

广东圣火传媒科技集团股份有限公司
股票定向发行说明书
(确定对象修订稿)

住所：广州市天河区黄埔大道西 100 号之二 903 房

主办券商

申万宏源承销保荐

(新疆乌鲁木齐市高新区(新市区)北京南路 358 号大成国际大厦 20 楼 2004 室)

2024 年 1 月 22 日

声明

本公司及控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员承诺定向发行说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

本公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证定向发行说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

中国证监会或全国中小企业股份转让系统有限责任公司对本公司股票定向发行所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

目录

目录	3
释义	4
一、 基本信息.....	6
二、 发行计划.....	22
三、 非现金资产认购情况/募集资金用于购买资产的情况	33
四、 本次定向发行对申请人的影响	33
五、 本次发行相关协议的内容摘要	36
六、 中介机构信息.....	39
七、 有关声明.....	41
八、 备查文件.....	46

释义

在本定向发行说明书中，除非文义载明，下列简称具有如下含义：

释义项目		释义
公司、本公司、发行人、圣火科技	指	广东圣火传媒科技集团股份有限公司
福缘正德	指	广东福缘正德投资控股有限公司
秀飞投资	指	广州秀飞投资合伙企业（有限合伙）
一物一码	指	用技术手段给每一件商品赋予唯一的数字身份码
本次发行、本次股票发行、本次定向发行	指	广东圣火传媒科技集团股份有限公司 2023 年启动的定向发行
股东大会	指	广东圣火传媒科技集团股份有限公司股东大会
董事会	指	广东圣火传媒科技集团股份有限公司董事会
监事会	指	广东圣火传媒科技集团股份有限公司监事会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
主办券商、申万宏源承销保荐	指	申万宏源证券承销保荐有限责任公司
审计机构、会计师事务所、会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
律师事务所、律师	指	广东广信君达律师事务所
发行对象、认购对象	指	参与公司本次发行、认购公司股份的王丽芬、开源证券股份有限公司
开源证券	指	开源证券股份有限公司，系公司本次发行认购对象之一
康师傅	指	康师傅饮品投资（中国）有限公司及其关联方
元、万元	指	人民币元、人民币万元
报告期	指	2021 年度、2022 年度及 2023 年 1-6 月
定向发行说明书	指	《广东圣火传媒科技集团股份有限公司股票定向发行说明书（确定对象修订稿）》
《公司章程》	指	《广东圣火传媒科技集团股份有限公司章程》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《公众公司办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》
《投资者适当性管理办法》	指	《全国中小企业股份转让系统投资者适当性管理办法》
《股票定向发行规则》	指	《全国中小企业股份转让系统股票定向发行规则》
《股票定向发行指南》	指	《全国中小企业股份转让系统股票定向发行业务指南》

《反垄断指南》	指	《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（国反垄发〔2021〕1号）
《分级指南》	指	《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》
《责任指南》	指	《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》

一、基本信息

（一）公司概况

公司名称	广东圣火传媒科技集团股份有限公司
证券简称	圣火科技
证券代码	839953
所属层次	基础层
挂牌公司行业分类	L 租赁和商务服务业 72 商务服务业 725 广告业无
主营业务	一站式品牌营销解决方案综合服务、一物一码数字化管理及大数据集成服务
发行前总股本（股）	40,000,000
主办券商	申万宏源承销保荐
董事会秘书或信息披露负责人	王欢
注册地址	广东省广州市天河区黄埔大道西 100 号之二 903 房
联系方式	020-38098527

1、公司主要业务模式及主营产品、服务情况

（1）公司主营业务主要内容及其盈利模式

公司是一家集数字技术服务、数字营销、品牌咨询、全案广告策划、整合营销、媒介整合传播为一体的专业品牌营销综合服务商，主营业务涵盖品牌管理、信息技术及数据服务、媒体投放业务板块，可为企业客户提供“一物一码”全链路数字化转型解决方案，助力传统生产零售企业实现产业数字化转型升级，实现品效销一体化营销。与国家“发展数字经济、加快推动产业数字化”的发展战略相契合，信息技术及数据服务正在成为企业数字化转型战略的重要支撑。

截至本定向发行说明书签署之日，公司已与康师傅、百事可乐、王老吉等国内外知名快消费品牌建立了长期、良好的合作关系，积累了一批优质企业客户。

报告期内，公司服务具体内容及其盈利模式具体如下表所示：

项目	主要服务内容	公司盈利模式
品牌管理	结合客户品牌定位、品牌管理规划等为客户提供品牌战略咨询、制定营销策略与方案并落地执行相关品牌营销、推广活动	公司按与客户的合同约定向其收取服务费，公司该类业务通常系在项目完成并得到客户确认时确认收入。公司按照双方确认的金额向客户收取服务费，一般给予客户 3 个月的信用账期。
信息技术及数据服务	通过“一箱两码、一物（瓶/品）一码、门店零售通、社	该类服务以可变二维码技术为基础，主要通过微信、支付宝等平台开展。公司主要按与客户的合同约定向其收

	交电商、C 端会员小程序和数据中台”等核心产品，为客户提供数字化防伪、防窜、溯源、智能营销、智慧渠道、智慧门店、分销商城、终端用户、私域运营等商品全生命周期数据收集及大数据分析服务，帮助客户实现营销、生产、决策等流程的数据化、构建全域营销体系	取技术开发费、赋码服务费、运维服务费等。 其中：公司为客户提供的“一箱两码”、“一物（瓶/品）一码”服务通常按照赋码量收取赋码服务费，按照合同约定与客户按月度对账并确认收入。公司为客户提供的“门店零售通、社交电商、C 端会员小程序和数据中台”等服务，在按合同约定完成小程序等开发、上线工作并经客户验收后，确认技术开发收入；在运营服务期内，公司按照合同约定向客户收取运维服务费。一般给予客户 3 个月的信用账期。 公司 2022 年新增通过为康师傅开发的微信小程序销售康师傅饮品的业务，该业务属于公司为品牌方提供的增值服务之一。具体合作背景系：报告期内，康师傅委托公司为其开发微信小程序，用来作为直接对接线上消费者的专门销售康师傅商品的电子商城，以培育康师傅私域流量，进而为品牌销售引流；该小程序搭建完成后，公司为康师傅提供该小程序的运维服务。为简化管理，康师傅与公司签署了线上经销协议，由公司采取买断式销售的方式，公司向康师傅品牌方采购康师傅商品后，将商品通过康师傅小程序销售给终端消费者进而获得收入，盈利来源为商品的购销差价。
媒体投放	根据客户营销策略为客户制定传播策略及营销推广方案，并结合传播方案完成广告设计、制作内容及购买相应的媒体资源进行广告投放	公司按与客户的合同约定向其收取服务费，通常按合同约定的发布期间确认收入并收取相应服务款项，一般给予客户 3 个月的信用账期。

其中，截至本定向发行说明书签署之日，公司信息技术及数据服务主要服务内容如下表所示：

项目	具体服务内容
一物（瓶/品）一码	公司通过给客户每件商品赋上唯一的数字身份标签，可实现产品的数字化防伪、溯源、数字化营销等功能，把每个商品作为品牌的流量入口，直接触达消费群，提升客户品牌形象。
一箱两码	是通过在每个包装箱的内外分别赋上两个不一样的数字二维码标签，外箱码可以实现“生产-仓储-渠道-终端”的全过程追溯，实现品牌方对其销售渠道的数字化管理；内箱码可以实现动销直达零售终端，全面提升品牌方产品的开箱率及上架率。
门店零售通	即通过为客户开发的小程序帮助品牌方对终端门店进行数字化、动态管理，助力其提升品牌门店终端服务能力，实现线上线下多渠道整合和交互。
社交电商	主要是为品牌搭建在线小程序商城，可实现社交分享、分销导购、积分互通等。
C 端会员小程序	是通过品牌私域小程序打通品牌与 C 端消费者的绿色通路，帮助客户实现线上、线下、社群三位一体的数字化运营；同时可与社交电商无缝对接，实现流量灵活变现，提升销量。

数据分析与决策支持	公司数据中台可集合呈现前述各个业务模块的数据及分析结果，为客户提供品牌运营全过程数据支撑与决策依据。
-----------	--

（2）公司主营业务收入具体构成情况

报告期内，公司营业收入的服务类别构成具体如下所示：

单位：人民币元

类别/项目	2023年1-6月		2022年度		2021年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
品牌管理	36,822,905.99	45.96%	52,222,456.41	42.24%	66,068,611.10	55.72%
信息技术及数据服务	38,210,604.06	47.69%	62,413,137.28	50.49%	41,251,015.44	34.80%
媒体投放	5,088,621.07	6.35%	8,988,056.49	7.27%	11,242,636.14	9.48%
合 计	80,122,131.12	100%	123,623,650.18	100%	118,562,262.68	100.00%

（3）公司与子公司的业务分工协同情况

截至本定向发行说明书签署之日，公司合并报表范围内包括 3 家全资子公司，公司及全资子公司经营范围与分工协同情况具体如下表所示：

主体	合并类型	经营范围	业务分工协同
圣火科技	挂牌公司	工程和技术研究和试验发展；个人商务服务；社会经济咨询服务；广告设计、代理；市场营销策划；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场调查（不含涉外调查）；礼仪服务；劳务服务（不含劳务派遣）；品牌管理；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；项目策划与公关服务；打字复印；图文设计制作；包装服务；会议及展览服务；企业形象策划；体育赛事策划；大数据服务；网络技术服务；软件开发；软件外包服务；信息技术咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；专业设计服务；文艺创作；服装服饰零售；信息系统集成服务；日用品出租；游艺及娱乐用品销售；塑料制品销售；商标代理；服装服饰批发；文化娱乐经纪人服务；健身休闲活动；体育竞赛组织；组织体育表演活动；其他文化艺术经纪代理；组织文化艺术交流活动；租借道具活动；娱乐性展览；电影摄制服务；影视美术道具置景服务；休闲娱乐用品设备出租；体育用品设备出租；文化用品设备出租；音响设备销售；摄影扩印服务；日用家电零售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；五金产品制；五金产品零售；五金产品批发；家具制；平面设计；咨询策划服务；家具安装和维修服务；数字内容制作服务（不含出版发行）；摄像及视频制作服务；玩具、动漫及游艺用	主要从事品牌管理、媒体投放业务

		品销售；玩具销售；体育经纪人服务；数字文化创意内容应用服务；照明器具制；人造板销售；人造板制；照明器具销售；广告发布（广播电台、电视台、报刊出版单位）；营业性演出；演出经纪；信息网络传播视听节目；广播电视节目制作经营；音像制品制作；电子出版物制作；电影放；电视剧制作；电子出版物复制；包装装潢印刷品印刷；文件、资料等其他印刷品印刷；特定印刷品印刷；游艺娱乐活动；印刷品装订服务。	
一 物 一 码 数 据 （ 广 州）实 业 有 限 公 司（以 下 简 称“物 码 公 司”）	全 资 子 公 司	水果批发；服装批发；化妆品及卫生用品批发；化妆品批发；眼镜批发；箱、包批发；非许可类医疗器械经营；文具用品批发；体育用品及器材批发；乐器批发；照相器材批发；饲料批发；饲料添加剂批发；劳动防护用品批发；婴儿用品批发；纺织品、针织品及原料批发；鞋批发；帽批发；玩具批发；游艺及娱乐用品批发；其他文化娱乐用品批发；干果、坚果批发；工艺品批发（象牙及其制品除外）；清洁用品批发；消毒用品销售（涉及许可经营的项目除外）；礼仪电子用品制造；塑料加工专用设备制造；软件开发；计算机网络系统工程服务；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；信息技术咨询服务；计算机技术开发、技术服务；网络技术的研究、开发；智能机器系统技术服务；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；包装材料的销售；电子防伪系统技术开发、技术服务；防伪标签技术开发、技术服务；电子自动化工程安装服务；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；印刷技术开发；机器人的技术研究、技术开发；增材制造及激光制造领域的技术推广和应用服务；物联网技术研究开发；互联网区块链技术研究开发服务；网络信息技术推广服务；电子、通信与自动控制技术研究、开发；智能机器系统生产；3D 扫描及打印设备的销售；二维码技术；喷码加工；家居饰品批发；宝石饰品批发；玉石饰品批发；珍珠饰品批发；其他人造首饰、饰品批发；宝石饰品零售；玉石饰品零售；水晶饰品零售；珍珠饰品零售；其他人造首饰、饰品零售；干果、坚果零售；水果零售；纺织品及针织品零售；服装零售；化妆品零售；化妆品及卫生用品零售；眼镜零售；箱、包零售；厨房用具及日用杂品零售；文具用品零售；体育用品及器材零售；乐器零售；照相器材零售；饲料零售；饲料添加剂零售；劳动防护用品零售；充值卡销售；礼品鲜花零售；婴儿用品零售；鞋零售；帽零售；玩具零售；游艺娱乐用品零售；小饰物、小礼品零售；百货零售（食品零售除外）；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；酒类批发；音像制品及电子出版物批发；预包装食品批发；非酒精饮料、茶叶批发；包装装潢印刷品印刷；非酒精饮料及茶叶零售；预包装食品零售；音像制品及电子出版物零售；酒类零售；增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）；许可类医疗器械经营。	主要实施信息技术及数据服务业务
秀 飞 （ 上 海）文 化 传 播 有	全 资 子 公 司	文化艺术交流活动策划，各类广告的设计、制作、代理、发布，从事网络科技、计算机科技领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，计算机系统集成，演出经纪，创意服务，商标代理，摄影服务，美术设计，会务服务，展览展示服务，市场营销策划，礼仪服务，服装租赁，照明设备、音响设备的安装，企业管理咨询，人才中介，工艺品、	主要从事品牌管理业务、媒体投放业务

限 公 司		塑料制品、日用百货、五金交电、服装服饰、鞋帽的销售，从事货物及技术的进出口业务。【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】	
广 东 龙 矧 数 字 营 销 有 限 公 司 (以 下 简 称“龙 矧 数 字”)	全 资 子 公 司	家居用品销售；日用品销售；箱包销售；个人卫生用品销售；体育用品及器材批发；销售代理；日用品批发；厨具卫具及日用杂品批发；玩具、动漫及游艺用品销售；化妆品批发；礼品花卉销售；新鲜水果批发；日用杂品销售；日用百货销售；文具用品批发；大数据服务；图文设计制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；体育赛事策划；劳务服务（不含劳务派遣）；软件外包服务；软件开发；项目策划与公关服务；企业管理；广告设计、代理；广告制作；信息技术咨询服务；市场营销策划；计算机系统服务；会议及展览服务；企业形象策划；数字文化创意软件开发；消毒剂销售（不含危险化学品）；数字内容制作服务（不含出版发行）；信息系统集成服务；网络技术服务；数据处理服务；品牌管理。	2021 年未对外开展业务，自 2022 年开始开展数字营销业务，目前主营信息技术及数据服务中的 O2O（Online to Offline，即线上线下融合）渠道整合营销业务，公司该业务目前主要是通过美团、饿了么等合作的 O2O 平台为客户提供提供整合营销策略及营销方案，并负责推广活动的落地完成。

2、公司及子公司不涉及互联网平台运营

（1）互联网平台的规定

项目	《反垄断指南》具体规定	《责任指南》具体规定
平台	为互联网平台，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。	
平台经营者	是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者。	
	——	通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的自建网站经营者，可参照平台经营者适用本指南。
平台内经营者	是指在互联网平台内提供商品或者服务（以下统称商品）的经营者。平台经营者在运营平台的同时，也可能直接通过平台提供商品。	
平台经济领域经营者	包括平台经营者、平台内经营者以及其他参与平台经济的经营者。	——

根据《分级指南》，依据平台的连接对象和主要功能，将平台分为以下六大类：网络销

售类平台、生活服务类平台、社交娱乐类平台、信息资讯类平台、金融服务类平台、计算应用类平台。

（2）公司及子公司拥有的主要域名、APP、小程序及微信公众号

1）域名

截至本定向发行说明书签署之日，公司及子公司拥有的主要域名及其主要用于如下：

序号	域名持有者	域名	ICP 备案	主要功能/用途	是否存在为双边或多变主体提供交互
1	圣火科技	gdshcm.com	粤 ICP 备 14035207 号	公司宣传	否
2	物码公司	biqr.cn	粤 ICP 备 18036236 号-1		
3		lqrs.cn	粤 ICP 备 18036236 号-4		
4		2qrs.cn	粤 ICP 备 18036236 号-5		
5		3qrs.cn	粤 ICP 备 18036236 号-3		
6		4qrs.cn	粤 ICP 备 18036236 号-2		
7		5qrs.cn	粤 ICP 备 18036236 号-7		
8		7qrs.cn	粤 ICP 备 18036236 号-8		
9		8qrs.cn	粤 ICP 备 18036236 号-9		
10		9qrs.cn	粤 ICP 备 18036236 号-10		
11		10qrs.cn	粤 ICP 备 18036236 号-6	品牌活动推广	

公司及子公司正在使用的域名均为官方网站，主要用于公司信息介绍、服务展示、品牌推广等宣传用途，而非提供双边或多边交互的互联网平台载体或进行互联网平台运营，以赚取运营服务费或线上增值业务服务费。不属于《分级指南》项下的互联网平台，也不是《反垄断指南》《责任指南》定义的“平台”或“平台经营者”。

2）公司及子公司的 APP、小程序及微信公众号

截至本定向发行说明书签署之日，公司及子公司未拥有 APP，拥有的正在使用的微信小程序、微信公众号相关情况如下表所示；公司及子公司未通过如下微信公众号、微信小程序作为第三方平台撮合商户及合作伙伴与其他下游相关方的交易，不存在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，不涉及互联网平台经营。

且根据广东省通信管理局于 2022 年 4 月 7 日发布的《关于增值电信业务经营许可有关

问题的公告》，“企业依托微信、支付宝等互联网平台的小程序、公众号等形式经营业务，且无其他独立运营平台的，无需取得《增值电信业务经营许可证》”。

序号	所有人	名称	属性	主要功能/用途	是否存在为双边或多变主体提供交互
1	公司	圣火科技集团	微信公众号、微信视频号	公司宣传	否
2		圣火科技	微信公众号	公司宣传、品牌营销活动推广	否
3		粤潮圈	微信公众号	品牌营销活动推广	否
4		KSF 畅饮福利社	微信小程序	品牌营销活动推广，并可直接跳转康师傅其他部分微信小程序，作为其便捷入口	否
5	物码公司	物码数据	微信公众号	品牌营销活动推广	否
6		物码数据营销专家	微信公众号	公司宣传	否
7		物码课堂	微信公众号	公司宣传	否
8		陕西百事箱码	微信小程序	品牌营销活动推广	否

3）公司及子公司线上经销相关业务情况

随着互联网电子商务的兴起与品牌方对私域流量的重视，公司在报告期内存在为品牌客户康师傅搭建并运营微信小程序、通过买断的方式直接向消费者销售康师傅饮品的情形。在该类业务中，公司虽涉及通过康师傅微信小程序销售康师傅商品的情形，但该业务具体开展方式系：公司向康师傅采购康师傅品牌饮品后，将商品通过康师傅微信小程序销售给终端消费者进而获得收入，盈利来源为公司线上经销康师傅货品的购销差价。公司该类业务模式为买断式销售，公司属于直接向消费者提供商品的一方，在康师傅小程序不存在第三方商家进驻或按照流量或交易金额抽取佣金的情形，不存在作为第三方平台向自然人、法人及其他市场主体提供商品销售的网络虚拟场所的情形，不存在为交易双方或多方提供网页空间、虚拟经营场所、交易规则、交易撮合、信息发布等服务的情形；不属于按《责任指南》定义的“平台经营者”，公司该类销售行为属于《责任指南》中定义的“平台内经营者”。

公司 2022 年新增的该类业务不涉及销售白酒类产品；2022 年、2023 年 1-6 月分别实现营业收入 89.99 万元、23.00 万元，各期实现的业务收入占公司各期合并报表营业收入比重均不足 1%，不存在垄断协议、限制竞争、滥用市场支配地位等不正当竞争情形。

综上，截至本定向发行说明书签署之日，公司及子公司不属于互联网平台经营者，不涉及互联网平台运营业务。

3、公司及子公司业务资质齐备，符合行业监管要求

（1）公司未因业务开展违法违规而受到有关部门的行政处罚

公司主营业务不属于国家明文规定的特殊经营行业，公司行业相关主管部门的监管政策未对本次发行作出限制性规定。

经检索广州市与上海市公安局、工业和信息化部、国家互联网信息办公室、互联网信息服务投诉平台、广东省通信管理局、国家市场监督管理总局、广州市文化广电旅游局官方网站等网站，截至本定向发行说明书签署之日，公司不存在因业务开展违法违规而受到有关部门行政处罚的情形。

（2）公司及子公司已取得业务开展所需资质

在公司品牌管理服务过程中，公司存在为品牌客户执行或协助执行其代言人见面会、线下演出等活动的情形，但不涉及以公司名义为公众举办现场文艺表演活动的情形。公司按照要求办理了营业性演出许可证及其资质续期手续，现持有广州市文化广电旅游局核发的《营业性演出许可证》（编号：440106120131），许可经营范围为：演出组织、演出营销、演出经纪，有效期至2024年12月16日。

同时，在公司与全资子公司秀飞（上海）文化传播有限公司媒体投放业务中，公司并非具体的广告主或广告发布单位，系为广告主设计、制作广告创意内容、采买媒体资源的广告经营者，根据《中华人民共和国广告法》《国务院关于第四批取消和调整行政审批项目的决定》（国发[2007]33号）等文件的规定，公司开展媒体投放业务无需办理工商登记前置审批手续；公司与秀飞（上海）文化传播有限公司经营范围中已涵盖广告设计、制作相关内容，符合监管要求。且公司持有广东省广告协会下发的《广东一级企业资质（综合服务类）》（编号：GDZZ2022-1YJZH202409-2/9，有效期至2024年9月5日）与中国广告协会下发的《一级广告企业》（综合服务类）（CNAAI 证明商标注册号：9801075，有效期至2026年2月15日）；根据《中国广告业企业资质认定办法（2010 修订）》的规定，该等资质并非国家强制性规定，仅为企业的自主行为。

全资子公司秀飞（上海）文化传播有限公司经营范围中虽涉及“文化艺术交流活动策划，演出经纪”，但其实际主营品牌管理、媒体投放业务，具体体系为品牌客户提供品牌营销活动

方案设计与执行，不涉及通过秀飞（上海）文化传播有限公司名义为公众举办的现场文艺表演活动的情形，不涉及演出经纪活动，无需取得相应资质文件。

物码公司持有《增值电信业务经营许可证》（编号：粤 B2-20200574），许可业务种类：在线数据处理与交易处理业务（仅限经营类电子商务），不含网络借贷信息中介类的互联网金融业务；证书有效期至 2025 年 5 月 11 日。

除上述情形外，自报告期期初至本定向发行说明书签署之日，公司经营范围中虽涉及影视、出版、传播等领域业务，全资子公司一物一码经营范围中虽涉及“音像制品及电子出版物零售”，但公司及全资子公司一物一码实际未开展新闻、出版、广播、电视等领域业务，无需取得相关资质或主管部门审批文件，不存在违规开展影视文化传媒领域相关业务的情形。

因此，自报告期期初至本定向发行说明书签署之日，公司及子公司已取得经营所需的业务资质，未因业务开展违法违规而受到主管部门的行政处罚，业务开展符合主管部门监管要求。且相关主管部门的监管政策未对公司本次发行作出限制性规定，公司本次发行无需履行行业相关主管部门审批备案程序。

4、公司所属行业情况

根据中国证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为租赁和商务服务业（L）-商务服务业（L72）；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属细分行业为租赁和商务服务业（L）-商务服务业（L72）-广告业（L725）。未来，随着公司一物一码信息技术及数据服务业务规模的增长，公司将转型为一家在数字营销、数字零售服务领域具有一定客户资源积累与技术实力的互联网信息服务企业。

（1）行业情况

1）广告营销行业市场规模及发展方向

2021 年中国广告市场规模超过万亿，同比增速超过 11%，随着人工智能等新兴技术的迅速发展，品牌营销获得了新鲜的发展土壤，互联网广告快速崛起，推动中国广告市场规模的持续增长。受宏观经济环境影响，我国 2022 年广告市场整体增长暂停，但随着经济复苏的持续推进，根据 QuestMobile AD INSIGHT 广告洞察数据库相关研究数据，国内广告市场预计在 2023 年重启增长。同时，据前瞻产业研究院预计，到 2027 年广告行业市场规模有望超过 17,000.00 亿元。

随着信息技术的发展，用户使用习惯变化，接受信息的渠道越来越多元，对应地广告主的诉求也在不断迭代。随着移动互联网流量增长见顶，广告主更加意识到品牌的重要性，重新审视品牌的长期价值，品效协同成为新的趋势，品牌更关注用户全场景与全生命周期的触达。品牌建设正在从攻占心智走向构建关系，塑造品牌价值观，重构与消费者之间的关系，注重与消费者实现“品牌共创”，品牌与用户之间保持持续的沟通关系。

2) 数字经济政策红利

国家发布多项政策支持数字经济的发展，这为公司数字营销业务的开展创造了有利的政策环境。

《“十四五”数字经济发展规划》提出到 2025 年，数字经济迈向全面扩展期，数字经济核心产业增加值占 GDP 比重达到 10%，数字化创新引领发展能力大幅提升，智能化水平明显增强，数字技术与实体经济融合取得显著成效，数字经济治理体系更加完善，我国数字经济竞争力和影响力稳步提升。

工业和信息化部、财政部联合印发《开展财政支持中小企业数字化转型试点工作的通知》提出，从 2022 年到 2025 年，中央财政计划分三批支持地方开展中小企业数字化转型试点，打造一批小型化、快速化、轻量化、精准化的数字化系统解决方案和产品，形成一批可复制可推广的数字化转型典型模式。

(2) 公司是否符合国家产业政策和全国股转系统定位

公司主营业务及所处细分领域符合《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》《“十四五”数字经济发展规划》《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》等一系列产业政策的鼓励方向，所提供的产品和服务能够助力品牌企业建立相关产品的质量安全追溯体系，实现数字化管理与升级，为国家鼓励和支持的发展领域，符合全国股转系统的行业定位。

(二) 公司及相关主体是否存在下列情形：

1	公司不符合《非上市公众公司监督管理办法》关于合法规范经营、公司治理、信息披露、发行对象等方面的规定。	否
2	公司存在违规对外担保、资金占用或者其他权益被控股股东、实际控制人严重损害的情形，且尚未解除或者消除影响的。	否
3	董事会审议通过本定向发行说明书时，公司存在尚未完成的普通股、优先股发行、可转换公司债券发行、重大资产重组和股份回购事宜。	否

4	公司处于收购过渡期内。	否
5	公司及其控股股东、实际控制人、控股子公司为失信联合惩戒对象。	否

（三）发行概况

拟发行数量（股）/拟发行数量上限（股）	1,739,500
拟发行价格（元）/拟发行价格区间（元）	5.75
拟募集金额（元）/拟募集金额区间（元）	0~10,002,125.00
发行后股东人数是否超 200 人	否
是否存在非现金资产认购	全部现金认购
是否导致公司控制权发生变动	否
是否存在特殊投资条款	否
是否属于授权发行情形	否

（四）公司近两年及一期主要财务数据和指标

项目	2021 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日	2023 年 6 月 30 日
资产总计（元）	99,165,586.54	110,858,486.57	137,350,490.45
其中：应收账款（元）	32,548,806.59	35,094,528.71	62,063,445.87
预付账款（元）	480,551.09	1,050,657.90	1,507,281.31
存货（元）		126,844.26	48,223.51
负债总计（元）	37,350,096.88	27,508,691.06	42,031,575.01
其中：应付账款（元）	11,913,735.98	13,232,544.45	17,809,502.53
归属于母公司所有者的净资产（元）	61,815,489.66	83,349,795.51	95,318,915.44
归属于母公司所有者的每股净资产（元/股）	3.09	4.17	2.38
资产负债率	37.66%	24.81%	30.60%
流动比率	1.95	4.06	4.22
速动比率	1.88	3.96	4.16

项目	2021年度	2022年度	2023年1月—6月
营业收入（元）	118,562,262.68	123,623,650.18	80,122,131.12
归属于母公司所有者的净利润（元）	14,277,343.75	21,534,305.85	11,969,119.93
毛利率	26.92%	32.78%	28.91%
每股收益（元/股）	0.71	1.08	0.30
加权平均净资产收益率（依据归属于母公司所有者的净利润计算）	25%	29.67%	13.40%
加权平均净资产收益率（依	23.62%	27.67%	12.47%

据归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润计算)			
经营活动产生的现金流量净额(元)	24,847,012.05	29,230,213.43	-9,673,878.36
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	1.24	1.46	-0.24
应收账款周转率	3.22	3.66	1.65
存货周转率	0	1,310.18	650.71

注1：以上资产负债率为合并口径；速动比率=（流动资产-存货）/流动负债。

注2：上述2022年/2022-12-31、2021年/2021-12-31财务报表数据经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计（信会师报字[2023]第ZC10202号、信会师报字[2022]第ZC10112号），审计意见类型为标准无保留。

（五）报告期内主要财务数据和指标变动分析说明

1、资产负债表主要财务数据分析

（1）总资产

2022年末公司总资产110,858,486.57元，较2021年末增加了11,692,900.03元，增长了11.79%，主要原因系：①货币资金期末较期初增加了17,628,738.61元，增长了64.13%；公司2022年度经营性现金流较为健康，通过实时监控与客户和供应商的结算周期，应付、应收账款同向增加，经营性现金流净额与2021年度相比增加约400.00万元；因买卖理财产品产生的投资现金流净额与2021年度相比增加约800.00万元；因2022年度购买固定资产较上年同期减少，导致投资现金流净额与2021年度相比增加约600.00万元；②应收账款期末较期初增加了2,545,722.12元，增长了7.82%，具体详见本内容“（2）应收账款”变动分析。

截至2023年6月30日，公司资产总额为137,350,490.45元，较2022年末增加了26,492,003.88元、增长了23.90%，主要原因系：①期末应收账款金额有大幅增加，具体详见本内容“（2）应收账款”变动分析；②其他流动资产期末较期初增加3,489,335.18元，增长率410.95%，因公司信息技术服务类业务在技术开发工作完成并上线、经客户验收之后存在一定的运营周期（一般为3-6个月），运营期间的成本计入合同履约成本，导致其他流动资产增加。

（2）应收账款

2022年末公司应收账款账面价值35,094,528.71元，较2021年末增加2,545,722.12元，

增长了7.82%，主要原因系：2022年度，公司信息技术及数据服务业务规模提升，公司营业收入较2021年度增加了5,061,387.50元。

2023年6月30日，公司应收账款账面价值为62,063,445.87元，较上年末增加26,968,917.16元，增长率76.85%，主要原因系：①2023年1-6月公司业务有显著增长，具体详见本内容“2、利润表主要财务数据分析”之“（1）营业收入”相关内容；②公司各类业务服务收入的确认与收款时点安排详见本定向发行说明书“一、基本信息”之“（一）公司概况”中的“1、公司主要业务模式及主营产品、服务情况”相关内容，且公司在与客户确定结算金额后，一般给予客户3个月的信用账期；公司2023年4-6月实现销售收入约5,300.00万元，其中已实现的业务收入大部分尚未到收款期，导致公司2023年6月末应收账款期末金额大幅增加。现阶段，公司应收账款回款情况良好，2023年7-9月已收到回款5,425.89万元。

（3）预付账款

2022年末公司预付账款账面价值为1,050,657.90元，较2021年末增加了570,106.81元，增长率118.64%，截止2023年6月30日公司预付款项账面价值为1,507,281.31元，较上年末增长43.46%。报告期内，公司预付账款变动的主要原因系：公司业务量逐期增加，部分项目需要支付预付款。

（4）存货

2022年末公司存货账面价值为126,844.26元，较2021年末增加了126,844.26元，主要原因系：①公司2021年末涉及小程序商城商品经销业务，为客户提供的品牌管理、信息技术及数据服务、媒体投放业务等业务不涉及存货，因此2021年末存货账面价值为0.00元；②2022年新增了小程序商城售卖饮品业务，相关业务模式详见本定向发行说明书“一、基本信息”之“（一）公司概况”之“3、公司不属于互联网平台经营者”中相关内容，公司与康师傅签署了线上经销协议，存在小程序商城饮品售卖业务的开展进行采购备货的情形，导致期末库存商品增加。

截止2023年6月30日公司存货账面价值为48,223.51元，较2022年末减少78,620.75元，主要原因系：①综合商品保质期、库存与销量等因素，公司2023年调整该类业务备货策略，在消耗2022年库存的基础上，结合上月实际销售量确定当月备货量，优化采购备货管理；②商城持续运营，随着销售的实现，库存有所减少。

（5）负债总计

2022年末公司负债总计为27,508,691.06元，较2021年末减少9,841,405.82元，减少了26.35%，主要原因系：公司2022年度短期借款、一年内到期的长期借款减少，2022年归还了2021年的银行贷款1,000.00万元，导致期末负债总额减少。

截止2023年6月30日，公司负债总计为42,031,575.01元，较上年末增加14,522,883.95元，增长率52.79%，主要原因系：①2023年第二季度公司新增1,000.00万元银行贷款；②2023年1-6月，公司业务量较上期有所增加导致应付供应商结算款增加约450.00万元；上述两方面因素导致负债总额有所增加。

（6）应付账款

2021年末、2022年末及2023年6月末，公司应付账款期末账面价值分别为11,913,735.98元、13,232,544.45元、17,809,502.53元；2023年6月末应付账款账面价值较上年末增加4,576,958.08元，增长率34.59%；2022年末较2021年末增加1,318,808.47元，增长率11.07%。近两年公司应付账款均有增加，主要系因为公司整体业务量持续增长，导致应付供应商结算款的增加。

（7）归属于母公司所有者的净资产及归属于母公司所有者的每股净资产

2023年6月末归属于母公司所有者的净资产和每股净资产分别较上年末增加14.36%、-42.93%，2022年末归属于母公司所有者的净资产和每股净资产分别较上年末增加34.84%、34.95%；净资产保持稳定增长主要因为公司延续了较好的发展趋势，业绩保持增长带来的经营积累所致；2023年6月末公司每股净资产减少是：公司进行了2022年年度权益分派，以公司总股本20,000,000股为基数，向全体股东每10股送10股，分红前总股本20,000,000股，分红后总股本增至40,000,000股，故导致每股净资产减少。

（8）资产负债率

由于公司整体业务量的增加，公司的资产规模及负债规模均保持稳步的增长，但公司资产负债率整体均处于较低水平：2021年末资产负债率为37.66%，2022年末为24.81%，2023年6月30日为30.60%。2022年末资产负债率相对较低主要是因为归还银行借款导致负债总额减少，2023年6月末资产负债率有小幅回升主要也是因为公司当期新增银行借款，具体详见本内容“（5）负债总计”变动分析。

（9）流动比率和速动比率

2021年末流动比率为1.95，2022年末流动比率为4.06，增长率为108.21%，主要原因系：

①公司业务量增加带来货币资金和应收账款的增加，导致流动资产增加约1,569.00万元；②公司2022年归还了银行借款导致流动负债减少1,500.00万元。同时，公司主营业务不涉及大量库存商品，公司速动比率与同期流动比率数值差异较小、变动趋势一致。

公司2023年6月末较2022年末流动比率和速动比率均整体保存较为稳定的态势，因为业绩的增长应收账款和应付账款均有一定幅度的增长，综合导致公司2023年6月末的流动比率和速动比率与上期相比较为稳定。具体详见本内容“（2）应收账款”变动分析，以及“（5）负债总计”变动分析。

2、利润表主要财务数据分析

（1）营业收入

公司2023年1-6月营业收入较上年同期增长24,705,738.24元，增长率44.58%，主要原因系：①2023年公司新增线上媒介资源采买业务和O2O渠道整合营销业务，合计贡献营收约1,250.00万元；其中媒介资源采买业务主要是根据客户品牌推广策略进行电商渠道资源的采买并进行电商渠道媒体推广活动；公司O2O（Online to Offline，即线上线下融合）渠道整合营销业务主要是通过美团、饿了么等合作的O2O平台为客户提供整合营销策略及营销方案，并负责推广活动的落地完成；②原有品牌管理业务、信息技术及数据服务业务增加营收约1,150.00万元。

公司2022年度营业收入较2021年度增长约506.00万元，增长率4.27%，增加的主要为信息技术及数据服务类业务收入。

（2）归属于母公司所有者的净利润及毛利率

2022年归属母公司净利润度较上年同期增长7,256,962.10元，增长率50.83%，主要是因为信息技术及数据服务类业务营业收入增长及利润贡献，2022年公司营业收入的具体业务构成如下：

单位：人民币元

类别/项目	2022 年营业收入	营业收入占比	毛利率	营业收入比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
品牌管理	52,222,456.41	42.24%	15.99%	-20.96%	-16.94%
信息技术及数据服务	62,413,137.28	50.49%	47.58%	51.30%	92.50%
媒体投放	8,988,056.49	7.27%	27.64%	-20.05%	152.42%

合 计	123,623,650.18	100%	32.78%	4.27%	21.77%
-----	----------------	------	--------	-------	--------

从上表可知，2022年公司的信息技术及数据服务业务营收增长幅度较大，该部分业务前期存在较大的硬件设备投入及研发投入，当设备产能逐步提升、技术服务业务量逐步释放的过程中会存在边际成本递减的情况，因此毛利率会有所提升。其中，受外部环境影响与品牌客户营销推广策略的影响，公司2022年地标性大屏、大牌广告收入比2021年增长13%左右；且地标性大屏大牌广告业务毛利率相对较高，平均毛利在30%左右，因此导致公司2022年媒体投放业务毛利率大幅增加。

2023年1-6月，公司营业收入同比增长44.58%，各项业务相较于2022年同期均有不同程度的增长，其中品牌管理类业务增幅达109.05%，具体统计数据如下：

单位：人民币元

类别/项目	2023年1-6月营业收入	营业收入占比	毛利率	营业收入比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
品牌管理	36,822,905.99	45.96%	12.10%	109.05%	15.31%
信息技术及数据服务	38,210,604.06	47.69%	46.42%	10.70%	19.94%
媒体投放	5,088,621.07	6.35%	19.10%	54.85%	-24.95%
合 计	80,122,131.12	100%	28.91%	44.58%	-0.14%

公司2023年1-6月净利润的增加主要是因为当期营业收入的增长，具体原因系：得益于市场的回暖，2023年1-6月品牌管理类业务和媒体投放类业务营收均有显著增加，毛利率与上年同期相比有小幅波动，相对稳定。

(3) 每股收益

公司2022年度每股收益较2021年度增加0.37元，增长率52.11%，主要是由于公司2022年净利润增加所致。

公司2023年业绩显著增加但每股收益较上年同期减少了14.29%，主要是由于公司进行了2022年年度权益分派，公司股本由20,000,000股增加至40,000,000股，故导致每股收益减少。

(4) 加权平均净资产收益率及扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率

公司报告期内各期加权平均净资产收益率的变动情况如下：①2022年净利润较2021年同比增长50.83%，2022年末归属于挂牌公司股东的净资产较上年末增长34.84%，净利润增长幅度大于净资产增长幅度，因此2022年加权平均净资产收益率较2021年有所提高。②2023年6月末归属

于挂牌公司股东的净资产较上年末增加14.36%，当期净利润数据仅涵盖上半年度，从而导致净资产收益率跟上年度相比有所降低。具体详见本内容“（2）归属于母公司所有者的净利润及毛利率”及“（3）每股收益”的变动说明。

（5）经营活动产生的现金流量净额和每股经营活动产生的现金流量净额

2022年度公司经营活动产生的现金流量净额为29,230,213.43元，较2021年增加4,383,201.38元，增长率为17.64%，主要减少的是购买商品接受劳务支付的现金，因为公司陆续在筛选更优质的供应商，部分供应商可以给予公司更长的结算账期，故导致经营活动产生的现金流量净额增加。

公司2023年1-6月经营活动产生的现金流量净额为-9,673,878.36元，较前两年度有大幅减少，较上年同期减少-159.09%，主要是因为2023年第二季度公司实现营业收入约5,300.00万元，较上年同期有较大幅度的增长，这部分业务均尚未到收款期，而公司业务仍然存在一定比例的垫款，导致公司当期经营性现金流为负。

每股经营活动产生的现金流量净额变动原因与上述经营活动产生的现金流量净额变动原因基本一致。且公司在2023年上半年完成了2022年度权益分派，公司总股本由2022年末的20,000,000股增加至40,000,000股，进一步导致公司2023年每股经营活动产生的现金流量净额绝对值下降。

（6）应收账款周转率与存货周转率

2022年度应收账款周转率为3.66，较上年度提高13.66%，主要原因为收入保持增长，收入增长幅度大于平均应收账款余额增幅，导致应收账款周转更快。

公司2023年6月30日应收账款周转率为1.65，较上年同期的1.64保持稳定态势。

公司2021年无存货周转率相关数据；2022年开始公司新增自销饮品售卖业务，2022年、2023年1-6月，公司存货周转率分别为1,310.18、650.71。2023年1-6月存货周转率降低的原因系：当期营业成本未经年化处理，较2022年度大幅降低；而公司2022年末、2023年6月末存货平均余额分别为6.34万元、8.71万元，两者相差不大。

二、发行计划

（一）发行目的

本次定向发行由发行对象以现金方式认购，募集资金拟用于补充公司流动资金，支持公司主营业务发展，扩大公司业务范围和规模，增强公司盈利能力和抗风险能力。

（二）优先认购安排

1、公司章程对优先认购安排的规定

《公司章程》未对公司现有股东的优先认购安排作出规定。

2、本次发行优先认购安排

公司第四届董事会第四次会议、第四届监事会第三次会议分别审议通过了《关于在册股东不享有本次股票发行优先认购权的议案》，明确本次发行在册股东无优先认购安排。前述议案尚需提交公司股东大会审议。

（三）发行对象

本次发行属于发行对象不确定的发行。**截至本定向发行说明书签署之日，公司本次发行认购对象已全部确定。**

1、本次发行对象的范围和确定方法

本次发行对象范围为符合《公司法》《公众公司办法》以及《投资者适当性管理办法》等规定的合格投资者，且在进行认购时不得属于失信联合惩戒对象。本次发行对象拟为与公司及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系的外部投资者，不涉及公司的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及现有在册股东。本次股票发行对象预计不超过 10 名；本次发行后，公司股东人数预计不超过 200 人。公司将结合自身发展规划，以优先选择了解公司业务及行业未来发展趋势，与公司战略规划匹配度较高，认同公司未来的战略规划，愿意与公司共同成长的投资者为原则，综合考虑认购数量、认购对象的类型、认购对象履行程序的完备性、认购对象资金来源等确定最终发行对象；具体范围包括符合前述要求的外部自然人合格投资者、上下游业务合作机构、私募投资机构等。

公司承诺本次发行不会采用广告、公开劝诱、变相公开等公开路演的方式确定发行对象。

2、发行对象的范围是否符合投资者适当性要求

本次股票发行对象应不属于《监管规则适用指引——非上市公众公司类第 1 号》规定的单纯以认购股份为目的而设立的，不具有实际经营业务的持股平台。如认购对象属于私募股权基金、资产管理计划等接受证监会监管的金融产品，须按规定完成相关核准、备案程序并充分披露信息。

3、发行对象的确定及基本情况

2023 年 12 月 21 日，全国股转公司出具了《关于同意广东圣火传媒科技集团股份有限公司股票定向发行的函》（股转函【2023】3355 号）（以下简称“定向发行的同意函”）。公司取得定向发行的同意函后，及时确定具体发行对象，本次股票发行对象共 2 名，均为新增股东，合计拟认购公司 173.95 万股股票，拟募集资金不超过 10,002,125.00 元。前述认购对象拟认购股份数量、认购资金虽与公司第四届董事会第四次会议、第四届监事会第三次会议及 2023 年第三次临时股东大会审议通过的拟发行股份数量上限、募集资金上限存在差额，但未超过已经审定的上限要求，且发行对象范围及确定方法、发行价格、现有股东优先认购安排均未涉及调整，按照《全国中小企业股份转让系统股票定向发行业务规则适用指引第 1 号》的相关规定，本次认购对象拟认购数量、认购金额的调整不构成本次发行的重大调整，无需经公司董事会、监事会、股东大会重新审议。

截至本定向发行说明书签署之日，公司本次发行对象认购信息具体如下所示：

认购信息：

序号	发行对象	发行对象类型			认购数量 (股)	认购金额 (元)	认购方式
1	王丽芬	新增投资者	自然人投资者	其他自然人投资者	87.00	500.25	现金
2	开源证券	新增投资者	非自然人投资者	其他企业或机构	86.95	499.9625	现金
合计	-	-			173.95	1,000.2125	-

注：最终认购数量以上表投资者实际缴款为准，未认购部分视同放弃。

发行对象基本情况如下：

（1）王丽芬

王丽芬，女，中国国籍，1986 年 10 月出生，无境外永久居留权，现从事投资活动；已开立全国股转系统证券账户，为股转一类合格投资者。

（2）开源证券

统一社会信用代码	91610000220581820C
企业类型	股份有限公司（非上市、国有控股）
法定代表人	李刚
成立日期	1994 年 2 月 21 日

营业期限	1994 年 2 月 21 日至无固定期限
注册资本	461,374.5765 万元人民币
注册地址	陕西省西安市高新区锦业路 1 号都市之门 B 座 5 层
经营范围	证券经纪；证券投资咨询；与证券交易、证券投资活动有关的财务顾问；证券承销与保荐；证券自营；证券资产管理；融资融券；证券投资基金销售；代销金融产品；为期货公司提供中间介绍业务（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）
登记机关	西安市市场监督管理局高新区分局
与公司及公司股东、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系	否

开源证券具备证券自营资格，符合《公众公司办法》《投资者适当性管理办法》的有关规定。

4、发行对象的投资者适当性情况

本次发行对象符合《公众公司办法》《投资者适当性管理办法》的要求；本次发行对象不属于《全国中小企业股份转让系统诚信监督管理指引》中规定的失信联合惩戒对象；不属于《监管规则适用指引——非上市公众公司类第 1 号》所定义的持股平台，亦不属于私募投资基金管理人或私募投资基金；本次发行对象均为新增投资者，不涉及核心员工；本次发行对象均符合中国证监会及全国股转公司关于投资者适当性制度的有关规定。

5、发行对象关联关系与认购资金来源

截至本定向发行说明书签署之日，本次发行对象与公司、公司股东及公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系；其认购资金来源为发行对象自有资金，不存在他人代为缴款情形，不存在非法募集他人资金进行投资的情形，资金来源合法合规。公司未向发行对象提供任何形式的财务资助或担保。

（四）发行价格

本次发行股票的价格为5.75元/股。

1、关于定价合理性的说明

（1）每股净资产及每股收益

根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2023]第ZC10202号标准无保留意见的《审计报告》，截至2022年12月31日，公司归属于挂牌公司股东的净资产合计为

83,349,795.51元，归属于挂牌公司股东的净利润为21,534,305.85元，归属于挂牌公司股东的每股净资产为4.17元，每股收益为1.08元。

2023年5月9日，公司召开2022年年度股东大会，审议通过《公司2022年度利润分配方案》的议案，以公司总股本20,000,000股为基数，向2023年5月31日收市后登记在册的全体股东每10股送红股10股。按照前述送股后的新股本40,000,000股摊薄计算，2022年度，公司实施权益分派后归属于挂牌公司股东的每股净资产为2.08元、每股收益为0.54元。

根据公司披露的《2023半年度报告》（未经审计），截至2023年6月30日，公司归属于挂牌公司股东的净资产为95,318,915.44元，归属于挂牌公司股东的净利润为11,969,119.93元，归属于挂牌公司股东的每股净资产为2.38元，每股收益为0.30元。

本次拟发行价格为5.75元/股，不低于公司每股净资产、亦高于复权后的每股净资产。

（2）报告期内的权益分派

公司2022年度权益分派事宜已在本次发行前执行完毕，本次发行价格已充分考虑前述权益分派的影响，前述权益分配事宜未对本次发行价格产生影响。

（3）二级市场交易价格

根据Choice金融终端每日行情数据统计，本次发行董事会召开日前60个交易日，公司未发生股票交易，无二级市场参考价格。

（4）同行业挂牌公司市盈率情况

公司的主营业务涵盖品牌管理与信息技术及数据服务等板块。因此公司综合选取了所处行业为商务服务业及虽行业分类属于互联网和相关服务、但主营业务涵盖广告营销业务的可比公司作为参考，经筛选，2021年至本定向说明书签署之日，公司可比挂牌公司实施股票发行的相关情况具体如下表所示：

单位：元；元/股

证券代码	证券简称	发行价格	市盈率	发行阶段	定向发行说明书首次公告日	是否适用股份支付
872857.NQ	时刻互动	5.00	9.26	认购完成	2023.5.26	否
873872.NQ	智胜传媒	1.50	12.50	完成	2022.12.26	否
873696.NQ	捷瑞数字	20.00	38.46	完成	2022.6.7	否
839629.NQ	华糖云商	10.00	14.93	完成	2022.1	否

835034.NQ	化龙网络	9.66	9.76	完成	2022.1.21	否
873416.NQ	聚脉文化	19.80	11.38	完成	2021.12.10	否
872139.NQ	网娱互动	5.00	9.62	完成	2021.12.9	否
871418.NQ	中尚传媒	6.00	4.05	完成	2021.10.26	否
可比公司平均市盈率						13.75

注1：上表中发行市盈率=发行价格/定向发行说明书披露时最近一年每股收益，披露当时未披露年度报告的，按年度报告每股收益重新计算。

注2：在筛选可比公司时，剔除了定向发行说明书披露时最近一年每股收益为负及披露当时未披露年度报告的，后续年度报告每股收益为负的公司。

结合公司此次发行价格及公司最近一个会计年度经审计的每股收益进行测算，公司本次发行的市盈率为5.32倍，摊薄后的市盈率为10.65倍，摊薄后的市盈率与上述样本市盈率平均数未存在显著差异，且公司摊薄前、摊薄后市盈率均在上述样本市盈率数值范围内。

可见，相较于可比挂牌公司，公司本次发行价格对应的市盈率在相对合理区间内，本次发行定价不存在显失公允的情形。

（5）前次发行价格

公司自挂牌以来截至本发行说明书签署之日，未发行过股票，故不存在前次发行价格。

综上，公司本次发行价格综合考虑了宏观经济环境、公司所处行业、公司成长性、每股净资产、二级市场交易价格、同行业挂牌公司市盈率等多方面因素，并与有意向的投资者充分沟通后所确定，具有合理性。

2、本次发行不适用股份支付

根据《企业会计准则第11号——股份支付》规定，股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务或商品而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。公司本次股票发行不适用股份支付准则进行会计处理，具体原因如下：

（1）本次发行**共两名认购对象**，为与公司及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系的外部投资者，不涉及公司的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及现有在册股东；

（2）本次发行的目的在于募集资金用于补充流动资金，保障公司经营目标和未来发展战略的实现。公司向符合投资者适当性管理规定的外部投资者发行股份，并非以激励员工或

获取职工以及其他方服务为目的；

（3）本次股票发行价格高于归属于挂牌公司股东的每股净资产，系综合考虑公司所处行业、公司成长性、每股净资产、二级市场交易价格、同行业挂牌公司市盈率等多方面因素确定，不存在显失公允的情形，具有合理性。

因此，本次股票发行不适用股份支付会计准则相关规定。

3、本次发行自董事会决议日至新增股票登记日期期间的除权、除息事项

公司在董事会决议日至新增股票登记日期间预计不会发生除权、除息情况，不会导致发行数量和发行价格进行相应调整。

（五）发行股票数量及预计募集资金总额

本次发行股票的种类为人民币普通股。截至本定向发行说明书签署之日，公司本次发行认购对象已全部确定。本次发行认购对象共计 2 名，本次发行股票不超过 1,739,500 股，预计募集资金总额不超过 10,002,125.00 元。

本次发行的认购方式为发行对象以现金方式认购，具体发行的股份数量和募集资金总额以实际认购结果为准。

（六）限售情况

序号	名称	认购数量 (股)	限售数量 (股)	法定限售数量 (股)	自愿锁定数量 (股)
1	王丽芬	870,000	0	0	0
2	开源证券	869,500	0	0	0
合计	-	1,739,500	0	0	0

截至本定向发行说明书签署之日，公司本次发行认购对象已全部确定。上述认购对象均非公司董事、监事、高级管理人员，不涉及法定限售情形；且根据其出具的书面声明文件，公司本次发行认购对象均未对其所认购公司股份作出自愿限售安排。

综上，公司本次发行不涉及法定限售情况，亦无自愿限售的安排。

（七）报告期内的募集资金使用情况

报告期内，公司不存在使用募集资金的情况。

（八）本次募集资金用途及募集资金的必要性、合理性、可行性

募集资金用途	拟投入金额（元）
补充流动资金	10,002,125.00
偿还借款/银行贷款	0
项目建设	0
购买资产	0
其他用途	0
合计	10,002,125.00

本次募集资金的使用主体为公司，本次募集资金将用于补充流动资金。

1. 募集资金用于补充流动资金

本次发行募集资金中有 10,002,125.00 元拟用于补充流动资金。具体明细如下：

序号	预计明细用途	拟投入金额（元）
1	支付供应商采购款	10,002,125.00
合计	-	10,002,125.00

公司本次发行募集资金将用于补充流动资金，具体明细用途为支付供应商采购款。

公司取得全国股转公司出具的定向发行同意函后，及时确定发行对象和发行价格，因本次确定对象认购金额上限不足募集资金上限，募集资金使用用途及拟投入金额上限根据目前确定对象的认购上限调整为 10,002,125.00 元，并优先用于支付供应商采购款。根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司持续监管指引第 3 号——募集资金管理》第十二条第二款的规定，募集资金用于补充流动资金的，在采购原材料、发放职工薪酬等具体用途之间调整金额或比例不属于变更募集资金用途。

因此，公司本次根据实际情况对补充流动资金明细用途及其分配募集资金金额的调整，不构成募集资金用途变更，无需重新履行董事会、股东大会审议程序。

2. 请结合募集资金用途，披露本次发行募集资金的必要性、合理性、可行性

近年来公司一直处于稳步发展阶段，随着公司后续业务规模的扩大，流动资金需求也在增长。公司 2021 年及 2022 年平均营业收入为 121,092,956.43 元，平均经营活动现金流出为 110,730,982.69 元，占营业收入比重为 91.44%。2023 年 1-6 月，公司营业收入同比较增

长 44.58%；随着公司业务规模的不断扩大，主要材料与服务等采购支出、人工成本、税费支出等也将相应增长，预计公司 2023 年及后续日常运营的资金压力也将进一步加大，需要补充流动资金，增强公司的持续盈利能力。

具体情况如下表所示：

单位：人民币元

项目	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2021、2022 年度平均
购买商品、接受劳务支付的现金	52,749,867.65	74,826,267.13	90,294,440.99	82,560,354.06
支付给职工以及为职工支付的现金	10,618,262.00	18,960,170.80	14,426,144.04	16,693,157.42
支付的各项税费	3,249,421.20	4,956,068.56	4,717,890.83	4,836,979.70
支付其他与经营活动有关的现金	5,668,823.17	4,200,752.06	9,080,230.96	6,640,491.51
经营活动现金流出小计	72,286,374.02	102,943,258.55	118,518,706.82	110,730,982.69
营业收入	80,122,131.12	123,623,650.18	118,562,262.68	121,092,956.43
经营活动现金流出/营业收入	90.22%	83.27%	99.96%	91.44%

公司 2022 年和 2021 年购买商品、接受劳务平均现金支出为 82,560,354.06 元，公司 2023 年 1-6 月购买商品、接受劳务现金支出 52,749,867.65 元，预计随着业务规模的增长，公司全年度购买商品、接受劳务现金支出将有所增加，公司后续运营对流动资金亦有持续需求，本次募集资金拟将其中 10,000,002.00 元用于支付供应商采购款，将能够有效缓解公司经营过程中的资金压力，为业务规模扩张提供资金支持，进一步提升公司盈利能力。

综上，本次发行股票募集资金符合公司运营的合理需求，有助于缓解公司经营规模过程中的资金压力，增强资本实力，降低财务风险，促进公司长期可持续发展，具有必要性、合理性，符合公司与全体股东的利益。

且上述募集资金用于公司主营业务，公司本次定向发行募集资金不涉及用于持有交易性金融资产、其他权益工具投资、其他债权投资或借予他人、委托理财等财务性投资，不涉及直接或者间接投资于以买卖有价证券为主营业务的公司，不涉及用于股票及其他衍生品种、可转换公司债券等的交易，不涉及通过质押、委托贷款或其他方式变相改变募集资金用途。

不涉及投向房地产理财产品，购买住宅类房产或从事住宅房地产开发业务，进行房地产投资，购置工业楼宇或办公用房，宗教投资的情形。上述募集资金的使用具有可行性。

（九）本次发行募集资金专项账户的设立情况以及保证募集资金合理使用的措施

- 1、募集资金内控制度、管理制度的建立情况
- 2022 年 4 月 6 日，公司第三届董事会第十次会议审议通过《关于制定〈公司募集资金管理制度〉的议案》；2022 年 4 月 27 日，公司 2021 年年度股东大会审议通过了前述议案。2023 年 11 月 9 日，公司召开的第四届董事会第四次会议，审议通过了《修订募集资金管理制度的议案》，结合全国股转系统最新业务规则对该制度进行了修订；相关议案尚需提交公司股东大会审议。公司《募集资金管理制度》涵盖了募集资金存储、使用、监管和责任追究等方面的内部控制制度，明确了募集资金使用的分级审批权限、决策程序、风险控制措施及信息披露要求。
- 2、募集资金专项账户的开立情况
- 公司第四届董事会第四次会议、第四届监事会第三次会议审议通过了《关于设立募集资金专项账户并签订〈三方监管协议〉的议案》。公司董事会将为本次发行批准设立募集资金专项账户，该募集资金专项账户作为认购账户，仅用于存放募集资金，不得存放非募集资金或用于其他用途。
- 3、签订募集资金三方监管协议的相关安排
- 公司本次定向发行将严格按照规定设立募集资金专项账户，并在本次发行认购结束后与主办券商、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，切实履行相应决策监督程序、风险控制措施及信息披露义务，保证专款专用。

（十）是否存在新增股票完成登记前不得使用募集资金的情形

1	公司未在规定期限或者预计不能在规定期限内披露最近一期定期报告。	否
2	最近 12 个月内，公司或其控股股东、实际控制人被中国证监会采取行政监管措施、行政处罚，被全国股转公司采取书面形式自律监管措施、纪律处分，被中国证监会立案调查，或者因违法行为被司法机关立案侦查等。	否

（十一）本次发行前滚存未分配利润的处置方案

本次股票发行前公司资本公积、滚存未分配利润，由发行后新老股东按照本次发行完成后的比例共同分享。

（十二）本次发行是否需要经中国证监会注册

根据《公众公司办法》第四十九条规定：“股票公开转让的公众公司向特定对象发行股票后股东累计超过二百人的，应当持申请文件向全国股转系统申报，中国证监会基于全国股转系统的审核意见依法履行注册程序。股票公开转让的公众公司向特定对象发行股票后股东累计不超过二百人的，中国证监会豁免注册，由全国股转系统自律管理。”

本次发行前公司股东人数为3人，其中包括自然人股东1名、机构股东2名。**截至本定向发行说明书签署之日，公司已确定本次发行对象为2名新增投资者，包括新增自然人投资者1名、新增机构投资者1名，故本次发行后股东人数预计为5人，不会超过200人。**

综上，公司本次发行后股东人数累计不超过200人，属于《公众公司办法》规定的证监会豁免注册的情形，由全国股转公司自律审核，无需经中国证监会注册。

（十三）本次定向发行需要履行的国资、外资等相关主管部门的审批、核准或备案的情况

公司不属于外商投资企业、不属于国有投资企业，因此本次发行公司无需履行国资、外资等主管部门的审批、核准或备案的程序。

截至本定向发行说明书签署之日，公司已确定本次发行对象为2名新增投资者，其中：

（1）王丽芬为境内自然人投资者，无需履行国资、外资等相关主管部门的审批、核准或备案程序；（2）本次发行对象开源证券虽为国有控制企业，实际控制人为陕西省人民政府国有资产监督管理委员会，根据《证券公司证券自营业务指引》及其公司内部规定，此次认购公司股票不属于做市股份，开源证券已按照其内部投资决策流程履行相关程序，不涉及履行国资、外资等相关主管部门的审批、核准或备案程序。

综上，公司本次发行无需履行国资、外资等主管部门审批、核准或备案等程序；本次发行对象确定后，公司发行相关申请文件尚需全国股转系统进一步自律审查。

（十四）挂牌公司股权质押、冻结情况

截至本定向发行说明书签署之日，公司股东股权不存在质押、冻结情况。

三、非现金资产认购情况/募集资金用于购买资产的情况

本次发行不涉及非现金资产认购，不涉及募集资金用于购买资产。

四、本次定向发行对申请人的影响

（一）本次定向发行对公司经营管理的影响

公司本次定向发行后，公司股本规模及股权结构将发生变化，但发行对象持有公司权益预计不超过公司发行后总股本的**4.17%**，不会导致公司控制权、治理结构及主营业务等发生变化，不会对公司的日常经营产生重大影响。本次发行将增加公司流动资金，有利于保障公司长期稳定发展，从而增强公司的综合竞争力，为公司后续发展带来积极影响。

（二）本次定向发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

1、对财务状况的影响

本次定向发行后，公司资产总额与净资产额将同时增加，公司资本结构更趋稳健，公司的资金实力将得到有效提升，营运资金将得到有效补充，为公司后续发展提供有效的保障。

2、对盈利能力的影响

本次定向发行后，公司资本实力增强，为公司各项业务的快速、稳健、可持续发展奠定资本基础，促进公司进一步实现规模扩张和业务拓展，提升公司的市场竞争力以及盈利能力，有助于促进公司营业收入和利润水平的增长。

3、对现金流量的影响

本次定向发行后，公司筹资活动现金流入将同比增加，募集资金将用于补充流动资金，有助于满足公司业务发展需求并促进公司产生经营活动产生现金流量。

（三）公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等变化情况

截至本定向发行说明书签署之日，本次发行对象已确定：本次发行对象为与公司及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系的外部投资者。且本次发行前后，公司控股股东不会发生变化。

因此，本次发行后，公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易

及同业竞争等**不会**发生变化。

（四）发行对象以资产认购公司股票的，是否导致增加本公司债务或者或有负债

本次发行要求发行对象全部以现金认购公司本次发行的股票，不存在以资产认购公司股票的情形。

（五）本次定向发行前后公司控制权变动情况

本次发行对象为与公司及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系的外部投资者，不涉及公司的控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及现有在册股东。本次定向发行不会导致公司控制权发生变动；本次发行前后，公司实际控制人仍为钟坚、罗新燕，公司第一大股东仍为福缘正德。

本次定向发行前后，公司实际控制人、第一大股东持股数量及持股比例变化情况如下表所示：

类型	名称	本次发行前		本次发行 认购数量 (股)	本次发行后（预计）	
		持股数量 (股)	持股比例		持股数量 (股)	持股比例
实际控制人	钟坚、罗新燕	35,420,000	88.55%	0	35,420,000	84.86%
第一大股东	广东福缘正德投资有限公司	32,780,000	81.95%	0	32,780,000	78.53%

注：上表中实际控制人的持股数量、持股比例已合并计算两人持股数量及持股比例。

本次定向发行前，福缘正德直接持有公司股票 32,780,000 股，持股比例为 81.95%，为公司第一大股东、控股股东。本次发行后，福缘正德所持公司股份数量不变，持股比例变为 **78.53%**，仍为公司第一大股东、控股股东。

同时，福缘正德为钟坚个人独资公司，钟坚配偶罗新燕在公司机构股东秀飞投资中占有 36.6667% 的财产份额。本次定向发行前，钟坚通过福缘正德间接持有公司 81.95% 的股权，其配偶罗新燕通过秀飞投资间接持有公司 6.60% 的股权；二人合计间接持有公司 88.55% 的股

权；且钟坚担任公司董事长、总经理，可对公司日常经营管理决策产生重大影响；二人为公司实际控制人。本次发行后，钟坚通过福缘正德、罗新燕通过秀飞投资间接持有公司的股权数量及钟坚在公司的任职情况保持不变，二人合计间接持有公司 84.86%的股权，仍为公司实际控制人。

综上，本次定向发行未导致实际控制人、控股股东、第一大股东发生变化。

（六）本次定向发行对其他股东权益的影响

本次股票发行后，公司的总资产、净资产规模均有一定幅度的提升，资产负债率进一步下降，财务结构得以优化，有利于保障公司长期稳定发展，对其他股东或其他类别股东权益有积极影响。

（七）本次定向发行相关特有风险的披露

1、本次定向发行已取得全国股转公司出具的定向发行同意函，但本次发行对象确定后，公司按照要求更新的定向发行说明书等文件尚待全国股转公司进一步审查，公司完成本次发行新增股份登记的时间存在不确定性。

2、本次定向发行募集资金用于补充流动资金，公司的运营资金会增加，公司净资产和股本规模亦将随之扩大，但募集资金未直接用于快速产生经济效益的项目，其经济效益除节约财务费用外，无法直接体现，因此不排除发行后公司即期每股收益将被摊薄的可能。

3、实际控制人控制不当的风险。截至本定向发行说明书签署之日，公司实际控制人钟坚、罗新燕夫妇二人合计间接持有公司 88.55%的股权，公司控制权高度集中，公司实际控制人可能通过行使股东表决权、直接参与公司人事、财务、经营决策等方式对公司实施不当控制，从而损害公司及其他股东的利益，存在实际控制人控制不当的风险。

4、对主要客户依赖风险。报告期内公司客户相对集中，如因经营环境变化导致客户的经营环境恶化，或者其自身出现流动性问题，则将对本公司的销售和回款产生一定不利影响。

5、业务规模扩张和转型升级的风险。近年来公司业务不断扩张，相继开拓了互联网开发及运营、零售数字化建设等板块，业务区域上从华南、华东地区拓展至西南、西北地区。公司在管理模式、人才储备、技术（设计）创新、资金周转、渠道拓展及市场开拓等方面将面临更大的挑战。

五、本次发行相关协议的内容摘要

（一）附生效条件的股票认购合同的内容摘要

1. 合同主体、签订时间

甲方：圣火科技

乙方：王丽芬、开源证券

签署时间：2024年1月18日

2. 认购方式、支付方式

认购方式：现金认购；

支付方式：“乙方同意按照本协议第2.1条约定之价格及第2.3条约定之认购款总金额认购本次甲方定向发行的股票，并于本协议生效后按照甲方《股票发行认购公告》规定的认购款缴纳时限要求，以现金方式一次性将全部认购款划入甲方为本次发行专门开立的账户。”

3. 合同的生效条件和生效时间

（1）生效条件

“6.2 本协议在下列条件均得到满足之日起生效：

（1）本次发行及本协议经甲方董事会审议并获得批准、形成有效决议；

（2）本次发行经甲方股东大会审议并获得批准、形成有效决议；

（3）有权机关没有发布、颁布或执行任何禁止完成协议所拟议的交易的法律、法规、规则、指令、命令或通知；

（4）本次发行获得全国中小企业股份转让系统出具的同意定向发行的函或中国证监会作出同意注册的决定（如需）；

（5）取得本次发行及为履行本次发行涉及的其他行政许可事项核准。”

（2）生效时间

“6.3 上述条件均满足的，以最后一个条件的满足日为协议生效日。上述任何一个条件未得到满足的，甲方应当立即通知乙方，自乙方收到通知之日，本协议终止履行，双方各自承担因签署及准备履行本协议所支付之费用，且双方互不承担违约及过失责任。”

4. 合同附带的任何保留条款、前置条件

无。

公司与认购对象在附生效条件的认购协议中确认：“除上述协议生效条件外，本协议未附带其他保留条款、前置条件。”

5. 相关股票限售安排

“1.5 本次发行的股票限售安排如下：

本次股票发行不存在法定限售情形，无需在本次认购完成后对新增股份按照《中华人民共和国公司法》、全国中小企业股份转让系统相关规则以及《广东圣火传媒科技集团股份有限公司公司章程》的规定办理限售手续。未来国家相关法律法规若有调整，相关规定的锁定期限及限售比例要求严于上述规定的，乙方承诺按照届时国家相关法律法规规定的标准执行。

乙方认购甲方本次发行的股份无自愿限售承诺与安排。《中华人民共和国公司法》等法律法规及其他相关监管规则对乙方认购的本次发行股份有限售规定的，乙方还应遵守上述规定。”

6. 特殊投资条款

不适用。

7. 发行终止后的退款及补偿安排

“8.1 在本次定向发行新增股份于全国证券登记结算有限责任公司北京分公司完成登记之前，由于存在下列情形，致使全国中小企业股份转让系统有限责任公司或中国证监会终止甲方本次发行的，由甲方退还乙方的认购资金，并按照中国人民银行同期存款利率支付利息：

（1）甲方因涉嫌违反证券法律、行政法规、规章，正被司法机关立案侦查或者被中国证监会及其派出机构立案调查，尚无明确结论的；

（2）甲方违反全国中小企业股份转让系统有限责任公司、中国证监会关于合法规范经营、公司治理、信息披露、发行对象等方面的规定。甲方存在违规对外担保、资金占用或者其他权益被控股股东、实际控制人严重损害情形的，相关情形未解除或者未消除影响：甲方主动撤回本次定向发行申请；

(3) 甲方发生解散、清算或宣告破产等事项；

(4) 甲方出现全国中小企业股份转让系统有限责任公司规定的中止本次发行审核情形，未能在规定时限内恢复审核的；

(5) 甲方未在规定时限内披露定期报告的，或者未积极准备并签署与本次股票发行有关的一切必要文件；

(6) 甲方未根据本协议约定和全国中小企业股份转让系统相关业务规则为乙方办理本次股票发行股份的登记手续。

8.2 甲乙双方协商一致，同意甲方主动申请终止本次股票发行的，或者由于不可抗力致使本次股票发行终止的，甲方须退还乙方的认购资金，但无需向乙方支付利息，双方均无需承担违约责任。

8.3 除前款约定的甲乙双方协商一致或者不可抗力导致本次股票发行终止的情形外，甲方取得全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具的同意本次定向发行的函或中国证监会作出同意注册的决定（如需）后，由于甲方原因导致本次股票发行终止的，甲方应退还乙方的认购资金，并按照中国人民银行同期存款利率支付利息；由于乙方原因导致本次发行终止的，由乙方赔偿甲方由此产生的一切损失。”

8. 风险揭示条款

“在认购甲方股票之前，乙方应认真阅读《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》等有关业务规则、细则、指引和通知，并密切关注相关制度调整挂牌公司股票价格可能因多种原因发生波动，乙方应充分关注投资风险。除股票投资的共有风险外，乙方还应特别关注甲方业务收入波动等方面的公司风险股权相对集中的流动性风险、挂牌公司信息披露要求和标准低于上市公司的信息风险等风险。乙方应从风险承受能力、风险认知能力、投资目标、心理和生理承受能力等自身实际情况出发，审慎认购甲方股票，合理配置金融资产。甲方经营与收益的变化，由甲方自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。”

9. 违约责任条款及纠纷解决机制

(1) 违约责任安排

“任何一方违反本协议的约定，未能全面履行本协议，或在本协议以及与本协议有关

的文件中向另一方做出的保证与承诺有任何虚假、不真实，或对真实（事实）有隐瞒与重大遗漏，或不履行已作的保证的，均构成违约。违约方应按照法律规定及本协议的约定，向对方承担违约责任。”

(2) 纠纷解决机制安排

“11.2 双方在履行本协议过程中的产生争议的，应首先通过友好协商解决，如协商不成，任何一方可向人民法院提起诉讼，由甲方所在地的有管辖权的人民法院管辖。”

六、中介机构信息

(一) 主办券商

名称	申万宏源承销保荐
住所	新疆乌鲁木齐市高新区（新市区）北京南路358号大成国际大厦20楼2004室
法定代表人	张剑
项目负责人	黄海早
项目组成员（经办人）	黄海早、黄浩
联系电话	020-83628185
传真	020-83628239

(二) 律师事务所

名称	广东广信君达律师事务所
住所	广州市天河区珠江新城珠江东路6号广州周大福金融中心29层、10层、11层（01-04单元）
单位负责人	邓传远
经办律师	李志娟、陈平
联系电话	020-37181333
传真	020-37181388

(三) 会计师事务所

名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
住所	上海市黄浦区南京东路61号四楼
执行事务合伙人	杨志国
经办注册会计师	李新航、陈驹健、陈立君
联系电话	021-23281004
传真	021-63214580

（四）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
住所	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
法定代表人	周宁
经办人员姓名	-
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

七、有关声明

（一）申请人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本定向发行说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

全体董事签名：

_____ 钟 坚	_____ 罗智勇	_____ 王 欢
_____ 方贤浩	_____ 钟小建	

全体监事签名：

_____ 杨志能	_____ 钟智勇	_____ 陈巧媚
--------------	--------------	--------------

全体高级管理人员签名：

_____ 钟 坚	_____ 罗智勇	_____ 胡海超	_____ 王 欢
--------------	--------------	--------------	--------------

广东圣火传媒科技集团股份有限公司（加盖公章）

2024 年 1 月 22 日

（二）申请人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本定向发行说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

实际控制人签名：_____

钟 坚

罗新燕

2024 年 1 月 22 日

控股股东盖章：广东福缘正德投资控股有限公司

法定代表人（签名）：_____

钟 坚

2024 年 1 月 22 日

（三）主办券商声明

本公司已对定向发行说明书进行了核查,确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人授权代表签名: _____

王昭凭

项目负责人签名: _____

黄海早

申万宏源证券承销保荐有限责任公司（加盖公章）:

2024 年 1 月 22 日

（四）律师事务所声明

本机构及经办律师已阅读定向发行说明书，确认定向发行说明书与本机构出具的法律意见书等无矛盾之处。本机构及经办人员对申请人在定向发行说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认定向发行说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办人员签名：_____

李志娟

陈平

机构负责人签名：_____

邓传远

广东广信君达律师事务所（加盖公章）

2024年1月22日

（五）会计师事务所声明

本机构及签字注册会计师已阅读定向发行说明书，确认定向发行说明书与本机构出具的审计报告等无矛盾之处。本机构及经办人员对申请人在定向发行说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认定向发行说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办注册会计师签名：_____

李新航 陈驹健 陈立君

机构负责人签名：_____

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）（加盖公章）

2024年1月22日

八、备查文件

- （一）公司与本次发行相关的董事会、监事会、股东大会决议；
- （二）定向发行推荐工作报告**及其修订稿**；
- （三）法律意见书**及补充法律意见书**；
- （四）其他与本次定向发行有关的重要文件