

关于广州时间网络科技股份有限公司 股票公开转让并挂牌申请文件 的审核问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵公司于 2023 年 7 月 13 日出具的《关于广州时间网络科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件的审核问询函》（以下简称“审核问询函”）已收悉。广州时间网络科技股份有限公司（以下简称“公司”“时间网络”“拟挂牌公司”）、东北证券股份有限公司（以下简称“东北证券”“主办券商”）、广东华商律师事务所（以下简称“律师”）与华兴会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）对审核问询函进行了认真研究和逐项落实，现回复如下，请审核。除非另有说明或要求，本回复所用简称和相关用语与《公开转让说明书》具有相同含义，涉及对《公开转让说明书》修改的已用楷体加粗标明。

本回复中的字体代表以下含义：

黑体（加粗）	反馈意见所列问题
宋体	对反馈意见所列问题的回复、说明及核查意见
楷体（加粗）	对公开转让说明书进行补充披露、更新

本回复中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，均系计算中四舍五入造成。

问题 1、关于特殊投资条款。公司存在现行有效的特殊投资条款。请公司：

（1）全面梳理并以列表形式补充说明现行有效的全部特殊投资条款，逐条说明是否符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》

关于“1-8 对赌等特殊投资条款”的要求，并将上述内容在公开转让说明书之“公司股权结构”之“其他情况”进行集中披露；（2）结合相关主体签订有关终止或变更特殊投资条款的协议或补充协议，详细说明变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效；如存在恢复条款，说明具体恢复条件，是否符合挂牌相关规定；（3）如存在现行有效的回购条款，详细说明回购触发的可能性、回购方所承担的具体义务；结合回购方各类资产情况，详细说明触发回购条款时回购方是否具备独立支付能力，是否可能因回购行为影响申请公司财务状况，触发回购条款时对公司的影响。

请主办券商及律师补充核查以上事项，并发表明确意见。

请主办券商、会计师结合财政部近期发布的案例核查公司签订对赌协议时是否应确认金融负债，会计处理是否准确，是否符合企业会计准则规定，并发表明确意见。

【公司回复】：

一、全面梳理并以列表形式补充说明现行有效的全部特殊投资条款，逐条说明是否符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于“1-8 对赌等特殊投资条款”的要求，并将上述内容在公开转让说明书之“公司股权结构”之“其他情况”进行集中披露

2016 年 7 月 15 日增资时，公司与投资人张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）签订的《增资认股协议》中包含了特殊投资条款，2018 年 9 月 1 日，张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）与公司签订《增资认股协议之补充协议（二）》，各方约定《增资认股协议》中的特殊投资条款予以解除且自始无效。截至本审核问询函回复出具之日，公司不存在现行有效的特殊投资条款。

《增资认股协议》中的特殊投资条款及其解除情况如下：

序号	协议	签订时间	主要内容	现行有效条款
1	增资认股协议	2016 年 7 月 15 日	(1) 本次增资完成后, 如公司需再增资的(无论一次或多次), 刘惠明、包正及公司均承诺张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业(有限合伙)有优先认购增资的权利; 如刘惠明、包正或公司其他股东转让股份的, 张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业(有限合伙)亦有优先购买权; (2) 各方同意, 在公司后续股权转让过程中, 张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业(有限合伙)有权部分或全部转让股权, 其他股东应同意其转让行为; 一方转让其股权的, 另其他方股东有优先受让部分或全部股权的权利。	无, 根据张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业(有限合伙)与广州时间网络科技有限公司于 2018 年 9 月 1 日签订的《增资认股协议之补充协议(二)》, 已终止。

根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的相关规定, 特殊投资条款存在以下情形的, 公司应当清理: (一) 公司为特殊投资条款的义务或责任承担主体; (二) 限制公司未来股票发行融资的价格或发行对象; (三) 强制要求公司进行权益分派, 或者不能进行权益分派; (四) 公司未来再融资时, 如果新投资方与公司约定了优于本次投资的特殊投资条款, 则相关条款自动适用于本次投资方; (五) 相关投资方有权不经公司内部决策程序直接向公司派驻董事, 或者派驻的董事对公司经营决策享有一票否决权; (六) 不符合相关法律法规规定的优先清算权、查阅权、知情权等条款; (七) 触发条件与公司市值挂钩; (八) 其他严重影响公司持续经营能力、损害公司及其他股东合法权益、违反公司章程及全国股转系统关于公司治理相关规定的情形。目前公司不存在现行有效的特殊投资条款, 因此符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于“1-8 对赌等特殊投资条款”的要求。

综上所述，公司在 2016 年增资过程中，曾存在与股东签署特殊投资条款的情形，特殊投资条款已由公司与相关股东签署补充协议予以终止，公司或股东之间不存在现行有效的特殊投资条款情况。相关情况公司已在《公开转让说明书》之“三、公司股权结构”之“（五）其他情况”部分予以披露。

二、结合相关主体签订有关终止或变更特殊投资条款的协议或补充协议，详细说明变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效；如存在恢复条款，说明具体恢复条件，是否符合挂牌相关规定

2016 年 7 月 15 日，张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）与广州时间网络科技有限公司签订《增资认股协议》，其中《增资认股协议》第三条第四款约定：本次增资完成后，如公司需再增资的(无论一次或多次)，刘惠明、包正及公司均承诺张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）有优先认购增资的权利；如刘惠明、包正或公司其他股东转让股份的，张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）亦有优先购买权。《增资认股协议》第七条第三款约定：各方同意，在公司后续股权转让过程中，张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）有权部分或全部转让股权，其他股东应同意其转让行为；一方转让其股权的，另其他方股东有优先受让部分或全部股权的权利。

2018 年 9 月 1 日，张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）与广州时间网络科技有限公司签订《增资认股协议之补充协议（二）》，约定解除原《增资认股协议》第三条第四款及第七条第三款，且张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）与广州时间网络科技有限公司一致同意并确认，原《增资认股协议》第三条第四款及第七条第三款自始无效，张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）从未依据原《增资认股协议》第三条第四款及第七条第三款的约定行使相关权利。

综上所述，上述《增资认股协议之补充协议（二）》有关解除特殊投资条款的约定系各方真实意思表示，未违反法律的强制性规定，协议内容真实有效；《增资认股协议之补充协议（二）》不存在约定恢复条款的情形，符合全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》的规定。

三、如存在现行有效的回购条款，详细说明回购触发的可能性、回购方所承担的具体义务；结合回购方各类资产情况，详细说明触发回购条款时回购方是否具备独立支付能力，是否可能因回购行为影响申请公司财务状况，触发回购条款时对公司的影响。

经核查，截至本审核问询函回复出具之日，公司及其股东之间不存在现行有效的回购条款。

【主办券商回复】：

一、主办券商核查程序

针对上述事项主办券商进行了以下核查程序：

1、查阅了公司工商档案、公司历次股权变动涉及的股转协议/增资协议及其补充协议、验资报告；

2、查阅公司及股东确认函等文件资料；

3、获取公司与投资人张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）签订的《增资认股协议》及补充协议；

4、查阅的财政部发布的应用案例“金融负债与权益工具的区分应用案例-补充协议导致发行人义务变化”、《企业会计准则第 37 号-金融工具列报》、《监管规则适用指引——会计类第 1 号》、《监管规则适用指引——发行类第 4 号》的相关规定，结合公司与投资人张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）签署的增资协议以及补充协议，判断公司的增资是否应确认为金融负债。

二、主办券商分析过程

针对公司回复部分问题（1）-（3）的分析过程同公司回复。

1、全面梳理并以列表形式补充说明现行有效的全部特殊投资条款，逐条说明是否符合《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》关于“1-8 对赌等特殊投资条款”的要求，并将上述内容在公开转让说明书之“公司股权结构”之“其他情况”进行集中披露。

同公司回复。

2、结合相关主体签订有关终止或变更特殊投资条款的协议或补充协议，详细说明变更或终止特殊投资条款协议是否真实有效；如存在恢复条款，说明具体恢复条件，是否符合挂牌相关规定。

同公司回复。

3、如存在现行有效的回购条款，详细说明回购触发的可能性、回购方所承担的具体义务；结合回购方各类资产情况，详细说明触发回购条款时回购方是否具备独立支付能力，是否可能因回购行为影响申请公司财务状况，触发回购条款时对公司的影响。

同公司回复。

4、请主办券商、会计师结合财政部近期发布的案例核查公司签订对赌协议时是否应确认金融负债，会计处理是否准确，是否符合企业会计准则规定，并发表明确意见。

根据财政部发布的应用案例“金融负债与权益工具的区分应用案例——补充协议导致发行人义务变化”：涉及签署的增资协议包含或有结算条款，且不属于“几乎不具有可能性”的情形，不能无条件地避免以现金回购自身权益工具的合同义务，应当确认为一项金融负债；补充协议导致公司的回购义务终止，即公司可以无条件地避免以现金回购自身权益工具的合同义务时，无须确认金融负债。

根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》及其应用指南：金融负债，是指企业符合下列条件之一的负债：（1）向其他方交付现金或其他金融资产的合同义务；（2）在潜在不利条件下，与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务；（3）将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的非衍生工具合同，且企业根据该合同将交付可变数量的自身权益工具；（4）将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的衍生工具合同，但以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产的衍生工具合同除外。权益工具，是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。企业发行的金融工具同时满足下列条

件的，符合权益工具的定义，应当将该金融工具分类为权益工具：（1）该金融工具应当不包括交付现金或其他金融资产给其他方，或在潜在不利条件下与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务；（2）将来须用或可用企业自身权益工具结算该金融工具。如为非衍生工具，该金融工具应当不包括交付可变数量的自身权益工具进行结算的合同义务；如为衍生工具，企业只能通过以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产结算该金融工具。

根据《监管规则适用指引——会计类第 1 号》：对于附回售条款的股权投资，投资方除拥有与普通股股东一致的投票权及分红权等权利之外，还拥有一项回售权，例如投资方与被投资方约定，若被投资方未能满足特定目标，投资方有权要求按投资成本加年化 10%收益（假设代表被投资方在市场上的借款利率水平）的对价将该股权回售给被投资方。从被投资方角度，该回售条款导致被投资方存在无法避免向投资方交付现金的合同义务，应分类为金融负债进行会计处理。

根据《监管规则适用指引——发行类第 4 号》中第 4-3 条：解除对赌协议应关注以下方面：（1）约定“自始无效”，对回售责任“自始无效”相关协议签订日在财务报告出具日之前的，可视为发行人在报告期内对该笔对赌不存在股份回购义务，发行人收到的相关投资款在报告期内可确认为权益工具；对回售责任“自始无效”相关协议签订日在财务报告出具日之后的，需补充提供协议签订后最新一期经审计的财务报告。（2）未约定“自始无效”的，发行人收到的相关投资款在对赌安排终止前应作为金融工具核算。

公司 2016 年 7 月 15 日签署的《增资认股协议》中的特殊投资条款为张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）享有“优先认购增资的权利、股权优先购买权、股权转让权”等，均不涉及到公司回购的或有条款；且公司于 2018 年 9 月 1 日签署《增资认股协议之补充协议（二）》，约定《增资认股协议》中的特殊投资条款予以解除且自始无效。

因此，公司签订协议时无需确认金融负债，会计处理准确，符合企业会计准则规定。

三、主办券商核查意见

经核查，主办券商认为：

1、公司历史上存在特殊投资条款，该等特殊投资条款已经解除，截至本审核问询函回复出具之日，公司或股东之间不存在现行有效的特殊投资条款情况；

2、公司与股东之间解除特殊投资条款的约定系各方真实意思表示，未违反法律的强制性规定，协议内容真实有效，不存在约定恢复条款的情形；

3、公司及其股东之间不存在现行有效的回购条款；

4、公司签订协议时无需确认金融负债，会计处理准确，符合财政部近期发布的案例、企业会计准则等相关法律法规的规定。

【律师回复】：

律师回复详见《广东华商律师事务所关于广州时间网络科技股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌的补充法律意见书（一）》关于问题 1 的回复。

【会计师回复】：

申报会计师回复详见《华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对关于广州时间网络科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件审核问询函的回复》关于问题 1 的回复。

问题 2、关于业务。公司（含子公司，下同）业务包括宣传影片拍摄制作、数字化品牌营销服务、媒介投放业务等。请公司：（1）补充说明公司在开展业务过程中是否可以获取用户相关个人信息和商业秘密等用户数据，是否已建立防泄密和保障网络安全的内部管理制度，业务开展是否符合所在国家或地区数据保护和网络安全等法律法规的规定，报告期内是否存在数据泄露情形。（2）补充说明公司是否遵守互联网广告相关监管规定、对客户发布广告的具体内容是否

进行审查及审查的内容、流程、规则及运作机制的有效性，结合相关法律法规规定、与客户合同约定等，说明公司在开展业务中与广告主、媒体主关于营销内容、广告主资质、广告行为等方面合法合规性的责任分担情况，公司是否存在因客户广告内容违规而遭受行政处罚或存在其他纠纷的风险，如有，请充分披露。(3) 补充说明公司业务是否涉及互联网平台的搭建与运营，若涉及，说明已搭建平台名称、运营主体、运营模式、盈利模式及主要经营数据；结合公司行业定位、经营规模、注册用户及入驻商家数量、线上交易金额、占有的市场份额、与同行业公司的竞争情况等，说明公司是否属于大中型互联网平台。(4) 说明公司各项资质对应的产品及服务内容，公司是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权；公司是否存在超越资质、范围经营、使用过期资质的情况，若存在，补充说明公司的规范措施、实施情况以及公司所面临的法律风险、相应风险控制措施，是否构成重大违法行为。(5) 说明是否存在通过劳务分包将分包工程项目再次分包或转包的情形；工程施工业务是否存在违法发包、转包、违法分包及挂靠等情况，公司承接项目的金额、完成情况、与发包人等是否存在任何纠纷或潜在纠纷，是否存在停业、降低业务资质等级等风险。(6) 结合公司所处行业的相关政策，说明公司业务是否均符合国家产业政策要求；是否存在与业务开展相关的重大媒体质疑情况，如存在，请说明具体情况及解决措施。(7) 按照现有业务类别和收入构成，结合现有关键资源要素、公司提供的具体产品或服务内容；业务流程，外协所处业务环节、公司负责的业务环节、二者的区别和联系，公司核心竞争力；采购内容、供应商选择、供应商结算方式；客户获取途径（如招投标、谈判等）、采用的销售模式（如直销、经销、网络平台销售等）；获取收入的计价方式等方面，全面梳理并补充披露商业模式。(8) 公司 1 项专利通过继受取得。请公司补充说明取得专利的具体情况；该专利与公司业务的关系，对公司收入和

利润的贡献度，公司继受专利的原因及合理性，定价依据及公允性，是否存在利益输送或特殊利益安排；结合前述专利的形成过程、继受程序补充说明前述交易涉及的专利是否属于转让人员的职务发明、是否存在权属瑕疵。（9）按照国民经济行业分类、上市公司行业分类、挂牌公司投资型/管理型行业分类的相关规定，结合各类产品及业务的收入、毛利、营业利润情况，补充说明公司与安达创展等同行可比公司行业分类存在差异的原因及合理性，公司行业分类是否准确。

（10）补充说明公司名称与公司业务的匹配性，是否会对投资者产生误导。

请主办券商和律师补充核查以上事项并发表明确意见。

【公司回复】

一、补充说明公司在开展业务过程中是否可以获取用户相关个人信息和商业秘密等用户数据，是否已建立防泄密和保障网络安全的内部管理制度，业务开展是否符合所在国家或地区数据保护和网络安全等法律法规的规定，报告期内是否存在数据泄露情形。

（一）公司在开展业务过程中是否可以获取用户相关个人信息和商业秘密等用户数据

公司主营业务为文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间建设与运营以及数字新技术应用，为政府、文博场馆、主题公园和企业等客户提供数字化展陈设计施工一体化服务、数字化展陈创意策划设计服务、数字化展馆运营维护服务、数字化品牌营销服务及媒介投放服务等。

根据《中华人民共和国网络安全法》规定，个人信息是指以电子或者其他方式记录的能够单独或者与其他信息结合识别自然人个人身份的各种信息，包括但不限于自然人的姓名、出生日期、身份证件号码、个人生物识别信息、住址、电话号码等。根据《中华人民共和国反不正当竞争法》规定，商业秘密是指不为公众所知悉、具有商业价值并经权利人采取相应保密措施的技术信息和经营信息。

公司各业务板块涉及用户相关个人信息和商业秘密等用户数据情况如下：

业务类型	提供的主要服务以及是否涉及个人信息或商业秘密
数字化展陈设计施工一体化服务	提供展览展示内容策划与设计、布展陈列及配套安装及调试等服务，该业务不涉及获取个人信息或商业秘密。
数字化展陈创意策划设计服务	通过创意和文化的结合，提供展览展示方案策划与设计服务，该业务模式不涉及获取个人信息或商业秘密。
数字化展馆运营维护服务	负责展馆的日常运营管理、活动策划及宣传推广，以及提供导览和讲解、展品展项的保养和维护等服务。其中，公司在飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”运营服务项目中，运营“岭南功夫体验馆”微信公众号，该微信公众号提供“购票程序”，参观者关注微信公众号后进行购票时，会要求填写姓名和身份证号码。除此之外，不存在其他获取个人信息的情形。
数字化品牌营销服务	利用数字技术和创意，为品牌提供创新、有趣和有影响力的营销推广活动方案和落地执行服务，包括品牌营销策略方案类、平面设计类、文案稿件撰写类、视频制作类、H5 互动制作类、文稿及视频发布等。其中，文稿及视频发布类业务，公司根据客户的营销需求，采购互联网媒介资源，数据类型主要为媒体主粉丝量、浏览量、播放量等，不涉及个人信息或商业秘密。
媒介投放服务	公司的媒介投放业务主要是根据客户传播需求购置户外 LED 大屏幕、电梯平面框架等媒体资源为客户提供广告发布代理服务，不涉及获取个人信息或商业秘密。

根据上表：公司在飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”运营服务项目中，运营“岭南功夫体验馆”微信公众号，该微信公众号提供“购票程序”，参观者关注微信公众号后进行购票时，会要求填写姓名和身份证号码，涉及获取个人信息的情形，其主要是用于确认参观者填写信息与本人信息是否一致，以及对佛山本地身份用户提供优惠。

（二）公司是否已建立防泄密和保障网络安全的内部管理制度，

针对防止泄密和保障网络安全的需要，公司建立了相应的信息安全管理等制度，并严格执行，具体如下：

1、在制度方面，公司已制订了《数据安全管理制度》等，并遵循该等制度进行数据安全操作管理、数据安全监督管理以及员工网络安全行为的管理；

2、在人员安全管理方面，公司与员工签署的劳动合同中均有保密条款，约定员工任职期间及离职以后对公司的商业秘密均负有保密义务；对于违反保密义务的人员进行惩戒，情节严重的，应当依法追究法律责任。

综上，公司已建立了防泄密和保障网络安全的内部管理制度。

（三）业务开展是否符合所在国家或地区数据保护和网络安全等法律法规的规定，报告期内是否存在数据泄露情形。

公司通过建立完善保护措施、加强自身网络安全建设及规范员工行为，防范不当使用数据信息的情形，公司业务均在中国境内，不涉及境外业务，相关业务开展符合我国网络安全及数据保护等相关法律法规规定。公司及子公司在报告期内不存在数据泄露事件，也未因违反上述数据保护和网络安全相关的法律法规，或因侵犯用户个人信息而受到相关部门的行政处罚。

二、补充说明公司是否遵守互联网广告相关监管规定、对客户发布广告的具体内容是否进行审查及审查的内容、流程、规则及运作机制的有效性，结合相关法律法规规定、与客户合同约定等，说明公司在开展业务中与广告主、媒体主关于营销内容、广告主资质、广告行为等方面合法合规性的责任分担情况，公司是否存在因客户广告内容违规而遭受行政处罚或存在其他纠纷的风险，如有，请充分披露。

报告期内，公司的媒介投放业务主要是根据客户传播需求购置户外 LED 大屏幕、电梯平面框架等媒体资源为客户提供广告发布代理服务，不涉及互联网广告业务。而公司的数字化品牌营销服务中会涉及到视频制作以及投放服务等互联网广告业务，公司主要扮演广告经营者的角色，接受委托提供设计、制作及代理等服务。

报告期内，公司制定了广告审查标准，要求按照《广告法》等法律法规的要求对广告业务进行审查，审查内容包括合作方的工商信息、广告内容及表现形式的合法性、广告语言文字及画面表现的真实性等。后续，为了进一步加强对广告业务的整体管控，公司目前已制定了《广告业务管理制度》，进一步完善了广告审查执行等各个环节的管理。

（一）公司是否遵守互联网广告相关监管规定、对客户发布广告的具体内容是否进行审查及审查的内容、流程、规则及运作机制的有效性

根据《互联网广告管理办法》第十四条之规定“广告经营者、广告发布者应当按照下列规定，建立、健全和实施互联网广告业务的承接登记、审核、档案管理制度：（一）查验并登记广告主的真实身份、地址和有效联系方式等信息，建立广告档案并定期查验更新，记录、保存广告活动的有关电子数据；相关档案保存时间自广告发布行为终了之日起不少于三年；（二）查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，广告经营者不得提供设计、制作、代理服务，广告发布者不得发布；（三）配备熟悉广告法律法规的广告审核人员或者设立广告审核机构。本办法所称身份信息包括名称（姓名）、统一社会信用代码（身份证件号码）等。广告经营者、广告发布者应当依法配合市场监督管理部门开展的互联网广告行业调查，及时提供真实、准确、完整的资料。”

公司制定了《广告业务管理制度》，包括广告主资质审查和广告内容及表现形式审查，具体如下：

（1）广告主资质审查：广告主全称、地址以及有效联系方式等信息建立客户档案；若法律规定需要进行前置审批、备案或其他法定程序，审查广告主是否提供已履行完毕相应程序的证明。

（2）广告内容以及表现形式的审查：广告内容的范围包括但不限于产品本身、产品链接、产品素材等所有待投放的广告内容。公司对广告的内容以及表现形式是否符合法律法规进行审查，对不符合法律、法规的广告内容和表现形式，有权要求广告主做出修改，广告主做出修改前，公司有权拒绝发布。

公司制定的广告审查管理流程具体如下：首先，公司负责承接广告业务的员工与广告合作方初次接洽时，着重了解合作方的真实身份信息、广告业务的内容、受众、投放渠道等信息，并结合了解到的信息根据现行有效的法律法规进行初步判断，初步判断为不符合现行有效法律法规规定的，公司不得与合作方签订广告业务合同。其次，公司将广告业务成品交付予合作方前，广告审核人员按照该制度及相应审查标准对待审查的广告内容开展审查工作，包括广告的内容及表现形式、广告的语言文字、画面表现及构思等；对于已审查通过的广告内容，业务部门方可交予客户或根据客户要求要求进行代理投放及发布。因此，公司上述广告业务

审查管理制度符合《广告法》、《互联网广告管理办法》等相关法律、规范性文件的规定。

（二）结合相关法律法规规定、与客户合同约定等，说明公司在开展业务中与广告主、媒体主关于营销内容、广告主资质、广告行为等方面合法合规性的责任分担情况。

根据公司与广告主、媒体主客户签署的合同，广告主、媒体主应保证其提供的广告内容的真实性和合法性，且该广告内容不存在违反任何法律法规或侵犯任何第三方的合法权益（包括但不限于知识产权）的情形；如因广告作品的内容违反国家法律法规或第三方合法权益招致索赔、行政处罚等纠纷，由广告主负责处理并承担责任。即按上述合同约定，如因公司客户广告内容违规而引发纠纷的，应当由公司的客户承担相应损失的赔偿责任。

公司作为广告经营者有责任和有义务对广告内容、表现形式和合法性进行审查，对不符合法律、法规的广告内容和表现形式，有权要求广告主做出修改，广告主做出修改前，公司有权拒绝发布。

（三）公司是否存在因客户广告内容违规而遭受行政处罚或存在其他纠纷的风险

根据获取的信用报告（无违法违规证明版），以及查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网等网站，公司及子公司在报告期内合法经营，不存在违反市场监督管理相关的重大违法行为。公司不存在因客户广告内容违规而遭受行政处罚或发生其他纠纷，相关处罚或潜在纠纷的风险较小。

三、补充说明公司业务是否涉及互联网平台的搭建与运营，若涉及，说明已搭建平台名称、运营主体、运营模式、盈利模式及主要经营数据；结合公司行业定位、经营规模、注册用户及入驻商家数量、线上交易金额、占有的市场份额、与同行业公司竞争情况等，说明公司是否属于大中型互联网平台。

根据“国反垄发〔2021〕1号”《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（以下简称“《指南》”），互联网平台是指通过网络信息技术，使相互

依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态。

公司主要经营文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间建设与运营以及数字新技术应用，为政府、文博场馆、主题公园和企业等客户提供数字化展陈设计施工一体化服务、数字化展陈创意策划设计服务、数字化展馆运营维护服务、数字化品牌营销服务及媒介投放服务等。公司业务不涉及互联网平台的搭建与运营。

四、说明公司各项资质对应的产品及服务内容，公司是否具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权；公司是否存在超越资质、范围经营、使用过期资质的情况，若存在，补充说明公司的规范措施、实施情况以及公司所面临的法律风险、相应风险控制措施，是否构成重大违法行为。

根据时间网络《营业执照》和《公司章程》，公司的经营范围为：数字文化创意内容应用服务；数字文化创意软件开发；数字内容制作服务（不含出版发行）；数字文化创意技术装备销售；电子产品销售；区块链技术相关软件和服务；信息技术咨询服务；信息系统集成服务；信息系统运行维护服务；文化场馆管理服务；组织文化艺术交流活动；非物质文化遗产保护；会议及展览服务；咨询策划服务；项目策划与公关服务；企业形象策划；市场营销策划；平面设计；广告制作；广告设计、代理；工程和技术研究和试验发展；建筑智能化系统设计；建设工程设计；各类工程建设活动。

公司主营业务为文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间建设与运营以及数字新技术应用。

截至本审核问询函回复出具之日，公司及其控股子公司资质证书情况如下：

序号	主体	资质名称	有效期	对应产品及服务内容	核发单位	法律法规依据
1	时间网络	安全生产许可证	2021.11.26-2024.11.26	建筑施工	广东省住房和城乡建设厅	《安全生产许可证条例》《建筑施工企业安全生产许可证管理规定》

2	时间网络	建筑业企业资质证书	2023.02.15-2023.12.31	建筑装饰装修工程专业承包、电子与智能化工程专业承包	广州市住房和城乡建设局	《建筑业企业资质管理规定》《建筑业企业资质标准》
3	大国小鲜	增值电信业务经营许可证	2022.01.21-2027.01.21	信息服务业务	北京市通信管理局	《中华人民共和国电信条例》
4	时间网络	职业健康安全管理体系认证证书	2022.09.09-2025.09.08	计算机应用软件开发、信息系统集成	华亿认证中心有限公司	不适用
5	时间网络	环境管理体系认证证书	2022.09.09-2025.09.08	计算机应用软件开发、信息系统集成	华亿认证中心有限公司	不适用
6	时间网络	质量管理体系认证证书	2022.09.09-2025.09.08	计算机应用软件开发、信息系统集成	华亿认证中心有限公司	不适用

公司的媒介投放业务主要是根据客户传播需求购置户外 LED 大屏幕、电梯平面框架等媒介资源为客户提供广告发布代理服务。我国现行广告管理相关法律法规，未对广告代理业务本身要求取得前置资质或许可，如代理广告的内容涉及行政许可的，应当由广告主申请取得与需要许可的内容相符合的特定的前置审查许可。因此，公司的媒介投放业务无需取得资质。

截至本回复出具日，公司及控股子公司不存在特许经营权。

综上所述，公司的上述资质均处于有效期内，公司具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，不存在超越资质、范围经营、使用过期资质的情况。

五、说明是否存在通过劳务分包将分包工程项目再次分包或转包的情形；工程施工业务是否存在违法发包、转包、违法分包及挂靠等情况，公司承接项目的金额、完成情况、与发包人等是否存在任何纠纷或潜在纠纷，是否存在停业、降低业务资质等级等风险。

公司主营业务为文化数字化战略研究与实施，数字化体验空间建设与运营以及数字新技术应用。公司报告期内存在直接与业主单位签署合同取得项目以及通过专业分包的方式获取项目两种情形。公司从工程施工总承包方通过专业分包的方式获取的项目由公司负责具体实施，公司不存在将分包工程项目再次分包或转包的情形。

在公司数字化展陈设计施工一体化服务等涉及工程施工业务的开展过程中，针对公司直接与业主单位签署合同的项目存在将施工内容中技术含量较低、复杂度不高、并非项目的核心环节，如展馆室内墙体、吊顶、地面的装饰等劳务对外分包的情形，但公司均会指派项目现场人员对劳务公司及现场劳务人员进行统一协调管理，以节约项目施工人员成本，增强施工现场的灵活性，项目实施仍由公司整体负责。经核查，公司工程施工业务不存在违法发包、转包、违法分包及挂靠等情况。

报告期内，公司承接的合同金额为 500 万元以上合同对应主要项目的金额、完成情况及纠纷情况如下：

序号	项目名称	客户名称	合同金额 (元)	完成 情况	与发包人 是否存在 纠纷或潜 在纠纷
1	平安十二时辰等项目	中国平安人寿保险股份有限公司	16,899,601.30	已完成	否
2	好车主品牌宣传等项目	中国平安财产保险股份有限公司	13,096,126.00	已完成	否
3	常德柳叶湖裸眼 3D 大屏多媒体采购项目	常德柳叶湖旅游度假区旅游和文化体育局	5,217,480.00	已完成	否
4	东莞市麻涌镇镇宣教文体旅游办融媒体中心会议、办公、展陈服务项目	东莞市麻涌镇宣传教育文体旅游办公室	5,500,000.05	已完成	否
5	飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”运营服务采购项目	佛山市南海区西樵镇樵有资产管理有限公司/佛山市南海区西樵镇文化发	6,995,000.00	履行中	否

		展中心			
6	飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”展陈服务采购项目	佛山市南海区西樵镇樵有资产管理有 限公司	30,330,317.63	已完成	否

经核查，报告期内，公司不存在通过劳务分包将分包工程项目再次分包或转包的情形；工程施工业务不存在违法发包、转包、违法分包及挂靠等情况，截至本回复出具日，公司承接的项目与发包人不存在任何纠纷或潜在纠纷，不存在停业、降低业务资质等级等风险。

六、结合公司所处行业的相关政策，说明公司业务是否均符合国家产业政策要求；是否存在与业务开展相关的重大媒体质疑情况，如存在，请说明具体情况及解决措施。

（一）结合公司所处行业的相关政策，说明公司业务是否均符合国家产业政策要求？

时间网络在“文化数字化战略的研究与实施”、“数字体验空间建设与运营”以及“数字新技术应用”三个方面，为文化文博、科教科普、产城文旅、广告宣传等领域客户提供数字创意策划及数字一体化解决方案。公司所处的行业为数字创意产业，近年来国家和政府出台了一系列的政策和规划来支持数字创意产业的发展。与公司业务相关的政策如下：

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《数字中国建设整体布局规划》	-	中共中央、国务院	2023 年	打造自信繁荣的数字文化。推进文化数字化发展，深入实施国家文化数字化战略，建设国家文化大数据体系，形成中华文化数据库。提升数字文化服务能力，打造若干综合性数字文化展示平台，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式。
2	《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》	-	中共中央办公厅、国	2022 年	到“十四五”时期末，基本建成文化数字化基础设施和服务平台，形成线上线下融合互动、立

			务院办公厅		体覆盖的文化服务供给体系。到2035年，建成物理分布、逻辑关联、快速链接、高效搜索、全面共享、重点集成的国家文化大数据体系，中华文化全景呈现，中华文化数字化成果全民共享。 《意见》提出了发展数字化文化消费新场景，大力发展线上线下一体化、在线在场相结合的数字化文化新体验等8项重点任务。
3	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	-	全国人大	2021年	在“专栏9数字化应用场景”的重大工程项目中，单设“智慧文旅”工程，明确提出“推动博物馆等发展线上数字化体验品……发展沉浸式体验、虚拟展厅、高清直播等新型文旅服务”。
4	《“十四五”文化产业发展规划》	文旅产业发〔2021〕42号	文化和旅游部	2021年	顺应数字产业化和产业数字化发展趋势，深度应用5G、大数据、云计算、人工智能、超高清、物联网、虚拟现实、增强现实等技术，推动数字文化产业高质量发展，培育壮大线上演播、数字创意、数字艺术、数字娱乐、沉浸式体验等新型文化业态。强化科技在演艺、娱乐、工艺美术、文化会展等传统文化行业中的应用，推动传统文化行业转型升级。
5	《关于推进博物馆改革发展的指导意见》	文物博发〔2021〕16号	中央宣传部等	2021年	强化科技支撑……大力发展智慧博物馆，以业务需求为核心、以现代科学技术为支撑，逐步实现智慧服务、智慧保护、智慧管理……将支持博物馆发展的共性关键技术研究纳入各类国家科技计划予以重点支持。
6	《关于推动数字文化产业高质量发展的意见》	文旅产业发〔2020〕78号	文化和旅游部	2020年	支持文化文物单位与融媒体平台、数字文化企业合作，运用5G、VR/AR、人工智能、多媒体等数字技术开发馆藏资源，发展“互联网+展陈”新模式，打造一批博物馆、美术馆数字化展示示范项目，开展虚拟讲解、艺术普

					及和交互体验等数字化服务,提升美育的普及性、便性。支持展品数字化采集、图像呈现、信息共享、按需传播、智慧服务等云展览共性、关键技术研究与应用。
7	《关于扩大战略性新兴产业投资培育壮大新增长点增长极的指导意见》	发改高技(2020)1409号	国家发改委等	2020年	鼓励数字创意产业与生产制造、文化教育、旅游体育、健康医疗与养老、智慧农业等领域融合发展,激发市场消费活力。建设一批数字创意产业集群,加强数字内容供给和技术装备研发平台,打造高水平直播和短视频基地、一流电竞中心、高沉浸式产品体验展示中心,提供VR旅游、AR营销、数字文博馆、创意设计、智慧广电、智能体育等多元化消费体验。
8	《广东省培育数字创意战略性新兴产业集群行动计划(2021—2025年)》	-	广东省工业和信息化厅等	2020年	推动数字创意与生产制造、文化教育、旅游会展、生活健康等各领域的融合渗透,鼓励跨行业跨领域合作,提高产品附加值。在生产制造领域,发展基于精品IP形象授权的品牌塑造和服装、玩具等衍生品制造。在文化教育领域,开发推广数字化文博系统、数字文化产品、数字教育产品,推动文化遗产数字化保护利用。在旅游会展领域,发展主题公园、虚拟展示等新模式,推动“线上数字经济+线下实体会展”融合转型。
9	《产业结构调整指导目录》	-	国家发改委	2019年	将文化创意设计服务,数字文化创意(含数字文化创意技术装备、数字文化创意软件、数字文化创意内容制作、新型媒体服务、数字文化创意内容应用服务)列入鼓励类,明确推动文化信息资源共享工程与智慧博物馆建设,促进传统媒体和新兴媒体融合发展。

10	《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》	国办发〔2019〕41号	国务院办公厅	2019年	鼓励文创产品开发与经营,拓宽文创产品展示和销售渠道。发展基于5G、超高清、增强现实、虚拟现实、人工智能等技术的新一代沉浸式体验型文化和旅游消费内容。
11	《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》	国科发高〔2019〕280号	科技部等	2019年	到2025年,基本形成覆盖重点领域和关键环节的文化和科技融合创新体系,实现文化和科技深度融合。并从加强文化共性关键技术研发、加强文化大数据体系建设、促进内容生产和传播手段现代化等八个方面提出文化和科技深度融合的重点任务。
12	《广东省关于加快文化产业发展的若干政策意见》	-	中共广东省委宣传部、广东省文化和旅游厅	2019年	加强文化领域核心技术研发运用。支持研发5G网络、人工智能、新型显示、超高速超高清摄像等文化领域具有自主知识产权的核心技术、关键元器件,推动参与有关标准制定,推动重大文化科技成果产业化。
13	《进一步支持文化企业发展的规定》	国办发〔2018〕124号	国务院	2018年	加大财政对文化科技创新的支持,将文化科技纳入国家相关科技发展规划和计划,加强国家文化和科技融合示范基地建设,积极鼓励文化与科技深度融合,促进文化企业、文化产业转型升级,发展新型文化业态。
14	《文化部“十三五”时期文化产业发展规划》	-	文化部	2017年	加快发展以文化创意内容为核心,依托数字技术进行创作、生产、传播和服务的数字文化产业,培育形成文化产业发展新亮点。提升动漫、游戏、创意设计、网络文化等新兴文化产业发展水平,大力培育基于大数据、云计算、物联网、人工智能等新技术的新型文化业态,形成文化产业新的增长点;鼓励文化与建筑、地产等行业结合,以文化创意为引领,加强文化传承与创新,建设有文化内涵的特色城镇,提升城市公共空间、文化街

					区、艺术园区等人文空间规划设计品质。
15	《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》	文产发〔2017〕8号	文化部	2017年	优化数字文化产业供给结构，提升数字文化产业文化内涵、技术水平和产品质量；依托文化文物单位馆藏文化资源开发数字文化产品，提高博物馆、图书馆、美术馆、文化馆等文化场馆的数字化智能化水平，创新交互体验应用，带动公共文化资源和数字技术融合发展。
16	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》2016版	-	国家发改委	2017年	明确数字内容服务属于战略性新兴产业重点产品和服务范畴。将数字内容领域中可视化、虚拟现实等技术利用到相关领域，实现可视化的交互操作，包括三维城市展示、辅助城市规划设计、可视化城市基础设施管理、城市监控、工业设计等。

2018年11月，国家统计局发布《战略性新兴产业分类（2018）》（简称“分类”），明确将数字创意产业纳入战略性新兴产业。2019年8月，国家发改委颁布的《产业结构调整指导目录（2019年本）》明确将“文化创意设计服务，数字文化创意（含数字文化创意技术装备、数字文化创意软件、数字文化创意内容制作、新型媒体服务、数字文化创意内容应用服务）”列为鼓励类。综上，公司业务符合国家产业政策要求。

（二）是否存在与业务开展相关的重大媒体质疑情况，如存在，请说明具体情况及解决措施。

根据在百度及企查查等主流搜索引擎及平台进行关键词检索，报告期内公司不存在与业务开展相关的重大媒体质疑情况。

七、按照现有业务类别和收入构成，结合现有关键资源要素、公司提供的具体产品或服务内容；业务流程，外协所处业务环节、公司负责的业务环节、二者的区别和联系，公司核心竞争力；采购内容、供应商选择、供应商结算方式；客户获取途径（如招投标、谈判等）、采用的销售模式（如直销、经销、网络平台

销售等)；获取收入的计价方式等方面，全面梳理并补充披露商业模式。

(一) 按照现有业务类别和收入构成，结合现有关键资源要素、公司提供的具体产品或服务内容。

广州时间网络科技股份有限公司，为国家级高新技术企业、广东省专精特新中小企业、广东省创新型中小企业、广东省科技型中小企业。公司创办于 2016 年，是一家以“建设自信的文化中国”为使命、以“科技，让文化滋养每个人”为愿景，以“科技为翼，在空间里诠释时间”为方法论的文化科技公司。

公司主营业务为文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间建设与运营以及数字新技术应用，为政府、文博场馆、主题公园和企业等客户提供数字化展陈设计施工一体化服务、数字化展陈创意策划设计服务、数字化展馆运营维护服务、数字化品牌营销服务及媒介投放服务等。公司拥有开展业务所需的专业人才团队、技术、资质、经营管理体系等，能够独立自主的为客户提供服务、对外采购开展业务所需的设备及服务等，具备完整的业务体系及直接面向市场独立经营的能力。

(二) 业务流程，外协所处业务环节、公司负责的业务环节、二者的区别和联系，公司核心竞争力。

基于人员规模限制、专业技术分工不同、实施成本考量、项目时间周期紧等因素，公司在控制核心创意方案和技术要求的基础上，将非核心内容或非核心环节的实施进行外协。外协所制作的内容属于项目中较为费时费力的生产制作环节，采用的主要为基础技术工具或类似相同手法。公司负责项目最重要的创意策划包括展览主题挖掘、形成布展大纲、脚本策划、方案设计等，负责统筹项目实施的全过程包括项目计划制定、资源调配、进度管理等工作，负责多媒体软硬件的采购及集成，以及与外部人员共同进行脚本和分镜头、呈现效果的深化，对技术服务商制作的影片、互动程序等样本进行意见反馈并提出修改要求以及对最终成品进行验收等。

外协供应商所提供的服务是基于公司的创意策划方案及项目经理和内部人员的实施方案、脚本等进行具体实施和制作，且该部分技术服务在市场上属于成熟技术服务，属于辅助性、非核心的工作内容。

公司各项业务的业务模式、公司承担的工作以及外协供应商承担的工作的具体情况如下：

业务类型	业务模式	公司承担的工作	外协承担的工作
数字化展陈设计施工一体化服务	在项目合同签订并且设计方案敲定后，业务部门派出项目经理对项目实施全过程进行管控，对现场施工的时间点和质量进行把关，确保施工方按照施工图进行施工。项目经理和系统集成人员负责多媒体软硬件的安装调试以及项目中涉及数字内容的内外部人员协调工作。项目完成后，由项目经理协调相关单位进行工程竣工、移交、验收及结算等工作。	客户需求沟通、创意设计、方案制作、施工及多媒体安装实施方案深化、多媒体设备采购、确定数字内容方案及脚本、项目实施管理、协调甲方及相关单位进行完工交付、竣工验收、结算等工作。	主要包括视频拍摄、软件开发以及部分施工劳务服务等工作。其中，视频拍摄主要包括根据公司的创意设计方案及脚本方案进行影片拍摄、动画制作；软件部分程序、功能的开发工作主要指根据公司的创意方案及具体要求进行互动软件程序开发定制工作。
数字化品牌营销服务	公司根据客户具体要求，利用多样的数字展示技术进行品牌营销和数字化传播服务，内容包括营销方案策划、海报制作、脚本创意、3D 创意文案等，公司完成创作后，将创作成果交付客户。	利用多样的数字展示技术进行品牌营销和数字化传播的创意服务方案的制作，在获取项目后，根据创意服务方案进行项目执行管理，并最终交付客户。	根据公司的创意服务方案承担营销物料（海报、折页、H5 等）深化设计制作、视频拍摄、嘉宾邀请等工作。
数字化展陈创意设计服务	在项目合同签订后，深度挖掘客户所需体现的文化内容，包括 IP 设计、主题设定、展项设计构思、展示规划等，并通过文字说明、案例参考等方式明确对应项目的效果要求。同时，业务部门会协助施工服务，配合客户进行施工阶段说明、答疑及开工前的现场技术交底、技术配合等相关工作。	客户需求沟通、创意设计、方案制作、实施环节的现场交底以及驻点指导、技术配合等工作。	主要是根据公司的创意设计方案进行设计延展深化以及三维效果图制作工作。
数字化展馆运营维护服务	公司在托管运营展馆的当地一般会设立专门机构，在托管服务期限内，提供展馆的日常运营管理、维护保养及传播等服务。	客户需求沟通、创意运营传播方案制作、获取项目后的现场运营管理及项目传播工作。	传播物料延展设计及制作、传播视频拍摄、传播素材投放等工作。

媒介投放业务	媒介投放业务的运营模式为公司针对客户的媒体营销传播需求，为客户在约定的服务期内提供媒介策略、媒体资源采购、营销效果评估为主要内容的专业化服务。	客户需求沟通、媒介投放策略及方案制作、获取项目后的媒体资源采购及营销效果评估等工作。	无
--------	---	--	---

公司的核心竞争力主要为创意策划能力以及对数字新技术的理解融合应用能力。创意策划能力是公司的核心能力，体现为在业务承接环节，公司根据客户需求以及业务经验提供解决方案的能力。公司创意策划能力的水平，决定了公司投标方案或提供给客户的解决方案的质量，直接决定了在招投标或与客户进行洽谈磋商环节中公司能否顺利获取项目。对数字新技术的理解融合应用能力是指对最新的数字技术的研究并将其运用于公司各业务条线的能力，例如将 VR/AR 等沉浸式体验技术运用于数字化展陈项目、将 AIGC 技术运用于数字化展馆运营维护以及数字化品牌营销服务业务的解决方案中，有助于提升公司解决方案的竞争力及服务客户的能力。公司为客户提供的整体解决方案依托于公司高水平的创意策划能力，同时又通过公司对数字新技术的理解融合应用能力将其实施落地。

（三）采购内容、供应商选择、供应商结算方式。

公司设有造价采购部，负责掌握市场行情，收集市场信息，结合业务实际情况制定并落实采购计划；同时负责对供应商进行遴选与审核。

造价采购部对需求部门基于方案、图纸等提报的采购需求进行审核并确定采购清单，开展询比价，与选择确定的供应商进行商务条款谈判并签订合同，同时会同需求部门对采购的物资或服务进行验收。

按照采购内容，公司采购主要分为产品采购和服务采购两大类，具体如下：

（1）产品采购包括以下情形：一是计算机设备、服务器、影视器材、辅助设备及其它办公用品；二是公司项目所需的投影设备、LED 显示设备、音响功放、沙盘模型、展示道具、相关辅助器材等。

（2）服务采购包括以下情形：一是数字化展陈设计施工一体化服务中的装饰装修服务；二是数字内容外协，如设计服务、影片拍摄制作、互动程序制作等；

三是数字化展陈设计施工一体化服务中的基础集成服务，如布线、设备安装调试等。

公司主要通过银行转账结算，结算方式主要包括预付款、一次性付清、分期付款等。其中，预付款方式为签订合同后、发货前向供应商预付 10%至 50%的款项，后续验收合格后支付尾款；分期付款一般为收到发票或验收合格后分多期支付款项；一次性付清方式一般为收到发票后或验收后一次性支付货款。

（四）客户获取途径（如招投标、谈判等）、采用的销售模式（如直销、经销、网络平台销售等）。

公司主要通过招投标、竞争性谈判、竞争性磋商以及商业谈判等方式开拓客户获取订单。另外公司通过成功案例的实施，以标杆案例带动行业内其他客户，同时通过老客户的介绍及委托、广告宣传等途径获取项目机会。公司销售模式为直销，不存在经销的情况。

（五）获取收入的计价方式。

报告期内，公司与主要客户通过招投标、竞争性谈判、竞争性磋商等程序定价或商务谈判定价。招投标、竞争性谈判及竞争性磋商等程序定价：通常客户会制定最高限价或预算金额，公司通过对比市场价格，以成本加成的方式进行定价，再进行投标，客户会根据投标方的产品销售能力、技术、价格、产品质量等综合指标选取最终的中标方。商务谈判定价：公司通过对比市场价格，以成本加成的方式进行定价并最终双方协商确定产品交易价格。公司主要通过银行转账结算，结算方式主要包括预收款和分期收款等。其中，预收款方式为签订合同后向客户预收 10%至 20%的款项，后续按合同规定的阶段任务完成情况来收取款项；分期付款一般为根据合同规定的阶段任务完成情况分多期收取款项。

公司已在《公开转让说明书》“第二节公司业务”之“六、商业模式”中修改并补充披露相关内容，具体情况如下：

“广州时间网络科技股份有限公司，为国家级高新技术企业、广东省专精特新中小企业、广东省创新型中小企业、广东省科技型中小企业。公司创办于

2016年，是一家以“建设自信的文化中国”为使命、以“科技，让文化滋养每个人”为愿景，以“科技为翼，在空间里诠释时间”为方法论的文化科技公司。

公司主营业务为文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间建设与运营以及数字新技术应用，为政府、文博场馆、主题公园和企业等客户提供数字化展陈设计施工一体化服务、数字化展陈创意策划设计服务、数字化展馆运营维护服务、数字化品牌营销服务及媒介投放服务等。公司拥有开展业务所需的专业人才团队、技术、资质、经营管理体系等，能够独立自主的为客户提供服务、对外采购开展业务所需的设备及服务等，具备完整的业务体系及直接面向市场独立经营的能力。

1、业务承接模式

公司各事业部均设有专业销售人员负责客户开拓、沟通工作及相关销售事宜。公司主要通过**招投标**和**非招投标**等方式开展业务承接。公司借助公开信息渠道获取招投标信息或接受客户邀标获取商业机会，并开展项目可行性分析。在确定投标后，事业部会协调部门策划人员进行投标方案的制作，造价采购部会配合事业部进行项目成本核算，共同完成投标文件。项目中标后，事业部经理负责合同的拟定工作，并在谈判达成一致后签订合同。

另外公司通过成功案例的实施，以标杆案例带动行业内其他客户，同时通过老客户的介绍及委托、广告宣传等途径获取项目机会。针对客户直接委托的业务，公司会组织相关部门制作项目策划方案，获得客户认可后签订合同。

公司销售模式为直销，不存在经销的情况。

2、采购模式

公司设有造价采购部，负责掌握市场行情，收集市场信息，结合业务实际情况制定并落实采购计划；同时负责对供应商进行遴选与审核。

造价采购部对需求部门基于方案、图纸等提报的采购需求进行审核并确定采购清单，开展询比价，与选择确定的供应商进行商务条款谈判并签订合同，同时会同需求部门对采购的物资或服务进行验收。

按照采购内容，公司采购主要分为产品采购和服务采购两大类，具体如下：

（1）产品采购包括以下情形：一是计算机设备、服务器、影视器材、辅助设备及其它办公用品；二是公司项目所需的投影设备、LED 显示设备、音响功放、沙盘模型、展示道具、相关辅助器材等。

（2）服务采购包括以下情形：一是数字化展陈设计施工一体化服务中的装饰装修服务；二是数字内容外协，如设计服务、影片拍摄制作、互动程序制作等；三是数字化展陈设计施工一体化服务中的基础集成服务，如布线、设备安装调试等。

公司主要通过银行转账结算，结算方式主要包括预付款、一次性付清、分期付款等。其中，预付款方式为签订合同后、发货前向供应商预付 10%至 50%的款项，后续验收合格后支付尾款；分期付款一般为收到发票或验收合格后分多期支付款项；一次性付清方式一般为收到发票后或验收后一次性支付货款。

3、研发模式

公司以自主研发为主，委外研发为辅。公司的研发主要根据目前数字创意最新的技术发展趋势以及客户的需求迭代，进行数字创意应用层面的研发，持续提升展览展示的产品效果以及所需的技术能力。在完成项目立项后，通过建立多部门协同配合的自主创新机制，进行研发工作。公司的研发流程主要为研发项目立项、研发执行、研发项目结题与应用。

4、创意策划模式

公司以“科技，让文化滋养每个人”为愿景，在展陈中充分考虑观众的需求和感受，采用人性化的设计和布置；以“科技为翼，在空间里诠释时间”的方法论，融合虚拟现实、互动装置、传感器技术、智能设备、机器人等前沿科技，让观众在展览中亲身体验，感受到展览主题的魅力与内涵。

公司的创意设计流程深度融合了文化和科技两大要素，首先是挖掘展览主题的内涵（如历史资料收集、相关人员访谈、大数据检索等）、比对前沿技术的应用（如人工智能、体感交互、沉浸体验等），找到契合的呈现思路，完成方案的大纲；接着是在空间设计中融合展览主题的布局（如主题分区、风格基调、装饰氛围等）与多媒体沉浸式技术、人体工学、心理学等，完成协调的统一设计；最后将前面两个阶段的成果整理为执行实施方案，条理清晰地指导后期的方案深化、实施、调试与运行。公司的核心竞争力主要为创意策划能力以及对数字新技术的理解融合应用能力。

5、实施模式

基于人员规模限制、专业技术分工不同、实施成本考量、项目时间周期紧等因素，公司在控制核心创意方案和技术要求的基础上，将非核心内容或非核心环节的实施进行外协。外协所制作的内容属于项目中较为费时费力的生产制作环节，采用的主要为基础技术工具或类似相同手法。公司负责项目最重要的创意策划包括展览主题挖掘、形成布展大纲、脚本策划、方案设计等，负责统筹项目实施的全过程包括项目计划制定、资源调配、进度管理等工作，负责多媒体软硬件的采购及集成，以及与外部人员共同进行脚本和分镜头、呈现效果的深化，对技术服务商制作的影片、互动程序等样本进行意见反馈并提出修改要求以及对最终成品进行验收等。

外协供应商所提供的服务是基于公司的创意策划方案及项目经理和内部人员的实施方案、脚本等进行具体实施和制作，且该部分技术服务在市场上属于成熟技术服务，属于辅助性、非核心的工作内容。

6、盈利模式

公司通过为客户提供数字化展陈创意设计服务获得设计费、创意策划费等收入，通过提供数字化展馆运营维护服务获取运营维护收入，通过提供数字化品牌营销服务获取设计费、制作费、策划费等收入，通过提供数字化展陈设计施工一体化服务来获取数字一体化解决方案的项目收入，通过媒介投放业务获取广告发

布收入，以上述收入与采购成本、人工成本及其他运营成本等的差价来赚取利润。

报告期内，公司与主要客户通过招投标、竞争性谈判、竞争性磋商等程序定价或商务谈判定价。招投标、竞争性谈判及竞争性磋商等程序定价：通常客户会制定最高限价或预算金额，公司通过对比市场价格，以成本加成的方式进行定价，再进行投标，客户会根据投标方的产品销售能力、技术、价格、产品质量等综合指标选取最终的中标方。商务谈判定价：公司通过对比市场价格，以成本加成的方式进行定价并最终双方协商确定产品交易价格。公司主要通过银行转账结算，结算方式主要包括预收款和分期收款等。其中，预收款方式为签订合同后向客户预收 10%至 20%的款项，后续按合同规定的阶段任务完成情况来收取款项；分期付款一般为根据合同规定的阶段任务完成情况分多期收取款项。”

八、公司 1 项专利通过继受取得。请公司补充说明取得专利的具体情况；该专利与公司业务的关系，对公司收入和利润的贡献度，公司继受专利的原因及合理性，定价依据及公允性，是否存在利益输送或特殊利益安排；结合前述专利的形成过程、继受程序补充说明前述交易涉及的专利是否属于转让人员的职务发明、是否存在权属瑕疵。

（一）取得专利的具体情况。

公司于 2019 年 6 月 11 日通过专利中介机构陕西专壹知识产权运营有限公司受让了“一种基于二维图像虚拟整合的智能 AR 眼镜”的发明专利申请权并进行了专利申请。继受取得的发明专利情况如下：

序号	专利名称	类别	专利号	转让方	转让时间	转让价格 (万元)
1	一种基于二维图像虚拟整合的智能 AR 眼镜	发明专利	ZL201611232427.X	苏州商信宝信息科技有限公司	2019.6.11	2.25

（二）该专利与公司业务的关系，对公司收入和利润的贡献度，公司继受专利的原因及合理性，定价依据及公允性，是否存在利益输送或特殊利益安排。

2019 年公司基于未来业务发展需要进行技术储备向专利代理机构受让了该

发明专利申请权并进行了专利申请。上述专利为储备专利，尚未实际运用到公司产品服务中，未产生收入和利润，不属于公司核心专利。

上述专利技术转让由双方协商确定，定价公允。经核查，公司与专利中介机构陕西专壹知识产权运营有限公司及转让方苏州商信宝信息科技有限公司不存在关联关系，经公司确认，本次专利转让不存在利益输送或特殊利益安排。

（三）结合前述专利的形成过程、继受程序补充说明前述交易涉及的专利是否属于转让人员的职务发明、是否存在权属瑕疵

经核查，上述专利原申请人及转让方为苏州商信宝信息科技有限公司，属于公司法人，不属于转让人员的职务发明。上述专利已完成权属变更手续，时间网络为专利合法权属人，合法拥有上述专利完整权利，不存在权属瑕疵。

综上，继受取得的专利“一种基于二维图像虚拟整合的智能 AR 眼镜”不属于转让人员的职务发明，不存在权属瑕疵。

九、按照国民经济行业分类、上市公司行业分类、挂牌公司投资型/管理型行业分类的相关规定，结合各类产品及业务的收入、毛利、营业利润情况，补充说明公司与安达创展等同行可比公司行业分类存在差异的原因及合理性，公司行业分类是否准确？

（一）国民经济行业分类、上市公司行业分类、挂牌公司投资型/管理型行业分类的相关规定

行业分类相关规定	确定单位行业归属的原则
《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》	3.3 确定单位行业归属的原则 本标准按照单位的主要经济活动确定其行业性质。当单位从事一种经济活动时，则按照该经济活动确定单位的行业；当单位从事两种以上的经济活动时，则按照主要活动确定单位的行业。
《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）	2. 分类原则与方法 2.1 以上市公司营业收入等财务数据为主要分类标准和依据，所采用财务数据为经过会计师事务所审计并已公开披露的合并报表数据。 2.2 当上市公司某类业务的营业收入比重大于或等于 50%，则

	将其划入该业务相对应的行业。 2.3 当上市公司没有一类业务的营业收入比重大于或等于 50%，但某类业务的收入和利润均在所有业务中最高，而且均占到公司总收入和总利润的 30%以上（包含本数），则该公司归属该业务对应的行业类别。 2.4 不能按照上述分类方法确定行业归属的，由上市公司行业分类专家委员会根据公司实际经营状况判断公司行业归属；归属不明确的，划为综合类。
《挂牌公司管理型行业分类指引》	第七条 具体分类方法： （一）挂牌公司某项业务的营业收入占比大于或等于 50%，将其归入该项业务所属行业类别。 （二）挂牌公司没有一类业务的营业收入比重大于或等于 50%，但营业收入比重最高业务（相同类别的主营业务产品合并同类项）的营业收入高于次高行业 5 个百分点之上，将其归于该项业务所属的行业类别，无论该业务的营业利润情况如何。 （三）挂牌公司没有一类业务的营业收入比重大于或等于 50%，并且营业收入比重最高的前两项业务的营业收入比重之差在 5 个百分点之内，归于其中营业利润最高的业务所属的行业类别。 （四）挂牌公司行业分类中当门类级别出现多项营业收入和营业利润极为相近的情况，可酌情将挂牌公司归入综合类。
《挂牌公司投资型行业分类指引》	第七条 具体分类方法： （一）当挂牌公司某类业务的营业收入占比大于或等于 50%，且营业利润不低于 30%，则将其划入该业务相对应的行业； （二）当挂牌公司某类业务的营业收入占比大于或等于 50%，但营业利润占比低于 30%，则参考公司自身所描述的主营业务所属行业类别； （三）若没有业务营业收入占比在 50%及以上，而某类业务的营业收入和营业利润占比均在所有业务中最高，则将其划入该业务相对应的行业； （四）若没有业务营业收入占比在 50%及以上，且营业收入占比最高与营业利润占比最高的业务不一致，则参考公司自身对主营业务的描述、发展规划等确认公司行业归属。

（二）公司各类产品及业务的收入、毛利情况

单位：万元

产品或业务	2022 年度		2021 年度	
	收入	毛利	收入	毛利
数字化展陈设计施工一体化服务	2,885.90	1,129.11	3,212.28	1,539.66
数字化展陈创意策划设计服务	70.84	56.73	193.28	115.27
数字化展馆运营维护服务	267.75	74.79	352.72	179.92

数字化品牌营销服务	2,354.28	698.44	1,516.31	522.98
媒介投放业务	245.26	238.63	-	-
其他	51.31	24.32	39.20	19.66
合计	5,875.35	2,222.02	5,313.78	2,377.49

（三）公司与安达创展等同行行业可比公司行业分类存在差异的原因及合理性。

可比公司	国民经济行业分类	上市公司行业分类	挂牌公司投资型行业分类	挂牌公司管理型行业分类
凡拓数创	I657 数字内容服务	I65 软件和信息技术服务业	-	-
安达创展	R8890 其他文化艺术业	R87 文化艺术业	1312111 特殊消费者服务	R8790 其他文化艺术业
杰尔斯	I6579 其他数字内容服务	I65 软件和信息技术服务业	13121111 特殊消费者服务	I6591 数字内容服务
时间网络	I6579 其他数字内容服务	I65 软件和信息技术服务业	17101110 信息技术咨询和系统集成服务	I6591 数字内容服务

按照《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》的所属行业分类，公司所属行业为“I6579 其他数字内容服务”，与同行业可比公司凡拓数创、杰尔斯的行业分类一致，与安达创展存在差异；按照中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订）的所属行业分类，公司所属行业为“I65 软件和信息技术服务业”，与同行业可比公司凡拓数创、杰尔斯的行业分类一致，与安达创展存在差异；按照《挂牌公司管理型行业分类指引》的所属行业分类，公司所属行业为“I6591 数字内容服务”，与同行业可比公司杰尔斯的行业分类一致，与安达创展存在差异；按照《挂牌公司投资型行业分类指引》的所属行业分类，公司所属行业为“17101110 信息技术咨询和系统集成服务”，与同行业可比公司杰尔斯、安达创展的行业分类存在差异。

同行业可比公司安达创展主要面向全国科技馆、博物馆、主题展示馆等领域，提供展馆展览内容整体策划设计与布展、展品展项研发制作，以及展馆运营管理服务集“策划、设计、承建、运营”一体化解决方案。而时间网络主营业务为文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间建设与运营以及数字新技术应用，

为政府、文博场馆、主题公园和企业等客户提供数字化展陈设计施工一体化服务、数字化展陈创意策划设计服务、数字化展馆运营维护服务、数字化品牌营销服务及媒介投放服务等。安达创展与时间网络均主要从事数字化展陈业务，而时间网络除提供数字化展陈服务外，还利用数字技术和创意为客户提供数字化品牌营销服务。同时，时间网络也积极参与文化数字化战略研究，作为牵头单位，联合科大讯飞、武汉大学、暨南大学等机构承担广东省重点课题《粤港澳大湾区文化 IP 智能创作与呈现关键技术研究及应用》的研究。

同行业可比公司安达创展从文化艺术的角度出发，按照《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》、《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）和《挂牌公司管理型行业分类指引》的相关规定，将其所处的行业划分为文化艺术业；而时间网络、杰尔斯从数字创意和科技的角度出发，按照《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》、《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）和《挂牌公司管理型行业分类指引》的相关规定，将公司所处的行业划分为“软件和信息技术服务业”大类和“其他数字内容服务”小类。

同行业可比公司安达创展、杰尔斯从消费的角度出发，按照《挂牌公司投资型行业分类指引》的规定，将其所处的行业划分为“1312111 特殊消费者服务”；而时间网络在按照《挂牌公司投资型行业分类指引》的规定进行行业分类时，综合考虑了公司的主营业务、发展规划等因素，并结合《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》、《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）和《挂牌公司管理型行业分类指引》的所处行业分类情况，将公司所处的行业划分为“1710 软件与服务”大类下的“17101110 信息科技咨询和系统集成服务”。

公司以现代数字技术为主要工具，进行数字文化创意内容制作、数字文化创意内容应用服务等，为客户提供数字创意产品与服务以及一体化解决方案。公司作为一家文化科技公司，兼具了文化与科技的双重属性，按照《战略性新兴产业分类（2018）》，公司所处的产业为“8 数字创意产业”，因此公司在进行行业分类时，根据《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》的所属行业分类，公司所属的行业选择了“I65 软件和信息技术服务业”大类下的“I6579 其他数字内容服务”，

为保持行业大类的一致性，根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）的所属行业分类，公司所属行业分类选择了“I65 软件和信息技术服务业”；按照《挂牌公司管理型行业分类指引》的所属行业分类，公司所属行业分类选择了“I65 软件和信息技术服务业” 大类下的“I6591 数字内容服务”，按照《挂牌公司投资型行业分类指引》的所属行业分类，公司所属行业分类选择了“1710 软件与服务” 大类下的“17101110 信息科技咨询和系统集成服务”。

综上，公司在进行行业分类时以《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》、《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）等相关规定为依据，综合考虑了公司主营业务、发展规划等因素，并参考了同行业可比公司的行业分类，公司的行业与安达创展等同行业可比公司行业分类存在差异具有合理性，公司行业分类合理。

十、补充说明公司名称与公司业务的匹配性，是否会对投资者产生误导。

公司创办于 2016 年，注册之日起即以“广州时间网络科技有限公司”命名，公司是一家以“建设自信的文化中国”为使命、以“科技，让文化滋养每个人”为愿景，以“科技为翼，在空间里诠释时间”为方法论的文化科技公司，致力于融合最新科技，创意打造文化空间，让时间之美可视、可触、可感、可交互，给时间以空间。

公司自成立以来专注于文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间的建设与运营以及数字新技术应用，为政府、文博场馆、主题公园和企业等客户提供数字化展陈设计施工一体化服务、数字化展陈创意策划设计服务、数字化展馆运营维护服务、数字化品牌营销服务及媒介投放服务等。

公司探索最新的技术成果在文化领域中的应用，并在相应的场景里实现商业的变现，目前已实现在“科技展陈”、“数字营销”两个应用场景方面的应用，以后公司将继续研发更多有价值的应用技术，并期望实现更多应用场景的落地。这一发展历程，符合创业公司的真实发展逻辑，这一开放式的名称，也是公司未来业务的自我期许。

公司名称中含有“网络科技”字眼，却并不局限在传统的互联网技术领域，

作为文化科技公司，公司的名称反映了公司利用网络技术创新的方向，例如数字化的文化内容制作、文化展览的虚拟体验、智慧场馆的数字化运营等。另一方面，在当代社会，“网络”已成为数字化时代的代名词。公司名称中的“网络”二字体现了公司在数字化方面的能力，与公司文化数字化的业务相符合。

公司对外、对内历来自称“时间网络”，体现了公司“科技为翼，在空间里诠释时间”的方法论，表明了公司致力于将文化元素与网络科技相结合，跨越时空构筑数字化文化的“网”，为用户提供更具创意和互动性的文化体验。公司名称中的“科技”二字，表明公司在业务中充分利用科技的优势，体现了“科技，让文化滋养每个人”的愿景，符合公司文化科技公司的定位。

综上，公司名称与公司业务的具有匹配性，不会对投资者产生误导。

【主办券商回复】：

一、主办券商核查程序

针对上述事项主办券商进行了以下核查程序：

1、访谈公司管理层，了解公司的业务情况，核实公司是否存在获取用户相关个人信息和商业秘密等情况；获取并查阅公司已制定并执行的数据安全管理制度；

2、获取公司的广告审查管理制度，了解公司的广告审查运行机制；

3、获取相关部门出具的合规证明，查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网等，核实公司是否存在因客户广告内容违规而遭受行政处罚或存在其他纠纷的情况；

4、访谈公司管理层，了解公司的业务情况，核实公司业务是否涉及互联网平台的搭建与运营；

5、获取并核查公司营业执照、公司章程、主要业务合同、资质证书等相关资料；

6、获取公司签订的劳务分包合同、公司合作劳务分包单位的资质证书、公司报告期内取得的相关项目及相关合同、招投标文件、信用报告等文件；

7、检索并查阅与公司业务相关的产业政策；使用关键字在互联网搜索相关媒体报道，关注与公司有关的媒体报道；

8、获取并查阅继受专利证书、继受专利的支付凭证、技术转让服务合同等资料；

9、检索查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询网站等公开信息网站；

10、查阅国民经济行业分类、上市公司行业分类、挂牌公司投资型/管理型行业分类的相关规定，查阅同行业可比公司的行业分类；

11、访谈公司管理层，了解公司名称的由来及其与公司业务的匹配性。

二、主办券商分析过程

同公司回复。

三、主办券商核查意见

经核查，主办券商认为：

1、公司在业务开展中存在个别业务可以获取用户相关个人信息的情况，公司已建立防泄密和保障网络安全的内部管理制度，业务开展符合我国网络安全及数据保护等相关法律法规规定，报告期内不存在数据泄露情形；

2、公司遵守互联网广告相关监管规定、对客户发布广告的具体内容进行有效审查，审查的内容、流程、规则及运作机制有效，报告期内公司不存在因客户广告内容违规而遭受行政处罚或其他纠纷的情形，相关处罚或潜在纠纷的风险较小；

3、公司业务不涉及互联网平台的搭建与运营；

4、公司的上述资质均处于有效期内，公司具有经营业务所需的全部资质、许可、认证、特许经营权，不存在超越资质、范围经营、使用过期资质的情况；

5、报告期内，公司不存在通过劳务分包将分包工程项目再次分包或转包的情形；工程施工业务不存在违法发包、转包、违法分包及挂靠等情况；截至本回复出具日，公司承接的项目与发包人不存在任何纠纷或潜在纠纷，不存在停业、降低业务资质等级等风险；

6、公司业务均符合国家产业政策要求；不存在与业务开展相关的重大媒体质疑情况；

7、公开转让说明书已全面梳理并补充披露商业模式；

8、公司继受专利系基于未来业务发展需要进行的技术储备，继受专利并非时间网络的核心专利，未实际运用到时间网络具体业务中，未产生收入和利润。公司继受专利价格由双方协商确定，定价公允，不存在利益输送或特殊利益安排。公司继受专利不涉及出让方的职务发明，不存在权属瑕疵；

9、公司与同行业可比公司凡拓数创、杰尔斯的行业分类基本一致；与安达创展的行业分类存在差异主要系两家公司行业分类的角度不同，公司行业分类准确；

10、公司名称与公司业务的具有一定的匹配性，不会对投资者产生误导。

【律师回复】：

律师回复详见《广东华商律师事务所关于广州时间网络科技股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌的补充法律意见书（一）》关于该问题的回复。

问题 3、关于历史沿革。（1）2016 年 8 月，外部投资者增资价格 29 元/1 元出资额，2017 年 12 月，刘慧明向向熹转让定价以 1 元/1 元出资额，2018 年 3 月的股权转让按照 32 元/1 元出资额，刘慧明 2016 年 7 月公司成立之初向熹借款，后抵消股权转让款。（2）2021 年 8 月，公司以 1 元的价格受让王嫦、付

蓉持有的时间网络 100%出资额（实缴出资 0 元）。(3) 公司于 2022 年 1 月受让黄明智、陈月停持有的岭峰建筑 100%出资额（实缴出资 0 元），收购款为 85,000 元；2022 年 3 月 20 日，岭峰建筑股东会决议解散；通过注销岭峰建筑，公司可以将岭峰建筑的电子与智能化工程专业承包二级的建筑业企业资质转移至公司名下。(4) 广州在线场文化有限责任公司的出资结构为时间网络、广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）、广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）出资比例分别为 51.00%、38.00%、11.00%。

请公司说明：(1) 上述股权转让价格差异较大的原因及合理性；包正向吴传震、彭利国等人转让股份的原因，0 元转让股权是否具有合理性；结合股权转让双方定价公允性及资金支付情况，说明公司历史沿革过程中是否存在股权代持情况或者其他利益安排，前述股权转让是否为股权代持还原，是否存在纠纷或潜在纠纷。(2) 王嫦、付蓉、黄明智、陈月停与公司是否存在关联关系。(3) 公司直接申请建筑业企业资质是否存在障碍，公司 2022 年 2 月取得行政许可的事项为重新申请办理资质还是资质承继。(4) 结合公司直接申请建筑业企业资质的成本及可行性、同类业务的市场价格，补充说明受让岭峰建筑出资额价格的定价依据及其公允性，是否存在利益输送或其他利益安排，是否存在损害公司利益的情形。(5) 子公司其他股东的投资背景，与公司董监高、股东、员工是否存在关联关系，是否存在代持或其他利益安排；公司与相关主体共同对外投资履行的审议程序情况，是否符合《公司法》《公司章程》等规定；相关主体投资入股的价格、定价依据及公允性，是否存在利益输送。

请主办券商和律师补充核查以上事项并发表明确意见。

【公司回复】：

一、上述股权转让价格差异较大的原因及合理性；包正向吴传震、彭利国等

人转让股份的原因，0 元转让股权是否具有合理性；结合股权转让双方定价公允性及资金支付情况，说明公司历史沿革过程中是否存在股权代持情况或者其他利益安排，前述股权转让是否为股权代持还原，是否存在纠纷或潜在纠纷。

1、上述股权转让价格差异较大的原因及合理性。

刘惠明股权转让、2018 年 3 月股权转让与 2016 年 8 月外部投资者投资入股的背景、目的、诉求均不相同，导致股权入股价格、股权转让价格有一定的差异，具体分析如下：

(1) 2016 年 8 月外部投资者增资入股原因及定价依据：

2016 年 8 月，张伟及同创英荟以 29 元/股投资入股，主要系 2016 年为 VR 行业风口，张伟及同创英荟对创始团队亦有较深的了解，外部投资人希望投资 VR 行业这一风口行业，且认为时间网络能做好 VR 行业媒体平台的业务，因此投资时间网络。具体入股价格是在参考当时同行业公司 VC 投资案例，并与时间网络及其股东协商最终确定，具有合理性。

(2) 2017 年 12 月，刘惠明向向熹转让定价以 1 元/1 元出资额原因及定价依据：

1) 刘惠明与包正共同投资设立时间网络的背景原因：刘惠明系暨南大学文学院的教师，刘惠明和其配偶毛哲与包正在设立时间网络前已认识。2016 年 VR 行业景气度非常高，大家期望 VR 带来的沉浸式体验和新的应用场景会对传统行业产生颠覆影响。在这样的背景下，毛哲与包正都有传媒行业背景，同时又有 VR 行业的专家朋友。经过沟通决定成立时间网络，从事 VR 媒体平台业务。刘惠明和其配偶毛哲均认为 VR 行业前景广阔。毛哲原计划在时间网络设立后，将其原工作辞去，全身心投入时间网络；而刘惠明也希望参与其中，发挥自己学术背景的特点。由于毛哲当时尚在北京工作，且仍在其他公司任职，经毛哲和刘惠明商议，最终由刘惠明作为股东参与时间网络的设立。

2) 刘惠明股权转让原因及定价依据：A.时间网络于 2016 年 6 月成立，直至

2017 年 7 月公司亦尚未找到稳定、持续的商业变现模式，且 VR 的景气度也在渐渐退却，VR 行业的发展远远不如预期。B.同时，最初投资时间网络时，刘惠明的配偶毛哲原计划在适当时机加入时间网络。但在 2016 年 8 月，毛哲受邀担任深圳新悦文化传媒有限公司总经理，该公司参与运营《中国好声音》节目，对毛哲而言是一个良好的职业选择，再加上时间网络发展不及预期，经过近一年发展亦尚未找到稳定、持续的商业变现模式，综合考虑，毛哲暂时放弃加入时间网络。C.刘惠明是暨南大学文学学院的教师，教学工作任务并不少，在毛哲暂时放弃加入时间网络的情况下，个人时间精力亦无法投入公司经营。D.向熹当时任职时间网络执行董事、总经理，其拥有多年的媒体运营及管理经验，其本人有意愿持有时间网络股权，且公司创始团队成员、外部投资者及其他股东均同意向熹通过受让方式取得时间网络股权。综合以上因素，刘惠明计划将持有的股权全部转让给向熹和黑匣时空。因刘惠明此次股权转让，是计划退出时间网络，对于其本人而言只要收回其投资成本即可满足其诉求。因此，经双方协商确定，股东刘惠明将 123 万元出资额（实缴出资 12.3 万元）以 12.30 万元转让给向熹、将 57 万元出资额（实缴出资 5.7 万元）以 5.70 万元转让给广州黑匣时空。综合考虑股权转让的背景及原因、股权转让方的诉求等，认为本次股权转让价格合理。

（3）2018 年 3 月股权转让原因及定价依据：

2018 年 3 月，有限公司第二次股权转让。吴传震、包正、彭利国、广州黑匣时空分别将 51 万元、42 万元、24 万元、60 万元认缴出资额（分别对应 5.1 万元、4.2 万元、2.4 万元、6 万元实缴出资额）转让给向熹。

本次股权转让的原因：公司在 2017 年度做了诸多探索，包括运营黑匣网、黑匣微信公众号、VR 线下体验店联盟、拍摄 VR 宣传片，发布 VR 产业白皮书，开展数字化体验空间建设与运营业务等，但对于公司未来以何种商业模式发展，管理层在经历了较长时间的沟通协调后，仍存在一定的分歧，继续如此发展将对公司业务开展造成重大不利影响，可能使公司陷入僵局。此时向熹为第一大股东，向熹更希望通过收购股权方式提升自身占比，确保在公司的绝对话语权，以消除发展方向之争给公司带来的重大不利影响。同时，外部财务投资人张伟、同

创英荟要求股东之间解决分歧，经充分沟通后最终主张向熹将除张伟、同创英荟以外的其余股东（包括计划作为持股平台的黑匣时空）的股权全部收购，确保实际控制人的绝对控制权，对于持股平台在未来合适时机再重新设立。在保障了包正、吴传震、彭利国退出利益的基础上（转让价格参考时间网络当时的净资产金额，该价格各方均可接受），向熹受让包正、吴传震、彭利国、黑匣时空持有的时间网络全部股权，2018年3月股权受让完成后，向熹持股比例达到87%，对时间网络拥有了绝对控制权，消除了发展方向之争，确保了时间网络继续稳健发展。

本次股权转让的定价依据：本次股权转让以截至2018年2月28日时间网络净资产值为定价基础，并经双方协商确定。根据北京华审会计师事务所有限公司广东分所关于广州时间网络科技有限公司清产核资的专项财务审计报告所有者权益（净资产）总额为11,465,617.61元。吴传震、包正、彭利国、广州黑匣时空认缴出资额分别为51万元、42万元、24万元、60万元认缴出资额，本次转让前实缴金额分别为5.1万元、4.2万元、2.4万元、6万元，虽然从实缴比例方面来看原股东仅实缴10%，实缴比例不高，但是从向熹收购股权角度，主要考虑本次股权收购需承担的总体成本（其中股权转让款567.82万元，后续需代原股东实缴金额159.30万元，合计727.12万元）是否在其承受范围内，而不是考虑原股东的实缴比例。在本次股权转让价格协商定价过程中，向熹已充分考虑了除股权转让款外亦需要承担的159.30万元的实缴义务，经综合考量后，认为本次股权收购需承担的总体成本在其可接受范围内，最终确定的股权转让款价格合理。综合考虑本次股权转让的背景及原因、本次定价以净资产为定价基础等，认为本次股权转让价格合理。

2、包正向吴传震、彭利国等人转让股份的原因，0元转让股权是否具有合理性。

包正虽然并非实际控制人，但系创始股东，在股权转让前为公司第二大股东，持有时间网络34.80%股权；包正股权转让时，刘惠明已同时将股权转让给了向熹及黑匣时空，刘惠明作为控股股东已无法再进行股权转让；公司基于对创始团

队成员吴传震、彭利国等人身份的认可，决定通过由包正向吴传震、彭利国等人转让股权，是通过出让股权使得上述人员可以分享公司未来发展的红利而进行的股权调整，调整后的股权结构充分考虑了各股东在时间网络的任职情况以及对公司已贡献和预计未来贡献情况，调整后股权结构符合各方诉求。

吴传震、彭利国分别于 2016 年 10 月、2016 年 9 月入职时间网络，黑匣时空主要有限合伙人袁海鹰于 2017 年 2 月入职时间网络，上述人员在媒体运营等领域拥有丰富的经验，均属于公司创始团队成员。时间网络当时计划开展 VR 行业媒体平台，上述人员的经验对公司发展非常重要，为进一步保障企业发展战略落实，经各方长时间充分协商，最终决定由包正将 51 万元出资额（实缴出资 5.1 万元）以 0 元转让给吴传震、将 24 万元出资额（实缴出资 2.4 万元）以 0 元转让给彭利国，将 3 万元出资额（实缴出资 0.3 万元）以 0 元转让给广州黑匣时空。因本次股权调整属于对上述人员创始团队身份的认可，使得上述人员可以分享公司未来发展的红利而调整，且主要股东对拟受让股权人员是否需设定服务期的意义并不了解，亦无专业人员予以指导，且本次股权转让主要系股权调整而开展，因此股权转让协议并未对服务期作出约定及要求。本次股权转让协议签署日期为 2017 年 7 月 28 日，但由于办理人员未及时提交资料等原因导致该股权转让实际于 2017 年 12 月完成工商变更登记。包正以 0 元向吴传震、彭利国、黑匣时空转让股权具有合理性，不属于股权代持还原或者存在其他利益安排。

综上所述，包正以 0 元向吴传震、彭利国、黑匣时空转让股权具有合理性，不属于股权代持还原或者存在其他利益安排。

3、公司历史沿革过程中是否存在股权代持情况或者其他利益安排，前述股权转让是否为股权代持还原，是否存在纠纷或潜在纠纷。

公司历史上不存在股权代持，不存在股权代持还原的情形。针对刘惠明持股是否存在股权代持做如下分析：

（1）刘惠明出资入股及股权转让具有合理性：

前文已充分分析了刘惠明出资入股及股权转让的背景原因，经分析认为刘惠

明与其他股东共同出资设立时间网络及后续股权转让均具有合理性。

(2) 刘惠明向向熹借款具有合理性：

刘惠明将股权转让给向熹、黑匣时空时，股权转让款以借款抵偿的方式予以支付，刘惠明 2016 年向向熹借款的具体原因如下：

2016 年下半年度，刘惠明及其配偶毛哲正在为女儿出国读书的事情做各项准备工作，而女儿出国需要较多费用，当时家庭所剩积蓄并不是太多，再加上当时时间网络设立后需要实缴出资并作为运营资金，当时其资金周转压力比较大，于是向朋友向熹借了 17.705 万元款项(银行存款转账方式)，2016 年 7 月 11 日，刘惠明出具了收条，收条上载明收到向熹支付的借款人民币 17.705 万元。2023 年 3 月 20 日，向熹也出具了书面情况说明，向熹于 2016 年 7 月 11 日向刘惠明借出人民币 17.705 万元。

刘惠明向向熹借款，并在股权转让时以借款抵偿的方式予以受让股权转让款具有合理性。

综上所述，公司历次股权变更系股东真实意思表示，股权转让或增资的情形真实，不存在股权代持的情形。公司历次股权转让均已履行必要的审议决策程序。除了 2017 年 12 月有限公司第一次股权转让是用借款抵消股权转让支付款外，其他各次转让价款或增资款项均来自自有资金，均已完成实际支付，转让行为或增资行为真实有效、不存在争议或潜在纠纷。公司的股权清晰、权属分明。

二、王嫦、付蓉、黄明智、陈月停与公司是否存在关联关系。

1、王嫦、付蓉与公司是否存在关联关系。

北京大国小鲜文化传媒有限公司被收购前的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	付蓉	150.00	30.00	货币

2	王嫦	350.00	70.00	货币
总计		500.00	100.00	-

2021年8月1日，有限公司召开股东会并作出决议，同意公司对北京大国小鲜文化传媒有限公司进行股权收购。2021年8月20日，北京大国小鲜文化传媒有限公司召开股东会并作出决议，同意广州时间网络科技有限公司成为北京大国小鲜文化传媒有限公司新的股东。付蓉、王嫦分别与广州时间网络科技有限公司签订转让协议。2021年8月31日 广州时间网络科技有限公司收购大国小鲜后，大国小鲜的股本结构情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	广州时间网络科技有限公司	500.00	100.00	货币
合计		500.00	100.00	-

根据核查，付蓉、王嫦的基本情况如下：

付蓉，女，中国国籍，1977年4月出生，住址为广州市番禺区，公民身份号码为420111197704*****。1995年9月-1999年6月，华中科技大学新闻与信息传播学院，就读本科；1999年9月-2002年6月，华中科技大学新闻与信息传播学院，就读硕士；2002年7月-2008年4月，华中科技大学新闻与信息传播学院，任职教师；2008年4月-2013年7月，南方都市报，任职编辑；2014年7月至2021年7月，创立北京大国小鲜文化传媒有限公司；2021年8月至今，任职于北京石头剪刀布科技有限公司。

王嫦，女，中国国籍，1977年3月出生，住址为湖南省浏阳市淮川街道办事处，公民身份号码为430181197703*****。2009年4月-2012年5月，北京德比诚信工贸有限公司，任职经理；2012年8月-2013年9月，北京德馨乐居房地产经纪有限公司，任职业务经理；2014年7月-2021年7月，北京大国小鲜文化传媒有限公司，任执行董事。

付蓉、王嫦未在广州时间网络科技股份有限公司及其子公司任职，也未在董事、监事、高级管理人员控制的其他企业任职。

2023 年 7 月 20 日，付蓉、王嫦出具了与公司及其控股股东、实际控制人不存在关联关系的承诺。

综上所述，经核查相关主体的关联关系明细表，付蓉、王嫦与公司不存在关联关系。

2、黄明智、陈月停与公司是否存在关联关系。

2021 年 8 月，黄明智和陈月停投资设立岭峰建筑，公司注册资本为 1,000.00 万元，设立时股东的姓名、出资额、出资方式如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	黄明智	700.00	70.00	货币
2	陈月停	300.00	30.00	货币
总计		1,000.00	100.00	-

2022 年 1 月 10 日，公司召开股东会并作出决议，同意公司对广东岭峰建筑工程有限公司进行收购。2022 年 1 月 24 日，广东岭峰建筑工程有限公司召开股东会并作出决议，同意黄明智将占岭峰建筑注册资本 70.00%的股权，共 700.00 万元认缴出资额以 59,500.00 元转让给时间网络，同意陈月停将岭峰建筑注册资本 30%的股权，共 300.00 万元认缴出资额以 25,500.00 元转让给时间网络。时间网络收购岭峰建筑总价款为 85,000.00 元

时间网络收购岭峰建筑后，岭峰建筑的股权结构如下：

股东	认缴金额（万元）	出资方式	股权比例
时间网络	1,000.00	货币	100.00%

根据核查，黄明智、陈月停的基本情况如下：

黄明智，男，中国国籍，2000 年 3 月出生，住址为广东省雷州市龙门镇，公民身份号码为 4408822000030*****。2021 年 8 月-2022 年 5 月任广东领峰建筑工程有限公司执行董事，经理。

陈月婷，女，中国国籍，1993 年 4 月生，广东省雷州市，公民身份号码为 4408822199304*****。2021 年 8 月-2022 年 5 月任广东领峰建筑工程有限公司监事。

2023 年 7 月 20 日，黄明智、陈月婷出具了与公司及其控股股东、实际控制人不存在关联关系的承诺。

综上所述，经核查相关主体的关联关系明细表，黄明智、陈月婷与公司不存在关联关系。

三、公司直接申请建筑业企业资质是否存在障碍，公司 2022 年 2 月取得行政许可的事项为重新申请办理资质还是资质承继。

截至本反馈意见出具之日，时间网络报告期内持有的电子与智能化工程专业承包二级情况如下：

资质证书号	资质类别及等级	发证日期	有效期	发证机关
D344219375	电子与智能化工程专业承包二级	2023 年 2 月 15 日	2023 年 12 月 31 日	广州市住房和城乡建设局

根据《建筑业企业资质管理规定》第三条规定，企业应当按照其拥有的资产、主要人员、已完成的工程业绩和技术装备等条件申请建筑业企业资质，经审查合格，取得建筑业企业资质证书后，方可在资质许可的范围内从事建筑施工活动。

直接申请电子与智能化工程专业承包二级资质标准：净资产 800 万元以上。

（1）机电工程、通信与广电工程专业注册建造师合计不少于 4 人，其中一级注册建造师不少于 2 人。（2）技术负责人具有 8 年以上从事工程施工技术管理工作经历，且具有电子与智能化工程相关专业高级职称或机电工程(或通信与广电工程)专业一级注册建造师执业资格；电子与智能化工程相关专业中级以上职称

人员不少于 5 人，且专业齐全。（3）持有岗位证书的施工现场管理人员不少于 15 人，且施工员、质量员、安全员、造价员、材料员、资料员等人员齐全。（4）经考核或培训合格的中级工以上技术工人不少于 10 人。（5）技术负责人(或注册建造师)主持完成过本类别资质一级标准要求的工程业绩不少于 2 项。

时间网络直接申请建筑业企业资质,不存在实质性障碍,但是申请该资质需要一些特定人才,时间网络通过招聘或其他方式引进需要花费较多的时间和成本。所以公司没有通过直接申请智能化工程专业承包二级资质标准的方式来获得该资质。

时间网络没有直接申请智能化工程专业承包二级资质而是通过收购岭峰建筑的方式获得的主要原因：（1）住房和城乡建设局审核标准一直都较为严格，申请该资质需要大量的证明材料，加上企业申报的资料，审核周期长，具有一定的时间成本。（2）企业在快速发展阶段，在当时业务规划中，希望快速获取该资质来开拓文博展馆的建筑智能化项目，尽快健全和优化企业的业务结构。

公司通过收购岭峰建筑承继电子与智能化工程专业承包二级资质具体情况如下：

为贯彻落实《国务院关于进一步优化企业兼并重组市场环境的意见》（国发[2014]14 号），进一步明确工程勘察、设计、施工、监理企业及招标代理机构(简称建设工程企业)重组、合并、分立后涉及资质重新核定办理的有关要求，简化办理程序，方便服务企业，现将建设工程企业发生重组、合并、分立等情况后涉及资质办理的有关事项通知如下：根据有关法律法规和企业资质管理规定，建设工程企业发生重组、合并、分立等情况申请资质证书的，可按照有关规定简化审批手续，经审核注册资本金和注册人员等指标满足资质标准要求的，直接进行证书变更。有关具体申报材料 and 程序按照《关于建设部批准的建设工程企业办理资质证书变更和增补有关事项的通知》（建市函[2005]375 号）等要求办理。

根据上述规定，因公司发生重组、合并、分立而申请变更资质证书的，主要审核注册资本金和注册人员两项标准。其中关于注册资本金方面，申请电子与智

能化工程专业承包二级要求净资产 800 万元以上；关于注册人员方面，要求机电工程、通信与广电工程专业注册建造师合计不少于 4 人，其中一级注册建造师不少于 2 人。公司在申请电子与智能化工程专业承包二级资质变更时满足上述要求。

公司向广州市住房和城乡建设局提出电子与智能化工程专业承包二级的建筑业企业资质申请（案件流水号：00202105134860104）。经广州市住房和城乡建设局审查，公司的申请符合法定条件、标准，根据《中华人民共和国行政许可法》第三十八条、《中华人民共和国建筑法》第十三条、《建筑业企业资质管理规定》（建设部第 22 号令）、《建筑业企业资质标准》（建市(2014)159 号）及《住房城乡建设部关于建设工程企业发生重组、合并、分立等情况资质核定有关问题的通知》（建市(2014)79 号）的有关规定，广州市住房和城乡建设局决定准予公司电子与智能化工程专业承包二级的建筑业企业资质，并于 2022 年 2 月 16 日出具了编号为穗建筑许海[2022]34 号的准予行政许可决定书。

公司将岭峰建筑的电子与智能化工程专业承包二级的建筑业企业资质转移到母公司名下，资质转移后公司可以集中管理和掌控资质，提高资质的有效利用和管理效率。同时，资质承继也可以为公司在建筑领域的业务拓展提供更大的灵活性和机会。

综上所述：时间网络的建筑企业资质（资质等级为电子与智能化工程专业承包二级）属于资质承继。

公司自取得电子与智能化工程专业承包二级资质以来，并未在实际业务中使用该资质。该资质将于 2023 年 12 月 31 日到期，此项资质到期后，公司无相关续期计划。

四、结合公司直接申请建筑业企业资质的成本及可行性、同类业务的市场价格，补充说明受让岭峰建筑出资额价格的定价依据及其公允性，是否存在利益输送或其他利益安排，是否存在损害公司利益的情形。

公司收购广东岭峰建筑工程有限公司主要原因是由于其具有电子与智能化

工程专业承包二级资质，为保障时间网络资产与业务的完整性，同时减少潜在同业竞争和关联交易，时间网络收购岭峰建筑，受让岭峰建筑股权的定价依据及其公允性如下：

时间	收购标的	交易价格 (元)	定价依据及公允性
2022 年 1 月	岭峰建筑	85,000.00	综合考虑收购前峰岭建筑的净资产、公司单独申请电子与智能化工程专业承包二级资质的成本等因素，双方经友好协商确定交易对价为 85,000.00 元，交易总额较小，并未损害发行人及股东利益的情况，具有公允性。

2023 年 7 月 19 日，广州万畅企业管理咨询有限公司出具了关于申请电子与智能化工程专业承包二级资质的代理费用为人民币三万元（含税）的报价函。

2023 年 7 月 19 日，广州万华建工程咨询有限公司出具了关于申请电子与智能化工程专业承包二级资质的代理费用为人民币三万元（含税）的报价函。

直接申请电子与智能化工程专业承包二级资质的成本分析：（1）时间成本，企业获得该资质需要广州市住房和城乡建设局对企业提供的申请材料进行严格的审查，审查周期较长，审核过程中会对企业的专业技术人员的认定提出严格的要求。企业直接申请该资质的时间成本相对较高。（2）人力成本，申请该资质需要一定数量的专业人才。公司需要配置充足的专业人才团队，以满足申请该资质的要求。招聘和维系人才需要人力成本的支出，公司人力成本的增长将对公司的盈利水平及经营成果造成一定影响。（3）机会成本，直接申请电子与智能化工程专业承包二级资质的审核周期较长。公司快速发展的过程当中需要该资质来承接拟开展的潜在业务，直接申请电子与智能化工程专业承包二级资质较长的审核周期可能会导致公司错过业务机会。

综上所述，时间网络通过收购岭峰建筑而获得电子与智能化工程专业承包二级资质，最大限度考虑到企业发展成本。公司收购岭峰建筑的交易价格为 85,000 元，虽然比找相关代理机构直接申请多花费 55,000 元，但是公司节约了大量人

员招聘成本、时间成本。公司管理层经综合考量，收购岭峰建筑符合企业实际发展的需要，具有必要性。交易价格较小，交易定价公允，不存在利益输送或其他利益安排，不存在损害公司利益的情形。

五、子公司其他股东的投资背景，与公司董监高、股东、员工是否存在关联关系，是否存在代持或其他利益安排；公司与相关主体共同对外投资履行的审议程序情况，是否符合《公司法》《公司章程》等规定；相关主体投资入股的价格、定价依据及公允性，是否存在利益输送。

1、子公司其他股东的投资背景，与公司董监高、股东、员工是否存在关联关系，是否存在代持或其他利益安排？

时间网络子公司广州在线场文化有限责任公司股权结构如下：

序号	股东名称	认缴金额（万元）	实缴金额（万元）	持股比例（%）	出资方式
1	时间网络	51	51	51	货币
2	广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）	38	0	38	-
3	广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）	11	0	11	-
合计		100	51	100	-

广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）的基本情况：

公司名称	广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）
成立日期	2022 年 10 月 21 日
出资额	40 万元

住所	广州市南沙区丰泽东路 106 号（自编 1 号楼）X1301-F014808
执行事务合伙人	刘敏
合伙人	刘敏、张伟、卢晟

广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）的基本情况：

公司名称	广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）
成立日期	2022 年 10 月 21 日
出资额	15 万元
住所	广州市南沙区丰泽东路 106 号（自编 1 号楼）X1301-F014812
执行事务合伙人	毛哲
合伙人	毛哲、刘瑶

广州在线场文化有限责任公司设立的主要目的是向公司数字创意提供设计赋能，通过组建自有的创意设计团队，减少对外部供应商的依赖，形成销售、策划、设计、执行的业务闭环，增加公司整体竞争力，公司设立了广州在线场文化有限责任公司。该子公司业务主要是承接数字化营销设计服务业务，包括营销物料设计及制作、脚本创意、3D 创意文案等。

广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）投资在线场文化的背景主要是公司拟引入合伙人刘敏、张伟、卢晟加入公司组建团队承接原关联供应商南方精英的业务，一方面可以减少关联交易，另一方面增强公司核心竞争力，减少供应商依赖。

广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）投资在线场文化的背景主要是在线场组建团队承接原南方精英业务并积极拓展新的业务来源，该合伙企业的合伙人为公司核心员工，以此达到激励员工促进公司快速发展的目的。

经核查时间网络银行流水未发现时间网络与广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）和广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）存在大额资金往来情况。

综上所述：时间网络的董事毛哲同时担任广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）的执行事务合伙人，公司股东张伟为广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）普通合伙人。除上述关联关系外。在线场股东广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）、广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）与公司及其股东、董监高、员工之间不存在关联关系，之间不存在代持或其他利益安排。

广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）和广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）不存在代持或其他利益安排。

2、公司与相关主体共同对外投资履行的审议程序情况，是否符合《公司法》 《公司章程》等规定

2022年10月12日，公司第一届董事会第三次会议审议通过了《关于与关联方共同投资设立子公司暨关联交易的议案》，同意公司与关联方毛哲等共同出资设立在线场，关联董事毛哲予以回避表决。

综上所述，公司与相关主体共同对外投资履行的审议程序履行了必要的决策、批准程序，符合《公司法》《公司章程》的有关规定。

3、相关主体投资入股的价格、定价依据及公允性，是否存在利益输送。

2022年10月，公司拟为数字创意提供设计赋能，经公司第一届董事会第三次会议决议，与广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）和广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）共同出资设立广州在线场文化有限责任公司。广州在线场文化有限责任公司设立至今，股权结构未再发生变化。

广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）为广州在线场文化有限责任公司的股东，其与公司董监高、股东、员工不存在关联关系、不存在代持或其他利益安排。广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）为广州在线场文化有限责任公司的股东，时间网络的董事毛哲同时担任广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）的执行事务合伙人，时间网络与广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）构成关联

关系，除此以外其与公司董监高、股东、员工不存在其他关联关系，也不存在代持或其他利益安排。公司审议本次投资事项的第一届董事会第三次会议符合《公司法》《公司章程》等规定。

综上所述，广州在线场文化有限责任公司为新设成立，广州时间网络科技有限公司、广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）和广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）均按照 1 元/注册资本投资入股。本次出资价格公允，不存在利益输送的情形或其他损害公司利益的情况。

【主办券商回复】：

一、主办券商核查程序

针对上述事项主办券商进行了以下核查程序：

1、针对股权转让价格差异较大的原因及合理性；包正向吴传震、彭利国等人转让股份的原因，0 元转让股权是否具有合理性；公司历史沿革过程中是否存在股权代持情况或者其他利益安排，前述股权转让是否为股权代持还原，是否存在纠纷或潜在纠纷等问题主办券商履行了以下核查与尽调手段。

（1）获取公司自成立以来历次股权转让、增资及股权转让的工商登记资料、股权转让协议、资金支付凭证、验资报告；

（2）访谈了历史股东和现有股东，对历次股权转让原因、价格、支付情况、是否存在纠纷等事宜进行了确认；

（3）查阅法律意见书，并针对公司历次出资及股权变动事宜与律师进行了充分沟通交流，并达成一致意见；

（4）访谈公司历史股东刘惠明的配偶毛哲，对刘惠明入股原因、退出原因以及向向熹借款原因等事宜进行了访谈确认；

（5）查询裁判文书网并进行网络检索，查询时间网络是否存在因股权代持或股权纠纷情形而导致的诉讼、仲裁以及处罚等情形。

2、针对王嫦、付蓉、黄明智、陈月停与公司是否存在关联关系主办券商履行了以下核查与尽调手段。

（1）查阅了大国小鲜和岭峰建筑的全套工商档案、股权转让协议等文件；

（2）王嫦、付蓉、黄明智、陈月停出具了与公司及其控股股东、实际控制人不存在关联关系的承诺；

（3）查阅公司收购股权有关的股权转让协议、款项支付凭证。

3、针对公司直接申请建筑业企业资质是否存在障碍主办券商履行了以下核查与尽调手段。

（1）查阅了岭峰建筑的全套工商档案；

（2）查阅公司营业执照、员工名册；

（3）查阅相关员工的注册建造师执业资格证等资格证书，核查与公司业务资质的匹配情况；核查了广州市住房和城乡建设局颁发的行政许可决定书；

（4）查阅《建筑企业资质标准》等相关法律法规及规范性文件关于资质的规定。

4、针对岭峰建筑出资额价格的定价依据及其公允性，是否存在利益输送或其他利益安排，是否存在损害公司利益的情形主办券商履行了以下核查与尽调手段。

（1）查阅岭峰建筑的工商档案、截至 2022 年 1 月 31 日的岭峰建筑的资产负债表、股权转让协议、股权转让款支付凭证；

（2）了解公司收购岭峰建筑股权的背景和定价依据等，历史沿革中是否存在代持或利益输送。其他机构申请该资质的报价情况；

（3）查阅岭峰建筑股东会决议等。

5、针对子公司其他股东的投资背景，与公司董监高、股东、员工是否存在关联关系，是否存在代持或其他利益安排；公司与相关主体共同对外投资履行的审议程序情况，是否符合《公司法》《公司章程》等规定；相关主体投资入股的价格、定价依据及公允性，是否存在利益输送主办券商履行了以下核查与尽调手段。

（1）取得公司与相关主体共同设立子公司相关审议决策程序文件；

（2）查阅公司报告期内的流水情况；

（3）查阅《公司章程》相关规定，了解其是否根据相关规定履行了必要的决策程序；了解广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）和广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）入股的背景；

（4）查阅公司其他股东（法人主体）公开工商信息，了解其他股东（法人主体）穿透后的自然人股东及其主要人员与时间网络及董监高、股东、员工的关联关系。

二、主办券商分析过程

同公司回复。

三、主办券商核查意见

经核查，主办券商认为：

1、包正向吴传震、彭利国等人转让股份的原因具有合理性，0元转让股权也具有合理性；公司历史沿革过程中不存在股权代持情况或者其他利益安排，前述股权转让不是股权代持还原，不存在纠纷或潜在纠纷；

2、王嫦、付蓉、黄明智、陈月婷与公司不存在关联关系；

3、公司直接申请建筑业企业资质不存在障碍，时间网络的建筑企业资质（资质等级为电子与智能化工程专业承包二级）属于资质承继；

4、时间网络通过收购岭峰建筑而获得电子与智能化工程专业承包二级资质，最大限度考虑到企业发展成本。公司收购岭峰建筑的交易价格为 85,000.00 元，虽然比找相关代理机构直接申请多花费 55,000.00 元，但是公司节约了大量人力成本、时间成本。公司管理层经综合考量，收购岭峰建筑符合企业实际发展经营的需要，具有必要性。交易价格较小，交易定价公允，不存在利益输送或其他利益安排，不存在损害公司利益的情形；

5、时间网络的董事毛哲同时担任广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）的执行事务合伙人，公司股东张伟为广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）普通合伙人。除上述关联关系外。在线场股东广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）、广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）与公司及其股东、董监高、员工之间不存在关联关系，之间不存在代持或其他利益安排。

广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）和广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）不存在代持或其他利益安排。

公司与相关主体共同对外投资履行的审议程序履行了必要的决策、批准程序，符合《公司法》《公司章程》的有关规定。

广州在线场文化有限责任公司为新设成立，广州时间网络科技股份有限公司、广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙）和广州毋意毋必投资合伙企业（普通合伙）均按照 1 元/注册资本投资入股。本次价格公允，不存在利益输送的情形或其他损害公司利益的情况。

【律师回复】：

律师回复详见《广东华商律师事务所关于广州时间网络科技股份有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌的补充法律意见书（一）》关于该问题的回复。

问题 4、关于客户。公司 2021 年、2022 年第一大客户销售占比分别为 59.28% 和 35.15%，前五大客户占比分别为 92%、64.67%，客户集中度较高；公司应收账款中存在深圳市金凤凰装饰工程有限公司。

请公司：（1）补充说明客户集中度较高是否符合行业特性、公司与客户的历史合作情况、公司获取订单方式、相关业务的稳定性及可持续性，并充分揭示客户集中度较高可能带来的风险；（2）详细说明对中国平安保险（集团）股份有限公司的数字化品牌营销服务具体内容，同类业务毛利率是否存在较大差异；（3）补充披露客户开拓方式，报告期各期新老客户的收入及占比，期后新开拓的客户情况、期末在手订单以及期后新签订订单情况等，结合期后订单情况、市场竞争格局、公司竞争优势等进一步说明客户集中度较高对持续经营能力的影响；（4）请公司补充说明针对客户金凤凰装饰的业务是否为转包业务，如是，请补充披露转包业务的收入及占比，并说明公司收入确认是否应以总包验收后确认，是否存在提前确认收入的情况；（5）按照季度披露公司收入构成，并说明与同行业公司是否存在差异，是否存在跨期确认收入的情况。

请主办券商和会计师补充核查以下事项并发表明确意见：（1）公司客户集中度较高的原因，与行业经营特点是否一致；（2）公司客户在行业中的地位、透明度与经营状况，是否存在重大不确定性风险；（3）公司与客户合作的历史、业务稳定性及可持续性，相关交易的定价原则及公允性；（4）公司与重大客户是否存在关联方关系，公司的业务获取方式是否影响独立性，公司是否具备独立面向市场获取业务的能力；（5）收入确认是否谨慎、是否存在跨期。

【公司回复】：

一、补充说明客户集中度较高是否符合行业特性、公司与客户的历史合作情况、公司获取订单方式、相关业务的稳定性及可持续性，并充分揭示客户集中度较高可能带来的风险。

（一）补充说明客户集中度较高是否符合行业特性；

报告期内，公司前五大客户销售额占营业收入的比例较高，分别为 92.00% 和 64.67%。随着公司业务规模的增加，公司前五大客户销售额占营业收入的比例有下降的趋势。

公司与同行业可比公司相比，客户集中度高属于行业惯例。

公司提供的服务主要为数字化展陈设计施工一体化服务及数字化品牌营销服务等，公司与同行业可比公司的前五大客户销售占比情况如下：

单位：万元

项目		凡拓数创	杰尔斯	安达创展	时间网络
前五大客户销售收入占比	2022 年	27.71%	62.25%	39.13%	64.67%
	2021 年	20.94%	54.49%	70.46%	92.00%
公司营业收入	2022 年	60,940.42	23,083.33	31,198.98	5,875.35
	2021 年	71,408.12	29,866.68	30,982.45	5,313.78

由上表可知，同行业可比公司中，凡拓数创为创业板上市公司，营业收入较大，前五大客户销售收入占比在 20%至 30%之间，相对较低；杰尔斯为挂牌公司，营业收入相对较小，前五大客户销售收入占比在 50%以上，集中程度较高；安达创展为挂牌公司，2021 年度和 2022 年度前五大客户销售收入占比为 70.46% 和 39.13%，集中程度较高。因此，客户集中度较高符合行业惯例。

1、客户集中度较高，主要系行业和业务特性所致

公司的各项业务中，数字化展陈设计施工一体化服务收入占比较大，前五大客户主要为政府机构、国有企业及知名公司，公司向其提供展陈设计施工一体化服务，该类项目投资金额大，单体项目金额较大，收入占比较高。

随着市场竞争的日趋激烈、管理理念的不断更新，品牌客户更专注于自身核心业务的发展，营销外包比例不断攀升，公司为品牌客户中国平安提供数字化品牌营销服务，该业务收入占比较高。

2、公司客户集中度较可比公司略高，主要原因是发展阶段、业务规模等存在差异，具有合理性。时间网络成立于 2016 年，目前处于成长期，与同行业可比公司相比，业务规模不大，营业收入相对较小。

（二）公司与客户的历史合作情况、公司获取订单方式、相关业务的稳定性及可持续性；

1、报告期内，公司与主要客户的历史合作情况、获取订单的方式：

序号	客户名称	合作历史	获取订单的方式
1	佛山市南海区西樵镇樵有资产管理有限公司	2020 年，公司获取了佛山市南海区西樵镇樵有资产管理有限公司的飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”展陈服务采购项目和运营服务采购项目，自此开始与其开展业务合作，其中运营服务第一期为 3 年，若 3 年届满考核达标再续签 3 年。公司目前仍在与该客户进行合作，主要为其提供数字化展馆的运维服务。	竞争性磋商
2	中国平安保险(集团)股份有限公司	2019 年，公司成为中国平安 2020 创意设计&框架服务商，自此之后公司每年都有与中国平安合作，主要为其提供创意设计、策划等数字化品牌营销服务。	商务谈判
3	广州动物园	公司自 2017 年开始与广州动物园开展合作，主要为其提供数字化展览展示服务。	公开招标
4	广东民间工艺博物馆	公司自 2018 年开始与该客户开展合作，主要为其提供数字化展览展示服务。	定点议价
5	广东万事泰集团有限公司	公司自 2019 年开始与该客户开展合作，主要为其提供数字化展陈创意设计服务。	商务谈判
6	清远市佰合谷投资有限公司	公司自 2021 年开始与该客户开展合作，主要为其提供数字化展陈设计施工一体化服务。	商务谈判
7	青岛银盛泰集团有限公司	公司自 2019 年开始与该客户开展合作，主要为其提供数字化展陈设计施工一体化服务。	商务谈判
8	东莞市麻涌镇宣传教育文体旅游办公室	公司自 2021 年开始与该客户开展合作，主要为其提供数字化展陈设计施工一体化服务。	公开招标
9	常德柳叶湖旅游度假区旅游和文化体育局	公司自 2021 年开始与该客户开展合作，主要为其提供数字化展陈设计施工一体化服务。	竞争性谈判

2、相关业务的稳定性及可持续性

公司主要通过参与招投标、竞争性谈判、竞争性磋商、商务谈判等方式获取订单，并与客户建立联系，后续通过良好的产品和服务质量取得客户信赖。

(1) 公司充分重视与合作客户的合作，在向客户提供数字化展陈设计施工一体

化服务后，公司也参与客户展馆的运营维护服务，如飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”展陈服务和运营服务、广东民间工艺博物馆的展陈服务和运维服务等；同时，公司也充分利用自身的创意策划、设计制作、系统集成等能力，从已服务的客户中开发有创意策划、设计制作、展馆改造、后期维护等需求的客户，如广州动物园科技馆虚拟互动项目、广东民间工艺博物馆项目等。

（2）由于大型展馆业务为低频业务，公司目前已同步开拓高频业务，即数字化品牌营销业务。2019 年，公司成为中国平安 2020 创意设计 & 框架服务商，自此之后公司每年都有与中国平安合作，主要为其提供创意设计、策划等数字化品牌营销服务。公司将在继续开发展馆存量客户需求的基础上，将客户矩阵从政府部门单位拓宽至包括金融机构、大型集团在内的企事业单位等市场型客户，高低频业务双线并进，与重要客户保持合作的可持续性。

（三）并充分揭示客户集中度较高可能带来的风险；

已在公开转让说明书“重大事项提示”中对公司的客户集中较高可能带来的风险进行了充分披露。

二、详细说明对中国平安保险（集团）股份有限公司的数字化品牌营销服务具体内容，同类业务毛利率是否存在较大差异

（一）详细说明对中国平安保险（集团）股份有限公司的数字化品牌营销服务具体内容；

公司对中国平安保险（集团）股份有限公司提供的数字化品牌营销服务的具体内容如下：

项目类别	具体内容
品牌营销策略方案类	根据项目需求，提供品牌营销策略、创意形式、传播策略等完整品牌营销方案。
平面设计类	根据项目需求，提供平面海报的创意、制作与素材购买服务；平面图片拍摄；平面创意延展设计，如展板、易拉宝、产品陈列架、画册及产品说明书封面等设计。
文案稿件撰写类	根据项目需求，提供行业研究稿、商业评论稿等文案稿件的撰写服务。

视频制作类	根据项目需求，提供视频创意、素材购买与套剪视频制作服务；提供 1 分钟内短视频创意及拍摄制作服务；提供 1-3 分钟 TVC 创意及拍摄视频制作；提供平面或 3D 动画视频创意及制作服务。
互动 H5 制作类	根据项目需求，提供 H5 创意与制作服务： 1、H5 创意策划：含概念、核心互动、动效与美术风格、文案风格等创意制定； 2、美术设计：根据 H5 创意策划，设计背景、角色、字体等视觉素材； 3、互动开发：根据 H5 创意策划，完善互动逻辑、编程开发、测试、服务器部署与发布等工作。
线下活动类	根据项目需求，提供活动策划方案与活动执行服务： 1、活动创意策划：制定活动策划方案，包括活动流程、嘉宾邀请、场地推荐、舞台设计、节目设计、奖品设置、应急预案等。 2、搭建执行：根据活动方案，进行舞台搭建、灯光布置等执行工作； 3、活动执行：根据活动方案进行物料布置及活动组织等执行。
文稿及视频发布	根据项目需求，对确认好的发布文稿及视频内容，进行发布网站、发布平台与媒体选择、发布沟通与效果收集等发布工作。

（二）同类业务毛利率是否存在较大差异；

报告期内公司对中国平安保险（集团）股份有限公司的业务毛利率同数字化品牌营销服务其他客户毛利率对比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度			2021 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
中国平安保险（集团）股份有限公司	2,065.19	1,521.07	26.35%	1,337.00	876.22	34.46%
同类业务其他客户	289.09	134.77	53.38%	179.31	117.12	34.68%
合计	2,354.28	1,655.84	29.67%	1,516.31	993.34	34.49%

2021 年度公司对中国平安保险（集团）股份有限公司的毛利率整体与同类业务其他客户的毛利率较为接近，不存在较大差异；

2022 年度公司对中国平安保险（集团）股份有限公司的毛利率整体低于同类业务其他客户的毛利率，主要原因为①2022 年公司为了与中国平安加深合作，获取更多的业务订单，公司给予中国平安的服务价格相比 2021 年有一定优惠；②2022 年度公司同类业务的其他客户订单较少，而 2022 年度公司向其他客户提

供的数字化品牌营销服务主要为品牌策划类服务，该服务主要依托于公司核心创意策划能力，基本无执行制作环节的服务内容，毛利率高。

三、补充披露客户开拓方式，报告期各期新老客户的收入及占比，期后新开拓的客户情况、期末在手订单以及期后新签订订单情况等，结合期后订单情况、市场竞争格局、公司竞争优势等进一步说明客户集中度较高对持续经营能力的影响

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（二）产品或服务的主要消费群体”之“3、其他情况”中补充披露了如下内容：

“（一）客户开拓方式

公司客户开拓方式主要包括：1、原有客户跟踪，通过对原有的客户跟踪，及时跟进客户的项目服务需求；2、客户通过展会、公司宣传、其他客户介绍等了解到公司并邀请公司提供服务；3、公司主动开拓客户，通过走访、电话等途径对客户进行拜访，沟通了解客户需求并实现业务销售；4、通过客户官方网站、招标采购网站等渠道获取招投标、竞争性谈判及竞争性磋商公告等采购信息，参与招投标、竞争性谈判及竞争性磋商从而实现客户开发。

（二）报告期各期新老客户的收入及占比

单位：万元

客户性质	2022 年收入		2021 年收入	
	金额	占比	金额	占比
老客户	2,887.08	49.14%	1,365.12	25.69%
新客户	2,979.82	50.72%	3,936.31	74.08%
其他	8.45	0.14%	12.35	0.23%
合计	5,875.35	100.00%	5,313.78	100.00%

注：其他为公司的零星收入。

报告期内，老客户收入分别为 1,365.12 万元和 2,887.08 万元，占当期营业收入的比例分别为 25.69%和 49.14%；新客户收入分别为 3,936.31 万元和 2,979.82 万元，占当期营业收入的比例分别为 74.08%和 50.72%。

经过多年发展，公司在行业内已经逐步建立了一定的竞争优势，并拥有一定的市场知名度和客户基础。报告期内，公司一方面通过良好的市场口碑和产品竞争优势吸引潜在客户，积极开拓新客户；另一方面，公司通过加强技术研发，扩大产品应用领域，提高服务质量与效率，不断挖掘存量客户需求，加强存量客户粘性。在不断开拓新客户的同时保持与优质存量客户的深入合作，为公司未来发展夯实基础。

（三）期后新开拓的客户情况、期末在手订单以及期后新签订订单情况等

公司在保持与优质存量客户的深入合作的同时，也积极开拓新客户，报告期后，公司新开拓了广州市文化馆、北京新彩华章网络科技有限公司等客户。

公司在手订单充足，截至 2022 年 12 月末，公司在手订单金额为 3,208.47 万元，截至本回复出具日，项目进展良好。报告期后，公司积极开展业务承接，2023 年 1 月 1 日至 2023 年 7 月 31 日，新获取订单金额合计 2,375.54 万元。截至 2023 年 7 月末，公司在手订单金额为 3,757.70 万元。公司在手订单充足，后续公司将继续积极落实各项在手订单，加强与客户的合作，拓展市场需求，公司的获客能力和业务拓展具有可持续性。”

（四）结合期后订单情况、市场竞争格局、公司竞争优势等进一步说明客户集中度较高对持续经营能力的影响；

1、期后订单情况

公司在手订单充足，截至 2022 年 12 月末，公司在手订单金额为 3,208.47 万元，截至本回复出具日，项目进展良好。公司积极开展业务承接，2023 年 1 月 1 日至 2023 年 7 月 31 日，新获取订单金额合计 2,375.54 万元。截至 2023 年 7 月末，公司在手订单金额为 3,757.70 万元。公司在手订单充足，后续公司将继续积极落实各项在手订单，加强与客户的合作，拓展市场需求，公司的获客能力和业务拓展具有可持续性。

2、市场竞争格局

数字化展览展示一体化市场集中度较高，行业有一定的技术门槛、品牌壁垒和资质壁垒。这类项目一般前期投资大、项目周期长、多专业多技术融合，客户对项目的创意设计要求较高，要求企业具备一定的创意能力和良好的资源整合能力，并需要专业团队间分工协作，目前该领域的参与者主要是具备一定规模和知名度的企业，市场竞争相对较小。同时随着经济发展和客户成熟度的提高，数字化展览展示领域市场正在由粗放型向品质型转变，由单纯的价格竞争、关系竞争向品质竞争、内容竞争、服务竞争转变。

数字营销领域的服务对象范围较广，竞争较为充分。业内数字营销服务商多为民营企业，根据各自拥有的基于策略和创意的内容优势、数字技术优势、媒介资源优势等平等地参与竞争，行业市场化程度很高。由于数字营销服务行业所服务的客户千差万别，服务类型多样，行业细分化程度较高且竞争高度分散，细分行业呈现多元化的态势，数字营销服务市场空间广阔。

3、公司竞争优势

（1）研发和技术优势

公司主营业务为文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间建设与运营以及数字新技术应用。公司设有专门的研究部门，负责文化领域数字化技术研究、文化数字类专项课题研究以及对企业专利、软件著作权等知识产权进行申报等工作。

公司充分发挥 VR、AR 等技术优势，不断强化研发能力并将技术成果转化，近年来相继研发了六大数字化系统，分别为虚拟现实再现系统、沉浸体验系统、夜间浏览系统、AI 导览系统、增强现实活化系统、三维文物展示系统，创新活化了文化呈现交互形式，并应用到博物馆、主题展示馆等领域，打造了陈家祠（广东民间工艺博物馆）数字体验馆、岭南功夫文化体验馆、广东工艺美术珍品馆等多个标杆性展馆。同时，利用技术优势，公司将更多的创意转化为数字创意产品和服务，为不同领域的客户提供数字创意综合服务，拓宽服务领域，提高公司经营效率。

公司始终坚持以科技引领发展，积极参与重点课题研究，不断提升自身创新与研发能力，作为牵头单位，联合科大讯飞、武汉大学、暨南大学等机构承担广东省重点课题《粤港澳大湾区文化 IP 智能创作与呈现关键技术研究与应用》的研究。

（2）人才优势

公司作为典型的以人力资源为主要生产要素的现代服务型企业，推行以人为本的管理制度，高度注重人才的任用、晋升和培养，给予员工良好的职业发展机会。公司团队融合了文化、科技、媒体、设计等多类人才，综合能力较强，为公司的各项业务中的数字创意内容制作提供了强有力的支持。

（3）客户资源与行业经验优势

经过多年的发展和沉淀，公司积累了较多的数字创意应用经验，并开发了众多的客户资源。公司的合作伙伴包括广州市人民政府、广州市海珠区人民政府等政府机关，广州博物馆、广东民间工艺博物馆等文博场馆，以及中国平安、阿里巴巴、银盛泰集团、旭辉集团等知名企业。丰富的客户资源以及数字创意应用经验，为公司的可持续发展提供了有利的保障。

（4）品牌优势

公司高度重视品牌建设，始终坚持高品质的创意设计和技术实现成果构建自己的品牌，通过为客户提供优质的服务来打造自己的品牌。近年来，公司设计并实施完成了岭南功夫文化体验馆、广东工艺美术珍品馆、广州动物园科技馆等一批有影响力的项目，在业界产生了一定的影响，增强了公司品牌的知名度和美誉度。

综上，公司自成立以来专注于文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间的建设与运营以及数字新技术应用，公司团队融合了文化、科技、媒体、设计等多类人才，具备较强的创意策划能力以及对数字新技术的理解融合应用能力。经过多年的发展和沉淀，公司参与完成了一批有影响力的项目，如岭南功夫文化体验馆、陈家祠（广东民间工艺博物馆）数字体验馆、广东工艺美术珍品馆、南海

I 号数字体验馆等，积累了较为丰富的数字创意应用经验。公司也在积极开拓其他客户，加强与客户的合作，拓展市场需求，公司的获客能力和业务拓展具有可持续性。

公司客户集中度较高，主要受行业和业务特性以及公司所处的发展阶段和业务规模等因素所致。随着公司人员的增多，实施能力的进一步增强以及公司良好的业界口碑，近几年与中国平安等客户维持稳定的业务关系，公司在数字化展陈业务以及数字化品牌营销服务方面仍有较大的成长空间。公司客户集中度较高不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响。

四、请公司补充说明针对客户金凤凰装饰的业务是否为转包业务，如是，请补充披露转包业务的收入及占比，并说明公司收入确认是否应以总包验收后确认，是否存在提前确认收入的情况

根据住房和城乡建设部制定的《建筑工程施工转包违法分包等违法行为认定查处管理办法（试行）》（建市〔2014〕118号）的相关规定，转包是指施工单位承包工程后，不履行合同约定的责任和义务，将其承包的全部工程或者将其承包的全部工程肢解后以分包的名义分别转给其他单位或个人施工的行为。深圳市金凤凰装饰工程有限公司作为南海人才馆（高层次人才服务专区）装修项目设计施工总承包单位，其委托时间网络承担的是南海人才馆设备采购及布展服务，其不存在将其承包的全部工程或将其承包的全部工程肢解后以分包的名义分别转给其他单位或个人施工的行为。因此，针对客户金凤凰装饰的业务不是转包业务。

五、按照季度披露公司收入构成，并说明与同行业公司是否存在差异，是否存在跨期确认收入的情况

（一）按照季度披露公司收入构成，并说明与同行业公司是否存在差异

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“4. 其他事项”中补充披露了如下内容：

“（1）报告期内公司按季度收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比
第一季度	845.98	14.40%	198.4	3.73%
第二季度	511.66	8.71%	315.2	5.93%
第三季度	808.38	13.76%	978.31	18.41%
第四季度	3,709.33	63.13%	3,821.87	71.92%
合计	5,875.35	100.00%	5,313.78	100.00%

由于公司业务主要为定制化服务，不具备标准化产出特点，订单验收时点分布不规律，从而造成报告期内公司各季度收入存在波动性；

报告期内公司第四季度收入占比较高，主要原因为如下：

1、公司数字化展陈设计施工一体化服务通常具有成果展示汇报等特点，该等展馆一般会在下半年特别是第四季度开馆；

2、由于我国政府机构、事业单位采取预算管理制度，一般每年年中开始进行招标采购，年中或下半年完成合同执行，年底为项目验收集中期，受此影响，公司第四季度的收入占比较高；

3、公司 2022 年度第四季度的收入占比为 63.13%，主要原因系：①广东省 2022 年第四季度受外部环境影响，导致公司数字化展陈设计施工一体化项目的施工暂缓或暂时停工，在公司的积极跟进下陆续在 2022 年第四季度验收；数字化展陈设计施工一体化服务于 2022 年第四季度共计确认收入 1,796.49 万元，占 2022 年总收入的 30.58%；②公司在 2022 年第四季度新开展了媒介投放业务，并于 2022 年第四季度共计确认收入 245.26 万元，占 2022 年度总收入的 4.17%；若剔除上述两点的收入影响，公司 2022 年第四季度的收入占比为 43.50%，与同行业公司平均值无显著差异；

4、2021 年度由于飞鸿馆（功夫馆、龙舟作坊）展陈服务采购项目收入占比较高且于 2021 年 12 月验收，因此 2021 年第四季度的收入占比较高。”

公司与同行业公司季节性收入占比的对比数据如下表所示：

公司简称	期间	2022 年度	2021 年度
凡拓数创	第一季度	16.55%	14.84%
	第二季度	27.87%	25.94%
	第三季度	27.69%	24.83%
	第四季度	27.89%	34.40%
杰尔斯	第一季度	未按季度披露	未按季度披露
	第二季度	未按季度披露	未按季度披露
	第三季度	未按季度披露	未按季度披露
	第四季度	未按季度披露	未按季度披露
三人行	第一季度	15.83%	15.78%
	第二季度	20.13%	23.52%
	第三季度	27.17%	20.68%
	第四季度	36.87%	40.02%
平均值	第一季度	16.19%	15.31%
	第二季度	24.00%	24.73%
	第三季度	27.43%	22.76%
	第四季度	32.38%	37.21%
时间网络	第一季度	14.40%	3.73%
	第二季度	8.71%	5.93%
	第三季度	13.76%	18.41%
	第四季度	63.13%	71.92%

注： 同行业可比公司数据来源于上市公司定期报告。

如上表列示，整体而言，公司与同行业可比公司营业收入均存在第四季度占比较高的特征。

（二）公司是否存在跨期确认收入的情况

报告期内，公司严格按照《企业会计准则》的规定，各类业务按如下方式确认收入，不存在跨期确认收入的情形。

数字化展陈设计施工一体化服务：在项目设计及施工、设备安装、数字内容

及软件交付、系统集成等工作已基本完成，达到可交付使用状态，并取得客户确认的最终验收报告，产品所有权上的主要风险和报酬已经转移给客户时（商品控制权发生转移时）确认收入；

数字化品牌营销服务、数字化展陈创意策划设计服务：在相关服务成果完成并提交给客户，取得客户验收单等时确认收入；数字化展馆运营维护服务根据合同约定在服务期间内分期确认收入；

媒介投放业务：媒介投放业务公司在媒介投放业务中的身份是代理人，公司对终端客户已完成的推广投放部分对应的金额，根据合同约定在服务期间内采用净额法分期确认收入。

【主办券商回复】：

一、主办券商核查程序

针对上述事项主办券商进行了以下核查程序：

1、询问公司管理层，了解公司客户集中度较高的原因，查阅同行业可比公司前五大客户集中度情况，与公司进行比对判断，分析是否符合行业特点；

2、获取公司与主要客户签署的框架协议或合同等，访谈主要客户，了解公司与主要客户合作的起始时间、与公司的具体业务合作情况以及未来的长期合作的意愿等信息，确认公司与主要客户的合作关系是否稳定、未来销售是否可持续；

3、获取公司期后订单情况及期后业绩数据；

4、对主要客户进行访谈，查阅主要客户企查查报告，核实公司与主要客户是否存在关联关系；

5、访谈公司管理层，了解公司营业收入季节性波动的原因及合理性；

6、查询同行业可比公司定期报告，了解同行业可比公司的季节性波动情况，并与公司季节性收入进行对比分析，以验证公司收入季节性分布的合理性；

7、获取公司销售收入成本明细表，对报告期内营业收入实施分析性程序；

8、结合报告期内公司各业务类型的业务模式分析收入确认政策的合理性；

9、向公司报告期内主要客户执行函证程序，以向客户确认销售合同金额、结算金额、累计开票额、累计收款额以及验收日期等信息的真实性与准确性；

10、现场走访或视频访谈公司主要客户，以确认公司项目的真实性、验收时点的准确性以及其他关键项目信息的准确性；

11、抽查报告期内主要客户的合作原始凭证包括销售合同、发票、验收报告、收款凭证等资料执行穿行测试、截止性测试等以验证项目的真实性和收入确认时点截止性。

二、主办券商分析过程

1、补充说明客户集中度较高是否符合行业特性、公司与客户的历史合作情况、公司获取订单方式、相关业务的稳定性及可持续性，并充分揭示客户集中度较高可能带来的风险

同公司回复。

2、详细说明对中国平安保险（集团）股份有限公司的数字化品牌营销服务具体内容，同类业务毛利率是否存在较大差异

同公司回复。

3、补充披露客户开拓方式，报告期各期新老客户的收入及占比，期后新开拓的客户情况、期末在手订单以及期后新签订订单情况等，结合期后订单情况、市场竞争格局、公司竞争优势等进一步说明客户集中度较高对持续经营能力的影响

同公司回复。

4、请公司补充说明针对客户金凤凰装饰的业务是否为转包业务，如是，请补充披露转包业务的收入及占比，并说明公司收入确认是否应以总包验收后确认，是否存在提前确认收入的情况

同公司回复。

5、按照季度披露公司收入构成，并说明与同行业公司是否存在差异，是否存在跨期确认收入的情况

同公司回复。

6、公司客户集中度较高的原因，与行业经营特点是否一致

同公司回复。

7、公司客户在行业中的地位、透明度与经营状况，是否存在重大不确定性风险；

报告期内，公司主要客户情况介绍如下：

客户名称	基本情况	透明度	财务数据
佛山市南海区西樵镇樵有资产管理有限公司	成立于 2004 年，主要从事镇属资产经营管理等。	国有企业，相关采购信息会进行公告	无公开披露数据
中国平安保险（集团）股份有限公司	中国平安保险（集团）股份有限公司于 1988 年诞生于深圳蛇口，为我国三大综合金融集团之一，也是国内金融牌照最齐全、业务范围最广泛的个人金融生活服务集团之一，致力于成为国际领先的综合金融、医疗健康服务提供商。	中国平安在香港联合交易所主板及上海证券交易所两地上市，财务及业务情况均有披露，透明度较高	2022 年度营业收入为 1.11 万亿元，净利润为 1,074 亿元
广州动物园	广州动物园位于广州市中心地带，占地面积近 42 公顷，每年接待海内外游客近 400 万人，是国内展览动物种类和数量最多的城市动物园之一。与北京动物园、上海动物园并称为全国三大城市动物园。	事业单位，有官方网站，年度部门决算、采购等信息会进行公告	2021 年度收入为 16,276.46 万元
广东民间工艺博物馆	广东民间工艺博物馆以陈家祠为馆址，成立于 1959 年，国家一级博物馆。陈家祠集岭南地区多种建筑装饰工艺于一体，包括有木雕、砖雕、石雕、陶塑、灰塑、铜铁铸和彩绘，被誉为“岭南建筑艺术的明珠”，是我国现存规模最大、保存最完好、装饰最精美的祠堂式建筑。	事业单位，有官方网站，年度部门决算、采购等信息会进行公告	2021 年度收入为 4,255.84 万元

广东万事泰集团有限公司	广东万事泰集团有限公司，始创于1988年，是一家集研发、生产和销售不锈钢、铝合金餐厨炊具、厨房家用电器及智能整体厨房等产品的企业集团，旗下下辖多家全资子公司与机构，拥有“othello 欧德罗”、“Momscook 慕厨”等多个知名品牌。多年的创新发展，奠定了万事泰在餐厨炊具行业的领先地位。	非上市公司，有官方网站，公开披露数据有限	无公开披露数据
清远市佰合谷投资有限公司	成立于2008年，主要从事旅游项目、房地产项目投资、经营、管理投资控股等工作。	非上市公司，公开披露数据有限	无公开披露数据
青岛银盛泰集团有限公司	青岛银盛泰集团有限公司成立于2004年，是一家以地产开发为主业，集资本运作、自持物业运营等多元化投资的现代化综合企业集团。	非上市公司，公开披露数据有限	无公开披露数据
东莞市麻涌镇宣传教育文体旅游办公室	政府部门，负责旅游规划、开发、统筹、宣传推广等工作。	政府部门，年度部门决算、采购等信息会进行公告	2021 年度收入为1,034.09 万元
常德柳叶湖旅游度假区旅游和文化体育局	政府部门，负责柳叶湖旅游整体形象打造及宣传推广等工作。	政府部门，采购等信息会进行公告	无公开披露的财务数据

数据来源：各公司官方网站及披露的年度报告、企查查等

公司的主要客户为政府部门、事业单位、国有企业和知名企业，资信与经营状况良好，不存在重大不确定性风险。

8、公司与客户合作的历史、业务稳定性及可持续性，相关交易的定价原则及公允性；

公司与主要客户佛山市南海区西樵镇樵有资产管理有限公司、中国平安保险（集团）股份有限公司、广州动物园、广东民间工艺博物馆等客户合作关系稳固，具有一定的历史基础。具体分析详见本小题回复之“公司回复”之“一、补充说明客户集中度较高是否符合行业特性、公司与客户的历史合作情况、公司获取订单方式、相关业务的稳定性及可持续性，并充分揭示客户集中度较高可能带来的风险”之“（二）公司与客户的历史合作情况、公司获取订单方式、相关业务的稳定性及可持续性”中的分析。

综上，公司与主要客户佛山市南海区西樵镇樵有资产管理有限公司、中国平安保险（集团）股份有限公司、广州动物园、广东民间工艺博物馆形成了稳定的合作关系，相关业务具有稳定性及可持续性。

报告期内，公司为客户东莞市麻涌镇宣传教育文体旅游办公室、青岛银盛泰集团有限公司、常德柳叶湖旅游度假区旅游和文化体育局提供数字化展陈设计施工一体化服务，客户满意度较高，后续若有展馆维护等需求，公司仍有较高概率获取相关订单，为其提供相关服务。

公司与主要客户通过招投标、竞争性谈判、竞争性磋商等程序定价或商务谈判定价。招投标、竞争性谈判及竞争性磋商等程序定价：通常客户会制定最高限价或预算金额，公司通过对比市场价格，以成本加成的方式进行定价，再进行投标，客户会根据投标方的产品销售能力、技术、价格、产品质量等综合指标选取最终的中标方。商务谈判定价：公司通过对比市场价格，以成本加成的方式进行定价并最终双方协商确定产品交易价格。综上，相关交易的定价具有公允性。

9、公司与重大客户是否存在关联方关系，公司的业务获取方式是否影响独立性，公司是否具备独立面向市场获取业务的能力；

报告期内，公司与主要客户不存在关联关系。

公司主要从事文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间建设与运营以及数字新技术应用，为政府、文博场馆、主题公园和企业等客户提供数字化展陈设计施工一体化服务、数字化展陈创意策划设计服务、数字化展馆运营维护服务、数字化品牌营销服务及媒介投放服务等，公司拥有开展业务所需的资质、专业人才团队、技术、经营管理体系等，能够独立自主的为客户提供服务、对外采购开展业务所需的服务及设备，具备完整的业务体系及直接面向市场独立经营的能力。根据公司产品和服务的应用领域和下游客户的特点，公司主要通过招投标、竞争性谈判、竞争性磋商以及商业谈判等方式开拓客户获取订单，公司获取业务的方式较为独立，具备独立面向市场获取业务的能力。

综上，公司与重大客户不存在关联方关系，公司的业务获取方式不影响独立

性，公司具备独立面向市场获取业务的能力。

10、收入确认是否谨慎、是否存在跨期

报告期公司各类业务收入确认的相关情况如下：

业务类型	业务模式	收入确认政策	确认依据	是否符合《企业会计准则》规定
数字化展陈设计施工一体化服务	在项目合同签订并且设计方案敲定后，业务部门派出项目经理对项目实施全过程进行管控，对现场施工的时间点和质量进行把关，确保施工方按照施工图进行施工。项目经理和系统集成人员负责多媒体软硬件的安装调试以及项目中涉及数字内容的内外部人员协调工作。项目完成后，由项目经理协调相关单位进行工程竣工、移交、验收及结算等工作。	在项目设计及施工、设备安装、数字内容及软件交付、系统集成等工作已基本完成，达到可交付使用状态，并取得客户确认的最终验收报告，产品所有权上的主要风险和报酬已经转移给客户时（商品控制权发生转移时）确认收入	客户验收报告、验收单或验收确认函等	是
数字化品牌营销服务	公司根据客户具体要求，利用多样的数字展示技术进行品牌营销和数字化传播服务，内容包括营销方案策划、海报制作、脚本创意、3D 创意文案等，公司完成创作后，将创作成果交付客户。	在相关服务成果完成并提交给客户，取得客户验收单等时确认收入	客户验收报告、验收单或验收确认函等	是
数字化展陈创意设计服务	在项目合同签订后，深度挖掘客户所需体现的文化内容，包括 IP 设计、主题设定、展项设计构思、展示规划等，并通过文字说明、案例参考等方式明确对应项目的效果要求。同时，业务部门会协助施工服务，配合客户进行施工阶段说明、答疑及开工前的现场技术交底、技术配合等相关工作。	在相关服务成果完成并提交给客户，取得客户验收单等时确认收入	客户验收报告、验收单或验收确认函等	是
数字化展馆运营维护服务	公司在托管运营展馆的当地一般会设立专门机构，在托管服务期限内，提供展馆的日常运营管理、维护保养及传播等服务。	根据合同约定在服务期间内分期确认收入	运营维护服务期	是

业务类型	业务模式	收入确认政策	确认依据	是否符合《企业会计准则》规定
媒介投放业务	媒介投放业务的运营模式为公司针对客户的媒体营销传播需求，为客户在约定的服务期内提供媒介策略、媒体资源采购、营销效果评估为主要内容的专业化服务。	公司在媒介投放业务中的身份是代理人，公司对终端客户已完成的推广投放部分对应的金额，根据合同约定在服务期间内采用净额法分期确认收入	服务期间	是

综上，公司各类业务收入确认政策与业务模式相匹配，收入确认符合《企业会计准则》的规定。

三、主办券商核查意见

针对公司回复部分主办券商经核查认为：

1、公司客户集中度较高主要受行业和业务特性以及公司所处的发展阶段和业务规模等因素所致，符合行业特性；公司与主要客户具有一定的历史合作基础，公司主要通过参与招投标、竞争性谈判、竞争性磋商、商务谈判等方式获取订单；相关业务具有一定的稳定性和可持续性；

2、公司主要为中国平安提供品牌营销策略方案、平面设计、文案撰写、视频制作、互动 H5 制作等数字化品牌营销服务，2021 年同类业务其他客户毛利率不存在较大差异，2022 年毛利率存在一定程度的下降，整体低于 2021 年度和同类业务其他客户的毛利率；

3、公司已披露客户开拓方式、报告期各期新老客户的收入及占比、期后新开拓的客户情况、期末在手订单以及期后新签订订单情况等，公司期后订单充足、市场竞争相对较小，且公司具有人才、技术、客户资源以及行业经验等竞争优势，公司客户集中度较高不会对公司的持续经营能力产生重大不利影响；

4、针对客户金凤凰装饰的业务不是转包业务；

5、公司已补充披露收入按季节分布情况，公司与同行业可比公司均存在第

四季度占比较高的特征，公司收入确认合理，不存在跨期确认收入的情况。

针对主办券商和会计师补充核查事项，主办券商经核查认为：

1、公司客户集中度较高主要受行业和业务特性以及公司所处的发展阶段和业务规模等因素所致，与行业经营特点一致；

2、公司的主要客户为政府部门、事业单位、国有企业和知名企业，资信与经营状况良好，不存在重大不确定性风险；

3、公司与主要客户佛山市南海区西樵镇樵有资产管理有限公司、中国平安保险（集团）股份有限公司、广州动物园、广东民间工艺博物馆等客户合作关系稳固，具有一定的历史基础，形成了稳定的合作关系，相关业务具有稳定性及可持续性；相关交易的定价具有公允性；

4、公司与重大客户不存在关联方关系，公司的业务获取方式不影响独立性，公司具备独立面向市场获取业务的能力；

5、公司收入确认政策与公司业务模式相匹配，符合《企业会计准则》的规定，报告期内不存在收入跨期的情形。

【会计师回复】：

申报会计师回复详见《华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对关于广州时间网络科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件审核问询函的回复》问题 4 的回复。

问题 5、关于供应商。公司供应商中，深圳市希齐信息科技有限公司成立于 2020 年，注册资本未实缴，参保人数 0 人，与另一供应商深圳市希齐视觉文化传播有限公司名称类似。其他供应商普遍规模较小，采购内容以技术服务为主。

请公司：（1）补充披露向前五大供应商采购的具体内容、对应的产品及客户订单情况、定价依据及公允性、款项支付情况；（2）结合公司人员情况说明公司外协采购的必要性，是否符合行业惯例，是否存在仅为公司提供相关服务的外协

供应商、是否存在前员工设立的外协供应商；(3) 补充说明供应商之间是否存在关联关系，前述异常供应商的交易是否真实，是否存在其他利益安排；(4) 补充说明公司在各项订单中实际承担的工作内容及工作量、公司是否存在渠道贸易业务、是否由供应商完成开发后直接销售给客户的情况；(5) 补充说明 2022 年外协采购前十大供应商情况，说明 2022 年外协采购较分散的原因。

请主办券商、会计师补充核查以上事项并结合公司、实际控制人与供应商的流水情况补充核查公司采购真实性，是否存在资金体外循环，并发表明确意见。

【公司回复】：

一、补充披露向前五大供应商采购的具体内容、对应的产品及客户订单情况、定价依据及公允性、款项支付情况；

公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“(三) 供应商情况”之“3、其他情况披露”中补充披露了如下内容：

“2022 年度向前五大供应商采购的具体内容、对应的产品及客户订单情况、

定价依据及公允性、款项支付情况如下：

单位：万元

序号	前五大供应商	采购额 (含税)	采购的具体 内容	对应的产品	对应订单客户	采购定 价依据	款项支付情 况	是否 为关 联方
1	广州南方精英传媒有限公司	584.48	视觉海报、 创意视频拍 摄、平面拍 摄、平面设 计、档案册 设计、封底 设计、文案 撰写、创意 海报制作、 互动 H5 制 作、	2021-2022 年互 动营销框架服务商年 度合作框架协议、 2021 年创意设计 及策划服务商年度合 作框架协议、2022 年平安集团公关服 务商年度合作框架 协议	平安健康保险股份有 限公司深圳分公司 中国平安财产保险股 份有限公司 中国平安人寿保险股 份有限公司 中国平安保险(集团) 股份有限公司	协商 定价 协商 定价 协商 定价 协商 定价	截至 2022 年 末已支付完 成	是
2	深圳利亚德光电有限公司	388.80	LED 显示屏	杰创智能企业展厅 项目	杰创智能科技股份有 限公司	协商 定价	截至 2022 年 末已支付完 成	否
3	深圳市希齐信息科技有限公司	130.02	平面设计、 创意海报制 作	2021-2022 年互 动营销框架服务商年 度合作框架协议	中国平安财产保险股 份有限公司	协商 定价	截至 2022 年 末已支付完 成	否
	深圳市万银科技有限公司	43.93	H5 软件展 示设计	茂名俚人博物馆项 目销售费用	无【注 1】	协商 定价	截至 2022 年 末已支付完 毕	否
4	南京英麦哲文化产业发展有限公司	127.00	天行健李健 演唱会视频 拍摄	2021-2022 年互 动营销框架服务商年 度合作框架协议	中国平安人寿保险股 份有限公司	协商 定价	截至 2022 年 末支付 35.1 万元，截至 2023 年 7 月 末已支付完	否

序号	前五大供应商	采购额(含税)	采购的具体内容	对应的产品	对应订单客户	采购定价依据	款项支付情况	是否为关联方
							成	
5	深圳市希齐视觉文化传播有限公司	119.10	平面设计、创意海报制作	2021-2022 年互动营销框架服务商年度合作框架协议	中国平安财产保险股份有限公司	协商定价	截至 2022 年末已支付完成	否
	小计	1,393.33						

注 1：茂名俚人博物馆项目最终甲方因资金问题导致项目终止，前期相关支出结转销售费用。

2021 年度向前五大供应商采购的具体内容、对应的产品及客户订单情况、定价依据及公允性、款项支付情况如下：

单位：万元

序号	前五大供应商	采购额(含税)	采购的具体内容	对应的产品	对应订单客户	采购定价依据	款项支付情况	是否为关联方
1	广州南方精英传媒有限公司	876.94	视觉海报、创意视频拍摄、视频剪辑制作、平面拍摄、平面设计、档案册设	2021 年创意设计	中国平安人寿保险股份有限公司	协商定价	截至 2021 年末支付 727.35 万元，截至 2022 年末已支付完成	是
				及策划服务商年度合作框架协议、2021-2022 年互动营销框架服务商年度合作框架协议	中国平安财产保险股份有限公司	协商定价		

序号	前五 大供 应商	采购额 (含税)	采购的具体内 容	对应的产品	对应订单客户	采购 定价 依据	款项支付情况	是否 为关 联方
			计、封底设计、文案撰写、排版服务、创意海报制作、手绘插画、互动 H5 制作、媒介投放		平安普惠企业管理有限公司	协商定价		
2	广东广弘建设工程有限公司	240.00	布展服务	常德柳叶湖 360 度裸眼 3D 大屏多媒体采购服务项目	常德柳叶湖旅游度假区旅游和文化体育局	协商定价	截至 2021 年末支付 231.66 万元，截至 2022 年末已支付完成	否
			布展服务	飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”展陈服务采购项目	佛山市南海区西樵镇樵有资产管理有限公司	协商定价		
3	深圳思力数字创意科技有限公司	135.40	数字内容制作	诗梦奇缘由心谷诗歌主题体验馆项目	清远市百合谷投资有限公司	协商定价	截至 2021 年末支付 85.4 万元，截至 2022 年末支付 115.4 万元，截至 2023 年 7 月末支付 115.4 万、剩余 20 万元未支付	否
			3D 裸眼视频制作	常德柳叶湖 360 度裸眼 3D 大屏多媒体采购服务项目	常德柳叶湖旅游度假区旅游和文化体育局	协商定价		
			3D 裸眼视频制作	第十七届深圳文博会“广州馆”策展工作服务项目	广州市文化广电旅游局	协商定价		
			数字内容制作	沉浸式互动系统的开发	注 1	协商定价		
4	深圳市希齐信息科	123.86	海报设计	2021-2022 年互动营销框架服务商年度合作框架协议	中国平安财产保险股份有限公司	协商定价	截至 20221 年末支付 56.90 万元，截至 2022 年末已支付完成	否

序号	前五大供应商	采购额(含税)	采购的具体内容	对应的产品	对应订单客户	采购定价依据	款项支付情况	是否为关联方
5	技有限公司		规划平面设计	仙涌项目	佛山市自然资源局顺德分局陈村管理所	协商定价		
			互动场景、人物形象及互动界面设计	沉浸式互动系统的研发	注 1	协商定价		
	深圳市万银科技有限公司	30.00	H5 软件展示设计	东莞市麻涌镇融媒体中心项目	东莞市麻涌镇宣传教育文体旅游办公室	协商定价	截至 2021 年末已支付完成	否
5	深圳乐典文化投资有限公司	125.89	数字内容制作	飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”展陈服务采购项目	佛山市南海区西樵镇樵有资产管理有限公司	协商定价	截至 2021 年末支付 0 元，截至 2022 年末支付 43 万元，截至 2023 年 7 月末支付 116.86 万元，剩余 9.03 万质保金尚未支付	否
	小计	1,532.09						

注 1: 该采购项目是公司内部研发项目“沉浸式互动系统的研发”的委外技术服务采购;

根据上表列示，报告期内公司向前五大供应商采购的主要系数字内容技术服务。

由于数字创意产业存在高度定制化的特点，公司不同项目的数字内容外协采购价格存在项目之间的差异。不同项目对数字内容不同的技术要求、所需要人员水平及配备等都存在差异。公司的采购管理部门首先根据各项目客户对数字创意服务的具体技术需求结合历史经验、自身实施的成本确定大致的采购价格区间，其次结合具体需求与多家供应商进行实施方案沟通、以及供应商所报的价格、交付期、配合度、供应商的实力等方面进行询价对比，最后通过与供应商商

务谈判的方式确定最终的价格。因此交易价格符合市场行情，交易定价公允。”

二、结合公司人员情况说明公司外协采购的必要性，是否符合行业惯例，是否存在仅为公司提供相关服务的外协供应商、是否存在前员工设立的外协供应商；

公司根据运营项目差异化需求，基于人员规模限制、专业技术分工不同、实施成本考量等因素，向具有业务能力和专业水平的外协供应商采购项目涉及的设计服务、视频拍摄、软件开发等服务，有益于破除人员规模限制，充分发挥外协供应商在设计服务、视频拍摄及软件开发等相关领域的专项特长，降低项目实施成本，能够进一步提高整体项目的成果质量，提升业主的满意度，确保项目及时推进，实现对外部资源的有效整合。

单位：万元

公司名称	项目	2022 年度/2022 年 12 月 31 日	2021 年度/2021 年 12 月 31 日
凡拓数创	外协成本	\	9,604.62
	主营业务成本	\	43,975.09
	外协成本/主营业务成本	\	21.84%
	员工数量（人）	1,106	1,162
杰尔斯	外协成本	\	2,194.03
	主营业务成本	\	21,537.32
	外协成本/主营业务成本	\	10.19%
	员工数量（人）	260	240
时间网络	外协成本	2,244.32	1,851.90
	主营业务成本	3,653.32	2,936.30
	外协成本/主营业务成本	61.43%	63.07%
	员工数量（人）	53	48

注：同行业可比公司安达创展未在其定期报告/挂牌文件披露外协成本的情况，凡拓数创与杰尔斯未在 2022 年年报披露外协成本的情况。以上数据来自同行业可比公司披露的定期报告/挂牌文件/招股说明书。

除安达创展未披露外协成本外，其他同行业可比公司均存在外协情况。凡拓数创主要为客户提供 3D 数字内容制作、软件开发、综合设计、系统集成等数字创意服务，其数字内容外协包括动画制作、设计服务、摄影配音、软件开发等采购内容。杰尔斯作为数字智慧展示领域集成化解决方案的提供商为展示主体提供展陈系统的咨询顾问、策划设计、工程实施和运营维护等集成化专业综合服务，其数字内容外协包括影片拍摄、设计、视频制作、软件开发等。因此，公司存在外协采购符合行业惯例。

2021 年度公司外协成本占主营业务成本比例较同行业可比公司凡拓数创、杰尔斯高，公司外协成本占比较高，主要系公司人员规模及业务规模等因素的影响，公司成立于 2016 年，目前处于成长期，与同行业可比公司相比，业务规模不大，人员规模较小，营业收入相对较小。因此，公司基于人员规模限制、实施成本考量、专业技术分工不同等因素，向具有业务能力和专业水平的外协供应商采购项目涉及的设计服务、视频拍摄、软件开发等服务。

公司不存在仅为公司提供相关服务的外协供应商，也不存在前员工设立的外协供应商的情况。

三、补充说明供应商之间是否存在关联关系，前述异常供应商的交易是否真实，是否存在其他利益安排；

（一）补充说明供应商之间是否存在关联关系；

报告期内，公司的部分供应商之间存在关联关系，具体情况如下：

深圳市希齐信息科技有限公司，与深圳市希齐视觉文化传播有限公司历史上存在关联关系。深圳市希齐视觉文化传播有限公司持股 60%的股东卢哲曾是深圳市希齐信息科技有限公司持股 10%的股东兼法定代表人，其已于 2020 年 11 月将持有的全部希齐信息的股份转让给其他股东并退出了希齐信息。

公司供应商深圳市希齐视觉文化传播有限公司与深圳市希齐设计工作室存在关联关系，两家供应商的股东中均有自然人范雪琴。其中范雪琴持有深圳市希齐视觉文化传播有限公司 40%的股权，持有深圳市希齐设计工作室 100%的股权。

公司供应商深圳市希齐信息科技有限公司与深圳市万银科技有限公司存在关联关系，两家供应商系同一实际控制人庞杨海控制的两家企业。其中，庞杨海持有深圳市希齐信息科技有限公司 90%的股权，持有深圳市万银科技有限公司 90%的股权。

公司已对公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（三）供应商情况”之“1、报告期内前五名供应商情况”进行修改，合并披露。

（二）前述异常供应商的交易是否真实，是否存在其他利益安排；

一方面对供应商进行了考察以及详细的方案洽谈，另一方面公司本身具备一定的数字技术能力，供应商主要提供非核心工作的外部协作。因此，公司在判断可与公司技术人员可配合成项目实施需求的供应商中，选择价格优势最明显的供应商。

1、报告期各期前五大供应商的基本情况

(1) 2022 年度前五大供应商工商信息如下：

序号	前五大供应商	是否关联方	注册地址	成立时间	实控人	实缴情况	参保人数	经营范围
1	广州南方精英传媒有限公司	是	广州市越秀区广州大道中 289 号采编楼 103 铺	2007-11-19	刘敏	注册资本 2300 万人民币，已全额实缴	28	企业形象策划；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；会议及展览服务；日用百货销售；电子产品销售；信息系统集成服务；软件开发；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告设计、代理；商务代理代办服务；个人商务服务；数据处理服务；其他文化艺术经纪代理；组织文化艺术交流活动；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；工业控制计算机及系统销售；计算机系统服务；光通信设备销售；移动通信设备销售；卫星移动通信终端销售；通信设备销售；文具用品零售；文具用品批发；市场营销策划；咨询策划服务；网络设备销售；出版物批发；出版物零售；出版物互联网销售；
2	深圳利亚德光电有限公司	否	深圳市龙华区观澜街道君子布社区观和路 6 号深圳利亚德 LED 南方产业园 A 栋 101	2008-09-03	李军	注册资本 83474.381923 万人民币，已实缴 73474.38 万人民币	1177	一般经营项目是：电器 LED 显示屏、LED 电视机的销售；低压电器、低压成套设备、LED 显示屏及相关电子产品的上门检验与上门检测；LED 光电产品的软硬件开发、销售、租赁；LED 节能产品及工程项目的软硬件的开发、销售；LED 节能工程的设计与施工；货物及技术进出口，五金制品、塑料制品、金属冲压制品的销售。（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规限制的项目须取得许可后

序号	前五大供应商	是否关联方	注册地址	成立时间	实控人	实缴情况	参保人数	经营范围
								方可经营），许可经营项目是：五金制品、塑料制品、金属冲压制品的生产，电器 LED 显示屏、LED 电视机、LED 节能产品及工程项目的软硬件的生产；从事广告业务。物业管理。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
3	深圳市希齐信息科技有限公司	否	深圳市龙华区龙华街道景龙社区华盛珑悦写字楼 1403 栋	2020-06-02	庞杨海	注册资本 1000 万人民币，未实缴	8，见注 1	一般经营项目是：平面设计；网页设计；数字动漫设计；动漫周边产品、创意产品的设计与研发；文化活动策划；信息技术咨询；摄影服务；影视录放设备的销售、计算机、软件及辅助设备、电子产品、通讯设备及周边产品的研发与销售；国内贸易；经营进出口业务。（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：演出与经纪业务；影视策划制作。
	深圳市万银科技有限公司	否	深圳市龙岗区横岗街道六约社区地铁锦上花园 1 栋 E 座 601	2020-08-14	庞杨海	注册资本 500 万人民币，未实缴	-	一般经营项目是：电子产品及配件的研发与销售，计算机软硬件的技术开发与技术服务，五金、塑胶、家居产品的销售；婴幼儿用品的销售；经营电子商务；国内贸易，货物及技术进出口。（法律、行政法规或者国务院决定禁止和规定在登记前须经批准的项目除外）；信息技术咨询服务；文艺创作；广告设计、代理；图文设计制作；平面设计；专业设计服务；广告制作。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动），许可经营项目是：无

序号	前五大供应商	是否关联方	注册地址	成立时间	实控人	实缴情况	参保人数	经营范围
4	南京英麦哲文化发展有限公司	否	南京市江宁区汤山街道宁峰路9号101室	2013-04-18	金文信	注册资本 1000 万人民币，已实缴 150 万人民币	14	文化艺术交流活动组织与策划；设计、制作、代理、发布国内各类广告；营销策划；商业品牌策划推广；商业公关活动策划、设计；平面艺术设计；景观设计；企业形象设计；产品包装设计；工艺品设计；物业管理；演出经纪；舞台艺术造型策划；服装、动漫设计；文艺创作；礼仪服务；企业营销策划；影视文化领域内的技术开发、技术服务；会展服务；摄影摄像；影视器材、服装、道具租赁；影视制作。（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）一般项目：票务代理服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
5	深圳市希齐视觉文化传播有限公司	否	深圳市龙岗区坂田街道象角塘社区中浩工业城 C5 栋厂房 2 层 217 室	2019-04-22	卢哲	注册资本 1000 万人民币，未实缴	11，见注 1	一般经营项目是：摄影，摄像，后期剪辑，平面设计，ui 设计，设计、制作、代理、发布广告，文案策划，品牌策划，多媒体广告；国内贸易，经营电子商务，货物及技术进出口。

（2）2021 年度前五大供应商工商信息如下：

序号	前五大供应商	是否关联方	注册地址	成立时间	实控人	实缴情况	参保人数	经营范围
1	广州南方精英传媒有限公司	是	广州市越秀区广州大道中 289 号采编楼 103 铺	2007-11-19	刘敏	注册资本 2300 万人民币，已全额实缴	30	企业形象策划；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；会议及展览服务；日用百货销售；电子产品销售；信息系统集成服务；软件开发；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告设计、代理；商务代理代办服务；个人商务服务；数据处理服务；其他文化艺术经纪代理；组织文化艺术交流活动；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；工业控制计算机及系统销售；计算机系统服务；光通信设备销售；移动通信设备销售；卫星移动通信终端销售；通信设备销售；文具用品零售；文具用品批发；市场营销策划；咨询策划服务；网络设备销售；出版物批发；出版物零售；出版物互联网销售；
2	广东广弘建设工程有限公司	否	广州市天河区燕岭路 93 号 5 层 504 房（仅限办公）（不可作厂房使用）	2017-08-03	李谷	注册资本 1001 万人民币，未实缴	3	园林绿化工程服务；室内装饰、装修；室内装饰设计服务；建筑工程后期装饰、装修和清理；房屋建筑工程施工；接受委托从事劳务外包服务；建筑物电力系统安装；电子设备工程安装服务；建筑结构加固补强；建筑钢结构、预制构件工程安装服务；钢结构制造；建筑物排水系统安装服务；建筑劳务分包；劳务承揽；会议及展览服务；展台设计服务；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营）

序号	前五大供应商	是否关联方	注册地址	成立时间	实控人	实缴情况	参保人数	经营范围
3	深圳思力数字创意科技有限公司	否	深圳市福田区梅林街道梅亭社区中康路 8 号雕塑家园 3013	2013-01-22	陈明雷	注册资本 200 万人民币，未实缴	13	一般经营项目是：数字化多媒体的技术开发、数码产品、图像、动画动漫、多媒体数码影像设计；展览展示策划，文化活动策划，室内装饰工程与设计，经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。
4	深圳市希齐信息科技有限公司	否	深圳市龙华区龙华街道景龙社区华盛珑悦写字楼 2 栋 1403	2020-06-02	庞杨海	注册资本 1000 万人民币，未实缴	7，见注 1	一般经营项目是：平面设计；网页设计；数字动漫设计；动漫周边产品、创意产品的设计与研发；文化活动策划；信息技术咨询；摄影服务；影视录放设备的销售、计算机、软件及辅助设备、电子产品、通讯设备及周边产品的研发与销售；国内贸易；经营进出口业务。（法律、行政法规禁止的项目除外；法律、行政法规限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：演出与经纪业务；影视策划制作。
	深圳市万银科技有限公司	否	深圳市龙岗区横岗街道六约社区地铁锦上花园 1 栋 E 座 601	2020-10-14	庞杨海	注册资本 500 万人民币，未实缴	-	一般经营项目是：电子产品及配件的研发与销售，计算机软硬件的技术开发与技术服务，五金、塑胶、家居产品的销售；婴幼儿用品的销售；经营电子商务；国内贸易，货物及技术进出口。（法律、行政法规或者国务院决定禁止和规定在登记前须经批准的项目除外）；信息技术咨询服务；文艺创作；广告设计、代理；图文设计制作；平面设计；专业设计服务；广告制作。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动），许可经营项目是：无

序号	前五大供应商	是否关联方	注册地址	成立时间	实控人	实缴情况	参保人数	经营范围
5	深圳乐典文化投资有限公司	否	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）	2018-03-26	叶益洲	注册资本 500 万人民币，已实缴 151.6 万人民币	2，见注 1	一般经营项目是：多媒体技术、虚拟数字技术、视觉艺术、文化创意产品的设计、开发与销售；从事广告业务；经济信息咨询；投资信息咨询；投资文化项目；影视及周边产品、动漫及周边产品、游戏及周边产品的设计、销售与投资；展览、展示、展会、会议的策划、设计与实施；网络信息技术开发及相关技术服务。计算机软硬件技术开发、咨询与销售；投影仪、电脑及周边产品、电器产品、电子数码产品及周边产品的技术开发与销售；国内贸易；货物及技术进出口；空间规划、装饰与设计；工业设计；经营电子商务；文化传播、文化艺术交流、文化创作及表演的活动设计、策划与实施；图书出版；博物馆经营管理；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及演出等）；舞台灯光、音响设备的租赁、安装与服务。（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），许可经营项目是：教育培训；经营儿童游乐项目（凭许可证核准项目经营）；中餐制售、西餐制售；饮品制售；预包装食品销售。

注 1：根据获取供应商的《深圳市参保单位社会保险参保证明》，可以得知深圳乐典文化投资有限公司 2021 年 12 月、2022 年 12 月缴纳社保人数 2 人、3 人，深圳市希齐信息科技有限公司 2021 年 12 月、2021 年 12 月缴纳社保人数分别为 7 人、8 人，深圳市希齐视觉文化传播有限公司 2022 年 12 月缴纳社保人数为 11 人。

公司部分供应商未实缴注册资本，主要原因系：①部分供应商的公司章程约定的实缴期限未到，因此未实缴注册资本；②部分供应商实缴了但未及时向工商局进行实缴注册资本备案。公司报告期内前五大供应商中存在部分供应商参保人数较少的情况，主要原因系：①部分供应商为中小民营企业，规范运作水平不高导致未准确申报参保人数；②供应商多为文化艺术类型公司，属于轻资产公司，为节约成本且由于员工自身原因导致参保人数较少，但与其经营模式和业务规模相匹配，具备相应的履约能力。

2、报告期各期前五大供应商与公司的合作情况如下：

（1）2022 年度前五大供应商合作情况如下：

序号	前五大供应商	是否关联方	合作开始时间	合作原因	采购内容	合作渠道
1	广州南方精英传媒有限公司	是	2020 年	南方精英传媒出身于南方传媒集团，其在品牌管理、活动管理、数字传播等服务方面有着丰富经验	设计服务	采购需求主动联系
2	深圳利亚德光电有限公司	否	2022 年	利亚德光电是业内知名 LED 视频及信息发布显示及照明工程领域的企业，其在常规 LED、小间距 LED、创意 LED 等产品方面有突出表现	LED 屏幕	采购需求主动联系
3	深圳市希齐信息科技有限公司	否	2020 年	希齐信息在平面设计、数字动漫设计及网页设计等方面有丰富的经验，公司拥有十多项广告设计、视频制作等方面的知识产权	场景设计、平面设计及互动设计	采购需求主动联系
	深圳市万银科技有限公司	否	2021 年	公司设计团队在广告设计、图文设计制作、平面设计等方面有丰富的经验，公司在研数据处理方向技术，在数字产品设计方面进展较快。	H5 软件展示设计	采购需求主动联系
4	南京英麦哲文化产业发展有限公司	否	2022 年	英麦哲文化主要从事文化艺术交流活动组织与策划、商业品牌策划推广、影视制作等方面，其策划了多场公众人物的演唱会活动	演唱会视频拍摄	采购需求主动联系
5	深圳市希齐视觉文化传播有限公司	否	2020 年	希齐视觉在平面设计、UI 设计、品牌策划等方面有不俗的成绩，其主导策划的品牌宣传策划覆盖了快消品、电子产品、家居等多个行业	场景设计、平面设计及互动设计	采购需求主动联系

（2）2021 年度前五大供应商合作情况如下：

序号	前五大供应商	是否关联方	合作开始时间	合作原因	采购内容	合作渠道
1	广州南方精英传媒有限公司	是	2020 年	南方精英传媒出身于南方传媒集团，其在品牌管理、活动管理、数字传播等服务方面有着丰富经验	设计服务	采购需求主动联系
2	广东广弘建设工程有限公司	否	2019 年	广弘建设主要从事装饰装修、会议及展览服务、展台设计服务，其在布展方面有着丰富经验	布展服务	采购需求主动联系
3	深圳思力数字创意科技有限公司	否	2020 年	思力主要从事数字化多媒体的技术开发、多媒体数码影像设计，拥有专利、软著等二十多项，在数字呈现、人脸识别等方面具有制作及研发能力	数字内容制作及研发	采购需求主动联系
4	深圳市希齐信息科技有限公司	否	2020 年	希齐信息在平面设计、数字动漫设计及网页设计等方面有丰富的经验，公司拥有十多项广告设计、视频制作等方面的知识产权	场景设计、平面设计及互动设计	采购需求主动联系
	深圳市万银科技有限公司	否	2021 年	公司设计团队在广告设计、图文设计制作、平面设计等方面有丰富的经验，公司在研数据处理方向技术，在数字产品设计方面进展较快。	H5 软件展示设计	采购需求主动联系
5	深圳乐典文化投资有限公司	否	2020 年	乐典文化主营多媒体技术、虚拟数字技术、空间规划等，其在多媒体数字内容设计及技术开发方面有着丰富经验	多媒体数字内容制作	采购需求主动联系

公司与深圳市希齐视觉文化传播有限公司、深圳市希齐信息科技有限公司、深圳市万银科技有限公司以及深圳市希齐设计工作室存在合作，上述供应商的股东或实际控制人多为同一团队曾经共事的同事，后各自创业设立自己的公司。上述供应商在平面设计、视频拍摄以及网页设计等方面各有自己的特长与优势，经公司考察后，公司选择与其进行合作。

深圳市希齐视觉文化传播有限公司，成立于 2019 年，主营业务为视频拍摄以及设计服务等，拥有员工十多人，团队成员具有较丰富的行业经验和专业技能，在平面设计、UI 设计、品牌策划等方面具有丰富的项目经验，其主导的品牌宣传策划覆盖了快消品、电子产品、家居等多个行业，能够为客户提供优质的服务。希齐视觉除为时间网络提供设计等服务外，还为诸如深圳市创想三维科技股份有限公司等客户提供服务。

深圳市希齐信息科技有限公司，成立于 2020 年，主营业务为平面设计、网页设计等服务，拥有员工十人左右，公司拥有十多项广告设计、视频制作等方面的知识产权，在平面设计、数字动漫设计及网页设计等方面有着较丰富的经验。

公司成员深耕行业多年，拥有丰富的项目经验和专业技能，能够为客户提供优质的服务。希齐信息除为时间网络提供平面设计、互动设计以及场景设计等服务外，还为诸如广东美的暖通设备有限公司、深圳市嗨兴科技有限公司等客户提供服务。

深圳市万银科技有限公司，成立于 2020 年，主营业务为平面设计、图文设计制作等，公司员工人数较少，多以外聘设计师提供服务，具备提供服务的能力。万银科技除为时间网络提供服务外，还为深圳品执文化发展有限公司、深圳市禾壹文化传播有限公司等客户提供服务。

广东广弘建设工程有限公司，成立于 2017 年，主营业务为装饰装修、布展等服务，公司拥有员工十多人，具有一定的项目实施能力。

深圳乐典文化投资有限公司，成立于 2018 年，主营多媒体技术、虚拟数字技术等，在多媒体数字内容设计及技术开发方面有着丰富经验，乐典文化接受时间网络委托为飞鸿馆项目提供数字化多媒体展项综合服务，派出十二人左右的团队参与飞鸿馆项目的多媒体展项数字内容制作及程序开发，并按时保质地完成了项目。

公司与上述供应商的合作基于供应商的专业能力和技术实力，并在建立合作关系前进行了充分的调查和评估。公司会选择质量稳定、可靠并能够按时交付的供应商，以确保建立长期稳固的合作伙伴关系。此外，公司对供应商所提供的报价进行了全面的市场调研，以确保其选择的供应商报价符合当前的市场行情。

供应商希齐信息、希齐视觉以及万银科技与公司的业务往来均系与公司的采购业务往来，公司与上述供应商的业务均严格按照采购制度规范要求签署业务合同，按公司产品需要交付并验收，按财务规范要求入账并开具业务发票，公司及实际控制人与供应商不存在除业务往来之外的任何资金往来情况，因此公司与供应商的交易真实，不存在其他利益安排的情形。

综上所述，报告期各期内公司与供应商之间的交易真实，不存在其他利益安排。

四、补充说明公司在各项订单中实际承担的工作内容及工作量、公司是否存在渠道贸易业务、是否由供应商完成开发后直接销售给客户的情况；

（一）公司在各项业务中的工作内容

序号	业务类型	实际承担的工作内容
1	数字化展陈设计施工一体化服务	1、负责客户需求沟通，项目的整体策划以及创意方案设计； 2、负责统筹项目实施的全过程，包括项目的计划制定、资源调配、进度管理等； 3、负责多媒体软硬件设备的采购以及安装调试； 4、项目经理、工程人员进行施工现场管理及施工过程资料的整理、施工日志编写等； 5、项目经理组织策划人员对数字内容进行深化设计，编制脚本，确定呈现效果，对于公司外部人员根据确定的脚本、分镜头、呈现效果等进行数字内容制作的样本进行意见反馈并提出修改要求并对最终成品进行验收； 6、协同客户等相关单位完成项目的试运行，移交项目资料。
2	数字化展陈创意策划设计服务	1、客户需求沟通； 2、创意设计方案制作； 3、实施环节的现场交底以及驻点指导、技术配合等工作。
3	数字化展馆运营维护服务	负责展馆的日常运营管理、活动策划及宣传推广以提高展馆的知名度和经济效益，以及提供导览和讲解、展品展项的保养和维护等服务
4	数字化品牌营销服务	1、主要负责项目的全案策划，包括根据客户设定的项目主题分析客户需求进行项目策划、就策划方案与客户进行多轮沟通并进行相应调整，以实现客户需要的最终效果。 2、根据策划方案统筹协调项目的实施，对外部供应商提供的视频拍摄、平面设计等工作提出修改意见，并就最终的项目成果向客户负责。
5	媒介投放业务	1、客户需求沟通； 2、媒介投放策略及方案制作； 3、媒体资源采购及营销效果评估等。

（二）以部分项目为例说明公司在项目中承担的工作内容及工作量

序号	业务类型	项目	公司承担的工作内容	外协供应商承担的工作内容
1	数字化展陈设计施工一体化服务	飞鸿馆（功夫馆、龙舟作坊）展陈服务	1、创意策划 （1）公司通过历史资料收集、相关人员访谈和大数据检索等方式，挖掘岭南功夫文化及佛山龙狮文化展览主题的内涵，了解相关背景和要传达的信息，形成资料翔实、主题提炼准确、内容全	1、上海玖影展览展示有限公司，主要根据公司制定的布展大纲和创意设计进行多媒体展项数字内容制作和剧场多媒体秀影像制作；

		面、脉络层级清晰、完美结合历史与当下的布展大纲,确定整体呈现思路 and 核心概念。 (2) 将展览主题的内涵与空间设计、创新技术相融合,布局展览主题于空间,设计了“南武堂”、“龙狮会”、“功夫剧场”、“功夫文创空间”和“山水对话”五大空间。同时,融合创新技术于实践,公司运用多媒体沉浸式技术、人体工学、心理学等知识,采用沉浸式声光电互动技术等多媒体展示手段,创意设计了“山水对话”数字艺术互动墙、“南狮之光”投影光雕、“武魂永流传”、龙舟“击鼓勇进”游戏等沉浸式数字化展项,令功夫、龙狮文化的魅力“可触可感”,为观众带来兼具文化性、艺术性和科技性的沉浸式体验。 2、项目实施 (1) 项目经理在创意策划阶段即参与方案制作的过程,一旦项目合同签订及设计方案敲定,项目经理负责统筹项目实施的全过程。项目经理负责项目的计划制定、资源调配、进度管理等工作,确保项目能够按时、按质量要求完成。同时,项目经理也负责与客户进行沟通和协调,以满足客户需求,并及时解决项目中出现的问题。 (2) 项目经理组织集成工程师深化机电部分实施方案,编制多媒体软硬件清单,并提交采购需求,由采购部门根据采购清单进行采购,包括 LED 显示屏、投影设备、主机、中控等多媒体设备及辅材等等,由项目经理、集成工程师进行多媒体安装和调试的实施及管理,并保留实施过程的资料和记录。该部分涉及部分技术服务供应商提供多媒体设备及对应控制系统的安装、融合调试等服务。 (3) 项目经理组织工程人员进行装饰装修工程的施工图深化,编制工程清单,由采购部门进行施工劳务服务及材	2、广州名图数字科技有限责任公司,主要负责为多媒体展项系统集成服务提供弱电布线工程中的网络硬件设备、机房工程及中控系统的设备、软件系统的提供及安装服务等; 3、深圳乐典文化投资有限公司,主要根据公司制定的布展大纲和创意设计方案等进行多媒体展项如山水对话、吾界等分项数字内容的制作,包括影片、配音、配乐以及视觉效果设计等内容。
--	--	--	--

			料的采购,由项目经理、工程人员进行施工现场管理及施工过程资料的整理、施工日志编写。 (4) 项目经理组织策划人员对数字内容进行深化设计,编制脚本,确定呈现效果,并提交数字内容制作的采购需求,由采购部门确定数字内容的技术服务供应商,由供应商提供影片拍摄制作、互动程序制作等数字内容制作。公司内部人员负责创意策划及脚本、程序的多层菜单设计等,内外部人员共同进行脚本和分镜头、呈现效果的深化,公司外部人员根据确定的脚本、分镜头、呈现效果等进行数字内容的制作,公司内部人员对制作的样本进行意见反馈并提出修改要求以及对最终成品进行验收。 3、项目验收 项目完成后,项目经理与公司造价部门协调相关单位进行工程的竣工验收、交付和结算等工作。	
2	数字化展陈创意设计服务	广东万事泰炊具文化展馆展陈设计	1、负责展馆展陈方案设计,包括展陈大纲、展项概念设计、空间设计等; 2、配合客户进行施工阶段说明、答疑及开工前的现场技术交底、技术配合等相关工作。	广州图代码深化设计有限公司,提供施工图设计及深化设计服务。
3	数字化展馆运营维护服务	飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”运营服务采购项目	公司在当地设立了专门的机构负责场馆的日常运营管理、维护保养及传播等服务,具体负责的工作内容如下: 1、运营管理及执行服务:对项目进行运营管理,确保功夫博物馆、龙舟作坊、功夫剧场、文创空间等项目正常运营,并根据考核要求达到或优于运营效果; 2、维保服务:对项目涉及的设施及设备等进行维护和保养,确保项目的各项内容正常使用与运营。 3、接待服务:提供讲解、导览等接待服务; 4、策划传播服务:根据项目特色以及优势,进行策划传播服务,吸引人流,提高场馆知名度和美誉度; 5、开发文创产品:根据场馆特点,打造	1、广州市文亮建筑模型设计有限公司,提供展馆模型设计服务; 2、广州市闪扑渔乐软件有限公司,提供飞鸿馆智慧景区小程序开发服务; 3、深圳华邦瀛科技有限公司,提供触摸屏维修服务。

			特色 IP，开发特色文创产品，提升场馆商业价值。	
4	数字化品牌营销服务	平安十二时辰项目	1、主要负责项目的全案策划，包括根据客户设定的项目主题分析客户需求进行项目策划、就策划方案与客户进行多轮沟通并进行相应调整，以实现客户需要的最终效果。 2、公司根据策划方案统筹协调项目的实施，对外部供应商提供的视频拍摄制作等工作提出合理化修改要求，并就最终的项目成果向客户负责。 3、规划一系列营销手段，重点推出视觉海报、H5、SVG 推文、短视频投放等传播物料。	1、北京术町文化传媒有限公司，提供平安十二时辰品牌片的视频拍摄和制作服务； 2、小江南传媒（深圳）有限公司，提供“平安十二时辰”短视频投放服务。
5	媒介投放业务	户外 LED 沃尔玛全球购宣传广告发布	1、根据客户的媒体营销传播需求，为客户提供媒介策略； 2、购置 LED 广告屏传播资源予以发布；	无

公司购置的多媒体软硬件设备均是根据项目的实施需要，编制多媒体软硬件清单，并提交采购需求，由采购部门根据采购清单进行采购，不存在渠道贸易业务。外协供应商提供的影片拍摄制作、互动程序开发等数字内容制作是在公司创意策划的基础上开展的，内外部人员共同进行脚本和分镜头、呈现效果的深化，公司外部人员根据确定的脚本、分镜头、呈现效果等进行数字内容的制作，公司内部人员对制作的样本进行意见反馈并提出修改要求以及对最终成品进行验收，不存在由供应商完成开发后直接销售给客户的情况。

五、补充说明 2022 年外协采购前十大供应商情况，说明 2022 年外协采购较分散的原因。

①2022 年外协采购前十大供应商情况：

单位：万元

序号	外协供应商名称	外协具体内容	单家外协成本及其占外协业务总成本比重	
			2022 年度	占外协业务总成本比重
1	广州南方精英传媒有	海报设计、平面设计、	417.89	18.62%

	限公司	文案撰写等数字化品牌营销业务		
2	深圳市希齐信息科技有限公司	平面设计等服务	130.02	5.79%
3	南京英麦哲文化产业发展有限公司	视频拍摄制作	119.81	5.34%
4	深圳市希齐视觉文化传播有限公司	平面设计等服务	119.10	5.31%
5	北京术町文化传媒有限公司	视频拍摄	81.55	3.63%
6	深圳思力数字创意科技有限公司	3D 视频制作	70.57	3.14%
7	武汉火游网络科技有限公司	数字内容制作	66.09	2.94%
8	小江南传媒(深圳)有限公司	视频投放	56.60	2.52%
9	上海致趣文化传媒有限公司	音乐作品使用	52.83	2.35%
10	武汉壹禾恒昇文化传媒有限公司	影片制作	48.54	2.16%
合计			1,163.00	51.80%

②2022 年外协采购较分散的原因

上述前十大外协供应商是以当期确认成本金额的大小来选取的，2021 年度公司的飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”展陈服务项目金额较大，该项目中外协供应商采购成本金额较大，因此 2021 年度的前五大外协供应商采购成本金额较大，相对集中。2022 年度，由于数字化展陈设计施工一体化服务的项目金额相对较小，因此，外协供应商采购相对较为分散。

【主办券商回复】:

一、主办券商核查程序

针对上述事项主办券商进行了以下核查程序:

1、通过企查查、天眼查等对公司报告期各期主要供应商的工商信息进行查询，关注经营范围、股东、成立时间等信息是否存在异常情况，是否与公司存在关联关系;

2、查看公司与主要供应商之间交易的主要合同，了解交易内容、交易定价的原则、交易过程中风险承担原则等；

3、对报告期主要供应商进行访谈，并取得对方签字盖章确认的访谈记录，确认报告期内的交易金额和应付账款余额是否真实、准确、完整，定价是否公允，是否存在其他关联方代垫成本的情形；

4、对主要供应商发函，与供应商确认报告期采购额、应付账款、预付账款余额等信息，检查是否存在未入账的成本及入账成本的准确性；

5、对采购与付款循环进行内部控制测试，确认公司对此项业务的内控制度设计合理，内控执行有效；

6、询问公司相关负责人、查阅企查查网站等，了解公司供应商之间是否存在关联关系；

7、获取在企查查、天眼查社保缴纳人数信息为 0 的供应商的参保证明，检查供应商 2021 年、2022 年的参保人数；

8、询问采购负责人，了解公司外协采购的原因，通过访谈供应商及查询公开信息，核实是否存在仅为公司提供相关服务的外协供应商、是否存在前员工设立的外协供应商，查询同行业外协相关信息；

9、询问采购负责人，并查阅相关合同，了解公司在各项订单中承担的工作内容，核实公司是否存在渠道贸易业务、是否由供应商完成开发后直接销售给客户的情况；

10、询问采购负责人，了解 2022 年度外协供应商较为分散的原因；

11、获取公司银行流水，核查公司与供应商之间资金往来情况，是否存在异常；

12、通过云闪付客户端查询公司实际控制人名下银行账户清单，并由会计师陪同公司实际控制人前往银行打印银行账户对账单，核查实际控制人银行流水确认与时间网络供应商之间是否存在异常资金往来；

13、获取公司及实际控制人提供银行账户完整性及不存在资金体外循环的承诺；

14、获取公司与供应商之间交易的原始凭证（包括采购合同、服务成果确认单、发票、付款凭证等），核查公司采购的真实性。

二、主办券商分析过程

同公司回复。

三、主办券商核查意见

经核查，主办券商认为：

1、公司已在公开转让说明书“第二节 公司业务”之“四、公司主营业务相关的情况”之“（三）供应商情况”之“3、其他情况披露”中补充披露了向前五大供应商采购的具体内容、对应的产品及客户订单情况、定价依据及公允性、款项支付情况；

2、公司根据运营项目差异化需求，基于人员规模限制、专业技术分工不同、实施成本考量等因素，向具有业务能力和专业水平的外协供应商采购项目涉及的设计服务、视频拍摄、软件开发等服务，符合行业惯例，公司不存在仅为公司提供相关服务的外协供应商，不存在前员工设立的外协供应商；

3、公司供应商深圳市希齐信息科技有限公司与深圳市希齐视觉文化传播有限公司历史上存在关联关系。公司供应商深圳市希齐视觉文化传播有限公司与深圳市希齐设计工作室存在关联关系，两家供应商的股东中均有自然人范雪琴。其中范雪琴持有深圳市希齐视觉文化传播有限公司 40%的股权，持有深圳市希齐设计工作室 100%的股权。公司供应商深圳市希齐信息科技有限公司与深圳市万银科技有限公司存在关联关系，两家供应商系同一实际控制人庞杨海控制的两家企业。供应商希齐信息、希齐视觉以及万银科技与公司的业务往来均系与公司的正常采购业务往来，公司与供应商的交易真实，不存在其他利益安排的情形；

4、公司负责项目最重要的创意策划包括展览主题挖掘、形成布展大纲、脚本策划、方案设计等，负责统筹项目实施的全过程包括项目计划制定、资源调配、进度管理等工作，负责多媒体软硬件的采购及集成，以及与外部人员共同进行脚

本和分镜头、呈现效果的深化，对技术服务商制作的影片、互动程序等样本进行意见反馈并提出修改要求以及对最终成品进行验收等；公司不存在渠道贸易业务、不存在由供应商完成开发后直接销售给客户的情况；

5、上述前十大外协供应商是以当期确认成本金额的大小来选取的，2021 年度公司的飞鸿馆“功夫馆、龙舟作坊”展陈服务项目金额较大，该项目中外协供应商采购成本金额较大，因此 2021 年度的前五大外协供应商采购成本金额较大，相对集中。2022 年度，由于数字化展陈设计施工一体化服务的项目金额相对较小，因此，外协供应商采购相对较为分散；

6、经核查，主办券商认为报告期内公司不存在资金体外循环。

【会计师回复】：

申报会计师回复详见《华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对关于广州时间网络科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件审核问询函的回复》问题 5 的回复。

问题 6、关于关联采购。公司对关联方广州南方精英传媒有限公司采购服务，采购金额占总采购额的 39.13%和 17.21%。公司子公司广州在线场文化有限责任公司的股东广州毋固毋我投资合伙企业（普通合伙），合伙人为刘敏（持股 56.9%）、张伟（持股 29.01%）、卢晟（持股 14.08%）；其中刘敏、张伟为南方精英的间接股东。

请公司：（1）补充说明关联采购的定价依据，关联采购价格与非关联方采购价格是否存在明显差异，关联方对公司的定价以及对其他客户的定价是否存在明显差异，进一步分析公允性；（2）补充说明公司是否对关联方供应商存在依赖，分别说明公司五独立的情况，公司关联方采购的具体项目应用，是否仅转卖产品或服务，进一步说明是否具备独立开展业务的能力；（3）补充说明关联方对公司的销售占关联方收入的比重、是否仅为公司提供服务，关联方的人员数量、经营

规模以及盈利情况、是否存在为公司转移利润或承担成本费用的情况，关联方的办公地址与公司是否重合、相关工商信息与公司是否存在相同或相似之处、人员是否重合，关联方股东的出资来源、是否存在代持、是否为公司或实际控制人控制的公司。（4）补充说明公司保证关联交易公允性及信息披露及时性的内控措施；（5）补充说明成立子公司的目的，是否为承接南方精英的与公司相关技术服务业务，补充披露公司减少和规范关联交易的具体措施；结合期后采购情况补充说明关联交易占比是否继续下降。

请主办券商、会计师补充核查并发表核查意见。

【公司回复】：

一、补充说明关联采购的定价依据，关联采购价格与非关联方采购价格是否存在明显差异，关联方对公司的定价以及对其他客户的定价是否存在明显差异，进一步分析公允性；

（一）公司关联采购的情况及定价依据

公司向关联方广州南方精英传媒有限公司采购的情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度
广州南方精英传媒有限公司	技术服务	0.00	551.40	827.30
占采购总额的比重		0.00	17.21%	39.13%

注：2023 年 1-6 月财务数据未经审计及审阅

公司向关联方南方精英采购技术服务流程及定价考虑如下：

在接到客户具体项目的技术需求后，公司管理层与项目经理会确定需要外部采购的技术服务。负责造价的人员会确定采购预算，然后项目经理会制定详细的采购需求清单，并将其上传至钉钉流程进行报批。审批完成后，采购部门会根据需求清单和造价部门的价格预算，选择相应等级的供应商进行询价和比价。通过

综合对比后，南方精英出品的服务通常更优质、稳定，并且服务和配合度较好，价格也比较合理。公司与供应商进行合同谈判，定价均系在参考市场价格的基础上双方协商一致确定并签订合同。

报告期各期，公司向广州南方精英传媒有限公司采购的技术服务前五的项目与其他供应商报价对比情况如下：

单位：万元

年度	序号	项目	采购具体内容	南方精英采购价格（含税）	无关联第三方报价（含税）
2022 年	1	平安产险赔不赔系列	平面设计	13.60	12.51-14.82
	2	2022 年平安公益传播	文案撰写	5.10	4.64-5.61
	3	健康险·乐健康品牌项目	视觉海报,创意病毒视频拍摄,平面拍摄,档案册设计、封底设计	68.31	62.16-75.14
	4	健康险乐健康品牌项目	文案撰写,创意海报制作,平面拍摄	21.00	19.32-22.89
	5	平安集团老年客户摄影大赛	静态海报,H5 制作,文案撰写	9.00	8.19-9.90
2021 年	1	十金养老白皮书项目	海报设计,手绘插画,文案撰写,H5 制作	29.00	26.39-31.90
	2	平安公益视频号 8 月	平面设计,稿件撰写,排版服务	20.00	18.00-21.80
	3	平安普惠“每一道微光”	拍摄剪辑,音乐制作,导演,摄影师,造型	18.10	16.29-19.91
	4	平安 518	视频拍摄制作,参与拍摄人员费用,平面设计,文案撰写,媒介投放,H5 小程序制作	34.00	30.60-37.06
	5	2021 励志计划启动仪式	稿件撰写,静态海报设计,视频剪辑制作,媒介投放	35.00	31.85-38.50

注：上表列举了公司向南方精英采购的前五大项目

由上表可知，公司对南方精英采购的技术服务价格处于其他无关联第三方企

业报价区间，采购价格不存在显失公允的情形。

综上所述，公司关联采购的定价主要遵循市场价格的原则，向不同供应商进行询价、比价，最终确定供应商及采购价格，公司向广州南方精英传媒有限公司采购的技术服务价格公允，具有商业合理性。

（二）关联方对公司的定价以及对其他客户的定价对比

广州南方精英传媒有限公司根据市场行情制定了对所有客户均适用的定价标准，报告期内公司与广州南方精英传媒有限公司采购价格均处于该标准的报价区间内。

广州南方精英传媒有限公司定价标准如下：

分类	服务名称	具体内容	计价单位	报价区间
策划	策略建议	年度全案策略制定或传播规划（60-100P）	元/个	5000-100000
			元/P	50-1000
		半年度全案策略制定或传播规划（30-50P）	元/个	3000-50000
			元/P	50-1000
		项目制策略制定或传播规划（100-300 万级别，20-40P，包含视频、H5 详细脚本级策划）	元/个	2000-30000
			元/P	50-1000
		项目制策略制定或传播规划（30-100 万级别，10-30P，包含视频、H5 详细脚本级策划）	元/个	2000-30000
			元/P	50-1000
		策略页(主题/策略/时间排期/媒介安排)	元/P	50-3000
		新闻稿创意（1P，标题+立意+提纲）	元/P	200-1000
		深度稿创意（1P，标题+立意+提纲）	元/P	300-2000
		海报创意	元/个	300-2000
		平面拍摄创意	元/个	300-2000
		H5 创意（1-4P，创意策略+玩法+视觉风格）	元/个	300-2000
		视频创意（1-4P，创意策略+故事提纲+视觉风格）	元/个	300-2000
文案	创意文案	主题/口号	元/句	100-1500

分类	服务名称	具体内容	计价单位	报价区间
		海报创意文案	元/句	100-500
	微博/朋友圈文案	原创 0-200 字的文案，如微博、朋友圈、简单跟帖等。	元/句	150-1000
			元/字	1-5
	新媒体稿	常规新媒体稿件：1-2 千字	元/篇	1000-8000
			元/字	1-5
		常规新媒体稿件：2-4 千字（KOL 撰稿及深度类稿件参照其它标准）	元/篇	2000-10000
			元/字	1-3
	新闻通稿	新闻通稿：1.5-2 千字	元/篇	1500-5000
			元/字	1-3
	发言稿	发言稿：1-5 千字	元/篇	2000-10000
			元/字	1-3
	深度稿	一般整合性稿件/简单采访类稿件：2-4 千字	元/篇	2000-10000
			元/字	1-3
		复杂整合性稿件/深度采访类稿件：（2-4 千字，有提炼一定观点/亮点）	元/篇	3000-20000
			元/字	1-5
	研究稿/述评稿	深度研究稿件：洞察趋势、包装概念：5 千字	元/篇	8000-40000
		深度稿：以字数计	元/字	1.3-8
	外语稿件	1 千字以内	元/篇	/
		千字以上：以字数计	元/字	/
平面创意	静态海报	简单画面：不含拍摄费用、不含第三方版权购买费等	元/张	1000-5000
		复杂画面：不含拍摄费用、不含第三方版权购买费等	元/张	3000-8000
		主视觉，包含 ICON 设计	元/张	3000-20000
	动态海报	可指定动效实现内容 1-3 处	元/张	3000-20000
		可指定动效实现内容 3-5 处	元/张	3000-20000
	平面拍摄	一般性拍摄，无布景，不对人物过多妆容、服饰的设计。	元/张	100-500
			元/天	500-2000

分类	服务名称	具体内容	计价单位	报价区间
		棚内拍摄，包括场景、妆容、服饰设计，后期图片精修，成稿，平面制作，输出大图。场地费、化妆及道具费用另计。常用价格标准，对应知名摄影师或专业等级较高的摄影师。	元/张	500-10000 元
	平面创意延展制作	包括但不限于由已设计好的主视觉画面延展出的海报、展板、立牌、易拉宝、产品陈列架、画册封面、产品说明书封面等	元/张	200-2000
视频制作	拍摄类短视频（1 分钟以内）	脚本创意策划+分镜绘制，不含拍摄执行制作	元/套	2000-12000
		制作：长度 15s，拍摄+后期剪辑	元/套	10000-35000
		制作：长度 30s，拍摄+后期剪辑	元/套	15000-60000
		制作：长度 60s，拍摄+后期剪辑	元/套	20000-100000
	拍摄类 TVC 视频（1-3 分钟）	脚本创意策划+分镜绘制，不含拍摄执行制作	元/套	2000-12000
		制作：长度 1min，拍摄+后期剪辑	元/套	20000-100000
		制作：长度 2min，拍摄+后期剪辑	元/套	20000-180000
		制作：长度 3min，拍摄+后期剪辑	元/套	20000-350000
	套剪视频（非拍摄）	脚本创意，不含执行制作	元/套	1000-3000
		制作：长度 15s	元/套	1000-20000
		制作：长度 30s	元/套	1000-30000
	动画视频	脚本创意策划+分镜绘制，不含执行制作	元/套	2000-12000
		角色设计、建模、绑定修型、材质贴图	元/个	2000-20000
		制作：长度 1min，包括动画、后期特效、字幕等	元/套	20000-180000
		制作：长度 2min，包括动画、后期特效、字幕等	元/套	20000-250000
		制作：长度 3min，包括动画、后期特效、字幕等	元/套	20000-350000
H5 制作	创意脚本	脚本创意，不含执行制作	元/套	2000-12000
	页面设计	首页设计	元/页	3000-10000

分类	服务名称	具体内容	计价单位	报价区间
		内页设计（原创）	元/页	1000-5000
		内页延展（根据首页延展）	元/页	200-2000
	前端制作	页面制作（切图等）	元/页	200-800
		页面动效制作	元/套	500-10000
	开发	数据库设计	元/套	500-5000
	微力体系	CRM 数据	元/套	500-5000
	接口	接口调用-微信/微博/其他需调用接口	元/套	500-5000
	功能开发	后端功能（视整体交互而定）	元/套	1000-10000
	数据监测	数据监测	元/套	500-3000
	测试	模块测试	元/套	500-3000
		压力测试	元/套	500-3000
	部署	页面部署	元/套	500-10000
		数据库部署	元/个	500-10000
	服务器	服务器（含 CDN）1、参数 4 核、8G、100M 带宽；2、成本按阿里云最新优惠报价。	元/套	/
	技术整体报价方式（含切图，页面设计另计）	技术模块	元/个	5000-100000
其他	如活动执行与媒体发布	根据项目具体情况谈判	/	/

综上所述，广州南方精英传媒有限公司对公司的定价以及对其他客户的定价均遵循广州南方精英传媒有限公司制定的统一的标准，不存在差异。

二、补充说明公司是否对关联方供应商存在依赖，分别说明公司五独立的情况，公司关联方采购的具体项目应用，是否仅转卖产品或服务，进一步说明是否具备独立开展业务的能力；

报告期内公司向关联方供应商采购金额占公司采购总额的比例分别为 39.13% 和 17.21%，占比较大，但不存在对关联方供应商存在依赖，主要原因如下：

1、向关联方供应商广州南方精英传媒有限公司采购的内容主要为海报设计、平面设计、视频拍摄、文案撰写、PPT 美化等技术服务，采购内容具有市场竞争充分、可替代性较强的特点，因此公司终止与供应商广州南方精英传媒有限公司合作后可以以较低的成本找到替代供应商，不会对公司持续经营能力造成重大不利影响；

2、2023 年 1-6 月，公司已不再向南方精英采购技术服务，不存在对关联方供应商的依赖。

公司在业务、资产、人员、机构和财务上具有独立性，具体如下：

五独立	具体情况
资产独立方面	公司与日常经营活动有关的配套设施独立完整。公司在变更设立时，原有限公司全部资产和负债均由股份公司承继，公司合法拥有其业务经营所必需的固定资产、无形资产的所有权或者使用权，具有独立的运营系统。公司资产与关联方严格分开，并独立运营，不存在对关联方形成重大依赖的情况，不存在被关联方占用资产的情形；拥有与经营相关的业务许可资质。
人员独立方面	公司严格根据《公司法》、《公司章程》的有关规定选举产生董事、监事，由董事会聘用高级管理人员，不存在股东超越股东大会和董事会而做出人事任免决定的情况。公司劳动、人事及工资管理完全独立，总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书和业务部门负责人均属专职，并在公司领薪，未在关联方担任除董事、监事以外的职务；公司的财务人员亦未在关联方中兼职。
财务独立方面	公司设有独立的财务部门，配备专职的财务人员，制定了规范的财务制度和子公司的财务管理制度。公司建立了独立的财务核算体系，符合《企业会计准则》及其他相关法规的要求，能够独立作出财务决策。公司独立开设银行账户，依法独立进行纳税申报，不存在与关联方共用银行账户的情况。
机构独立方面	公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，不存在与关联方机构混同的情形。且公司拥有独立的生产经营和办公场所，不存在与关联方混合经营、合署办公的情况。
业务独立方面	公司拥有独立的采购体系和完善的采购内控制度，公司关键技术均为自主研发而来，不存在依赖关联方的情形。且报告期内公司向关联方采购的占比呈现较大幅度的下降，对关联方的采购定价依据合理、采购价格公允。且公司自身也配备相关的业务人员，并未对关联方形成重大依赖。

公司向关联方广州南方精英传媒有限公司采购内容具体应用情况及在各项目中公司以及供应商所承担的工作内容具体情况如下：

项目类别	具体内容	时间网络做的工作内容	精英所做的工作内容	所应用项目名称
品牌营销策略方案类	根据项目需求，提供品牌营销策略、创意形式、传播策略等完整品牌营销方案。	1、客户沟通及客户需求分析；2、项目需求分析；3、方案框架的构建与确认；4、核心策略、核心创意、核心概念的提炼；5、审核完成方案终稿并交付客户。	根据时间网络的需求，对方案呈现进行视觉美化。	1、平安十二时辰品牌片拍摄及传播项目中的传播策略方案； 2、天行健文化行项目中的营销策略方案
平面设计类	根据项目需求，提供平面海报的创意、制作与素材购买服务；平面图片拍摄；平面创意延展设计，如展板、易拉宝、产品陈列架、画册及产品说明书封面等设计。	1、客户沟通及客户需求分析；2、平面设计创意及草图；3、平面拍摄创意；4、平面创意延展设计创意及草图；5、审核完成设计内容并交付客户。	1、海报制作；2、摄影师拍摄、置景及后期修片；3、平面创意延展设计的执行；	1、平安健康险.乐健康品牌项目；2、天行健文化行项目； 3、潜客经营团队父亲节+母亲节+养成赛整合项目
文案稿件撰写类	根据项目需求，提供行业研究稿、商业评论稿等文案稿件的撰写服务。	1、客户沟通及客户需求分析；2、确定稿件思路；3、审核修改成稿并交付客户。	根据稿件思路进行稿件撰写及润色。	励志计划 2021 年度启动仪式
视频制作类	根据项目需求，提供视频创意、素材购买与套剪视频制作服务；提供 1 分钟内短视频创意及拍摄制作服务；提供 1-3 分钟 TVC 创意及拍摄视频制作；提供平面或 3D 动画视频创意及制作服务。	1、客户沟通及客户需求分析；2、视频内容创意及脚本、分镜头确定；3、视频终稿定稿及交付客户。	根据时间网络的创意进行，视频拍摄、动画形象草图、剪辑制作。	励志计划 2021 年度启动仪式

项目类别	具体内容	时间网络做的工作内容	精英所做的工作内容	所应用项目名称
互动 H5 制作类	根据项目需求，提供 H5 创意与制作服务：1、H5 创意策划：含概念、核心互动、动效与美术风格、文案风格等创意制定；2、美术设计：根据 H5 创意策划，设计背景、角色、字体等视觉素材；3、互动开发：根据 H5 创意策划，完善互动逻辑、编程开发、测试、服务器部署与发布等工作。	1、客户沟通及客户需求分析；2、H5 创意策划，包括概念、核心互动、动销与美术风格、美术设计；3、完成成品、交付客户。	根据时间网络的需求，进行页面设计与互动开发。	盛世金越 x 河南博物院项目
线下活动类	根据项目需求，提供活动策划方案与活动执行服务：1、活动创意策划：制定活动策划方案，包括活动流程、嘉宾邀请、场地推荐、舞台设计、节目设计、奖品设置、应急预案等。2、搭建执行：根据活动方案，进行舞台搭建、灯光布置等执行工作；3、活动执行：根据活动方案进行物料布置及活动组织等执行。	1、客户沟通及客户需求分析；2、活动创意策划方案；3、活动执行统筹；4、完成活动结案报告并交付客户。	根据时间网络的需求，设计制作活动物料，如海报、舞台等。	励志计划 2021 年度启动仪式
文稿及视频发布	根据项目需求，对确认好的发布文稿及视频内容，进行发布网站、发布平台与媒体选择、发布沟通与效果收集等发布工作。	1、客户沟通及客户需求分析；2、确定投放策略；3、完成投放发布及结案报告。	根据时间网络的需求进行部分媒体沟通及采购。	励志计划 2021 年度启动仪式

根据上述情况，公司向关联方采购内容所应用的项目中，公司的工作内容为项目整体的策划、设计、管理，供应商主要承担策略建议方案撰写、平面设计、视频制作、文案撰写、互动 H5 制作等技术服务，不属于仅转卖产品或服务的情形。

为减少关联交易，2023 年公司已不再向南方精英采购服务，公司已招聘相关人员专门从事策略建议方案撰写、平面设计、视频制作、文案撰写、互动 H5 制作等工作，相关业务已由公司自主完成，因此，公司具备独立开展业务的能力。

三、补充说明关联方对公司的销售占关联方收入的比重、是否仅为公司提供服务，关联方的人员数量、经营规模以及盈利情况、是否存在为公司转移利润或承担成本费用的情况，关联方的办公地址与公司是否重合、相关工商信息与公司是否存在相同或相似之处、人员是否重合，关联方股东的出资来源、是否存在代持、是否为公司或实际控制人控制的公司。

（一）关联方对公司的销售占关联方收入的比重、是否仅为公司提供服务

报告期内关联方对公司的销售及占比情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度
向时间网络销售额（万元）	551.40	827.30
南方精英总销售额（万元）	约 2100	约 2500
向时间网络销售占总销售的比例	约 26.26%	约 33.09%

因此，广州南方精英传媒有限公司的销售占其当期收入的比例分别为 33.09%、26.26%，除为时间网络提供服务外还存在其他客户，并非仅为公司提供服务。

（二）关联方的人员数量、经营规模以及盈利情况

报告期内广州南方精英传媒有限公司主要经营数据及人员规模情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度
收入（万元）	约 2100	约 2500

项目	2022 年度	2021 年度
成本（万元）	约 1600	约 2100
净利润（万元）	约 70	约 20
人员规模	28 人	30 人

（三）是否存在为公司转移利润或承担成本费用的情况

报告期内公司与广州南方精英传媒有限公司之间的合作定价公允，不存在为公司转移利润或承担成本费用的情况。

（四）关联方的办公地址与公司是否重合、相关工商信息与公司是否存在相同或相似之处、人员是否重合

公司与广州南方精英传媒有限公司的基本工商信息如下：

公司名称	办公地址	注册地址	成立时间	法定代表人	主要股东	董监高人员
时间网络	广州市越秀区广州大道中 289 号南方传媒大厦 B 塔 12 层及广州市南沙区翠樱街 2 号 12 层	广州市南沙区翠樱街 2 号 12 层	2016-06-03	向熹	向熹、张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业(有限合伙)、广州时空聚汇投资合伙企业(有限合伙)、	向熹、粟巍、黄骋、彭利国、毛哲、廖恩仪、袁海、黄海毅
南方精英	广州市越秀区广州大道中 289 号采编楼 103 铺	广州市越秀区广州大道中 289 号采编楼 103 铺	2007-11-19	刘敏	广州蜜的创意文化教育投资合伙企业（有限合伙）、刘敏、卢晟	刘敏、肖玉冰

根据公开查询的工商信息，南方精英的办公地址与公司没有重合，相关工商信息与公司不存在相同或相似之处。对比公司员工花名册与南方精英主要人员名单，不存在人员重合的情形。

（五）关联方股东的出资来源、是否存在代持、是否为公司或实际控制人控制的的公司。

广州南方精英传媒有限公司的法定代表人及实际控制人刘敏，系 2016 年以自有资金自上海仰止广告有限公司处购买南方精英股权并取得实际控制权，不存在股权代持的情形；

其余股东广州蜜的创意文化教育投资合伙企业（有限合伙）、卢晟、张伟持有的南方精英的股权出资来源均为其自有资金，所持股份均为自己实际持有，不存在股权代持的情形；

综上，南方精英不属于公司或实际控制人控制的公司。

四、补充说明公司保证关联交易公允性及信息披露及时性的内控措施；

公司已按照《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》的要求，在《公司章程》、《关联交易管理制度》、《信息披露管理制度》等管理制度中明确了关联方及关联关系、关联交易、关联交易的决策程序、关联交易的批准权限，规定了关联股东、关联董事回避制度等相关规则以保证关联交易的公允性及信息披露的及时性。具体规定如下：

项目	制度名称	主要条款
关联交易公允性	关联交易管理制度	第十条 公司关联交易定价应当公允，参照下列原则执行： （一）交易事项实行政府定价的，可以直接适用该价格； （二）交易事项实行政府指导价的，可以在政府指导价范围内合理确定交易价格； （三）除实行政府定价或政府指导价外，交易事项有可比的独立第三方的市场价格或收费标准的，可以优先参考该价格或标准确定交易价格； （四）关联事项无可比的独立第三方市场价格的，交易定价可以参考关联方与独立于关联方的第三方发生非关联交易价格确定； （五）既无独立第三方的市场价格，也无独立的非关联交易价格可供参考的可以合理的构成价格作为定价的依据，构成价格为合理成本费用加合理利润。 公司进行关联交易应当签订书面协议，明确关联交易的定价政策。关联交易执行过程中，协议中交易价格等主要条款发生重大变化的，公司应当按变更后的交易金额重新履行相应的审批程序。

项目	制度名称	主要条款
		第十一条 公司关联交易应当说明该关联交易价格的确定原则及其方法，并对该定价的公允性作出说明。 公司进行关联交易应当签订书面协议，明确关联交易的定价政策。关联交易执行过程中，协议中交易价格等主要条款发生重大变化的，公司应当按变更后的交易金额重新履行相应的审批程序。
		第十二条 公司应采取有效措施防止股东及其关联方以各种形式占用或转移公司的资金、资产及其他资源。
信息披露及时性	信息披露管理制度	第十一条 公司应当在规定的期限内编制并披露定期报告，在每个会计年度结束之日起四个月内编制并披露年度报告，在每个会计年度的上半年结束之日起两个月内编制并披露中期报告。公司预计不能在规定期限内披露定期报告的，应当及时公告不能按期披露的具体原因、编制进展、预计披露时间、公司股票是否存在被停牌及终止挂牌的风险，并说明如被终止挂牌，公司拟采取的投资者保护的具体措施等。
		第二十一条 公司应当在重大事件最先触及下列任一时点后，及时履行首次披露义务： (一)董事会或者监事会作出决议时； (二)有关各方签署意向书或协议时； (三)董事、监事或者高级管理人员知悉或者应当知悉该重大事件发生时。 公司筹划的重大事项存在较大不确定性，立即披露可能会损害公司利益或者误导投资者，且有关内幕信息知情人已书面承诺保密的，公司可以暂不披露，但最迟应当在该重大事项形成最终决议、签署最终协议、交易确定能够达成时对外披露。 相关信息确实难以保密、已经泄露或者出现市场传闻，导致公司股票及其他证券品种交易价格发生大幅波动的，公司应当立即披露相关筹划和进展情况。
		第三十五条 公司应当及时披露按照《治理规则》及《公司章程》规定须经董事会审议的关联交易事项。公司应当在董事会、股东大会决议公告中披露关联交易的表决情况及表决权回避制度的执行情况。
		第三十六条 对于每年与关联方发生的日常性关联交易，公司可以在披露上一年度报告之前，对本年度将发生的关联交易总金额进行合理预计，根据《公司章程》等规定提交股东大会审议并披露。对于预计范围内的关联交易，公司应当在年度报告和中期报告中予以分类，列表披露执行情况并说明交易的公允性。 如果实际执行超出预计金额的，公司应当就超出金额所涉及事项依据《公司章程》提交董事会或者股东大会审议并披露。

截至本问询回复出具之日，针对报告期内的关联交易，公司已经按照《公司章程》、《关联交易管理制度》等管理制度执行了以下决策程序：

2022 年 10 月 12 日，公司第一届董事会第三次会议审议通过了《关于与关联方共同投资设立子公司暨关联交易的议案》，同意公司与关联方毛哲等共同出资设立在线场，关联董事毛哲予以回避表决。

2023 年 5 月 8 日，公司第一届董事会第四次会议审议通过了《关于确认公司 2021-2022 年度与广州南方精英传媒有限公司交易的议案》，对报告期内与广州南方精英传媒有限公司发生的关联交易进行确认。

2023 年 5 月 26 日，公司 2023 年第一次临时股东大会审议了《关于确认公司 2021-2022 年度与广州南方精英传媒有限公司交易的议案》，有表决权的全体股东审议通过了上述议案，关联股东张伟回避表决。

五、补充说明成立子公司的目的，是否为承接南方精英的与公司相关技术服务业务，补充披露公司减少和规范关联交易的具体措施；结合期后采购情况补充说明关联交易占比是否继续下降。

公司设立广州在线场文化有限责任公司主要原因如下：

1、为向公司数字创意提供设计赋能，通过组建自有的创意设计团队，减少对外部供应商的依赖，形成销售、策划、设计、执行的业务闭环，增加公司整体竞争力，公司设立了广州在线场文化有限责任公司。该子公司业务主要是承接数字化营销设计服务业务，包括营销物料设计及制作、脚本创意、3D 创意文案等。截止至 2023 年 5 月 31 日，在职员工为 16 人。

2、减少关联交易。公司向南方精英采购内容主要为企业数字营销服务项目中的策略建议方案撰写、平面设计、视频制作、文案撰写、互动 H5 制作等技术服务，报告期内交易金额占采购总额的比例分别为 39.13%、17.21%，2023 年公司设立广州在线场文化有限责任公司并招聘了专门人员负责策略建议方案撰写、

平面设计、视频制作、文案撰写、互动 H5 制作等工作，从而减少与南方精英交易，2023 年 1-6 月公司与南方精英未发生交易。

综上，公司设立子公司广州在线场文化有限责任公司主要目的为向公司数字创意提供设计赋能，提升公司整体竞争力以及承接原向南方精英采购的业务从而减少关联交易。

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“九、关联方、关联关系及关联交易”之“（六）减少和规范关联交易的具体安排”中披露了如下具体措施：

“公司严格按照《公司章程》《关联交易管理制度》的规定执行，减少关联交易与资金往来。对于无法避免的关联交易及资金往来，公司严格按照《关联交易管理制度》对决策权限、决策程序以及定价机制的规定，履行相关程序。

公司控股股东、实际控制人及其一致行动人，全体董事、监事、高级管理人员为保障股份公司及其他股东的合法权益，出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，具体内容详见本公开转让说明书“第六节 附表”之“三、相关责任主体作出的重要承诺及未能履行承诺的约束措施”。

并补充披露如下措施

“公司设立了子公司，招聘了专门人员负责策略建议方案撰写、平面设计、视频制作、文案撰写、互动 H5 制作等工作，减少向南方精英采购，2023 年 1-6 月公司未再向南方精英采购相关技术服务。”

报告期内关联交易金额占采购总额的比例分别为 39.13%、17.21%，呈下降趋势，2023 年 1-6 月，公司未发生关联交易，关联交易占比仍继续下降。

请主办券商、会计师补充核查并发表核查意见。

【主办券商回复】：

一、主办券商核查程序

针对上述事项主办券商进行了以下核查程序：

1、抽查公司与关联方的关联交易合同、发票、成果确认单、付款凭证等资料，交易的完整性及真实性；核查公司实控人的资金流水是否存在体外代垫成本费用的情形；

2、抽查报告期内公司向南方精英采购项目非关联供应商报价单，比较差异价格差异情况；

3、访谈南方精英实控人，了解公司与南方精英的服务定价原则与其他客户定价是否不一致；

4、获取南方精英定价标准，核查公司向南方精英采购价格是否符合该标准，分析采购价格的公允性；

5、获取公司期后科目余额表、序时账以及全部银行账户银行对账单，核实期后是否存在关联交易；

6、结合公司实际情况，对公司独立性进行分析；

7、获取公司出具的向南方精英采购内容及对应项目的说明，分析公司是否对南方精英存在依赖，是否为仅转卖产品或服务以及独立开展业务的能力分析；

8、获取南方精英主要经营数据、人员资料，核实其对公司的销售占其收入的比重以及是否仅为公司提供服务，核实其人员规模以及是否与公司有人员重合；

9、查询公司以及南方精英工商信息，核对工商信息是否相同或相似；

10、实地走访南方精英确认南方精英实际办公地址是否与注册地址一致，分析是否与公司办公地址重合；

11、访谈南方精英实控人并结合公司与南方精英交易定价公允性分析南方精英是否存在为公司转移利润或承担成本费用的情况；

12、访谈南方精英实控人确认其股权来源以及出资来源；

13、获取南方精英股东刘敏、卢晟、广州蜜的创意文化教育投资合伙企业（有限合伙）以及广州蜜的创意文化教育投资合伙企业（有限合伙）穿透后股东张伟的股权确认函，确认南方精英的股权归属以及出资来源；

14、获取公司《关联交易管理制度》、《信息披露管理制度》等制度，核实对关联交易定价公允性和关联交易披露及时性的条款规定是否完备；

15、取得报告期内关联交易决策程序的会议文件，核实是否已按规定履行审议程序；

16、访谈公司管理层，了解公司设立子公司广州在线场文化有限责任公司的目的；

17、获取公司期后关联采购数据，并结合期后科目余额表、序时账以及银行对账单核实关联采购数据的真实性。

二、主办券商分析过程

同公司回复。

三、主办券商核查意见

经核查，主办券商认为：

1、关联采购的定价主要遵循市场价格的原则，关联采购价格公允，与非关联方采购价格不存在明显差异；关联方对公司的定价以及对其他客户的定价不存在明显差异；

2、公司对广州南方精英传媒有限公司不存在重大依赖，公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于关联方；公司向关联方采购主要系项目创意策划的具体实施工作，属于整体项目的部分构成，不存在公司仅为转卖产品或服务的情形；公司具备独立开展业务的能力；

3、广州南方精英传媒有限公司对公司的销售占其收入比重均较低，不存在关联方仅为公司提供服务；公司与关联方的采购定价遵循市场价格，采购价格公

允，不存在为公司转移利润或承担成本费用的情况；

4、广州南方精英传媒有限公司的办公地址、相关工商信息等与公司不存在相同或相似之处，不存在人员重合的情形；

5、广州南方精英传媒有限公司的人员规模、经营规模以及盈利情况如下所示：

项目	2022 年度	2021 年度
收入（万元）	约 2100	约 2500
成本（万元）	约 1600	约 2100
净利润（万元）	约 70.00	约 20.00
人员规模	28 人	30 人

6、广州南方精英传媒有限公司股东出资均以自有资金出资，所持有的股份均为自己实际持有，不存在代持，不属于公司或实际控制人控制的公司；

7、公司已建立完善的保证关联交易公允性及信息披露及时性的内控制度；

8、公司设立子公司广州在线场文化有限责任公司目的为向公司数字创意提供设计赋能，提升公司整体竞争力以及承接原向南方精英采购的业务从而减少关联交易；

9、公司已补充披露公司减少和规范关联交易的具体措施；

10、2023 年 1-6 月，公司未再发生与南方精英的关联交易，关联交易占比进一步下降。

【会计师回复】：

申报会计师回复详见《华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对关于广州时间网络科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件审核问询函的回复》问题 6 的回复。

问题 7、关于期间费用和毛利率。公司 2021 年、2022 年管理费用由 253.48 万元上升到 508.07 万元，研发费用分别为 163.00 万元和 205.58 万元，部分委

外研发单位与公司外协供应商重合。此外，报告期内公司毛利率下滑较多，对业绩影响程度较大。

请公司：（1）补充说明管理费用大幅增长的原因，其中人员增加是否均为管理人员，增加人员的必要性及合理性，相关费用划分是否准确；（2）补充说明期间费用率与可比公司是否存在明显差异；（3）研发产品与公司业务的相关性，研发项目的立项标准，委外研发单位与外协供应商重合的合理性，研发项目是否与具体项目相关，如是，计入研发费用而未计入成本的合理性；相关研发成果的具体体现，投入使用情况；研发费用的内控制度、是否建立跟踪管理系统、研发费用的归集是否真实、准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的有关规定；补充说明研发投入的材料使用后是否可收回再利用或研发样品对外销售的情况，如是，相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；（4）结合期后销售情况补充说明毛利率是否有所恢复，公司是否持续业绩下滑。

请主办券商、会计师补充核查并发表核查意见。

【公司回复】：

一、补充说明管理费用大幅增长的原因，其中人员增加是否均为管理人员，增加人员的必要性及合理性，相关费用划分是否准确

（一）管理费用增加及其原因

2021-2022 年度管理费用构成及变动情况如下：

单位：万元

管理费用项目	2022 年度	2021 年度	变动幅度
职工薪酬	183.31	92.73	97.68%
业务招待费	21.73	28.34	-23.33%
中介机构费用	109.32	31.53	246.74%
办公费	28.61	16.64	71.93%
差旅及交通费	9.08	7.15	26.96%

管理费用项目	2022 年度	2021 年度	变动幅度
租金及水电费	26.96	23.13	16.58%
折旧及摊销费	89.78	48.81	83.94%
技术服务费	1.40	0.49	185.71%
股份支付费用	8.22		
其他	29.66	4.67	535.38%
小计	508.07	253.48	100.44%

注：明细项与合计数的尾差系四舍五入导致

如上表所述，管理费用 2022 年度较 2021 年度增加 254.59 万元，上升 100.44%，主要系职工薪酬、中介机构费用和折旧摊销费用的增加。前述费用合计占对应期间管理费用的比例为 68.28%和 75.27%。

1、职工薪酬的增加

报告期内，职工薪酬 2022 年度较 2021 年度增加 90.58 万元，上升 97.68%，主要系 2022 年度随着公司业务规模的扩大，公司管理员工由 2021 年平均人数 12.67 人增长为 2022 年的 17.67 人；另一方面，2022 年的公司业绩有所上升，为激励管理人员，管理人员平均薪酬有所增加，从而使 2022 年度职工薪酬上升较大。

2、中介机构费用的增加

报告期内，公司中介机构费用 2022 年度较 2021 年度增加 77.79 万元，上升 246.74%，主要系公司为进入资本市场，2022 年开展了股改、挂牌的前期尽调、审计等工作，从而使 2022 年度中介费增加较多。

3、折旧及摊销费的增加

报告期内，公司折旧及摊销费 2022 年度较 2021 年度增加 40.97 万元，上升 83.94%，主要系公司随着业务规模扩大和员工人数的增加，公司原位于越秀区广州大道中路一街 289 号采编楼 504、505 室，面积为 400.03 平方米的租赁不能满足业务需要，该租赁于 2022 年 5 月到期后不再续租，新增租赁位于广州大道中 289 号新闻中心自编 B 座第 12 层，面积为 808.33 平方米的办公场地，对应每月租金也由原来的每月 5 万元左右上涨至每月 8 万元。

（二）增加人员的必要性及合理性

报告期内公司管理人员平均人数分别为 7.33 人、13.08 人，2022 年度管理人员增加较多，主要由于公司业务规模扩大，报告期内公司收入分别为 53,137,847.10 元、58,753,475.65 元，收入增长 18.07%，随着公司的快速成长、业务规模的扩大及子公司的设立，公司也在不断完善公司的组织框架，完善整个行政、人事、财务以及管理团队来不断加强内部管理，满足日常运营需求，保障管理与规模匹配，因此增加相应的管理人员是必要且具有合理性的。

（三）相关费用划分的准确性

根据《企业会计准则——基本准则（2014 年修订）》，“企业为生产产品、提供劳务等发生的可归属于产品成本、劳务成本等的费用，应当在确认产品销售收入、劳务收入等时，将已销售产品、已提供劳务的成本等计入当期损益。企业发生的支出不产生经济利益的，或者即使能够产生经济利益但不符合或者不再符合资产确认条件的，应当在发生时确认为费用，计入当期损益。企业发生的交易或者事项导致其承担了一项负债而又不确认为一项资产的，应当在发生时确认为费用，计入当期损益。”

公司与项目相关而提供劳务等发生的技术服务、材料成本、职工薪酬等直接费用，直接计入生产经营成本。公司的销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，是以人员归属、部门智能、工作内容等为基础，按照权责发生制原则划分归集。

公司期间费用主要项目的划分标准如下：

期间费用主要项目	期间费用的划分标准
职工薪酬	根据员工所属部门和职责来划分，同时根据公司的工时管理系统，按审批后的工时分摊计入相应的成本费用科目
中介机构费用	根据费用的款项性质或者经济内容实质，将其归集到各期间费用
折旧摊销费用	用于日常经营的固定资产、无形资产和使用权资产，按照资产使用部门或使用部门实际占用的租赁面积，将折旧及摊销分摊至各期间费用
办公费	根据审批后的办公费报销单按照报销人员归属部门或办公费使用用途归集到各期间费用

期间费用主要项目	期间费用的划分标准
业务招待费	根据审批后的业务招待费报销单按照报销人员归属部门归集到各期间费用
差旅及交通费	根据审批后的差旅费及交通费的报销单按照报销人员归属部门或者员工出差目的将其归集到各期间费用
租金及水电费	根据审批后的水电费报销单按照实际使用部门归属部门或者部门分摊比例的将其归集到各期间费用
技术服务费	根据日常活动中实际需求提出申请并经过审批后，财务部门根据相关的合同、发票、采购服务的实际进度等，按照费用的款项性质或者经济内容实质归集到各期间费用
股份支付费用	根据审批后的股权激励名单及明细，按照激励员工所属部门和职责来划分将其归集到各期间费用
利息支出	利息支出主要指租赁利息支出，根据使用权资产的测算表每月计入财务费用

报告期内，公司根据《企业会计准则》的有关规定，明确各期间费用的核算范围，按人员归属部门、资产使用部门、费用性质等因素将报告期内发生的各项费用归集到各期间费用科目。报告期内，公司期间费用的划分准确。

二、补充说明期间费用率与可比公司是否存在明显差异

报告期内，公司期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比
销售费用	153.36	2.61%	100.75	1.90%
管理费用	508.07	8.65%	253.48	4.77%
研发费用	366.41	6.24%	331.02	6.23%
财务费用	9.63	0.16%	2.36	0.04%
期间费用合计	1,037.47	17.66%	687.62	12.94%
营业收入	5,875.35		5,313.78	
占营业收入比例	17.66%		12.94%	

由上表可以看出，报告期内公司期间费用率分别为 12.94%、17.66%，期间费用率变动较小。公司整体的期间费用率与可比公司对比如下：

项目	可比公司	2022 年度	2021 年度
整体期间费用率	凡拓数创	25.36%	22.31%
	杰尔斯	23.63%	16.39%
	三人行	6.57%	6.63%
	平均值	18.52%	15.11%
	时间网络	17.66%	12.94%

由上表可知，报告期内，公司期间费用率处于可比公司中间水平，与可比公司期间费用率平均值趋同，整体变动趋势与同行业平均值保持一致，不存在显著差异。

（一）销售费用率与可比公司比较情况

1、销售费用率与可比公司对比

报告期内，公司销售费用率与同行业公司对比如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度
凡拓数创	12.12%	10.02%
杰尔斯	6.82%	4.43%
三人行	4.54%	4.16%
平均值	7.83%	6.20%
时间网络	2.61%	1.90%

报告期内，公司销售费用率分别为 2.61%和 1.90%，远低于可比公司平均值。

2、销售费用率差异原因分析

（1）职工薪酬

报告期内，公司销售费用中职工薪酬占营业收入的比例与可比公司对比情况如下：

职工薪酬 占比差异	2022 年度		2021 年度	
	占销售费用比例	占营业收入比重	占销售费用比例	占营业收入比重
凡拓数创	69.08%	8.37%	66.60%	6.67%
杰尔斯	17.80%	1.21%	15.85%	0.70%

职工薪酬 占比差异	2022 年度		2021 年度	
	占销售费用比 例	占营业收入比 重	占销售费用 比例	占营业收入比重
三人行	84.40%	3.83%	82.15%	3.42%
平均值	57.09%	4.47%	54.87%	3.60%
时间网络	21.56%	0.56%	34.80%	0.66%

报告期各期，公司销售费用中职工薪酬占营业收入的比例分别为 0.66%、0.56%，均低于可比公司的平均值。凡拓数创与三人行销售费用主要系职工薪酬，由于公司销售人员数量较少且平均薪酬较低，因此公司职工薪酬费率与凡拓数创和三人行对比偏低。具体情况如下：

①报告期内，公司和可比公司销售人员数量列示如下：

公司 名称	2022 年度			2021 年度		
	总人数	销售人员	占比	总人数	销售人员	占比
凡拓数创	1,134.00	275.00	24.25%	1,153.50	262.50	22.76%
杰尔斯	250.00	12.50	5.00%	240.00	13.00	5.42%
三人行	未单独披露销售人员数量					
平均值	692.00	143.75	14.63%	696.75	137.75	14.09%
时间网络	55.33	2.00	3.33%	41.00	2.42	5.90%

注：可比公司总人数和销售人员数=（年初人数+年末人数）/2

公司销售人员数量及占总人数的比例低于可比公司平均值，主要原因系公司报告期内公司业务规模较小且客户较为集中。

②报告期内，公司和可比公司销售人员薪酬列示如下：

单位：万元

公司名称	项目	2022 年	2021 年
凡拓数创	薪酬总额	5,102.35	4,764.27
	人数	275.00	262.50
	平均薪酬	18.55	18.15

公司名称	项目	2022 年	2021 年
杰尔斯	薪酬总额	280.10	209.85
	人数	12.50	13.00
	平均薪酬	22.41	16.14
三人行	薪酬总额	未单独披露销售人员数量	
	人数		
	平均薪酬		
平均值	薪酬总额	2,691.22	2,487.06
	人数	143.75	137.75
	平均薪酬	18.72	18.05
时间网络	薪酬总额	33.07	35.06
	人数	2.00	2.42
	平均薪酬	16.54	14.49

由上表可以看出，公司的销售人员平均薪酬低于同行业可比公司，主要系公司销售部门处于搭建期，前期销售人员主要为销售助理级别，高层级的销售总监及销售经理仍在招聘中。

（2）招投标费用

报告期内，公司销售费用中招投标相关费用占营业收入的比例与可比公司对比情况如下：

招投标相关费用 占比差异	2022 年度		2021 年度	
	占销售费用比例	占营业收入比重	占销售费用比例	占营业收入比重
凡拓数创	未单独披露	未单独披露	未单独披露	未单独披露
杰尔斯	50.15%	3.42%	45.43%	2.01%
三人行	2.66%	0.12%	3.28%	0.14%
平均值	26.40%	1.77%	24.35%	1.08%
时间网络	48.32%	1.26%	25.82%	0.49%

由上表可知，报告期各期，公司销售费用中招投标相关费用占营业收入的比例分别为 0.49%和 1.26%，与可比公司平均值基本一致。公司的招投标相关费用占比处于杰尔斯和三人行的中间，且杰尔斯和公司的销售费用中招投标相关费用

占比较高。公司与杰尔斯、三人行费用率差异分析如下：

①杰尔斯招投标相关费用占营业收入的比例较高，主要系公司的总体收入主要来源于数字智慧展示一体化项目，而这些项目通常通过招投标形式获取，因此其招投标相关费用会较高；②三人行招投标相关费用占营业收入的比例较低，主要系三人行是上市公司，业务规模较大，获取项目的途径较多，不仅仅依赖于招投标这一途径，因此其招投标相关费用占营业收入的比例较低。

（二）管理费用率与可比公司比较情况

1、管理费用率与可比公司对比

报告期内，公司管理费用率与同行业公司对比如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度
凡拓数创	7.82%	7.09%
杰尔斯	8.49%	6.18%
三人行	1.03%	1.76%
平均值	5.78%	5.01%
时间网络	8.65%	4.77%

报告期内，公司管理费用率分别为 4.77%和 8.65%，整体情况与杰尔斯较接近。2021 年公司的管理费用率与可比公司平均值相接近，但 2022 年公司的管理费用率高于可比公司平均值，主要系三人行管理费用率偏低而拉低整体的平均值。管理费用率的差异主要系职工薪酬、中介机构费用和折旧摊销费用导致。

2、管理费用率差异原因分析

（1）职工薪酬

报告期内，公司管理费用中职工薪酬占营业收入的比例与可比公司对比情况如下：

职工薪酬占比 差异	2022 年度		2021 年度	
	占管理费用比例	占营业收入比重	占管理费用比例	占营业收入比重
凡拓数创	70.66%	5.53%	69.30%	4.91%

职工薪酬占比 差异	2022 年度		2021 年度	
	占管理费用比 例	占营业收入比 重	占管理费用比 例	占营业收入比 重
杰尔斯	63.87%	5.42%	58.13%	3.59%
三人行	41.94%	0.43%	29.18%	0.51%
平均值	58.82%	3.79%	52.20%	3.01%
时间网络	36.08%	3.12%	36.58%	1.75%

报告期内，公司管理费用中职工薪酬占营业收入的比例分别为 1.75%和 3.12%，与凡拓数创和杰尔斯较接近，但略低于可比公司平均水平，主要系因为公司管理人员平均薪酬偏低。报告期公司管理人员人均薪酬与同行业比较如下：

单位：万元

公司名称	项目	2022 年	2021 年
凡拓数创	薪酬总额	3,369.33	3,508.90
	平均人数	154.00	167.00
	平均薪酬	21.88	21.01
杰尔斯	薪酬总额	1,251.22	1,073.22
	平均人数	27.00	27.00
	平均薪酬	46.34	39.75
三人行	薪酬总额	2,440.14	1,836.33
	平均人数	92.00	81.50
	平均薪酬	26.52	22.53
平均值	薪酬总额	2,353.56	2,139.48
	人数	91.00	91.83
	平均薪酬	25.86	23.30
时间网络	薪酬总额	183.31	92.73
	平均人数	13.08	7.33
	平均薪酬	14.01	12.65

注：平均薪酬=职工薪酬/平均人数

由上表可知，公司管理人员人均薪酬低于同行业可比公司，主要系同行业可比公司中有上市公司，业务规模较大，工资薪酬相对较高。因此，公司管理人员平均薪资水平低于同行业可比公司具有合理性。

（2）中介机构费用

报告期内，公司管理费用中中介机构费用占营业收入的比例与可比公司对比情况如下：

中介机构费用占比差异	2022 年度		2021 年度	
	占管理费用比例	占营业收入比重	占管理费用比例	占营业收入比重
凡拓数创	10.48%	0.82%	9.62%	0.68%
杰尔斯	10.23%	0.87%	9.04%	0.56%
三人行	2.51%	0.03%	5.66%	0.10%
平均值	7.74%	0.57%	8.11%	0.45%
时间网络	21.52%	1.86%	12.44%	0.59%
时间网络调整后	4.88%	0.35%	12.44%	0.59%

注：调整后的公司中介机构费用占比是指 2022 年中介机构费用中扣除股改、挂牌的前期尽调、审计等费用后的比例。

公司 2021 年中介机构费用率与可比公司平均值基本一致，2022 年度公司中介机构费用率高于可比公司平均值 1.29%，主要系 2022 年公司开展了股改、挂牌的前期尽调、审计等工作，使得 2022 年度中介费增加较多。因此，剔除该项原因影响后，公司 2022 年的中介机构费用占营业收入的比例为 0.35%，与同行业可比公司平均值基本一致。

（3）报告期内，公司管理费用中折旧及摊销费占营业收入的比例与可比公司对比情况如下：

折旧及摊销占比差异	2022 年度		2021 年度	
	占管理费用比例	占营业收入比重	占管理费用比例	占营业收入比重
凡拓数创	5.66%	0.44%	5.40%	0.38%
杰尔斯	12.62%	1.07%	13.75%	0.85%
三人行	20.95%	0.22%	14.19%	0.25%
平均值	13.08%	0.58%	11.11%	0.49%
时间网络	17.67%	1.53%	19.26%	0.92%

公司 2021 年折旧及摊销费用率与可比公司平均值基本一致，2022 年度公司

折旧及摊销费用率高于可比公司平均值 0.95%，主要原因系公司随着业务规模扩大和员工人数的增加，公司原位于越秀区广州大道中路一街 289 号采编楼 504、505 室，面积为 400.03 平方米的租赁不能满足业务需要，该租赁于 2022 年 5 月到期后不再续租，新增租赁位于广州大道中 289 号新闻中心自编 B 座第 12 层，面积为 808.33 平方米的办公场地，对应每月租金也由原来的每月 5 万元左右上涨至每月 8 万元。

综上，公司的管理费用率与同行业可比公司不存在明显差异，存在的微小差异符合公司实际发展情况，具有合理性。

（三）研发费用率与可比公司比较情况

1、研发费用率与可比公司对比

报告期内，公司研发费用率与同行业公司对比情况如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度
凡拓数创	5.65%	5.17%
杰尔斯	7.67%	5.35%
三人行	0.74%	0.87%
平均值	4.69%	3.80%
时间网络	6.24%	6.23%

报告期内，公司研发费用率分别为 6.23%和 6.24%，与凡拓数创和杰尔斯较接近，但高于三人行以及可比公司平均水平。主要系三人行研发费用率较低，其业务规模较大，营业收入增长较快，因此拉低了研发费用占营业收入比重。

2、研发费用率差异原因分析

造成研发费用差异的主要原因系公司研发费用中技术服务费占比偏高，具体情况如下：

技术服务费占比差异	2022 年度		2021 年度	
	占研发费用比例	占营业收入比重	占研发费用比例	占营业收入比重
凡拓数创	2.64%	0.15%	1.85%	0.10%

技术服务费占比差异	2022 年度		2021 年度	
	占研发费用比例	占营业收入比重	占研发费用比例	占营业收入比重
杰尔斯	11.60%	0.89%	11.43%	0.61%
三人行	0.00%	0.00%	0.13%	0.001%
平均值	4.74%	0.35%	4.47%	0.24%
时间网络	37.25%	2.32%	46.81%	2.92%

由上表可知，公司技术服务费占营业收入的比例为 2.92%和 2.32%，高于可比公司平均值。主要原因为公司对研发时间要求比较紧，公司研发项目所依据的底层技术较为成熟，公司将研发重点聚焦在具体的融合应用上，因此公司委托相关底层技术经验成熟的外部机构协助研发，从而使公司技术服务费用金额较大。

（四）财务费用率与可比公司比较情况

报告期内，公司财务费用率与同行业公司对比如下：

公司名称	2022 年度	2021 年度
凡拓数创	-0.23%	0.03%
杰尔斯	0.66%	0.42%
三人行	0.26%	-0.16%
平均值	0.23%	0.10%
时间网络	0.16%	0.04%

报告期内，公司财务费用率分别为 0.04%和 0.16%，与凡拓数创和三人行较接近，但略低于可比公司平均水平。主要系公司无外部借款的利息支出，公司的财务费用主要由银行利息收入和租赁利息支出构成。

综上，时间网络期间费用率与可比公司平均值趋同，但也存在一定差异，符合时间网络实际业务情况，具有合理性。

综上所述，报告期内，公司期间费用率分别为 12.94%和 17.66%，可比公司期间费用率平均值分别为 15.11%和 18.52%，与同行业可比公司较为接近，不存在显著差异。

三、研发产品与公司业务的相关性，研发项目的立项标准，委外研发单位与外协供应商重合的合理性，研发项目是否与具体项目相关，如是，计入研发费用而未计入成本的合理性；相关研发成果的具体体现，投入使用情况；研发费用的内控制度、是否建立跟踪管理系统、研发费用的归集是否真实、准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的有关规定；补充说明研发投入的材料使用后是否可收回再利用或研发样品对外销售的情况，如是，相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定

(一) 研发产品与公司业务的相关性、相关研发成果的具体体现、投入使用情况

序号	研发项目	研发成果的具体体现	投入使用情况	研发与业务相关性	年度
1	元宇宙应用	拟申请发明专利：一种元宇宙探索模拟装置	目前持续研发中，已将阶段性成果应用于完成前海税务大厅概念方案中。	相关	2022 年度
2	数智型虚拟人	拟申请软著：数智型虚拟人系统	已应用到杰创智能展厅项目中。	相关	2022 年度
3	互动展示体验系统	拟申请发明专利：一种多功能互动展示体验装置	已应用到南海人才馆设备采购及布展服务项目、杰创智能项目、广州市第三少年宫儿童媒介素养教育研究展示中心项目等项目中	相关	2022 年度
4	异形 LED 屏 3D 系统	拟申请发明专利：一种多功能 LED 演示装置	已应用到杰创智能展厅项目中	相关	2022 年度
5	非物质文化遗产数字化呈现系统	拟 申 请 发 明 专 利：2023106299406 一种箱体式非物质文化遗产沉浸体验系统 2023108580682 一种基于虚拟现实技术的非物质文化遗产的传习系统	已应用到粤港澳大湾区文化 IP 专项以及湛江非遗馆项目。	相关	2022 年度
6	沉浸式互动系统的研发	已取得的研发成果：发明专利 2 项，分别为 1、一种博物馆教育沉浸式显示设备辅助装置；2、一种沉浸式体验互动指引系	已应用到常德柳叶湖裸眼 3D 大屏多媒体项目、十七届文博会项目中	相关	2021 年度

序号	研发项目	研发成果的具体体现	投入使用情况	研发与业务相关性	年度
		统			
7	信息查询软件的研发	已取得的研发成果：软件著作权 1 项：信息查询软件 V1.0	已应用于广州市第三少年宫儿童媒介素养教育研究展示中心项目设计与布展服务项目、南海人才馆设备采购及布展服务项目中	相关	2021 年度
8	活动签到软件的研发	已取得的研发成果：软件著作权 1 项：活动签到软件 V1.0	已应用于第十七届深圳文博会“广州馆”策展工作服务项目中	相关	2021 年度
9	数字化地图交互展示系统的研发	已取得的研发成果：软件著作权 1 项：文博云地图交互展示软件 V1.0	已应用到广东民间工艺博物馆信息技术服务项目中	相关	2021 年度
10	触控式诗歌游戏互动系统	已取得的研发成果：软件著作权 2 项：诗歌山水画互动软件 V1.0、诗歌游戏软件 V1.0	已应用到诗梦奇缘由心谷诗歌主题体验馆项目中	相关	2021 年度

公司的研发主要根据目前数字创意最新的技术发展趋势以及客户的需求迭代，进行数字创意应用层面的研发，持续提升展览展示的产品效果以及所需的技术能力。公司研发项目紧紧围绕数字化展陈业务而开展，公司研发项目与公司业务息息相关。

（二）研发项目的立项标准

公司的研发立项一般系基于前端项目的需求，持续改良展览展示的产品及服务所需的技术手段。公司的研发项目均按照严格的立项审批程序立项。研发项目的立项需提交研发项目立项申请，组织技术部门、财务部门对项目的可行性进行评估、论证，经技术总监、主管讨论，由部门主管审核批准后方可正式予以立项。项目立项后，项目小组应按照项目立项书和实施计划开展研发工作。

（三）委外研发单位与外协供应商重合的合理性，研发项目是否与具体项目相关，计入研发费用而未计入成本的合理性

1、委外研发单位与外协供应商重合的合理性

公司存在部分供应商既是外协供应商又是委外研发单位的情况，如深圳思力数字创意科技有限公司、深圳市希齐信息科技有限公司等。公司研发项目委托专业机构协助，主要系研发项目周期紧张、项目开发资源不足时，公司根据需求分析向外部专业机构采购技术支持等服务。公司的技术服务供应商大多在合作领域范围既具有一定的技术研发能力、也具有业务实施能力。公司根据具体项目需求向技术服务供应商进行采购，对于其中由研发项目人员提出采购需求，属于研发项目需求的计入相关研发项目成本并结转研发费用；基于经营业务实施需要采购的定制化开发或项目现场实施服务，则计入营业成本。因此，部分委外研发单位与外协供应商存在重合具有合理性。

2、研发项目是否与具体项目相关，计入研发费用而未计入成本的合理性

公司一般根据研发活动实际进展中的需求对外采购技术服务，再根据外采的技术服务整合到研发项目中，最终产出专利或软件著作权。由于公司研发活动形成的成果归属于公司且具有通用性，可以应用在不同的项目上，因此研发项目与具体项目不相关，与研发项目相关的支出应计入研发费用。

（四）研发费用的内控制度、是否建立跟踪管理系统，研发费用的归集是否真实、准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的有关规定

公司结合实际的研发活动，制定了《时间研究院研发管理制度与流程》等研发制度，对公司研发项目进行跟踪管理，有效监督、记录各研发项目的进展情况，实现从研发需求分析到研发成果交付的全流程项目跟踪管理。公司将研发划分为申报、研发方向立项、研发策划、研发项目立项阶段、开发阶段、验收阶段、申请知识产权等阶段，根据研发项目的不同阶段进行监督。在技术开发过程中，相关活动都有明确的内控制度作为指导，从研发立项审批、研发过程管理、研发经费管理、研发结项验收等方面对研发业务及财务核算进行了严格的管控。公司通

过制定与研发相关的管理制度及控制程序，规范了公司研发管理相关的内部控制，可实现对研发项目全面的跟踪管理。

公司根据《企业会计准则》和《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》（财企[2007]94 号）等制定并明确了研发费用的核算标准及范围。公司各项研发费用明细按项目进行辅助核算，并建立辅助核算明细账，研发费用主要为职工薪酬、技术服务费、折旧与摊销费等。公司在相关研发费用发生时，按照研发项目在研发费用科目中进行归集。报告期内，公司各项研发费用的具体归集方式如下：

主要项目	具体归集方式
职工薪酬	包括研发人员的工资、奖金、社保公积金等。财务人员根据经审核的工资汇总表及非全职研发人员参与研发工作的工时比例，将研发人员薪酬及参与研发活动的非全职研发人员的薪酬按其参与研发活动的实际工时比例分摊计入对应研发项目的研发费用
技术服务费	研发项目中实际对外采购的技术服务。研发项目负责人根据研发项目实际需求提出申请并经过审批后，财务部门根据相关的合同、发票、采购服务的实际进度等，按照其实际归属的研发项目计入研发费用
折旧与摊销费	研发部门使用的办公设备的折旧和按研发部门实际使用的租赁房产的面积摊销的使用权资产折旧

综上，公司已建立健全研发费用相关的内部控制制度，并有专门人员负责跟踪管理研发项目的全流程。公司的研发费用归集真实、准确，相关会计处理符合《企业会计准则》的有关规定。

（五）补充说明研发投入的材料使用后是否可收回再利用或研发样品对外销售的情况

公司的研发项目主要为互动展示软件系统、信息查询系统、沉浸式体验系统、元宇宙探索模拟装置、数智型虚拟人等软件及系统的研发，因此公司的研发活动不需要投入研发材料，研发活动主要的支出为职工薪酬、技术服务费和折旧摊销费。

四、结合期后销售情况补充说明毛利率是否有所恢复，公司是否持续业绩下滑

（一）报告日期后销售情况及销售毛利率情况

1、报告日期后销售情况，与 2022 年同期对比如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年 1-6 月	变动情况对比
营业收入	1,592.82	1,357.63	17.32%
营业成本	1,168.68	950.15	23.00%
毛利额	424.14	407.49	4.09%
综合毛利率	26.63%	30.01%	-11.28%

注：2023 年 1-6 月财务数据未经审计及审阅

如上表所示，公司 2023 年 1-6 月的营业收入较 2022 年同期上升了 17.32%，综合毛利率同期对比下降 11.28%。主要原因如下：

①市场竞争环境越来越激烈，公司为了开拓市场并促成与客户更长期和更广泛的合作，因此也采取了一定程度的主动降价措施；

②由于公司是典型的项目制公司，不同类型的项目及项目需求内容不同也会影响到公司的综合毛利率。譬如项目服务内容主要系策划设计、数字内容制作、软件系统等，则该类型的项目毛利率较高；如项目服务内容涉及较多的装修装饰工程或客户指定供应商，则该类型的项目毛利率较低。

2、主营业务分类别毛利率及毛利贡献占比的对比情况如下：

项目	2023 年 1-6 月		2022 年 1-6 月		毛利率变动情况
	毛利率	毛利贡献占比	毛利率	毛利贡献占比	
数字化展陈设计施工一体化服务	14.74%	5.94%	38.81%	49.41%	-24.07%
数字化展陈创意策划设计服务	29.78%	3.13%	18.33%	0.13%	11.45%

项目	2023 年 1-6 月		2022 年 1-6 月		毛利率变动情况
	毛利率	毛利贡献占比	毛利率	毛利贡献占比	
数字化展馆运营维护服务	41.52%	12.46%	23.49%	7.52%	18.03%
数字化品牌营销服务	22.31%	61.08%	24.62%	40.76%	-2.31%
媒介投放业务	94.28%	14.59%	-	-	-
其他	51.76%	2.79%	28.62%	2.19%	23.14%
小计	26.63%		30.01%		-3.38%

注：2023 年 1-6 月财务数据未经审计及审阅

如上表所示，对公司综合毛利率影响较大的主要系数字化品牌营销服务和数字化展陈设计施工一体化服务，数字化品牌营销服务 2023 年 1-6 月的毛利率较 2022 年同期下降 2.31 个百分点，数字化展陈设计施工一体化服务 2023 年 1-6 月的毛利率较 2022 年同期下降 11.45 个百分点，综合导致公司 2023 年 1-6 月的毛利率较 2022 年同期下降 3.83 个百分点。

①数字化品牌营销服务，主要系公司为平安集团提供的创意设计策划服务。2023 年 1-6 月平安集团业务的毛利率为 21.19%，较 2022 年同期毛利率 22.23% 下降了 1.04 个百分点。主要原因系：A、公司为扩大和平安集团的合作规模，除创意设计策划服务框架服务外，还陆续参与了平安的互动营销框架服务以及公关服务，与新的子公司或部门合作时，公司有意图通过低价策略，促成长期与更广泛的合作；B、经济环境面临下行压力，客户对预算控制越来越收紧，公司为保持合作也降低了项目报价；C、市场竞争越来越激烈，竞争对手的报价越来越低，为了获得项目，部分项目跟随市场趋势而做出部分利润牺牲；

②数字化展陈设计施工一体化服务，主要公司承接的广州市少年宫的市三宫儿童媒介素养教育研究展示中心项目二期项目，于 2023 年 5 月验收，该项目毛利率为 14.74%，远低于 2022 年同期同类型业务的毛利率。主要原因系该项目涉及装修装饰项目较多，装修装饰材料及建筑施工劳务费占总成本的比例为 37.14%，且在项目实施过程中客户对设计方案进行较大调整，也导致了成本有一

定幅度的上升，综合导致该项目毛利率较低。

(二) 报告期后业绩情况，公司是否持续业绩下滑

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年 1-6 月	变动金额	变动比例
营业收入	1,592.82	1,357.63	270.72	17.32%
营业成本	1,168.68	950.15	258.14	23.00%
毛利额	424.14	407.49	12.58	4.09%
销售费用	220.27	26.52	193.75	730.57%
管理费用	328.11	225.01	103.10	45.82%
研发费用	215.68	142.09	73.59	51.79%
财务费用	5.68	5.12	0.56	10.97%
归属于母公司的净利润	-174.08	50.17	-224.25	-446.95%
扣非后归属于母公司的净利润	-299.70	30.97	-330.66	-1067.86%

注：2023 年 1-6 月财务数据未经审计及审阅

如上表所示，公司 2023 年 1-6 月对比 2022 年同期，营业收入和毛利额呈现上升趋势，但公司的期间费用率由 2022 年 1-6 月的 29.37% 上升至 48.33%，上涨幅度较大，导致 2023 年 1-6 月的归母净利润较 2022 年同期减少 224.25 万元，下降 446.95%；且 2023 年 1-6 月公司获得的政府补助较 2022 年同期增加 94.63 万元，上涨 700.60%，进而导致 2023 年 1-6 月扣非后归母净利润减少 330.66 万元，下降 1067.86%。

公司 2023 年 1-6 月期间费用上涨较大主要系职工薪酬、业务招待费及技术服务费上涨较大。主要原因如下：

单位：万元

费用类型	项目	2023 年 1-6 月	2022 年 1-6 月	变动情况说明
销售费用	职工薪酬	127.35	11.34	2023 年 1-6 月较 2022 年同期增加 116.01 万元，上升 1022.98%，主要系 2023 年公司成立了四个事业部，销售人员增加且平均薪酬上涨所致。销售人员平均人数由 2022 年 1-6 月的 2.00 人上升至 2023 年同期的 18.33 人；人均薪酬由 2022 年 1-6 月的 5.67 万元上升至 2023 年同期的 6.95 万元
销售费用	业务招待费	51.32	7.07	2023 年 1-6 月较 2022 年同期增加 44.25 万元，上升 626.07%，主要系 2023 年无重大外部环境影响，全力拓展各项业务，加强了拓展客户的力度
管理费用	职工薪酬	148.60	76.33	2023 年 1-6 月较 2022 年同期增加 72.27 万元，上升 94.68%，系为支撑公司的业务扩张，相应增加了管理层人员及后台部门人员，且平均薪酬上涨所致。管理人员平均人数由 2022 年同期的 11.67 人上升至 2023 年同期的 17.50 人，人均薪酬由 2022 年 1-6 月的 6.54 万元上升至 2023 年同期的 8.49 万元
研发费用	职工薪酬	126.89	85.78	2023 年 1-6 月较 2022 年同期增加 41.11 万元，上升 47.93%，主要系公司加大对研发项目的投入，研发人员增加且平均薪酬上涨所致。研发人员平均人数由 2022 年 1-6 月的 11.00 人上升至 2023 年同期的 11.83 人，人均薪酬由 2022 年 1-6 月的 7.80 万元上升至 2023 年同期的 10.72 万元。
研发费用	技术服务费	68.18	40.57	2023 年 1-6 月较 2022 年同期增加 27.61 万元，上升 68.06%，主要系公司为了进一步提高核心竞争力而加大对研发项目的投入力度

注：2023 年 1-6 月财务数据未经审计及审阅

公司为拓展业务于 2023 年上半年引进人才且提高平均薪酬，且由于公司的收入主要实现在下半年，根据公司对 2023 年全年业绩的预估，预计 2023 年的营业收入能较 2022 年上涨约 43%，综合毛利率较 2022 年呈现一定程度的下滑，期间费用率与 2022 年基本持平，2023 年度的归母净利润与扣非后归母净利润与 2022 年度能基本持平，预计不存在持续业绩下滑的情形。

【主办券商回复】:

一、主办券商核查程序

针对上述事项主办券商进行了以下核查程序:

- 1、访谈财务部门负责人关于期间费用的划分标准;
- 2、获取期间费用明细表,抽取大额费用的记账凭证及其相关原始单据进行检查;
- 3、分析报告期内管理费用大幅增长的原因,判断期间费用的划分标准是否合理、准确;
- 4、访谈公司管理层关于增加人员的原因,获取公司组织架构图、员工花名册等,了解公司人员情况及部门设置情况,分析职工薪酬大幅增长的合理性;
- 3、抽查其中大额费用相对应的合同、服务进度确认表、发票等原始单据,分析中介结构服务费大幅增长的原因及合理性,核查中介机构服务费入账的准确性及完整性;
- 4、获取折旧摊销费明细表,对折旧摊销金额进行勾稽核对,以确定折旧摊销费用入账的准确性及完整性;
- 5、查阅同行业可比公司定期报告,分析同行业可比公司期间费用率与公司的差异情况,分析差异的原因及合理性;
- 6、访谈相关研发负责人,了解研发产品与公司业务的相关性、相关研发成果的具体体现和投入使用情况;
- 7、访谈相关研发负责人、财务负责人,获取公司的研发管理制度等资料,了解公司与研发相关的流程和内部控制措施、了解研发项目的立项标准;
- 8、获取公司报告期内研发项目的立项报告、评审报告、验收报告等的资料,了解公司研发项目与公司业务的相关性,核实研发项目的真实性;获取并查阅报告期内公司的专利、软件著作权,结合其对应产品情况分析研发成果的具体体现;

9、获取报告期内公司研发费用明细账，检查研发费用明细项目的设置是否符合规定的核算内容与范围；

10、对大额的研发费用的记账凭证及相关原始单据进行抽查；

11、分析研发费用的归集是否真实、准确，相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；

12、对报告期内各期资产负债表日前后确认的研发费用执行截止性测试，以检查研发费用的归集期间是否准确，是否存在费用跨期的情况；

13、结合研发费用明细账，分析研发项目支出是否存在领料，检查研发投入的材料是否可收回再利用或研发样品对外销售的情况及其会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定；

14、访谈相关研发负责人、财务负责人，了解委外研发单位与外协供应商重合的合理性；获取公司研发项目和具体经营项目的相关资料，检查项目之间的相关性，判断相关项目支出计入研发费用而未计入成本的合理性；

15、访谈公司管理层相关人员关于公司期后经营情况；获取公司期后主要经营数据，以综合公司期后销售情况分析毛利率变动情况，公司是否持续业绩下滑。

二、主办券商分析过程

同公司回复。

三、主办券商核查意见

经核查，主办券商认为：

1、公司管理费用大幅增长的原因系职工薪酬、中介机构费用和折旧与摊销费用增加，其中人员增加均为管理人员，人员增加系因为公司业务规模扩大，人员需求增加及管理人员平均薪酬增加所致；公司期间费用划分准确；

2、公司期间费用率与可比公司之间不存在明显差异；根据公司实际情况，公司的期间费用率与可比公司存在的较小差异，但具有合理性；

3、公司研发产品与业务密切相关，研发活动形成的研发成果已投入业务使用；公司已建立健全与研发活动相关的内部控制并得到有效执行，公司研发费用的归集真实、准确，相关会计处理符合《企业会计准则》的有关规定；

4、公司委外研发单位与外协供应商重合具有合理性，研发项目与具体项目不相关，与研发项目相关的研发支出应计入研发费用；

5、公司研发项目不涉及领料投入，因而不存在研发投入的材料使用后是否可收回再利用或研发样品对外销售的情况；

6、根据获取的公司对报告日期后销售情况额预估，公司 2023 年 1-6 月的毛利率为 26.63%，较 2022 年同期下降 11.28%，主要系因为公司为拓展市场而采取的主动降价措施；公司 2023 年 1-6 月的归母净利润及扣非后归母净利润较 2022 年同期下降较大，但由于公司收入主要在第四季度实现，根据公司对 2023 年全年的经营业绩预估，公司不存在持续业绩下滑的情形。

【会计师回复】：

申报会计师回复详见《华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对关于广州时间网络科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件审核问询函的回复》问题 7 的回复。

问题 8、关于其他事项。（1）关于公司参与的招投标，请公司补充说明：①从订单取得方式、客户群体、产品种类等角度梳理公司销售模式；报告期内通过投标获取的订单金额和占比。②订单获取渠道是否合法合规，招投标渠道获得项目的所有合同是否合法合规，是否存在未履行招标手续的项目合同，如存在，未履行招标手续的项目合同是否存在被认为无效的风险，公司的风险控制措施，上述未履行招标手续的行为是否属于重大违法违规行为。③报告期内是否存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，是否因此受到行政处罚，是否构成重大违

法违规；公司防范商业贿赂的内部制度建立及执行情况。(2) 关于董监高适格性。公司实际控制人、董事长、总经理向熹 2018 年 9 月至今兼任暨南大学讲座教授、博士生导师，暨南大学国家文化大数据研究中心主任；董事彭利国、监事会主席袁海鹰曾在国有企业任职。请公司：结合公职人员、高校兼职管理的法律、法规、规范性文件的规定及相关任职单位的意见（如需），说明向熹在公司持股、任职是否符合高校院系及内设机构领导人员兼职管理规定；前述人员入资公司并担任董监高人员的行为是否合规，报告期内其任职资格是否存在瑕疵。(3) 请公司补充说明有关公开转让并挂牌的股东大会是否就《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》第二十三条规定的事项履行特别表决程序，是否需更新 1-4 申请文件。(4) 请公司补充说明非自然人股东注册资本实缴情况，其对公司出资的资金来源及其合法合规性。(5) 持续督导协议显示公司与主办券商签订财务顾问协议，请公司补充说明协议的主要内容，是否与督导协议条款存在冲突，是否符合我司相关规定。(6) 请公司补充说明交易性金融资产的具体核算内容、分类、列报及相关会计处理的恰当性。(7) 请公司补充披露报告期内媒介投放业务的具体项目，主要媒介资源提供方以及主要客户情况，补充说明公司对于代收代付款项的核算是否准确，应收账款中全额确认媒介投放业务应收款的合理性。(8) 请公司补充披露抵债房产的用途、目前交付情况、使用情况，是否作为自有房产使用，并说明 2022 年新增较多租赁房产的必要性。(9) 请公司补充披露合同履约成本的项目名称、已投入成本、合同签订时间、项目开始实施时间、预计完工时间等，说明是否存在长期未完工的项目，存货减值准备的计提是否充分。(10) 请公司补充披露其他应付款中应付暂收款的具体情况，是否为项目回款。(11) 请公司补充披露股份支付公允价值的确定依据以及公允性。

请主办券商、律师核查上述事项（1）-（5），请主办券商、会计师核查上述事项（6）-（11），并发表明确意见。

【公司回复】：

一、关于公司参与的招投标，请公司补充说明：①从订单取得方式、客户群体、产品种类等角度梳理公司销售模式；报告期内通过投标获取的订单金额和占比。②订单获取渠道是否合法合规，招投标渠道获得项目的所有合同是否合法合规，是否存在未履行招标手续的项目合同，如存在，未履行招标手续的项目合同是否存在被认为无效的风险，公司的风险控制措施，上述未履行招标手续的行为是否属于重大违法违规行为。③报告期内是否存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，是否因此受到行政处罚，是否构成重大违法违规；公司防范商业贿赂的内部制度建立及执行情况。

（一）从订单取得方式、客户群体、产品种类等角度梳理公司销售模式；报告期内通过投标获取的订单金额和占比。

1、从订单取得方式、客户群体、产品种类等角度梳理公司销售模式；

报告期内，公司各类产品的客户群体、订单获取方式情况如下：

产品种类	客户群体	订单获取方式
数字化展陈设计施工一体化服务	政府机关、事业单位、国有企业、知名企业等	通过招投标、竞争性磋商、竞争性谈判、商务谈判等方式获取订单
数字化展陈创意策划设计服务	国有企业、政府机关、事业单位等	通过招投标、商务谈判等方式获取订单
数字化展馆运营维护服务	国有企业、事业单位等	通过竞争性磋商、商务谈判等方式获取订单
数字化品牌营销服务	知名品牌企业、国有企业等	通过商业谈判、招投标等方式获取订单
媒介投放业务	国有企业等	通过商务谈判等方式获取订单

综上，报告期内公司主要经营文化数字化战略研究与实施、数字化体验空间建设与运营以及数字新技术应用，为政府、文博场馆、主题公园和企业等客户提供数字化展陈设计施工一体化服务、数字化展陈创意策划设计服务、数字化展馆

运营维护服务、数字化品牌营销服务及媒介投放服务等，客户群体涵盖政府机关、事业单位、国有企业及知名企业等，公司通过招投标、竞争性磋商、竞争性谈判、商务谈判等多种方式获取订单。

2、报告期内通过投标获取的订单金额和占比

报告期内，公司通过投标方式获得订单收入的具体金额以及占比情况如下：

单位：万元

获取方式	2022 年		2021 年	
	金额	占比	金额	占比
招投标模式	1,263.95	21.51%	64.82	1.22%
非招投标模式	4,611.39	78.49%	5,248.96	98.78%
合计	5,875.34	100.00%	5,313.78	100.00%

注 1：“招投标模式”是指按照《招标投标法》中规定的口径，仅包括公开招标、邀请招标两种招标方式。“非招投标模式”是指竞争性谈判、竞争性磋商、商务谈判等。

（二）订单获取渠道是否合法合规，招投标渠道获得项目的所有合同是否合法合规，是否存在未履行招标手续的项目合同，如存在，未履行招标手续的项目合同是否存在被认为无效的风险，公司的风险控制措施，上述未履行招标手续的行为是否属于重大违法违规行为。

根据《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》《必须招标的工程项目规定》《必须招标的基础设施和公用事业项目范围规定》等法律法规的规定，全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目需进行招标。达到下列标准的需进行招标：（1）重要设备、材料等货物的采购，单项合同估算价在 200 万元人民币以上；（2）勘察、设计、监理等服务的采购，单项合同估算价在 100 万元人民币以上。

根据《中华人民共和国政府采购法》，采购人采购货物或者服务应当采用公开招标方式的，其具体数额标准，属于中央预算的政府采购项目，由国务院规定；属于地方预算的政府采购项目，由省、自治区、直辖市人民政府规定；因特殊情况需要采用公开招标以外的采购方式的，应当在采购活动开始前获得设区的市、自治州以上人民政府采购监督管理部门的批准。

根据查阅报告期内的相关合同及中标通知书等资料、公司说明并查阅相关信息公开网站，报告期内，公司通过招投标渠道获得的合同不存在被认定为违法违规的情况。

报告期内，公司在经营活动中未履行招投标程序而签订合同的主要原因如下：

①公司已通过招投标程序进入客户供应商名录，后续客户或客户关联方根据供应商名录直接与公司签署合同而未履行招投标程序；

②客户性质为民营企业，无需履行招投标程序；

③客户性质为政府、国有（控股）企业、事业单位，因合同金额、产品或服务性质达不到招标标准，无需履行招投标程序。

公司下游客户中存在部分国有（控股）企业，其在产生采购需求时，会根据招投标相关的法律法规及其内部的有关规定，判断相关采购是否需要履行招投标程序，公司均根据客户采购程序要求，通过招投标或其他方式以获取订单。经查阅相关信息公开网站，公司不存在因未履行招标程序的行为受到过行政处罚的情形。

经核查，公司在合同履行过程中，不存在被认定合同无效的情况或者因合同无效产生的纠纷。报告期内，公司主要通过招投标、竞争性磋商、竞争性谈判、商业谈判、定点议价等渠道获得客户、订单信息，订单获得渠道合法合规，招投标渠道获得项目的所有合同合法合规，不存在应履行但未履行招标手续的项目合同。

（三）报告期内是否存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，是否因此受到行政处罚，是否构成重大违法违规；公司防范商业贿赂的内部制度建立及执行情况。

根据获取的信用报告（无违法违规证明版），以及查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询网站、信用中国等公开信息网站，报告期内，公司不存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为，不存在

因此受到行政处罚的情形。

公司已建立财务管理制度、费用管理制度、反商业贿赂管理制度等一系列内控制度对财务和业务行为进行规范，防止商业贿赂等不正当竞争行为。同时公司加强对员工的思想教育和法制宣传，从销售、收款、资金使用等方面采取有效措施防范商业贿赂行为的出现。同时，公司与董监高人员、员工签订的《劳动合同》中也包含了防范商业贿赂的相关内容，对给付、索要或收受回扣、佣金不如实入账，假借回扣或佣金之名进行商业贿赂的行为进行了限制。

综上，报告期内，公司不存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行为；公司已建立了相关内控制度防止商业贿赂等不正当竞争行为的出现，并且执行有效。

二、关于董监高适格性。公司实际控制人、董事长、总经理向熹 2018 年 9 月至今兼任暨南大学讲座教授、博士生导师，暨南大学国家文化大数据研究中心主任；董事彭利国、监事会主席袁海鹰曾在国有企业任职。请公司：结合公职人员、高校兼职管理的法律、法规、规范性文件的规定及相关任职单位的意见（如需），说明向熹在公司持股、任职是否符合高校院系及内设机构领导人员兼职管理规定；前述人员入资公司并担任董监高人员的行为是否合规，报告期内其任职资格是否存在瑕疵。

（一）公职人员、高校兼职管理的法律、法规、规范性文件的规定

经核查，有关公职人员、高校兼职管理的相关法律法规具体如下：

法规名称	生效时间	相关规定
《公务员法》	2006.01.01 至今	第五十九条：公务员应当遵纪守法，不得有下列行为：……（十六）违反有关规定从事或者参与营利性活动，在企业或者其他营利性组织中兼任职务；…… 第一百零七条：公务员辞去公职或者退休的，原系领导成员、县处级以上领导职务的公务员在离职三年内，其他公务员在离职两年内，不得到与原工作业务直接相关的企业或者其他营利性组织任职，不得从事与原工作业务直接相关的营利性活动。 公务员辞去公职或者退休后有违反前款规定

		行为的,由其原所在机关的同级公务员主管部门责令限期改正;逾期不改正的,由县级以上市场监管部门没收该人员从业期间的违法所得,责令接收单位将该人员予以清退,并根据情节轻重,对接收单位处以被处罚人员违法所得一倍以上五倍以下的罚款。
《关于“不准在领导干部管辖的业务范围内个人从事可能与公共利益发生冲突的经商办企业活动”的解释》	2000.05.09 至今	一、主管行业的部门和行政机构的领导干部,党委、政府领导班子成员中分管上述部门和行政机构的领导干部,其配偶、子女不准在该领导干部管辖的业务范围内,从事与该领导干部管辖的行业业务相同的经商办企业活动;不准与该领导干部管辖的部门、行政机构、行业内的机关、社会团体、国有企业、事业单位直接发生商品、劳务、经济担保等经济关系。
《国有企业领导人员廉洁从业若干规定》	2009.07.01 至今	第五条:国有企业领导人员应当忠实履行职责。不得有利用职权谋取私利以及损害本企业利益的下列行为:……(六)未经批准兼任本企业所出资企业或者其他企业、事业单位、社会团体、中介机构的领导职务,或者经批准兼职的,擅自领取薪酬及其他收入;(七)离职或者退休后三年内,在与原任职企业有业务关系的私营企业、外资企业和中介机构担任职务、投资入股,或者在上述企业或者机构从事、代理与原任职企业经营业务相关的经营活动;…… 第六条:国有企业领导人员应当正确行使经营管理权,防止可能侵害公共利益、企业利益行为的发生。不得有下列行为:(一)本人的配偶、子女及其他特定关系人,在本企业的关联企业、与本企业有业务关系的企业投资入股……
《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职(任职)问题的意见》	2013.10.19 至今	二、对辞去公职或者退(离)休的党政领导干部到企业兼职(任职)必须从严掌握、从严把关,确因工作需要到企业兼职(任职)的,应当按照干部管理权限严格审批。 辞去公职或者退(离)休后三年内,不得到本人原任职务管辖的地区和业务范围内的企业兼职(任职),也不得从事与原任职务管辖业务相关的营利性活动。 辞去公职或者退(离)休后三年内,拟到本人原任职务管辖的地区和业务范围外的企业兼职(任职)的,必须由本人事先向其原所在单位党委(党组)报告,由拟兼职(任职)企业出具兼职(任职)理由说明材料,所在单位党委(党组)按规定审核并按照干

		部管理权限征得相应的组织(人事)部门同意后,方可兼职(任职)。 辞去公职或者退(离)休三年后到企业兼职(任职)的,应由本人向其原所在单位党委(党组)报告,由拟兼职(任职)企业出具兼职(任职)理由说明材料,所在单位党委(党组)按规定审批并按照干部管理权限向相应的组织(人事)部门备案。
关于印发《执行中组发〔2013〕18号文件有关问题的答复意见》的通知	2013.12.04 至今	国有企业领导人员辞去公职后到企业任职的,按照《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职(任职)问题的意见》执行。 国有企业领导人员退(离)休后,不得在原任职企业及其出资的企业兼职(任职);退(离)休后三年内,不得与原任职企业有业务关系的企业兼职、投资入股或从事相关的营利性活动;退(离)休三年内到与原任职企业没有业务关系的企业兼职,或退(离)休三年后到企业兼职的,按照《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职(任职)问题的意见》第二条规定执行。
《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》	2008.09.03 至今	各省、自治区、直辖市纪委、党委教育工作部门、教育厅(教委)、监察厅(局),新疆生产建设兵团教育局,有关部门(单位)教育司(局),教育部直属高等学校:……(九)加强对领导干部的管理和监督。学校党政领导班子成员应集中精力做好本职工作,除因工作需要、经批准在学校设立的高校资产管理公司兼职外,一律不得在校内外其他经济实体中兼职。确需在高校资产管理公司兼职的,须经党委(常委)会集体研究决定,并报学校上级主管部门批准和上级纪检监察部门备案,兼职不得领取报酬。学校党政领导班子成员不得在院系等所属单位违规领取奖金、津贴等;除作为技术完成人,不得通过奖励性渠道持有高校企业的股份。要加强对领导干部遵守党的政治纪律、贯彻落实科学发展观、执行民主集中制、遵守廉洁自律规定和执行党风廉政建设责任制等情况的监督。
《中共教育部党组关于印发<直属高校党员领导干部廉洁自律“十不准”>的通知》	2011.07.25 至今	教育部直属高校党员领导干部不准违反规定在校内外经济实体中兼职或兼职取酬,以及从事有偿中介活动;不准以本人或者借他人之名义经商、办企业。
《教育部关于进一步规范和加强	2015.06.19 至今	高校领导干部不得在所属企业兼职(任职)。现职和不担任现职但未办理退(离)休手续的党政

直属高等学校所属企业国有资产管理的若干意见》		领导干部不得在所属企业兼职（任职）。对辞去公职或者退（离）休党政领导干部到企业兼职（任职）的，要按照中组部有关规范党政领导干部在企业兼职（任职）的规定执行。
《中共教育部党组关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》	2011.07.25 至今	直属高校校级党员领导干部原则上不得在经济实体中兼职，确因工作需要在本校设立的资产管理公司兼职的，须经学校党委（常委）会研究决定，并按干部管理权限报教育部审批和驻教育部纪检监察局备案。 直属高校校级党员领导干部在社会团体等单位中兼职的，需经学校党委（常委）会研究同意后，按照干部管理权限报教育部审批。 直属高校处级（中层）党员领导干部原则上不得在经济实体和社会团体等单位中兼职，确因工作需要兼职的，须经学校党委审批；经批准在经济实体、社会团体等单位中兼职的直属高校党员领导干部，不得在兼职单位领取任何报酬。
《高等学校深化落实中央八项规定精神的若干规定》	2016.08.16 至今	学校党员领导干部未经批准不得在社会团体、基金会、企业化管理事业单位、民办非企业单位和企业兼职；经批准兼职的校级领导人员不得在兼职单位领取薪酬；经批准兼职的院系及内设机构领导人员在兼职单位获得的报酬，应当全额上缴学校，由学校根据实际情况制定有关奖励办法，给予适当奖励。

根据暨南大学新闻与传播学院、武汉传媒学院出具的《关于向熹同志相关任职情况的说明》，向熹劳动人事关系、党组织关系均不在上述单位，向熹不属于上述单位领导干部，向熹在校外的投资、任职未违反上述单位的相关管理制度。综上所述，向熹不属于高校领导干部、高校院系及内设机构领导人员，向熹在公司持股、任职符合《关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》《高等学校深化落实中央八项规定精神的若干规定》等管理规定以及其目前兼职高校的相关管理规定。

经核查，向熹、彭利国、袁海鹰入职公司前的任职情况具体如下：

姓名	任职时间	任职单位	职位
向熹	2016 年 6 月-2016 年 12 月	广东南方广播影视传媒集团有限公司	董事、副总经理

彭利国	2015 年 8 月-2016 年 7 月	广东南方数媒工场科技有限公司	副总经理
袁海鹰	2015 年 2 月-2017 年 2 月	广东南方传播影视传媒集团有限公司	人力资源主管

向熹在广东南方广播影视传媒集团有限公司任职时，属于国有企业领导人员。经核查，向熹从国有企业离职后，未在原任职企业及其出资的企业兼职（任职），自其从原国有企业离职之日起三年内，公司及其下属子公司与其原任职国有企业及其下属子公司之间不存在任何形式的业务关系。根据广东南方广播影视传媒集团有限公司出具的《关于向熹同志任职、离职有关事项的函》，向熹在该公司任职期间，已按时填报《领导干部个人事项报告表》，未有受到党纪政纪处罚的记录；2016 年 12 月，经中共广东省委组织部批准，向熹同志辞去在该公司所任各项职务；2018 年 3 月，中共广东省委组织部因工作需要对离职的省管干部离职后任职和业务等情况进行摸排，该公司按要求配合省委组织部完成摸排工作，向熹如实报告从该公司离职后的任职和就业等情况，摸排后均未发现违反相关政策规定的情形。向熹入资公司并担任公司董事、高管符合《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职(任职)问题的意见》《执行中组发〔2013〕18 号文件有关问题的答复意见》的相关规定。

根据广东南方传播影视传媒集团有限公司、南方报业传媒集团出具的《证明》，彭利国、袁海鹰于原所在单位担任非领导人员职务，其从原单位离职后入资公司并担任公司董监高职务符合我国法律法规的规定。

三、请公司补充说明有关公开转让并挂牌的股东大会是否就《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》第二十三条规定的事项履行特别表决程序，是否需要更新 1-4 申请文件。

根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》第二十三条，申请挂牌公司股东大会应当就股票公开转让并挂牌作出决议，并至少包括下列事项，且须经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过：（一）申请股票公开转让并挂牌及有关安排；（二）股票挂牌后的交易方式；（三）股票挂牌的市场层级；（四）授权董事会办理股票公开转让并挂牌具体事宜；（五）决议的有效期；（六）挂

牌前滚存利润的分配方案；（七）其他必须明确的事项。

公司股东大会已按照《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》相关规定就股票公开转让并挂牌相关事项作出决议，具体情况如下：

事项	议案名称	议案主要内容	决策程序
申请股票公开转让并挂牌及有关安排	关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌的议案	公司拟申请公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌	2023 年第一次临时股东大会
股票挂牌后的交易方式	关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌的议案	本次挂牌拟采取集合竞价转让方式	2023 年第一次临时股东大会
股票挂牌的市场层级	关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌的议案	根据《全国中小企业股份转让系统分层管理办法》，以及公司自身实际情况与需求，本次挂牌后公司拟进入基础层进行交易	2023 年第一次临时股东大会
授权董事会办理股票公开转让并挂牌具体事宜	关于授权董事会全权办理公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌相关事宜的议案	关于本次申请公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌，特请求股东大会授权董事会全权办理公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌（以下简称“本次挂牌”）具体事宜，具体授权内容及范围包括但不限于： （1）根据国家法律、法规及股东大会决议，制定并实施本次挂牌的具体方案；制作、修改、签署并申报本次挂牌申请材料； （2）向有关政府部门办理与本次挂牌等相关的申报事宜及相关程序性工作，包括但不限于制作申报材料，向证券监管机构、全国中小企业股份转让系统	2023 年第一次临时股东大会

		有限责任公司提出申请，并于获准在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌后就本次挂牌事宜向有关政府机构、证券监管机构和全国中小企业股份转让系统办理所需的审批、登记、备案、核准、同意、注册等手续； （3）全权回复证券监管机构和全国中小企业股份转让系统有限责任公司就本次挂牌所涉事项的反馈意见； （4）依据公司股东大会审议通过的方案，根据市场的具体情况，最终确定本次挂牌的有关事宜； （5）审阅、修改及签署与本次挂牌事项相关的重大合同、协议及其他相关文件； （6）聘请参与本次挂牌的中介机构及决定其专业服务费用； （7）在本次挂牌完成后，根据各股东的承诺在中国证券登记结算有限责任公司办理股份的集中登记存管相关事宜； （8）在本次挂牌的决议有效期内，如国家有关主管机关、全国中小企业股份转让系统有限责任公司就公开转让并挂牌制定新的政策、法律、法规及规范性文件，有权对本次挂牌的方案进行调整并执行新方案； （9）办理与本次挂牌有关的其他一切事宜； （10）本授权有效期为自公司股东大会审议通过之日起十二个月	
决议的有效期	关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌的议案	自股东大会审议通过之日起 12 个月内有效	2023 年第一次临时股东大会

挂牌前滚存利润的分配方案	关于公司挂牌前的滚存未分配利润分配方案的议案	如公司在全国中小企业股份转让系统挂牌，则公司挂牌前形成的滚存未分配利润，由公司挂牌完成后的公司股东按照所持股份比例共同享有	2023 年第一次临时股东大会
--------------	------------------------	---	-----------------

公司 2023 年第一次临时股东大会分别对上述议案进行了表决，实际出席会议股东合计持有公司 511.3936 万股，占公司股份总数的 100%，全体股东在股东大会上以特别表决程序通过了上表列示的全部议案。

综上所述，公司已召开股东大会就《挂牌规则》第二十三条规定的事项履行特别表决程序，上述决议合法有效，且仍在有效期内，无需更新 1-4 申请文件。

四、请公司补充说明非自然人股东注册资本实缴情况，其对公司出资的资金来源及其合法合规性。

2016 年 7 月 15 日，张伟、深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）、刘惠明、包正与时网有限就增资事项签署《增资认股协议》，约定由深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）以现金 300 万元出资认缴新增注册资本 10.3448 万元。2016 年 7 月 18 日，广州南天会计师事务所（普通合伙）出具南天验字（2016）第 L108 号《广州时间网络科技有限公司 2016 年验资报告》，经审验，深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）实际缴纳投资款 300 万元，其中用于新增注册资本为 10.3448 万元，其余款项 289.6552 万元计入资本公积，出资方式为货币出资。

2018 年 7 月 23 日，向熹与深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）签署《股权转让协议》，向熹将 6.8966 万元出资额以 193.7931 万元转让给深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙），对应 6.8966 万元注册资本未实缴的出资额 6.2069 万元的出资义务转移给深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）承担。2018 年 9 月 19 日，北京华审会计师事务所有限公司广东分所出具粤北京华审（验）字[2018]第 2012 号《广州时网网络科技有限公司 2018 年验资报告》，经审验，截至 2018 年 9 月 10 日止，时网有限已收到股东深圳市同创英荟壹号投资企业（有限合伙）缴纳的注册资本合计 6.2069 万元，出资方式为货币出资。

公司由有限公司整体变更为股份有限公司时，华兴所出具了华兴验字[2022]22003310027号《验资报告》，确认截至2022年9月5日止，公司已收到深圳市同创英荟壹号投资企业(有限合伙)缴纳的注册资本合计人民币20万元，出资方式为净资产折股。

2022年9月26日，广州时空聚汇投资合伙企业(有限合伙)与公司就上述增资事项签署《广州时间网络科技股份有限公司增资合同》，约定广州时空聚汇投资合伙企业(有限合伙)以205.0848万元认购公司11.3936万股份。2022年10月12日，华兴会计师事务所(特殊普通合伙)出具华兴验字[2022]22003310049号《广州时间网络科技股份有限公司验资报告》，经审验，截至2022年9月28日止，公司已收到股东广州时空聚汇投资合伙企业(有限合伙)缴纳的注册资本11.3936万元，出资方式为货币出资。

根据深圳市同创英荟壹号投资企业(有限合伙)、广州时空聚汇投资合伙企业(有限合伙)出具的访谈问卷、机构股东调查表并核查其出资来源，深圳市同创英荟壹号投资企业(有限合伙)属于《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法(试行)》中规定的私募投资基金，已依照上述相关法律法规履行登记备案程序，深圳市同创英荟壹号投资企业(有限合伙)取得公司股权的资金来源为自筹资金。广州时空聚汇投资合伙企业(有限合伙)属于公司的员工股权激励平台，其取得公司股权的资金来源为自有资金。

五、持续督导协议显示公司与主办券商签订财务顾问协议，请公司补充说明协议的主要内容，是否与督导协议条款存在冲突，是否符合我司相关规定。

公司与主办券商签订的《财务顾问协议》主要条款如下：

“鉴于：

1、甲方为了战略发展的需要，拟进入资本市场在全国中小企业股份转让系统（以下简称“股转系统”）挂牌进行股份转让，以增加公司知名度，加快公司整体发展和项目运作，需要聘请专业机构设计有关方案。

2、乙方是国内知名的证券公司之一，在金融创新、企业融资、企业上市、企业并购、企业财务顾问、证券经纪、资本运作等方面有着深厚的专业知识和丰

富的实践经验，与国内外资本市场有着广泛的联系，并具有全国中小企业股份转让系统主办券商业务资格。

3、甲方拟委托乙方担任甲方的财务顾问，为甲方提供企业挂牌前期辅导、挂牌推荐等服务。

4、在本财务顾问协议履行过程中，若甲方满足挂牌条件、准备提出挂牌申请时，双方将本协议约定的内容转签为股转系统统一要求的推荐挂牌业务格式合同。

经过充分沟通和协商，甲方、乙方就本次合作达成如下财务顾问协议（以下简称“本协议”）：

第一条 甲方向乙方声明并承诺

1、甲方为依法成立并合法存续的企业法人，对其一切财产享有合法的所有权。

2、甲方依本协议承担的义务是合法的、有效的，没有且不会违反任何中国现行法律、法规及相关行政规章的规定。

3、甲方聘请乙方担任推荐其股份在股转系统挂牌并公开转让工作的财务顾问。

4、甲方未经乙方书面同意不得将本协议项下的权利和义务全部或部分转让给本协议以外的第三方。

第二条 乙方向甲方声明并承诺

1、乙方为依法成立的证券经营机构。

2、乙方依本协议承担的义务是合法的、有效的，履行本协议不会违反现行法律、法规及相关行政规章的规定。

3、乙方将依其职业准则尽诚信勤勉之义务，严格按有关法律、法规的规定，提供专业的财务顾问工作。

4、乙方未经甲方书面同意不得将本协议项下的权利和义务全部或部分转让给本协议以外的第三方。

第三条 甲方义务

在整个工作程序中负有以下重要职责，包括但不限于：

- 1、提供乙方开展顾问工作所必要的相关资料，并保证所提供资料的合法性、真实性和准确性，确信没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。
- 2、积极参与乙方组织的方案讨论会和论证会；对乙方提供的有关建议和方案，及时反馈意见、做出决策。
- 3、公司股份应当申请在股转系统挂牌。
- 4、甲方须依照本协议第六条规定向乙方支付财务顾问费用。
- 5、承担应由甲方自行承担的各项费用，包括但不限于律师费、审计费、评估费、备案费、申报材料印制费以及各项国家税费等。
- 6、在本协议签订后，除非乙方有违反本协议约定的情况，否则非经乙方书面同意，甲方不得另行聘请任何其他主办券商参与公司推荐挂牌工作，亦不得与其他证券经营机构签署与本协议类似的协议、合同或其他安排。

第四条 乙方义务

- 1、乙方应根据自身所具备的专业知识优势，在尽职调查之前对甲方拟申请进入股转系统的资格和风险给予最大程度的揭示。
- 2、乙方应调派合格人员组成项目小组参与本次项目工作，并保持项目人员的稳定。
- 3、乙方依据国家有关法律法规和全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“股转公司”）的有关规定，对甲方进行尽职调查，协助甲方确定挂牌方案，经乙方内核通过后指导甲方进行挂牌的申报工作。”

除上述条款之外，协议中还约定了服务方式和协议期限、费用及支付、后续服务、保密条款、协议的修改、违约责任、终止、法律适用及争议解决、通知与送达、附则等条款。其中，费用及支付条款的内容与持续督导协议中费用的约定一致。《财务顾问协议》与督导协议条款不存在冲突，符合全国股转公司相关规定。

六、请公司补充说明交易性金融资产的具体核算内容、分类、列报及相关会计处理的恰当性。

(一) 交易性金融资产的具体核算内容

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	3,207.30	2,128.91
其中：理财产品	3,207.30	2,128.91

1、2022 年 12 月 31 日理财产品相关情况如下：

单位：万元

产品名称	发行机构	金额	类别	期限 (天)	最终投向	收益约定
惠众（日申月 赎）理财	中国建设银行 广州黄花岗科技园支行	967.81	固定收益 类，非保 本浮动收 益型	无固定 期限	现金类资产、货币市场工具、货币市场基金和标准化固定收益类资产的比例为 80%-100%；其他符合监管要求的资产 0%-20%。具体各类型资产比例为：现金类资产比例为 0%-100%；货币市场工具比例为 0%-80%；货币市场基金比例为 0%-50%；标准化固定收益类资产的比例为 0%-95%。	本产品业绩比较基准设定为七天通知存款利率+1.45%（业绩基准 A）和七天通知存款利率+1.95%（业绩基准 B）。
惠众日申周赎 理财	中国建设银行 广州黄花岗科技园支行	487.83	固定收益 类，非保 本浮动收 益型	无固定 期限		本产品业绩比较基准设定为七天通知存款利率+1.25%（业绩基准 A）和七天通知存款利率+1.75%（业绩基准 B）。
工行-法人添利 宝 2 号	中国工商银行 股份有限公司广东自 由贸易试验区南沙分行	550.95	固定收益 类，非保 本浮动收 益型	无固定 期限	本产品投资于存款、债券等债权类资产的比例为 100%。	本产品为净值型产品，其业绩表现将随市场波动，具有不确定性。本产品以中国人民银行公布的 7 天通知存款利率作为业绩比较基准，业绩比较基准由产品管理人依据理财产品的投资范围及比例、投资策略，并综合考量市场环境等因素测算。
工行理财·法人 “添利宝”净值 型理财产品 (TLB1801)	中国工商银行 股份有限公司广东自 由贸易试验区南沙分行	900.50	固定收益 类，非保 本浮动收 益型	无固定 期限		

产品名称	发行机构	金额	类别	期限 (天)	最终投向	收益约定
建行-代销建信理财“天天利”按日开放式理财产品	中国建设银行广州黄花岗科技园支行	300.21	固定收益类，非保本浮动收益型	无固定期限	股权类资产 0%-70%、债权类资产 0%-70%、债券和货币市场工具类资产 30%-100%、其他符合监管要求的资产组合 0%-70%。	1 天≤投资期<7 天，客户预期年化收益率 1.50%；7 天≤投资期<14 天，客户预期年化收益率 1.55%；14 天≤投资期<365 天，客户预期年化收益率 2.50%；投资期≥365 天，客户预期年化收益率 2.50%。
合计		3,207.30				

2、2021 年 12 月 31 日理财产品相关情况如下：

单位：万元

产品名称	发行机构	金额	类别	期限 (天)	最终投向	收益约定
惠众（日申月赎）理财	中国建设银行广州黄花岗科技园支行	1,156.53	固定收益类，非保本浮动收益型	无固定期限	现金类资产、货币市场工具、货币市场基金和标准化固定收益类资产的比例为 80%-100%；其他符合监管要求的资产 0%-20%。具体各类型资产比例为：现金类资产比例为 0%-100%；货币市场工具比例为 0%-80%；货币市场基金比例为 0%-50%；标准化固定收益类资产的比例为 0%-95%。	本产品业绩比较基准设定为七天通知存款利率+1.45%（业绩基准 A）和七天通知存款利率+1.95%（业绩基准 B）。
惠众日申周赎理财	中国建设银行广州黄花岗科技园支行	501.11	固定收益类，非保本浮动收益型	无固定期限		本产品业绩比较基准设定为七天通知存款利率+1.25%（业绩基准 A）和七天通知存款利率+1.75%（业绩基准 B）。

产品名称	发行机构	金额	类别	期限 (天)	最终投向	收益约定
安鑫按日开放理财	中国建设银行广州黄花岗科技园支行	370.45	固定收益类，非保本浮动收益型	无固定期限	现金类资产、货币市场工具、货币市场基金和标准化固定收益类资产的比例为 80%-100%；其他符合监管要求的资产 0%-20%。具体各类型资产比例为：活期存款、定期存款比例为 0%-90%；协议存款比例为 0%-50%；质押式回购、买断式回购、交易所协议式回购的比例为 0%-80%；货币市场基金的比例为 0%-30%；标准化固定收益类资产的比例为 0%-95%	本产品业绩基准设定为中国人民银行公布的 7 天通知存款利率+1.15%。
私享净鑫净利产品	中国建设银行广州黄花岗科技园支行	90.59	固定收益类，非保本浮动收益型	无固定期限	现金类资产 0%-100%，货币市场工具 0%-90%，货币市场基金 0%-50%，标准化固定收益类资产 0%-90%，活期存款、定期存款比例为 0%-90%；协议存款比例为 0%-50%；质押式回购、买断式回购、交易所协议式回购的比例为 0%-80%；现金或者到期日在一年以内的国债、中央银行票据和政策性金融债券不低于理财产品资产净值 5%。	本产品 A 档业绩比较基准设定为中国人民银行公布的 7 天通知存款利率+1.80%，本产品 B 业绩比较基准设定为中国人民银行公布的 7 天通知存款利率+3.20%。
农银理财“农银时时付”开放式人民币理财产品	中国农业银行股份有限公司佛山南庄支行	10.22	固定收益类，非保本浮动收益型	无固定期限	1.货币市场工具;2.固定收益证券;3.货币市场基金。 4.监管部门认可的其他固定收益类金融资产和金融工具。	央行一年期定期储蓄存款基准利率（整存整取）+120bp。
合计		2,128.91				

注：明细项与合计数的尾差系四舍五入导致

（二）交易性金融资产的分类、列报及相关会计处理的恰当性

由上表可见，公司所持有的交易性金融资产均为向银行购买的非保本浮动收益型理财产品，投资方向为货币资金、固定收益类资产等符合监管规定的资产。为了提高资金使用效率，公司使用部分资金购买银行理财产品，在承担一定风险的基础上获得相应的收益。

公司管理该金融资产的业务模式是既以收取合同现金流量为目标又以出售金融资产为目标；但该金融资产不满足本金加利息的合同现金流量特征，无法通过现金流量测试。因此，根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（2017 年修订），公司将理财产品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；依据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》在将理财产品在报表列示为交易性金融资产。因此，公司关于该理财产品的分类、列报及相关会计处理是恰当的。

七、请公司补充披露报告期内媒介投放业务的具体项目，主要媒介资源提供方以及主要客户情况，补充说明公司对于代收代付款项的核算是否准确，应收账款中全额确认媒介投放业务应收款的合理性。

（一）请公司补充披露报告期内媒介投放业务的具体项目，主要媒介资源提供方以及主要客户情况

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“六、经营成果分析”之“（二）营业收入分析”之“4. 其他事项”中补充披露了如下内容：

“（2）报告期内媒介投放业务的具体情况：

报告期内媒介投放业务主要项目情况如下：

单位：万元

具体项目	客户	收入金额	投放期间
户外发布沃尔玛全球购宣传广告	上海窗外广告有限公司	98.79	2022-10-24 至 2022-11-6
美团买药广告项目	省广窗外（上海）文化传媒有限公司	88.54	2022-11-26 至 2022-12-16

具体项目	客户	收入金额	投放期间
长沙地铁十二封灯箱广告项目	广州医药海马品牌整合传播有限公司	14.16	2022-11-12 至 2022-12-9
无锡地铁十二封灯箱广告项目	广州医药海马品牌整合传播有限公司	9.36	2022-11-14 至 2022-12-20
长沙惠农大厦 LED 广告发布项目	广州医药海马品牌整合传播有限公司	7.90	2022-11-15 至 2022-11-29
沃尔玛 12 月 CNY 电梯投放-第一批	广州医药海马品牌整合传播有限公司	7.79	2022-12-17 至 2023-1-20
沃尔玛世界杯广告项目	省广窗外（上海）文化传媒有限公司	6.17	2022-11-26 至 2022-12-9
南宁会展航洋城商圈项目	上海窗外广告有限公司	5.47	2022-10-23 至 2022-11-5
山姆世界杯北京地铁项目	上海窗外广告有限公司	3.68	2022-11-21 至 2022-12-18
北京电梯框架项目	上海窗外广告有限公司	1.32	2022-10-29 至 2022-11-11
北京社区道闸项目	上海窗外广告有限公司	0.98	2022-10-29 至 2022-11-11
沃尔玛 12 月 CNY 电梯投放-第二批	广州医药海马品牌整合传播有限公司	0.73	2022-12-17 至 2023-1-20
山姆北京电梯框架一期项目	省广窗外（上海）文化传媒有限公司	0.22	2022-11-12 至 2022-11-25
山姆北京电梯框架二期项目	省广窗外（上海）文化传媒有限公司	0.15	2022-11-12 至 2022-11-25
小计		245.26	

报告期内前十大媒介资源提供方的情况如下：

单位：万元

序号	媒介资源提供方	采购金额（不含税）	占总采购额	性质	成立时间	合作开始时间	关联关系
1	广林睿智（北京）国际文化传媒有限公司	108.84	2.98%	代理商	2012 年 11 月 9 日	2022 年 10 月	无关联关系
2	北京地下铁道通成广告股份有限公司	60.81	1.66%	终端发布商	1997 年 4 月 28 日	2022 年 10 月	无关联关系
3	江苏仁道文化传媒有限公司	45.05	1.23%	代理商	2016 年 6 月 16 日	2022 年 11 月	无关联关系

序号	媒介资源提供方	采购金额 (不含税)	占总采购 额	性质	成立时间	合作开 始时间	关联关 系
4	凤凰都市传媒科技股份有限公司	33.00	0.90%	终端发布商	2008年4月1日	2022年10月	无关联关系
5	安徽省头羊智业传媒有限公司	30.63	0.84%	代理商	2015年6月9日	2022年11月	无关联关系
6	成都锐迪鹏发文化传媒有限公司	21.13	0.58%	终端发布商	2015年6月4日	2022年10月	无关联关系
7	郁金香广告传播(上海)有限公司	20.92	0.57%	终端发布商	2015年12月8日	2022年10月	无关联关系
8	山东框架文化传媒有限公司	14.32	0.39%	代理商	2017年6月22日	2022年11月	无关联关系
9	宁波艾宇传媒广告有限公司	14.17	0.39%	代理商	2017年4月19日	2022年11月	无关联关系
10	江苏智慧空间广告传播有限公司	11.79	0.32%	代理商	2020年9月30日	2022年11月	无关联关系
	小计	360.66	9.87%				

报告期内媒介投放业务的客户的情况如下：

单位：万元

客户	收入金额	占总收入	客户性质	成立时间	合作开 始时间	业务获 取方式	关联关 系
上海窗外广告有限公司	110.24	1.88%	国有企业	2008年4月3日	2022年10月	商务谈判	无关联关系
省广窗外(上海)文化传媒有限公司	95.08	1.62%	国有企业	2020年10月10日	2022年10月	商务谈判	无关联关系
广州医药海马品牌整合传播有限公司	39.94	0.68%	国有企业	1997年9月3日	2022年11月	商务谈判	无关联关系
小计	245.26	4.17%					

”

（二）补充说明公司对于代收代付款项的核算准确性，应收账款中全额确认媒介投放业务应收款的合理性

根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（2017 年修订）》第二十八条规定：“金融资产和金融负债应当在资产负债表内分别列示，不得相互抵销。但同时满足下列条件的，应当以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：（一）企业具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；（二）企业计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。”；

根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（2017 年修订）》第三十一条规定：“当前可执行的抵销权不构成相互抵销的充分条件，企业既不打算行使抵销权（即净额结算），又无计划同时结算金融资产和金融负债的，该金融资产和金融负债不得抵销。在没有法定权利的情况下，一方或双方即使有意向以净额为基础进行结算或同时结算相关金融资产和金融负债的，该金融资产和金融负债也不得抵销。”

公司之子公司大国小鲜与媒介投放业务客户签署销售合同，属于债权方；与媒介资源提供方签署采购合同，属于债务方。上述所称销售合同、采购合同之间均相互独立；且大国小鲜有权利根据销售合同全额收取客户款项，有义务根据采购合同支付供应商款项，即大国小鲜系承受不同的资产信用风险和负债流动风险；此外大国小鲜与客户供应商均未签订抵消协议，不具有抵消的法定权利，也无计划以净额结算应收账款和应付账款。

因此，公司对于代收代付款项的核算准确，在应收账款中全额确认媒介投放业务应收款，在应付账款中全额确认媒介投放业务应付款，也符合企业会计准则规定。

八、请公司补充披露抵债房产的用途、目前交付情况、使用情况，是否作为自有房产使用，并说明 2022 年新增较多租赁房产的必要性。

(一) 补充披露抵债房产的情况

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“六、经营成果分析”之“(六) 影响经营成果的其他主要项目”之“2. 投资收益”中补充披露如下内容：

“该抵债房产的用途、目前交付情况、使用情况如下：

抵债房产	房产金额	房产价值的确定方式及公允性	房产计划用途	约定交付日期	目前交付情况	使用情况
融创春风阿朵小镇项目龙山新城二期 10-201	62.53 万元	市场公允价	出售	2023 年 6 月 30 日	延期交付	尚未使用
融创春风阿朵小镇项目龙山新城二期 10-202	62.53 万元	市场公允价				尚未使用

上述抵债房产为住宅楼，公司无法用于自身业务，故该房产公司计划用途为出售，截至本公开转让说明书签署之日，两套房产均处于精装修阶段，未达到交付条件。通过开发商公开信息查询，该抵债房产目前进度情况如下：

- 1、主体结构、砌筑、抹灰已全部完成，目前处于精装阶段；
- 2、栏杆工程完成 100%，外墙涂料已完成约 90%，铝合金门窗安装完成约 95%；
- 3、公区装修完成 100%（公区吊顶及油漆墙地砖全部完成）；
- 4、室内精装完成约 70%（墙地砖完成约 90%，腻子批刮完成约 90%，墙面油漆完成约 30%，开关面板灯具安装完成约 20%）；
- 5、智能化安装完成约 50%（楼栋线管穿线已完成，末端设备未安装）；
- 6、户内门安装完成约 50%；

7、燃气外立管安装完成约 50%;

8、景观园林完成约 50%。”

(二) 说明 2022 年新增较多租赁房产的必要性

报告期内，公司主要使用权资产情况如下：

期间	承租方	出租方	地址	面积 (平方米)	用途	租赁期限	租金	确认使用权资产原值(万元)
2022 年	广州时间网络科技股份有限公司	广州五行文化创意园管理有限公司	广州大道中 289 号新闻中心自编 B 座第 12 层	808.33	公司实际办公场所	2022.03.01-2025.08.31	2022.08.01-2026.08.31 期间，8.08 万元每月	329.27
2021 年	广州时间网络科技股份有限公司	广东南方同创汇产业运营管理有限公司	越秀区广州大道中路一街 289 号采编楼 504、505 室	400.03	公司实际办公场所	2020.06.01-2022.05.31	2020.08.01-2021.05.31 期间 5 万元每月； 2021.07.01-2022.05.31 期间 5.23 万元每月	152.52

由于公司规模扩张较快，公司员工由 2021 年平均人数 41.25 人增长为 2022 年的 58.5 人，原办公场地面积不能满足业务需要，且公司原位于越秀区广州大道中路一街 289 号采编楼 504、505 室的租赁于 2022 年 5 月结束，因此公司重新寻求面积更大的办公租赁场所。2022 年新增租赁位于广州大道中 289 号新闻中心自编 B 座第 12 层，其面积较原租赁扩大两倍，对应每月租金也由原来的每月 5 万元左右上涨至每月 8 万元。

九、请公司补充披露合同履约成本的项目名称、已投入成本、合同签订时间、项目开始实施时间、预计完工时间等，说明是否存在长期未完工的项目，存货减值准备的计提是否充分。

(一) 请公司补充披露合同履约成本的项目名称、已投入成本、合同签订时间、项目开始实施时间、预计完工时间等

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“七、资产质量分析”之“(一)

流动资产结构及变化分析”之“9、存货”之“(2) 存货项目分析”中补充披露如下内容：

“报告期各期末，合同履行成本前五大项目占期末余额的比例分别为70.75%、83.97%，具体情况如下：

2022年12月31日合同履行成本前五大项目明细情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	已投入成本	存货余额占比	合同签订时间	项目开始实施时间	预计完工时间	实际验收时间
1	杰创智能项目	543.31	66.82%	2021年12月	2021年12月	2023年10月	
2	平安集团服务实体经济项目	46.04	5.66%	2021年10月	2022年11月	2023年08月	
3	2022年12月设计服务项目	37.21	4.58%	2021年10月	2022年12月	2023年09月	
4	平安人寿“赤橙”小程序	35.42	4.36%	2021年10月	2022年06月	2023年03月	2023年4月
5	平安银行股份有限公司 2022年平安注册志愿者证活动策划与执行服务	20.84	2.56%	2021年10月	2022年11月	2023年8月	
小计		682.82	83.98%				

2021年12月31日合同履行成本前五大项目明细情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	已投入成本	存货余额占比	合同签订时间	项目开始实施时间	实际验收时间
1	常德柳叶湖裸眼3D大屏多媒体采购项目	298.98	24.12%	2021年6月	2021年6月	2022年9月
2	南海人才馆设备采购及布展服务项目	275.98	22.26%	2020年12月	2020年12月	2022年11月
3	品牌馆博物馆设计制作-德星堂	170.16	13.72%	2019年12月	2019年12月	2022年3月

序号	项目名称	已投入成本	存货余额占比	合同签订时间	项目开始实施时间	实际验收时间
4	广州市自然保护地科普展览馆项目	67.55	5.45%	2021年1月	2021年1月	2022年11月
5	平安健康险·乐健康品牌项目	64.53	5.20%	2021年10月	2021年8月	2022年5月
小计		877.20	70.75%			

”

（二）说明是否存在长期未完工的项目，存货减值准备的计提是否充分。

1、说明是否存在长期未完工的项目

公司核算采用项目制，合同履行成本系在项目履行时陆续发生，结合公司项目签订合同时点及主要成本开始发生时点，报告期各期末公司合同履行成本的库龄情况如下：

单位：万元

库龄	2022年12月31日		2021年12月31日	
	金额	占比	金额	占比
1年以内	794.26	97.68%	984.84	79.44%
1-2年	18.85	2.32%	254.95	20.56%
小计	813.11	100.00%	1,239.79	100.00%

如上表列示，公司的项目工期基本在1年以内，2022年库龄在1年以上的项目金额占比为2.32%，2021年库龄在1年以上的项目金额占比为20.56%。2021年末库龄在1年以上的项目金额占比较大的主要有外部环境导致停工、客户项目资金紧张、土建施工现场漏水等多个因素。随着外部环境的缓解，客户项目资金的到位以及现场漏水问题的解决，公司经营活动基本恢复正常。

报告期各期末库龄在1年以上的项目情况如下：

2022 年 12 月 31 日：

单位：万元

项目名称	账面余额	1 年以内	1-2 年	验收时间	项目工作内容	项目实施情况
杰创智能项目	543.31	534.70	8.61	截至本回复出具日，尚未验收	项目系在广州市黄埔区杰创大厦新建的杰创智能企业展厅设计施工项目，展厅分 AB 两厅，涵盖空间设计、数字化设计、数字内容制作、智能化搭建、装饰装修施工建设等工作，项目复杂且工作量大。	项目实施过程中，因客户多次进行需求变更增加相关内容，公司针对客户需求多次针对实施方案进行调整，方案的调整和确认导致项目工期延长，现场实施缓慢推进。
仙涌项目	16.03	5.79	10.24	截至本回复出具日，尚未验收	项目是佛山市顺德区陈村镇仙涌村的定位策划及概念规划，需要基于仙涌村的资源和禀赋，结合乡村振兴的内涵，分析论证仙涌村乡村振兴的基本战略和方向。工作内容包括策划研究仙涌村乡村振兴重要品牌战略、重点产业、重要节点空间的提升，形成历史人文资源的挖掘和分析、形成重点产业及项目的规划、形成总体空间布局平面的设计。	项目于 2021 年启动实施，同年完成专家评审，当年回款至合同金额 80%，后因项目资金投入问题导致项目进展缓慢。该项目已于 2023 年 7 月召开了项目结题会并完成验收，目前正在走结项流程。
合计	559.34	540.49	18.85			

2021 年 12 月 31 日：

单位：万元

项目名称	账面余额	1 年以内	1-2 年	验收时间	项目工作内容	项目实施情况
品牌馆博物馆设计制作-德星堂	170.16	25.06	145.09	2022 年 03 月	工作内容主要是针对山东省青岛市品牌馆、博物馆、银盛泰大堂的展馆策划、数字内容制作及系统集成。	项目现场为客户收购的一栋旧物业，因客户对物业的装修改造工期延误，公司在完成策划后，于 2020 年 12 月入场，于 2021 年 1 月完成大部分多媒体系统集成工作及样片制作，后客户提出需要增加影片的拍摄片段，中间因外部环境原因拍摄工作受阻，于 2021 年 9 月完成拍摄，影片剪辑过程中客户多次提出修改意见，最终于 2022 年 3 月完成验收。
虚拟互动项目子项目一-动物园	51.71	40.88	10.83	2022 年 12 月	项目是广州动物园科技馆虚拟互动和公园信息发布系统建设项目（虚拟互动项目子项目一），使用实体、图片，场景模拟等形式，声、光、电、影像技术、动画技术、数字音频和数字视频技术、三维虚拟实景展示技术、虚拟现实技术、增强现实技术等多媒体和高科技技术手段定制开发相关展项，包含动物 VR 影院展区《消失的边缘》、AR 动物剧场展区《极地探险》、VR 动物视觉体验区《精灵视野》、洞穴动物主题展区《地下王国》、野外科考基地展区、公共区/科普讲座区等建设内容。	项目于 2021 年签署合同，因 21 年项目资金未到位，项目暂缓至 2022 年财政资金到位后开始具体工作，分别于 22 年 4 月开工、6 月完成初验、11 月完成试运行，2022 年 12 月验收。

项目名称	账面余额	1 年以内	1-2 年	验收时间	项目工作内容	项目实施情况
广州市自然保护地科普展览馆项目	67.55	42.55	25.00	2022 年 11 月	工作内容主要包括广州自然保护地客户展览馆展陈空间设计以及针对沙盘、绿植工程的升级改造。	项目实施过程中，因前序工程进度受外部环境影响，导致 2021 年 11 月公司才可入场实施，且客户对方案提出较多的变更意见，导致与客户就设计方案、造价进行了多次沟通，项目进展缓慢，2022 年的验收又因为广州地区外部环境影响而延误，在 2022 年 10 月底期间外部环境影响消除后，在 2022 年 11 月完成了验收工作。
南海人才馆设备采购及布展服务项目	275.98	201.95	74.02	2022 年 11 月	项目系在佛山市南海区人才馆的采购及布展项目，主要工作内容包括多媒体展项设备及数字内容的采购、运输、安装和调试。	南海人才馆项目实施过程中，因前序装修工程因建筑结构漏水、外部环境、设计方案调整等合计延期近 1 年，导致多媒体部分的安装及数字内容制作调试受顺延影响，多媒体设备安装工作陆陆续续进行，且因方案调整导致 LED 屏幕安装后拆卸调整，最终多媒体设备安装工作于 21 年 11 完成。数字内容部分因内容方案多次调整，于 2022 年 6 月完成，因外部环境原因，于 2022 年 11 月完成验收。
合计	565.40	310.45	254.95			

截至本回复出具日，公司签约时间较早目前仍在履行中的项目是杰创智能项目、仙涌项目，主要原因是由于上述两个项目的特殊性导致项目周期较长，并非是因为公司的原因导致项目进度的延期。结合项目实施情况，签约时间较早目前仍在履行中的原因具备合理性。

2、公司存货跌价准备计提充分

对于报告期各期末未完工验收的项目，公司于资产负债表日对每个项目进行减值测试，对预计项目总成本超过可变现净值（估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费）的项目计提存货跌价准备，在项目验收时，转销存货跌价准备。经测算，报告期各期末公司的合同履约成本的可变现净值高于账面成本，不存在减值迹象。

2022 年选取前五大合同履行成本进行存货跌价准备测试，具体如下：

单位：万元

项目名称	存货余额	存货余额占比	预计收入	预计成本	综合毛利率	完工进度	税金+销售费用率	可变现净值	存货跌价准备
杰创智能项目	543.31	66.82%	1,445.05	1,105.00	23.53%	49.17%	2.78%	690.78	-
平安集团服务实体经济项目	46.04	5.66%	117.81	80.60	31.58%	57.12%	2.78%	66.43	-
2022 年 12 月设计服务项目	37.21	4.58%	68.39	48.00	29.81%	77.52%	2.78%	64.55	-
平安人寿“赤橙”小程序	35.42	4.36%	68.00	43.00	36.76%	82.37%	2.78%	58.30	-
平安银行股份有限公司 2022 年平安注册志愿者证活动策划与执行服务	20.84	2.56%	80.00	65.00	18.75%	32.06%	2.78%	25.78	-
合计	682.82	83.98%	-	-	-	-	-	-	-

2021 年选取前五大合同履行成本进行存货跌价准备测试，具体如下：

单位：万元

项目名称	存货余额	存货余额占比	预计收入	预计成本	综合毛利率	完工进度	税金+销售费用率	可变现净值	存货跌价准备
常德柳叶湖裸眼 3D 大屏多媒体采购项目	298.98	24.12%	503.53	340.00	40.62%	87.94%	2.27%	492.10	

项目名称	存货余额	存货余额占比	预计收入	预计成本	综合毛利率	完工进度	税金+销售费用率	可变现净值	存货跌价准备
南海人才馆设备采购及布展服务项目	275.98	22.26%	400.00	283.00	29.25%	97.52%	2.27%	381.22	-
品牌馆博物馆设计制作-德星堂	170.16	13.72%	366.23	200.00	45.39%	85.08%	2.27%	304.52	-
广州市自然保护地科普展览馆项目	67.55	5.45%	85.00	69.00	23.53%	97.90%	2.27%	86.33	-
平安健康险·乐健康品牌项目	64.53	5.20%	102.85	65.50	36.31%	98.52%	2.27%	99.02	-
合计	877.20	70.75%	-	-	-	-	-	-	-

同时公司制定了《供应链管理制度与流程》这一内控制度，在项目承接阶段，公司均会对新承接的项目编制项目预算、对采购需求进行审核，为项目后续实施设定较为严格的执行标准。在项目实施过程中，项目经理对项目全面负责，严格按照项目预算及有关内控制度把控项目存货的采购、验收入库和现场存货的动态管理。因此，存货因超出预算或管理不当而发生跌价损失的风险较小。

综上所述，公司合同履行成本发生亏损的可能性较小，公司未计提存货跌价准备符合公司实际经营情况，公司的存货跌价准备计提合理。

十、请公司补充披露其他应付款中应付暂收款的具体情况，是否为项目回款。

公司已在公开转让说明书“第四节公司财务”之“八、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）流动负债结构及变化分析”之“6、其他应付款”之“（4）其他情况”中补充披露如下内容：

“报告期末公司存在 68 万元应付暂收款，具体情况如下：

单位：元

公司名称	金额	内容
广东省文化馆	400,000.00	代收项目经费
广州市文化馆	200,000.00	代收项目经费
浙江文学院	80,000.00	代收补偿费

广东省文化馆、广州市文化馆代收项目经费主要是粤港澳大湾区文化 IP 智能创作与呈现关键技术研究及应用研发项目的推进，按广东省科技厅要求划拨至牵头单位时间网络，并由牵头单位划拨项目经费至各参与单位。由于广东省文化馆、广州市文化馆属于公益类事业单位，对于非财政拨付款项的收支需请示内部上级单位，因此 2022 年末未有明确答复时，应对方要求，牵头单位暂未划拨款项。该代收款项已分别于 2023 年 4 月 19 日、2023 年 4 月 21 日正常转入广州市文化馆、广东省文化馆。

根据浙江文学院与时间网络签订的《浙江文学馆陈列布展概念性方案编制服务项目合同》，经浙江文学院同意后支付给应获补偿的第三方 8 万元，该应获补偿的第三方为未中标单位的设计补偿款，由于 2022 年末补偿单位及分配方案未经浙江文学院确认同意，因此该笔款项未进行支付。2023 年补偿单位确定并报送浙江文学院并通过后，时间网络已于 2023 年 3 月 29 日支付杭州国美建筑设计研究院有限公司 8 万元。

综上所述，上述应付暂收款均为临时性暂收款项不属于项目回款。”

十一、请公司补充披露股份支付公允价值的确定依据以及公允性。

公司已将原披露在公开转让说明书“第四节公司财务”之“六、经营成果分析”之“（五）主要费用、占营业收入的比重和变化情况”之“2.期间费用主要明

细项目”之“(2)管理费用”中的“股份支付情况”的描述调整至“第四节公司财务”之“六、经营成果分析”之“(五)主要费用、占营业收入的比重和变化情况”之“3.其他事项”，并补充披露了如下内容：

“公允价值的确定依据：

根据《企业会计准则第 39 号-公允价值计量》及其应用指南的相关规定，公司在确定发行人股权的公允价值时，应按以下三个层次顺序参考：①公司股份价值有活跃市场的，参考活跃市场价格；②公司股份价值无活跃市场的，可参考最近一次外部投资者入股价格；③无外部投资者入股价格的，应采取合理估值方法确定。由于公司为非公众公司，不存在活跃市场报价且最近不存在外部投资者入股，因此公司选取如下估值技术确定公允价值：

选取 9 家新三板挂牌同行业公司，以上述公司 2022 年 9 月 26 日市盈率（TTM）中位数（14.2144）作为参考市盈率，新三板挂牌同行业公司市盈率情况如下所示：

序号	证券代码	证券名称	市盈率 PE（TTM）
			2022/9/26
1	871140.NQ	雅图股份	2.6418
2	838152.NQ	北漠股份	10.3737
3	873520.NQ	华友文保	7.3152
4	831032.NQ	景睿策划	2.3702
5	872139.NQ	网娱互动	27.5645
6	832013.NQ	博涛文化	14.2144
7	832545.NQ	三川田	24.5958
8	873673.NQ	安达创展	40.8365
9	870889.NQ	鲁班艺术	38.6523
最小值			2.3702
平均值			18.7294
中位数值			14.2144
最大值			40.8365

参考上述 9 家的可比公司，结合可比公司定向增发情况，，选取 4 家可比公司计算挂牌前增资价格/最近一次定向发行增发价格，确定本公司流动性溢

价折扣系数，选取平均值与中位数值中间数值 0.7 作为折扣系数，折扣系数选取过程如下所示：

序号	证券代码	证券名称	挂牌前增资价格（元/股）	增发价格（元/股）	挂牌前增资价格/最近一次定向发行增发价格
1	832013.NQ	博涛文化	17.1468	12.6800	1.3523
2	832545.NQ	三川田	1.1362	3.0000	0.3787
3	873673.NQ	安达创展	5.0000	7.0000	0.7143
4	870889.NQ	鲁班艺术	1.1830	2.0000	0.5915
最小值					0.3787
平均值					0.7592
中位数值					0.6529
最大值					1.3523

根据同行业新三板公司的市盈率及折扣系数的考虑，采用可比公司市盈率法，参考可比公司市盈率 PE (TTM) 的平均数值和中位数市盈率，同时考虑了公司尚未挂牌，流动性相对已挂牌公司较弱，在中位数市盈率的基础上增加折扣系数 0.7。最终确定本公司估值市盈率为 9.95，具体情况如下：

项目	数值
中位数市盈率	14.2144242
折扣率	0.7
公司估值市盈率	9.95009694

结合公司 2021 年经审计扣除非经常性损益后净利润，确定增资后每股公允价值为 27.86 元/股。

项目	数值
公司估值市盈率	9.95
2021 年度扣非后归母净利润	14,318,741.06
公司整体估值	142,472,861.60
增资后总股份数	5,113,936
每股公允价值	27.86

综上所述，股份支付所依据的权益工具公允价值的确定方法符合企业会计准则的相关规定。”

【主办券商回复】:

一、主办券商核查程序

针对上述事项主办券商进行了以下核查程序:

- 1、核查了公司相关合同及中标通知书等材料、信用报告、公司与董监高、员工签订的《劳动合同》、公司内控制度文件等资料;
- 2、检索查询了国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、全国法院被执行人信息查询网站、信用中国等公开信息网站;
- 3、核查了股东访谈问卷、向熹出具的承诺函、相关高校、单位出具的证明文件等资料;
- 4、核查了公司股东大会文件等相关资料;
- 5、核查了非自然人股东出具的机构股东调查表、公司工商档案、《验资报告》、股东出资凭证等资料;
- 6、比对主办券商与公司签订的《推荐挂牌并持续督导协议》与《财务顾问协议》主要条款,分析是否存在冲突,是否符合股转公司的规定;
- 7、访谈财务部门负责人,了解公司投资理财产品的持有意图、会计核算等情况;
- 8、获取公司银行理财产品明细,查阅理财产品合同及产品说明书,以检查报告期各期理财产品分类的准确性;
- 9、获取公司银行对账单,以核查理财产品购买及赎回的银行流水;
- 10、查阅企业会计准则等相关规定,结合公司持有的银行理财产品合同现金流量特征,分析公司持有的理财产品的分类、列报及相关会计处理是否符合《企业会计准则》的相关规定;

11、执行银行函证程序，对报告期各期末理财产品的余额、期限等情况进行银行函证确认；

12、抽查媒介投放业务相关销售合同、发票、收款凭证、媒介资源提供方合同、发票、付款凭证等以验证媒介投放业务的真实性、收入金额的准确性与确认时点截止性；

13、向主要客户发送询证函，确认相关交易发生的真实性、准确性；

14、查阅企业会计准则等相关规定，查询通过净额法确认收入的相关案例，结合公司的销售合同与采购合同分析代收代付款项核算的准确性，分析应收账款中全额确认媒介投放业务应收款的合理性；

15、访谈公司管理层了解抵债房产的交付进度以及交付后的处置计划；

16、获取以房抵债资产的抵债合同、购房合同；

17、通过开发商公众号公开信息查询该抵债房产目前进度情况；

18、访谈公司管理层报告期内公司办公场所租赁情况，新增租赁情况以及租赁房产的必要性及合理性；

19、获取报告期内公司租赁办公楼原始凭证，核实租赁的真实性；

20、获取公司合同履行成本明细表，抽查部分采购的合同、发票、成果确认单、付款凭证等原始凭证，向主要供应商发送询证函、访谈主要供应商等确认合同履行成本的真实性；

21、获取报告期各期末存货跌价准备计算表，复核计提过程，是否充分、合理；

22、访谈公司管理层了解应付暂收款项目的背景、原因并获取款项支付凭证；

23、获取公司股份支付计算过程，并对依据的股权价值的公允性进行分析。

二、主办券商分析过程

同公司回复。

三、主办券商核查意见

经核查，主办券商认为：

1、公司订单获取渠道合法合规，招投标渠道获得项目的所有合同合法合规，不存在未履行招标手续的项目合同；报告期内不存在商业贿赂、围标、串标等违法违规行；公司已经制定了防范商业贿赂的内部管理制度并予以执行；

2、向熹的劳动人事关系、党组织关系均不在暨南大学新闻与传播学院、武汉传媒学院，不属于上述单位的员工或党政领导干部，其在上述单位的任职为兼职，向熹在公司持股、任职符合高校院系及内设机构领导人员兼职管理规定。向熹投资、任职公司前，属于国有企业领导人员，向熹在国有企业任职期间及离职后投资、任职公司未违反相关政策规定；彭利国、袁海鹰不属于国有企业领导人员，其投资、任职公司符合相关政策规定；报告期内上述人员的任职资格不存在瑕疵；

3、公司股东大会已就《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》第二十三条规定的事项履行特别表决程，公司 2023 年第一次临时股东大会文件已上传至 1-4 申请文件；

4、截至本审核问询函回复出具之日，公司非自然人股东已完成注册资本实缴，公司非自然人股东资金来源于其自有资金或自筹资金，认购资金来源合法合规；

5、《推荐挂牌并持续督导协议》与《财务顾问协议》不存在冲突，符合股转公司的规定；

6、交易性金融资产的核算内容主要为银行理财产品，相关分类、列报及相关会计处理的符合《企业会计准则》的规定；

7、公司已补充披露媒介投放业务的主要项目、主要媒介提供方以及主要客户情况，相关披露准确；公司对于代收代付款项的核算准确，应收账款中全额确认媒介投放业务应收款符合《企业会计准则》的规定；

8、公司已补充披露抵债房产的用途、目前交付情况、使用情况，相关事项披露准确；2022 年新增较多租赁房产，主要是由于业务规模的扩大，对办公场地的需求增加，符合企业的实际情况；

9、公司已补充披露合同履约成本主要项目明细，披露数据准确；公司存在部分项目周期在一年以上并说明相关项目具体情况，存货跌价准备计提充分，符合《企业会计准则》的规定；

10、公司已补充披露应付暂收款的具体情况，相关披露准确，该款项不属于项目回款；

11、公司已补充披露股份支付公允价值的确定依据以及公允性，公允价值的确定方式和依据符合《企业会计准则》的规定。

【律师回复】：

律师回复详见《广东华商律师事务所关于广州时间网络科技有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌的补充法律意见书（一）》关于该问题的回复。

【会计师回复】：

申报会计师回复详见《华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对关于广州时间网络科技有限公司股票公开转让并挂牌申请文件审核问询函的回复》问题 8 的回复。

除上述问题外，请公司、主办券商、律师、会计师对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系

统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》等规定，如存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明；如财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日超过 7 个月，请补充披露、核查。

【公司、主办券商回复】：

公司、主办券商已对照《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司信息披露内容与格式准则第 1 号——公开转让说明书》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌规则》《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审核业务规则适用指引第 1 号》等规定进行审慎核查。

经核查，公司、主办券商认为：公司不存在涉及公开转让条件、挂牌条件、信息披露以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

公司本次财务报告审计截止日为 2022 年 12 月 31 日至本次公开转让说明书签署日，已超过 7 个月，公司在《公开转让说明书》之“第四节 公司财务”之“十、重要事项”之“（一）提请投资者关注的资产负债表日后事项”补充披露如下：

“1、财务报告审计截止日后 6 个月主要财务信息

（1）公司 2023 年 6 月 30 日未经会计师事务所审计和审阅数据财务数据如下：

项目	2023 年 6 月 30 日
资产总计（万元）	7,330.98
股东权益合计（万元）	4,331.61
归属于母公司所有者的股东权益（万元）	4,383.87
每股净资产（元/股）	8.47
归属于母公司所有者的每股净资产（元/股）	8.57
资产负债率（合并）	40.91%
项目	2023 年 1-6 月
营业收入（万元）	1,592.82
毛利率	26.63%

项目	2023 年 6 月 30 日
净利润（万元）	-226.34
归属于母公司所有者的净利润（万元）	-174.08
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-351.96
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	-299.70
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-836.00
研发投入金额（万元）	215.68
研发投入占营业收入比例	13.54%

其中纳入非经常性损益的主要项目和金额如下：

单位：万元

项目	金额
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	108.14
委托他人投资或管理资产的损益	32.10
其他符合非经常性损益定义的损益项目	7.55
小计	147.79
减：所得税影响数	22.17
非经常性损益净额	125.62

报告期后 6 个月内，公司经营情况正常，公司所处行业的产业政策等未发生重大变化、公司主要经营模式、销售模式等未发生重大变化，董事、监事、高级管理人员未发生重大变更，采购内容、销售内容、主要客户构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等均未发生重大变化，除公司已不再和报告期内主要供应商广州南方精英传媒有限公司开展合作外，其他供应商未发生重大变化。具体情况如下：

2、订单获取情况

公司 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 6 月 30 日，新获取订单金额合计 2,253.95 万元（含税），公司目前经营状况稳定，在手订单充足且正常履行，业绩情况良好。

3、主要原材料(或服务)的采购规模

2023年1月1日至2023年6月30日，公司未经审计和审阅的主要原材料(或服务)的采购金额为2,429.94万元。公司报告期内的采购规模随公司的销售规模而变化，除公司不再与广州南方精英传媒有限公司合作外，主要供应商相对稳定，公司采购具有持续性、稳定性，其采购金额的变化具有合理性。

4、公司报告期后关联交易情况：

报告期后6个月内，公司未发生关联交易情况。

5、重要资产及董监高变动情况

报告期后6个月内，公司重要资产及董监高不存在变动情况。

6、对外担保情况

报告期后6个月内，公司无对外担保情况。

7、债权融资情况

报告期后6个月内，公司无债权融资情况。

8、对外投资情况

报告期后6个月内，公司无对外投资情况。

9、重要研发项目进展

报告期后6个月内，公司正在研发的项目所处阶段未发生变化，无新增研发项目。

综上所述，公司财务报告审计截止日至公开转让说明书签署日，公司经营状况、主营业务、经营模式、税收政策、行业市场环境、主要客户及供应商构成未发生重大变化，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未发生重大变更，不存在重大不利变动，亦未发生其他重大事项。

公司审计截止日后经营状况未出现重大不利变化，公司符合挂牌条件。”

【律师回复】：

律师回复详见《广东华商律师事务所关于广州时间网络科技有限公司申请股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌的补充法律意见书（一）》关于该问题的回复。

【会计师回复】：

申报会计师回复详见《华兴会计师事务所（特殊普通合伙）对关于广州时间网络科技股份有限公司股票公开转让并挂牌申请文件审核问询函的回复》关于该问题的回复。

（本页无正文，为广州时间网络科技股份有限公司对全国中小企业股份转让系统有限责任公司《关于广州时间网络科技股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

法定代表人签字



向熹

广州时间网络科技股份有限公司



2023年8月18日

（本页无正文，为东北证券股份有限公司对全国中小企业股份转让系统有限责任公司《关于广州时间网络科技有限公司股票在全国中小企业股份转让系统公开转让并挂牌申请文件的审核问询函的回复》之签章页）

项目负责人签字： 姬志杰
姬志杰

项目小组成员签字：

王寒彬
王寒彬

王岩
王岩

丁辉
丁辉

