

（二）前次募集资金实际使用情况说明

1、前次募集资金使用情况对照表

内容详见《前次募集资金使用情况对照表》。

2、前次募集资金实际投资项目变更情况说明

前次募集资金不存在实际投资项目变更情况。

3、前次募集资金项目的实际投资总额与承诺的差异内容和原因说明

内容详见《前次募集资金使用情况对照表》。

4、前次募集资金投资项目对外转让或置换情况说明

前次募集资金投资项目不存在对外转让或置换情况。

5、闲置募集资金情况说明

前次募集资金不存在闲置情况。

6、前次募集资金未使用完毕的情况

前次募集资金已使用完毕。

(三) 前次募集资金投资项目实现效益情况说明

公司前次募集资金投资项目不存在实现效益情况。

(四) 前次募集资金中用于认购股份的资产运行情况说明

公司前次募集资金不存在认购资产情况。

(五) 前次募集资金实际使用情况的信息披露对照情况

截至 2020 年 6 月 30 日，公司前次募集资金实际使用情况与公司定期报告和其他信息披露文件中的内容不存在差异。

前次募集资金使用情况对照表

截至 2020 年 6 月 30 日

单位：万元

募集资金总额：2,600 万元						已累计使用募集资金总额：2,617.44 万元				
变更用途的募集资金总额：无						各年度使用募集资金总额：2016 年度：801.94 万元、2017 年度：1,815.50 万元				
变更用途的募集资金总额比例：无										
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				项目达到预定可使用状态日期(或截止日项目完工程度)
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额	
1	补充流动资金	补充流动资金	2,600.00	2,600.00	2,600.00	2,600.00	2,600.00	2,617.44	17.44	-
	合计	--	2,600.00	2,600.00	2,600.00	2,600.00	2,600.00	2,617.44	17.44	-

注：公司募集资金累计投资额 2,617.44 万元，承诺投资金额 2,600.00 万元，差额 17.44 万元，系募集资金专户存放期间产生的利息。

四、 其他事项

无。

第十节 其他重要事项

一、 尚未盈利企业

公司已经盈利，不适用。

二、 对外担保事项

截至本公开发行说明书签署日，公司不存在为合并报表范围外的主体进行对外担保的情况。

三、 诉讼、仲裁事项

（一）公司诉讼及仲裁事项

截至本发行说明书签署日，公司及其控股子公司不存在作为一方当事人对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

（二）公司控股股东、实际控制人诉讼及仲裁事项

截至本发行说明书签署日，公司控股股东、实际控制人不存在作为一方当事人可能对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

（三）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员诉讼及仲裁事项

截至本发行说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在作为一方当事人可能对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及重大行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

四、 控股股东、实际控制人重大违法行为

报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

五、 其他事项

无。

第十一节 声明与承诺

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本公开发行说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：



袁学文



鲁琼



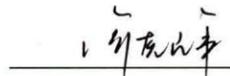
王李军



姚晓澜



张攀



缪克峰

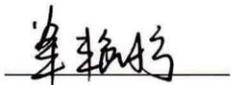


张才尧

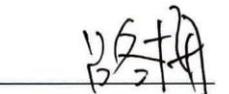


郑巍

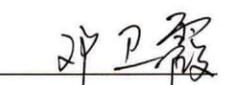
全体监事签名：



单艳婷

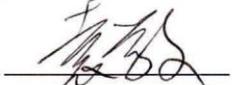


吕冬梅



邓卫霞

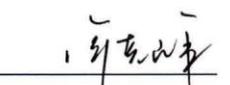
全体高级管理人员签名：



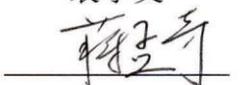
袁学文



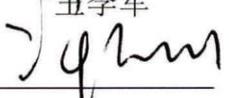
王李军



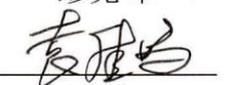
缪克峰



蒋孟奇



许宗剑



袁佳鸣

苏州闻道网络科技有限公司

2020年11月22日

二、发行人控股股东声明

本人承诺本公开发行说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

控股股东：


袁学文

苏州闻道网络科技股份有限公司



2020 年 11 月 12 日

三、发行人实际控制人声明

本人承诺本公开发行说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

实际控制人：



袁学文



鲁 琼

苏州闻道网络科技股份有限公司



2020 年 11 月 12 日

四、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对公开发行说明书进行了核查，保荐机构管理层已认真阅读苏州闻道网络科技股份有限公司公开发行说明书的全部内容，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人： 吴娇
吴 娇

保荐代表人： 邓红军
邓红军

尹翔宇
尹翔宇

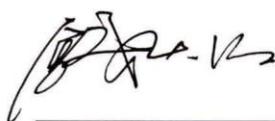
法定代表人、董事长、总经理： 范力
范 力

东吴证券股份有限公司
320501
2020 年 11 月 12 日

五、发行人律师声明

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

经办律师：



钱大治

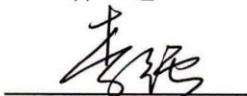


郇 祺



林 惠

律师事务所负责人：



李 强



六、承担审计业务的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读公开发行人说明书，确认公开发行人说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告、发行人前次募集资金使用情况的报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在公开发行人说明书引用的审计报告、内部控制鉴证报告、发行人前次募集资金使用情况的报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表内容无异议，确认公开发行人说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

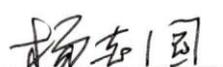

吴震东


范翊


范翊



会计师事务所负责人：


杨志国



立信会计师事务所(特殊普通合伙)



2020年11月12日

本所及签字注册会计师已阅读公开发行说明书，确认公开发行说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告、发行人前次募集资金使用情况的报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在公开发行说明书引用的审计报告、内部控制鉴证报告、发行人前次募集资金使用情况的报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表内容无异议，确认公开发行说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

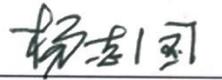


郑斌



张金生

会计师事务所负责人：



杨志国



立信会计师事务所（特殊普通合伙）



关于签字会计师离职的说明

张金生已经于 2018 年 8 月从立信会计师事务所（特殊普通合伙）离职。特此说明。

会计师事务所负责人：

杨志国



杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



2020 年 11 月 16 日

七、 承担评估业务的资产评估机构声明

适用 不适用

八、 其他声明

适用 不适用

第十二节 备查文件

一、备查文件目录

- (一) 发行保荐书；
- (二) 法律意见书；
- (三) 财务报告及审计报告；
- (四) 公司章程（草案）；
- (五) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的承诺事项；
- (六) 内部控制鉴证报告；
- (七) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (八) 中国证监会核准本次公开发行的文件；
- (九) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间和地点

(一) 公开发行说明书全文和备查文件可到发行人及保荐机构（主承销商）的法定住所查询。查询时间：工作日上午 9：30-11：30，下午 14：30-16：30。

(二) 公开发行说明书全文可通过全国中小企业股份转让系统指定信息网站查询。