

上海新榜信息技术股份有限公司

Shanghai Newrank Info & Tech Co., Ltd.



公开转让说明书

(申报稿)

声明：本公司的公开转让申请尚未得到中国证监会注册或全国股转系统同意。
公开转让书说明书申报稿不具有据以公开转让的法律效力，投资者应当以正式
公告的公开转让说明书全文作为投资决策的依据。

申万宏源承销保荐

地址：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

2023 年 12 月

声 明

中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）、全国中小企业股份转让系统（以下简称“全国股转系统”）所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票公开转让申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对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，由投资者自行承担。

本公司及控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

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公开转让说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

本公司及控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员承诺因公开转让说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行或交易中遭受损失的，将依法承担相应的法律责任。

主办券商及证券服务机构承诺因其为公司本次公开转让股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担相应的法律责任。

重大事项提示

公司特别提醒投资者注意下列风险和重大事项：

重要风险或事项名称	重要风险或事项简要描述
宏观经济形势变化导致的风险	当国家宏观经济大环境出现大幅波动时，例如在宏观经济大幅衰退的情况下，广告主会被迫缩减展示广告的营销支出，以应对严峻外部压力，公司作为互联网营销服务提供商，受到下游客户广告预算调整的影响，存在收入大幅下降的可能。当前，重大宏观经济影响事件仍在全球蔓延，中美贸易摩擦尚未缓和，以及其他的各类突发重大公共事件等原因，可能存在宏观经济形势出现重大不利变化的情形，导致下游客户广告预算削减。
政策监管的风险	我国互联网媒体营销行业仍处于快速发展的过程中，是国家鼓励的新兴互联网行业。伴随着互联网技术的不断发展，互联网社交媒体广告内容和形式的不断创新，行业商业模式不断变化，内容传播方式快速迭代，互联网媒体营销行业的法律监管体系也在持续跟进。当前，互联网广告行业受到国家市场监督管理总局、工业和信息化部和国家互联网信息办公室等多部门共同监管，面对新兴的互联网媒体平台，国家监管机构的政策也在不断调整和补充，针对互联网行业的相关法律体系与监管实践也随着行业的发展在不断完善。公司立足于互联网媒体营销行业，如果国家对互联网广告出台了更为严格的或者不利于互联网媒体营销产业发展的政策，可能会对公司的经营产生重大不利影响。
应收账款发生坏账的风险	报告期各期末，公司应收款项余额分别为 31,542.01 万元、40,906.09 万元、 42,221.19 万元 ，占当期营业收入的比例分别为 24.84%、26.51%、 40.50% ，公司应收账款回款情况良好，账龄主要在 6 个月以内。但报告期内公司存在客户因信用风险较大对其单项计提大额坏账准备的情况。随着公司经营规模持续扩大，公司应收账款余额可能将持续增加。未来如果公司欠款客户的资信状况发生变化，可能存在部分款项不能及时回收的风险，进而影响公司经营现

	金流入，对公司经营产生不利影响。
经营活动现金流量净额为负的风险	报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-2,312.62万元、-11,195.93万元、-5,487.55万元，公司经营活动产生的现金流量净额持续为负，主要系公司经营规模不断扩大，营运资金需求日益增加，2022年底由于股改更名而发票开具、贴现办理进度变缓导致销售回款周期变长，从而导致2022年度经营活动现金流量净额大幅下降，2023年1-9月有所改善但仍面临营运资金压力。如果未来公司营运资金需求日益增加、客户回款速度放缓，经营活动现金流量净额为负的情况不能得到有效改善，进而将对公司的持续经营能力产生不利影响。
供应商返利政策变动的风险	报告期内，公司的采购模式为通过向主流社交媒体广告交易平台采购，并从KOL或其所属MCN机构等供应商处获取返利，返利金额冲减相关业务成本。报告期内，公司返利冲减主营业务成本的金额占当期数字化内容营销业务毛利的比例较高。如未来供应商返利政策发生大幅变动，公司不能通过广告交易平台采购价格有效传导或消化新媒体流量费的综合采买成本，经营业绩可能会受到不利影响。
市场竞争风险	互联网媒体营销行业尚处于高速发展时期，技术水平、发布内容与品质、媒介生命周期以及行业商业模式等方面都还有较大的发展空间，行业竞争较为激烈，尚未形成几家大公司占据绝大部分市场份额的情形。未来随着广告主对互联网营销服务需求不断增加，将吸引更多的新公司进入互联网媒体营销行业，同时随着传统广告行业的日渐没落，一些传统的广告公司也试图切入新媒体营销领域，互联网广告领域的市场竞争预计将更为多元化，激烈程度加剧，公司未来可能面临较大的竞争压力。
营销内容变化与技术升级风险	互联网时代的一个重要特征就是新的技术与新的平台不断涌现与更迭。从web1.0到web2.0技术，从门户网站集中发布信息到社交媒体平台人人都可以作为信息发布者，既有如微博、微信公众号等文字及图片为主的社会化媒体，也有如哔哩哔哩、抖音、快手等以

	视频内容为主的媒体，和以知乎、小红书为代表的创作发布的社区频道，互联网的普及正在不断扩大主流社交媒体平台对普通人的传播覆盖能力。公司未来如果不能跟上互联网营销行业快速变化的趋势，会对盈利能力产生不利影响。
媒体采买成本上涨的风险	随着越来越多的广告主将营销预算转移到互联网营销中，近年来中国互联网媒体营销市场需求的持续快速增长。尽管新媒体从业人员也在快速扩张，但是头部优质的媒介资源依然具有稀缺性，因需求的上升导致优质内容创作者的议价能力可能会进一步提高，使得投放价格不断上涨。同时，供应商返利政策的变动亦会对公司媒体采买成本造成一定的影响。如果公司未来没有采取有效措施传导或消化上涨的采买成本，经营业绩可能会受到不利影响。
重大诉讼风险	2021年6月，江苏省南京市中级人民法院出具（2020）苏01民初340号、（2020）苏01民初339号民事判决书，认定公司及网易（杭州）网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司对南京分布文化发展有限公司构成网络传播侵权责任。公司认为该判决与事实不符，已经提起上诉。2021年末，公司对各种判决结果的概率进行估计，按照一审判决金额，计算诉讼赔款的期望值并确认预计负债金额为1,824.98万元。截至本公开转让说明书签署日，上述诉讼二审尚未进行判决，如公司二审判决败诉，将会对公司业绩产生重大不利影响。
若执行回购条款对公司治理、经营事项产生影响的风险	公司创始人股东徐俊、陈维宇、阳钊、李建伟与慧影投资、高榕投资、天津真格、华盖德辉、华盖创投、华盖文化、林芝腾讯、达晨创投、永欣贰期、辽宁新兴、苏州骏赐、盈游投资、有赞科技签署的股东协议之补充协议存在创始人股东回购义务条款。公司不作为权利义务的承担主体，且条款未与市值挂钩，亦不存在严重影响公司持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形，但若对赌条款触发且权利人按约定主张，创始人股东可能需要履行有关回购义务从而导致其持股比例发生变化。出于谨慎性的考虑，不排除公司未来经营不及预期导致公司估值下降，从而对公司治理、经

	营事项产生影响。
人力资源成本上升的风险	随着互联网营销的兴起，进入互联网媒体营销领域的公司不断增加，行业内现有人才数量不足、人才培养体系不健全使得行业人才数量较少，业内对人才资源的竞争日益激烈。广告行业是典型的知识密集型行业，依靠由创意和设计获得客户的青睐，因此专业化的人才和稳定的团队非常重要，未来若行业优质人力资本价格出现大幅度上涨，为了吸引人才、留住人才并保持核心竞争力，可能面临人力成本上升的风险。
税收优惠政策变动风险	报告期内，公司及全资子公司北京新榜享受高新技术企业所得税优惠，控股子公司信创科技自 2021 年 10 月 22 日至 合并解除日 享受高新技术企业所得税优惠，按 15%税率计缴企业所得税；根据《关于深化增值税改革有关政策的公告》及《关于促进服务业领域困难行业纾困发展有关增值税政策的公告》， 2021 年度、2022 年度 公司享受增值税进项税额加计抵减 10%的优惠政策， 2023 年度该加计抵减比例下降为 5% 。若未来公司或子公司不能被持续认定为高新技术企业，或者上述国家税收优惠政策发生变动导致公司不能持续享受上述税收优惠，将对公司未来盈利水平产生一定不利影响。
公司治理的风险	股份公司成立以来，按照《公司法》等相关法律法规的要求，建立了由股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理结构，建立健全了股东大会、董事会、监事会等相关制度。公司制订了《公司章程》、“三会”议事规则、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理制度》等规章制度。同时公司根据全国中小企业股份转让系统相关规则修改了公司规章制度，董事、监事及高级管理人员对相关法律法规及新的治理机制可能存在一个磨合的过程，短期内依然可能存在运作不规范的情况。
实际控制人不当控制的风险	徐俊为公司的实际控制人，直接持有公司 32.82%的股份，通过宁波欣博间接持有公司 5.00%的股份，合计持有公司 37.82%的股份，合计控制公司 42.25%股份。同时徐俊担任公司董事长兼总经理。

	公司实际控制人有可能利用实际控制人地位，通过行使表决权等方式对公司的人事任命、经营管理、投资决策等进行控制和干预，使公司作出可能不符合其他股东最佳利益的决定，对公司经营及其他股东利益造成影响的风险。
公司自有 MCN 业务尚不成熟的风险	目前公司自有 MCN 业务全部由子公司仟人仟面负责，2021 年，公司自有 MCN 业务收入金额为 302.07 万元，占公司营业收入的 0.24%；2022 年，公司自有 MCN 业务收入金额为 466.79 万元，占公司营业收入的 0.30%；2023 年 1-9 月，公司自有 MCN 业务收入金额为 738.29 万元，占公司总业务收入的 0.71%。该等业务仍在探索阶段，尚未成熟，存在公司投入无法收回的风险。
媒体数据管理的风险	目前公司新榜有数等数据业务为用户提供数据分析服务，涉及到通过 API 接口获取用户授权的媒体平台账户信息，公司获取上述数据已获得媒体平台用户授权许可，且仅在授权范围内依照相关法律法规和合同约定进行使用，但存在包括数据泄露、不当使用、合规因素以及潜在纠纷、赔偿等潜在风险。
终端合作方广告内容输出稳定性的风险	公司在下单媒体资源采购订单前，会与合作方就广告内容输出进行充分的沟通协商，公司营销方案中确认的拟采买媒体通常按约定在排期当天完成广告内容的投放。但在极个别情况下，可能存在媒体端接单后因突发情况无法按约完成内容投放，可能对公司业务声誉产生影响，导致公司经济利益受损。

目录

声 明	2
重大事项提示	3
释 义	10
第一节 基本情况	15
一、 基本信息	15
二、 股份挂牌情况	16
三、 公司股权结构	21
四、 公司股本形成概况	73
五、 报告期内的重大资产重组情况	78
六、 公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况	78
七、 公司董事、监事、高级管理人员	83
八、 最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表	85
九、 报告期内公司债券发行及偿还情况	87
十、 与本次挂牌有关的机构	87
第二节 公司业务	89
一、 主要业务、产品或服务	89
二、 内部组织结构及业务流程	91
三、 与业务相关的关键资源要素	99
四、 公司主营业务相关的情况	104
五、 经营合规情况	113
六、 商业模式	120
七、 创新特征	123
八、 所处（细分）行业基本情况及公司竞争状况	127
九、 公司经营目标和计划	145
第三节 公司治理	147
一、 公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况	147
二、 表决权差异安排	148
三、 内部管理制度建立健全情况以及董事会对公司治理机制执行情况的评估意见	148
四、 公司及控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员存在的违法违规及受处罚等情况及对公司的影响	149
五、 公司与控股股东、实际控制人的独立情况	150
六、 公司同业竞争情况	151
七、 公司资源被控股股东、实际控制人占用情况	152
八、 公司董事、监事、高级管理人员的具体情况	153
九、 报告期内公司董事、监事、高级管理人员变动情况	156
第四节 公司财务	158
一、 财务报表	158

二、	审计意见及关键审计事项	170
三、	与财务会计信息相关的重大事项判断标准	171
四、	报告期内采用的主要会计政策和会计估计	171
五、	适用主要税收政策	191
六、	经营成果分析	192
七、	资产质量分析	210
八、	偿债能力、流动性与持续经营能力分析	238
九、	关联方、关联关系及关联交易	252
十、	重要事项	261
十一、	股利分配	263
十二、	财务合法合规性	264
第五节	挂牌同时定向发行	265
第六节	附表	266
一、	公司主要的知识产权	266
二、	报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况	275
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	286
第七节	有关声明	290
	申请挂牌公司控股股东声明	290
	申请挂牌公司实际控制人声明	291
	申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明	292
	主办券商声明	293
	律师事务所声明	295
	审计机构声明	296
	评估机构声明（如有）	297
第八节	附件	298

释 义

除非另有说明，以下简称在本说明书中之含义如下：

一般性释义		
新榜信息、公司	指	上海新榜信息技术股份有限公司
看榜有限、有限公司	指	公司前身上海看榜信息科技有限公司（曾用名：上海微誉企业管理咨询有限公司）
北京新榜	指	北京新榜信息科技有限公司，系新榜信息之子公司
仟人仟面	指	上海仟人仟面企业管理咨询有限公司，系新榜信息之子公司
博选优采	指	上海博选优采文化传播有限公司，系新榜信息之子公司
新榜企业管理	指	北京新榜企业管理服务有限公司，系新榜信息之子公司
欣榜尚世	指	上海欣榜尚世信息科技有限公司，系新榜信息之子公司
推物信息	指	上海推物信息科技有限公司，曾系新榜信息之子公司
羿幅元	指	上海羿幅元品牌管理有限公司，曾系新榜信息之子公司
欣榜加塑	指	上海欣榜加塑网络科技有限公司，系新榜信息之子公司
信创科技	指	信创科技（大连）有限公司，曾系新榜信息之子公司
星选好店	指	大连星选好店信息软件开发有限公司，曾系新榜信息之孙公司
阅竞网络	指	上海阅竞网络科技有限公司，系新榜信息之参股公司
安徽新榜	指	安徽新榜文化科技有限公司，系新榜信息之参股公司
本地圈	指	本地圈（北京）教育科技有限公司，曾用名：玖桔（北京）教育科技有限公司，曾系新榜信息之参股公司
苏州骏赐、CMC	指	苏州骏赐股权投资中心（有限合伙），系新榜信息之股东
宁波欣博	指	宁波欣博投资管理合伙企业（有限合伙），系新榜信息之股东
慧影投资	指	上海慧影投资中心（有限合伙），系新榜信息之股东
华盖德辉	指	宁波华盖德辉股权投资合伙企业（有限合伙），系新榜信息之股东
盈游投资	指	上海盈游投资管理合伙企业（有限合伙），系新榜信息之股东
天津真格	指	天津真格天弘资产管理合伙企业（有限合伙），系新榜信息之股东
高榕投资	指	苏州工业园区高榕成长投资中心（有限合伙），系新榜信息之股东
达晨创投	指	深圳市达晨创联股权投资基金合伙企业（有限合伙），系新榜信息之股东
林芝腾讯	指	林芝腾讯投资管理有限公司，系新榜信息之股东
有赞科技	指	杭州有赞科技有限公司，系新榜信息之股东
华盖创投	指	北京东方华盖创业投资有限公司，系新榜信息之股东
华盖文化	指	北京东方华盖文化创业投资有限公司，系新榜信息之股东
辽宁新兴	指	辽宁新兴文化创业投资基金合伙企业（有限合伙），系新榜信息之股东
永欣贰期	指	宁波永欣贰期股权投资合伙企业（有限合伙），系新榜信息之股东
南京天奇	指	南京天奇阿米巴投资管理有限公司，曾系新榜信息之股东
看榜有限北京分公司	指	上海看榜信息科技有限公司北京分公司（已于 2021 年 10 月 18 日注销）
华人文化二期	指	华人文化二期（上海）股权投资中心（有限合伙），系新榜信息之股东
南京分布	指	南京分布文化发展有限公司
北京开课吧	指	北京开课吧科技有限公司

《公司章程》	指	《上海新榜信息技术股份有限公司章程》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
《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》	指	《适用指引第1号》
元、万元	指	人民币元、人民币万元
报告期	指	2021年度、2022年度、 2023年1-9月
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
上海澄明、律师事务所	指	上海澄明则正律师事务所
上会会计师、审计机构	指	上会会计师事务所（特殊普通合伙）
上海加策、资产评估机构	指	上海加策资产评估有限公司
专业释义		
互联网	指	全球范围内连接在一起的计算机网络系统，它使得人们可以通过电子设备和通信技术相互交流、共享信息、进行商业活动、娱乐和学习等各种活动
移动互联网	指	基于无线通信网络技术和移动设备的互联网系统，使得人们可以通过手机、平板电脑等移动设备进行互联网活动。移动互联网使用无线通信技术，例如3G、4G和5G等，这些技术使得移动设备可以在任何地方接收和发送数据，从而实现了更便捷和灵活的互联网使用体验
互联网媒体	指	利用互联网技术进行信息传播和交流的媒体形式，包括新闻网站、社交媒体、电商平台、在线视频、音乐和电子书等。互联网媒体具有实时性、互动性和全球性等特点，可以随时随地发布和获取信息，并且可以与用户进行互动和反馈
社会化互联网媒体、社交媒体、新媒体	指	主要形式包括博客、论坛、视频、图文、音乐等内容社区媒体及兼具消费属性和媒体属性的电商媒体等，因上述互联网媒体广泛具有在不同账号主体间信息分享、意见交流、观点展示等功能，因此往往具备较强的社会化属性，因此又称为社交媒体（Social Media）或新媒体
电商平台	指	通过互联网提供商品或服务交易的在线平台。它允许企业或个人在上面创建虚拟店铺，展示商品或服务，并通过在线支付和物流服务完成交易。电商平台可以提供广泛的商品和服务，涵盖了各种领域，包括服装、数码产品、食品、旅游、教育等等，知名的电商平台包括淘宝、天猫、京东、拼多多等。
内容营销	指	一种通过创建有价值的、有吸引力的、有趣味性的内容来吸引和保留目标受众的营销策略。这种营销策略的目标是建立品牌声誉、提高品牌认知度、建立关系、培养忠诚度、增加销售额和提高客户满意度，内容可以包括各种形式的文字、图片、视频、音频、漫画等形式，以各种渠道和平台分发

互联网媒体内容营销	指	利用互联网媒体进行产品、服务和品牌营销的一种策略和方法,通过优质的内容吸引潜在客户,与其进行互动和交流,提高品牌知名度和美誉度,促进潜在客户对产品或服务的购买决策,最终达到营销目的
APP	指	手机应用程序,主要指安装在智能手机上的软件,完善原始系统的不足与个性化
KOL、关键意见领袖	指	Key Opinion Leader,英文首字母缩写“KOL”,中文意为“关键意见领袖”,是拥有大量粉丝的头部内容创作者,即大众通常熟知的“网红”
KOC、关键意见消费者	指	Key Opinion Consumer,英文首字母缩写“KOC”,中文意为“关键意见消费者”,即粉丝数量较少的中长尾流量账号所有者
MCN、MCN 机构、多渠道网络服务商	指	Multi-Channel Network,英文首字母缩写“MCN”,中文意为“多渠道网络服务商”,是一种数字媒体公司,旨在帮助新媒体平台上的视频创作者管理他们的频道和内容,提供一系列的支持和服务,包括提供创作者支持和资源、管理和监测视频内容、拓展视频内容的收益渠道和提供分析和数据支持等
刊例价	指	媒体官方对外公开报出的价格,根据媒体知名度、市场需求等因素确定,一般定期调整
抖音	指	抖音有限公司旗下的一个基于短视频分享的社交应用程序,用户可以通过手机拍摄短视频并添加音乐、滤镜等特效,将其上传至平台上与其他用户分享
今日头条	指	抖音有限公司旗下的一个新闻资讯移动应用,提供包括新闻、娱乐、科技、体育、财经等多种领域的内容,并采用个性化推荐算法,根据用户的浏览历史和兴趣爱好,为用户推荐相关的内容
快手	指	北京快手科技有限公司旗下的一个创意短视频内容社区平台
B 站、哔哩哔哩	指	上海宽娱数码科技有限公司旗下一个用户主要为年轻群体的文化社区和视频平台,报告期内与公司发生业务往来的主要是其关联方超电(上海)信息科技有限公司、上海萌派科技有限公司
微博	指	北京微梦创科网络技术有限公司旗下的一个分享简短实时信息的社交网络平台
微信	指	深圳市腾讯计算机系统有限公司旗下的一款为智能终端提供即时通讯服务的应用程序
微信朋友圈	指	微信应用程序中的一项功能,允许用户在自己的个人主页上分享照片、文字、链接等内容,同时也可以查看、点赞、评论好友的分享
微信公众号	指	微信公众号是微信平台上的一种服务,允许企业、组织、个人等创建一个专属的账号,用于向用户推送文章、消息、服务等内容
微信视频号	指	微信推出的一种短视频平台,用户可以在其中创建自己的账号并发布短视频内容
小红书	指	行吟信息科技(上海)有限公司旗下的一个生活方式分享社区
知乎	指	北京智者天下科技有限公司旗下的一个中文互联网高质量的问答社区和创作者聚集的原创内容平台
淘宝	指	淘宝(中国)软件有限公司旗下一家电商平台,提供广泛的在线购物和销售服务。它是全球最大的在线零售市场之一,旗下拥有各种类型的商品和服务,包括服装、电子产品、家居用品、美妆护理、食品饮料等
京东	指	北京京东世纪贸易有限公司旗下一家电商平台,是中国最大的在线零

		售商之一，旗下拥有广泛的商品和服务，包括电子产品、家电、生活用品、时尚服饰、食品饮料等
拼多多	指	深圳前海新之江信息技术有限公司旗下一家电商平台，成立于 2015 年，它的特色是团购和社交电商，即通过社交网络和朋友分享等方式，组织用户进行团购，以获得更优惠的价格
缙苏文化	指	杭州缙苏文化传播有限公司，一家 MCN 机构，成立于 2013 年 10 月 31 日，主营业务是红人经纪、自媒体广告、电商运营，总部位于中国杭州
门牙视频	指	湖南瞬视而为信息科技有限公司，一家 MCN 机构，由湖南卫视、芒果 TV、快乐购物的创始团队创立于 2016 年，目前旗下拥有 300 多位签约 KOL，累计旗下 KOL 粉丝数量达数亿人，视频全年播放量超过 500 亿次
如涵文化	指	杭州如涵文化传播有限公司，一家 MCN 机构，是国内较早成立的红人孵化公司，也是国内有影响力的红人营销平台，以数据为核心提供全平台达人投放服务
无忧传媒	指	杭州无忧传媒有限公司，一家创立于 2016 年的新媒体多维整合营销服务商，头部 MCN 机构之一，目前签约优质 KOL 数量超过 3,000 人，全网平台粉丝总量超过 18 亿
宝洁、宝洁集团	指	宝洁（中国）有限公司，一家国际性日用消费品公司，是全球最大的日用品生产商之一，主要产品包括洗浴用品、洗涤用品、婴儿用品、口腔护理及护肤品等。旗下拥有 SK-II、OLAY、海飞丝、飘柔、佳洁士、舒肤佳等国际知名品牌。
欧莱雅、欧莱雅（中国）	指	欧莱雅（中国）有限公司，一家美妆品行业的头部企业，欧莱雅经营范围遍及 130 多个国家和地区，主营业务包括化妆品、护肤品、彩妆、药品及高档消费品等，旗下拥有赫莲娜、兰蔻、圣罗兰、科颜氏等国际知名品牌
雅诗兰黛	指	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司，一家美容和化妆品品牌，成立于 1946 年。它的产品线包括护肤品、彩妆、香水和个人护理产品。雅诗兰黛是全球知名的高端化妆品品牌之一，致力于提供高品质、创新的产品，以满足不同人群的美容需求
联合利华、联合利华集团	指	联合利华（中国）有限公司，一家全球性的消费品公司，成立于 1929 年，总部位于英国伦敦和荷兰鹿特丹。该公司的产品包括食品、饮料、个人护理产品和清洁用品等
中国平安	指	中国平安保险（集团）股份有限公司，一家知名的综合金融服务公司，成立于 1988 年，总部位于中国深圳，业务范围涵盖人寿保险、财产保险、银行、信托、证券、资产管理等领域
字节跳动、字节跳动集团	指	抖音有限公司（曾用名：字节跳动有限公司），一家中国的科技公司，成立于 2012 年，总部位于北京，主要业务是开发和运营移动互联网产品，包括社交媒体、短视频、新闻资讯、在线教育、游戏等领域
腾讯、腾讯集团	指	深圳市腾讯计算机系统有限公司，中国知名的互联网科技公司，在全球范围内拥有数百个子公司和分支机构，主要业务包括社交媒体、游戏、金融、广告、云计算等领域，旗下推出了包括微信、QQ、QQ 音乐、英雄联盟、王者荣耀等广受欢迎的应用或游戏。
天下秀	指	天下秀数字科技（集团）股份有限公司，天下秀是一家立足于红人新

		经济领域的平台型企业，核心服务红人（内容创业者）、MCN（红人经纪公司）、品牌商家、中小商家，致力于通过大数据、区块链、AI 等应用型前沿技术及全方位的商业服务帮助每一个红人（内容创业者）实现商业变现，帮助企业提高经营效益，即以用技术和服务驱动去中心化的红人新经济的新型基础设施建设。
网易有道	指	网易有道信息技术(北京)有限公司，一家在线学习平台，成立于 2006 年，总部位于中国上海。该平台提供包括在线课程、考试辅导、英语学习、在线翻译等多种学习工具和服务
资生堂	指	资生堂（中国）投资有限公司，一家日本的化妆品公司，成立于 1872 年，总部位于日本东京，产品线包括护肤品、彩妆、香水、个人护理产品和美容服务等
百胜	指	百胜（中国）投资有限公司，一家餐饮公司，成立于 2016 年，总部位于上海，该公司在中国经营着许多知名的餐饮品牌，如肯德基、必胜客、东方既白等
内容创作者	指	在互联网媒体平台上创造、发布和分享各种类型内容的个人或团队，并通过这些内容吸引粉丝和用户关注，建立个人品牌和影响力，他们通常拥有丰富的创意和独特的个人风格，通过不断地创作和更新内容，与粉丝和用户建立紧密的互动和社交关系，创作的内容包括照片、视频、音乐、文章、博客、播客等
软文推广、种草	指	利用文案和文字的力量，以柔性 and 巧妙的方式，以传播宣传产品或服务为目的的一种推广方式，通常是通过网络媒体、新闻媒体、行业媒体、社交媒体等渠道发布，通过良好的文笔、有趣的故事、吸引人的标题等方式，使读者感到舒适、愉悦、信任，并产生购买欲望
私域营销	指	基于企业或品牌自身的用户数据库和社交媒体账户等私有资源，通过个性化、精细化的运营手段，与用户建立稳固的互动和关系，以实现品牌营销和销售增长的目的，私域营销的渠道包括但不限于个人微信号、企业微信、小程序、邮件、短信等方式
信息流广告	指	一种基于内容推荐的广告形式，将广告内容以文章、视频等与其他内容融合在一起，在用户浏览内容的过程中，将广告内容以一种自然的方式呈现给用户
效果广告	指	基于目标受众的特定需求和行为，以产生特定的效果为目标的广告形式，效果广告的特点是更加注重广告效果的直接测量，常常采用精准的投放方式，例如基于搜索、社交媒体、电子邮件等方式，通过每次点击付费、每千次展示付费、每个行动付费等形式进行付费，以获得更好的广告效果
新榜有数、New-X	指	新榜信息推出的社交媒体、短视频、直播平台数据分析工具
新榜有赚	指	新榜信息推出的互联网媒体营销信息自助发布工具

注：本公开转让说明书中，部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能略有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

第一节 基本情况

一、 基本信息

公司名称	上海新榜信息技术股份有限公司	
统一社会信用代码	91310230590424777B	
注册资本（万元）	1,000	
法定代表人	徐俊	
有限公司设立日期	2012 年 2 月 22 日	
股份公司设立日期	2022 年 11 月 3 日	
住所	上海市金山区山阳镇浦卫公路 16299 弄 11 号 1 层 131 室 P3	
电话	021-63013958	
传真	-	
邮编	201508	
电子信箱	IR@newrank.cn	
董事会秘书或者信息披露事务负责人	朱睿	
按照《国民经济行业分类(GB/T4754-2017)》的所属行业	L	租赁和商务服务业
	L72	商业服务业
	L725	广告业
	L7251	互联网广告业
按照《挂牌公司投资型行业分类指引》的所属行业	13	非日常生活消费品
	1313	媒体
	131310	媒体
	13131010	广告
按照《挂牌公司管理型行业分类指引》的所属行业	L	租赁和商务服务业
	L72	商业服务业
	L725	广告业
	L7251	互联网广告业
经营范围	许可项目：第二类增值电信业务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准） 一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；企业管理咨询；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；社会经济咨询服务；会议及展览服务；礼仪服务；组织文化艺术交流活动；企业形象策划；广告制作；广告发布；广告设计、代理。（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）	
主营业务	互联网媒体内容营销	

二、 股份挂牌情况

（一）基本情况

股票简称	新榜信息
股票种类	人民币普通股
股份总量（股）	10,000,000
每股面值（元）	1.00
股票交易方式	集合竞价交易
是否有可流通股	否

（二）做市商信息

☐适用 ☒不适用

（三）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

1、相关法律法规及公司章程对股东所持股份转让的限制性规定

《公司法》第一百四十一条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份作出其他限制性规定。”

《业务规则》第 2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年。

挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外。

因司法裁决、继承等原因导致有限售期的股票持有人发生变更的，后续持有人应继续执行股票限售规定。”

《公司章程》第二十四条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起 1 年内不得转让。公司董事、监事和高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。”

2、股东对所持股份自愿锁定承诺

□适用 √不适用

3、股东所持股份的限售安排

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例	是否为 董事、 监事及 高管	是否为控 股股东、 实际控制 人、一致 行动人	是否为 做市商	挂牌前 12 个月内受 让自控股 股东、实 际控制人 的股份数 量 (股)	因司法 裁决、继 承等原 因而获 得有限 售条件 股票的 数量 (股)	质押股 份数量 (股)	司法冻 结股份 数量 (股)	本次可公 开转让 股份数 量 (股)
1	徐俊	3,281,886	32.82%	是	是	否	0	0	0	0	820,471
2	苏州骏赐股权投资中心 (有限合伙)	1,165,094	11.65%	否	否	否	0	0	0	0	1,165,094
3	宁波欣博投资管理合伙 企业 (有限合伙)	943,396	9.43%	否	是	否	0	0	0	0	943,396
4	上海慧影投资中心 (有 限合伙)	734,012	7.34%	否	否	否	0	0	0	0	734,012
5	宁波华盖德辉股权投资 合伙企业 (有限合伙)	528,775	5.29%	否	否	否	0	0	0	0	528,775
6	上海盈游投资管理合伙 企业 (有限合伙)	471,698	4.72%	否	否	否	0	0	0	0	471,698
7	陈维宇	434,917	4.35%	是	否	否	0	0	0	0	108,729
8	天津真格天弘资产管理 合伙企业 (有限合伙)	366,998	3.67%	否	否	否	0	0	0	0	366,998
9	阳钊	333,811	3.34%	是	否	否	0	0	0	0	83,452
10	李建伟	318,282	3.18%	是	否	否	0	0	0	0	79,570
11	王骥	303,593	3.04%	是	否	否	0	0	0	0	75,898

12	谢悦	297,492	2.97%	否	否	否	0	0	0	0	297,492
13	苏州工业园区高榕成长投资中心（有限合伙）	125,519	1.26%	否	否	否	0	0	0	0	125,519
14	李海峰	122,709	1.23%	是	否	否	0	0	0	0	30,677
15	深圳市达晨创联股权投资基金合伙企业（有限合伙）	116,509	1.17%	否	否	否	0	0	0	0	116,509
16	林芝腾讯投资管理有限公司	116,509	1.17%	否	否	否	0	0	0	0	116,509
17	杭州有赞科技有限公司	94,341	0.94%	否	否	否	0	0	0	0	94,341
18	北京东方华盖创业投资有限公司	58,257	0.58%	否	否	否	0	0	0	0	58,257
19	北京东方华盖文化创业投资有限公司	58,257	0.58%	否	否	否	0	0	0	0	58,257
20	辽宁新兴文化创业投资基金合伙企业（有限合伙）	58,252	0.58%	否	否	否	0	0	0	0	58,252
21	宁波永欣贰期股权投资合伙企业（有限合伙）	58,252	0.58%	否	否	否	0	0	0	0	58,252
22	姚钢	11,441	0.11%	否	否	否	0	0	0	0	11,441
合计	-	10,000,000	100.00%	-	-	-	0	0	0	0	6,403,599

（四）挂牌条件适用情况

共同标准	公司治理制度	股东大会议事规则	制定
		董事会议事规则	制定
		监事会议事规则	制定
		关联交易制度	制定
		投资者关系管理制度	制定
		公司是否设立董事会秘书或信息披露事务负责人	是

	董事会秘书或信息披露事务负责人	董事会秘书或信息披露事务负责人是否为公司高管	是
	合规情况	最近 24 个月内申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司是否存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序行为被司法机关作出有罪判决，或刑事处罚未执行完毕	☐ 是 ☒ 否
		最近 24 个月内申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司是否存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为	☐ 是 ☒ 否
		最近 12 个月内申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员是否被中国证监会及其派出机构采取行政处罚	☐ 是 ☒ 否
		申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员是否被中国证监会及其派出机构采取行政处罚	☐ 是 ☒ 否
		申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员是否因涉嫌犯罪正被司法机关立案侦查或涉嫌违法违规正被中国证监会及其派出机构立案调查，尚未有明确结论意见	☐ 是 ☒ 否
		申请挂牌公司或其控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员是否被列入失信联合惩戒对象且情形尚未消除	☐ 是 ☒ 否
		申请挂牌公司董事、监事、高级管理人员是否存在被中国证监会及其派出机构采取证券市场禁入措施，或被全国股转公司认定其不适合担任公司董事、监事、高级管理人员，且市场禁入措施或不适格情形尚未消除的情形	☐ 是 ☒ 否
	审计情况	最近一个会计年度经审计的期末净资产是否为负值	☐ 是 ☒ 否
		最近一期每股净资产不低于 1 元/股	☐ 是 ☒ 否
		持续经营时间是否少于两个会计年度	☐ 是 ☒ 否
	股本情况	股本总额（万元）	1,000

差异化标准——标准 1

☒适用 ☐不适用

标准 1	净利润指标（万元）	年度	2022 年度	2021 年度
		归属于母公司所有者的净利润	2,509.79	3,002.88
		扣除非经常性损益后归属母公司所有者的净利润	2,253.77	3,939.06

差异化标准——标准 2

☐适用 ☒不适用

差异化标准——标准3

☐适用 ☒不适用

差异化标准——标准4

☐适用 ☒不适用

差异化标准——标准4

☐适用 ☒不适用

差异化标准——标准 5

☐适用 ☒不适用

分析说明及其他情况

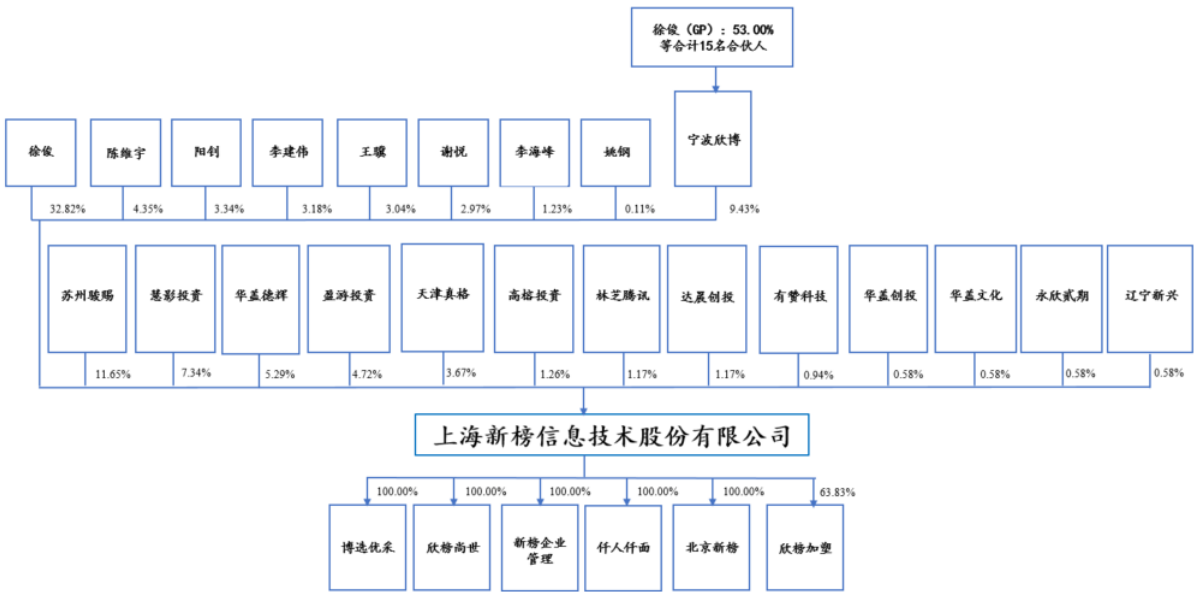
公司最近一期末每股净资产为 36.28 元/股，不少于 1 元/股，最近两年净利润均为正且累计不低于 800 万元，满足《挂牌规则》第二十一条第（一）款的要求。

（五）进层条件适用情况

挂牌同时进入层级	基础层
----------	-----

三、 公司股权结构

(一) 股权结构图



(二) 控股股东和实际控制人

1、 控股股东

《公司法》第二百一十六条规定，控股股东，是指其出资额占有限责任公司资本总额百分之五十以上或者其持有的股份占股份有限公司股本总额百分之五十以上的股东；出资额或者持有股份的比例虽然不足百分之五十，但依其出资额或者持有的股份所享有的表决权已足以对股东会、股东大会的决议产生重大影响的股东。

截至本公开转让说明书签署日，徐俊直接持有公司 32.82%的股份，通过宁波欣博间接持有公司 5.00%的股份，合计持有公司 37.82%的股份，合计控制公司 42.25%股份，为公司的控股股东。

控股股东为法人的，请披露以下表格：

☐适用 ☒不适用

控股股东为合伙企业的，请披露以下表格：

☐适用 ☒不适用

控股股东为自然人的，请披露以下表格：

☒适用 ☐不适用

姓名	徐俊	
国家或地区	中国	
性别	男	
出生日期	1977 年 3 月 26 日	
是否拥有境外居留权	否	
学历	本科	

任职情况	董事长、总经理
职业经历	1997 年 6 月毕业于复旦大学新闻学院，文学学士；1997 年 7 月至 2003 年 2 月任职于文汇报社要闻部，历任编辑、主任助理；2003 年 3 月至 2011 年 12 月任职于东方早报，历任主编助理、副主编及东方早报旗下《私家地理》杂志社执行主编等职务；2012 年 1 月至 2014 年 11 月自主创业；2014 年 11 月至 2022 年 11 月任看榜有限首席执行官（CEO）、执行董事/董事长、总经理；2022 年 11 月起至今任新榜信息董事长、总经理。

控股股东为其他非法人组织的，请披露以下表格：

☐适用 ☒不适用

2、实际控制人

《公司法》第二百一十六条规定：“实际控制人，是指虽不是公司的股东，但通过投资关系、协议或者其他安排，能够实际支配公司行为的人。”

《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》七十一条规定：“实际控制人，是指通过投资关系、协议或者其他安排，能够支配、实际支配公司行为的自然人、法人或者其他组织。”

截至本公开转让说明书签署之日，徐俊为公司第一大股东，持有 32.82%的股份，同时通过宁波欣博间接持有公司 5.00%的股份，合计持有公司 37.82%的股份，合计控制公司 42.25%股份。徐俊担任公司董事长、总经理，在公司经营决策中发挥重要作用。因此，徐俊为公司实际控制人。

报告期内，公司实际控制人未发生变化。

控股股东与实际控制人不相同

☐适用 ☒不适用

共同实际控制人之间存在一致行动关系的，除了披露上述基本情况外，还应披露以下情况：

☐适用 ☒不适用

3、报告期内实际控制人发生变动的情况

☐适用 ☒不适用

（三）前十名股东及其他持股 5%以上股份或表决权股东情况

序号	股东名称	持股数量 (股)	持股比例	股东性质	是否存在质押或其他争议事项
1	徐俊	3,281,886	32.82%	境内自然人	否
2	苏州骏赐	1,165,094	11.65%	境内合伙企业	否
3	宁波欣博	943,396	9.43%	境内合伙企业	否
4	慧影投资	734,012	7.34%	境内合伙企业	否
5	华盖德辉	528,775	5.29%	境内合伙企业	否
6	盈游投资	471,698	4.72%	境内合伙企业	否

7	陈维宇	434,917	4.35%	境内自然人	否
8	天津真格	366,998	3.67%	境内合伙企业	否
9	阳钊	333,811	3.34%	境内自然人	否
10	李建伟	318,282	3.18%	境内自然人	否
合计	-	8,578,869	85.79%	-	-

☐适用 ☒不适用

（四） 股东之间关联关系

☒适用 ☐不适用

截至本公开转让说明书签署之日，公司现有股东之间存在关联关系如下：

1、徐俊持有宁波欣博 53.00%的份额，并担任宁波欣博普通合伙人及执行事务合伙人；宁波欣博为徐俊实际控制的有限合伙企业。

2、股东华盖创投、华盖文化、辽宁新兴及华盖德辉存在关联关系，具体为：

（1）华盖创投、华盖文化的私募基金管理人均为东方华盖股权投资管理（北京）有限公司，根据华盖创投、华盖文化提供的说明，华盖创投、华盖文化为一致行动人。

（2）华盖创投、华盖文化的私募基金管理人东方华盖股权投资管理（北京）有限公司的股东为华盖资本有限责任公司（持股比例 33%），华盖资本有限责任公司通过北京华盖创赢投资管理有限公司间接持有北国华盖（辽宁）投资管理有限公司 24.5%的股权，北国华盖（辽宁）投资管理有限公司为辽宁新兴的执行事务合伙人。

（3）华盖德辉的私募基金管理人及执行事务合伙人为宁波华盖长青股权投资管理中心（有限合伙），宁波华盖长青股权投资管理中心（有限合伙）的执行事务合伙人为华盖创业投资管理（北京）有限公司，华盖创业投资管理（北京）有限公司的第一大股东为华盖资本有限责任公司（持股比例 70%），华盖资本有限责任公司为华盖创投、华盖文化的私募基金管理人东方华盖股权投资管理（北京）有限公司的股东（持股比例 33%）。

除上述情形外，公司现有股东之间不存在其他关联关系。

（五） 其他情况

1、 机构股东情况

☒适用 ☐不适用

1. 苏州骏赐

1) 基本信息：

名称	苏州骏赐股权投资中心（有限合伙）
成立时间	2017 年 5 月 24 日
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320594MA1P2MAP0B
法定代表人或执行事务合伙人	上海华人文化产业股权投资管理中心（有限合伙）
住所或主要经营场所	苏州工业园区苏虹东路 183 号东沙湖股权投资中心 19 栋 215 室
经营范围	从事非证券股权投资、实业投资、投资管理、创业投资管

	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）
--	--------------------------------

2) 机构股东出资结构:

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	华人文化二期（上海）股权投资中心（有限合伙）	427,850,000	427,850,000	89.42%
2	苏州华人文化产业二期股权投资中心（有限合伙）	48,634,295	48,634,295	10.16%
3	上海华人文化产业股权投资管理中心（有限合伙）	2,000,000	2,000,000	0.42%
合计	-	478,484,295	478,484,295	100.00%

2. 宁波欣博

1) 基本信息:

名称	宁波欣博投资管理合伙企业（有限合伙）
成立时间	2017 年 12 月 21 日
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330205MA2AGGKH7J
法定代表人或执行事务合伙人	徐俊
住所或主要经营场所	浙江省宁波市江北区慈城镇随园街 72 号 255 幢 1-1-78 室
经营范围	投资管理、投资咨询（除证券、期货）、商务信息咨询、财务信息咨询、企业管理咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（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）

2) 机构股东出资结构:

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	徐俊	530,000	530,000	53.00%
2	沈涓	80,000	80,000	8.00%
3	张有策	60,000	60,000	6.00%
4	朱睿	60,000	60,000	6.00%
5	俞添	50,000	50,000	5.00%
6	邓璟	40,000	40,000	4.00%
7	严婷婷	30,000	30,000	3.00%
8	王晶	20,000	20,000	2.00%
9	李朝锋	20,000	20,000	2.00%
10	崔积琨	20,000	20,000	2.00%
11	刘灏	20,000	20,000	2.00%
12	王少华	20,000	20,000	2.00%
13	张恒	20,000	20,000	2.00%
14	张丁杰	20,000	20,000	2.00%
15	周春雷	10,000	10,000	1.00%
合计	-	1,000,000	1,000,000	100.00%

宁波欣博为公司的员工持股平台。执行事务合伙人、普通合伙人徐俊为公司控股股东、实际控

制人、董事长、总经理；有限合伙人朱睿为公司董事、财务负责人、董事会秘书。

3. 慧影投资

1) 基本信息:

名称	上海慧影投资中心（有限合伙）
成立时间	2015 年 8 月 14 日
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91310110351117534U
法定代表人或执行事务合伙人	上海微资方来投资管理有限公司
住所或主要经营场所	上海市杨浦区控江路 1142 号 23 幢 3132-41 室
经营范围	实业投资，投资咨询（不得从事经纪）。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】

2) 机构股东出资结构:

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	珠海乾新股权投资中心（有限合伙）	157,000,000	157,000,000	14.99%
2	珠海乾邦股权投资中心（有限合伙）	152,000,000	152,000,000	14.51%
3	珠海睿雅股权投资中心（有限合伙）	150,500,000	150,500,000	14.37%
4	珠海乾沁股权投资中心（有限合伙）	149,000,000	149,000,000	14.23%
5	珠海乾信股权投资中心（有限合伙）	140,500,000	140,500,000	13.42%
6	珠海睿嵘股权投资中心（有限合伙）	137,500,000	137,500,000	13.13%
7	珠海乾阳股权投资中心（有限合伙）	130,000,000	130,000,000	12.41%
8	北京世纪微影文化发展有限公司	20,744,900	20,744,900	1.98%
9	上海微资方来投资管理有限公司	10,000,000	10,000,000	0.95%
合计	-	1,047,244,900	1,047,244,900	100.00%

4. 华盖德辉

1) 基本信息:

名称	宁波华盖德辉股权投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016 年 3 月 4 日
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330206MA281K4708
法定代表人或执行事务合伙人	宁波华盖长青股权投资管理中心（有限合伙）
住所或主要经营场所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 A0012
经营范围	股权投资及其相关咨询服务。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）。

2) 机构股东出资结构:

序号	股东(出资人)	认缴资本(元)	实缴资本(元)	持股(出资)比例
1	成都华盖天投创业投资中心(有限合伙)	47,870,000	47,870,000	99.92%
2	宁波华盖长青股权投资管理中心(有限合伙)	40,000	40,000	0.08%
合计	-	47,910,000	47,910,000	100.00%

5. 盈游投资

1) 基本信息:

名称	上海盈游投资管理合伙企业(有限合伙)
成立时间	2016年2月4日
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91310114MA1GT6EW9R
法定代表人或执行事务合伙人	上海申夏私募基金管理有限公司
住所或主要经营场所	上海市金山区山阳镇亭卫公路1358号6幢1293室
经营范围	投资管理,创业投资,实业投资,资产管理。【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】

2) 机构股东出资结构:

序号	股东(出资人)	认缴资本(元)	实缴资本(元)	持股(出资)比例
1	上海山阳企业发展有限公司	199,000,000	199,000,000	99.50%
2	上海申夏私募基金管理有限公司	1,000,000	1,000,000	0.50%
合计	-	47,910,000	47,910,000	100.00%

6. 天津真格

1) 基本信息:

名称	天津真格天弘资产管理合伙企业(有限合伙)
成立时间	2015年12月25日
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91120116MA0785350B
法定代表人或执行事务合伙人	天津真格天信资产管理合伙企业(有限合伙)
住所或主要经营场所	天津市滨海新区中新天津生态城动漫中路482号创智大厦1-708(天津金税商务秘书有限公司托管第037号)
经营范围	资产管理(金融性资产管理除外);商务咨询;企业管理。(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)

2) 机构股东出资结构:

序号	股东(出资人)	认缴资本(元)	实缴资本(元)	持股(出资)比例
1	西藏腾云投资管理有限公司	150,000,000	150,000,000	17.98%
2	杭州陆投星晖投资管理合伙企业(有限合伙)	115,000,000	115,000,000	13.79%
3	上海歌斐鹏礼投资中心	50,000,000	50,000,000	5.99%

	(有限合伙)			
4	三亚奥美信达投资中心 (有限合伙)	50,000,000	50,000,000	5.99%
5	芜湖歌斐资产管理有限公司	50,000,000	50,000,000	5.99%
6	西藏达孜天禧股权投资中心 (有限合伙)	45,000,000	45,000,000	5.39%
7	林芝腾讯科技有限公司	40,000,000	40,000,000	4.79%
8	杭州陆投月著投资合伙企业 (有限合伙)	35,000,000	35,000,000	4.20%
9	广州黑洞投资有限公司	30,000,000	30,000,000	3.60%
10	宁波瑾汇投资管理有限公司	30,000,000	30,000,000	3.60%
11	珠海同道明天投资合伙企业 (有限合伙)	30,000,000	30,000,000	3.60%
12	陈彤	25,000,000	25,000,000	3.00%
13	上海辰旷投资中心(有限 合伙)	22,500,000	22,500,000	2.70%
14	蒋经伦	20,000,000	20,000,000	2.40%
15	珠海源泉凯富投资合伙企业 (有限合伙)	20,000,000	20,000,000	2.40%
16	云蜂投资控股(北京)有限 公司	20,000,000	20,000,000	2.40%
17	宁波盛鄞创业投资中心 (有限合伙)	15,000,000	15,000,000	1.80%
18	汪琼	10,000,000	10,000,000	1.20%
19	蓝色光标(上海)投资管理 有限公司	10,000,000	10,000,000	1.20%
20	杨岩	10,000,000	10,000,000	1.20%
21	高力控股集团有限公司	10,000,000	10,000,000	1.20%
22	嘉兴英飞投资中心(有限 合伙)	10,000,000	10,000,000	1.20%
23	大连亿达投资有限公司	10,000,000	10,000,000	1.20%
24	戴超	7,000,000	7,000,000	0.84%
25	王敏	6,000,000	6,000,000	0.72%
26	西藏御珠企业管理有限公司	5,000,000	5,000,000	0.60%
27	北京泰有创业投资合伙企业 (有限合伙)	5,000,000	5,000,000	0.60%
28	上海辰释投资中心(有限 合伙)	2,500,000	2,500,000	0.30%
29	天津真格天信资产管理合 伙企业(有限合伙)	1,000,000	1,000,000	0.12%
合计	-	834,000,000	834,000,000	100.00%

7. 高榕投资

1) 基本信息:

名称	苏州工业园区高榕成长投资中心(有限合伙)
成立时间	2015年7月31日

类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91320594346342227N
法定代表人或执行事务合伙人	西藏高榕资本管理有限公司
住所或主要经营场所	苏州工业园区旺墩路 269 号星座商务广场 1 幢圆融中心 33 楼 01 单元
经营范围	创业投资及相关咨询业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，为创业企业提供创业管理服务。（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）

2) 机构股东出资结构:

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	上海歌斐鹏礼投资中心（有限合伙）	100,000,000	100,000,000	17.86%
2	北京品素煦倾投资中心（有限合伙）	100,000,000	100,000,000	17.86%
3	深圳市腾讯产业投资基金有限公司	100,000,000	100,000,000	17.86%
4	新希望投资集团有限公司	50,000,000	50,000,000	8.93%
5	杭州盛杭景昊投资管理合伙企业（有限合伙）	46,000,000	46,000,000	8.21%
6	嘉兴浙华紫旌投资合伙企业（有限合伙）	30,000,000	30,000,000	5.36%
7	千合资本（海南）投资管理中心（有限合伙）	20,000,000	20,000,000	3.57%
8	北京高榕资本管理中心（有限合伙）	16,500,000	16,500,000	2.94%
9	潍坊嘉影投资中心（有限合伙）	11,500,000	11,500,000	2.05%
10	蓝色光标（上海）投资管理有限公司	10,000,000	10,000,000	1.79%
11	上海莉莉丝科技股份有限公司	10,000,000	10,000,000	1.79%
12	芜湖联企投资咨询合伙企业（有限合伙）	10,000,000	10,000,000	1.79%
13	厦门锐泰联创业投资合伙企业（有限合伙）	10,000,000	10,000,000	1.79%
14	姚文彬	10,000,000	10,000,000	1.79%
15	珠海镭聿投资管理中心（有限合伙）	10,000,000	10,000,000	1.79%
16	达孜铎石实业有限公司	5,000,000	5,000,000	0.89%
17	张元凯	5,000,000	5,000,000	0.89%
18	刘道明	5,000,000	5,000,000	0.89%
19	沈晓恒	5,000,000	5,000,000	0.89%
20	王辉	5,000,000	5,000,000	0.89%
21	西藏高榕资本管理有限公司	1,000,000	1,000,000	0.17%
合计	-	560,000,000	560,000,000	100.00%

8. 达晨创投

1) 基本信息:

名称	深圳市达晨创联股权投资基金合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016 年 11 月 17 日
类型	有限合伙
统一社会信用代码	91440300MA5DP8YB2R
法定代表人或执行事务合伙人	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司
住所或主要经营场所	深圳市福田区莲花街道深南大道 6008 号特区报业大厦东区 23 层
经营范围	一般经营项目是：，许可经营项目是：对未上市企业进行股权投资（不得从事证券投资业务；不得以公开方式募集资金开展投资活动；不得从事公开募集基金管理业务）。

2) 机构股东出资结构:

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	芜湖胜宾投资中心（有限合伙）	606,000,000	606,000,000	20.20%
2	深圳市引导基金投资有限公司	400,000,000	400,000,000	13.33%
3	深圳市达晨财智创业投资管理有限公司	324,000,000	324,000,000	10.80%
4	湖南电广传媒股份有限公司	200,000,000	200,000,000	6.67%
5	深圳市福田引导基金投资有限公司	200,000,000	200,000,000	6.67%
6	宁波梅山保税港区腾云源晟股权投资合伙企业（有限合伙）	150,000,000	150,000,000	5.00%
7	武汉璟瑜呈祥股权投资中心（有限合伙）	100,000,000	100,000,000	3.33%
8	上海景穆投资管理有限公司	100,000,000	100,000,000	3.33%
9	金雷科技股份有限公司	80,000,000	80,000,000	2.67%
10	上海歌斐钥擎投资中心（有限合伙）	50,000,000	50,000,000	1.67%
11	中意人寿保险有限公司	50,000,000	50,000,000	1.67%
12	井冈山辰兴启迪投资合伙企业（有限合伙）	50,000,000	50,000,000	1.67%
13	珠海臻浩股权投资中心（有限合伙）	50,000,000	50,000,000	1.67%
14	陈延良	50,000,000	50,000,000	1.67%
15	宁波梅山保税港区国钰乾元一期股权投资合伙企业（有限合伙）	30,000,000	30,000,000	1.00%
16	杭州清科和思投资管理合伙企业（有限合伙）	30,000,000	30,000,000	1.00%
17	武汉正煊资本投资有限公司	30,000,000	30,000,000	1.00%

18	孙绍录	25,000,000	25,000,000	0.83%
19	宁波梅山保税港区懿氏创业投资合伙企业（有限合伙）	20,000,000	20,000,000	0.67%
20	南京星纳晨企业管理合伙企业（有限合伙）	20,000,000	20,000,000	0.67%
21	共青城宜达股权投资合伙企业（有限合伙）	20,000,000	20,000,000	0.67%
22	湖北世纪英才文化发展有限公司	20,000,000	20,000,000	0.67%
23	管晓薇	20,000,000	20,000,000	0.67%
24	张陆	20,000,000	20,000,000	0.67%
25	王卫平	20,000,000	20,000,000	0.67%
26	张涛	20,000,000	20,000,000	0.67%
27	江晓龙	20,000,000	20,000,000	0.67%
28	李侃	20,000,000	20,000,000	0.67%
29	舒胜利	20,000,000	20,000,000	0.67%
30	张家强	20,000,000	20,000,000	0.67%
31	马国奇	20,000,000	20,000,000	0.67%
32	胡郁	20,000,000	20,000,000	0.67%
33	詹昌斌	20,000,000	20,000,000	0.67%
34	袁巨凡	20,000,000	20,000,000	0.67%
35	王幸	20,000,000	20,000,000	0.67%
36	师莉	18,000,000	18,000,000	0.60%
37	黄彦	15,000,000	15,000,000	0.50%
38	井冈山惇和投资合伙企业（有限合伙）	10,000,000	10,000,000	0.33%
39	共青城亚美投资合伙企业（有限合伙）	10,000,000	10,000,000	0.33%
40	上海晴崧璧水管理咨询合伙企业（有限合伙）	10,000,000	10,000,000	0.33%
41	艾江生	10,000,000	10,000,000	0.33%
42	王惠莉	10,000,000	10,000,000	0.33%
43	周雅琴	10,000,000	10,000,000	0.33%
44	徐达	10,000,000	10,000,000	0.33%
45	肖冰	10,000,000	10,000,000	0.33%
46	姚超骏	10,000,000	10,000,000	0.33%
47	胡恩雪	10,000,000	10,000,000	0.33%
48	李倩楠	2,000,000	2,000,000	0.07%
合计	-	3,000,000,000	3,000,000,000	100.00%

9. 林芝腾讯

1) 基本信息:

名称	林芝腾讯投资管理有限公司
成立时间	2015年10月26日
类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
统一社会信用代码	91540400MA6T10MC8R
法定代表人或执行事务合伙人	姚磊文

住所或主要经营场所	西藏自治区林芝市巴宜区八一镇广东路 58 号星程酒店 8103 房
经营范围	投资与资产管理；经济信息咨询；企业管理咨询；国内贸易；投资兴办实业。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]

2) 机构股东出资结构：

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	深圳市腾讯产业投资基金有限公司	100,000,000	100,000,000	100.00%
合计	-	100,000,000	100,000,000	100.00%

10. 有赞科技

1) 基本信息：

名称	杭州有赞科技有限公司
成立时间	2014 年 9 月 23 日
类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
统一社会信用代码	91330100310526120W
法定代表人或执行事务合伙人	朱宁
住所或主要经营场所	浙江省杭州市西湖区西溪路 698 号 6 幢 102 室
经营范围	一般项目：食品进出口；技术进出口；通用设备制造（不含特种设备制造）；通信设备制造；电子专用设备制造；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；信息技术咨询服务；网络技术服务；财务咨询；企业形象策划；社会经济咨询服务；广告设计、代理；会议及展览服务；日用百货销售；食用农产品批发；化妆品批发；化妆品零售；鞋帽批发；鞋帽零售；服装服饰批发；服装服饰零售；日用品批发；日用杂品销售；日用品销售；新鲜水果批发；文具用品批发；文具用品零售；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）；软件销售；玩具、动漫及游艺用品销售；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；办公用品销售；音响设备销售；电子产品销售；计算机软硬件及外围设备制造；物联网设备制造；显示器件制造；工业控制计算机及系统制造；服务消费机器人制造；网络设备制造；非居住房地产租赁；广告发布；许可项目：第二类增值电信业务（仅限电子商务，国内多方通信、存储转发类、呼叫中心）（国家限制类、禁止类外商投资项目除外）（涉及国家规定实施准入特别管理措施的除外）（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）。许可项目：艺术品进出口；食品互联网销售；食品销售；出版物互联网销售；出版物零售（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，具体经营项目以审批结果为准）。

2) 机构股东出资结构：

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	QimaInvestmentLimited	500,000,000	500,000,000	100.00%

合计	-	500,000,000	500,000,000	100.00%
----	---	-------------	-------------	---------

注：认缴资本、实缴资本为 500,000,000 美元。

11. 华盖创投

1) 基本信息：

名称	北京东方华盖创业投资有限公司
成立时间	2013 年 12 月 30 日
类型	其他有限责任公司
统一社会信用代码	911100000896849973
法定代表人或执行事务合伙人	毕爱军
住所或主要经营场所	北京市东城区藏经馆胡同 17 号 1 幢 1266 室
经营范围	创业投资；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

2) 机构股东出资结构：

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	北京东方信达资产经营集团有限公司	53,400,000	53,400,000	28.57%
2	辽宁成大股份有限公司	35,600,000	35,600,000	19.05%
3	崔华	13,350,000	13,350,000	7.14%
4	林玉国	8,900,000	8,900,000	4.76%
5	迟明	8,900,000	8,900,000	4.76%
6	田帅	8,900,000	8,900,000	4.76%
7	北京阳光嘉诚投资有限公司	8,900,000	8,900,000	4.76%
8	北京中欣安泰投资有限公司	8,900,000	8,900,000	4.76%
9	厚德博文（北京）文化发展有限公司	8,900,000	8,900,000	4.76%
10	北京中关村创业投资发展有限公司	8,900,000	8,900,000	4.76%
11	黎婷	5,340,000	5,340,000	2.86%
12	北京丰合投资有限公司	5,340,000	5,340,000	2.86%
13	亨彬投资（北京）有限公司	4,450,000	4,450,000	2.38%
14	朴圣根	3,560,000	3,560,000	1.90%
15	华盖创业投资管理（北京）有限公司	2,225,000	2,225,000	1.19%
16	东方华盖股权投资管理（北京）有限公司	1,335,000	1,335,000	0.71%
合计	-	186,900,000	186,900,000	100.00%

12. 华盖文化

1) 基本信息:

名称	北京东方华盖文化创业投资有限公司
成立时间	2016年1月27日
类型	其他有限责任公司
统一社会信用代码	91110101MA003DC21K
法定代表人或执行事务合伙人	许莉
住所或主要经营场所	北京市东城区青龙胡同甲1号、3号2幢3层301室
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业投资企业提供创业管理服务业务。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

2) 机构股东出资结构:

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	北京东方信达资产经营集团有限公司	20,000,000	20,000,000	33.33%
2	北京东体信达体育发展有限公司	10,000,000	10,000,000	16.67%
3	中顺杰（北京）物流有限公司	8,000,000	8,000,000	13.33%
4	北京明德天使投资基金管理中心（有限合伙）	6,000,000	6,000,000	10.00%
5	王晟	5,000,000	5,000,000	8.33%
6	北京中欣安泰投资有限公司	5,000,000	5,000,000	8.33%
7	东方华盖股权投资管理（北京）有限公司	3,000,000	3,000,000	5.00%
8	李萌	1,000,000	1,000,000	1.67%
9	左晓红	1,000,000	1,000,000	1.67%
10	沈拓	1,000,000	1,000,000	1.67%
合计	-	60,000,000	60,000,000	100.00%

13. 辽宁新兴

1) 基本信息:

名称	辽宁新兴文化创业投资基金合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016年12月9日
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91210103MA0TPK8R61
法定代表人或执行事务合伙人	北国华盖（辽宁）投资管理有限公司

住所或主要经营场所	辽宁省沈阳市沈河区友好街 19 号(A2001)
经营范围	从事对未上市企业的投资、对上市公司非公开发行股票的投资以及相关咨询服务；创业投资咨询、为创业企业提供创业管理服务。（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。）

2) 机构股东出资结构:

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	常州远东文化产业有限公司	100,000,000	100,000,000	52.63%
2	辽宁基金投资有限公司	50,000,000	50,000,000	26.32%
3	辽宁北国文化投资股份有限公司	28,000,000	28,000,000	14.74%
4	沈阳金融中心控股有限责任公司	10,000,000	10,000,000	5.26%
5	北国华盖（辽宁）投资管理有限公司	2,000,000	2,000,000	1.05%
合计	-	60,000,000	60,000,000	100.00%

14. 永欣贰期

1) 基本信息:

名称	宁波永欣贰期股权投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016 年 5 月 30 日
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330205MA2823DA17
法定代表人或执行事务合伙人	浙江永欣资产管理有限公司
住所或主要经营场所	宁波市江北区慈城镇慈湖人家 340 号 205 室
经营范围	股权投资、股权投资管理及相关咨询服务。未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务。

2) 机构股东出资结构:

序号	股东（出资人）	认缴资本（元）	实缴资本（元）	持股（出资）比例
1	永赢资产管理有限公司	487,000,000	189,291,900	99.80%
2	浙江永欣资产管理有限公司	1,000,000	500,000	0.20%
合计	-	488,000,000	189,791,900	100.00%

私募股东备案情况

√适用 □不适用

详见本节“三、公司股权机构”之“（五）其他情况”之“3、股东适格性审查”。

2、特殊投资条款情况

√适用 □不适用

公司历史上引入外部投资者时签署的股东协议等文件包含特殊投资条款，包括但不限于反摊薄权、回购权、优先认购权、清算优先权等内容；公司不涉及其他投资安排。

2022 年 12 月，新榜信息及其股东徐俊、陈维宇、阳钊、李建伟、王骥、李海峰、姚钢、宁波欣博、谢悦、慧影投资、高榕投资、天津真格、林芝腾讯、达晨创投、永欣贰期、华盖创投、华盖文化、辽宁新兴、苏州骏赐、华盖德辉、盈游投资、有赞科技签署了《关于上海新榜信息技术股份有限公司股东协议之补充协议》（以下简称“《补充协议一》”）约定终止相关特殊投资条款，2023 年 8 月 15 日公司与公司现有股东签署了《关于上海新榜信息技术股份有限公司股东协议之补充协议二》（以下简称“《补充协议二》”），就终止及修改相关特殊投资条款进行再次约定。具体情况如下：

根据《股东协议》、《补充协议一》及《补充协议二》，相关披露条款内容 QIPO、创始股东、各轮投资者的具体含义及主体名称如下所示：

序号	简称	具体含义及主体名称
1	QIPO	根据《补充协议二》，各方确认因《股东协议》、《补充协议一》涉及“QIPO”定义的条款已相应终止或修改，“QIPO”定义不再适用
2	创始股东	指徐俊、陈维宇、阳钊、李建伟及宁波欣博
3	天使轮投资者	指谢悦
4	A+轮投资者	指慧影投资、高榕投资、天津真格
5	B1 轮投资者	指林芝腾讯、达晨创投、永欣贰期、华盖创投、华盖文化、辽宁新兴及华盖德辉（仅就其 B1 轮认购的新增注册资本而言）
6	B2 轮投资者	指苏州骏赐、华盖德辉（仅就其 B2 轮认购的新增注册资本而言）
7	C 轮投资者	指盈游投资、有赞科技

序号	特殊权利	股东协议/增资协议约定	补充协议约定
1	反摊薄、清算优先权、回购权	《股东协议》第 2.1.2（1）条：在公司拟增加注册资本的情况下（“新一轮融资”），除应遵守本协议第 3.4 条投资者特别批准事项与第 2.1 条新增注册资本的规定外，如果新一轮融资的投资方每一元新增注册资本的认购价格（以下简称“每股新价格”）低于任一 A+轮投资者 “和/或 B1 轮投资者和/或 B2 轮投资者和/或 C 轮投资者投资款金额除以该投资者认购公司注册资本金额所得认购价格（就每一投资者而言应分别适用，以下简称“每股原价	《补充协议一》 各方在此不可撤销地同意并确认，股东协议第 2.1.2 条“反摊薄条款”及第 2.3 条“清算优先权”中关于公司作为义务承担主体的约定、第 2.5 条“回购权”以及增资协议第 4.6 条、第 4.7 条、第 4.8 条自本协议签署之日起完全终止，且各投资者基于股东协议、增资协议享有的“反摊薄权”、“清算优先权”及“回购权”以及根据历史融资文件享有的与前述“反摊薄权”及“清算优先权”中关于公司作为义务承担主体的约定及“回购权”实质相同的特殊权利的终

	格”），则上述任一投资者有权选择以零对价或其他法律允许的最低对价进一步获得公司发行的股权，或者要求各创始股东向上述投资者无偿或以法律允许的最低价格转让根据以下“加权平均法”计算得出的注册资本金额，具体公式如下：$N=A \times (B + C) \div (B + D) - A$ 第 2.1.2(4) 条：本第 2.1 条的规定不适用于（a）经过半数投资者同意的公司以股权为对价收购其他实体控股权的交易；（b）根据经过董事会同意的员工期权计划进行的股权发行；（c）经过董事会同意的公司实施股权分红或未分配利润转增注册资本。 第 2.3.1 条：若公司发生任何清算、解散或终止情形，公司财产应当按照如下顺序进行分配：（1）依法支付清算费用、职工工资、社会保险费用和法定补偿金，缴纳所欠税款，偿还公司债务；（2）优先向 C 轮¹投资者支付（a）C 轮投资者认购目标公司股权价款，和（b）按照单利 10%/年计算的收益及（c）公司累计向 C 轮投资者已宣布但未分配的股息；（3）优先向 B1 轮投资者和/或 B2 轮投资者支付（a）B1 轮投资者和/或 B2 轮投资者认购目标公司股权价款，和	止效力追溯至特定投资者首次享有“反摊薄权”、“清算优先权”及“回购权”时签署的相应历史融资文件之时（无论该投资者于股东协议签署时是否仍享有“反摊薄权”、“清算优先权”及“回购权”），且该等终止不存在任何形式的恢复安排。 各方进一步同意并确认：（i）各方均自始未曾行使过“反摊薄权”、“清算优先权”及“回购权”；（ii）对公司历史上曾出现的触发“反摊薄权”、“清算优先权”及“回购权”的情况（如有）予以豁免，且不会对公司发生的任何前述事项产生争议或纠纷，亦不会就确认豁免该等事项可能构成的公司任何过往或未来的违约行为进行追诉或要求赔偿；（iii）自本协议签署之日起，清算事件发生后，若根据届时适用法律的要求，各投资者按照股东协议第 2.3 条约定应当获得的清算款项未能从公司获得足额支付的，创始股东应当以其持有的公司股权及从公司获得分配的财产为限，按照如下顺序就差额部分向各投资者承担补足责任：（i）优先对 C 轮投资者进行补偿；（ii）其次对 B1 轮投资者和 B2 轮投资者进行补偿；（iii）最后对 A+轮投资者进行补偿。 《补充协议二》 1.6 各方进一步确认，因股东协议、《补充协议一》涉及“QIPO”、“QIPO-
--	---	--

¹ 其中：N 为额外股权；A 为投资者新一轮融资前持有的注册资本；B 为公司在新一轮融资前的注册资本总额；C 为在新投资者以每股新价格认购公司新增注册资本的情况下，所能认购的注册资本金额，即新投资者支付的总认购价款除以每股新价格的金额；D 为在新投资者以每股原价格认购公司新增注册资本的情况下，所能认购的注册资本金额，即新投资者支付的总认购价款除以每股原价格的金额

	(b)按照单利 10%/年计算的收益及(c)公司累计向 B1 轮投资者和/或 B2 轮投资者已宣布但未分配的股息;资金不足的,应当在 B1 轮投资者和 B2 轮投资者之间按照相对持股比例进行分配;(4)优先向 A+轮投资者支付(a)A+轮投资者认购目标公司股权价款,和(b)按照单利 10%/年计算的收益及(c)公司累计向 A+轮投资者已宣布但未分配的股息;资金不足的,应当在 A+轮投资者之间按照相对持股比例进行分配;(5)优先向创始股东支付(a)创始股东已实际向目标公司缴纳的出资和(b)按照单利 10%/年计算的收益及(c)公司累计向创始股东已宣布但未分配的股息;资金不足的,应当在创始股东之间按照相对持股比例进行分配;(6)任何剩余的公司财产应按照各股东(包括但不限于投资者和创始股东)届时在公司中的股权比例在各股东之间进行分配。 第 2.3.2 条:若根据届时适用法律的要求,公司财产在支付上述本条 2.3.1 款第(1)项所述款项后,必须按照各股东的届时的股权比例进行分配,则创始股东应以其持有的公司股权及从公司获得分配的财产为限,(1)优先对 C 轮投资者进行补偿,以保证 C 轮投资者可以足额获得根据上述	2022”定义的条款已相应终止或修改,“QIPO”及“QIPO-2022”定义不再适用。
--	--	---

	2.3.1 第（2）项与第（6）项取得的款项；（2）其次对 B1 轮投资者和 B2 轮投资者进行补偿，以保证 B1 轮投资者和 B2 轮投资者可以足额获得根据上述 2.3.1 第（3）项与第（6）项取得的款项；（3）最后对 A+轮投资者进行补偿，以保证 A+轮投资者可以足额获得根据 2.3.1 第（4）项与第（5）项取得的款项。 第 2.3.3 条：清算事件：（1）公司因被第三方收购或其他方式导致各创始股东和投资者合计失去公司的多数股权股东地位，丧失对公司的控制权，或创始股东和投资者委派董事的合计数量未能占公司全体董事会成员之多数，或者（2）公司向第三方出售或以其他形式处置其全部或绝大部分资产或业务，或者（3）公司向第三方许可、转让或以其他形式处置其全部或绝大部分知识产权，或者（4）发生其他重大事件导致公司业务无法继续正常进行，且该状态持续达三个月以上的，均被视为清算发生，投资者有权自公司取得根据上述第 2.3.1 条与 2.3.2 条的约定可以取得的款项。 创始股东持有目标公司股权包括直接持有的股权以及通过员工期权平台间接持有（如有）的目标公司股权的总和。	
--	---	--

		第 2.5.1、2.5.2 条：C 轮、B2 轮回购事项：C 轮、B2 轮投资者有权于下列任一情形出现时，要求公司按照本协议约定的回购金额回购其届时持有的全部或部分股权：（1）公司 2022 年 12 月 31 日前不能实现“QIPO-2022”；（2）公司的主营业务未经董事会或股东会批准发生重大变化；（3）公司与关联方进行对公司 QIPO-2022 产生重大不利影响的交易或担保行为，且经投资者催告 30 日内未消除重大不利影响；（4）公司的管理层股权激励方案未经董事会或股东会批准而发生重大变化，且经投资者催告 30 日内未作出合理说明或征得投资者同意；（5）公司或控股股东实质性地违反其作出的陈述与保证，或违反其主要义务，且经投资者催告 30 日内未纠正；（6）其他股东要求行使回购权。 第 2.5.3 条：B1 轮回购事项：B1 轮投资者有权于下列任一情形出现时，要求公司按照本协议约定的回购金额回购其届时持有的全部或部分股权：（1）2022 年 12 月 31 日之前，公司不能实现以下目标：a) 未能实现 QIPO-2022；b) 截止 2022 年²12 月 31 日未能通过累计分红或股权转让的方式取得相当于已经支付的投资总额 150%	
--	--	--	--

² C 轮投资者中仅盈游投资有权催告

	的资金；（2）未经单独或共同持有 B1 轮股权比例过半数投资者书面同意，公司核心团队成员徐俊、陈维宇在 2022 年 12 月 31 日前从公司离职或者不能保证在公司全职工作及全力从事公司业务；（3）公司或创始股东出现重大违规行为或重大诚信问题且严重损害公司及/或各股东利益的；（4）公司的主营业务、经营范围、核心产品等发生实质性调整，并且不能得到单独或共同持有 B1 轮股权比例过半数投资者的同意；（5）创始股东或公司严重违反了本协议（包括其在各方（不包括盈游投资及有赞科技）于 2017 年 2 月 28 日签署的《关于上海看榜信息科技有限公司之增资股转协议》中作出的任何陈述和保证）、公司的章程性文件或其他与本次交易相关的合约；（6）创始股东及目标公司核心管理层在职期间直接或间接从事与目标公司或目标公司控制的公司有业务竞争或利益损害的活动；（7）其他股东要求行使回购权。 第 2.5.4 条：A+轮回购事项：A+轮投资者有权于下列任一情形出现时，要求公司按照本协议约定的回购金额回购其届时持有的全部或部分股权：（1）2022 年 12 月 31 日之前，公司不能实现以下目标时：a) QIPO-2022；b) A+轮投	
--	---	--

		资者所持公司股权未能按照不低于 15 亿元的公司整体估值被第三方（非投资者的关联方）收购；（2）创始股东、天使轮投资者出现重大个人诚信问题损害公司利益； （3）公司的核心资产因行使抵押权被拍卖等原因导致所有权不再由公司持有或者存在此种潜在风险，且合理时间内未解决对公司经营、上市等造成实质性障碍； （4）公司创始股东所持有的公司之股权因行使质押权等原因，所有权发生实质性转移或者存在此种潜在风险；（5）创始股东/实际控制人如因婚姻、继承原因导致公司的控制权转移或潜在转移，且对公司经营、上市等造成实质性障碍；（6）公司因违反法律法规经营被政府部门予以重大处罚，导致无法继续正常经营或对未来上市造成实质性障碍的；（7）创始股东发生重大违法行为，且经相关司法行政机关生效裁判确定并对公司后续融资构成重大不利影响；（8）创始股东或公司严重违反了本协议、公司的章程性文件或其他与投资者与本次交易相关的合约；（9）其他经合理判断，继续持有公司股权将给 A+轮投资者造成重大损失或无法实现投资预期的情况。 第 2.5.5 条：回购权的行使：公司、创始股东或其指定的第三	
--	--	--	--

	方应在收到投资者的回购通知后在规定时间内进行回购。公司全体股东应在相关投资者提出回购要求后规定时间内向公司股东会提案进行减资，确保公司于规定时间内回购投资者股权并支付完毕回购价格。 第 2.5.6 条：回购价格：以下两者中孰高：（1）按投资年投资回报率 10%（单利）计算的投资本金与投资收益之和；（2）各轮投资者持有的股权比例所对应的公司净资产值。 第 2.5.7 条：回购顺序：C 轮>B1 轮/B2 轮>A+轮 第 2.5.8 条：如投资者规定时间内未能收到全部股权回购价格，有权选择启动清算程序。 《增资协议》第 4.6 条：就盈游投资而言，除股东协议中约定回购触发情形外，若公司在甲方一作为乙方股东期间，于税务迁址完成之日的 5 年内将税务登记地址迁出上海市金山区山阳镇的，盈游投资有权要求公司按照本协议或股东协议约定的回购金额回购其届时持有的全部或部分股权。 第 4.7 条：就盈游投资而言，在任何情形下，当回购条件触发时，盈游投资均有权于回购条件成就后的 90 日内要求乙方按照本条约定向盈游投资支付按股东协	
--	---	--

		议中约定所计算的回购价格。向盈游投资支付回购价格的具体流程为：收到盈游投资股权回购的书面通知之日起 60 日内以盈游投资增资款为基数，以现金形式返还 80%的比例（即：返还该部分款项而无需办理完成减资手续）。当减资手续办理完成并且公司顺利完成工商变更后，乙方应当以现金形式向盈游投资支付扣除已支付部分外的剩余回购价格（为免疑义，乙方向盈游投资支付的回购价格总额不超过按照股东协议约定的回购价格）。本条约定如与股东协议中相关回购条款有冲突的，各方确认以本条约定为准。	
2	创始股东回购义务	-	《补充协议一》 1.2.1 如截至 2024 年 12 月 31 日，公司在中国境内相关证券交易所、证券监管机构或市场（包括深圳证券交易所、上海证券交易所、北京证券交易所、香港证券交易所，但不包括新三板）的首次公开发行并上市申请（以下简称“IPO 申请”）未获得上市委审核通过或中国证券监督管理委员会核准，则任一投资者均有权要求创始股东按照本补充协议约定的回购金额回购其届时持有的全部或部分公司股权（以下简称“创始股东回购义务”），创始股东应在收到投资者关于股权回购的书面通知之日起 5 个工作日内通知其他有回购权利的股东，并在 60 日内按照约定的回购金额回购投资者届

		时持有的全部或部分公司的股权。若上述股权回购需要各方做出相应行为或者签署相关文件的，则各方应予以配合。为免疑义，各创始股东在本条款项下向投资者承担共同且连带的责任。 1.2.2 回购价格以以下两者中较高者确定：(i)按投资年投资回报率10%（单利）计算的投资本金与投资收益之和；(ii)各轮投资者持有的股权比例所对应的公司净资产值。为避免歧义，计算赎回价格时应按届时各轮投资者实际付出的全部投资款，包括但不限于该等投资者根据相应轮次协议为增资和转股支付的投资款，以及根据相应轮次协议行使优先认购权、优先受让权等对公司的投资额。 1.2.3 投资者行使回购权不得存在以下情形：(i)影响徐俊作为实际控制人地位及股权稳定性；(ii)谋求或与除徐俊以外的公司其他股东共同谋求公司控制权的行为；(iii)严重影响公司持续经营能力或者其他可能严重影响公司投资者权益的情形。 1.2.4 尽管有上述约定，若根据届时生效的上市监管要求，本条款关于创始股东承担回购义务的约定必须进行清理，投资者同意按照届时上市监管的要求在公司IPO申报文件正式递交之日终止该条款，但本条款应自以下时点中孰早之日起恢复效力：(i)公司IPO申请被有权机构/部门不予受理、否决、被驳回、失效之日或公司主
--	--	---

		动撤回 IPO 申请之日；或(ii)自公司 IPO 申报文件正式递交之日起 36 个月内未完成在中国境内相关证券交易所、证券监管机构或市场（包括深圳证券交易所、上海证券交易所、北京证券交易所、香港证券交易所，但不包括新三板）首次公开发行并上市。本回购条款在效力恢复后，投资者行使回购权不受上述 1.2.3 条的限制。 1.2.5 如创始股东可合法利用的资产及资金不足以向投资者全额支付回购金额，则此类可合法利用的资产及资金应在适用的法律许可的范围内，按照如下顺序和原则分配：(i)首先支付 C 轮投资者回购金额；(ii)然后支付给 B1 轮和 B2 轮投资者回购金额，若不足以完全支付 B1 轮和 B2 轮投资者回购金额，则应按 B1 轮和 B2 轮投资者的相对持股比例进行支付；(iii)最后在支付 B1 轮投资者和 B2 轮投资者回购金额后如有剩余资产或资金，则应支付 A+轮投资者回购金额，金额不足时则按各 A+轮投资者的相对持股比例进行支付。 《补充协议二》 1.3 各方确认，根据《补充协议一》第 1.2 条，如截至 2024 年 12 月 31 日，公司 IPO 申请未获得上市委审核通过或中国证券监督管理委员会核准，则 C 轮投资者、B1 轮和 B2 轮投资者、A+轮投资者中的任一投资者均有权根据《补充协议一》约定要求创始股东承担回购义务。
--	--	--

			各方进一步同意并确认，截至本协议签署之日，各方对于创始股东承担回购义务的履约能力不存在任何纠纷或潜在纠纷。
3	控股子公司上市相关约定	《股东协议》第 2.9.3 条：如系由公司控股子公司实现 QIPO-2022，则届时公开发行上市之前投资者有权选择按其通过公司间接持有该控股子公司的权益比例，相应变更为直接持有该控股子公司之股权，相应费用均应当由公司全部承担。	《补充协议一》 各方在此不可撤销地同意并确认，股东协议第 2.9.3 条自公司新三板挂牌申请提交之日起修改为“如系由公司控股子公司实现在相关证券交易所、证券监管机构或市场（包括深圳证券交易所、上海证券交易所、北京证券交易所、香港证券交易所等，但不包括新三板）的首次公开发行并上市，则届时公开发行上市之前投资者有权选择按其通过公司间接持有该控股子公司的权益比例，相应变更为直接持有该控股子公司之股权，相应费用均应当由届时拟上市的控股子公司全部承担。” 《补充协议二》 1.1 各方在此不可撤销地同意并确认，根据《补充协议一》第 1.3 条约定，股东协议第 2.9.3 条已于公司新三板挂牌申请之日修改为“如系由公司控股子公司实现在相关证券交易所、证券监管机构或市场（包括深圳证券交易所、上海证券交易所、北京证券交易所、香港证券交易所等，但不包括新三板）的首次公开发行并上市，则届时公开发行上市之前投资者有权选择按其通过公司间接持有该控股子公司的权益比例，相应变更为直接持有该控股子公司之股权，相应费用均应当

			由届时拟上市的控股子公司全部承担”。 各方进一步同意并确认,《补充协议一》第 1.3 条自本协议签署之日起终止,相关内容于该等时点起不再对各方具有法律约束力,任何一方不再依据股东协议、《补充协议一》之约定享有该等条款约定的权利或履行义务。 《补充协议一》第 1.3 条应自以下时点中孰早之日自动恢复,并视同该等条款项下的权利和安排从未失效(但在此期间公司根据当时有效的公司章程规定作出的相关决议和签署的合同和文件不应被认定为无效,前提是不得妨碍投资者享有与行使恢复特殊权利条款效力的相关权利):(i)公司新三板挂牌申请被有权机构/部门不予受理、否决、被驳回或失效之日;(ii)公司主动撤回新三板挂牌申请之日;(iii)自公司递交新三板申请之日起 24 个月内未完成新三板挂牌;或(iv)公司新三板挂牌后又终止挂牌之日(但因公司股票于北京证券交易所上市而在全国中小企业股份转让系统终止挂牌,以及公司直接于北京证券交易所上市或转板于上海证券交易所、深圳证券交易所上市的情况不在恢复生效之列)。
4	优先认购权、转让限制、优先受让	《股东协议》第 2.1.1 条:就公司的新增注册资本,投资者有权行使优先认购权。如各投资者拟优先购买的新增注册资本数量	《补充协议一》 各方在此不可撤销地同意并确认,股东协议第 2.1.1 条“优先认购权”、第 2.1.2 条“反摊薄条款”(公

	权、共同 出售权、 反摊薄、 清算优先 权、知情 权和检查 权、拖售 权、最优 惠条款、 董事会的 组成、董 事任期、 董事会规 则、投资 者特别批 准事项、 公司监 事、盈游 投资及有 赞科技退 出公司及 委派董事 权	超过全部新增注册资本数量，则各投资者有权优先认购的新增注册资本数量应当按照相对持股比例进行分配。 在投资者认购完成后，公司其他股东就未被投资者认购的公司新增注册资本享有优先认购权。 第 2.2.1 条：转让限制 (1) 未经盈游投资、CMC 和华盖资本一致同意并遵守本协议第 2.2.2 条、第 2.2.3 条的规定，任何创始股东不得在公司 QIPO 之前直接或间接转让、质押或以其他方式处分（合称“转让”）其持有的任何公司股权。 (2) 为免疑义，本条款的转让限制不受限于《公司法》第 71 条规定的制约，即如创始股东拟转让其所持有的公司股权，并就其股权转让事项书面通知盈游投资、CMC 及华盖资本征求同意，盈游投资、CMC 及华盖资本自接到书面通知之日起满 30 日未答复的，不应被视为同意转让；盈游投资、CMC 及华盖资本不同意转让的，其无义务购买创始股东拟转让的股权，且其拒绝购买创始股东拟转让的股权不应被视为同意转让。创始股东同意其不得以《公司法》第 71 条的规定抗辩盈游投资、CMC 及华盖资本在本条款项下的权利。	司作为反摊薄义务承担主体的约定除外)、第 2.3 条“清算优先权”(公司作为清算优先义务承担主体的约定除外)、第 2.6 条“知情权和检查权”、第 2.7 条“拖售权”、第 2.10 条“最优惠条款”、第 3.1 条“董事会的组成”、第 3.2 条“董事任期”、第 3.3 条“董事会规则”、第 3.4 条“投资者特别批准事项”、第 3.5 条“公司监事”以及增资协议第 5.1 条，自公司新三板挂牌申请提交之日起自动终止，上述内容于该等时点起不再对各方具有法律约束力，任何一方不再依据股东协议、增资协议之约定享有该等条款约定的权利或履行义务。上述条款应自以下时点中孰早之日自动恢复，并视同该等条款项下的权利和安排从未失效（但在此期间公司根据当时有效的公司章程规定作出的相关决议和签署的合同和文件不应被认定为无效，前提是不得妨碍投资者享有与行使恢复特殊权利条款效力的相关权利）：(i) 公司新三板挂牌申请被有权机构/部门不予受理、否决、被驳回或失效之日，(ii) 公司主动撤回新三板挂牌申请之日；(iii) 自公司递交新三板申请之日起 24 个月内未完成新三板挂牌及发行；或(iv) 公司新三板挂牌后又终止挂牌之日（但因公司股票于北京证券交易所上市而在全国中小企业股份转让系统终止挂牌，以及公司直接于北京证券交易所上市后转板于上海证券交易所、深圳证券交易所上
--	---	---	--

	(3) 第 2.2.1 条款下涉及的华盖资本的表决权行使以华盖德辉、华盖创投、华盖创客、北国华盖四方主体表决意见一致为有效条件，如四方表决意见不一致时，视为华盖资本未形成有效意见，创始股东股权转让不再受第 2.2.1 条款中华盖资本是否同意的限制。 第 2.2.2 条：优先受让权 (1) 任何股东（“售股股东”）拟转让公司股权的，其应在完成该等股权转让前给予投资者事先书面通知（“售股通知”），列明该售股股东拟转让的股权（“待售股权”）的数额、价格、其他重要交易条件以及拟受让方的名称等情况。 (2) 所有售股股东在此无条件且不可撤销地授予投资者（包括其继受人和受让人）基于本第 2.2 条的规定，按照售股通知所列明价格及其他重要交易条件，按投资者的相对持股比例优先受让全部（或任何部分）待售股权的权利。为行使其优先受让权，投资者应在收到售股通知后 20 日内（“优先受让权期限”）向售股股东和公司发出书面行权通知，该通知应列明投资者拟受让的待售股权的数量，如各投资者拟优先购买的待售股权数量超过全部待售股权数量，则各投资者有权优先购买	市的情况不在恢复生效之列）。 《补充协议二》 1.4 各方在此不可撤销地同意并确认，股东协议第 2.2.1 条自本协议签署之日起修改为“（1）未经盈游投资、CMC 和华盖资本一致同意，任何创始股东不得在公司首次公开发行并上市之前直接或间接转让、质押或以其他方式处分（合称“转让”）其持有的公司股份。 （2）当且仅当创始股东承诺转让其所持公司股份的变现金额全部用于履行《补充协议一》第 1.2 条下的回购义务时，创始股东履行《补充协议一》第 1.2 条下的回购义务不受本条款限制，因创始股东履行回购义务而转让其持有的公司股份无需取得盈游投资、CMC 和华盖资本同意。但创始股东转让其持有的公司股份不得存在以下情形：(i) 影响徐俊作为实际控制人地位及股权稳定性；(ii) 谋求或与除徐俊以外的公司其他股东共同谋求公司控制权的行为；(iii) 严重影响公司持续经营能力或者其他可能严重影响公司投资者权益的情形。 （3）本条款涉及的华盖资本的表决权行使以华盖德辉、华盖创投、华盖创客、北国华盖四方主体表决意见一致为有效条件，如四方表决意见不一致时，视为华盖资本未形成有效意见，创始股东股份转让不再受本条款中华盖资本是否同意的限制”。 各方进一步确认，本条款约定的
--	---	--

	的待售股权数量应当按照相对持股比例进行分配。 (3) 优先受让权期限届满后 10 日内, 售股股东应向全体股东及公司发出确认通知 (“确认通知”), 列明前述优先受让权的行使情况、仍剩余的待售股权数量等信息。 (4) 就投资者行使其优先购买权认购的待售股权, 投资者应在优先购买权期限届满之日起 30 日内与售股股东签署实质内容符合售股通知所列内容的股权转让协议并根据届时签署的股权转让协议的约定向售股股东支付相关的购买款项及完成交割事宜。 (5) 若待售股权未被投资者按照本第 2.2.2 条的上述规定全部购买, 则剩余的待售股权的出售应按照下述第 2.2.3 条的规定进行。 (6) 虽有前述规定, 各方均确认并同意, 投资者有权在书面通知公司和其股东的前提下, 将其所持全部或部分公司股权转让给其所指定的关联方, 其他股东同意放弃所有其所享有的法定及本协议项下约定的优先受让权并应予配合。 第 2.2.3 条: 共同出售权 (1) 如果在履行完上述第 2.2.2 条规定的优先购买权程序后, 仍有待售股权 (“附共同出售	转让限制系各方真实意思表示, 创始股东同意接受该等条款对于转让其所持公司股份的约束与限制, 各方同意该等条款的履行将在不违反法律或行政法规的前提下进行。 各方在此不可撤销地同意并确认, 股东协议第 2.2.2 条约定的 “优先受让权” 以及第 2.2.3 条约定的 “共同出售权” 自本协议签署之日起终止, 相关内容于该等时点起不再对各方具有法律约束力, 任何一方不再依据股东协议、《补充协议一》或其他任何历史融资文件之约定享有该等条款约定的权利或履行义务。 1.5 各方在此不可撤销地同意并确认, 《补充协议一》第 1.4 条自本协议签署之日起更新为 “股东协议第 2.1.1 条 “优先认购权”、第 2.1.2 条 “反摊薄条款” (公司作为反摊薄义务承担主体的约定除外)、第 2.3 条 “清算优先权” (公司作为清算优先义务承担主体的约定除外)、第 2.6 条 “知情权和检查权”、第 2.7 条 “拖售权”、第 2.10 条 “最优惠条款”、第 3.1 条 “董事会的组成”、第 3.2 条 “董事任期”、第 3.3 条 “董事会规则”、第 3.4 条 “投资者特别批准事项”、第 3.5 条 “公司监事” 以及增资协议第 5.1 条, 自公司新三板挂牌申请提交之日起自动终止; 股东协议第 2.2.2 条 “优先受让权”、第 2.2.3 条 “共同出售权” 自本协议签署之日起终止, 上述内容于相关终止时点起不再对各方具有法律约
--	---	---

	权的待售股权”)未被认购,并在此后拟出售予拟受让人,则未根据第 2.2.2 条的规定行使优先购买权的投资者有权按照投资者共同出售权比例(见下文定义),并以售股通知中规定的价格与条件与售股股东一起向拟受让人出售其所持有的股权,但选择行使上述权利的投资者(“出售投资者”)参与共同出售的股权不应超过附共同出售权的待售股权总数与其共同出售权比例之乘积。“共同出售权比例”系指某一出售投资者所持全部的公司股权占有所有出售投资者与售股股东所持全部的公司股权之和的比例。 为行使投资者的共同出售权,各投资者应在收到确认通知后的 20 日内(“共同出售期限”)向售股股东发出共同出售的书面通知,列明其共同出售权比例范围内拟参与共同出售的股权数额。 (2) 前述中的“共同出售权比例”系指某一出售投资者所持全部的公司股权占有所有出售投资者与售股股东所持全部的公司股权之和的比例。在出售投资者行使共同出售权的情况下,售股股东可向拟受让方出售的待售股权的数量应相应减少。 (3) 如果 2.2.3 中转让使得创始股东失去对公司的控制权或	束力,任何一方不再依据股东协议、增资协议、《补充协议一》之约定享有该等条款约定的权利或履行义务。上述条款应自以下时点中孰早之日自动恢复,并视同该等条款项下的权利和安排从未失效(但在此期间公司根据当时有效的公司章程规定作出的相关决议和签署的合同和文件不应被认定为无效,前提是不得妨碍投资者享有与行使恢复特殊权利条款效力的相关权利):(i)公司新三板挂牌申请被有权机构/部门不予受理、否决、被驳回或失效之日,(ii)公司主动撤回新三板挂牌申请之日;(iii)自公司递交新三板申请之日起 24 个月内未完成新三板挂牌;或(iv)公司新三板挂牌后又终止挂牌之日(但因公司股票于北京证券交易所上市而在全国中小企业股份转让系统终止挂牌,以及公司直接于北京证券交易所上市后转板于上海证券交易所、深圳证券交易所上市的情况不在恢复生效之列)”。
--	--	--

	控制力（包括但不限于在公司持股比例低于 50%或失去对股东会、董事会的重大影响），则 C 轮投资者和 B2 轮投资者和 B1 轮投资者和 A+轮投资者有权自公司取得根据本协议第 2.3.1 条与 2.3.2 条的约定可以取得的款项。 （4）待售股权的拟受让人应直接向各出售投资者支付投资者因行使共同出售权所应取得的转让价款。如拟受让人拒绝从任何出售投资者购买其共同出售的股权，则售股股东不得向该拟受让人出售任何待售股权，除非在出售待售股权的同时，该售股股东依据售股通知列明的价格与条件自该出售投资者购买共同出售权下的全部股权。 第 2.3 条：清算优先权 若公司发生任何清算、解散或终止情形（“事实清算事件”），公司财产应当按照如下顺序进行分配： （1）首先，依法支付清算费用、职工工资、社会保险费用和法定补偿金，缴纳所欠税款，偿还公司债务； （2）其次，在足额支付本条第（1）项费用之后，应优先向 C 轮投资者支付一笔款项，该笔款项为相当于（a）C 轮投资者认购目标公司股权价款，和（b）按照单利 10%/年计算的收益及（c）公	
--	---	--

		司累计向 C 轮投资者已宣布但未分配的股息； （3）然后，在足额支付本条第（1）项、第（2）项费用之后，应优先向 B1 轮投资者和/或 B2 轮投资者支付一笔款项，该笔款项为相当于（a）B1 轮投资者和/或 B2 轮投资者认购目标公司股权价款，和（b）按照单利 10%/年计算的收益及（c）公司累计向 B1 轮投资者和/或 B2 轮投资者已宣布但未分配的股息；资金不足的，应当在 B1 轮投资者和 B2 轮投资者之间按照相对持股比例进行分配； （4）再然后，在足额支付本条第（1）项、第（2）项、第（3）项的费用之后，应优先向 A+轮投资者支付一笔款项，该笔款项为相当于（a）A+轮投资者认购目标公司股权价款，和（b）按照单利 10%/年计算的收益及（c）公司累计向 A+轮投资者已宣布但未分配的股息；资金不足的，应当在 A+轮投资者之间按照相对持股比例进行分配； （5）接下来，在足额支付本条第（1）项、第（2）项、第（3）项、第（4）项的费用之后，应优先向创始股东支付一笔款项，该笔款项为相当于（a）创始股东已实际向目标公司缴纳的出资和（b）按照单利 10%/年计算的收益及（c）公司累计向创始股东已宣	
--	--	---	--

	布但未分配的股息；资金不足的，应当在创始股东之间按照相对持股比例进行分配； （6）最后，在足额支付本条第（1）项、第（2）项、第（3）项、第（4）项、第（5）项的款项之后，任何剩余的公司财产应按照各股东（包括但不限于投资者和创始股东）届时在公司中的股权比例在各股东之间进行分配。 2.3.2 若根据届时适用法律的要求，公司财产在支付上述本条 2.3.1 款第（1）项所述款项后，必须按照各股东的届时的股权比例进行分配，则创始股东应以其持有的公司股权及从公司获得分配的财产为限，（1）优先对 C 轮投资者进行补偿，以保证 C 轮投资者可以足额获得根据上述 2.3.1 第（2）项与第（6）项取得的款项； （2）其次对 B1 轮投资者和 B2 轮投资者进行补偿，以保证 B1 轮投资者和 B2 轮投资者可以足额获得根据上述 2.3.1 第（3）项与第（6）项取得的款项；（3）最后对 A+轮投资者进行补偿，以保证 A+轮投资者可以足额获得根据 2.3.1 第（4）项与第（5）项取得的款项。 2.3.3 若（1）公司因被第三方收购或其他方式导致各创始股东和投资者合计失去公司的多数股权股东地位，丧失对公司的控制权，或创始股东和投资者委派	
--	---	--

		董事的合计数量未能占公司全体董事会成员之多数，或者（2）公司向第三方出售或以其他方式处置其全部或绝大部分资产或业务，或者（3）公司向第三方许可、转让或以其他方式处置其全部或绝大部分知识产权，或者（4）发生其他重大事件导致公司业务无法继续正常进行，且该状态持续达三个月以上的，均被视为清算发生（与“事实清算事件”合称为“清算事件”），投资者有权自公司取得根据上述第 2.3.1 条与 2.3.2 条的约定可以取得的款项。 创始股东持有目标公司股权包括直接持有的股权以及通过员工期权平台间接持有（如有）的目标公司股权的总和。 第 2.6.1 条：除《公司法》规定的有关股东查阅目标公司财务记录、文件和其他资料的权利外，公司还应当向投资者提供如下资料 and 文件： （1）在每月 15 日之前提供上月的企业月报及上月的会计报表，包括资产负债表、利润表及现金流量表； （2）在每月的 15 日之前提供上月的业务进展和下月的业务计划及财务预测； （3）在每一财务季度结束后 45 日内，提供该季度未经审计的财务报表，包括资产负债表、利润	
--	--	--	--

		表及现金流量表； (4)在每年度结束之日起3个月内由会计师事务所出具提供年度审计报告； (5)公司或创始股东提供给投资者之外的任何股东的、涉及或可能涉及投资者利益的所有文件和资料的复印件； (6)在后续融资等交易中，向其他投资者提供的任何信息；在投资者合理要求的前提下，及时向投资者提供关于目标公司生产经营和财务状况的其他信息； (7)经其书面要求，投资者合理要求的其他信息和资料。 第2.6.2条：投资者有权在正常工作时间内，经向公司提前发出合理通知，检查公司的设施、场所、记录和账簿，但不得给公司的生产经营产生重大不利影响。投资者有权自费聘任会计师事务所对公司及其下属机构进行审计。如果投资者需要向公司的董事、管理人员、员工、会计师、法律顾问、财务顾问，投行中介等了解讨论公司业务与经营状况的，应当征得董事会同意，由公司出具加盖公章的询证函方式或由公司法定代表人或其授权代理人参加的现场讨论方式完成调查。 第2.7.1条，如有（1）如果第三方拟通过合并、重组或其他方式收购公司的全部或大部分	
--	--	--	--

	（超过 60%）股权或核心资产，而该等收购对于公司的整体估值不低于 15 亿元；或者（2）公司和/及创始股东没有履行本协议约定的回购义务，而收购方拟通过合并、重组或其他方式收购公司的全部或大部分（超过 60%）股权或核心资产，且经 A+轮投资者、B1 轮投资者、B2 轮投资者及 C 轮投资者同意该等交易条件（“出售行为”），则全体股东应当同意该出售行为。 第 2.10 条：除经相应轮次投资者同意以外，公司不得（1）在未经相应轮次投资者事先书面同意的情形下，给予任何早于该轮次投资者任何优先于该轮次投资者的权利、权益或任何其他待遇；或（2）采取任何其他对投资者根据本协议和章程所享有的权利、权益或任何其他待遇造成负面影响的行动（不包括因估值更高而给予未来投资人向公司增资购买新股而获得的更优惠权利的情形）。 第 3.1 条：（1）目标公司董事会人数为 7 人，CMC 有权委派 1 名董事，慧影投资有权委派 1 名董事，华盖资本有权委派 1 名董事，创始股东有权委派其余 4 名董事，盈游投资有权向公司委派 1 名董事会观察员。非经有权委派该等董事的股东书面同意，公司与各	
--	--	--

	股东不得以任何方式撤换该等董事。 （2）任何有委派董事席位的投资者持有公司股权比例降低至5%以下（含5%）时，立即丧失委派董事的权利。 （3）CMC 单独、华盖资本合计（即华盖德辉、华盖创投、华盖创客和北国华盖持有股权合并计算）或慧影投资单独在公司持有的股权比例降低至5%以下（含5%），则立即丧失委派董事的权利。 第3.4.1条：公司股东会是公司的最高权力机构，行使下列职权： （1）决定修改公司章程； （2）对公司或其子公司增加或者减少注册资本作出决议； （3）对公司与其他公司合并、分立、变更公司形式等事项作出决议； （4）提前终止或解散公司或对公司进行清算； （5）选举和更换董事、监事，变更董事会人数，决定有关董事、监事报酬事项； （6）批准公司员工股权激励计划； （7）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案； （8）对公司发行债券作出决议；	
--	--	--

		(9) 公司的重大资产重组，出售公司全部或绝大部分资产，或者将公司全部或绝大部分的核心知识产权许可他人使用； (10) 公司为股东提供担保； (11) 营业计划之外处置公司重要业务、资产或其控制权； (12) 决定或变更公司的中长期发展规划、经营方针和投资计划； (13) 审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案； (14) 审议批准董事会的报告； (15) 审议批准监事的报告； (16) 公司年度预算外，一个会计年度内单笔超过 500 万元人民币的重大资本支出； (17) 任何会导致公司控股股东或实际控制人变更的交易； (18) 公司法人结构、组织机构的任何重大改变； (19) 公司任何融资行为或超过人民币 500 万元的对外借款行为（因日常经营性周转需要且累计借款总额低于 500 万元人民币的除外）； (20) 法律、法规及公司章程以及相关股东协议规定应由股东会做出决议的其他事项。 前款所列事项须经代表公司三分之二（含三分之二）以上表决权的股东的同意方可通过决议。	
--	--	---	--

		股东特别批准权：其中，第（1）、第（3）项中关于公司与其他公司合并事项、第（2）、第（4）项、第（6）项、第（8）项、第（9）项、第（12）项、第（16）项、第（17）项、第（18）项、第（19）项必须经过慧影投资、华盖资本、CMC 的同意方可通过决议，第（1）项中关于公司变更注册地址，第（2）项、第（19）项关于公司新增注册资本、进行融资的事项必须经过盈游投资的同意方可通过决议。第（5）项中关于慧影投资提名董事的选举及更换应包括慧影投资的同意方可通过决议，第（5）项中关于华盖资本提名董事的选举及更换应包括华盖资本的同意方可通过决议，第（5）项中关于 CMC 提名董事的选举及更换应包括 CMC 的同意方可通过决议。前述投资者及其关联方合计持有公司股权比例未达到 4.5%时，前述投资者不享有“股东特别批准权”。 除本协议另有约定外，各方按照其在公司的持股比例参与公司治理。 第 3.4.2 条：董事会表决事项。董事会会议在决定下述事项时必须由七分之四（含七分之四）以上董事同意后方为合法通过： （1）决定公司内部管理机构的设置；	
--	--	--	--

		(2) 制定公司的年度财务预算方案、决算方案； (3) 审议批准公司的季度财务预算方案、决算方案； (4) 审议批准公司基本管理制度； (5) 批准公司的年度或季度业务计划或就已批准的年度或季度业务计划作出任何重大修改； (6) 聘请及更换公司审计师或修改公司的会计核算政策、财务会计规章制度； (7) 聘用或解聘公司总经理及财务负责人； (8) 公司向主营业务以外的领域扩张，或公司业务范围的重大改变； (9) 并购和处置（包括购买及出售）价值单独或合计超过 500 万元的重要资产或在任何财政年度公司分别或总计购买或租赁价值超过 500 万元的任何资产； (10) 转让、出售公司的与公司主营业务相关联的核心知识产权，或在上述核心知识产权上设置任何担保权益； (11) 公司对外提供担保，或在公司任何资产上设定质押、抵押、保证、留置权或其他任何担保； (12) 500 万元以上的借贷行为（经营性的银行贷款除外）； (13) 证券、期货或金融衍生	
--	--	---	--

		产品投资； (14) 提起和/或和解任何金额超过 50 万元的任何重大法律诉讼； (15) 500 万元以上的预算之外的重大财务开支； (16) 提请公司股东会审议公司任何新的融资计划； (17) 对第三方作出无限制的或超过 300 万元的单方承担责任的承诺； (18) 单笔或 12 个月内累计金额达到 300 万元的关联交易； (19) 通过或改变公司员工奖金的整体方案，或在员工股权激励计划或方案项下； (20) 批准向员工发放期权或变更期权协议的条款（或类似股权激励的协议条款）。 上述（1）-（19）项所列公司事项包括公司的下属子公司及分支机构事项。 董事特别批准权：公司、创始股东承诺，上述所列事项中第（2）项、第（6）项、第（8）项、第（10）项、第（11）项、第（13）项、第（16）项、第（17）项及第（18）项必须包括由慧影投资、华盖资本及 CMC 委派的董事的同意。即便有上述约定，慧影投资、华盖投资及 CMC 委派的董事不得以融资计划所确定的投资方为由而对上述第（16）项不予同意。前述投资	
--	--	---	--

		者及其关联方合计持有公司股权比例未达到 5%时，其委派的董事不享有“董事特别批准权”。 《增资协议》第 5.1 条：盈游投资有权向乙方委派 1 名董事会观察员。乙方承诺，在乙方做出任何与乙方注册地迁址及税务登记地变更相关的内部决议时，盈游投资作为股东，按照《股东协议》和公司章程的约定对此享有一票否决权，盈游投资派驻的董事会观察员代表盈游投资执行并监督该项一票否决权的行使。	
5	违约责任的承担	《股东协议》第 5.2 条：创始股东和目标公司相互之间，就本协议项下的义务与责任对投资者承担共同并连带责任。	《补充协议一》 各方在此不可撤销地同意并确认，股东协议第 5.2 条自公司新三板挂牌申请提交之日起修改为“创始股东和公司之间，就股东协议及本协议项下的义务与责任各自独立且不连带地承担责任，为免疑义，创始股东相互之间对投资者承担共同且连带的责任”。 各方进一步同意并确认，截至本协议签署日，未发生过公司和/或创始股东向投资人承担赔偿责任的事件或潜在事件。 《补充协议二》 1.2 各方确认，根据《补充协议一》第 1.5 条，股东协议第 5.2 条已于公司新三板挂牌申请提交之日起修改为“创始股东和公司之间，就股东协议及《补充协议一》项下的义务与责任各自独立且不连带地承担责任，为免疑

			义，创始股东相互之间对投资者承担共同且连带的责任”。 各方进一步同意并确认，为免疑义，对《补充协议一》第 1.5 条澄清并修改为“创始股东就股东协议、《补充协议一》及本协议项下的义务与责任独立承担责任，公司不为创始股东该等义务与责任承担连带责任，为免疑义，创始股东相互之间对投资者承担共同且连带的责任”，前述约定自公司新三板挂牌申请提交之日起生效。
6	竞业禁止承诺	《股东协议》第 2.4.1 条 每一创始股东在此向投资者承诺并保证，其将会并将促使目标公司核心管理层为目标公司投入其全部工作时间和精力，并将会尽其最大努力发展目标公司的业务并维护公司的利益。每一创始股东在此均进一步向投资者承诺并保证，在其及其近亲属（1）直接或者间接地拥有任何目标公司股权或在目标公司任职期间，以及（2）不再直接或者间接地拥有任何目标公司股权且不再在目标公司任职后的 2 年内，该创始股东和其直接或者间接控制的任何实体，除通过目标公司之外，未经投资者事先书面同意，不会以自身名义或代理身份，直接或者间接地： （1）受雇于任何竞争者（包括但不限于作为竞争者的董事、高级管理人员）或从事与目标公司主营业务相竞争的业务；	《补充协议一》 各方同意，股东协议中第 2.4 条“竞业禁止承诺”、第 2.9.1 条、第 2.9.2 条及其他本协议未涉及或未修改的股东协议条款均仍继续适用。

		（2）向任何竞争者进行任何形式的投资（包括但不限于，成为该竞争者的所有人、股东、实际控制人或以其他方式拥有其权益），或成立任何公司或其他商业组织； （3）与任何竞争者进行与目标公司主营业务相关的、损害目标公司利益的任何业务往来（包括但不限于成为该竞争者的业务代理、供应商或分销商）； （4）为任何竞争者提供与业务相关的任何形式的咨询或意见； （5）签署任何可能限制或损害公司从事其现有业务的协议、做出任何类似承诺或采取其他任何类似安排； 或（6）为任何竞争者的利益而从目标公司的客户、代理、供应商及/或独立承包商中招揽业务，或唆使目标公司的客户、代理、供应商及/或独立承包商终止与目标公司的合作。 本条款所述之“竞争者”系指在从事或计划从事与目标公司主营业务相同或相似的业务，而与目标公司存在竞争的任何企业或个人。 创始股东应向投资者完整、全面的披露所持有的除目标公司之外的对外投资情况以及兼职情况，并承诺，如创始股东违反本协	
--	--	--	--

	议第 2.4 条，则创始股东应立即将直接或间接持有的股权或权益无偿转让予目标公司，同时创始股东因从事违约行为所获得的全部所得（包括现金、股权和其他权益）均应当归目标公司所有，在公司怠于或拒绝主张该等权利时，任何投资者有权代公司向该创始股东主张权利，但全部利益归于目标公司。 第 2.9.1 条创始股东承诺，如经投资者同意，创始股东拟创立公司之外的其他公司、企业或其他形式的实体（“其他创办实体”）从事与公司主营业务相同或类似的业务，A+轮投资者和/或 B1 轮投资者和/或 B2 轮投资者有权按照本次交易完成后其于公司权益比例，无条件拥有该其他创办实体中的权益，并于该其他创办实体中拥有与本协议约定相同或类似的优先权利。 第 2.9.2 条在不违反本协议竞业禁止约定的前提下，就创始股东所从事的与其主营业务相关的新项目（包括但不限于其任何广告交易平台项目等）的开发、经营或投资，在该新项目拟进行首次或后续融资时，创始股东有义务在向其他任何潜在投资方披露之前，向 A+轮投资者和/或 B1 轮投资者和/或 B2 轮投资者披露该新项目的的相关信息，且 A+轮投资	
--	--	--

		者和/或 B1 轮投资者和/或 B2 轮投资者及其指定的关联方有权利但无义务优于其他潜在投资方在同等条件下对该等新项目进行投资，且累计获得不低于投资总额 10% 的投资份额。	
7	股东特殊权利终止或修改后的权利适用	—	《补充协议一》 各方同意并确认，上述第 1.1 条、第 1.2 条、第 1.3 条、第 1.4 条、1.5 条所述相关权利终止或修改后，投资者所享受的股东权利自动适用届时适用的章程的约定、本协议约定以及《中华人民共和国公司法》中的规定。如前述相关权利根据本协议的约定重新溯及生效，则届时投资者所享受的股东权利适用重新溯及生效的条款（但在相关权利终止期间公司根据当时有效的公司章程规定作出的相关决议和签署的合同和文件不应被认定为无效，前提是不得妨碍投资者享有与行使恢复特殊权利条款效力的相关权利）。 《补充协议二》 4.3 本协议及股东协议、《补充协议一》构成各方就本协议项下事项达成的完整协议，并取代各方此前关于本协议项下事项所达成的任何协议、谅解备忘录、陈述或其他义务（无论以书面或口头形式，包括各类沟通形式），且本协议及股东协议、《补充协议一》（包括其修改协议或修正，以及其他交易文件）包含了各方就本协议项下事项的唯一和全部协议。本协议与股东协议、《补充协议一》不一致的，

			以本协议的约定为准；本协议未尽事宜，以股东协议、《补充协议一》约定为准。
8	股东特殊权利的后续解除	-	《补充协议一》 各方进一步同意并确认，如公司历次融资涉及的增资协议、股东协议、投资协议及补充协议中存在其他任何可能构成公司新三板挂牌的实质法律障碍的特殊权利条款，各方同意根据相关法律法规、新三板挂牌监管机构或公司的要求及时配合予以解除并签署相关解除确认文件。 《补充协议二》 4.4 若新三板挂牌监管机构关于本协议相关的特殊股东权利终止存在任何其他规定或要求的，各方应当根据届时的审核政策及实际情况协商签署适当的其他文件，以满足新三板挂牌监管机构的相关要求。

截至本公开转让说明书签署日，公司现行有效的全部特殊投资条款的具体情况如下：

义务主体	权利/义务简称	现行有效的特殊条款具体内容	是否符合《适用指引第1号》的要求
初始股东	优先清算权	自《补充协议一》签署之日起，清算事件发生后，若根据届时适用法律的要求，各投资者按照《股东协议》第2.3条约定应当获得的清算款项未能从公司获得足额支付的，初始股东应当以其持有的公司股权及从公司获得分配的财产为限，按照如下顺序就差额部分向各投资者承担补足责任：(i)优先对C轮投资者进行补偿；(ii)其次对B1轮投资者和B2轮投资者进行补偿；(iii)最后对A+轮投资者进行补偿。	公司不作为左述特殊投资条款的义务或责任承担主体，触发条件未与公司市值挂钩，未损害公司及其他股东合法权益，符合《适用指引第1号》的要求，不属于根据规定需要清理的情形。
初始股东	回购义务	(1) 如截至2024年12月31日，公	公司不作为左述特

	司在中国境内相关证券交易所、证券监管机构或市场（包括深圳证券交易所、上海证券交易所、北京证券交易所、香港证券交易所，但不包括新三板）的首次公开发行并上市申请（以下简称“IPO 申请”）未获得上市委审核通过或中国证券监督管理委员会核准，则相关任一投资者均有权要求创始股东按照《补充协议一》约定的回购金额回购其届时持有的全部或部分公司股权（以下简称“创始股东回购义务”），创始股东应在收到投资者关于股权回购的书面通知之日起 5 个工作日内通知其他有回购权利的股东，并在 60 日内按照约定的回购金额回购投资者届时持有的全部或部分公司的股权。若上述股权回购需要各方做出相应行为或者签署相关文件的，则各方应予以配合。为免疑义，各创始股东在本条款项下向投资者承担共同且连带的责任。 （2）回购价格以以下两者中较高者确定：（i）按投资年投资回报率 10%（单利）计算的投资本金与投资收益之和；（ii）各轮投资者持有的股权比例所对应的公司净资产值。为避免歧义，计算赎回价格时应按届时各轮投资者实际付出的全部投资款，包括但不限于该等投资者根据相应轮次协议为增资和转股支付的投资款，以及根据相应轮次协议行使优先认购权、优先受让权等对公司的投资额。 （3）相关投资者行使回购权不得存在以下情形：（i）影响徐俊作为实际控制人地位及股权稳定性；（ii）谋求或与除徐俊以外的公司其他股东共同谋求公司控制权的	殊投资条款的义务或责任承担主体，触发条件未与公司市值挂钩，未损害公司及其他股东合法权益、未违反公司章程相关规定，符合《适用指引第 1 号》的要求，不属于根据规定需要清理的情形。
--	---	---

		行为；(iii)严重影响公司持续经营能力或者其他可能严重影响公司投资者权益的情形。 (4)如创始股东可合法利用的资产及资金不足以向投资者全额支付回购金额，则此类可合法利用的资产及资金应在适用的法律许可的范围内，按照如下顺序和原则分配：(i)首先支付 C 轮投资者回购金额；(ii)然后支付给 B1 轮和 B2 轮投资者回购金额，若不足以完全支付 B1 轮和 B2 轮投资者回购金额，则应按 B1 轮和 B2 轮投资者的相对持股比例进行支付；(iii)最后在支付 B1 轮投资者和 B2 轮投资者回购金额后如有剩余资产或资金，则应支付 A+ 轮投资者回购金额，金额不足时则按各 A+ 轮投资者的相对持股比例进行支付。	
公司、创始股东	责任不连带	创始股东就《股东协议》、《补充协议一》及《补充协议二》项下的义务与责任独立承担责任，公司不为创始股东该等义务与责任承担连带责任，为免疑义，创始股东相互之间对投资者承担共同且连带的责任。	明确公司不对创始股东义务承担连带责任，符合《适用指引第 1 号》的要求，不属于根据规定需要清理的情形。
创始股东	创始股东股权转让限制	(1) 未经盈游投资、CMC 和华盖资本一致同意，任何创始股东不得在公司首次公开发行并上市之前直接或间接转让、质押或以其他方式处分（合称“转让”）其持有的公司股份。 (2) 当且仅当创始股东承诺转让其所持公司股份的变现金额全部用于履行《补充协议一》第 1.2 条下的回购义务时，创始股东履行《补充协议一》第 1.2 条下的回购义务不受本条款限制，因创始股东履行回购义务而转让其持有的公司股份无需	根据《补充协议二》，各方确认本条款系真实意思表示。 公司不作为左述特殊投资条款的义务或责任承担主体，触发条件未与公司市值挂钩，未损害公司及其他股东合法权益、未违反公司章程相关规定，符合《适用指引第 1 号》的要求，不

		取得盈游投资、CMC 和华盖资本同意。但创始股东转让其持有的公司股份不得存在以下情形：(i) 影响徐俊作为实际控制人地位及股权稳定性；(ii) 谋求或与除徐俊以外的公司其他股东共同谋求公司控制权的行为；(iii) 严重影响公司持续经营能力或者其他可能严重影响公司投资者权益的情形。 (3) 本条款涉及的华盖资本的表决权行使以华盖德辉、华盖创投、华盖创客、北国华盖四方主体表决意见一致为有效条件，如四方表决意见不一致时，视为华盖资本未形成有效意见，创始股东股份转让不再受本条款中华盖资本是否同意的限制。	属于根据规定需要清理的情形。
--	--	--	----------------

根据《全国中小企业股份转让系统股票挂牌审查业务规则适用指引第 1 号》（以下简称“《1 号指引》”）“1-8 对赌等特殊投资条款”之规定：“投资方在投资申请挂牌公司时约定的对赌等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。”

综上所述，公司现行有效的特殊投资条款，不违反《公司法》、《证券法》等法律法规规定，符合《适用指引第 1 号》关于“1-8 对赌等特殊投资条款”的要求，不存在《适用指引第 1 号》规定的需要清理的情形。

3、 股东适格性核查

序号	股东名称	是否适格	是否为员工持股平台	具体情况
1	徐俊	是	否	-
2	苏州骏赐	是	否	苏州骏赐为私募基金，于 2017 年 7 月 16 日办理私募基金备案（登记编号为 SS6172）；其基金管理人华人文化（上海）股权投资管理有限公司，于 2017 年 1 月 17 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1060978）。
3	宁波欣博	是	是	宁波欣博为公司员工持股平台，详见本节“三、公司股权结构”之“（五）其他情况”之“1、机构股东情况”之“（2）宁波欣博”。
4	慧影投资	是	否	慧影投资为私募基金，于 2015 年 12 月 7 日办理私募基金备案（编号为 S83259）；其基金管理人上海微资方来投资管理有限公司，于 2015 年 8 月 20 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1021145）。
5	华盖德辉	是	否	华盖德辉为私募基金，于 2018 年 4 月 24 日办理私募基金备案（编号为 SCT983）；其基金管理人宁波华盖长青股权投资管理中心（有限合伙），于 2017 年 10 月 25 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1065400）。
6	盈游投资	是	否	盈游投资为私募基金，于 2021 年 12 月 23 日办理私募基金备案（编号为 STB543）；其基金管理人上海申夏股权投资基金管理有限公司，于 2017 年 8 月 29 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1064540）。
7	陈维宇	是	否	-
8	天津真格	是	否	天津真格为私募基金，于 2017 年 5 月 23 日办理私募基金备案（编号为 SH7078）；其基金管理人天津真格天地投资管理有限公司，于 2015 年 4 月 29 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1011315）。
9	阳钊	是	否	-
10	李建伟	是	否	-
11	王骥	是	否	-
12	谢悦	是	否	-
13	高榕投资	是	否	高榕投资为私募基金，于 2016 年 5 月 5 日办理私募基金备案（编号为 S68209）；其基金管理人西藏高榕资本管理有限公司，于 2016 年 6 月 8 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1031643）。
14	李海峰	是	否	-
15	达晨创投	是	否	达晨创投为私募基金，于 2016 年 12 月 30 日办理私募基金备案（编号为 SR3967）；其基金管理人深圳市达晨财智创业投资管理有限公司，于 2014 年 4 月 22 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1000900）。
16	林芝腾讯	是	否	-
17	有赞科技	是	否	-
18	华盖创投	是	否	华盖创投为私募基金，于 2014 年 4 月 17 日办理私募基金备案（编号为 SD1596）；其基金管理人东方华盖股权投资管理（北京）有限公司，于 2014 年 4 月 17 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1000866）。
19	华盖文化	是	否	华盖文化为私募基金，于 2016 年 5 月 30 日办理私募基金备案（编号为 SH9091）；其基金管理人东方华盖

				股权投资管理（北京）有限公司，于 2014 年 4 月 17 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1000866）。
20	辽宁新兴	是	否	辽宁新兴为私募基金，于 2017 年 4 月 11 日办理私募基金备案（编号为 SR8492）；其基金管理人北国华盖（辽宁）投资管理有限公司，于 2017 年 1 月 25 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1061317）。
21	永欣贰期	是	否	永欣贰期为私募基金，于 2016 年 8 月 24 日办理私募基金备案（编号为 SL8737）；其基金管理人浙江永欣资产管理有限公司，于 2015 年 10 月 8 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1024455）。
22	姚钢	是	否	-

4、其他情况说明

事项	是或否
公司及子公司是否存在 VIE 协议安排	否
是否存在控股股东为境内外上市公司	否
公司、重要控股子公司、控股股东及实际控制人是否存在股东超过 200 人的情形	否
公司及子公司是否存在工会或职工持股会持股	否

具体情况说明

☐适用 ☒不适用

四、 公司股本形成概况

（一） 公司设立情况

2022 年 9 月 23 日，上会会计师出具《审计报告》（上会师报字（2022）第 10150 号），截至 2022 年 7 月 31 日，看榜有限经审计的账面净资产为 323,200,215.75 元。

2022 年 9 月 23 日，上海加策出具《资产评估报告》（沪加评报字（2022）第 0101 号），截至 2022 年 7 月 31 日，看榜有限的净资产评估值为 33,216.26 万元。

2022 年 9 月 23 日，看榜有限召开股东会，同意看榜有限整体变更为股份有限公司，公司名称变更为“上海新榜信息技术股份有限公司”；同意公司按照截至 2022 年 7 月 31 日经审计的账面净资产 323,200,215.75 元按照 1:0.0309 的比例折股为 10,000,000 股，每股面值人民币 1.00 元，总股本为人民币 10,000,000 元，其余净资产 313,200,215.75 元计入股份公司资本公积。

2022 年 9 月 23 日，看榜有限全体股东作为股份公司发起人签署了《关于设立上海新榜信息技术股份有限公司之发起人协议》，将看榜有限整体变更为股份公司。全体发起人同意以有限公司经审计的净资产出资，以发起设立方式，将有限公司整体变更为股份有限公司。

2022 年 10 月 10 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，审议并表决通过了《关于审议上海新榜信息技术股份有限公司筹建工作报告的议案》、《关于审议上海看榜信息科技有限公司整体变更为股份有限公司的议案》等相关议案。

2022 年 10 月 10 日，上会会计师出具《验资报告》（上会师报字（2022）第 10315 号），经审

验，截至 2022 年 10 月 10 日止，公司已将净资产 323,200,215.75 元折股 10,000,000.00 元，作为变更后股份有限公司的注册资本并计入股本项下，差额人民币 313,200,215.75 元计入了变更后股份有限公司的资本公积。截至 2022 年 10 月 10 日止，变更后的累计注册资本人民币 10,000,000.00 元，股本人民币 10,000,000.00 元。

2022 年 11 月 3 日，公司取得上海市市场监督管理局核发的《企业法人营业执照》（统一社会信用代码：91310230590424777B）。

公司设立时股权结构如下表所示：

序号	股东名称	持股数量（股）	出资方式	持股比例
1	徐俊	3,281,886	净资产	32.82%
2	苏州骏赐	1,165,094	净资产	11.65%
3	宁波欣博	943,396	净资产	9.43%
4	慧影投资	734,012	净资产	7.34%
5	华盖德辉	528,775	净资产	5.29%
6	盈游投资	471,698	净资产	4.72%
7	陈维宇	434,917	净资产	4.35%
8	天津真格	366,998	净资产	3.67%
9	阳钊	333,811	净资产	3.34%
10	李建伟	318,282	净资产	3.18%
11	王骥	303,593	净资产	3.04%
12	谢悦	297,492	净资产	2.97%
13	高榕投资	125,519	净资产	1.26%
14	李海峰	122,709	净资产	1.23%
15	达晨创投	116,509	净资产	1.17%
16	林芝腾讯	116,509	净资产	1.17%
17	有赞科技	94,341	净资产	0.94%
18	华盖创投	58,257	净资产	0.58%
19	华盖文化	58,257	净资产	0.58%
20	永欣贰期	58,252	净资产	0.58%
21	辽宁新兴	58,252	净资产	0.58%
22	姚钢	11,441	净资产	0.11%
合计		10,000,000	-	100.00%

（二） 报告期内的股本和股东变化情况

公司报告期内进行过一次增资，具体情况如下：

2021年12月31日，盈游投资、有赞科技、看榜有限及徐俊签署《关于上海看榜信息科技有限公司之增资协议》，约定由盈游投资向看榜有限投资5,000万元，其中8.5964万元计入公司注册资本，剩余部分计入公司资本公积；由有赞科技向看榜有限投资1,000万元，其中1.7193万元计入公司注册资本，剩余部分计入公司资本公积。

2022年1月19日，看榜有限召开董事会会议并作出决议，决定公司注册资本由171.928万元增至182.2437万元；同意吸收盈游投资、有赞科技为公司新股东，盈游投资认缴公司新增注册资本8.5964万元，有赞科技认缴公司新增注册资本1.7193万元。

同日，看榜有限召开临时股东会会议并作出决议，同意公司注册资本增至182.2437万元，同意盈游投资、有赞科技以增资方式成为公司新股东；同意通过修改后的公司章程。

2022年6月15日，公司取得上海市金山区市场监督管理局核发的《企业法人营业执照》，本次增资完成工商变更登记。

本次增资完成后，看榜有限的股东及股权结构如下表所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资方式	出资比例
1	徐俊	59.8103	货币	32.82%
2	苏州骏赐	21.2331	货币	11.65%
3	宁波欣博	17.1928	货币	9.43%
4	慧影投资	13.3769	货币	7.34%
5	华盖德辉	9.6366	货币	5.29%
6	盈游投资	8.5964	货币	4.72%
7	陈维宇	7.9261	货币	4.35%
8	天津真格	6.6883	货币	3.67%
9	阳钊	6.0835	货币	3.34%
10	李建伟	5.8005	货币	3.18%
11	王骥	5.5328	货币	3.04%
12	谢悦	5.4216	货币	2.97%
13	高榕投资	2.2875	货币	1.26%
14	李海峰	2.2363	货币	1.23%
15	达晨创投	2.1233	货币	1.17%
16	林芝腾讯	2.1233	货币	1.17%
17	有赞科技	1.7193	货币	0.94%
18	华盖创投	1.0617	货币	0.58%
19	华盖文化	1.0617	货币	0.58%
20	永欣贰期	1.0616	货币	0.58%

21	辽宁新兴	1.0616	货币	0.58%
22	姚钢	0.2085	货币	0.11%
合计		182.2437	-	100.00%

(三) 区域股权市场或其他交易场所挂牌情况

□适用 √不适用

(四) 在全国股转系统摘牌后重新申报情况

□适用 √不适用

(五) 股权激励情况或员工持股计划

□适用 √不适用

(六) 其他情况

事项	是或否
公司是否曾擅自公开或者变相公开发行证券	否
公司是否曾存在代持	是
公司是否（曾）存在工会、职工持股会持股或自然人股东人数较多的情形	否
公司是否（曾）存在非货币出资	否
公司是否曾存在出资瑕疵	否
公司是否曾涉及国有企业、集体企业改制	否
公司历史沿革是否涉及国资、外资、集体股东出资	否
公司是否（曾）存在红筹架构	否
公司是否存在分立、合并事项	否

具体情况说明：

√适用 □不适用

看榜有限设立初期存在代持情况。

2015年2月，公司引进自然人投资者谢悦，由其以300.00万元价格受让看榜有限10.00%（实际转让时修改并确认为9.80%）的股权。

2015年6月，因公司尚未办理完本次股权转让的工商变更即引进新一轮的新增投资者北京闪星，故计划两次同时进行工商变更。2015年2月至工商变更完成前，由徐俊、陈维宇、阳钊、李建伟分别为谢悦代持看榜有限7.5%（对应注册资本7.5万元）、1.5%（对应注册资本1.5万元）、0.525%（对应注册资本0.525万元）、0.475%（对应注册资本0.475万元）的股权。

2015年6月2日，看榜有限进行股权转让，将名义股东徐俊、陈维宇、阳钊、李建伟代实际股东谢悦持有的公司股权转让给谢悦，完成了股权代持还原。

股权代持及股权代持还原均基于各方的信赖关系和真实的意思表示，不存在规避法律、法规、规范性文件的规定。自2015年6月上述股权代持清理完毕后，公司历次股权变动前后股东所持

股份均为其本人/本单位真实持有，不存在委托/接受他人委托持股、信托持股、契约性安排等利益安排。

五、 报告期内的重大资产重组情况

☐适用 ☒不适用

其他事项披露

☐适用 ☒不适用

六、 公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业、参股企业的基本情况

(一) 公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业

☒适用 ☐不适用

1. 博选优采

成立时间	2015年7月8日
住所	上海市松江区佘山镇陶干路701号A幢535室
注册资本	20,000,000.00
实缴资本	20,000,000.00
主要业务	主要从事数字化内容营销业务，同时负责公司供应商管理与拓展工作
与公司业务的关系	属于公司主营业务
股东构成及持股比例	新榜信息持股 100%

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023年9月30日	2022年12月31日
总资产	5,910.82	2,739.19
净资产	2,440.99	405.54
项目	2023年1月—9月	2022年度
营业收入	2,978.56	3,295.86
净利润	35.46	256.62
最近一年及一期财务数据是否经审计	是	

其他情况：2023年1月9日，新榜信息实缴出资 20,000,000.00 元。

2. 北京新榜

成立时间	2014年3月18日
住所	北京市东城区地安门东大街89号15号楼三层302
注册资本	10,000,000.00
实缴资本	10,000,000.00
主要业务	主要负责公司数字化效果营销业务的执行与拓展工作，同时属地化执行北京地区的数字化内容营销业务
与公司业务的关系	属于公司主营业务
股东构成及持股比例	新榜信息持股 100%

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023年9月30日	2022年12月31日
总资产	4,366.83	2,369.00
净资产	-904.34	-1,006.57

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度
营业收入	1,779.44	2,677.36
净利润	44.33	-1,731.45
最近一年及一期财务数据是否经审计	是	

3. 仟人仟面

成立时间	2017 年 12 月 26 日
住所	上海市松江区佘山镇沈砖公路 3129 弄 8 号 303-304 室
注册资本	1,000,000.00
实缴资本	1,000,000.00
主要业务	负责公司自有的 MCN 业务，管理公司签约 KOL 并为其提供商业接洽、内容创作等方面的服务
与公司业务的关系	有利于新榜信息数字化内容营销业务的媒介资源开拓维护
股东构成及持股比例	新榜信息持股 100%

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	1,654.45	682.57
净资产	-769.74	-490.22
项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度
营业收入	1,689.35	841.81
净利润	-274.83	-268.53
最近一年及一期财务数据是否经审计	是	

4. 欣榜尚世

成立时间	2018 年 5 月 30 日
住所	上海市长宁区广顺路 33 号 8 幢 1 层 3014 室
注册资本	10,000,000.00
实缴资本	-
主要业务	从事会展服务业务，负责公司市场运营和每年度新榜大会会务工作
与公司业务的关系	有利于公司主营业务的客户开拓，满足客户多元化需求
股东构成及持股比例	新榜信息持股 100%

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	686.66	10.24
净资产	-114.03	-3.64
项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度
营业收入	148.17	-
净利润	-110.39	-0.16
最近一年及一期财务数据是否经审计	是	

5. 新榜企业管理

成立时间	2018年5月17日
住所	北京市密云区鼓楼东大街3号山水大厦3层313室-3990(云创谷经济开发中心集中办公区)
注册资本	1,000,000.00
实缴资本	-
主要业务	拟用于承接北京地区市场运营业务工作，目前尚未实际运营
与公司业务的关系	属于公司主营业务，但报告期内尚未实际开展业务
股东构成及持股比例	新榜信息持股 100%

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023年9月30日	2022年12月31日
总资产	0.85	0.90
净资产	-0.15	-0.10
项目	2023年1月—9月	2022年度
营业收入	-	-
净利润	-0.05	0.33
最近一年及一期财务数据是否经审计	是	

6. 欣榜加塑

成立时间	2016年9月20日
住所	上海市松江区佘山镇外青松公路8228弄168号401室
注册资本	7,050,000.00
实缴资本	7,050,000.00
主要业务	主要负责新媒体领域的项目孵化，为公司增加盈利增长点
与公司业务的关系	负责新媒体领域的项目投资，为公司增加盈利增长点
股东构成及持股比例	新榜信息持股 63.83%；北京创升科技有限公司持股 10.64%；上海易康丽广告有限公司持股 6.38%；天津真格持股 6.38%；高榕投资持股 6.38%；北京思维造物投资管理有限公司持股 6.38%。

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023年9月30日	2022年12月31日
总资产	360.59	159.19
净资产	359.66	159.19
项目	2023年1月—9月	2022年度
营业收入	-	-
净利润	200.47	-23.90
最近一年及一期财务数据是否经审计	是	

7. 信创科技

成立时间	2018年5月31日
住所	辽宁省大连市西岗区奥林匹克广场7、8、9、11、12、13号大连创谷汇双创产业中心F04号

注册资本	1,508,915.00
实缴资本	883,100.00
主要业务	主要从事软件开发业务，为客户提供微信小程序开发服务
与公司业务的关系	为公司新媒体领域的业务赋能
股东构成及持股比例	宁波一半一半企业管理咨询有限公司持股 100.00%

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	不适用	43.76
净资产	不适用	-58.78
项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度
营业收入	13.55	341.09
净利润	-55.49	28.38
最近一年及一期财务数据是否经审计	是	

2023 年 1 月，新榜信息与李新宇、历鑫、齐齐哈尔市一半企业管理咨询有限公司、宁波哈夫企业管理中心（有限合伙）、王伟洲、大连信辉企业管理有限公司签署相关协议，设立宁波一半一半企业管理咨询有限公司（以下简称“宁波一半一半公司”）。其中，新榜信息将其所持有的子公司信创科技的 48.53% 股权出资认缴宁波一半一半公司 8.40 万元的注册资本，占宁波一半一半公司的股权比例为 8.40%，同时信创科技成为宁波一半一半公司的全资子公司，新榜信息失去对信创科技及星选好店的控制权，对其合并范围截至 2023 年 4 月。2023 年 8 月 4 日，信创科技完成前述事项工商变更。

8. 星选好店

成立时间	2019 年 12 月 18 日
住所	辽宁省大连市西岗区奥林匹克广场 8、12 号 F312 号
注册资本	1,000,000.00
实缴资本	-
主要业务	主要从事软件开发业务，为客户提供微信小程序开发服务
与公司业务的关系	为公司新媒体领域的业务赋能
股东构成及持股比例	信创科技持股 100%

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
总资产	不适用	0.03
净资产	不适用	-0.35
项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度
营业收入	0	-
净利润	-0.0015	-
最近一年及一期财务数据是否经审计	是	

星选好店系信创科技全资子公司，报告期内公司失去对信创科技的控股权，相应失去对星选好店的控股权。

9. 羿帽元

成立时间	2019年3月20日
住所	上海市闵行区紫星路588号2幢13层273室
注册资本	1,562,500.00
实缴资本	1,562,500.00
主要业务	主要从事电商运营服务
与公司业务的关系	与公司主营业务存在一定的相关性
股东构成及持股比例	上海胤羿侠电子商务有限公司持股68.00%；田敏持股32.00%。

最近一年及一期财务数据

单位：万元

项目	2023年9月30日	2022年12月31日
总资产	不适用	不适用
净资产	不适用	不适用
项目	2023年1月—9月	2022年度
营业收入	不适用	80.19
净利润	不适用	-172.14
最近一年及一期财务数据是否经审计	是	

2022年11月24日，新榜信息将其持有的羿帽元68.00%股权转让给上海胤羿侠电子商务有限公司。

其他情况

□适用 √不适用

(二) 参股企业

√适用 □不适用

序号	参股公司名称	公司持股比例	公司出资金额(万元)	公司入股时间	参股公司控股方	主要业务	与公司主要业务关系
1	安徽新榜	15.00%	150.00	2022年1月20日	安徽新播商业管理中心(有限合伙)	直播基地	无
2	北京崇和致瑞传媒科技有限公司	10.00%	50.00	2022年1月19日	北京宗联和舜传媒科技中心(有限合伙)	为企业提供电商代运营服务	无
3	阅竞网络	7.22%	30.6368	2017年10月1日	尹鹏	视频剪辑工具软件开发	无
4	上海益采信息技术有限公司	12.66%	8.3312	2017年9月1日	李伟	已停止运营	无
5	上海菜花文化传媒有限公司	14.96%	4.5206	2017年7月31日	魏明杰	已停止运营	无
6	燃点星动(河	3.00%	9.00	2020年	周朝阳	尚未开展	无

	北) 科技有限 公司			8 月 5 日		业务	
7	插坐科技(北 京)有限公司	2.50%	2.8571	2017 年 1 月 13 日	何川	运营自媒 体“插坐学 院”	无
8	宁波一半一半 企业管理咨询 有限公司	8.40%	8.40	2023 年 4 月 17 日	李新宇	企业管理	无

其他情况

√适用 □不适用

上述参股企业为截至本公开转让说明书签署日，新榜信息直接持股的参股企业；公司出资金额为公司认缴注册资本金额。

七、 公司董事、监事、高级管理人员

序号	姓名	职务	任期开 始时间	任期结 束时间	国家 或地 区	境外 居留 权	性别	出生 年月	学历	职称
1	徐俊	董事 长、总 经理	2022 年 10 月 10 日	2025 年 10 月 9 日	中国	无	男	1977 年 3 月	本科	中级 编辑
2	阳钊	董事、 副总经 理	2022 年 10 月 10 日	2025 年 10 月 9 日	中国	无	男	1985 年 6 月	硕士	-
3	陈维 宇	董事、 副总经 理	2022 年 10 月 10 日	2025 年 10 月 9 日	中国	美国 永久 居民	男	1983 年 12 月	硕士	-
4	李建 伟	董事、 副总经 理	2022 年 10 月 10 日	2025 年 10 月 9 日	中国	无	男	1984 年 3 月	硕士	-
5	朱睿	董事、 财务负 责人、 董事会 秘书	2022 年 10 月 10 日	2025 年 10 月 9 日	中国	无	男	1982 年 9 月	本科	注册 会计 师
6	黄跃 卫	监事	2022 年 10 月 10 日	2023 年 11 月 15 日	中国	无	男	1986 年 10 月	硕士	-
7	王骥	监事	2022 年 10 月 10 日	2025 年 10 月 9 日	中国	无	男	1986 年 9 月	硕士	-
8	李海 峰	监事会 主席、 职工代 表监事	2022 年 10 月 10 日	2025 年 10 月 9 日	中国	无	男	1984 年 7 月	硕士	-
9	张有	监事	2023 年	205 年	中	无	男	1985	硕士	-

	策		11 月 15 日	10 月 9 日	国			年 1 月		
--	---	--	-----------	----------	---	--	--	-------	--	--

续:

序号	姓名	职业（创业）经历
1	徐俊	1997 年 6 月毕业于复旦大学新闻学院，文学学士；1997 年 7 月至 2003 年 2 月任职于文汇报社要闻部，历任编辑、主任助理；2003 年 3 月至 2011 年 12 月任职于东方早报，历任主编助理、副主编及东方早报旗下《私家地理》杂志社执行主编等职务；2012 年 1 月至 2014 年 11 月自主创业；2014 年 11 月至 2022 年 11 月任看榜有限首席执行官（CEO）、执行董事、总经理；2022 年 11 月起至今任新榜信息董事长、总经理。
2	阳钊	2010 年 7 月毕业于北京大学，金融工程硕士；2010 年 7 月至 2011 年 7 月任 AonHewitt 顾问（Consultant）；2011 年 7 月至 2014 年 11 月自主创业；2014 年 11 月至 2022 年 11 月任看榜有限首席技术官（CTO）；2022 年 11 月起至今任新榜信息董事、副总经理。
3	陈维宇	2007 年 7 月毕业于北京大学，理学学士；2007 年 7 月至 2009 年 11 月任北京酷讯科技有限公司产品经理；2009 年 11 月至 2014 年 3 月待业，其中 2010 年 9 月至 2012 年 7 月于南加利福尼亚大学（University of Southern California）工程专业学习，取得硕士研究生学位；2014 年 3 月至 2014 年 10 月任北京新榜总经理；2014 年 11 月至 2022 年 11 月任看榜有限总裁（President）；2022 年 11 月起至今任新榜信息董事、副总经理。
4	李建伟	2010 年 7 月毕业于北京大学，软件工程硕士；2010 年 7 月至 2014 年 5 月任北京艾利艾网络口碑咨询有限公司事业部负责人；2014 年 5 月至 2014 年 11 月任北京新榜运营总监；2014 年 11 月至 2022 年 11 月任看榜有限首席运营官（COO）；2022 年 11 月起至今任新榜信息董事、副总经理。
5	朱睿	2004 年 6 月毕业于上海财经大学，文学学士；2004 年 7 月至 2007 年 6 月任上海前景传播有限公司企划经理；2007 年 6 月至 2014 年 4 月任安永华明会计师事务所审计经理；2014 年 4 月至 2015 年 12 月任参数技术（上海）有限公司高级财务经理；2015 年 12 月至 2017 年 1 月任保保网络科技有限公司首席财务官（CFO）；2017 年 1 月至 2022 年 11 月任看榜有限首席财务官（CFO）；2022 年 11 月起至今任新榜信息董事、财务负责人、董事会秘书。
6	黄跃卫	2013 年 7 月至 2016 年 5 月任起点创业投资有限公司投资总监；2016 年 5 月至今深圳市达晨财智创业投资管理有限公司投资总监；2022 年 11 月起至 2023 年 11 月 任新榜信息监事。
7	王骥	2009 年 7 月毕业于北京理工大学，工程硕士；2009 年 10 月至 2011 年 3 月

		任中科院自动化所研发工程师；2011年4月至2014年5月任成都艾普思商务信息咨询有限公司技术总监；2014年6月至2022年11月任看榜有限技术总监；2022年11月起至今任新榜信息监事。
8	李海峰	2007年6月毕业于武汉体育学院，理学学士；2007年7月至2014年6月任武汉体育学院教师，期间2011年至2014年于成都体育学院学习，文学硕士；2014年11月至2022年11月任看榜有限数据产品副总监；2022年11月起至今任新榜信息监事会主席、职工代表监事。
9	张有策	2009年7月毕业于北京理工大学，工程硕士；2009年9月至2011年2月任北京数字政通科技股份有限公司java开发工程师；2011年3月至2014年10月自主创业；2014年11月至2022年11月任看榜有限技术总监；2022年11月起至今任新榜信息技术总监；2023年11月至今任新榜信息监事。

八、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表

项目	2023年9月30日	2022年12月31日	2021年12月31日
资产总计（万元）	74,565.05	69,296.02	54,728.01
股东权益合计（万元）	36,276.51	33,631.26	24,871.24
归属于申请挂牌公司的股东权益合计（万元）	36,146.42	33,298.64	24,740.66
每股净资产（元）	36.28	33.63	144.66
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	36.15	33.30	143.90
资产负债率	51.35%	51.49%	54.58%
流动比率（倍）	2.04	2.04	1.91
速动比率（倍）	1.85	1.95	1.85
项目	2023年1月—9月	2022年度	2021年度
营业收入（万元）	104,250.71	154,322.13	127,005.68
净利润（万元）	2,646.13	2,661.83	2,917.92
归属于申请挂牌公司股东的净利润（万元）	2,848.66	2,509.79	3,002.88
扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,399.18	2,404.25	3,853.20
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,601.71	2,253.77	3,939.06
毛利率	12.72%	12.25%	13.54%
加权净资产收益率	7.57%	10.16%	12.47%
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益）	6.86%	9.18%	16.47%
基本每股收益（元/股）	2.65	2.64	16.97
稀释每股收益（元/股）	2.65	2.64	16.97
应收账款周转率（次）	2.51	4.26	4.44
存货周转率（次）	-	4,709.51	1,451.71
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-5,487.55	-11,195.93	-2,312.62
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	-5.49	-11.20	-13.45
研发投入金额（万元）	4,542.48	5,683.29	4,581.78

研发投入占营业收入比例	4.36%	3.68%	3.61%
-------------	-------	-------	-------

注：计算公式

（一）净资产收益率、每股收益两项指标计算公式引用中国证监会颁布的《公开发行证券公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算与披露》

1、净资产收益率

$$\text{净资产收益率} = P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$$

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

2、基本每股收益和稀释每股收益的计算过程

（1）基本每股收益

$$\text{基本每股收益} = P0 \div S$$

$$S = S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k$$

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

（2）稀释每股收益

稀释每股收益 = P1 / (S0 + S1 + S_i × M_i ÷ M0 - S_j × M_j ÷ M0 - S_k + 认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数) 其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

（二）其他财务指标计算说明

- 1、每股净资产按照“期末净资产/期末实收资本（或股本）”计算；
- 2、资产负债率按照“期末负债总额/期末资产总额”计算；
- 3、流动比率按照“流动资产/流动负债”计算；

- 4、速动比率按照“（流动资产-存货-预付款项-其他流动资产）/流动负债”计算；
- 5、毛利率按照“（营业收入-营业成本）/营业收入”计算；
- 6、应收账款周转率按照“当期营业收入*2/（期初应收账款+期末应收账款）”计算；
- 7、存货周转率按照“当期营业成本*2/（期初存货+期末存货）”计算；
- 8、每股经营活动产生的现金流量净额按照“当期经营活动产生的现金流量净额/期末实收资本（或股本）”计算。

九、 报告期内公司债券发行及偿还情况

☐适用 ☒不适用

十、 与本次挂牌有关的机构

（一） 主办券商

机构名称	申万宏源承销保荐
法定代表人	张剑
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
联系电话	021-33388636
传真	-
项目负责人	张海烽
项目组成员	雒嘉、张婧靓、郭鸿源

（二） 律师事务所

机构名称	上海澄明则正律师事务所
律师事务所负责人	吴小亮
住所	上海市南京西路1366号恒隆广场二期2805室
联系电话	021-52526819
传真	021-52526089
经办律师	韦玮、刘璐

（三） 会计师事务所

机构名称	上会会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人	张晓荣
住所	上海市静安区威海路755号25层
联系电话	021-52920000
传真	021-52921369
经办注册会计师	张扬、耿磊

（四） 资产评估机构

☒适用 ☐不适用

机构名称	上海加策资产评估有限公司
法定代表人	冯郁芬
住所	中国（上海）自由贸易试验区临港新片区宏祥北路83弄1-

	42 号 20 幢 118 室
联系电话	021-34699669
传真	021-34699659
经办注册评估师	曹唯、卫达

(五) 证券登记结算机构

机构名称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
负责人	周宁
住所	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
联系电话	4008058058
传真	010-50939716

(六) 证券交易场所

机构名称	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
法定代表人	周贵华
住所	北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦
联系电话	010-63889512
传真	010-63889514

(七) 做市商

☐适用 ☒不适用

第二节 公司业务

一、 主要业务、产品或服务

（一） 主营业务

主营业务-互联网媒体内容营销	提供专业化互联网营销服务，利用具备社交属性的新媒体开展广告投放业务
----------------	-----------------------------------

1、公司的主营业务是互联网媒体内容营销业务，主要内容涉及客户提供媒介策略推荐、媒体资源采购在内的专业化互联网营销服务。公司是一家集投放策划、资源整合、技术研发、数据分析为一体的互联网营销全套解决方案提供商，凭借公司的技术优势和丰富经验，帮助广告主匹配需求，提供互联网整合营销方案。报告期内，公司的主营业务未发生过变更。

2、根据国家发展改革委员会发布的《产业结构调整指导目录（2019 年本）》，鼓励类之“商务服务业”中包括“广告创意、策划、设计、制作、代理、发布等广告服务”，根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司属于行业为“L72 商务服务业”中的子类“L7240 广告业”，公司业务符合国家产业政策，不属于限制或淘汰的产业，不存在相关产业政策风险。

（二） 主要产品或服务

公司专注于互联网媒体内容营销领域，根据客户需求的不同，主要产品和服务可以分为数字化内容营销、数字化效果营销和内容数据管理与运营三个业务板块。

1、数字化内容营销

数字化内容营销即公司目前主要的业务板块，公司致力于为广告主提供精确化的新媒体营销解决方案，根据客户的营销需求，采购互联网媒介资源，实现品牌方与目标受众的精准匹配，并根据品牌调性与目标受众倾向，协调媒介端与广告主共同完成营销方案的创立和投放，帮助广告主以更低成本和更高效率获取客户，从而带动品牌辨识度与认可度的建立。

具体而言，公司在获取客户营销需求后，基于公司已建立的海量媒介资源库和专业营销团队，根据营销目标科学、高效地为客户推荐媒体账号并制订投放策略，利用公司与各大互联网媒体平台、MCN 机构和内容创建者建立的合作伙伴关系，获取更具竞争力的采购价格，并协调广告主与内容创建者完成营销内容创作后在媒体平台上发布。目前数字化内容营销主要的内容创作形式包括图文媒体、短视频、直播等，相关媒体传播平台的快速发展使得大量社交媒体内容创建者出现并吸引粉丝，公司始终关注并紧随互联网营销的发展趋势，为大量国内外知名品牌与中小企业广告主提供数据策略、投放策略制定和实施、社交媒体营销效果监测等一系列数字化内容营销服务。

同时，公司子公司仟人仟面从事 MCN 业务，通过签约达到一定规模的内容创作者或者自主孵化新媒体账号，为广告主提供专业化营销内容创作服务。

2、数字化效果营销 数字化效果营销业务是基于广告效果，以促进产品销售或粉丝订阅、获得即时反馈为目标的精准营销业务。公司通过对营销受众群体的分析，整合互联网媒体平台、KOL

达人等多方资源，利用先进的营销技术和数据分析工具，结合广告主的需求和目标制定营销策略，实现精准营销，提高广告的投放效果。

公司效果营销业务主要包括两个产品，即效果广告与新榜有赚。

效果广告是一项以转化为目的，通过数据分析或精确算法，针对性地向最终消费者精准投放广告的业务，以相对小的投入找到最有可能在当下和广告主完成交易的潜在消费者，追求以最少的投放数量获取最高的销售转化率。效果广告主要投放于各大互联网社交媒体平台、电商平台与资讯门户，广告主可以在后台清晰地看到效果广告投放的实时情况。

新榜有赚是公司独立研发建立的一站式推广营销服务流量募集与分发系统，服务内容包括公众号软文推广、达人种草营销、私域营销、信息流广告等，广告主可以依据自身营销需求自主下单，依托公司专业的数据支撑，获得真实可靠的流量资源，快速批量向媒介端派单。通过公司自有技术实现分钟级监测，实时监控流量，获取真实浏览数据，切实提升营销效果。

3、内容数据管理与运营 随着新媒体平台的发展，一个新媒体账号要做到高质量运营，除了创新性的内容创作之外，越来越需要做到多维度的维护，包括跟踪不同群体对人设形象的偏好、提升直播带货效果、扩展内容渠道、稳定提升浏览量与订阅量等等。公司基于对营销策略、数据分析和互联网趋势的深刻洞察，为新媒体账号运营者提供全方位的增值服务，包括新媒体数据产品及工具、市场运营、版权分发、数据咨询等服务等。同时公司推出了新榜有数数据分析工具，提供包括短视频直播数据分析系统和企业数字化内容资产管理系统在内的多维度在线数据服务，实现实时追踪直播带货效果、多维交叉选号比号、在线多平台数字化内容管理中台等深度定制服务。

公司内容数据管理与运营业务主要包括以下服务：

（1）新媒体数据产品及工具：公司自主研发了“新榜有数”自媒体平台数据工具，可通过公司官网进入，提供针对微信（公众号、视频号）、抖音、小红书、B站、快手等平台上的图文内容、短视频、直播等各项专业数据工具，为用户带来数据分析能力，帮助用户及时了解、分析行业相关信息。同时公司通过微信平台开通的“新抖数据”、“新视数据”、“新快数据”小程序也提供用户一定的数据浏览功能。

举例说明：D是一家知名MCN机构，其旗下有数量众多的签约KOL账号资源，因此D机构有实时监控旗下各账号内容表现数据的需求，但因其账号资源众多，如在平台内对单个账号数据进行人工采集，效率极低且无法做到实时自动监控；D机构采购公司新榜有数数据分析服务后，公司可为其提供账号资源的实时、可视化、多账户管理，D机构可以随时获取旗下KOL多维度内容创作数据分析，大幅提升其管理效率，同时新榜有数数据工具提供包括账号、内容、直播、商品、店铺、品牌、行业品类在内的实时在线数据服务，满足了其运营、创作、找号等管理需求。

（2）市场运营：公司协助媒体组织线上线下的新媒体活动，利用公司的新媒体内容运营和数据能力，为客户提供行业交流、品牌曝光等服务，具体形式包括提供行业咨询、组织线下行业交流活动、设立并颁发专属奖项等；除此之外，公司每年举办“新榜大会”，以当年度内容生态热点

为主题，聚集行业内的重量级嘉宾，以独家数据报告全面呈现一年内行业生态，同时新榜大会每年根据移动端全平台数据表现，颁出各个领域的年度新媒体大奖。

举例说明：W 是一个头部社交媒体平台，其运营的社交平台允许企业、组织、个人等创建一个专属的账号，用于向用户推送文章、消息、服务等内容。因目前各大社交媒体平台竞争日趋激烈，W 对其平台上优秀内容创作产出极为重视，有培养其平台上有潜力的内容创作者进一步成长的需求；为解决 W 平台的需求，公司为其在 W 平台上寻找匹配其需求的内容创作者，为入选培养计划的 W 平台内容创作者提供建立并运营线上交流社区、行业趋势和内容资讯、接受 W 机构的内容输出订单并提供创作思路、举行线下行业交流活动等专项市场运营服务。

（3）版权分发：公司基于海量的合作供应商库与内容营销经验，为客户提供丰富的新媒体内容版权采买服务。

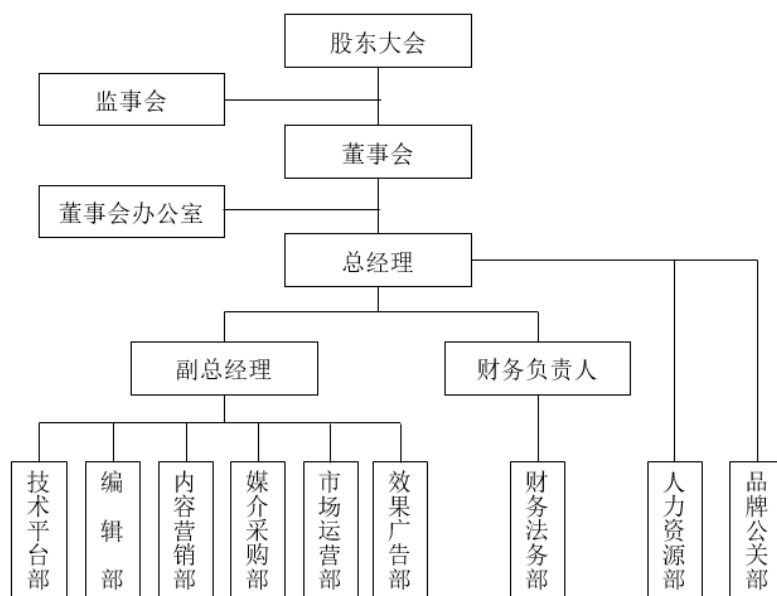
举例说明：Z 是一家国内排名前列的商业银行，其旗下信用卡中心需要在其移动应用程序（APP）内搭建一个互联网内容作品生态，以吸引用户浏览，提高 APP 的整体使用体验，并作为其信用卡业务推广的一个抓手。公司凭借对互联网内容营销的丰富经验与海量稳定可靠的供应商库，为 Z 银行提供筛选、优化的定制化专属版权采购服务，将各大互联网平台上的优秀内容作品，授权到其 APP 发现页内容社区中，定制符合客户内容生态、用户喜爱的媒体内容。

（4）数据咨询：公司以新媒体全平台数据分析能力为基础，结合多年新媒体行业积累的经验，帮助客户以数据驱动企业在新媒体领域的发展，为客户提供新媒体咨询报告服务，包括但不限于平台趋势、矩阵管理、社媒分析等。

举例说明：客户 T 是一家大型互联网科技公司，旗下有体育内容相关运营项目，存在对互联网媒体内容创作进行分析、归纳、总结的数据支持需求；公司通过商业接洽获取客户 T 的需求后，根据沟通确定合作意向并签署了互联网媒体平台体育内容分析服务协议，成立专门的项目组对接该业务；公司根据客户需求，对指定平台头部体育类内容创作者、头部内容作品进行整理，分析其特点，研究当下年轻群体对体育内容的偏好以及对不同类型创作者与作品之间横向对比；完成公开数据搜集工作，进行数据处理、建模；对数据定量定性分析，形成报告提交客户 T，根据客户 T 要求补充修改，形成最终报告交付客户 T。

二、 内部组织结构及业务流程

（一） 内部组织结构



1、技术平台部：负责公司业务广告投放系统、项目管理系统、New-X 等数据产品系统等技术的持续研发和升级；负责为公司 IT 系统搭建、信息化管理工作、业务财务一体化提供全面技术支持。

2、内容营销部：负责开拓客户渠道、负责社交媒体内容营销类业务的开发、执行与维护负责项目的整体把控。持续跟踪客户需求，参与项目招投标比稿，及时响应客户需求，提出营销设计与解决方案，主导与客户订单相关的过程策划和沟通，积极与媒介采购部配合完成销售订单落地，及后续的总结汇报。

3、媒介采购部：负责媒介端沟通与资源开拓，维护与各大互联网平台业务关系。负责与下游供应商谈判并签订采购合同，制定整体采买账号方案，并进行媒体资源的下单采买，协调媒介端排期。负责媒体投放数据的汇总统计，并针对相关数据进行运营分析，在此基础上进行媒体投放策略优化。

4、效果广告部：负责主流媒体信息流广告投放代运营业务，包含直播投放代运营及媒体资源采买。服务内容包括方案产出、策略制定、创意制作、广告账户优化、阶段复盘、总结汇报等。团队包含商务 AE 组、设计组、媒介组、视频组，为广告主提供全方位的精细化运营服务，帮助广告主获取精准流量，实现品效合一。

5、财务法务部：财务部主要负责建立和实施公司财务管理制度；负责公司日常财务核算管理；编制年、季、月度财务会计报表并进行财务分析；负责资金筹集及调度；负责财务事项管理及财务人员安排，对各职能部门的日常工作提供支撑。法务部负责公司所有合同的审核工作，包括但不限于项目合同、服务合同、知识产权等内容条款的稽核以及法律文件起草、法律培训、业务法律咨询解答等。

6、人力资源部：负责制订公司用工制度、人力资源管理等相关制度，并根据公司的实际情况、发展战略和经营计划制定公司的人力资源计划；依据公司的人力资源需求计划，组织各种形式的招聘工作，收集招聘信息，进行人员的招聘、选拔、聘用及配置，负责员工薪酬方案的制定、实施和修订；负责建立公司的培训体系，制定公司的年度培训计划；负责企业文化团队建设活动、日常办公室行政管理、后勤等日常综合事务工作。

7、品牌公关部：品牌公关部负责公司企业品牌形象战略规划、包装、推广等管理工作，维护处理企业与社会、公众、媒体等公共关系，开展企业内部文化建设和品牌 IP 设计包装推广，塑造企业良好形象，提升企业品牌价值。

8、编辑部：主要负责新媒体内容行业观察报道、协助公司内部业务的推广传播等。

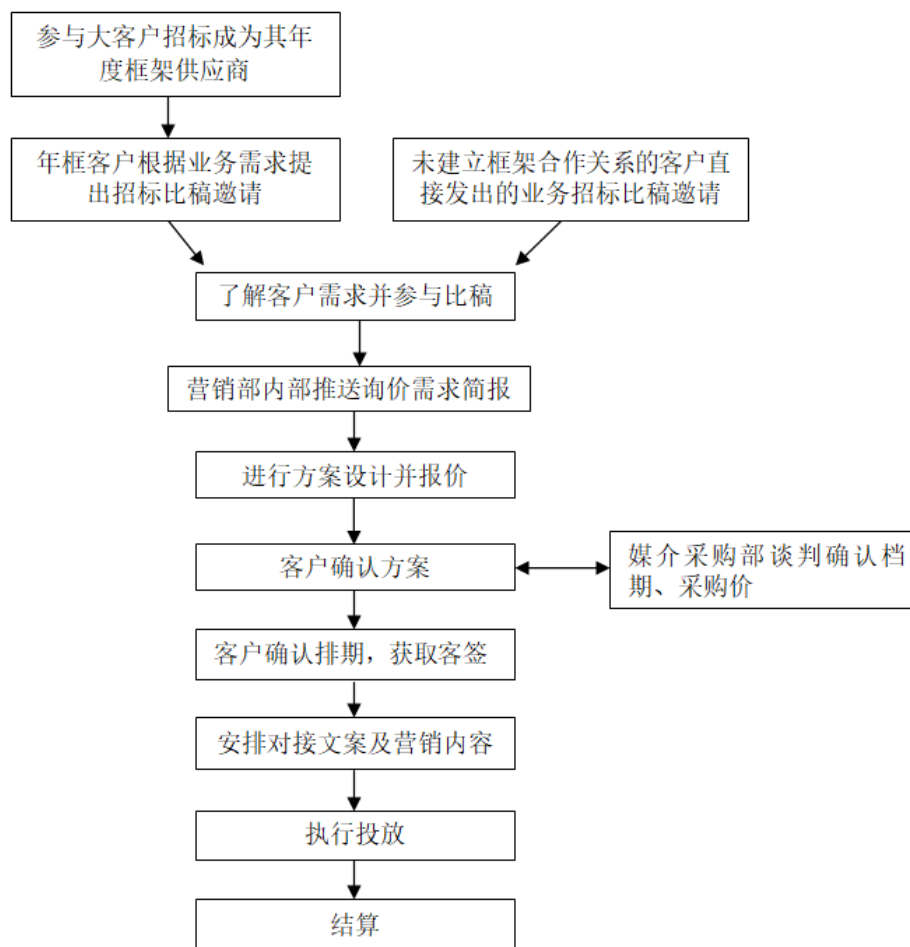
9、市场运营部：负责市场活动筹办、社群运营、行业榜单发布、新媒体研究报告撰写发布及自有新媒体资源业务的推广销售，助力企业在新媒体环境下完善新媒体认知、提高团队新媒体运营能力。

（二） 主要业务流程

1、 流程图

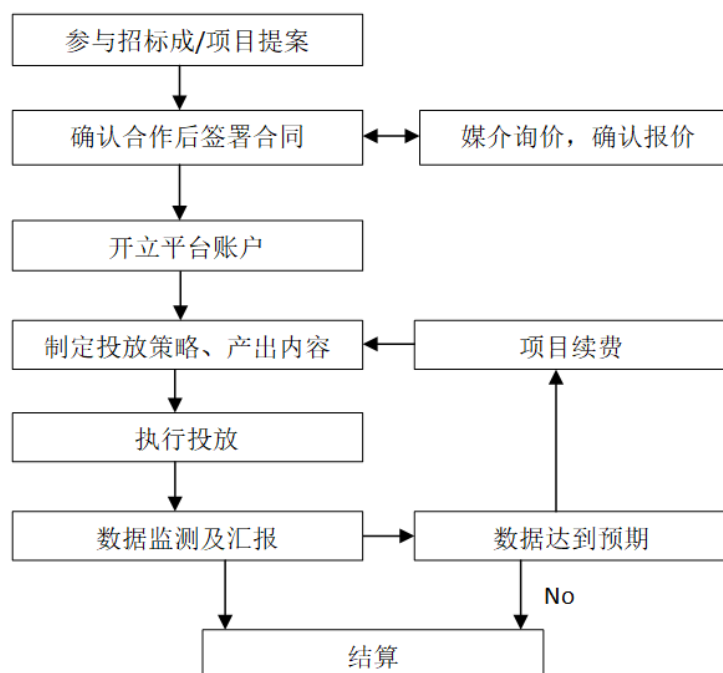
（1）销售流程

①数字化内容营销

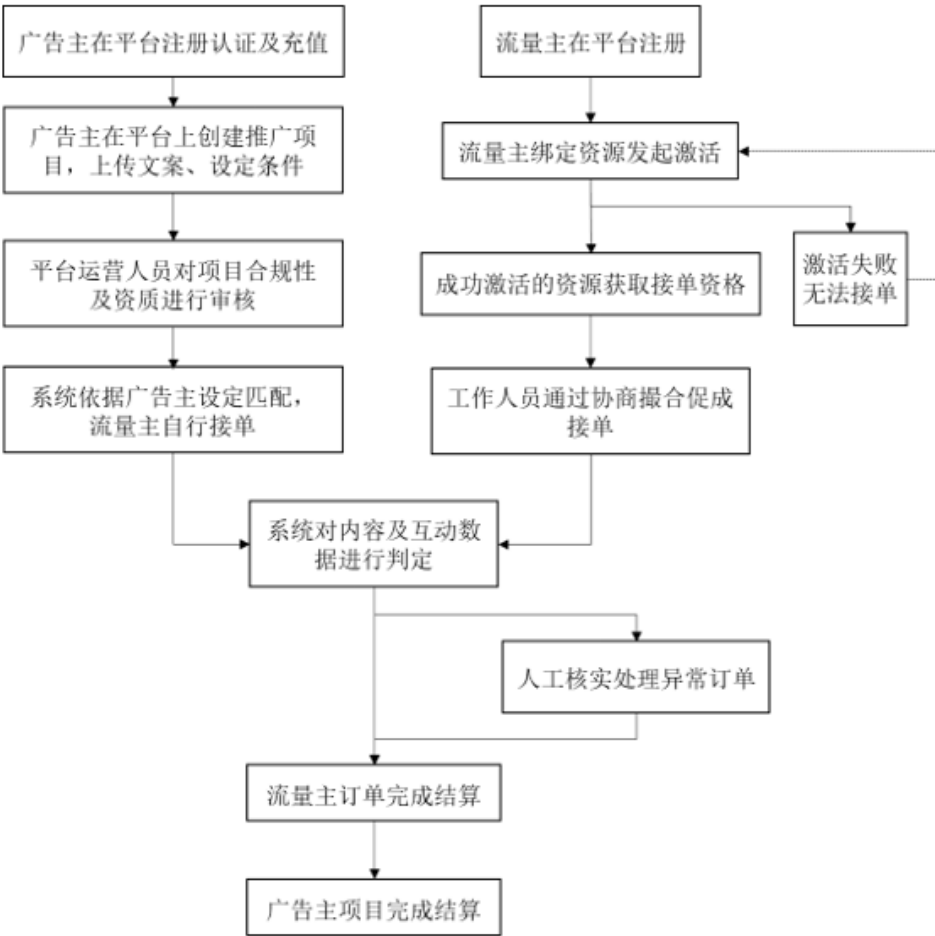


②数字化效果营销

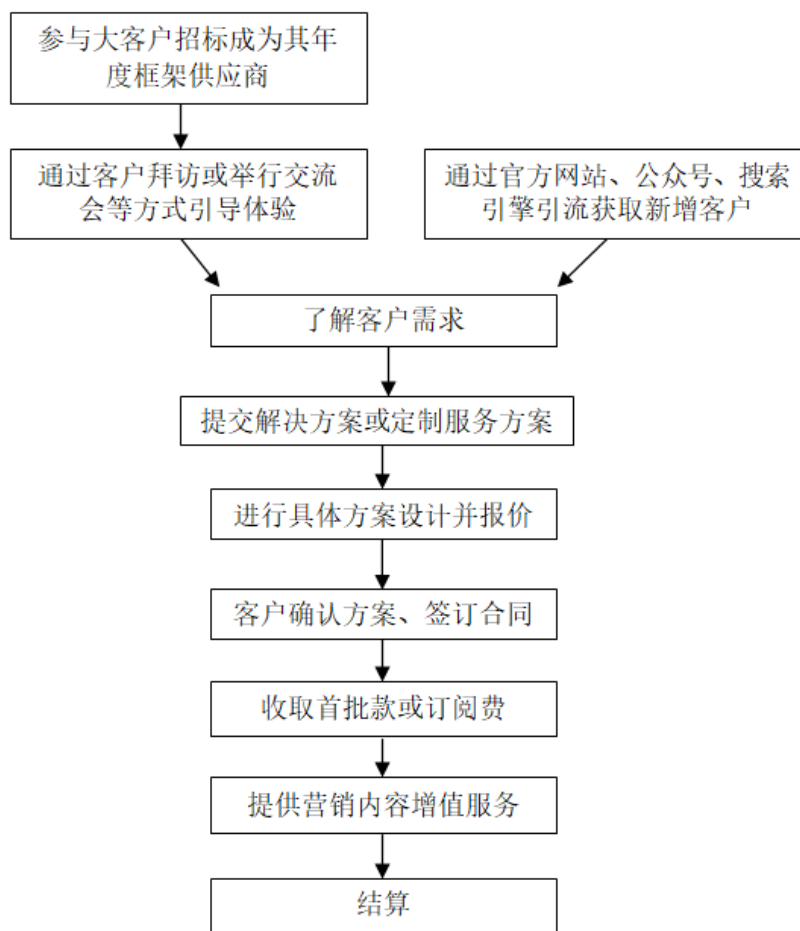
A、外部数字化效果营销（效果广告）



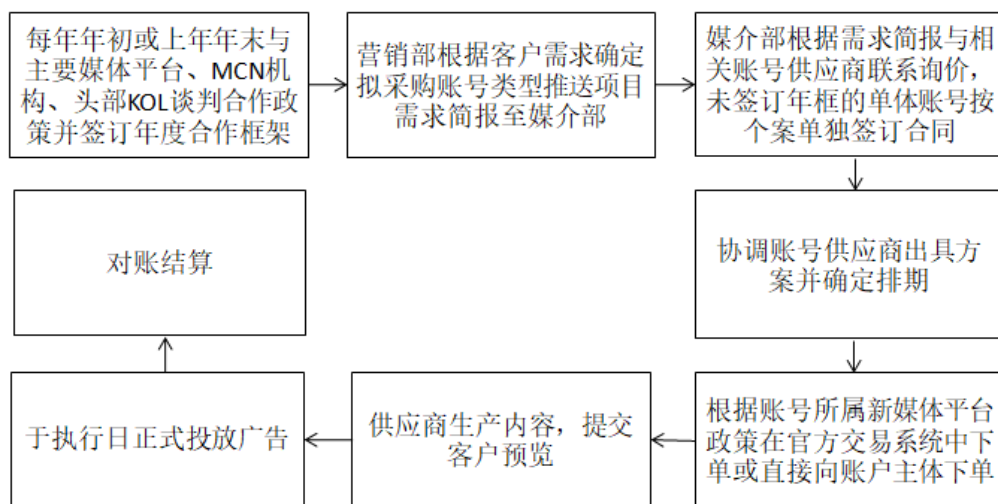
B、自有数字化效果营销（新榜有赚）



③内容数据管理与运营



(2) 采购流程



(3) 研发流程



2、 外协或外包情况

☐适用 ☒不适用

3、 其他披露事项

☐适用 ☒不适用

三、与业务相关的关键资源要素

(一) 主要技术

√适用 □不适用

序号	技术名称	技术特色	技术来源	技术应用情况	是否实现规模化生产
1	互联网媒体平台数据获取与分析系统	针对微信（公众号、视频号）、微博、抖音号、快手号、小红书、哔哩哔哩等主流互联网媒体平台的内容数据获取与价值评估系统,具备稳定和海量的新媒体平台数据获取与分析能力	自主研发	“新榜”全平台榜单、“新榜有数”数据监测系统、“矩阵通”多平台数字化内容资产管理中台	是
2	新榜指数算法	基于海量数据和用户深度反馈建立的优化算法指数,用于衡量新媒体的传播能力,反映媒体主体的热度和发展趋势	自主研发	“新榜”全平台榜单	是
3	平台营销信息自助发布系统	基于数据验证系统的自助营销信息发布平台,通过海量募集、智能投放实现精准的效果营销	自主研发	“新榜有赚”流量募集与分发平台	是

其他事项披露

□适用 √不适用

(二) 主要无形资产

1、域名

√适用 □不适用

序号	域名	首页网址	网站备案/许可证号	审核通过时间	备注
1	newrank.cn	www.newrank.cn	沪 ICP 备 14042332 号-2	2022 年 11 月 22 日	-
2	xdnphb.com	www.xdnphb.com	沪 ICP 备 14042332 号-5	2022 年 11 月 22 日	-
3	unikol.cn	www.unikol.cn	沪 ICP 备 18029096 号-1	2018 年 7 月 30 日	-

2、土地使用权

□适用 √不适用

3、软件产品

□适用 √不适用

4、账面无形资产情况

□适用 √不适用

5、其他事项披露

□适用 √不适用

(三) 公司及其子公司取得的业务许可资格或资质

√适用 □不适用

序号	资质名称	注册号	持有人	发证机关	发证日期	有效期
----	------	-----	-----	------	------	-----

1	增值电信业务经营许可证	沪 B2-20180212	新榜信息	上海市通信管理局	2023 年 3 月 20 日	五年
2	增值电信业务经营许可证	沪 B2-20180809	仟人仟面	上海市通信管理局	2018 年 11 月 23 日	五年
3	增值电信业务经营许可证	辽 B2-20200208	信创科技	辽宁省通信管理局	2020 年 7 月 14 日	五年
是否具备经营业务所需的全部资质		是				
是否存在超越资质、经营范围的情况		否				

其他情况披露

☒ 适用 ☐ 不适用

2023 年 11 月，仟人仟面《增值电信业务经营许可证》到期，续签工作正在办理中，仟人仟面申请《增值电信业务经营许可证》拟用作公司 MCN 业务官网并提供相应在线服务，报告期内未实际开展运营，相关资质证书到期不会对公司业务产生影响。

2023 年 4 月，公司将信创科技业务剥离，报告期末信创科技不再是公司控股子公司。

（四） 特许经营权情况

☐ 适用 ☒ 不适用

（五） 主要固定资产

1、 固定资产总体情况

固定资产类别	账面原值（元）	累计折旧（元）	账面净值（元）	成新率
电子设备	102,854.70	97,711.96	5,142.74	5.00%
合计	102,854.70	97,711.96	5,142.74	5.00%

2、 主要生产设备情况

☐ 适用 ☒ 不适用

3、 房屋建筑物情况

☐ 适用 ☒ 不适用

4、 租赁

☒ 适用 ☐ 不适用

承租方	出租方	地理位置	建筑面积 (平米)	租赁期限	租赁用途
新榜信息	上海龙启物业管理有限公司	上海市徐汇区龙启路 258 号 916、917、918 室	373.57	2020 年 8 月 3 日至 2024 年 8 月 2 日	办公
新榜信息	上海易通机械实业有限公司	上海市徐汇区龙启路 258 号 1801~1815 室、1816 室大部分、1818 室	1,868.71	2020 年 2 月 1 日至 2026 年 1 月 31 日	办公
新榜信息	郭众	上海市闵行区浦晓路 298 弄 78 号 201 室	85.00	2021 年 1 月 31 日至 2024 年 1 月 30 日	办公
北京新榜	北京万德盈商业运营管理有限公司	北京市朝阳区十里堡甲 3 号院甲 1 号楼万科时代中心 2 层 207 号	1,236.00	2023 年 10 月 10 日 至 2028 年 10 月 9 日	办公
新榜信息	上海易及文化传播有限公司	四川省成都市武侯区星狮路大合仓 4 栋 2 单元 703、704 室	716.22	2021 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日	办公
新榜信息	许婷	四川省成都市武侯区星狮路 818 号大合仓星商界 4 栋 2 单元 904	357.10	2021 年 2 月 26 日至 2026 年 2 月 25 日	办公
新榜信息 成都分公司	陕西玖桔教育科技有限公司	四川省成都市武侯区星狮路 818 号大合仓星商界 4-2-802	305.00	2021 年 7 月 10 日至 2026 年 7 月 9 日	办公
新榜信息	何萍	成都市武侯区星狮路 818 号大合仓星商界 4-2-502	301.83	2022 年 4 月 1 日起 至 2027 年 3 月 31 日	办公
新榜信息	成都市万籁阁文化传媒有限公司	成都市武侯区星狮路 818 号大合仓星商界 4-2-803	323.93	2020 年 2 月 15 日至 2026 年 2 月 14 日	办公
新榜信息	广州迪志贸易有限公司	广东省广州市天河区珠江东路 12 号 3101 房之自编 01A、06 单元	720.57	2021 年 12 月 1 日至 2024 年 11 月 30 日	办公
新榜信息 杭州分公司	杭州和达海聚园区管理有限公司	浙江省杭州市钱塘新区白杨街道 2 号大街 501 号 1-906	367.04	2020 年 9 月 1 日至 2025 年 8 月 31 日	办公

5、其他情况披露

☐适用 ☒不适用

（六）公司员工及核心技术（业务）人员情况

1、员工情况

（1）按照年龄划分

年龄	人数	占比
50 岁以上	1	0.18%
41-50 岁	13	2.31%
31-40 岁	100	17.76%
21-30 岁	449	79.75%
21 岁以下	0	0.00%
合计	563	100.00%

(2) 按照学历划分

学历	人数	占比
博士	0	0.00%
硕士	53	9.41%
本科	460	81.71%
专科及以下	50	8.88%
合计	563	100.00%

(3) 按照工作岗位划分

工作岗位	人数	占比
管理人员	80	14.21%
研发人员	191	33.93%
销售人员	116	20.60%
采购人员	65	11.55%
运营人员	111	19.72%
合计	563	100.00%

(4) 其他情况披露

√适用 □不适用

公司 2023 年 9 月末、2022 年末、2021 年末员工总人数分别为 563 人、592 人、561 人，2023 年 9 月末较 2022 年末减少 29 人。公司因从事互联网相关行业，员工普遍较为年轻，截至 2023 年 9 月末，公司员工平均年龄为 28 岁，全日制本科及以上学历员工占比超过 90%。公司重视人才引进与培养，并建立人才成长机制和激励机制，维护人才队伍的稳定性和积极性，确保公司目标和发展规划的实现。

2、核心技术（业务）人员情况

√适用 □不适用

(1) 核心技术（业务）人员基本情况

序号	姓名	年龄	现任职务及任期	主要业务经历及职务	国家或地区	学历	职称或专业资质
1	阳钊	37	董事、副总经理	2010 年 7 月毕业于北京大学，金融工程硕士学位，研究生学历；2010 年 7 月至 2011 年 7 月任 AonHewitt 顾问(Consultant)；2011 年 7 月至 2014 年 11 月自主创业；	中国	硕士	无

				2014年11月至2022年11月任看榜有限首席技术官（CTO）；2022年11月起至今任新榜信息董事、副总经理。			
2	李海峰	38	监事会主席、职工监事	2007年6月毕业于武汉体育学院，理学学士；2007年7月至2014年6月任武汉体育学院教师，期间2011年至2014年于成都体育学院学习，文学研究生学历；2014年11月至2022年11月任看榜有限产品总监；2022年11月起至今任新榜信息监事会主席、职工代表监事。	中国	硕士	无
3	王骥	36	监事	2009年7月获得北京理工大学工程硕士学位；2009年10月至2011年3月任中科院自动化所研发工程师；2011年4月至2014年5月任成都艾普思商务信息咨询有限公司技术总监；2014年6月至2022年11月任看榜有限技术总监；2022年11月起至今任新榜信息技监事。	中国	硕士	无

与公司业务相关研究成果

√适用 □不适用

主导公司多项技术和专利的研发

（2）核心技术（业务）人员变动情况

□适用 √不适用

（3）核心技术（业务）人员持股情况

√适用 □不适用

姓名	职务	持股数量（股）	直接持股比例	间接持股比例
阳钊	董事、副总经理	333,810	3.3381%	—
李海峰	监事会主席、职工监事	122,710	1.2271%	—
王骥	监事	303,590	3.0359%	—
合计		760,110	7.6011%	

（4）其他情况披露

□适用 √不适用

（七）劳务分包、劳务外包、劳务派遣情况等劳务用工情况

事项	是或否	是否合法合规/不适用
是否存在劳务分包	否	不适用
是否存在劳务外包	否	不适用
是否存在劳务派遣	否	不适用

其他情况披露
☐适用 ☒不适用

（八） 其他体现所属行业或业态特征的资源要素
☐适用 ☒不适用

四、 公司主营业务相关的情况

（一） 收入构成情况

1、 按业务类型或产品种类划分

单位：万元

产品或业务	2023 年 1 月—9 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字化内容营销	95,792.14	91.89%	142,403.19	92.28%	114,524.91	90.17%
数字化效果营销	2,099.45	2.01%	4,049.34	2.62%	5,103.75	4.02%
内容数据管理与运营	6,359.12	6.10%	7,869.59	5.10%	7,377.02	5.81%
合计	104,250.71	100.00%	154,322.13	100.00%	127,005.68	100.00%

2、 其他情况

☐适用 ☒不适用

（二） 产品或服务的主要消费群体

公司的主要服务均为互联网营销的细分类别，下游客户主要为各大品牌方及中小企业广告主。 1、数字化内容营销追求更高的曝光度和更广的覆盖度，强调品牌调性，通常以树立品牌形象或提高产品长期市占率为直接目的，在预定的时间节点以成规模的营销活动（marketing campaign）形式发动宣传攻势，同时也会在双十一等电商购物节、情人节等节日或者新产品发售日等特定日期进行重点营销内容投放。 2、数字化效果营销业务更侧重于短期内的转化率，通过数据分析或精确算法，追踪消费者近期购买或者搜索行为，针对性地向最终消费者精准投放广告，极大地简化了弹性营销需求的投放流程，直接目的是以相对小的投入找到最有可能在当下和广告主完成交易的潜在消费者。 3、内容数据管理与运营业务为新媒体账号运营者提供全方位的增值服务，同时也为广告主提供数据监测、抓取和分析等定制化服务。

1、 报告期内前五名客户情况

2023 年 1 月—9 月前五名销售客户情况

单位：万元

业务类别		互联网媒体内容营销			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例

1	欧莱雅（中国）有限公司	否	数字化内容营销	38,277.06	36.72%
2	宝洁集团	否	数字化内容营销	24,797.05	23.79%
3	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	否	数字化内容营销	4,536.57	4.35%
4	资生堂（中国）投资有限公司	否	数字化内容营销	4,213.57	4.04%
5	北京三快在线科技有限公司	否	数字化内容营销	3,431.25	3.29%
合计		-	-	75,255.50	72.19%

2022 年度前五名销售客户情况

单位：万元

业务类别		互联网媒体内容营销			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	欧莱雅（中国）有限公司	否	数字化内容营销	60,697.50	39.33%
2	宝洁集团	否	数字化内容营销	32,044.18	20.76%
3	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	否	数字化内容营销	12,689.19	8.22%
4	深圳前海新之江信息技术有限公司	否	数字化内容营销	5,385.56	3.49%
5	汉高（中国）投资有限公司	否	数字化内容营销	3,389.34	2.20%
合计		-	-	114,205.77	74.00%

2021 年度前五名销售客户情况

单位：万元

业务类别		互联网媒体内容营销			
序号	客户名称	是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例
1	欧莱雅（中国）有限公司	否	数字化内容营销	44,886.47	35.34%
2	宝洁集团	否	数字化内容营销	30,494.92	24.01%
3	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	否	数字化内容营销	7,765.72	6.11%
4	联合利华集团	否	数字化内容营销	4,918.05	3.87%
5	字节跳动集团	否	数字化内容营销、内容数据管理及运营	2,999.45	2.36%
合计		-	-	91,064.61	71.69%

注：（1）报告期内作为客户与公司存在业务往来的宝洁集团同一控制下关联方包括：广州宝洁有限公司、上海吉列有限公司、江苏宝洁有限公司、宝洁（中国）营销有限公司、广州宝洁科技创新有限公司、Procter&Gamble HongKong Limited、Procter&Gamble International Operations SA Singapore Branch，销售金额已合并列示；

（2）报告期内作为客户与公司存在业务往来的联合利华集团同一控制下关联方包括：联合利华（中国）有限公司、群邑利华（上海）广告有限公司，销售金额已合并列示；

（3）报告期内作为客户与公司存在业务往来的字节跳动集团同一控制下关联方包括：北京字跳网络技术有限公司、抖音视界有限公司（曾用名：北京字节跳动网络技术有限公司）、北京有竹居网络技术有限公司销售金额已合并列示；

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在

主要客户中占有权益情况：

☐适用 ☒不适用

2、客户集中度较高

☐适用 ☒不适用

3、其他情况

☒适用 ☐不适用

(1) 公司与主要下游客户合作的持续性、稳定性

公司报告期前五大客户的获取方式、所处行业、合作历史、续约情况如下：

客户名称	客户获取方式	合同/订单获取方式	客户所处行业	合作历史	是否续约
欧莱雅(中国)有限公司	自主开发	询价	美妆	自 2019 年 1 月开始合作, 合作情况良好	是
宝洁集团	自主开发	询价、商务谈判	快消品	自 2018 年 8 月开始合作, 合作情况良好	是
雅诗兰黛(上海)商贸有限公司	自主开发	询价	美妆	自 2020 年 2 月开始合作, 合作情况良好	是
深圳前海新之江信息技术有限公司	自主开发	商务谈判	电商	自 2019 年 2 月开始合作, 合作情况良好	否
汉高(中国)投资有限公司	自主开发	询价、商务谈判	快消品	自 2020 年 9 月开始合作, 合作情况良好	是
联合利华集团	自主开发	询价、商务谈判	快消品	自 2018 年 7 月开始合作, 合作情况良好	是
字节跳动集团	自主开发	询价、商务谈判	互联网	自 2015 年 12 月开始合作, 合作情况良好	是
资生堂(中国)投资有限公司	自主开发	询价	美妆	自 2021 年 10 月开始合作, 合作情况良好	是
北京三快在线科技有限公司	自主开发	询价	电商	自 2021 年 12 月开始合作, 合作情况良好	是

公司在多年的运营中,紧跟行业发展趋势,积极拓展业务机会,与国内外知名企业建立了良好的合作关系。公司报告期前五大客户主要集中在美妆、快消品、电商、互联网等领域中,客户经营状况良好,均为该行业市场份额占据较高的知名企业,其业务发展规划中,将持续重视营销投入,并随着社交媒体时代的到来逐步将线下营销预算往线上转移。深圳前海新之江信息技术有限公司(拼多多)因自身战略规划和营销策略变更,未来拟通过直接在社交媒体平台采买媒介资源进行投放,其对公司的采购需求发生变化,在报告期合同履行完毕后,未再进行续约。除此之外,报告期前五大客户对公司的采购需求未发生重大变化。前五大客户合同签订周期通常为 1 年,其中,欧莱雅(中国)有限公司、汉高(中国)投资有限公司签订周期为 2 年,合同未对期后续签约定设置特殊条款,公司及客户持续履约情况良好,公司与主要下游客户的合作具有持续性、稳定性。

报告期各期,公司前五大客户销售收入合计占比分别为 71.69%、74.00%、**72.19%**,具有一定的销售集中度,但不存在《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》

之“1-13 客户集中度较高”中列示的“单一大客户销售收入或毛利占比达到 50%以上”的情形，公司建立了销售团队，并在运营过程中逐步形成了品牌影响力，公司的销售集中度较高主要系公司对美妆、快消类客户较为重视，对公司持续经营能力不存在重大影响。公司通过积极开发新客户、多措并举开拓销售渠道、加大研发投入提升互联网营销技术优势等措施逐步降低客户依赖，具有一定的有效性。

(2) 公司与主要客户存在一年以上长期的业务合作协议情况

报告期前五大客户中，公司与其签订一年以上长期的业务合作协议情况如下：

客户名称	合同签订周期	定价机制	信用政策	结算方式
欧莱雅（中国）有限公司	1 年、2 年	市场定价	开票后 60 天	银行转账
汉高（中国）投资有限公司	2 年	市场定价	开票后 90 天	银行转账

公司与主要客户签订的合同基本为框架合同，在具体营销项目开展时通过下订单的方式进行广告投放，合同签订周期存在一年以上的，主要反映合作的持续性，不涉及某一时间段内履行履约义务，相关客户的定价机制、信用政策、结算方式及与其他客户亦不存在重大差异。

(3) 公司与同一客户收入波动较大的情况

报告期内，公司客户主要来自直接广告主，仅数字化内容营销业务中存在少量通过广告代理公司形成的销售收入，占比很低。主要客户中，各期来自同一客户（包括广告主及广告代理公司）收入波动较大的，具体情况及主要原因如下：

单位：万元

序号	客户名称	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度	变动原因
		金额	变动比例（年化）	金额	变动比例		
1	欧莱雅（中国）有限公司	38,277.06	-15.92%	60,697.50	35.22%	44,886.47	欧莱雅是公司合作多年的客户，经过长期合作较为认可公司服务质量，2022 年度增加了广告投放；2023 年由于欧莱雅削减了部分品牌预算因此收入下降
2	宝洁集团	24,797.05	3.18%	32,044.18	5.08%	30,494.92	波动不大
3	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	4,536.57	-52.33%	12,689.19	63.40%	7,765.72	雅诗兰黛是公司 2020 年度开发的新客户，由于其对公司的服务质量较为满意，合作不断深入，销售收入逐年上

							升；2023 年由于雅诗兰黛削减了部分品牌预算因此收入下降
4	深圳前海新之江信息技术有限公司	0.00	-100.00%	5,385.56	373.69%	1,136.93	拼多多是公司 2019 年度为进入互联网行业开发的新客户，2022 年度加大了销售力度，2023 年拼多多因自身战略规划和营销策略变更已与公司终止合作
5	汉高（中国）投资有限公司	1,335.82	-47.45%	3,389.34	80.39%	1,878.94	汉高是公司 2020 年度开发的新客户，对公司服务质量满意，2022 年加大了采购预算；2023 年因宏观经济不景气整体营销投入降低
6	联合利华集团	525.50	-29.50%	993.80	-79.79%	4,918.05	联合利华 2022 年部分营销预算交由与其具有关联关系的群邑利华执行，因此减少了对公司的采购金额
7	字节跳动集团	864.20	-1.36%	1,168.12	-61.06%	2,999.45	字节跳动主要是为了推广其抖音 APP 而采购公司的营销服务，随着抖音的用户影响力不断提升，其营销需求有所下降
8	资生堂（中国）投资有限公司	4,213.57	151.41%	2,234.59	1921.92%	110.52	资生堂前期与公司主要合作 CPB 品牌，从 23 年起增加了资生堂、Nars、醉象等其他品牌线，因此销售收入有较大涨幅
9	北京三快在线科技有限公司	3,431.25	97.61%	2,315.14	34971.87%	6.60	由于公司在美团 23 年上半年供应商考核为优秀，美团增加了对公司的采购订单

除宝洁集团外，公司主要客户报告期各期的收入变动均较大，变动主要受客户自身的采购需求以及公司的服务质量和商务谈判能力影响，具有合理性。**其中**，深圳前海新之江信息技术有限公司因自身战略规划和营销策略变更已与公司终止合作，联合利华集团因营销预算逐步投向与其具有关联关系的群邑利华执行而与公司减少了合作，除此之外，公司与主要客户的合作情况良好，客户对公司的服务较为满意，合作具有稳定性、可持续性。

（三） 供应商情况

1、 报告期内前五名供应商情况

公司向上游采购的主要服务为媒介资源，主要供应商类型为互联网媒体平台以及平台上的内容创建者，公司通过多年运营，目前已积累了覆盖各主流互联网媒体平台的海量媒介资源，与主流互联网社交平台、知名互联网媒体机构建立了长期的合作关系，公司的主要供应商类型包括：

（1）各大互联网媒体平台：目前，主流的互联网媒体平台包括新浪微博、微信、哔哩哔哩、抖音、快手、小红书、知乎等社交媒体平台，也包括京东、拼多多等具备一定社交属性的电商平台，上述平台通常具有传播媒介种类丰富、用户人数多且活跃度较高、具有较强的交流互动功能、流量信息可以做到爆炸性传播等特征，是当前互联网营销活动开展的主要场所。互联网媒体平台为了引入新用户并提高现有用户粘性，均在加强自身创作内容输出强度，通过对内容创作者提供扶持政策和奖励，赋予其更方便的流量变现途径，鼓励平台上的内容创作者生产更多优质作品。同时，为了规范平台账户的商业化运作，各类主流互联网媒体平台相继上线了官方广告交易平台，对平台内账户运营者的广告投放行为的监控，包括新浪微博所属的“微任务”平台，抖音所属的广告交易平台“巨量星图”，哔哩哔哩所属的官方商业合作平台“花火”、小红书所属的官方商业合作平台“蒲公英”以及微信所属的官方广告交易平台“腾讯广告互选平台”等。

（2）关键意见领袖（KOL）：KOL 通常在一个或多个互联网媒体平台上发布作品，因其作品中所展示的外在形象、价值主张、情感表达、知识素养等因素吸引大量平台用户对其账户进行订阅，客观上具有一定偶像化特征，可以引发特定消费群体的认同，并以此影响其消费决策。

（3）关键意见消费者（KOC）：KOC 的特点是订阅者不多，舆论影响力较 KOL 小，但数量众多且在某一垂直领域可以产生较大影响。KOC 通常以一个普通用户的身份对商品或服务进行评价，而不是以专家或代言人形象为其进行营销，发布的内容通过引起消费者的共情和同理心，降低消费者对其营销活动的戒备心，影响其消费决策，最终促进潜在消费者的购买行为。

（4）多渠道网络服务商（MCN）：MCN 主要业务是互联网媒介投放内容的管理、推广、变现，包括对互联网媒体平台内容创作者的孵化、开发、活动运营、商业化合作等。MCN 的核心价值在于帮助平台作者持续输出优质内容，实现商业价值，同时优质的内容创作者也是一个 MCN 的核心竞争力。公司与门牙视频、如涵文化、缙苏文化、无忧传媒等在内的众多大型 MCN 机构建立了长期合作关系。

2023 年 1 月—9 月前五名供应商情况

单位：万元

业务类别		互联网媒体内容营销			
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例
1	字节跳动集团	否	媒介资源采购	32,405.62	31.36%
2	小红书	否	媒介资源采购	23,277.22	22.53%
3	云账户（天津）共享经济信息咨询有限公司	否	媒介资源采购	10,145.34	9.82%
4	腾讯集团	否	媒介资源采购	3,648.65	3.53%
5	天下秀	否	媒介资源采购	3,029.59	2.93%
合计		-	-	72,506.42	70.17%

2022 年度前五名供应商情况

单位：万元

业务类别		互联网媒体内容营销			
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例
1	字节跳动集团	否	媒介资源采购	45,437.14	28.82%
2	小红书	否	媒介资源采购	34,079.12	21.62%
3	云账户（天津）共享经济信息咨询有限公司	否	媒介资源采购	18,343.45	11.64%
4	哔哩哔哩	否	媒介资源采购	7,622.52	4.83%
5	腾讯集团	否	媒介资源采购	5,769.77	3.66%
合计		-	-	111,252.00	70.57%

2021 年度前五名供应商情况

单位：万元

业务类别		互联网媒体内容营销			
序号	供应商名称	是否关联方	采购内容	金额	占采购总额的比例
1	字节跳动集团	否	媒介资源采购	27,296.48	18.90%
2	云账户（天津）共享经济信息咨询有限公司	否	媒介资源采购	18,710.12	12.95%
3	小红书	否	媒介资源采购	17,411.26	12.05%
4	广联先锋集团	否	媒介资源采购	8,190.63	5.67%
5	江西巨广网络科技有限公司	否	媒介资源采购	7,698.90	5.33%
合计		-	-	79,307.39	54.90%

注：（1）报告期内作为供应商与公司存在业务往来的字节跳动集团同一控制下关联方包括：武汉巨量星图科技有限公司、上海映脉文化传播有限公司、湖北今日头条科技有限公司、北京微播视界科技有限公司，采购金额已合并列示；

（2）报告期内作为供应商与公司存在业务往来的小红书平台同一控制下关联方包括：行吟信息科技有限公司(上海)有限公司、薯一薯二文化传媒（上海）有限公司，采购金额已合并列示；

（3）报告期内作为供应商与公司存在业务往来的哔哩哔哩同一控制下关联方包括：超电(上海)信息科技有限公司、幻电科技（上海）有限公司，采购金额已合并列示；

(4) 报告期内作为供应商与公司存在业务往来的腾讯集团同一控制下关联方包括：深圳市腾讯计算机系统有限公司、北京腾讯文化传媒有限公司，采购金额已合并列示；

(5) 报告期内作为供应商与公司存在业务往来的广联先锋集团同一控制下关联方包括：天津太古时代网络技术有限公司、北京广联先锋网络技术有限公司、北京太古时代网络技术有限公司、北京交武时代科技有限公司，采购金额已合并列示。

(6) 报告期内作为供应商与公司存在业务往来的天下秀同一控制下关联方包括：天下秀广告有限公司、北京天下秀广告有限公司，采购金额已合并列示。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在主要供应商中占有权益情况：

☐适用 ☒不适用

2、 供应商集中度较高

☐适用 ☒不适用

3、 其他情况披露

☐适用 ☒不适用

(四) 主要供应商与主要客户重合的情况

☒适用 ☐不适用

(1) 字节跳动集团

公司的主营业务是互联网媒体内容营销业务，主要内容涉及客户提供媒介策略推荐、媒体资源采买在内的专业化互联网营销服务。抖音是字节跳动旗下一款基于短视频分享的社交应用程序，根据其交易规则，公司采购抖音平台上的媒介资源须通过“巨量星图”平台交易，因此报告期内抖音平台相关运营主体是公司的主要供应商之一，公司向其进行了媒体资源采购。

字节跳动作为中国顶尖的互联网媒体开发公司，在海内外推出了多款有影响力的产品，包括综合资讯类的今日头条和视频类的抖音、西瓜视频等，其集团内部有较强的市场营销需求，公司报告期内承接了来自字节跳动集团的互联网内容营销订单，为其提供互联网营销服务和少量增值服务。

字节跳动集团内部采购与销售业务由不同主体或部门相对独立运作，公司亦由不同业务团队与其相关主体分别对接。公司同时向字节跳动进行销售及采购具有商业合理性。

(2) 小红书

小红书是一款深受年轻群体欢迎的生活方式分享社区应用，小红书平台上有数量众多的内容创作者，是公司开展业务时进行媒介采买的重要对象之一。根据小红书平台的交易规则，公司采购小红书平台上的媒介资源须通过“蒲公英”平台交易，因此报告期内小红书平台相关运营主体是公司的主要供应商之一，公司向其进行了媒体资源采购。同时，公司子公司仟人仟面从事 MCN 业务，为广告主提供专业化营销内容创作服务，目前仟人仟面的主要运作平台是小红书，根据小

小红书平台的交易规则，仟人仟面的广告订单需从“蒲公英”平台获取，因此小红书平台相关运营主体是仟人仟面的主要客户。

小红书平台内部采购与销售业务由不同部门相对独立运作，公司亦由不同业务团队与其相关部门分别对接。公司同时向小红书进行销售及采购具有商业合理性。

（3）腾讯集团

报告期内，腾讯集团作为公司供应商之一，主要存在以下业务：

微信是一款使用人数众多的为智能终端提供即时通讯服务的应用程序，微信平台中集成了“公众号”、“视频号”与“朋友圈”功能，具有广泛的信息流通、共享能力。报告期内，公司通过腾讯广告互选平台采购了媒体资源，因此腾讯集团在报告期内是公司的供应商之一。

报告期内，腾讯集团作为公司客户之一，主要存在以下业务：

①数字化内容营销

腾讯是中国知名的互联网科技公司，主要业务包括社交媒体、游戏、金融、广告、云计算等领域。腾讯集团内部有较强的市场营销需求，报告期内公司承接了来自腾讯集团的互联网内容营销订单，为其提供互联网营销服务。

②内容数据管理与运营业务

报告期内，腾讯集团委托公司提供 KOL 招募以及配套的线上线下运营等服务。同时，作为数据驱动的内容科技企业，报告期内公司向腾讯集团提供包括数据分析、数据咨询等服务，服务内容包括提供数据接入端口、出具数据咨询报告和出具数据榜单等。

腾讯集团内部采购与销售业务由不同部门相对独立运作，公司亦由不同业务团队与其相关部门分别对接。公司同时向腾讯集团进行销售及采购具有商业合理性。

（4）天下秀

微博是一个分享简短实时信息的社交网络平台，有数量众多的内容创作者通过微博发布作品，根据微博的交易规则，公司采购微博上的媒介资源须通过“微任务”平台交易，天下秀是该平台的运营方，因此报告期内天下秀是公司的供应商之一，公司向其进行了媒体资源采购。同时，公司子公司仟人仟面从事 MCN 业务，为广告主提供专业化营销内容创作服务，根据微博的交易规则，仟人仟面在微博上投放的广告内容须从“微任务”平台获取，因此天下秀是仟人仟面的客户之一。

天下秀内部采购与销售业务由不同部门相对独立运作，公司亦由不同业务团队与其相关部门分别对接。公司同时向天下秀进行销售及采购具有商业合理性。

上述主要供应商与主要客户重合的情形属于公司正常商业往来行为，收付款均已分开核算，不存在收付相抵情况，不存在虚增收入等财务造假情形，不存在利益输送情形，公司实际控制人及其一致行动人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东与上述主要供应商与主要客户发生重合的主体不存在关联关系。

（五） 收付款方式

1、 现金或个人卡收款

□适用 √不适用

2、 现金付款或个人卡付款

□适用 √不适用

五、 经营合规情况**（一） 环保情况**

事项	是或否或不适用
是否属于重污染行业	否
是否取得环评批复与验收	不适用
是否取得排污许可	不适用
日常环保是否合法合规	不适用
是否存在环保违规事项	不适用

具体情况披露：

公司所属行业为广告业，主营业务为互联网媒体内容营销服务，不属于生态环境部办公厅印发的《环境保护综合名录（2021年版）》（环办综合函〔2021〕495号）中规定的“高污染、高环境风险”产品的生产制造企业，在经营过程中也不会产生废水、废气、噪声、危险固体废弃物等其他环境污染物，不属于重污染行业，无需取得建设项目环评批复、环保验收、排污许可，无需配置污染处理设施。

（二） 安全生产情况

事项	是或否或不适用
是否需要取得安全生产许可	不适用
是否存在安全生产违规事项	不适用

具体情况披露：

公司的主营业务不涉及安全生产问题，无需取得相关部门的安全生产许可，报告期内无建设项目，不存在建设项目安全设施验收事项。公司报告期内未发生安全生产方面的事故、纠纷、处罚。

（三） 质量管理情况

事项	是或否或不适用
是否通过质量体系认证	不适用
是否存在质量管理违规事项	不适用

具体情况披露：

公司提供的主要服务为互联网内容营销，无国家强制要求通过的质量体系认证。公司未发生质量监督违规事项。

（四） 其他经营合规情况

√适用 □不适用

1、截至**2023年9月30日**，公司员工总人数为**563**名，公司员工社会保险和住房公积金的缴纳情况如下：

(1) 截至**2023年9月30日**，公司员工社会保险缴纳人数为**578**名，其中**母公司**当月离职**1**人、**广州分公司**当月离职**1**人、**成都分公司**当月离职**8**人、**北京分公司**当月离职**1**人、**子公司仟人仟面**当月离职**5**人、**子公司博选优采**当月离职**2**人，上述离职人员当月社保继续由公司缴纳；**北京分公司**当月入职**1**人、**子公司仟人仟面**当月入职**1**人、**成都分公司**当月入职**1**人，社保账户当月尚未转入。截至报告期末，公司全部在册员工均已缴纳社会保险。

(2) 截至**2023年9月30日**，公司员工住房公积金缴纳人数为**576**名，其中**母公司**当月离职**1**人、**广州分公司**离职**1**人、**成都分公司**当月离职**7**人、**北京分公司**当月离职**1**人、**子公司仟人仟面**当月离职**5**人、**子公司博选优采**当月离职**2**人，上述离职人员当月公积金继续由公司缴纳；**子公司仟人仟面**当月入职**1**人、**博选优采**新入职**1**人、**成都分公司**当月入职**1**人，公积金账户当月尚未转入；**母公司**1人为农业户口，签署承诺自愿放弃在公司本地缴纳住房公积金。

2、公司报告期内未因社会保险、住房公积金缴纳而受到处罚

根据上海市社会保险事业管理中心于**2023年1月9日**出具的《单位参加城镇社会保险基本情况》，上海市公积金管理中心于**2023年1月9日**出具的《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，上海市公共信用信息服务中心于**2023年10月20日**出具的《市场主体专用信用报告（替代有无违法记录证明专用版）》；大连市社会保险事业服务中心于**2023年1月12日**出具的《企业职工基本养老保险单位参保缴费证明》，大连市住房公积金管理中心于**2023年1月11日**出具的《单位住房公积金缴存证明》；北京市东城区社会保险基金管理中心于**2023年2月22日、2023年10月30日**出具的《北京市社会保险个人权益记录（单位缴费信息）》，北京住房公积金管理中心于**2023年1月10日、2023年10月30日**出具的《企业上市合法合规缴存住房公积金信息查询结果》；杭州市钱塘区人力资源和社会保障局于**2023年1月9日、2023年11月7日**出具的《用人单位劳动保障信用情况证明》，杭州住房公积金管理中心于**2023年1月11日、2023年11月7日**出具的《证明》；武侯区社会保险事业管理局**2023年2月10日**出具的《社会保险单位参保证明》、**2023年10月30日**出具的《四川省社会保险单位参保证明》，成都住房公积金管理中心于**2023年2月10日、2023年10月30日**出具的《证明》；信用广东于**2023年2月6日、2023年11月15日**出具的《企业信用报告（无违法违规证明版）》，并经查询上海市人力资源和社会保障局、大连市人力资源和社会保障局、北京市人力资源和社会保障局、成都市人力资源和社会保障局、杭州市人力资源和社会保障局、广州市人力资源和社会保障局等相关主管部门网站公开信息，报告期内，公司及其控股子公司不存在因违反社会保险及住房公积金管理相关法律、法规而受到行政处罚的情形。

3、公司开展业务过程中信息采集情况与合规性

(1) 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。				
公司主要业务分为三个板块：数字化内容营销、数字化效果营销和内容数据管理与运营，其中数字化效果营销主要包括两个产品，即效果广告与新榜有赚。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：				
业务场景/类型	数据类型	数据来源	是否涉及用户个人信息及商业秘密	获得授权和许可使用情况
数字化内容营销	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、浏览量等	从公开渠道获取相关公开信息	不涉及	不涉及
数字化效果营销-效果广告	该业务模式下不涉及由公司进行数据收集	不涉及	不涉及	不涉及
数字化效果营销-新榜有赚	注册信息	广告主、流量主在新榜有赚平台注册时填写	涉及个人信息	根据注册协议和隐私政策进行授权，仅供业务开展使用
内容数据管理与运营	西瓜视频站内可公开外展的数据；微博商业数据；抖音开放平台数据；微信开放平台数据	合作方（新浪、西瓜视频、抖音、微信）提供API接口供公司接入相关数据	不涉及非公开的个人信息及商业秘密	在协议约定范围内获得授权、使用数据
	公开数据	公开平台，如小红书、B站、快手、淘宝等	不涉及	不涉及个人信息及商业秘密授权许可使用
根据上表，对公司主营业务中数字化效果营销的新榜有赚业务以及内容数据管理与运营中业务的数据收集情况具体分析如下：				
①数字化效果营销-新榜有赚				
新榜有赚是公司独立研发建立的一站式推广营销服务流量募集与分发系统，流量主或广告主注册成为新榜有赚会员，需提供真实的身份信息，以自然人为主体的流量主或广告主需要提供的个人信息主要包括姓名、身份证号码、联系方式、联系地址、电子邮箱、银行账号等；以非自然人为主体的流量主或广告主会员包括但不限于公司名称、营业执照副本（复印件或扫描件）、公司联系人及联系方式、公司注册地及经营地址、公司银行账号等信息，该等信息系为履行《中华人民共和国广告法》（以下简称“《广告法》”）、《互联网广告管理办法》等法律法规关于广告经营者查验并登记相关方真实身份等法定义务以及为履行公司与广告主或流量主签署的协议所必需。				
在数据收集、授权方面，根据《新榜网站隐私权政策》，用户需提供实际交易人的姓名、身				

份信息证明、联系地址、邮政编码、联系电话等信息。此外，公司会收集关于用户使用的服务以及使用方式的信息并将这些信息进行关联。如果这类非个人信息与其他信息结合用于识别特定自然人身份，则结合使用期间，这类非个人信息将被视为个人信息，除取得用户授权或法律法规另有规定外，公司将会对该类个人信息做匿名化、去标识化处理。同时，公司将使用各种安全技术及配套的管理体系来防止数据泄露。

在数据许可使用方面，根据《新榜网站注册协议》，新榜有赚未经用户许可，不会向任何人出售或出借用户的个人或法人信息。用户的个人信息或法人信息仅在特殊情况下部分或全部被披露，具体有：①经用户同意，向第三方披露；②若用户是合法的知识产权使用权人并提起投诉，应被投诉人要求，向被投诉人披露，以便双方处理可能的权利纠纷；③根据法律、行政、司法机关的要求等情况；④用户出现违反中国有关法律或者网站规定的情况，需要向第三方披露；⑤为用户提供用户所要求的产品和服务，而必须和第三方分享用户的个人或法人信息。新榜有赚在实际操作过程中符合《新榜网站隐私权政策》、《新榜网站注册协议》的相关约定。

综上，公司通过新榜有赚收集、存储用户个人信息前，通过《新榜网站隐私权政策》、《新榜网站注册协议》明确告知用户信息收集范围、信息使用目的等，在用户授权许可范围内收集相应用户个人信息。

②内容数据管理与运营

内容数据管理与运营业务模式下，报告期内公司主要通过 API 接口接入数据、通过公开渠道收集信息两种方式获取数据：

A、通过 API 接口接入数据

公司与微博签署了《微博开放平台商业 API 服务合作协议》，约定微博开放平台有偿提供商业数据服务，包括但不限于：商业数据接口接入服务、接口使用数据统计服务。协议中明确要求公司通过“OAuth 授权”的方式对用户帐号进行操作，不允许存储用户在微博的帐号（电子邮件）和密码；公司不得对外泄漏、售卖或授权用户微博的经营数据、内容、策略以及用户在协议项下的产品中的行为、数据、帐号等信息。

公司与西瓜视频签署了《西瓜视频与新榜合作协议-数据外展》，约定西瓜视频提供可公开外展的合作数据及分析后的统计数据，由公司通过 API 接口接入相关数据并在其相关平台对外公开展示前述合作数据。合作数据具体包括作者信息（头像、昵称、主页地址、uid）、基础数据（视频数、粉丝数等）、趋势图（粉丝变化数、播放增量、点赞增量等）、粉丝属性（粉丝爱看的内容、关注的作者、粉丝性别、粉丝年龄、粉丝地域、粉丝城市）。协议中明确要求公司严格按照协议的约定使用合作数据，不得将西瓜视频提供的合作数据或其他任何信息用于本协议约定之外的用途；且协议约定的使用方式及范围外，公司不得直接或间接把协议项下获取的用户的个人信息及数据（包括但不限于 UD 等），共享、转让、披露给任何第三方或者公开。

公司在抖音线上平台开通 API 接口，抖音平台制定的《抖音开放平台付费服务协议》、《抖音开放平台开发者服务协议》，约定公司作为开发者入驻开放平台，通过开放平台获取接口和技

术文档，开发、完善应用以便服务自身或服务其他抖音用户。抖音相关协议要求公司必须确保通过合法渠道、采用合法方式获取、使用或保存用户数据，并应事先获得用户的同意，且应当告知用户相关数据收集的目的、范围及使用方式，保障用户知情权；公司不得请求、收集、索取抖音或抖音开放平台的帐号、密码或其他身份验证凭据；公司不得超越抖音、抖音开放平台以及用户的授权获取数据；公司应当仅获取为应用运行及功能实现目的而必要的的数据，公司在特定应用中收集的数据仅可以在该特定应用中使用，不得将收集的用户数据转移或使用在该特定应用之外，不得将数据出售、转让或用于特定应用之外的任何其他目的。

公司在微信开放平台开通 API 接口，并经相应公众号运营方授权后获取公众号相关运营数据，微信开放平台制定了《微信开放平台开发者服务协议》，约定公司作为开发者，其应用由开发者以其自身名义开发或享有合法的运营权利，并独立承担全部责任。就公司的应用程序或所提供的服务所收集、储存、处理、使用的用户的数据（根据现行法律的定义，所谓数据包括但不限于任何个人数据或信息）的范围而言，和实施任何与这些数据有关的活动而言，都应当符合协议约定的相关要求。未经腾讯同意，不得通过本服务收集、存储、抓取、获得或要求用户提供包括但不限于微信或其服务平台的信息内容、用户数据等腾讯认为属于敏感信息范畴的数据（包括但不限于微信账号、微信密码、QQ 号码、QQ 密码、用户关系链、好友列表数据、银行账号和密码等），也不得将所合法获得的前述数据自行或提供其用户、客户用于创建、补充或维护自身关系链。

综上，公司从上述媒体侧所获取的互联网数据均为公开的用户数据及行为数据，公司不存在也无法获取互联网媒体平台未公布的注册用户个人隐私数据或商业秘密，包括身份证信息、个人住址信息等。

B、通过公开渠道收集信息

公司通过公开渠道获取小红书、B 站、快手、淘宝等平台的公开信息，公开信息一般包括用户的昵称、头像、认证信息、个人简介等平台公开可见的信息，各平台间公开信息存在差异，公司根据平台的公开信息进行相应采集，该等公开信息不涉及《中华人民共和国网络安全法》中规定的个人信息及《中华人民共和国反不正当竞争法》中规定的商业秘密。

公司通过公开信息收集方式采集不同渠道的公开数据，该等公开数据系相关网站依据相关主体的自身意愿，根据法律法规规定所公开披露的信息，公司对该等信息进行采集亦会遵守相关网站的数据使用政策或隐私政策，不会出现突破相关网站相关政策非法采集数据等情形，同时，基于遵守相关法律法规并更好地辅助公司业务实际运行之目的，公司所采集渠道的网站限定在大型主流互联网媒体网站范围内。截至本公开转让说明书出具之日，公司未出现因收集公开信息侵犯第三方权利而导致的投诉举报、纠纷。

（2）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系统管理制度，并严格执行，具体如下：

①在制度方面，公司已制订了《信息系统管理制度》、《安装杀毒软件以及季度巡检制度》、

《网络安全管理制度》，并遵循该等制度进行安全操作管理、涉及信息系统权限和账户管理以及员工网络安全行为的管理；

②在数据收集方面，当用户在注册新榜有赚等在线工具时，需自主填写个人信息，阅读《新榜网站隐私权政策》及《新榜网站注册协议》并点击同意后方可注册并使用；其余业务模式下的数据收集仅涉及平台公开信息，公司不存在未经授权获取个人隐私和商业秘密的情况；

③在数据存储方面，公司对于涉及到用户信息的数据与公司其他业务数据建有隔离措施，从软件与硬件上均实行了分别存储、分别处理的程序，不存在数据混同及泄露的风险；

④在数据访问和使用方面，公司建立了完善的用户信息保护措施，对数据库设置了严格的接入权限，只有具有合理工作理由（包括媒体主资质审核、应相关部门要求进行的合规审查等）的员工在经过审批后可以接入相关数据，接入过程全程受到监控，禁止未经允许的进行用户信息的提取、复制、删改等行为；

⑤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。同时，公司对员工进行内部培训，要求不得未经允许擅自处理用户信息，不得将用户信息泄露、出售给第三方，违者将按国家相关规定移交监管机关处理。

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。

（3）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，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。

（4）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。

4、公司业务符合互联网广告相关监管规定

（1）在公司主营业务互联网媒体内容营销业务中，公司承担需求对接与协调角色，一端连接互联网媒体供应方，另一端连接广告主客户，根据客户的营销宣传目标，为其匹配合适的媒体资源。

根据《中华人民共和国广告法》（以下简称“《广告法》”）《互联网广告管理办法》的规定，广告主是指为推销商品或者服务，自行或者委托他人设计、制作、发布广告的自然、法人或者其他组织；广告经营者是指接受委托提供广告设计、制作、代理服务的自然、法人或者其他组织；广告发布者是指为广告主或者广告主委托的广告经营者发布广告的自然、法人或者其他组织；利用互联网提供信息服务的自然、法人或者其他组织，适用关于互联网信息服务提供者的规定。因此，在公司主营业务互联网媒体内容营销业务模式中，公司为广告经营者。

公司作为广告经营者，报告期内遵守《广告法》、《互联网广告管理办法》等互联网广告相关监管规定，公司广告业务的主管部门上海市市场监督管理局已出具《合规证明》，证明公司在报告期内未发现上海市市场监督管理部门作出的行政处罚记录。

（2）根据《互联网广告管理办法》第十四条规定“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。”

根据公司内部适用的《新榜内容合规审核内部管理规范》，公司广告主资质审查和广告内容及表现形式审查流程、规则具体如下：

①审查流程：分为自身宣传内容审核流程及客户投放内容审核流程。自身宣传内容审核主要由编辑部实行双重审核制，再由品牌部外部公关实行三审核制；客户投放内容审核流程由定制投放和自助投放的各审核团队基于各自业务进行审核工作，审核人员依据审核标准进行审核，对审核结果进行记录和报告。定制投放和自助投放按不同的执行流程在对应操作管理系统，进行审核管理记录。定制投放通过关键客户团队执行投放流程，实行客户端、媒介端双重审核制，广告投放方是第一审核人（直接责任人及终审人），媒体发布方是第二审核人，客户前台和媒介中台是辅助审核人，任何内容未经终审不得对外发布。自助投放通过新榜有赚广告投放系统执行投放流程，实行平台内容发布审核制，广告投放方是第一审核人（直接责任人），平台方履行发布上架内容合规审核责任，媒体发布方结合自身内容资质和粉丝定位自主选择上架广告内容，按规定要求进行发布，不得对发布内容进行擅自修改。

②广告主资质审查：对广告主真实身份、地址以及有效联系方式等信息建立广告档案；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。

③广告内容及形式的审查：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。根据公司确认，公司对广告的内容以及形式是否符合法律法规进行审查，若发现违反则会根据实际情况，不予投放或者与广告主沟通修改。

在运作机制的有效性方面，公司此前制定了《广告发布审核及管理制度》，后根据《广告法》、《中华人民共和国电子商务法》等法律法规及公司合作的主要互联网平台制定的平台政策等规则制定了《新榜内容合规审核内部管理规范》以取代《广告发布审核及管理制度》。因公司《新榜内容合规审核内部管理规范》建立时间较短，针对极少数从事特殊商品或服务的广告主，公司未留存其相关资质证明文件，在实际执行层面存在未严格执行内控制度的情况但未造成重大不利影响，目前正在积极整改、规范，加强广告档案规范管理。此外，上海市市场监督管理局已出具《合规证明》，证明公司在报告期内未发现上海市市场监督管理部门作出的行政处罚记录。

（3）根据上海市市场监督管理局开具的合规证明，公司自 2021 年 01 月 01 日至 2022 年 12

月 31 日，未发现上海市市场监督管理部门作出的行政处罚记录；根据上海市公共信用信息服务中心于出具的《市场主体专用信用报告（替代有无违法记录证明专用版）》，公司自 2023 年 01 月 01 日至 2023 年 9 月 30 日，未发现上海市市场监督管理部门作出的行政处罚记录。同时，根据公开渠道检索，公司不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。

六、 商业模式

1、公司的盈利模式

公司主营互联网媒体内容营销业务，主要涉及为客户提供媒介策略推荐、媒体资源采购在内的专业化互联网营销服务。公司分业务类别的盈利模式如下：

（1）数字化内容营销

公司一端连接互联网媒体供应方，一端连接广告主，根据客户的营销宣传目标，为其匹配合适的媒体资源。具体而言，公司业务基于两端交易匹配需求衍生而来，协调广告主与内容创作者共创内容营销推广文案，以“精准匹配、效率投放”为核心制定科学有效的投放计划，并在经客户确认后，按计划安排媒体供给端进行广告投放。公司在广告完成投放后，按照合同约定收取服务费。

（2）数字化效果营销

公司通过自建互联网自媒体营销信息发布平台或利用外部效果广告平台，承担中介角色，为广告主对接合适的媒体资源，并提供投放运营服务。对于自有平台，公司在广告任务完成发布后，按照广告发布的实际结算收益收取一定比例的服务费；对于外部平台，公司按照当月的投放量结算服务收入。

（3）内容数据管理与运营 公司基于对互联网媒体营销行业的专业技能与深度洞察，为品牌方和流量方提供多维度的互联网媒体内容营销领域增值服务，涵盖新媒体数据产品及工具、市场运营、版权分发、数据咨询等服务等。公司通过直接向客户收取服务费实现收入。

2、公司的销售模式

公司销售模式为直接销售。报告期内，公司获取订单的主要方式是参与广告比稿。在广告行业中，大型广告主通常不会将即将进行的广告计划立即委托某一家广告公司，而是让多家广告公司彼此竞争，即所谓的比稿（competitive presentation）。广告主以书面、邮件或口头方式向供应商发出比稿邀请，参与比稿的供应商根据客户需求制定项目方案。广告主通过对供应商制定的项目方案进行评分，确定最终供应商，并进一步对方案细节进行协商，最终下达订单。公司销售模式如下：

（1）公司的数字化内容营销业务主要销售流程如下：

①公司通过多年积累与营销拓展，与诸多国内外大客户建立了长期合作关系，包括宝洁、欧莱雅、雅诗兰黛、中国平安、网易有道、字节跳动等知名品牌方。公司通常与下游大型广告主按一定周期签订合作框架协议，成为其合作供应商。

②公司内容营销部在了解广告主需求后，结合项目需求定位、需求账号类型、投放数量要求、预计投放时间、项目预算等因素，制作初步方案及模拟营销场景，并参与比稿。方案通过后，内容营销部在内部系统中推送本次客户需求简报至媒介采购部，媒介采购部通过采购询价流程，获取相关社交媒体账号的报价后回复内容营销部，并由内容营销部反馈给广告主进行选号。

③广告主确定投放账号及报价后，公司出单并推进至客签排期阶段。在客签排期阶段，媒介采购部根据客户确定的账号范围联系媒体端进行投放排期并确认最终投放价格，并形成客签发送广告主确认订单。

④广告主下达订单后，由广告主、公司、媒体端三方共同就投放文案的细节进行协商调整，确定投放策略并形成最终投放文案后，由公司媒介采购部联系媒体端按约定执行广告投放。

⑤营销活动结束后，内容营销部按照客户需求收集归纳投放记录，对投放数据等进行整体项目分析，根据客户需求提供结案报告。公司根据前期与客户签订的年度合作框架协议或具体项目协议中约定的结算政策与客户进行最终结算。

(2) 公司的数字化效果营销业务主要销售流程如下：

①外部数字化效果营销（效果广告）

A、公司通过客户拜访或比稿邀约等渠道获得客户需求后，根据客户产品定位、目标群体、营销预算等各方面要求，向客户提出营销方案；

B、公司营销方案通过客户审查后，通过采购询价流程获取媒介端最终报价反馈给客户，确认合作后双方签订年度合作框架合同或单案合作合同；

C、根据双方约定，公司为客户在指定的互联网媒体平台开立营销账号，制定具体的投放策略，包括投放的时间、位置、目标人群等；

D、根据投放策略制作创意内容并执行投放；

E、在营销内容投放过程中，公司将实时监控投放效果，并定期形成项目投放总结并根据合同约定进行结算。

②自有数字化效果营销（新榜有赚）

A、广告主与流量主通过公司官网进入新榜有赚并注册账户，流量主需绑定所属的互联网媒体平台账户；

B、广告主创建营销推广需求项目，明确文案、媒介资源等项目条件，公司运营人员审查通过后予以发布；

C、系统根据广告主设定条件，进行需求匹配并分发给媒体主进行接单，媒体主也可以通过搜索匹配的项目自主接单；

D、投放完成后，媒体主上传投放链接等相关证明，系统对内容、互动数、浏览量等进行判定，如存在异常则人工进行核实，确认投放完毕后完成订单并进行结算。

(3) 公司的内容数据管理与运营业务主要销售流程如下：

①公司通过客户拜访或举行交流会等方式引导现有其他业务条线的客户对公司内容数据管

理与运营业务进行体验，或通过官方网站、公众号、搜索引擎引流获取新增客户；

- ②公司成立内部项目小组，根据客户需求匹配解决方案或定制服务，提交项目报价；
- ③双方确认执行合作，并签订业务合同；
- ④公司根据合同约定收取首付款或订阅费，并向客户提供相应的增值服务；
- ⑤双方根据合同约定进行项目结算。

3、公司的采购模式

公司采购内容主要为互联网媒体资源，采购模式为以销定购，采购订单均根据内容营销部推送的广告主订单需求下达。

公司在展业过程中累积了丰富的互联网媒体资源，范围涵盖微信、抖音、小红书、哔哩哔哩等各大主流社交媒体平台，与市场中具备重大影响力的博主、MCN 机构开展了广泛的合作，在时尚美妆、母婴健康、情感心理、旅游文化、美食烹饪、金融服务和快销产品等热门板块均有强大的投放能力。公司建立了专业的媒体端开发和维护团队，有能力在短时间内为广告主匹配适应投放需求的媒体端资源，协调双方制定投放方案。公司是抖音“星图”、小红书“蒲公英”、哔哩哔哩“花火”、微信“腾讯广告互选平台”等社交媒体官方广告交易平台的官方合作代理商，同时与如涵文化、缙苏文化、门牙视频、无忧传媒等国内知名头部 MCN 机构长期保持稳定合作关系。

公司由媒介采购部负责媒体资源的采买，公司的主要采购流程如下：

(1) 公司会周期性地与主流互联网媒体官方交易平台以及供应商池中的各大 MCN 机构或者头部 KOL 进行商务谈判，确定合作政策并签订合作框架协议，约定合作期间通常为半年到两年不等。公司供应商池中主要是长期合作的主流 MCN 机构以及各大媒体板块里曝光率较高的 KOL，同时也与大量中小型单体账号保持密切联系。公司与供应商一般按照采购量级、合作深度及既往客户满意度等多维度，协商确定全年采购的整体折扣、返点政策和信用政策等商业政策。

(2) 公司内容营销部在获取广告主需求后，根据客户认可的方案推送需求简报至媒介采购部，媒介采购部根据方案需求联系供应商询价及并获取档期规划信息，并根据客户选号结果向供应商确认投放需求。对于部分未与公司签订框架协议的中小型账号主体，公司按照个案与其单独谈判并签订采购合同。

(3) 公司向媒体账号运营团队传达广告主的具体需求，并持续协调广告主、媒体账号运营团队推进营销内容的方案及创作。在确认最终投放排期时间后，公司会根据账号主体所属新媒体平台（抖音、小红书、哔哩哔哩等）的政策在其官方交易系统中下单，并根据其交易规则完成相关流程。对于未建立或未大规模推广官方广告资源交易系统的新媒体平台，公司也会直接向账户主体下单。

(4) 供应商根据前期沟通确定的方案进行内容生产，公司会提交广告主进行预览，经广告主确认后，于约定执行日正式投放广告。投放完成后，公司根据签署的年框合同或者个案合同约定的结算政策进行对账结算流程。对于使用社交媒体平台官方交易系统下单的订单，通常会在平台

后台实时生成订单数据，并根据系统流程进行扣款并记录投放数据，公司根据平台数据入账。

七、 创新特征

（一） 创新特征概况

√适用 □不适用

公司自成立之初便高度重视科技进步对互联网营销行业的引领与促进作用，始终坚持引入和培养优秀的研发人员，长期保持大量的研发投入。截至报告期末，公司已建立了完备、高效的研发制度和体系，对研发部门及人员的职能、研发流程等进行了规范。公司构建的研发体系与研发机制是保证公司具备持续创新能力的核心驱动力。公司进入行业之初，便以出色的数据获取、分析与对比输出，创造性地推出“新榜”全平台新媒体榜单而闻名，作为数据驱动的内容科技公司，公司产品覆盖全平台各层级新媒体资源，聚力数字营销，助力中国企业数字化内容资产管理与发展。

公司强大的研发实力，为公司创造了多项核心竞争力：

1、权威的新媒体大数据榜单 新榜信息作为提供微信（公众号、视频号）、微博、抖音号、快手号、小红书、哔哩哔哩等全平台内容数据价值评估的专业机构，拥有稳定和海量的新媒体平台数据获取与分析能力。新榜信息据此发布全平台影响力排行榜（日、周、月、年），即“新榜”，并细分至类别行业榜或地域榜等，是行业内重要的新媒体价值评估体系标准。

2、领先的全平台内容数据工具

基于微信（公众号、视频号）、抖音、小红书、B 站、快手等主流内容平台，新榜提供包括新抖、新视、新红、新站、新快在内的“新榜有数”数据工具，为用户带来实时热门素材、品牌声量、直播电商等全面的数据监测分析能力，同时提供基于跨平台用户画像的企业定制 SAAS 产品。此外，新榜还与部分平台达成合作协议，快速获取平台真实数据，保证了全平台内容数据的时效性、真实性。

3、客观透明的新榜指数算法

公司以领先的技术实力出发，通过与各大新媒体平台建立深度合作关系，由复旦大学新闻学院提供全方位学术支持，基于海量数据和用户深度反馈，建立了不断优化的算法公式来生成新榜指数，该算法相较于常规市场热度排名有四大优势：

- （1）不仅显示绝对表现，还能反映该账号在所属平台分类中的所处位置；
- （2）通过数据标准化处理，不同维度的指标之间可以相互比较；
- （3）指标之间可以相互运算，从而得到综合考察各维度的新榜指数；
- （4）形成指数为单调增函数，不仅可以用于用户间的比较，也可以用于用户自身的跨期比较。

新榜指数算法用于衡量新媒体（包含但不限于图文、短视频等）的传播能力，反映了该新媒体主体的热度和发展趋势，是公司各类榜单排名的重要依据。

4、数据驱动商业化服务

作为数据驱动的新媒体内容产业服务平台，公司发挥行业枢纽作用，连接线上线下资源，服务于内容产业，同时以内容服务产业，紧密围绕公司各业务板块，提供高效的信息化营销服务。作为中国领先的互联网内容营销投放服务商，公司提供以头部 KOL 为投放对象的品牌营销服务，覆盖两微一抖以及快手、小红书、B 站等多个平台，提供策略投放、创意策划、活动执行等专业服务，并通过大数据辨别造假技术和原生广告 AI 创作指引提升投放效果。同时，公司依托内容营销量化可跟踪智能营销系统，提供覆盖公众号、视频号、微信群的广告投放、分销等的 KOC 便捷优选投放服务，支持达人筛选、实时监测、自助定价等功能，帮助广告主建设消费级用户画像系统，全方位满足创作者、运营者、商家等跨平台全场景数据运营需求。

2023 年 1-9 月，公司共投入研发费用 4,542.48 万元，占公司营业收入的 4.36%，公司未来将持续投入研发资源，扩大研发队伍，积极布局大数据、云计算和人工智能，强化科技创新、提升创意水平，进一步提高公司的核心竞争力。

（二） 知识产权取得情况

1、 专利

√适用 □不适用

序号	项目	数量（项）
1	公司已取得的专利	0
2	其中：发明专利	0
3	实用新型专利	0
4	外观设计专利	0
5	公司正在申请的专利	1

2、 著作权

√适用 □不适用

序号	项目	数量（项）
1	公司已取得的著作权	78

3、 商标权

√适用 □不适用

序号	项目	数量（项）
1	公司已取得的商标权	77

（三） 报告期内研发情况

1、 基本情况

√适用 □不适用

1、研发模式

公司的研发模式主要采用的是产品经理负责制，由产品团队主导整个应用的开发迭代周期。公司为产品条线配备了项目经理、大数据架构团队、大数据分析团队、业务研发、交互界面设计、测试团队、前端开发等人员在内的专业团队，在产品经理的统一管理下以需求为导向有序配合、高效运转。

公司的研发流程通常涉及需求评审、任务计划、工程研发、测试验收、上线迭代五个流程：

（1）需求评审

根据业务发展需要，结合市场情况，在对产品关键技术、新技术、新需求等进行针对性论证的基础上进行需求评审。评审内容包含需求确认、可行性论证和撰写详细的产品需求文档，并视该需求的复杂程度，引入各个业务线条的人员进行综合评审，主要针对可行性、风险点和开发时长进行评估。

（2）任务计划

项目启动后，项目组内部将进行设计沟通与评审，确定各关键节点的交付目标，对各阶段任务进行拆解，并基于工作量评估，进行人员分工与规划，后续开发过程中持续对项目的变更进行管理和排期微调。

（3）工程研发

进入工程阶段，开发项目可能涉及到的架构、存储、原型、交互界面设计、后端表结构等均进入到详细设计、开发和对接实施过程中。在此期间，项目所有的设计与开发过程、结果均可通过云协同工具在项目组内部实现实时协同，并由各业务线条汇同产品经理进行节点确认。研发过程中，项目组需遵守公司制定的统一要求，如 git 规约、mysql 规约、表命名规约等。

（4）测试验收

在测试验收阶段，研发人员可以通过结对编程等形式进行代码自检，通过单元测试、集成测试等环节对项目进行阶段性验收。在代码入库后，会统一进行漏洞测试、系统测试以及用户测试，并编写系统测试报告。在后续运营中，研发团队会及时修复发现的代码故障并尽快重新部署。公司建立了完善的监控、报警系统，当系统出现异常时分等级报告给相应的技术人员处理，并设置了四级故障处理机制，对不同程度的故障进行响应。

（5）上线迭代

上线过程会历经测试环境、预发布和正式发布以最终完成版本更新，确保发布的稳定性和有效性，并设置了回滚机制。上线的产品会统一接入防火墙、日志系统和行为分析系统，以帮助产品实现持久的安全稳定运行和基于数据的持续优化。上线后的产品会持续的收集来自内外部的需求，并以敏捷开发的方式持续快速的迭代。

2、研发机构设置

公司研发机构为技术平台部，负责公司业务广告投放系统、项目管理系统、New-X 等数据产品系统等技术系统的持续研发和升级；负责为公司 IT 系统搭建、信息化管理工作、业财一体化提

供全面技术支持。

3、研发人员构成

截至 **2023 年 9 月末**，公司共有研发人员 **191** 名，其中核心技术人员 3 名。

4、已取得的研发成果

截至公开转让说明书签署日，公司正在申请发明专利 1 项，已取得著作权 78 项，均为自主研发形成。

2、报告期内研发投入情况

√适用 □不适用

单位：元

研发项目	研发模式	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
新榜有数-新红	自主研发			5,320,813.20
新榜有数-新瓜	自主研发		7,266,333.91	5,045,388.28
新榜有赚	自主研发	10,286,477.16	14,808,298.57	13,926,423.25
海汇信息流	自主研发		1,226,283.05	
新榜矩阵通	自主研发	15,399,822.32	6,714,783.37	
中台系统-业财一体化	自主研发	2,660,474.47	4,048,053.40	2,219,097.47
中台系统-研发及管理效率	自主研发			2,608,032.07
中台系统-新榜要素共享	自主研发	16,636,158.88	20,778,571.22	14,820,163.57
小程序开发	自主研发	441,832.67	1,990,584.42	1,877,900.68
合计	—	45,424,765.51	56,832,907.94	45,817,818.52
其中：资本化金额	—	—	—	—
当期研发投入占营业收入的比重	—	4.36%	3.68%	3.61%

3、合作研发及外包研发情况

□适用 √不适用

（四）与创新特征相关的认定情况

√适用 □不适用

“专精特新”认定	□国家级 √省（市）级
“单项冠军”认定	□国家级 □省（市）级
“高新技术企业”认定	√是
“科技型中小企业”认定	□是
“技术先进型服务企业”认定	□是
其他与创新特征相关的认定情况	— —
详细情况	2023 年 3 月 23 日上海市经济和信息化委员会发布了《上海市经济信息化委关于公布 2022 年上海市专精特新中小企业名单（第二批）的通知》（沪经信企〔2023〕274 号），经专家评审和综合评估，公司被列入“2022 年上海市‘专精特新’企业（第二批）”名单。

	公司于 2021 年 11 月 18 日获取了上海市科学技术委员会、上海市财政局、国家税务总局上海市税务局颁发的《高新技术企业证书》（证书编号 GR202131003498）；公司子公司北京新榜信息科技有限公司于 2021 年 12 月 17 日获得北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局颁发的《高新技术企业证书》（证书编号 GR202111003398）。
--	--

八、 所处（细分）行业基本情况及公司竞争状况

（一） 公司所处(细分)行业的基本情况

1、 所处（细分）行业及其确定依据

公司所属行业为租赁和商业服务业(L)-商业服务业(L72)-广告业(L240)-广告业(L7240)，公司是一家向广告主提供在主流互联网媒体平台上进行整合营销活动策划及执行服务的一体化互联网营销服务供应商。公司在对行业客户的需求和市场发展充分了解和研究的前提下，通过微信、微博、小红书、抖音等不同的互联网媒体平台为各个领域的客户量身打造一体化服务。

2、 所处（细分）行业主管单位和监管体制

序号	（细分）行业 主管单位	监管内容
1	中华人民共和国国家市场监督管理总局	广告行业的主管部门是中华人民共和国国家市场监督管理总局（以下简称“国家市场监督管理总局”）及各级市场监督管理部门。国家市场监督管理总局下设广告监督管理局，其职责是：负责研究拟定广告业务监督管理规章制度及具体实施办法；组织实施对广告发布及其他各类广告活动的监督管理；组织实施广告经营审批及依法查处虚假广告；指导广告审查机构和广告行业组织的工作。
2	中华人民共和国工业和信息化部	互联网行业的主管部门是中华人民共和国工业和信息化部下设信息通信管理局，主要职能包括：拟订实施行业规划、产业政策和标准；监测工业行业日常运行；推动重大技术装备发展和自主创新；管理通信业；指导推进信息化建设；协调维护国家信息安全等。
3	中华人民共和国国家互联网信息办公室	中华人民共和国国家互联网信息办公室成立于 2011 年 5 月，2018 年 3 月被列入中共中央直属机构序列。其主要职能包括落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设；指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理；依法查处违法违规网站等。

3、 主要法律法规政策及对公司经营发展的具体影响

（1） 主要法律法规和政策

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	网络直播营销管理办法（试行）	-	国家互联网信息办公室	2021 年 5 月	该办法旨在加强网络直播营销管理，维护国家安全和公共利益，保护公民、法人和其他组织的合法权益，促进网络直播营销健康有序发展
2	《中华人民共和国广告法》（2021 年修订）	-	全国人民代表大会常务委员会	2021 年 4 月	中华人民共和国广告法，是一部国家法规，针对涉及广告多方面的事宜进行法律规范，主要目的在于规范广告活动，保护消费者的合法权益，促进广告业的健康发展，维护社会经济秩序。广告主、广告经营者、广告发布者、广告代言人在中华人民共和国境内从事广告活动，应当遵守本法。新广告法增加了对网络广告的相关规定，一定程度上明确了广告活动中参与方的权利和义务，规范了网络广告发布行为，引导行业健康、可持续发展。
3	《互联网用户公众账号信息服务管理规定》	-	国家互联网信息办公室	2021 年 1 月	该规定旨在进一步加强互联网用户公众账号的依法监管，促进公众账号信息服务健康有序发展。条款规定了公众账号信息服务平台和公众账号生产运营者主体责任、真实身份信息认证、分级分类管理、社会监督及行政管理等内容。
4	《网络信息内容生态治理规定》	-	国家互联网信息办公室	2019 年 12 月	该规定旨在规范网络信息内容生产者、网络信息内容服务平台、网络信息内容服务使用者以及网络行业组织在网络生态治理中的权利与义务

5	《互联网文化管理暂行规定》（2017年修订）	-	文化部	2017年12月	加强对互联网文化的管理，保障互联网文化单位的合法权益，促进我国互联网文化健康、有序地发展。从事经营性互联网文化活动的，应经省、自治区、直辖市人民政府文化行政部门批准并取得网络文化经营许可证。互联网文化单位应当建立自审制度，明确专门部门，配备专业人员负责互联网文化产品内容和活动的自查与管理，保障互联网文化产品内容和活动的合法性。
6	《互联网广告管理办法》	国家市场监督管理总局令第72号	国家市场监督管理总局	2023年5月	规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业的健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序。
10	《关于推动上海市数字广告业高质量发展的指导意见》	沪市监广告〔2021〕616号	上海市市场监督管理局、上海市经济和信息化委员会	2021年12月	提出将上海建设为“国际数字广告之都”的目标，为广告业数字化转型指明新方向；以强化科技创新、提升创意水平、推进产业集聚以及促进国际交流为工作重点，以“技术+创意”双核驱动，围绕发展数字广告新型业态、打造创意设计高地、促进产业集聚发展、发挥产业集聚链条带动效应等10项具体任务，推动上海广告业加快数字化转型，培育一批数字广告重点企业。
11	《“十四五”国家信息化规划》	-	中央网络安全和信息化委员会	2021年12月	规划要求到2025年，数字中国建设取得决定性进展，信息化发展水平大幅跃升，数字基础设施全面夯实，数字技术创

					新能力显著增强，数据要素价值充分发挥，数字经济高质量发展，数字治理效能整体提升。
12	《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》	发改高技 (2020) 1157号	国家发改委、 中央网信办等 13个部门	2020年7月	支持线上多样化社交、短视频平台有序发展，鼓励微创新、微应用、微产品、微电影等万众创新。引导“宅经济”合理发展，促进线上直播等服务新方式规范健康发展。
13	《产业结构调整指导目录（2019年本）》	中华人民共和国国家发展和改革委员会令 第29号	国家发改委	2019年10月	将“商务服务业”中的“广告创意、策划、设计、制作、代理、发布等广告服务”作为鼓励类产业。
14	《关于深入开展互联网广告整治工作的通知》	-	国家市场监督管理总局	2019年3月	要求各级市场监督管理部门继续深入开展互联网广告整治工作，强化广告导向监督，聚焦重点媒介、重点广告问题，特别是涉及医疗、药品、保健食品、房地产、金融投资理财等关系人民群众身体健康和财产安全的虚假违法广告，要加大案件查处力度。
15	《战略性新兴产业分类（2018）》	-	国家统计局	2018年11月	政策提出要以重大技术突破和重大发展需求为基础，对经济社会全局和长远发展具有重大引领带动作用，知识技术密集、物质资源消耗少、成长潜力大、综合效益好的产业，其中包括新一代信息技术产业、数字创意产业、相关服务业等领域。

（2） 对公司经营发展的影响

2021年10月18日，习近平总书记在中共中央政治局第三十四次集体学习时强调要不断做强做优做大我国数字经济，“十四五”规划纲要提出要以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式的变革，发展数字经济已成为国家战略。

2020年7月，国家发改委、中央网信办、工业和信息化部等13部门联合印发《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》，提出加快推进产业数字化转型，壮大实体经济新动能，培育产业平台化发展生态，发挥互联网平台对传统产业的赋能和效益倍增作用，打造形成数字经济新实体，同时鼓励发展新个体经济，开辟消费和就业新空间，支持微商电商、网络直播等多样化的自主就业、分时就业，大力发展微经济，鼓励“副业创新”，支持线上多样化社交、短视频平台有序发展，引导“宅经济”合理发展，促进线上直播等服务新方式规范健康发展。

2021年12月，上海市市场监督管理局与上海市经济和信息化委员会发布了《关于推动上海市数字广告业高质量发展的指导意见》，提出要强化科技创新，鼓励广告业应用新技术、新设备、新材料，开拓新阵地，布局新媒介，推进数字广告的理论创新；鼓励开展原创性、基础性和应用性研究；鼓励探索数字广告经营新模式、新业态，推进数字广告创业创新示范基地建设，建设和运营一批广告业创新创业“众创空间”、“创新工场”，加快发展短视频、网络直播、社交电商、智能设备等营销传播新模式，推进移动程序化、视频程序化及跨设备程序化等新型广告经营模式发展。

2022年3月，国家市场监管总局印发了《“十四五”广告产业发展规划》，提出要充分发挥广告产业作为生产性服务业的积极作用，鼓励技术创新、模式创新、业态创新，围绕产业链部署创新链、围绕创新链布局产业链。《规划》中设立了发展目标，要求广告产业向专业化和价值链高端延伸，促进消费、提升商品和服务附加值、传播社会文明、吸纳就业的作用进一步凸显。

在中国新兴产业蓬勃发展的时代背景下，近年来行业法规及产业政策对网络媒体健康发展的支持力度逐步增强。国家在产业政策上的帮扶，将支持互联网广告企业持续良性发展，进一步做大做强。

4、（细分）行业发展概况和趋势

（1）行业概况

公司的主营业务是互联网媒体内容营销业务，利用具备社交属性的社会化互联网媒体开展营销活动，具体而言是通过提供专业的媒体采买服务，为下游广告主客户匹配最契合的互联网媒体资源，进行针对性的营销宣传活动。

有别于传统媒体（电视、报纸、杂志、广播等），互联网媒体是以互联网、移动终端为主要载体的全新网络媒体形态。社会化互联网媒体的主要形式包括博客、论坛、视频、图文、音乐等内容社区媒体及兼具消费属性和媒体属性的电商媒体等，因上述互联网媒体广泛具有在不同账号

主体间信息分享、意见交流、观点展示等功能，因此往往具备较强的社会化属性，因此又称为社交媒体（social media）。

广告是指由商品经营者或服务提供者通过一定媒介直接或间接地推销自己出售的商品或提供的服务，媒介端通过接受广告主订单的方式将自己掌握的大量互联网流量变现，从在各平台拥有上百万粉丝的头部网红到几百、几千粉丝量的小型社交账号，都需要依赖广告获得收入。伴随着互联网大数据的出现，互联网广告已经变得可追踪、效率化。通过社交媒体，广告主能以最低的成本、最高的效率、最大的范围去精确捕捉真正想要去传播到的受众。

随着互联网生态环境的逐渐完善与智能手机的普及，全球进入移动互联网时代，网络的影响力和媒体价值加速放大，互联网广告的精准化程度提高以及媒体质量较高等优势的逐渐凸显，广告主对互联网广告的认可程度逐渐增强，广告投放由传统媒体快速向新兴的社交媒体转移，市场占比持续攀升。

（2）行业发展趋势

①专业化的数据分析与追踪能力愈加重要

公司提供的社交媒体营销服务，是基于国民经济的高度发展和社会分工细化，当下游客户的业务规模发展到一定阶段后，对专业营销服务的需求日益增加。当前互联网营销从营销目标、营销策略、营销创意、营销效果到销量都朝着精确数据追踪和精准投放的目标前进。随着人工智能、大数据等技术应用的日渐成熟，互联网广告公司可以通过程序算法进行多维度数据的收集、挖掘、分析，形成拟营销品牌的典型消费者画像，并根据目标客户画像，定向推送粉丝匹配度较高的创意内容创建者，将拟营销品牌的广告镶嵌于内容创建者的作品中，借助于优质内容向目标客户传播品牌信息，在潜移默化中影响目标客户的消费决策，有效地降低消费者对广告营销的抵触情绪，甚至通过内容创建者的背书，在目标客户心中建立品牌认同感，构建产品使用场景的遐想，即所谓的“种草”，使得整个营销过程更有效率。

②互联网广告投放由电脑端向移动端迁移，并向头部平台集中

随着移动智能终端设备的普及、移动互联网累计接入流量的增长以及移动互联网用户的增加，互联网营销也随之由电脑端向移动端迁移。2022年8月，中国互联网信息中心（CNNIC）发布了第50次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2022年6月，手机网民规模达10.47亿，较2021年12月增长1785万，网民使用手机的比例达到99.6%。根据普华永道《2022至2026年全球娱乐及媒体行业展望》的统计数据，中国移动互联网广告引领市场，2021年移动互联网广告细分市场的收入占比为67%，预计至2026年这一比例将达到81%。社交媒体APP占据了大量移动端流量入口，除阿里巴巴集团、腾讯、字节跳动等互联网巨头外，又在垂直细分市场中不断出现了诸如哔哩哔哩、小红书、知乎等具有较强影响力的社交媒体平台，互联网广告投放趋向在移动端具有较大流量优势的各大社交媒体平台集中。

③行业竞争激烈，集中度将进一步提高

互联网营销行业竞争较为充分，从业企业数量较多，在早期行业发展过程中，整体集中度较

低。近年来，基于互联网营销产业的广阔前景，行业内并购频繁，包括传统营销集团的并购、产业链上下游的并购以及跨界并购。伴随着相关领域内头部企业的持续发展壮大，与大量中小竞争对手之间的差距逐步拉大。预计行业内的头部企业将在不断扩大自身业务规模的同时，也将通过并购的方式扩大市场份额，提高竞争优势。在行业整体的发展趋势下，业内整合将不可避免，行业集中度将随着整合深入而不断提高。

5、（细分）行业竞争格局

（1）行业竞争的基本格局

互联网营销行业属于开放性行业，没有严格的行业资质管制和准入限制，因此互联网广告营销服务商具有非稀缺性，市场化竞争程度高于传统营销行业，互联网营销服务商根据自身发展策略、掌握的媒体资源情况参与行业竞争，行业中存在数量较多的能够为广告主提供一些个性化服务的中小公司。同时因为行业整体发展较为迅速，与互联网高度相关的创新型企业不断进入，策动行业商业模式、技术应用、营销形式不断变化，行业竞争较为充分，目前未形成占市场份额极高、具有垄断地位的单个企业。

尽管市场参与者数量较多，但目前行业中也呈现了先发者不断扩大市场份额的趋势。互联网营销行业是广告行业中一个出现较晚的细分领域，因传递品牌信息的介质不同、内容呈现的方式不同、广告投放的策略不同等，互联网营销行业的运营逻辑较传统广告行业有较大不同。互联网营销服务商通过提供高效率、低成本的“一站式”营销服务获取比较优势，互联网媒体资源具有分散化的特征，海量的账号资源分布于各大互联网媒体平台上，不同账号拥有不同的人设形象与粉丝群体，账号的订阅者对于品牌价值观的接受程度不一，不同品牌投放在各个账号的广告所能取得的营销效果可能差异很大。互联网营销服务商需要对市面上各类账号的基本情况有深度的理解与挖掘，积累储备深厚的资源库，才能不断地提高效率并获取相对较低的采买成本。在此背景下行业各企业对优质媒体资源的争夺愈加激烈，而早期进入行业的头部企业通过积累的客户资源和业绩口碑，能更稳定的为媒体端供应投放订单，因此也更容易与优质媒体供应商建立战略合作关系，获取更低的采买价格。同时，深厚的资源储备使得行业先发企业能快速响应客户需求并提供高质量互联网媒体营销策略，使广告主在营销投放过程中取得事半功倍的效果，能进一步扩展客户群体，形成正向反馈和良性循环，从而持续扩大市场份额。

随着行业逐步发展壮大及成熟，行业集中度正日益提高，近年来针对互联网营销公司的并购越来越频繁，市场逐渐开始整合，头部企业正朝向平台化开始转型，从单纯以资本及资源驱动的模式转变为资源、资本、技术、管理共同驱动的模式，马太效应初步开始显现，头部优势企业不断巩固行业领先地位，行业中的中小型企业竞争中处于相对劣势。

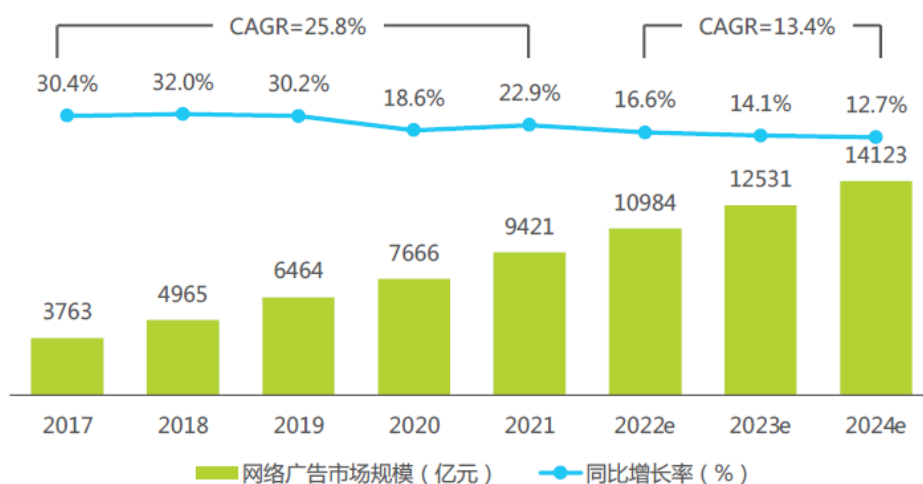
（2）我国互联网营销市场规模

广告行业整体上，可以根据媒介的不同分为传统广告和网络广告两个大类。传统广告主要通过杂志广告、报纸广告、广播广告和电视广告等传统媒介进行宣传营销，而网络广告主要通过互

联网作为媒介进行营销。网络广告按投放媒体类型可以进一步细分为搜索引擎广告、门户及资讯广告、垂直行业广告、电商广告、在线视频广告、社交广告、分类信息广告和短视频广告等。上述细分领域中，搜索引擎广告、门户及资讯广告主要应用于搜索引擎网站、门户网站等早期互联网媒体形式，而电商广告、社交广告、短视频广告因投放平台不同，又被称为新媒体广告。

目前，国内网络基础设施建设已实现了国土广域覆盖，且伴随着诸如 5G、千兆光纤等技术的持续进步，互联网普及率持续增长。中国互联网络信息中心于 2022 年 8 月发布了第 50 次《中国互联网络发展状况统计报告》，报告显示，截至 2022 年 6 月，我国网民规模为 10.51 亿，互联网普及率达 74.4%。根据艾瑞咨询发布的《2022 年中国 MarTech 市场研究报告》，2021 年度中国网络广告市场规模达 9421 亿元，同比增长率为 22.9%。

2017-2024年中国网络广告市场规模

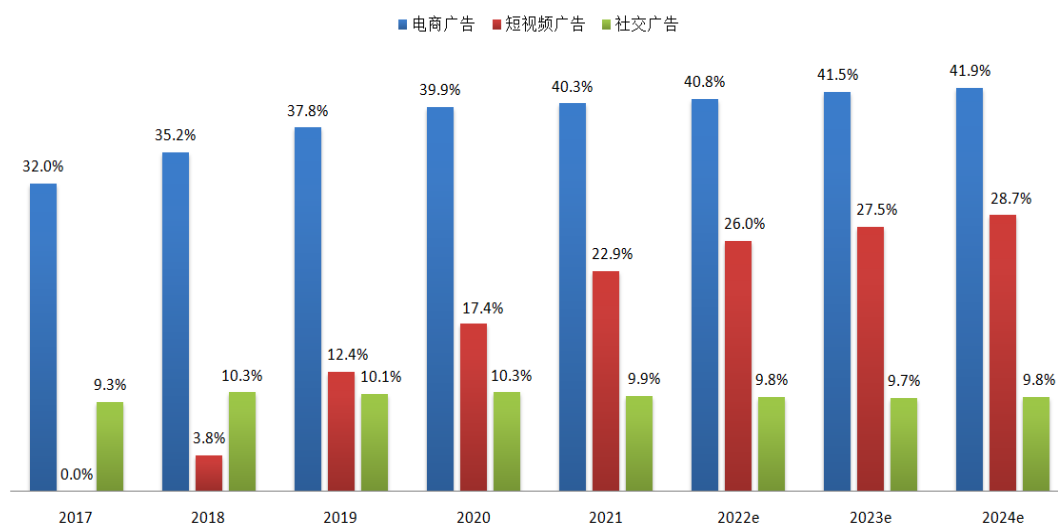


数据来源：艾瑞咨询

随着中国互联网渗透率逐年提高，网络用户基数持续增长，数据流量的成本伴随着近几年 5G 技术的更迭而持续下滑，同时疫情后全民线上购物、上网课、开视频会议，导致普通民众的信息获取渠道不断向互联网转移，而传统线下及纸媒营销的效果持续衰减。因此未来主流品牌方的营销渠道预计将持续向互联网广告转移，同时营销预算将向互联网渠道倾斜，我国网络广告市场预计仍将处于增长快车道，预计市场规模在 2024 年将达到 1.4 万亿元。

2021 年度电商广告、短视频广告和社交广告分别占据网络广告市场 40.3%、22.9%和 9.9%的份额，总规模超过 4700 亿元。

2017-2024 年中国新媒体广告营销市场占比



数据来源：艾瑞咨询

不同媒体平台根据自身特征，在广告业务生态上会有所差异，因电商平台、社交媒体和短视频平台占据了目前主要的流量入口端，因此在广告投放业务上将产生更大的需求，进而带动数字化资源的倾斜和更多创新工具的应用。自 2017 年以来，因网购消费的快速增长以及直播带货的兴起，电商广告占比在网络广告市场一直遥遥领先。伴随着移动设备的不断普及和信息技术的持续发展，短视频平台用户规模得到快速发展，短视频广告业务也实现了跨越式发展，2021 年市场规模占比已经达到 22.9%，仅次于电商广告业务。社交媒体平台因拥有数量庞大的基础用户群体，整体上随网络广告市场整体规模的扩大而稳步增长，市场占有率一直稳定在 10% 左右。截至 2021 年，新媒体广告的市场规模占整个网络广告市场的比例合计已达到 73.1%，其他网络广告形式占比则逐年下降。到 2024 年，新媒体广告的行业规模预计将超过 7700 亿元，年复合增长率超 17%，市场规模仍有较大的上升空间。

（3）行业壁垒

①营销品牌与营销经验壁垒

互联网营销行业处于快速发展的阶段，业内企业实力良莠不齐，广告主在挑选服务商时，评估潜在服务商的业务品质、人员素质、服务经验和技术水平需要花费较多的时间与精力，通常优先选择品牌知名度较高的企业进行业务合作，并在初始合作后容易形成合作伙伴关系，与大型广告主的合作关系又进一步提高企业的品牌知名度，有利于持续扩大市场份额。

品牌营销的重点在于营造公众对于品牌的认同感，这种认同感可以基于企业的价值观展示、独特标识、产品或服务品质，乃至创始人个人形象，营销活动塑造或者加强了企业品牌的公众认同感，最终达到品牌推广与形象传播的作用。优质的互联网营销服务提供商通过长期的投入和积累，在经营中积累大量的成功服务案例并形成优秀的服务团队，在帮助客户推广与传播品牌认同感的过程中，可以起到极大的促进作用，更易获得客户尤其是品牌客户的青睐，从而树立较强的竞争优势。

②自媒体资源壁垒

获取互联网媒体资源是互联网营销行业实施业务的基础，服务商是否建立了深度的自媒体资源库是能否获取订单的重要因素。自媒体行业迅速发展，平台层出不穷，互联网媒体资源具有极其丰富的多样性，但优质的互联网媒体资源仍然比较稀缺。同时，线上焦点趋势日新月异，网民的关注点随时在产生变化，需要服务商具备准确把握社交媒体发展趋势的能力。只有能掌握核心自媒体资源，并具备资源与需求匹配能力的机构才能为客户提供优质的服务。

③技术壁垒

互联网营销服务依托于网络技术手段连接起来的虚拟网络为客户提供各项营销服务，一家公司的互联网技术水平体现了其服务能力和核心优势。网络技术具有更新速度快、应用多样化的特点，服务商要为客户提供更专业和高效的营销服务，需要不断积累自身的技术，保持与时俱进。诸如数据挖掘技术、用户行为跟踪技术、搜索爬虫技术、网页分析技术、语义分析技术、增强现实技术等多项互联网技术要实现在互联网营销领域的深度理解与运用，需要企业进行较大的资本与人力资源投入。技术水平的提高将直接提升企业在互联网营销服务的质量和效率，从而形成自身竞争优势。

④资金壁垒

目前互联网媒体营销服务行业内，通常会给予下游大客户一定期限账期，回款有一定的延迟，而同时在向上游媒介端采购媒介资源时，付款周期较短，因此当前业务模式要求服务商对媒介采购先行垫款，业内的主流企业在日常营运中均不同程度的存在流动性压力，对企业的资金规模与流动性管理能力具有较高要求，缺乏资金实力的企业在承接项目过程中容易遭到淘汰，行业有一定的资金壁垒。

（二） 公司的市场地位及竞争优势

1、公司的市场地位

公司自 2014 年起深耕互联网营销领域，以深厚的展业经验、专业的营销技能、高效的策略规划以及出色的执行成果，提供了高质量的互联网营销服务，在业内建立了良好的品牌口碑。

公司自成立以来一直非常注重人才的培养，公司的核心经营团队成员大多来自知名院校，经过多年的精细培养与业务实践，拥有丰富的互联网广告行业工作经验。公司核心经营团队对互联网广告行业有着深刻的理解和认识，对市场状况和行业发展方向有敏锐的嗅觉和较强的洞察力，对消费者的行为和消费特征有前瞻性思维，是一支有着丰富业务经验与高业务水平的专业化互联网媒体营销团队。

公司在长期展业过程中，因在营销的专业技能、运营规范性、行业口碑等各方面保持业内领先水平，在媒体端拥有良好的业务声誉，与主流互联网社交平台、知名互联网媒体机构建立了长期的合作关系。公司已建立庞大的优质媒介资源库，能够有效提升广告的媒介匹配度，获取更好的投放效果，实实在在地降低客户的营销成本，提高营销成功率。同时，因与公司建立的稳定合

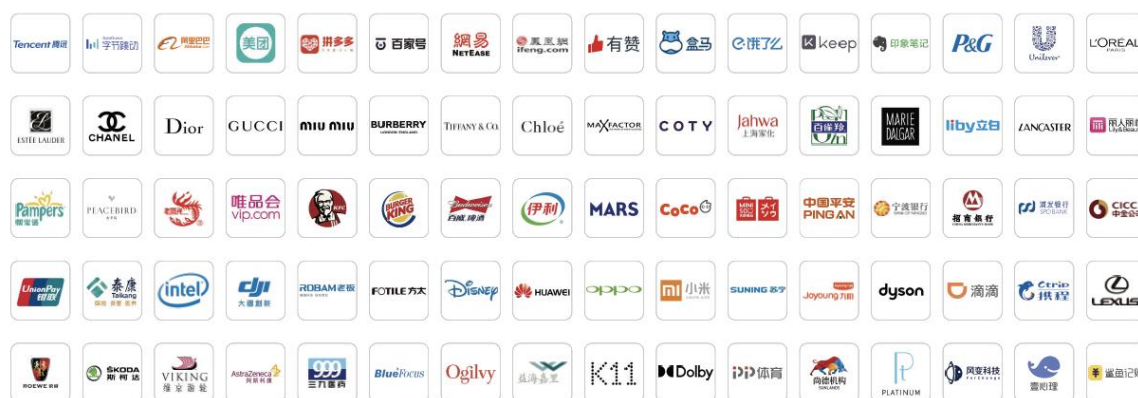
作关系以及公司每年巨大的投放体量，可以满足上游媒体端持续、稳定、成规模的商业变现需求，公司在媒体资源采买上相较于行业内中小企业有一定的价格优势。

公司建立专业的技术研发团队，在互联网数据挖掘、分析、利用等方面持续地投入研发力量，并开发和建立了新榜有赚平台以及新抖、新红等短视频直播数据分析系统，为公司提升市场竞争力提供了有力支持。

2、公司的竞争优势

（1）品牌与客户资源优势

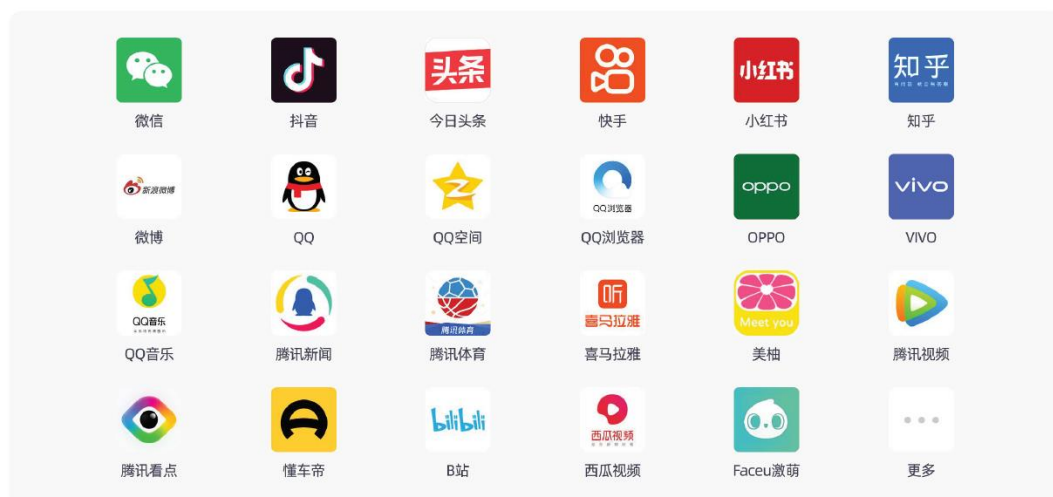
公司在多年的运营中，紧跟行业发展趋势，积极拓展业务机会，与宝洁集团、欧莱雅（中国）、联合利华、网易有道、字节跳动、雅诗兰黛、京东、资生堂、百胜等国内外知名企业建立了良好的合作关系，涉及的业务涵盖时尚美妆、母婴健康、情感心理、旅游文化、美食烹饪、金融服务和快销产品等众多热门领域。因公司拥有优质稳定的客户资源，公司可以稳定地在头部 MCN 机构和 KOL 账号进行广告投放，获得了主流媒体平台的高度认可，在媒体资源采购中可以获得更高的议价权与更好的合作政策，为公司持续开拓业务提供了有力的支持。



图：新榜信息服务的知名品牌客户

（2）媒体资源优势

公司在长期展业过程中，因在营销的专业技能、运营规范性、行业口碑等各方面保持业内领先水平，在媒体端拥有良好的业务声誉，与主流互联网社交平台、知名互联网媒体机构建立了长期的合作关系。公司已建立庞大的优质媒介资源库，能够有效提升广告的媒介匹配度，获取更好的投放效果，实实在在地降低客户的营销成本，提高营销成功率。同时，因与公司建立的稳定合作关系以及公司每年巨大的投放体量，可以满足上游媒体端持续、稳定、成规模的商业变现需求，公司在媒体资源采买上相较于行业内中小企业有一定的价格优势。公司所拥有的媒体资源优势为公司持续开拓新客户并发展壮大提供了有利的支持和保障。



图：与新榜信息建立合作关系的营销平台

（3）人才与业务经验优势

公司自成立以来一直非常注重人才的培养，公司的核心经营团队成员大多来自知名院校，经过多年的精细培养与业务实践，拥有丰富的互联网广告行业工作经验。公司核心经营团队对互联网广告行业有着深刻的理解和认识，对市场状况和行业发展方向有敏锐的嗅觉和较强的洞察力，对消费者的行为和消费特征有前瞻性思维，是一支有着丰富业务经验与高业务水平的专业化互联网媒体营销团队。

（4）信息技术优势

公司建立专业的技术团队，在互联网数据挖掘、分析、利用等方面持续地投入研发力量，并开发和建立了新榜有赚平台以新榜有数直播数据分析系统，为公司提升市场竞争力提供了有力支持。新榜有赚是新榜信息自主开发的一站式内容营销平台，新榜有赚提供的服务包括公众号软文投放、定制内容营销、私域流量运营、信息流广告与内容分销等，可以批量高效投放内容推广，资源覆盖 KOL、KOC 及各大社交媒体平台，提供流量筛选、品牌投放、效果追踪等服务，帮助企业扩大曝光、获客增长。新榜有数系统是新榜信息建立的用于进行新媒体数据定制服务的数据采集分析平台，围绕微信、抖音、小红书等新媒体平台，针对内容开发者提供即时数据展示、在线 API 接入以及其他定制服务，依托于公司自主研发的分钟级监测和周期数据对比等技术，能高效地识别侦测新媒体账号关键数据造假现象，确保相关数据准确、真实，提高用户营销策略有效性。

3、公司的竞争劣势

互联网营销服务提供商通常需要较大的流动资金用于媒介采购，因此通常存在不同程度的流动性压力。公司是未上市民营企业，融资渠道较为单一，除自身积累外，主要通过私募股权投资与银行贷款进行融资。公司业务模式为轻资产运营，可抵押资产较少，难以获得较大金额的银行贷款用于补充经营性现金流。随着公司业务规模的持续扩大，公司对采购的资金需求随之上升，同时公司在研究开发、人力资源、新业务探索等方面也需要更多的资金支持，融资渠道的限制对

公司的发展壮大造成一定程度的制约。

4、主要竞争对手

(1) 北京天下秀科技有限公司（股票代码：600556）

天下秀是一家立足于红人新经济领域的平台型企业，核心服务红人（内容创业者）、MCN（红人经纪公司）、品牌商家、中小商家，致力于通过大数据、区块链、AI 等应用型前沿技术及全方位的商业服务帮助每一个红人（内容创业者）实现商业变现，帮助企业提高经营效益，即以用技术和驱动去中心化的红人新经济的新型基础设施建设。

(2) 上海悦普广告集团股份有限公司

悦普集团是一家以社会化媒体营销为核心的综合性广告公司，在广告创意设计、营销方案策划、媒介策略与资源整合等方面拥有丰富的经验，主营业务包括社交媒体广告投放代理、社交媒体整合营销、社交媒体运营等营销服务，可为广告主提供从创意设计、策略制定、媒介投放到结案评估的一站式社交媒体营销解决方案。

(三) 其他情况

√适用 □不适用

1、公司的市场竞争地位

(1) 互联网广告行业市场状况

公司所处互联网媒体内容营销行业，目前呈现大中型企业先发优势明显，且不断扩张市场份额的特点，传统线下广告公司乃至早期“门户网站”模式的互联网广告公司的业务资源和相关技能难以迅速复制到社交媒体营销领域，与前者生硬地传递信息不同，社交媒体平台以消费者自主选择浏览的内容为载体，通过内容创作者的作品为载体植入营销信息，为消费者提供娱乐价值的同时执行营销投放。随着移动智能终端设备的普及、移动互联网累计接入流量的增长以及移动互联网用户的增加，移动终端应用程序的普及大大加快了内容营销对传统营销方式的取代，传统广告公司及行业后进入者由于对于行业接触时间短，在投放效率、投放效果方面可能和资深的互联网内容营销公司存在一定差距。

另外，行业中已形成一定业务体量的互联网媒体内容营销企业在资源采买上相较于行业内中小企业有明显优势，采买成本更低，选择范围更广。行业内媒体资源的定价方式主要以市场机制形成的刊例价为基准，结合采购量确定返点等优惠政策。中大型公司凭借行业内长期积累的客户资源和业绩口碑，能够稳定承接消化大量的上游投放需求，为媒体资源供应端提供稳定的商业机会，并借此取得更好的商业政策，从而在竞争中获取价格优势和成本优势。

同时，具备媒体资源采买优势和深厚行业经验的业内公司更容易获得业内最优质广告主客户的青睐，优先获得大型广告主的订单，从而形成良性循环，优质的媒体资源库为企业吸引优质的客户资源，优质的客户资源又引起新的优质内容创作者前来进行商业合作。

(2) 同行业可比公司情况

在互联网内容营销行业中，比较突出的同行业可比公司主要为天下秀与悦普集团。其中天下

秀是行业内头部公司，是国内最早进入新媒体内容营销行业的企业之一，提供基于平台数据分析的红人营销服务，根据客户需求选定新媒体供应商，为客户提供推广投放及相关服务；悦普集团与公司规模相似，同样是业内第一梯队企业，提供精准匹配并推荐 KOL 账号并协调完成广告投放服务。

（3）公司的市场竞争地位

公司是较早开展社交媒体营销业务的企业之一，自 2014 年起进入互联网营销领域，近十年间经历了我国主流互联网媒体平台的涌现与更迭，建立了一支有着丰富业务经验与高业务水平的专业化互联网媒体营销团队，对互联网广告行业有着深刻的理解和认识，对市场状况和行业发展方向有敏锐的嗅觉和较强的洞察力，对消费者的行为和消费特征有前瞻性思维。公司深耕行业多年，通过与社交媒体广告平台及各大 MCN 机构的深度合作，不断积累海量媒介资源，实现主流媒体平台全覆盖，可满足不同行业广告主的互联网媒体内容营销需求。公司在多年的运营中，紧跟行业发展趋势，积极拓展业务机会，与宝洁集团、欧莱雅（中国）、联合利华、网易有道、字节跳动、雅诗兰黛、京东、资生堂、百胜等国内外知名企业建立了良好的合作关系，涉及的业务涵盖时尚美妆、母婴健康、情感心理、旅游文化、美食烹饪、金融服务和快销产品等众多热门领域。

（4）报告期内公司所获得的荣誉

目前，公司已跻身互联网媒体内容营销领域头部企业，多次荣获重要行业荣誉，报告期内部分荣誉如下：

序号	颁发机构	荣誉名称	颁发时间
1	小红书	小红书 will 营销奖（年度种草力内容、年度增长力商业合作伙伴）	2023
2	腾讯广告	年度内容营销先锋奖	2023
3	共青团上海市委	2022 年度青春上海最佳合作伙伴	2023
4	快手	2022 磁力聚量最佳创新营销代理	2022
5	抖音	2022 年度最佳合作服务商、极致卓越合作伙伴	2022
6	上海市文化创意产业促进会	第四届“上海文化企业十强”提名奖	2022
7	上海市广告协会	数字广告领军企业	2022
8	小红书	最佳合作代理商、最具影响力合作伙伴	2022
9	腾讯广告	卓越金牌伙伴称号、视频号突破伙伴	2022
10	哔哩哔哩	2021 年度优秀花火代理	2021
11	Zn 财经	行业领军企业	2021
12	蓝玫奖	2021 年度最具影响力数据机构	2021
13	南方周末	年度品牌金羽奖	2021

综上，公司是行业内头部企业，具有较强的市场竞争力。

2、公司核心竞争力

公司为客户提供互联网媒体内容营销投放服务，在获取客户需求后，主要通过采买匹配客户营销需求的社交媒体资源，并进行营销内容投放，为客户互联网营销工作增加效率，减少成本。公司与主流互联网社交媒体平台建立了长期的合作伙伴关系，对平台上的粉丝特性、互动特征、营销要点具有敏锐的洞察和深度的理解，对不同媒体资源所能匹配的广告主品牌调性、消费者特征等方面有较为深入的研究，因此公司在互联网媒体内容营销的策划方案设计、媒体资源采买方案创建、品牌信息传递等方面建立了成熟的跨平台、跨领域、跨圈层投放策略体系。具体而言，公司的投放策略体系可以分为以下三个层面：

（1）公司根据主流互联网社交媒体平台在媒体资源、主要用户人群、内容呈现形式等方面的差异，结合广告主的营销目标，为其选择最为合适的投放平台组合，增加触及目标消费者的效率，以实现营销目标；

（2）公司基于对品牌的理解，不断发掘品牌的深层特性，创建包含不同细分领域媒体资源账号采买方案，从多个维度进行推广投放，不局限于单一垂直领域划分，增加投放内容被多样化的消费者群体浏览查看的可能性，适当扩大营销广度，增加品牌的影响力；

（3）公司结合头部、中长尾 KOL 流量，综合选取匹配客户营销需求的各层次 KOL 加入营销采买方案，凭借各个层级的流量媒体在话题传播、用户互动、产品种草、细分领域等维度具备的不同影响力，进一步增强广告主的投放效果。

除了公司专业的投放策略体系之外，公司作为一家自成立之初便植入了科技基因的互联网营销公司，最初运营的产品便是业内闻名的专业互联网媒体榜单“新榜”，围绕公司招牌产品建立的核心技术包括互联网媒体平台数据获取与分析系统、新榜指数算法和平台自助交易系统等，进一步帮助公司为客户提供专业化的互联网社交媒体资源采买方案服务。

3、公司自有 MCN 业务情况

（1）公司目前 MCN 业务全部由全资子公司仟人仟面负责，公司该等业务仍在探索阶段，尚未成熟。2021 年，公司自有 MCN 业务收入金额为 302.07 万元，占公司营业收入的 0.24%；2022 年，公司自有 MCN 业务收入金额为 466.79 万元，占公司营业收入的 0.30%；**2023 年 1-9 月，公司 MCN 业务收入金额为 738.29 万元，占公司总业务收入的 0.71%**。公司 MCN 业务的具体业务模式为：公司通过挖掘优质内容或者红人，由仟人仟面与优秀的内容创作者直接签约，为其提供策划内容、包装红人、IP 孵化、商务对接、经纪扶持等服务，产出各具特色的创意内容、网络人设、IP 等流量标签，并通过广告、平台分成等形式将流量直接或间接地变现，仟人仟面与博主定期结算收入分成。

（2）在与公司其他业务的关联性方面，MCN 业务对公司数字化内容营销业务有一定的促进作用，具体如仟人仟面签约下的博主在符合广告主要求时，公司可向仟人仟面采购媒介资源，但该部分业务金额较小，2021 年、2022 年、**2023 年 1-9 月**，公司与仟人仟面业务发生额分别为 53.81 万元、44.12 万元及 **52.10 万元**。

（3）涉及的直播带货、短视频内容制作

①直播带货

公司的直播带货业务目前整体处于探索初期，业务量较小，2021年至2022年度未产生营业收入，2023年1-9月业务收入为72.84万元。公司自身无直播间，亦不直接开展直播带货活动，业务模式具体为：仟人仟面旗下签约的艺人出席品牌方直播间，结合广告主产品需求配合主播，提供如活跃气氛、直播互动等相应辅助服务，直播完成后公司与艺人根据出场费用结算分成。

根据《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》第二条，“自然人、法人或其他组织采用网络直播方式对商品或服务的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作宣传，应当真实、合法，符合《反不正当竞争法》有关规定。直播内容构成商业广告的，应依照《广告法》规定履行广告发布者、广告经营者或广告代言人的责任和义务”。

根据《网络直播营销管理办法（试行）》第二条规定，公司系“为直播营销人员从事网络直播营销活动提供策划、运营、经纪、培训等的专门机构”，应履行直播营销人员服务机构的义务；根据《广告法》第二条规定，公司系“接受委托提供广告设计、制作、代理服务的法人”，属于广告经营者，在直播业务活动中，应当按照《广告法》履行广告经营者的义务，并承担相应的法律责任，主要法律法规规定如下：

相关法律法规	具体条文规定
《网络直播营销管理办法（试行）》第七条	直播营销平台应当与直播营销人员服务机构、直播间运营者签订协议，要求其规范直播营销人员招募、培训、管理流程，履行对直播营销内容、商品和服务的真实性、合法性审核义务。
《互联网直播服务管理规定》第九条	互联网直播服务提供者以及互联网直播服务使用者不得利用互联网直播服务从事危害国家安全、破坏社会稳定、扰乱社会秩序、侵犯他人合法权益、传播淫秽色情等法律法规禁止的活动，不得利用互联网直播服务制作、复制、发布、传播法律法规禁止的信息内容。
《广告法》第九条	广告不得有下列情形： （一）使用或者变相使用中华人民共和国的国旗、国歌、国徽，军旗、军歌、军徽； （二）使用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象； （三）使用“国家级”、“最高级”、“最佳”等用语； （四）损害国家的尊严或者利益，泄露国家秘密； （五）妨碍社会安定，损害社会公共利益； （六）危害人身、财产安全，泄露个人隐私； （七）妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚； （八）含有淫秽、色情、赌博、迷信、恐怖、暴力的内容； （九）含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容； （十）妨碍环境、自然资源或者文化遗产保护； （十一）法律、行政法规规定禁止的其他情形。
《广告法》第三十四条	……广告经营者、广告发布者依据法律、行政法规查验有关证明文件，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。
《广告法》第五十六条	违反本法规定，发布虚假广告，欺骗、误导消费者，使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的，由广告主依法承担民事责任。广告经营者、广告发布者不能提供广告主的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者可以要求广告经营者、广告发布者先行

	赔偿。 关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任。 前款规定以外的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人，明知或者应知广告虚假仍设计、制作、代理、发布或者作推荐、证明的，应当与广告主承担连带责任。
《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条	经营者违反本法第八条规定对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传，或者通过组织虚假交易等方式帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传的，由监督检查部门责令停止违法行为，处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。经营者违反本法第八条规定，属于发布虚假广告的，依照《广告法》的规定处罚
《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十五条	消费者因经营者利用虚假广告或者其他虚假宣传方式提供商品或者服务，其合法权益受到损害的，可以向经营者要求赔偿。广告经营者、发布者发布虚假广告的，消费者可以请求行政主管部门予以惩处。广告经营者、发布者不能提供经营者的真实名称、地址和有效联系方式的，应当承担赔偿责任。广告经营者、发布者设计、制作、发布关系消费者生命健康商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，应当与提供该商品或者服务的经营者承担连带责任。
《中华人民共和国刑法》第二百二十二条	广告主、广告经营者、广告发布者违反国家规定，利用广告对商品或者服务作虚假宣传，情节严重的，处二年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金。

任人仟面为开展直播带货业务设置了专门的 MCN 部门负责各项广告宣传内容的合规审查，避免直播行为因内容不合规被媒体平台封禁或受到行政处罚。直播前公司会将直播流程与策划内容与广告主、主播进行事前确认，尽可能避免发生内容违法违规事件。此外，公司开展直播业务所依托的平台均为较为成熟的直播平台，亦依据其审查规则进行审查。因此，公司直播业务中涉及的相关话术、脚本会经过广告主、公司以及发布平台方的三重审核，可有效防范出现相关违法内容。

公司 MCN 业务所涉及的直播带货业务不存在违反《互联网广告管理办法》及《网络短视频内容审核标准细则》等相关规定的情况，亦不存在因从事该业务而受到行业主管部门行政处罚的情形。

②短视频

公司目前提供短视频服务的形式为：广告主提出制作短视频的意向或提供短视频素材委托公司进行短视频的拍摄、剪辑或优化，再由公司在广告主指定的社交媒体平台发布。公司发布短视频的社交媒体平台主要为小红书、抖音、微博。

根据《互联网广告管理办法》第二条规定：“在中华人民共和国境内，利用网站、网页、互联网应用程序等互联网媒介，以文字、图片、音频、视频或者其他形式，直接或者间接地推销商品或者服务的商业广告活动，适用广告法和本办法的规定。”公司目前开展的短视频服务，系互联网广告的一种形式，适用《广告法》和《互联网广告管理办法》的规定。

根据《广告法》第二条，公司开展短视频业务服务，系“接受委托提供广告设计、制作、代理服务的法人”，属于广告经营者。

根据相关法律法规的规定，公司作为广告经营者、社交媒体平台作为广告发布者，如因短视频内容不当而存在相关法律法规中所列举的情形，均需要承担相应的法律责任，主要法律法规规定如下：

相关法律法规	具体条文规定
《互联网广告管理办法》第十四条	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。…… 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。
《网络短视频平台管理规范》第一条第四项	网络短视频平台实行节目内容先审后播制度。平台上播出的所有短视频均应经内容审核后方可播出，包括节目的标题、简介、弹幕、评论等内容。
《网络短视频平台管理规范》第三条	1.网络短视频平台在内容版面设置上，应当围绕弘扬社会主义核心价值观，加强正向议题设置，加强正能量内容建设和储备。 2.网络短视频平台应当履行版权保护责任，不得未经授权自行剪切、改编电影、电视剧、网络电影、网络剧等各类广播电视视听作品；不得转发 UGC 上传的电影、电视剧、网络电影、网络剧等各类广播电视视听作品片段；在未得到 PGC 机构提供的版权证明的情况下，也不得转发 PGC 机构上传的电影、电视剧、网络电影、网络剧等各类广播电视视听作品片段。 3.网络短视频平台应当遵守国家新闻节目管理规定，不得转发 UGC 上传的时政类、社会类新闻短视频节目；不得转发尚未核实是否具有视听新闻节目首发资质的 PGC 机构上传的时政类、社会类新闻短视频节目。 4.网络短视频平台不得转发国家尚未批准播映的电影、电视剧、网络影视剧中的片段，以及已被国家明令禁止的广播电视节目、网络节目中的片段。 5.网络短视频平台对节目内容的审核，应当按照国家广播电视总局和中国网络视听节目服务协会制定的内容标准进行。
《广告法》第三十四条	……广告经营者、广告发布者依据法律、行政法规查验有关证明文件，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。
《广告法》第五十六条	违反本法规定，发布虚假广告，欺骗、误导消费者，使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的，由广告主依法承担民事责任。广告经营者、广告发布者不能提供广告主的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者可以要求广告经营者、广告发布者先行赔偿。 关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害

	的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任。 前款规定以外的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人，明知或者应知广告虚假仍设计、制作、代理、发布或者作推荐、证明的，应当与广告主承担连带责任。
《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条	经营者违反本法第八条规定对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传，或者通过组织虚假交易等方式帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传的，由监督检查部门责令停止违法行为，处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。经营者违反本法第八条规定，属于发布虚假广告的，依照《广告法》的规定处罚
《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十五条	消费者因经营者利用虚假广告或者其他虚假宣传方式提供商品或者服务，其合法权益受到损害的，可以向经营者要求赔偿。广告经营者、发布者发布虚假广告的，消费者可以请求行政主管部门予以惩处。广告经营者、发布者不能提供经营者的真实名称、地址和有效联系方式的，应当承担赔偿责任。广告经营者、发布者设计、制作、发布关系消费者生命健康商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，应当与提供该商品或者服务的经营者承担连带责任。
《中华人民共和国刑法》第二百二十二条	广告主、广告经营者、广告发布者违反国家规定，利用广告对商品或者服务作虚假宣传，情节严重的，处二年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金。

综上，根据上述相关法律、法规及规范性文件对于内容审查职责的规定，公司在开展短视频服务时，媒体平台作为发布短视频广告的广告发布者和公司作为设计、制作、代理短视频广告的广告经营者，均承担内容审查职责。

公司已逐步建立起相关合规性审查制度，并将持续强化对违法违规、违反社会道德规范的内容的筛查、管理，在短视频投放前对内容合规性进行审查，从严审核以杜绝出现违法违规、违反社会道德规范的内容。同时，公司 MCN 业务中产生、参与的相应视频在第三方互联网平台上发布内容均经过平台方审核。

公司 MCN 业务所涉及的短视频内容制作中不存在违反《互联网广告管理办法》及《网络短视频内容审核标准细则》等相关规定的情况，亦不存在因从事该业务而受到行业主管部门行政处罚的情形。

综上所述，公司 MCN 业务运行涉及的直播带货、短视频内容制作符合《互联网广告管理办法》及《网络短视频内容审核标准细则》等相关规定。

九、 公司经营目标和计划

未来公司将持续为品牌方、新媒体企业、政府机构等提供多渠道、多维度的新媒体综合服务，充分利用新一代信息技术及国家政策，参与数字化转型国家战略，进一步加大研发投入，提升公司的服务能力与核心竞争力，为投资人、客户、员工、供应商、政府、社会等各相关方综合利益最大化而努力。

为保证公司成为服务优质、规模领先的互联网服务企业，公司制定了未来三年的经营目标和计划：

（一）加强公司服务能力

公司将继续大力发展主营业务，打造自己的竞争优势，努力提高公司的营销力和盈利能力。针对品牌方，公司将通过优化数据储存、完善信息系统建设、提升销售水平及营销服务精准化、升级现有营销模式、为品牌方制定更贴合的营销策略、有效表达和传播品牌理念，力争成为相关品牌方最值得信赖的合作伙伴之一，与众多品牌方实现共同且可持续的长远发展。在保持与已有品牌良好持久的合作关系的同时，围绕 3C 科技类产品及其他不可或缺的消费品，拓展更多的品牌方，丰富产品品类，增加合作品牌数量，从而努力扩大公司市场占有率，扩大市场份额。

（二）加快产品开发、服务升级

公司将重点完善矩阵通等企业服务子项目，继续拓宽公司客户体系，增强公司竞争优势，加大研发投入，形成多款自主知识产权的软件产品，满足客户当前和潜在需求，强化公司在技术方面的领先地位。此外，公司还将积极捕捉市场前沿商机与客户需求发展趋势，持续推出前瞻性的内容数据产品，不断提升企业的竞争力与可持续发展能力。

（三）优化管理体系

作为成长型企业，公司业务快速扩大，人员规模不断扩张，为实现持续快速成长，需要不断调整优化管理体系，使之与公司的快速成长相适应。公司将进一步增加研发投入，提升硬件设施和软件平台的承载性，提供更快速的网页响应速度，增强系统稳定性与可靠性，提升公司整体信息化管理水平，完善客户数据统计，给予客户更好的服务体验。此外，公司将整合各业务板块，有效协调上下游资源，在大数据和智能服务系统方面加大研发投入，构建较强的护城河，在内部强化升级 ERP 系统、内容营销等 IT 系统，使之更好地支持公司管理体系的高效运作。

（四）重视人力资源发展

高素质的、符合公司战略需求的人力资源是公司实现快速、可持续发展的第一要素。随着公司业务规模的不断扩大，公司将有计划、有重点的引进和培养高水平的研发人才和行业经验丰富的营销与经营管理人才；公司将通过制定有竞争力的薪酬与福利政策、科学完善的考评与激励机制，不断优化人才结构，提升人才素质；同时，公司将通过加强培训与企业文化建设，提高企业凝聚力和员工的企业认同感。

（五）加大融资及财务结构改善

公司目前正处于快速发展阶段，为实施前述发展战略，公司需要大量资金。公司作为民营高新技术企业，以轻资产模式运营，抵押物不足，获得大量银行贷款的难度较大，主要通过自有资金积累应对公司发展。对于未来的资金需求，一方面，公司将有更多机会合理利用银行贷款；另一方面，公司可以根据业务发展状况，结合资本市场等因素决定融资的时间和方式，充分发挥财务杠杆和资本市场的融资功能，从而保持稳健的资本结构和财务结构，支持公司持续、快速、健康发展。

第三节 公司治理

一、 公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

股东大会、董事会、监事会健全	是/否
股东大会依照《公司法》、《公司章程》运行	是
董事会依照《公司法》、《公司章程》运行	是
监事会依照《公司法》、《公司章程》运行	是

具体情况：

（一）公司股东大会、董事会、监事会的建立健全情况

公司构建了适应自身发展的组织结构：公司股东大会是公司最高权力机构，由全体股东组成；公司董事会由五名董事组成，具体负责执行股东大会决议，对股东大会负责。董事会制定了健全的三会议事规则等相关治理制度，符合相关法律、法规和规范性文件的规定。

公司监事会由三名监事组成，其中职工代表担任的监事一名，不低于三分之一，监事会是公司监督机构，负责检查公司财务，对董事、高级管理人员监督等工作。股份公司职工监事为职工代表大会选举产生，代表职工的利益履行监事职责，股东代表监事代表股东的利益履行监事职责。

公司实行董事会领导下的总经理负责制，由总经理具体主持公司日常生产经营管理工作。除总经理以外，公司高级管理人员还包括副总经理、财务负责人、董事会秘书，共同负责相应的日常管理工作。公司组织结构设置合理，与公司运作匹配，各部门在部门负责人统一管理下进行日常工作。

公司严格按照《公司法》及《非上市公众公司监管指引第3号——章程必备条款》制定并审议通过了《公司章程》，内容合法合规。根据《公司章程》，公司制定并审议通过了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理制度》等公司治理制度，相关机构和人员能够依法履行职责。

（二）公司股东大会、董事会、监事会的运行情况

公司的“三会”及高级管理人员的构成符合《公司法》及《公司章程》的规定，截至本公开转让说明书签署之日，上述机构及人员能有效、尽职地履行其职责；股份公司三会召开合法合规，上述董事、监事、高级管理人员均依法表决或参会，并签署相关文件，较好的履行了相应的职责。

1、股东大会运行情况

公司股东大会是公司权力机构，报告期内，股份公司共召开了4次股东大会，会议的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》等法律、法规和规范性文件及《公司章程》的规定。

2、董事会运行情况

公司董事会对股东大会负责，公司实行董事会领导下的总经理负责制，由总经理具体主持公

司日常生产经营管理工作。公司已根据《公司法》、《公司章程》制定了《董事会议事规则》对董事会的职权、召开方式、表决方式等作出明确规定，报告期内，股份公司共召 5 次董事会会议，出席董事会会议的人员符合相关规定，历次会议的召集、提案、出席程序，表决方式及决议内容合法有效。

3、监事会运行情况

公司监事会是公司监督机构，负责检查公司财务，对董事、高级管理人员监督等工作。公司已根据《公司法》《公司章程》制定了《监事会议事规则》，对监事会的职权、召开方式、表决方式等作出明确规定。报告期内，股份公司共召开 3 次监事会会议，出席监事会会议的人员符合相关规定，历次会议的召集、提案、出席程序，表决方式及决议内容合法有效。

二、表决权差异安排

☐适用 ☒不适用

三、 内部管理制度建立健全情况以及董事会对公司治理机制执行情况的评估意见

（一） 公司内部管理制度的建立健全情况

事项	是或否
《公司章程》是否符合《非上市公众公司监管指引第 3 号——章程必备条款》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》等关于挂牌公司的要求	是
《公司章程》中是否设置关于终止挂牌中投资者保护的专门条款，是否对股东权益保护作出明确安排	是

内部管理制度的建立健全情况：

根据《公司章程》及三会议事规则，公司制定并审议通过了《董事会秘书工作细则》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理制度》等内部管理制度，相关机构和人员能够依法履行职责。

（二） 公司投资者关系管理制度安排

为进一步加强公司与投资者及潜在投资者（以下合称“投资者”）之间的信息沟通，增进投资者对公司的了解和认同，切实保护投资者特别是广大社会公众投资者的合法权益，促进公司与投资者之间建立长期、稳定的良性关系，完善公司治理结构，实现公司诚信自律、规范运作，提升公司的内在价值，根据《公司法》、《证券法》、《非上市公众公司监督管理办法》、《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》、《公司章程》及其他有关规定，制定并审议通过了《投资者关系管理制度》。

（三） 董事会对公司治理机制执行情况的评估意见

公司董事会就报告期内公司治理情况进行了讨论和评估，认为：公司已经依法建立、健全了股东大会、董事会、监事会、总经理等治理结构，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《对外担保管理制度》、《对

外投资管理制度》、《关联交易管理制度》等公司治理的基本制度，确立了纠纷解决机制、关联股东和董事回避制度，相关机构和人员能够依法履行职责。公司现有治理机制能够有效地提高公司治理水平和决策质量，有效地识别和控制公司运营中存在的风险。

报告期内，前述制度能得以有效执行，能够给所有股东提供合理保护及保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利，有利于公司的长远发展。

四、公司及控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员存在的违法违规及受处罚等情况及对公司的影响

（一）报告期内及期后公司及控股股东、实际控制人、重要控股子公司、董事、监事、高级管理人员存在的违法违规及受处罚的情况

√适用 □不适用

时间	处罚部门	处罚对象	事由	处罚形式	金额
2021年7月23日	国家税务总局北京市东城区税务局	看榜有限北京分公司	未按期进行纳税申报	罚款	200.00
2021年8月25日	国家税务总局北京市东城区税务局	看榜有限北京分公司	未按期进行纳税申报	罚款	50.00
2022年3月16日	国家税务总局大连市西岗区税务局	信创科技	丢失增值税专用发票1张	罚款	100.00
2022年9月1日	国家税务总局北京市密云区税务局第一税务所	新榜企业管理	未按期进行纳税申报	罚款	100.00

具体情况：

√适用 □不适用

据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定，纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按照规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款。

根据《发票管理办法》第三十六条第二款规定，丢失发票或者擅自损毁发票的，由税务机关责令改正，可以处一万元以下的罚款；情节严重的，处一万元以上三万元以下的罚款；有违法所得的予以没收。

看榜有限北京分公司、新榜企业管理、信创科技上述违法行为均不属于相关罚则中情节严重的情形，罚款金额较低，看榜有限北京分公司、新榜企业管理、信创科技已缴纳相应罚款，公司加强对相关人员的培训及对分子公司的管理，避免上述事项的发生。

（二）失信情况

事项	是或否
公司是否被纳入失信联合惩戒对象	否
公司法定代表人是否被纳入失信联合惩戒对象	否

重要控股子公司是否被纳入失信联合惩戒对象	否
控股股东是否被纳入失信联合惩戒对象	否
实际控制人是否被纳入失信联合惩戒对象	否
董事、监事、高级管理人员是否被纳入失信联合惩戒对象	否

具体情况：

☐适用 ☒不适用

（三） 其他情况

☐适用 ☒不适用

五、 公司与控股股东、实际控制人的独立情况

具体方面	是否完整、独立	具体情况
业务	是	公司的主营业务是互联网媒体内容营销业务，主要内容涉及客户提供媒介策略推荐、媒体资源采购在内的专业化互联网营销服务。公司拥有独立、完整的业务系统和必要的职能部门，拥有与之匹配的办公场所、设备、人员、资金和技术储备，能够独立自主地进行经营活动，与股东不存在业务上的依赖关系。公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。
资产	是	公司合法拥有与其目前生产经营管理有关的设备、专利权、注册商标等主要资产的所有权，权属清晰完整，公司对其资产有完全的控制和支配权，不存在产权归属纠纷或潜在的相关纠纷，不存在与实际控制人及其他关联方共用资产的情况。截至本公开转让说明书签署之日，不存在资产被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形。
人员	是	公司依法独立与员工签署劳动合同，独立办理社会保险参保手续；公司员工的劳动、人事、工资报酬以及相应的社会保障完全独立管理。公司高级管理人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外其他职务的情况，也不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情况。公司财务负责人未在实际控制人及其控制的其他企业中兼职。
财务	是	公司设立了独立的财务部门，建立了独立完整的会计核算体系和财务管理体系；公司财务人员独立；公司独立在银行开设账户；公司独立进行税务登记，依法独立纳税；截至本公开转让说明书签署日，公司不存在资金被控股股东、实际控制人以借款、代偿债务或者其他方式占用的情形。
机构	是	公司已经按照法律的规定以及《公司章程》的规定设立了股东大会、董事会、监事会等组织机构，并规范运作；公司根据经营管理的需要设置了总

		经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员；公司已经建立起独立完整的组织结构，各机构和各内部职能部门均按《公司章程》以及其他管理制度的职责独立运作，独立行使经营管理职权，不存在与实际控制人及其控制的其它企业有机构混同、合署办公的情形。
--	--	---

六、 公司同业竞争情况

（一） 公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同或相似业务的

☐适用 ☒不适用

（二） 公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业未从事相同或相似业务的

☒适用 ☐不适用

序号	公司名称	经营范围	公司业务	控股股东、实际控制人的持股比例
1	上海谏识企业管理有限公司	一般项目：企业管理；企业管理咨询。（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）	未开展实质经营	100.00%
2	湖北易及文化传播有限公司	一般项目：电影摄制服务；图文设计制作；网络技术服务；动漫游戏开发；服装服饰批发；鞋帽批发（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）	H5 页面设计制作	82.50%
3	宁波欣博	投资管理、投资咨询(除证券、期货)、商务信息咨询、财务信息咨询、企业管理咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集(融)资等金融业务)(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)	公司员工持股平台	53.00%
4	宁波梅山保税港区浦晓陈行股权投资合伙企业（有限合伙）	股权投资及相关咨询服务。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）	未开展实质经营	29.25%
5	宁波梅山保税港区贰山芭芭股权投资合伙企业（有限合伙）	股权投资及相关咨询服务。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集(融)资等金融业务）	未开展实质经营	96.67%
6	宁波远识投资管理合伙企业（有限合伙）	投资管理、投资咨询(除证券、期货)、商务信息咨询、财务信息咨询、企业管理咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集(融)资等金融业务)(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)	未开展实质经营	99.00%
7	宁波览闻投资管理合伙企业（有限合伙）	投资管理、投资咨询(除证券、期货)、商务信息咨询、财务信息咨询、企业管理咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸	未开展实质经营	27.91%

		收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集(融)资等金融业务)(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)		
--	--	--	--	--

(三) 避免潜在同业竞争采取的措施

1、公司控股股东、实际控制人签署《关于避免同业竞争及利益冲突的声明与承诺》，如下：

“（1）本人目前没有、将来（作为实际控制人期间）也不直接或间接从事与公司现有及将来（作为实际控制人期间）相同、相似业务或构成同业竞争的其他活动。

（2）本人参股或者控股的公司或者企业（附属公司或者附属企业）目前没有、且在本人拥有公司实际控制权期间，也不会以任何方式（包括但不限于自营、合资或联营）参与或进行与公司主营业务存在竞争的业务活动。

（3）凡本人及参股或者控股的公司或者企业（附属公司或者附属企业）有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与公司生产经营构成竞争的业务，本人及参股或者控股的公司或者企业应将上述商业机会让予公司。

（4）本人将充分尊重公司的独立法人地位，保障公司的独立经营、自主决策，将严格按照《公司法》以及《公司章程》之规定，促使公司管理层依法履行其应尽的诚信和勤勉责任。

（5）如果本人违反上述声明、保证与承诺，并造成公司经济损失的，本人愿意对违反上述承诺而给公司造成的经济损失承担相应赔偿责任。”

2、公司董事、监事、高级管理人员签署《避免同业竞争承诺函》，如下：

“（1）除已经披露的情形外，本人未从事或参与与公司存在同业竞争的行为，与公司不存在同业竞争；

（2）本人将不以任何形式取得任何在商业上对公司构成竞争的经济实体、机构、经济组织的控制权，或在经济实体、机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员。

（3）本人与公司存在关联关系期间，本承诺持续有效，不得撤销。

（4）本人愿意承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。”

(四) 其他情况

☐适用 ☒不适用

七、 公司资源被控股股东、实际控制人占用情况

（一） 控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资金、资产或其他资源的情况以及转移公司固定资产、无形资产等资产的情况

☐适用 ☒不适用

（二） 为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保情况

☐适用 ☒不适用

（三） 为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源所采取的具体安排

为防止股东及其关联方占用或者转移公司资金、资产及其他资源的行为发生，保障公司权益，公司制定和通过了《公司章程》、三会议事规则、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《关联交易管理制度》等内部管理制度，对关联交易、购买出售重大资产、重大对外担保等事项均进行了相应制度性规定。上述制度措施，将对关联方的行为进行合理的限制，以保证关联交易的公允性、重大事项决策程序的合法合规性，确保了公司资产安全，促进公司健康稳定发展。

公司董事、监事、高级管理人员签署相关声明与承诺：“公司董监高及其直系亲属或关系密切的家庭成员，以及上述人员控制、投资、任职的其他企业，将尽可能减少与公司之间的关联交易；对于确实无法避免的关联交易，将依法签订协议，按照《公司法》、《公司章程》、《关联交易管理制度》及其他相关法律法规的规定，履行相应的决策程序。”

公司控股股东、实际控制人签署相关声明与承诺：“本人不存在利用实际控制能力，通过关联交易、垫付费用、提供担保及其他方式直接或者间接侵占公司资金、资产而损害公司利益的情况。本人今后也不会通过任何方式占用公司资金而损害公司利益。除已披露的情形外，最近二年内不存在股份公司为本人或本人控制的公司、企业或其他组织、机构（以下简称“本人控制的企业”）进行违规担保的情形；本人或本人控制的企业最近二年内不存在以借款、代偿债务、代垫款项等方式占用或转移股份公司资金或资产的情形。”

（四） 其他情况

☐适用 ☒不适用

八、 公司董事、监事、高级管理人员的具体情况**（一） 董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有本公司股份的情况**

☒适用 ☐不适用

序号	姓名	职务	与公司的关联关系	持股数量 (股)	直接持 股比例	间接持 股比例
1	徐俊	董事长、总经理	公司控股股东、实际控制人；公司董监高	328.1886	32.82%	5.00%
2	陈维宇	董事、副总经理	公司董监高	43.4917	4.35%	-
3	阳钊	董事、副总经理	公司董监高	33.3811	3.34%	-
4	李建伟	董事、副总经理	公司董监高	31.8282	3.18%	-
5	王骥	监事	公司董监高	30.3593	3.04%	-
6	李海峰	监事会主席、职工代表监事	公司董监高	12.2709	1.23%	-
7	朱睿	董事、财务负责人、董事会秘书	公司董监高	-	-	0.57%
8	张有策	监事	公司董监高	-	-	0.57%

（二） 董事、监事、高级管理人员相互间关系及与控股股东、实际控制人间关系：

☐适用 ☒不适用

(三) 董事、监事、高级管理人员与公司签定重要协议或作出重要承诺:

□适用 √不适用

(四) 董事、监事、高级管理人员的兼职情况

√适用 □不适用

姓名	职务	兼职公司	兼任职务	是否存在 与公司利 益冲突	是否对公司持 续经营能力产 生不利影响
徐俊	董事长、总经理	上海谏识企业管理 有限公司	执行董事、法 定代表人	否	否
徐俊	董事长、总经理	博选优采	执行董事	否	否
徐俊	董事长、总经理	欣榜加塑	董事长	否	否
徐俊	董事长、总经理	厦门大象映画文 化传播有限公司	董事	否	否
徐俊	董事长、总经理	广州百神文化传 播有限公司	董事	否	否
徐俊	董事长、总经理	仟人仟面	执行董事	否	否
徐俊	董事长、总经理	新榜企业管理	执行董事, 经 理	否	否
徐俊	董事长、总经理	星选好店	监事	否	否
徐俊	董事长、总经理	上海益采信息技 术有限公司	董事	否	否
徐俊	董事长、总经理	上海菜花文化传 媒有限公司	董事	否	否
徐俊	董事长、总经理	宁波梅山保税港 区浦晓陈行股权 投资合伙企业 (有限合伙)	执行事务合伙 人	否	否
陈维宇	董事、副总经理	共青城猫叔叔投 资管理合伙企业 (有限合伙)	执行事务合伙 人	否	否
陈维宇	董事、副总经理	宁波颀翰投资管 理有限公司	监事	否	否
陈维宇	董事、副总经理	博选优采	监事	否	否
陈维宇	董事、副总经理	北京新榜	执行董事, 经理	否	否
陈维宇	董事、副总经理	欣榜尚世	执行董事	否	否
陈维宇	董事、副总经理	阅竞网络	董事	否	否
陈维宇	董事、副总经理	新榜企业管理	监事	否	否
陈维宇	董事、副总经理	上海谏识企业管 理有限公司	监事	否	否
李建伟	董事、副总经理	北京新榜	监事	否	否
朱睿	董事、财务负责 人、董事会秘书	欣榜尚世	财务负责人	否	否

(五) 董事、监事、高级管理人员的对外投资情况

√适用 □不适用

姓名	职务	对外投资单位	持股比 例	主营业务	是否存 在与公	是否对公司 持续经营能
----	----	--------	----------	------	------------	----------------

					司利益 冲突	力产生不利 影响
徐俊	董事长、 总经理	湖北易及文化传播有 限公司	82.50%	H5 页面设计 制作	否	否
徐俊	董事长、 总经理	宁波梅山保税港区浦 晓陈行股权投资合伙 企业（有限合伙）	29.25%	未开展实质经 营	否	否
徐俊	董事长、 总经理	宁波梅山保税港区貳 山芭芭股权投资合伙 企业（有限合伙）	96.67%	未开展实质经 营	否	否
徐俊	董事长、 总经理	南京天桐新奇创业投 资基金（有限合伙）	2.82%	对外投资	否	否
徐俊	董事长、 总经理	宁波欣博投资管理合 伙企业（有限合伙）	53.00%	公司员工持股 平台	否	否
徐俊	董事长、 总经理	上海谏识企业管理有 限公司	100.00%	未开展实质经 营	否	否
徐俊	董事长、 总经理	宁波览闻投资管理合 伙企业（有限合伙）	0.46%	未开展实质经 营	否	否
陈维宇	董事、副 总经理	共青城猫叔叔投资管 理合伙企业（有限合 伙）	3.33%	对外投资	否	否
陈维宇	董事、副 总经理	宁波梅山保税港区貳 山芭芭股权投资合伙 企业（有限合伙）	3.33%	未开展实质经 营	否	否
陈维宇	董事、副 总经理	宁波览闻投资管理合 伙企业（有限合伙）	17.32%	未开展实质经 营	否	否
阳钊	董事、副 总经理	宁波梅山保税港区浦 晓陈行股权投资合伙 企业（有限合伙）	22.41%	未开展实质经 营	否	否
阳钊	董事、副 总经理	宁波览闻投资管理合 伙企业（有限合伙）	13.29%	未开展实质经 营	否	否
阳钊	董事、副 总经理	宁波远识投资管理合 伙企业（有限合伙）	0.50%	未开展实质经 营	否	否
李建伟	董事、副 总经理	宁波梅山保税港区浦 晓陈行股权投资合伙 企业（有限合伙）	20.66%	未开展实质经 营	否	否
李建伟	董事、副 总经理	宁波览闻投资管理合 伙企业（有限合伙）	12.67%	未开展实质经 营	否	否
朱睿	董事、财 务负责 人、董 事会秘 书	宁波欣博投资管理合 伙企业（有限合伙）	6.00%	公司员工持股 平台	否	否
王骥	监事	宁波梅山保税港区浦 晓陈行股权投资合伙 企业（有限合伙）	19.71%	未开展实质经 营	否	否
王骥	监事	宁波览闻投资管理合 伙企业（有限合伙）	12.09%	未开展实质经 营	否	否
李海峰	监事会主 席、职工 代表监事	宁波梅山保税港区浦 晓陈行股权投资合伙 企业（有限合伙）	7.97%	未开展实质经 营	否	否

张有策	监事	宁波欣博	6.00%	公司员工持股平台	否	否
张有策	监事	宁波欣见投资管理合伙企业（有限合伙）	0.50%	对外投资	否	否
张有策	监事	宁波远识投资管理合伙企业（有限合伙）	0.50%	未开展实质经营	否	否

（六）董事、监事、高级管理人员的适格性

事项	是或否
董事、监事、高级管理人员是否具备《公司法》规定的任职资格、履行《公司法》和公司章程规定的义务	是
董事、监事、高级管理人员最近12个月是否存在受到中国证监会行政处罚的情况	否
董事、监事、高级管理人员是否被采取证券市场禁入措施且期限尚未届满	否
董事、监事、高级管理人员是否存在全国股转公司认定不适合担任挂牌公司董监高的情况	否
董事、监事、高级管理人员是否因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见	否

具体情况：

☐适用 ☒不适用

（七）其他情况

☐适用 ☒不适用

九、报告期内公司董事、监事、高级管理人员变动情况

信息统计	董事长是否发生变动	否
	总经理是否发生变动	否
	董事会秘书是否发生变动	是
	财务总监是否发生变动	否

☒适用 ☐不适用

姓名	变动前职务	变动类型	变动后职务	变动原因
LEEWEICHOY	董事	离任	无	个人原因
朱睿	财务负责人	新任	董事、财务负责人、董事会秘书	完善公司治理
李海峰	无	新任	监事会主席、职工代表监事	完善公司治理
王骥	无	新任	监事	完善公司治理
陈维宇	董事	新任	董事、副总经理	完善公司治理
阳钊	董事	新任	董事、副总经理	完善公司治理
李建伟	董事	新任	董事、副总经理	完善公司治理
唐肖明	董事	离任	无	个人原因
王宝华	董事	离任	无	个人原因
黄跃卫	监事	离任	无	个人原因
张有策	无	新任	监事	完善公司治理

第四节 公司财务

一、 财务报表

(一) 合并财务报表

1. 合并资产负债表

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	38,876,402.03	28,411,124.76	73,621,669.38
结算备付金			
拆出资金			
交易性金融资产			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产			
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	393,436,824.31	380,654,598.22	310,309,053.96
应收款项融资	86,707,204.59	84,950,802.14	38,588,983.05
预付款项	47,162,002.27	10,311,039.25	13,746,023.17
应收保费			
应收分保账款			-
应收分保合同准备金			-
其他应收款	129,470,282.24	141,751,861.34	76,109,521.88
买入返售金融资产			
存货		-	575,098.65
合同资产			
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	20,485,384.21	17,269,028.14	3,995,039.21
流动资产合计	716,138,099.65	663,348,453.85	516,945,389.30
非流动资产：			
发放贷款及垫款			
债权投资			
可供出售金融资产			
其他债权投资			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资		865,043.84	4,465,157.56
其他权益工具投资			
其他非流动金融资产	2,096,500.00	2,228,500.00	1,428,500.00
投资性房地产			
固定资产	5,142.74	5,142.74	5,142.74
在建工程	-		
生产性生物资产			

油气资产			
使用权资产	21,181,261.48	21,346,115.66	19,530,062.39
无形资产	-		
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	385,834.71	692,378.36	861,426.27
递延所得税资产	5,843,677.23	4,474,542.43	4,044,403.95
其他非流动资产	-		
非流动资产合计	29,512,416.16	29,611,723.03	30,334,692.91
资产总计	745,650,515.81	692,960,176.88	547,280,082.21
流动负债：			
短期借款	193,575,934.95	115,017,856.95	62,067,333.33
向中央银行借款	-		
吸收存款及同业存放			
拆入资金			
交易性金融负债			
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债			
衍生金融负债			
应付票据			
应付账款	74,833,366.73	116,231,781.74	99,318,029.58
预收款项			
合同负债	26,549,890.36	20,731,687.71	30,565,064.65
卖出回购金融资产款			
应付手续费及佣金			
应付职工薪酬	21,638,615.75	26,657,263.61	25,404,989.60
应交税费	1,208,863.63	3,737,906.64	7,531,624.43
其他应付款	1,030,249.79	16,269,117.05	23,342,573.34
应付分保账款			
保险合同准备金			
代理买卖证券款			
代理承销证券款			
持有待售负债			
一年内到期的非流动负债	8,386,206.08	8,952,782.60	10,173,782.24
其他流动负债	24,087,506.74	17,755,575.03	11,935,496.69
流动负债合计	351,310,634.03	325,353,971.33	270,338,893.86
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债	13,324,983.88	13,043,773.16	9,978,933.32
长期应付款	-		
预计负债	18,249,815.50	18,249,815.50	18,249,815.50
递延收益	-		
递延所得税负债	-		
其他非流动负债	-		
非流动负债合计	31,574,799.38	31,293,588.66	28,228,748.82
负债合计	382,885,433.41	356,647,559.99	298,567,642.68

所有者权益（或股东权益）：			
股本	10,000,000.00	10,000,000.00	1,719,280.00
其他权益工具	-		
其中：优先股			
永续债			
资本公积	318,174,641.81	318,174,641.81	269,273,685.35
减：库存股	-		
其他综合收益	-435,714.60	-426,888.45	-193,914.49
专项储备			
盈余公积	4,872,761.23	2,361,179.14	
一般风险准备			
未分配利润	28,852,505.46	2,877,504.82	-23,392,414.29
归属于母公司所有者权益合计	361,464,193.90	332,986,437.32	247,406,636.57
少数股东权益	1,300,888.50	3,326,179.57	1,305,802.96
所有者权益合计	362,765,082.40	336,312,616.89	248,712,439.53
负债和所有者权益总计	745,650,515.81	692,960,176.88	547,280,082.21

2. 合并利润表

单位：元

项目	2023年1月—9月	2022年度	2021年度
一、营业总收入	1,042,507,131.89	1,543,221,252.20	1,270,056,835.35
其中：营业收入	1,042,507,131.89	1,543,221,252.20	1,270,056,835.35
利息收入			
已赚保费			
手续费及佣金收入			
二、营业总成本	1,026,520,279.47	1,501,709,573.27	1,252,489,811.14
其中：营业成本	909,895,021.90	1,354,215,603.22	1,098,059,309.03
利息支出			
手续费及佣金支出			
退保金			
赔付支出净额			
提取保险合同准备金净额			
保单红利支出			
分保费用			
税金及附加	601,226.32	851,232.74	1,160,303.62
销售费用	28,186,817.23	35,248,258.02	38,149,175.02
管理费用	32,985,131.89	44,537,786.51	59,629,090.22
研发费用	45,424,765.51	56,832,907.93	45,817,818.53
财务费用	9,427,316.62	10,023,784.85	9,674,114.72
其中：利息收入	555,754.00	641,652.50	268,403.57
利息费用	9,716,676.69	10,028,959.22	9,343,965.28
加：其他收益	7,443,484.41	13,306,825.37	11,322,340.46
投资收益（损失以“－”号填列）	2,281,159.66	-1,789,783.67	4,846,535.29
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“－”号填列）			
公允价值变动收益（损失以“－”	-132,000.00		

号填列)			
汇兑收益 (损失以“-”号填列)			
信用减值损失	303,631.87	-25,603,353.88	-3,920,906.40
资产减值损失		-485,748.15	-246,470.85
净敞口套期收益 (损失以“-”号填列)			
资产处置收益 (损失以“-”号填列)			
三、营业利润 (亏损以“-”号填列)	25,883,128.36	26,939,618.60	29,568,522.71
加：营业外收入	5,450.00		
其中：非流动资产处置利得			
减：营业外支出		15,585.32	10,479.41
四、利润总额 (亏损总额以“-”号填列)	25,888,578.36	26,924,033.28	29,558,043.30
减：所得税费用	-572,713.30	305,751.73	378,845.08
五、净利润 (净亏损以“-”号填列)	26,461,291.66	26,618,281.55	29,179,198.22
其中：被合并方在合并前实现的净利润			
(一) 按经营持续性分类：			
1. 持续经营净利润	26,461,291.66	26,618,281.55	29,179,198.22
2. 终止经营净利润			
(二) 按所有权归属分类：			
1. 少数股东损益	-2,025,291.07	1,520,376.61	-849,646.74
2. 归属于母公司所有者的净利润	28,486,582.73	25,097,904.94	30,028,844.96
六、其他综合收益的税后净额	-8,826.15	-232,973.97	26,073.02
归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额			
(一) 不能重分类进损益的其他综合收益			
1. 重新计量设定受益计划变动额			
2. 权益法下不能转损益的其他综合收益			
3. 其他权益工具投资公允价值变动			
4. 企业自身信用风险公允价值变动			
(二) 将重分类进损益的其他综合收益			
1. 权益法下可转损益的其他综合收益			
2. 其他债权投资公允价值变动	-8,826.15	-232,973.97	26,073.02
3. 可供出售金融资产公允价值变动损益			
4. 持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益			
5. 金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
6. 其他债权投资信用减值准备			
7. 现金流量套期储备			
8. 外币财务报表折算差额			
9. 其他			
归属于少数股东的其他综合收益的税			

后净额			
七、综合收益总额	26,452,465.51	26,385,307.58	29,205,271.24
归属于母公司所有者的综合收益总额	28,477,756.58	24,864,930.97	30,054,917.98
归属于少数股东的综合收益总额	-2,025,291.07	1,520,376.61	-849,646.74
八、每股收益：			
（一）基本每股收益	2.65	2.64	16.97
（二）稀释每股收益	2.65	2.64	16.97

3. 合并现金流量表

单位：元

项目	2023年1月—9月	2022年度	2021年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,303,115,124.79	1,755,817,408.37	1,732,016,380.42
客户存款和同业存放款项净增加额			
向中央银行借款净增加额			
向其他金融机构拆入资金净增加额			
收到原保险合同保费取得的现金			
收到再保险业务现金净额			
保户储金及投资款净增加额			
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产净增加额			
收取利息、手续费及佣金的现金			
拆入资金净增加额			
回购业务资金净增加额			
收到的税费返还	264,403.93	116,463.72	
收到其他与经营活动有关的现金	2,683,506.06	20,221,587.77	2,947,825.07
经营活动现金流入小计	1,306,063,034.78	1,776,155,459.86	1,734,964,205.49
购买商品、接受劳务支付的现金	1,217,897,919.37	1,713,379,457.14	1,588,273,848.06
客户贷款及垫款净增加额			
存放中央银行和同业款项净增加额			
支付原保险合同赔付款项的现金			
支付利息、手续费及佣金的现金			
支付保单红利的现金			
支付给职工以及为职工支付的现金	113,543,152.57	140,576,589.14	130,181,109.91
支付的各项税费	3,879,492.34	10,552,309.20	6,218,448.13
支付其他与经营活动有关的现金	25,617,976.13	23,606,407.19	33,417,010.21
经营活动现金流出小计	1,360,938,540.41	1,888,114,762.67	1,758,090,416.31
经营活动产生的现金流量净额	-54,875,505.63	-111,959,302.81	-23,126,210.82
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金		1,011,639.00	
取得投资收益收到的现金		227,227.31	110,010.62
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	2,000,000.00		7,555,535.00
收到其他与投资活动有关的现金	-		
投资活动现金流入小计	2,000,000.00	1,238,866.31	7,665,545.62
购建固定资产、无形资产和其他长期		541,598.39	494,969.30

资产支付的现金			
投资支付的现金		1,074,400.00	
质押贷款净增加额			
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额			490,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	147,175.20	539,268.94	
投资活动现金流出小计	147,175.20	2,155,267.33	984,969.30
投资活动产生的现金流量净额	1,852,824.80	-916,401.02	6,680,576.32
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金		60,500,000.00	800,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金			
取得借款收到的现金	212,200,000.00	206,900,000.00	92,000,000.00
发行债券收到的现金			
收到其他与筹资活动有关的现金	950,000.00	6,458,600.00	1,513,723.04
筹资活动现金流入小计	213,150,000.00	273,858,600.00	94,313,723.04
偿还债务支付的现金	133,700,000.00	154,000,000.00	48,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	9,062,452.51	9,978,435.60	9,343,965.28
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润			
支付其他与筹资活动有关的现金	9,899,589.39	39,350,005.19	10,417,258.23
筹资活动现金流出小计	152,662,041.90	203,328,440.79	67,761,223.51
筹资活动产生的现金流量净额	60,487,958.10	70,530,159.21	26,552,499.53
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	7,465,277.27	-42,345,544.62	10,106,865.03
加：期初现金及现金等价物余额	28,411,124.76	70,756,669.38	60,649,804.35
六、期末现金及现金等价物余额	35,876,402.03	28,411,124.76	70,756,669.38

(二) 母公司财务报表

1. 母公司资产负债表

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
流动资产：			
货币资金	28,468,945.35	4,471,065.28	40,402,515.84
交易性金融资产	-		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产			
衍生金融资产			
应收票据			
应收账款	386,022,580.94	377,988,249.07	287,476,478.55
应收款项融资	86,707,204.59	84,950,802.14	38,588,983.05
预付款项	38,408,720.62	9,552,257.00	12,697,982.88
其他应收款	154,083,726.45	162,256,321.13	104,900,160.28
存货			
合同资产			
持有待售资产			
一年内到期的非流动资产			
其他流动资产	18,860,899.16	15,725,419.16	3,544,456.00
流动资产合计	712,552,077.11	654,944,113.78	487,610,576.60
非流动资产：			
债权投资			
其他债权投资			
可供出售金融资产			
持有至到期投资			
长期应收款			
长期股权投资	22,129,718.90	4,799,039.58	8,809,696.61
其他权益工具投资	-		
其他非流动金融资产	2,096,500.00	2,228,500.00	1,428,500.00
投资性房地产	-		
固定资产	5,142.74	5,142.74	5,142.74
在建工程	-		
生产性生物资产			
油气资产			
使用权资产	14,363,891.79	19,948,428.99	15,904,356.46
无形资产			
开发支出			
商誉			
长期待摊费用	385,834.71	692,378.36	861,426.27
递延所得税资产	5,833,655.31	4,470,715.47	3,993,018.40
其他非流动资产	-		
非流动资产合计	44,814,743.45	32,144,205.14	31,002,140.48
资产总计	757,366,820.56	687,088,318.92	518,612,717.08
流动负债：			

短期借款	152,436,565.48	100,002,395.83	60,065,194.44
交易性金融负债	-		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-		
衍生金融负债	-		
应付票据			
应付账款	108,709,875.45	123,263,862.90	87,399,889.14
预收款项			
合同负债	25,473,894.85	19,308,366.06	28,124,680.19
应付职工薪酬	12,171,961.34	17,073,053.39	15,499,467.65
应交税费	1,040,388.94	1,609,510.81	5,086,883.44
其他应付款	26,800,029.54	19,761,813.08	21,400,687.28
持有待售负债	-		
一年内到期的非流动负债	7,112,951.95	7,450,214.29	7,864,050.43
其他流动负债	22,819,652.81	17,661,692.26	11,055,165.72
流动负债合计	356,565,320.36	306,130,908.62	236,496,018.29
非流动负债：			
长期借款			
应付债券			
其中：优先股			
永续债			
租赁负债	7,780,868.32	13,043,773.16	8,476,365.01
长期应付款	-		
预计负债	18,249,815.50	18,249,815.50	18,249,815.50
递延收益			
递延所得税负债			
其他非流动负债			
非流动负债合计	26,030,683.82	31,293,588.66	26,726,180.51
负债合计	382,596,004.18	337,424,497.28	263,222,198.80
所有者权益：			
股本	10,000,000.00	10,000,000.00	1,719,280.00
其他权益工具	-		
其中：优先股			
永续债			
资本公积	316,478,918.65	316,478,918.65	267,577,962.19
减：库存股	-		
其他综合收益	-435,714.60	-426,888.45	-193,914.49
专项储备	-		
盈余公积	4,872,761.23	2,361,179.14	0
一般风险准备			
未分配利润	43,854,851.10	21,250,612.30	-13,712,809.42
所有者权益合计	374,770,816.38	349,663,821.64	255,390,518.28
负债和所有者权益合计	757,366,820.56	687,088,318.92	518,612,717.08

2. 母公司利润表

单位：元

项目	2023年1月—9月	2022年度	2021年度
----	------------	--------	--------

一、营业收入	1,025,731,925.53	1,510,619,011.38	1,206,285,242.17
减：营业成本	922,023,540.04	1,366,262,360.80	1,085,194,009.47
税金及附加	534,572.28	681,907.50	746,908.62
销售费用	9,462,912.89	14,003,609.89	13,881,535.29
管理费用	21,415,449.49	27,554,021.89	41,518,181.82
研发费用	43,725,991.25	52,467,172.26	41,634,609.31
财务费用	8,302,862.72	9,540,648.89	9,553,059.69
其中：利息收入	461,407.20	489,621.09	138,495.44
利息费用	8,514,558.84	9,527,409.27	9,130,193.78
加：其他收益	6,586,925.23	9,938,147.72	10,133,037.30
投资收益（损失以“-”号填列）	-2,669,320.68	-2,528,476.06	5,137,142.33
其中：对联营企业和合营企业的投资收益			
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）			
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）			
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-132,000.00		
信用减值损失	468,392.91	-3,184,647.14	-3,850,574.21
资产减值损失		-10,374,585.33	-6,145,742.05
资产处置收益（损失以“-”号填列）			
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	24,520,594.32	33,959,729.34	19,030,801.34
加：营业外收入	-		
减：营业外支出	-	15,322.56	10,385.35
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	24,520,594.32	33,944,406.78	19,020,415.99
减：所得税费用	-595,226.57	152,999.23	-348,139.25
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	25,115,820.89	33,791,407.55	19,368,555.24
（一）持续经营净利润	25,115,820.89	33,791,407.55	19,368,555.24
（二）终止经营净利润			
五、其他综合收益的税后净额	-8,826.15	-232,973.97	26,073.02
（一）不能重分类进损益的其他综合收益			
1. 重新计量设定受益计划变动额			
2. 权益法下不能转损益的其他综合收益			
3. 其他权益工具投资公允价值变动			
4. 企业自身信用风险公允价值变动			
（二）将重分类进损益的其他综合收益			
1. 权益法下可转损益的其他综合收益			
2. 其他债权投资公允价值变动	-8,826.15	-232,973.97	26,073.02
3. 金融资产重分类计入其他综合收益的金额			
4. 其他债权投资信用减值准备			
5. 可供出售金融资产公允价值变动损			

益			
6. 持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益			
7. 现金流量套期储备			
8. 外币财务报表折算差额			
9. 其他			
六、综合收益总额	25,106,994.74	33,558,433.58	19,394,628.26
七、每股收益：			
（一）基本每股收益			
（二）稀释每股收益			

3. 母公司现金流量表

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,207,363,262.75	1,779,516,904.38	1,572,015,785.58
收到的税费返还	264,401.63		
收到其他与经营活动有关的现金	1,859,434.03	4,429,792.88	2,365,752.04
经营活动现金流入小计	1,209,487,098.41	1,783,946,697.26	1,574,381,537.62
购买商品、接受劳务支付的现金	1,109,148,909.15	1,747,834,230.55	1,475,267,150.89
支付给职工以及为职工支付的现金	78,625,288.24	94,165,194.05	75,163,651.27
支付的各项税费	2,367,759.37	6,928,642.63	2,898,937.67
支付其他与经营活动有关的现金	19,067,741.78	20,106,075.61	27,490,457.69
经营活动现金流出小计	1,209,209,698.54	1,869,034,142.84	1,580,820,197.52
经营活动产生的现金流量净额	277,399.87	-85,087,445.58	-6,438,659.90
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金		595,238.10	
取得投资收益收到的现金		227,227.31	96,942.07
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额			7,555,535.00
收到其他与投资活动有关的现金			
投资活动现金流入小计		822,465.41	7,652,477.07
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金		152,800.00	494,969.30
投资支付的现金	20,000,000.00	800,000.00	2,000,000.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	9,000,000.00	
支付其他与投资活动有关的现金	-		
投资活动现金流出小计	20,000,000.00	9,952,800.00	2,494,969.30
投资活动产生的现金流量净额	-20,000,000.00	-9,130,334.59	5,157,507.77
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金		60,000,000.00	
取得借款收到的现金	172,200,000.00	189,900,000.00	90,000,000.00
发行债券收到的现金			

收到其他与筹资活动有关的现金	71,100,000.00	89,490,310.92	268,730,000.00
筹资活动现金流入小计	243,300,000.00	339,390,310.92	358,730,000.00
偿还债务支付的现金	119,700,000.00	150,000,000.00	48,000,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	8,001,352.53	9,604,335.58	9,342,468.06
支付其他与筹资活动有关的现金	74,878,167.27	118,634,645.73	304,441,719.75
筹资活动现金流出小计	202,579,519.80	278,238,981.31	361,784,187.81
筹资活动产生的现金流量净额	40,720,480.20	61,151,329.61	-3,054,187.81
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	20,997,880.07	-33,066,450.56	-4,335,339.94
加：期初现金及现金等价物余额	4,471,065.28	37,537,515.84	41,872,855.78
六、期末现金及现金等价物余额	25,468,945.35	4,471,065.28	37,537,515.84

（三） 财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

1. 财务报表的编制基础

（1）财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营假设为前提，以权责发生制为记账基础，根据实际发生的交易和事项，在保证所确定的会计要素金额能够取得并可靠计量的前提下采用历史成本、重置成本、可变现净值、现值及公允价值对会计要素进行会计确认和计量。在此基础上编制财务报表。

（2）持续经营

经公司评估，自本报告期末起的 12 个月内，公司持续经营能力良好，不存在导致对公司持续经营能力产生重大疑虑的因素。

2. 合并财务报表范围及变化情况

（1） 合并财务报表范围

√适用 □不适用

序号	名称	持股比例	表决权比例	至最近一期期末实际投资额（万元）	纳入合并范围的期间	合并类型	取得方式
1	博选优采	100%	100%	0.00	2021 年 1 月至报告期末	子公司合并	投资设立
2	北京新榜	100%	100%	1,000.00	2021 年 1 月至报告期末	非同一控制下企业合并	股权转让
3	仟人仟面	100%	100%	100.00	2021 年 1 月至报告期末	子公司合并	投资设立
4	欣榜尚世	100%	100%	0.00	2021 年 1 月至报告期末	子公司合并	投资设立
5	新榜企业管理	100%	100%	0.00	2021 年 1 月至报告期末	子公司合并	投资设立
6	欣榜加塑	63.83%	63.83%	705.00	2021 年 1 月至报告期末	子公司合并	投资设立
7	信创科技	48.53%	48.53%	0.00	2021 年 1 月至 2023 年 4 月	同一控制下企业合并	股权转让
8	星选好店	48.53%	48.53%	0.00	2021 年 1 月至 2023 年 4 月	二级子公司合并	投资设立
9	羿帼元	68.00%	68.00%	0.00	2021 年 1 月至 2022 年 11 月	非同一控制下企业合并	股权转让

纳入合并报表企业的其他股东为公司股东或在公司任职

√适用 □不适用

报告期内，纳入合并报表的欣榜加塑的其他股东天津真格和高榕投资、信创科技的其他股东华盖德辉亦为公司股东，除此之外，不存在其他纳入合并报表企业的其他股东为公司股东或在公

司任职的情形。

其他情况

√适用 □不适用

①公司原持有信创科技及其子公司星选好店股权比例为 48.53%，为其第一大股东，且公司实际控制人徐俊担任信创科技法定代表人，对其生产经营形成控制，因此纳入合并范围；2023 年 1 月，新榜信息与李新宇、历鑫、齐齐哈尔市一半企业管理咨询有限公司、宁波哈夫企业管理中心（有限合伙）、王伟洲、大连信辉企业管理有限公司签署相关协议，设立宁波一半一半企业管理咨询有限公司（以下简称“宁波一半一半公司”）。其中，新榜信息将其所持有的子公司信创科技的 48.53%股权出资认缴宁波一半一半公司 8.40 万元的注册资本，占宁波一半一半公司的股权比例为 8.40%，同时信创科技成为宁波一半一半公司的全资子公司，新榜信息于 2023 年 4 月失去对信创科技及星选好店的控制权；

②北京新榜企业管理服务有限公司原名上海新榜信息科技有限公司，因公司战略发展需求，2022 年 1 月完成工商名称变更；

③2022 年 11 月，公司因战略发展剥离电商运营业务，处置了持有控股子公司上海羿幅元品牌管理有限公司 68%股权，不再将其纳入合并范围。

（2） 民办非企业法人

□适用 √不适用

（3） 合并范围变更情况

√适用 □不适用

报告期内，公司合并范围的变更情况如下：

2021 年 1 月，公司注销控股子公司上海推物信息科技有限公司，持股比例为 83%，上海推物自报告期初至注销日未发生业务；

2022 年 11 月，公司因战略发展剥离电商运营业务，处置了持有控股子公司上海羿幅元品牌管理有限公司 68%股权，不再将其纳入合并范围；

2023 年 4 月，公司将所持有的子公司信创科技的 48.53%股权出资认缴宁波一半一半公司 8.4%股权，不再将其及星选好店纳入合并范围。

二、 审计意见及关键审计事项

1. 财务报表审计意见

事项	是或否
公司财务报告是否被出具无保留的审计意见	是

公司聘请的具有证券期货相关业务资格的上会会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月的财务会计报告实施了审计，并出具了编号为“上会师报字（2023）

第 15006 号”标准无保留意见的审计报告：

上会会计师事务所（特殊普通合伙）审计了新榜信息财务报表，包括 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日、**2023 年 9 月 30 日**的合并及母公司资产负债表，2021 年度、2022 年度、**2023 年 1-9 月**的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注。

上会会计师事务所（特殊普通合伙）认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了新榜信息 2021 年 12 月 31 日、2022 年 12 月 31 日、**2023 年 9 月 30 日**的合并及母公司财务状况以及 2021 年度、2022 年度、**2023 年 1-9 月**的合并及母公司经营成果和现金流量。

2. 关键审计事项

关键审计事项	该事项在审计中如何应对
不适用	不适用

三、与财务会计信息相关的重大事项判断标准

本节财务会计数据及相关财务信息，非经特别说明，均引自经会计师审计的财务报表及其附注。除另有注明外，公司财务数据和财务指标等均以合并会计报表的数据为基础进行计算。

公司披露的与财务会计信息相关的重大事项判断标准主要从项目的性质和金额两方面考虑。在判断项目性质的重要性时，主要考虑该项目是否与公司的日常经营活动相关，是否会显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量。在判断项目金额的重要性水平标准时，公司综合考虑所处的行业特征、发展阶段、经营状况及投资者关注的指标等因素，具体金额标准为利润总额的 5%，或金额虽未达到上述标准但公司认为较为重要的相关事项。

本节的财务会计数据及有关说明反映了公司报告期内经审计财务报表及附注的主要内容，公司提醒投资者关注财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务信息。

四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计**（一）报告期内采用的主要会计政策和会计估计****1、会计期间遵循企业会计准则的声明**

公司财务报表及附注系按财政部颁布的《企业会计准则》、应用指南、企业会计准则解释、中国证券监督管理委员会颁布的《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号—财务报告的一般规定[2014 年修订]》以及相关补充规定的要求编制，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

2、会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

3、营业周期

公司营业周期为 12 个月。

4、记账本位币

人民币。

5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

(1) 在同一控制下的企业合并中，公司作为购买方取得对其他参与合并企业的控制权，如以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；如以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。为企业合并发行的债券或承担其他债务支付的手续费、佣金等，应当计入所发行债券及其他债务的初始计量金额。企业合并中发行权益性证券发生的手续费、佣金等费用，应当抵减权益性证券溢价收入，溢价收入不足冲减的，冲减留存收益。

(2) 公司对外合并如属非同一控制下的企业合并，按下列情况确定长期股权投资的初始投资成本：

1. 一次交换交易实现的企业合并，长期股权投资的初始投资成本为购买方在购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值；

2. 通过多次交换交易分步实现的企业合并，长期股权投资的初始投资成本为每一单项交易成本之和；

3. 为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额；

4. 在合并合同或协议中对可能影响合并成本的未来事项作出约定的，在购买日如果估计未来事项很可能发生并且对合并成本的影响金额能够可靠计量的，将其计入长期股权投资的初始投资成本。

(3) 公司对外合并如属非同一控制下的企业合并，对长期股权投资的初始投资成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉。

对长期股权投资的初始投资成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，按照下列方法处理：

1. 对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核；

2. 经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额应当计入当期损益。

6、合并财务报表的编制方法

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。

母公司应当将其全部子公司纳入合并财务报表的合并范围。子公司，是指被公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，以及企业所控制的结构化主体等）。

如果母公司是投资性主体，则母公司应当仅将为其投资活动提供相关服务的子公司（如有）纳入合并范围并编制合并财务报表；其他子公司不应当予以合并，母公司对其他子公司的投资应当按照公允价值计量且其变动计入当期损益。当母公司同时满足下列条件时，该母公司属于投资性主体：

- （1）该母公司是以向投资者提供投资管理服务为目的，从一个或多个投资者处获取资金；
- （2）该母公司的唯一经营目的，是通过资本增值、投资收益或两者兼有而让投资者获得回报；
- （3）该母公司按照公允价值对几乎所有投资的业绩进行考量和评价。

编制合并报表时，公司与被合并子公司采用的统一的会计政策和期间。合并财务报表以公司和子公司的财务报表为基础，在抵销公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易对合并财务报表的影响后，由公司合并编制。公司在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司，编制合并资产负债表时，调整合并资产负债表的年初数。因非同一控制下企业合并增加的子公司，编制合并资产负债表时，不调整合并资产负债表的年初数。公司在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司，将该子公司合并当期年初至报告期末的收入、费用、利润及现金流量纳入合并利润表及现金流量表。因非同一控制下企业合并增加的子公司，将该子公司购买日至报告期末的收入、费用、利润及现金流量纳入合并利润表及现金流量表。公司在报告期内处置子公司，将该子公司年初至处置日的收入、费用、利润及现金流量纳入合并利润表及现金流量表。

母公司购买子公司少数股东拥有的子公司股权，在合并财务报表中，因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，应当调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，应当调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益。

企业因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余

股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

7、合营安排分类及共同经营会计处理方法

合营安排分为共同经营和合营企业。

共同经营，是指合营方享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。公司确认其与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

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

合营企业，是指合营方仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。公司按照权益法对合营企业的投资进行会计处理。

8、现金及现金等价物的确定标准

现金，是指公司库存现金以及可以随时用于支付的存款。

现金等价物，是指公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

9、外币业务和外币报表折算

（1）外币交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率将外币金额折算为记账本位币金额。

（2）于资产负债表日，按照下列方法对外币货币性项目和外币非货币性项目进行处理

①外币货币性项目，采用资产负债表日中国人民银行公布的人民币外汇牌价中间价折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益。

②以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算，不改变其记账本位币金额；以公允价值计量的交易性金融资产，采用公允价值确定日的即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，作为公允价值变动损益，计入当期损益。

10、金融工具

金融工具，是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。当公司成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

（1）金融资产

①分类和初始计量

公司根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为：

- 1) 以摊余成本计量的金融资产；
- 2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；
- 3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款或应收票据，公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。

债务工具

公司持有的债务工具是指从发行方角度分析符合金融负债定义的工具，分别采用以下三种方式进行计量：

以摊余成本计量：

公司管理此类金融资产的业务模式为以收取合同现金流量为目标，且此类金融资产的合同现金流量特征与基本借贷安排相一致，即在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。公司对于此类金融资产按照实际利率法确认利息收入。此类金融资产主要包括货币资金、应收账款、其他应收款、债权投资和长期应收款等。

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益：

公司管理此类金融资产的业务模式为既以收取合同现金流量为目标又以出售为目标，且此类金融资产的合同现金流量特征与基本借贷安排相一致。此类金融资产按照公允价值计量且其变动计入其他综合收益，但减值损失或利得、汇兑损益和按照实际利率法计算的利息收入计入当期损益。

以公允价值计量且其变动计入当期损益：

公司将持有的未划分为以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具，以公允价值计量且其变动计入当期损益，列示为交易性金融资产。在初始确认时，公司为了消除或显著减少会计错配，将部分金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。自资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的，列示为其他非流动金融资产。

权益工具

公司将对其没有控制、共同控制和重大影响的权益工具投资按照公允价值计量且其变动计入当期损益，列示为交易性金融资产；自资产负债表日起预期持有超过一年的，列示为其他非流动金融资产。

此外，公司将部分非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，列示为其他权益工具投资。该类金融资产的相关股利收入计入当期损益。该指定一经做出，不得撤销。公司在非同一控制下的企业合并中确认的或有对价构成金融资产的，该金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

对于非交易性权益工具投资，公司可在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义。

②减值

公司对于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款和财务担保合同等，以预期信用损失为基础确认损失准备。

1) 减值准备的确认方法

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对由收入准则规范的交易形成的，无论是否存在重大融资成分的应收款项，按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，于每个资产负债表日，公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

2) 信用风险自初始确认后是否显著增加的判断标准

对于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。公司在评估信用风险是否显著增加时考虑如下因素：

债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化。

债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化。

债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化。

金融工具外部信用评级实际或预期是否发生显著变化。

公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

3) 金融资产减值的会计处理及各类金融资产信用损失确定方法

期末，本公司计算各类金融资产的预计信用损失，如果该预计信用损失大于其当前减值准备的账面金额，将其差额确认为减值损失；如果小于当前减值准备的账面金额，则将差额确认为减值利得。

公司基于单项和组合评估金融工具的预期信用损失。

对于存在客观证据表明存在减值,以及其他适用于单项评估的金融资产,单独进行减值测试,确认预期信用损失,计提单项减值准备。

对于不存在减值客观证据的应收款项及合同资产,或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时,公司依据信用风险特征将应收款项划分为若干组合,在组合基础上计算预期信用损失,确定组合的依据如下:

组合	确定组合的依据	预期信用损失的确认方法
低风险组合	合并报表范围内子公司及其他关联方账款	预期信用损失率为零
账龄组合	除上述组合之外的其他应收款项	以账龄组合为基础确认预期信用损失

对于划分为组合的应收账款,公司参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失。

对于划分为组合的其他应收款,公司参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失。

按账龄组合计量预期信用损失的应收款项、合同资产比例与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款预期信用损失率(%)	其他应收款预期信用损失率(%)
6 个月以内 (含 6 个月)	0.50%	0.50%
7 个月至 1 年 (含 1 年)	5.00%	5.00%
1 至 2 年 (含 2 年)	10.00%	10.00%
2 至 3 年 (含 3 年)	30.00%	30.00%
3 年以上	100.00%	100.00%

公司在评估预期信用损失时,考虑有关过去事项、当期状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

当公司不再合理预期能够全部或部分收回金融资产合同现金流量时,公司直接减记该金融资产的账面余额。

③终止确认

金融资产满足下列条件之一的,予以终止确认:

- 1) 收取该金融资产现金流量的合同权利终止;
- 2) 该金融资产已转移,且公司将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方;
- 3) 该金融资产已转移,虽然公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬,但是放弃了对该金融资产控制。

若企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬,且未放弃对该金融资产的控制的,则按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产,并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度,是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值及因转移而收到的对价与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额计入当期损益。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值在终止确认及未终止确认部分之间按其相对的公允价值进行分摊，并将因转移而收到的对价与应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和与分摊的前述账面金额之差额计入当期损益。

本公司对采用附追索权方式出售的金融资产，或将持有的金融资产背书转让，需确定该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬是否已经转移。已将该金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产；既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则继续判断企业是否对该资产保留了控制，并根据前面各段所述的原则进行会计处理。

④核销

如果公司及其子公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在公司及其子公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。但是，按照公司及其子公司收回到期款项的程序，被减记的金融资产仍可能受到执行活动的影响。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

（2）金融负债

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

公司的金融负债主要为以摊余成本计量的金融负债，包括应付账款、其他应付款、借款等。该类金融负债按其公允价值扣除交易费用后的金额进行初始计量，并采用实际利率法进行后续计量。期限在一年以下（含一年）的，列示为流动负债；期限在一年以上但自资产负债表日起一年内（含一年）到期的，列示为一年内到期的非流动负债；其余列示为非流动负债。

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，公司终止确认该金融负债或义务已解除的部分。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，公司终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

（3）金融工具的公允价值确定

公允价值，是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。公司将公允价值计量所使用的输入值划分为三个层次，并首先使用第一层次输入值，其次使用第二层次输入值，最后使用第三层次输入值。

第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价。活跃市场，是指相关资产或负债的交易量和交易频率足以持续提供定价信息的市场。

第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值。

第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。

11、应收款项融资

分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款，自取得起期限在一年内（含一年）的部分，列示为应收款项融资；自取得起期限在一年以上的，列示为其他债权投资。其相关会计政策参见本附注四、10“金融工具”。

12、存货

（1）存货的分类

存货包括在日常活动中持有以备出售的商品，包括库存商品、发出商品等。

（2）发出存货的计价方法

发出存货采用月末一次加权平均法。

（3）存货跌价准备的计提方法

存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中，以存货的估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

（4）存货的盘存制度

存货的盘存制度为永续盘存制。

13、长期股权投资

长期股权投资是指公司对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对其合营企业的权益性投资。

（1）初始投资成本确定

除对外合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其初始投资成本：

1. 以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出；
2. 以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；
3. 通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，其初始投资成本按照《企业会计准则第7号—非货币性资产交换》的有关规定确定；
4. 通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照《企业会计准则第12号—债务重组》的有关规定确定。

（2）后续计量及损益确认方法

1. 下列长期股权投资采用成本法核算：

公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

采用成本法核算的长期股权投资按照初始投资成本计价。追加或收回投资应当调整长期股权投资的成本。被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

2. 对被投资单位具有共同控制（指合营企业）或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算。

长期股权投资采用权益法核算时，对长期股权投资的投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的投资成本；对长期股权投资的投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，对长期股权投资的账面价值进行调整，差额计入投资当期的损益。

在权益法核算时，当取得长期股权投资后，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，并调整长期股权投资的账面价值。投资方按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。投资方对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，公司对被投资单位负有承担额外损失义务的除外。被投资单位以后实现净利润的，投资方在其收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

投资方在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与投资方不一致的，按照投资方的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益等。

与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于公司的部分，在抵销基础上确认投资损益。

（3）确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排。其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

（4）减值测试方法及减值准备计提方法

长期股权投资的减值测试及减值准备计提方法，按照 17、“长期资产减值”会计政策执行。

14、固定资产

（1）固定资产确认条件

固定资产为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，且使用期限超过 1 年的有形资产。同时满足以下条件的，确认为固定资产：

1. 与该固定资产有关的经济利益很有可能流入公司；

2. 该固定资产的成本能够可靠地计量。

(2) 各类固定资产的折旧方法

分类	折旧方法	预计使用寿命	预计净残值率	年折旧率
办公设备	年限平均法	5 年	5.00%	19.00%
电子设备	年限平均法	3 年	5.00%	31.67%

(3) 计价方法

按其成本进行初始计量。

(4) 后续支出

仅在固定资产有关的经济利益很可能流入公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认，计入固定资产成本；否则，在发生时计入当期损益。

(5) 固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

固定资产的减值测试及减值准备计提方法，按照 17、“长期资产减值”会计政策执行。

15、使用权资产

公司除短期租赁和低价值资产租赁，不确认使用权资产和租赁负债外，在租赁期开始日，对租赁确认使用权资产和租赁负债。使用权资产，是指可在租赁期内使用租赁资产的权利。租赁期开始日，是指出租人提供租赁资产使其可供承租人使用的起始日期。使用权资产初始确认金额包括以下几个方面：

- 1) 租赁负债的初始计量金额；
- 2) 在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；
- 3) 承租人发生的初始直接费用；
- 4) 承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。

在对租赁期间的确定时以有权使用租赁资产且不可撤销的期间为原则，承租人有权选择续租该资产，且合理确定将行使该选择权的，租赁期还应当包含续租选择权涵盖的期间。承租人有终止租赁选择权，即有权选择终止租赁该资产，但合理确定将不会行使该选择权的，租赁期应当包含终止租赁选择权涵盖的期间。发生承租人可控范围内的重大事件或变化，且影响承租人是否合理确定将行使相应选择权的，承租人应当对其是否合理确定将行使续租选择权、购买选择权或不行使终止租赁选择权进行重新评估。

对于使用权资产，承租人能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，应当在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，应当在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。同时承租人需确定使用权资产是否发生减值，并对已识别的减值损失进行会计处理。

16、借款费用

（1）借款费用资本化的确认原则

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

（2）资本化期间、暂停资本化期间的确认方法

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

（3）借款费用资本化金额的计算方法

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，根据累计资产支出超过（4）专项借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用的一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额；资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

专门借款发生的辅助费用，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前发生的，在发生时根据其发生额予以资本化，计入符合资本化条件的资产的成本；在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后发生的，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。一般借款发生的辅助费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

17、长期资产减值

长期股权投资、固定资产、无形资产、商誉等长期资产如存在可收回金额低于其账面价值的情况，将按照其差额计提减值准备，可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定，资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

（1）长期股权投资减值准备

1. 成本法核算的长期股权投资，在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的，按照成本计量，投资成本高于其可变现净值的，计提长期投资减值准备。

2. 其他长期股权投资按照单项投资成本与可变现净值孰低计量，投资成本高于其可变现净值的，计提长期投资减值准备。

（2）固定资产、无形资产等类似减值准备

资产负债表日，固定资产等类似资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。上述资产按照单项账面价值与可收回金额孰低计量，对可收回金额低于账面价值的差额，计提资产减值准备。一经确定，以后会计期间不得转回。

（3）商誉及其他资产减值准备

自购买日起将因公司合并形成的商誉的账面价值按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。

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

18、长期待摊费用

公司将已经发生的但应由本年和以后各期负担的摊销期限在一年以上的经营租赁方式租入的固定资产改良支出等各项费用确认为长期待摊费用，并按项目受益期采用直线法平均摊销。

19、合同资产与合同负债

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

20、职工薪酬

（1）职工薪酬的范围

职工薪酬，是指公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

短期薪酬是指公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬。

（2）短期薪酬包括职工工资、奖金、津贴和补贴，职工福利费、医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费，住房公积金、工会经费和职工教育经费，短期带薪缺勤、短期利润分享计划，非货币性福利以及其他短期薪酬。

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

（3）离职后福利是指公司为获得员工提供的服务而在职工退休或与公司解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，公司不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险等。在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划产生的职工薪酬成本于报告期末确认为下列组成部分：

1. 服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失；
2. 设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务

的利息费用以及资产上限影响的利息；

3. 重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。

除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，上述第①项和第②项应计入当期损益；第③项应计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益中确认的金额。

在设定受益计划下，在下列日期孰早日将过去服务成本确认为当期费用：

- 1) 修改设定受益计划时；
- 2) 公司确认相关重组费用或辞退福利时。

在设定受益计划结算时，确认一项结算利得或损失。

(4) 辞退福利

是指公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿。

公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

(5) 其他长期职工福利

是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外所有的职工薪酬，包括长期带薪缺勤、长期残疾福利、长期利润分享计划等。

公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，适用于上述设定提存计划的有关规定进行处理。

除符合设定提存计划条件的情形外，按照设定受益计划的有关规定，确认和计量其他长期职工福利净负债或净资产。在报告期末，公司将其他长期职工福利产生的职工薪酬成本确认为下列组成部分：

1. 服务成本；
2. 其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额；
3. 重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动。

为简化相关会计处理，上述项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

21、租赁负债

公司按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量，在计算租赁付款额的现值时，承租人应当采用租赁内含利率作为折现率；无法确定租赁内含利率的，应当采用承租人增量借款利率作为折现率。

租赁内含利率，是指使出租人的租赁收款额的现值与未担保余值的现值之和等于租赁资产公允价值与出租人的初始直接费用之和的利率。

承租人增量借款利率，是指承租人在类似经济环境下为获得与使用权资产价值接近的资产，

在类似期间以类似抵押条件借入资金须支付的利率。

租赁付款额，是指承租人向出租人支付的与在租赁期内使用租赁资产的权利相关的款项，包括：

- ①固定付款额及实质固定付款额，存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；
- ②取决于指数或比率的可变租赁付款额，该款项在初始计量时根据租赁期开始日的指数或比率确定；
- ③购买选择权的行权价格，前提是承租人合理确定将行使该选择权；
- ④行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权。

22、预计负债

（1）与或有事项相关的义务同时满足以下条件的，公司将其列为预计负债

- 1. 该义务是公司承担的现时义务；
- 2. 该义务的履行很可能导致经济利益流出公司；
- 3. 该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债应当按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。

（2）最佳估计数的确定方法

①在所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的情况下，最佳估计数按该范围的平均值确定；

②在其他情况下，最佳估计数按如下方法确定：

- 1) 或有事项涉及单个项目时，最佳估计数按最可能发生金额确定；
- 2) 或有事项涉及多个项目时，最佳估计数按各种可能发生额及发生概率计算确定；
- 3) 公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿的，则补偿金额在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认预计负债的账面价值。

23、收入

（1）收入确认原则

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

满足下列条件之一时，公司属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

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

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，

直到履约进度能够合理确定为止。

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

- 1) 公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。
- 2) 公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。
- 3) 公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。
- 4) 公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。
- 5) 客户已接受该商品或服务。
- 6) 其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

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

交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。公司确认的交易价格不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。预期将退还给客户的款项作为退货负债，不计入交易价格。合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

(2) 公司收入确认的具体政策：

公司提供数字化内容营销、数字化效果营销、内容数据管理与运营等业务。

①数字化内容营销

数字化内容营销业务主要是为客户提供营销策划、内容制作、投放渠道供应商对接及排期表编制等全链条广告投放服务。公司在广告完成投放后，按照合同约定的服务费确认收入。

②数字化效果营销

1) 公司建立了基于自有技术开发的互联网自媒体交易平台，为广告主和媒体主提供有偿的数据技术产品业务。广告主在自媒体交易平台上将需要发布的任务形式进行授权后，交易平台审核通过后，结合公司的大数据资源及系统计算，将任务推荐给经过平台审核通过的媒体主，媒体主接受任务并完成发布后可以获得相应报酬。公司按照广告任务完成发布后，按照广告发布的实际结算收益收取一定比例的平台技术服务费。

2) 除自有广告平台外，公司还为广告主提供外部效果广告平台的投放运营服务。公司利用腾讯、小红书、抖音等线上平台及线下行业的海量的媒体资源，按照广告主的需求，通过对接合适的媒体资源，实现对广告主产品的高效推广，增加市场关注度，实现高效变现。公司按照当月的

投放量确认服务收入，将双方结算账单确认的服务费和已确认服务收入的差异调整在结算当月。

③内容数据管理与运营

内容数据管理及运营业务包括新媒体数据产品及工具、市场运营、版权分发、数据咨询等服务。对于上述服务，公司在相关产品或服务交付客户后确认收入，当合同约定需要客户提供明确成果的，公司在向客户完成成果提交后，确认收入。按照一段时间内收取服务费的，公司根据已完成劳务的进度在一段时间内确认收入。

24、政府补助

政府补助是指公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本。政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

政府补助同时满足下列条件的，才能予以确认：

- （1）公司能够满足政府补助所附条件；
- （2）公司能够收到政府补助。

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

与收益相关的政府补助分别下列情况处理：

1. 用于补偿企业以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；

2. 用于补偿企业已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

与日常活动相关的政府补助，计入其他收益或冲减相关成本费用。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

25、递延所得税资产/递延所得税负债

（1）采用资产负债表法进行所得税会计处理。

（2）递延所得税资产的确认的依据：如果在可预见的未来可以获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则将可以抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产予以确认。

（3）资产负债表日对已确认的递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用于抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。

（4）递延所得税负债的确认的依据：因应纳税暂时性差异在转回期间将增加应纳税所得额和应交所得税，导致经济利益的流出，在其发生当期，构成应支付税金的义务，则将应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债予以确认。

26、租赁

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。

（1）本公司作为承租人

本公司于租赁期开始日确认使用权资产，并按尚未支付的租赁付款额的现值确认租赁负债。

租赁付款额包括固定付款额，以及在合理确定将行使购买选择权或终止租赁选择权的情况下需支付的款项等。按销售额的一定比例确定的可变租金不纳入租赁付款额，在实际发生时计入当期损益。

本公司的使用权资产包括租入的设备、房屋及建筑物等。使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括租赁负债的初始计量金额、租赁期开始日或之前已支付的租赁付款额、初始直接费用等，并扣除已收到的租赁激励。

本公司能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧；若无法合理确定租赁期届满时是否能够取得租赁资产所有权，则在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。当可收回金额低于使用权资产的账面价值时，本集团将其账面价值减记至可收回金额。

对于租赁期不超过 12 个月的短期租赁和单项资产全新时价值较低的低价值资产租赁，本公司选择不确认使用权资产和租赁负债，将相关租金支出在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。

（2）本公司作为出租人

本公司的租赁分为经营租赁和融资租赁。

1. 经营租赁

经营租赁的租金收入在租赁期内按照直线法确认为当期损益。

2. 融资租赁

本公司在租赁开始日，对融资租赁确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产。应收融资租赁款应当以租赁投资净额作为应收融资租赁款的入账价值。本公司按照固定的折现率计算并确认租赁期内各期间的利息收入。

27、股份支付

（1）股份支付的种类

股份支付是为了获取职工或其他方提供服务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。股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

① 以权益结算的股份支付

用以换取职工提供的服务的权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用/在授予后立即可行权时，在授予日计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

用以换取其他方服务的权益结算的股份支付，如果其他方服务的公允价值能够可靠计量，按照其他方服务在取得日的公允价值计量，如果其他方服务的公允价值不能可靠计量，但权益工具

的公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加股东权益。

② 以现金结算的股份支付

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。如授予后立即可行权，在授予日计入相关成本或费用，相应增加负债；如须完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应增加负债。

在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

(2) 确认可行权权益工具最佳估计的依据

在等待期内的每个资产负债表日，根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息做出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。

(3) 实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

本公司对股份支付计划进行修改时，若修改增加了所授予权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应确认取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式，则仍继续对取得的服务进行会计处理，视同该变更从未发生，除非本公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具，本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

28、重大会计政策、会计估计变更及会计差错更正

(1) 重大会计政策变更

① 公司自 2022 年 1 月 1 日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 15 号》“关于企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售的会计处理”规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

② 公司自 2022 年 1 月 1 日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 15 号》“关于亏损合同的判断”规定，该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

③ 公司自 2022 年起提前执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 16 号》“关于单项交易产生的资产和负债相关的递延所得税不适用初始确认豁免的会计处理”规定。该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

④ 公司自 2022 年 11 月 30 日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 16 号》“关于发行方分类为权益工具的金融工具相关股利的所得税影响的会计处理”规定。该项会计政策变更对

公司财务报表无影响。

⑤ 公司自 2022 年 11 月 30 日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第 16 号》“关于企业将以现金结算的股份支付修改为以权益结算的股份支付的会计处理”规定。该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

(2) 重大会计估计变更

本报告期内，公司无重大会计估计变更。

(3) 重大前期差错更正

本报告期内，公司无重大会计差错更正。

29、重要的会计判断和估计

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

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

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

(1) 金融工具公允价值

对于不存在活跃市场的金融工具，采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定其公允价值。估值技术主要为市场法和收益法，包括参考市场参与者最近进行的有序交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

公司采用估值技术确定金融工具的公允价值时，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值，在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值，如公司就自身和交易对手的信用风险、市场波动率、流动性调整等方面所做的估计。

使用不同的估值技术或输入值可能导致公允价值估计存在较重大差异。

(2) 预计信用损失 公司采用预期信用损失模型对以摊余成本计量的应收款项、合同资产等的减值进行评估。运用预期信用损失模型涉及管理层的重大判断和估计。实际的金融工具减值结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响金融工具的账面价值及信用减值损失的计提或转回。

(3) 递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，公司就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要公司管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

(4) 所得税

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

(5) 租赁——增量借款利率的估计

本公司及其子公司难以确定部分租赁的内含利率，因此，本公司及其子公司使用增量借款利率来计量租赁负债。增量借款利率是指本公司及其子公司在类似期限内以类似担保，为获得与类似经济条件下的使用权资产具有相似价值的资产所需的资金所必须支付的利率。因此，它反映了本公司及其子公司必要支付的，在没有可观察的利率（例如，未进行融资交易的子公司）或需要进行调整以反映租赁安排的条款和条件时，需要进行估算。本公司及其子公司使用可观察到的输入（例如市场利率）估算增量借款利率，并且需要进行针对某些特定实体的估算（例如子公司的独立信用评级）。

(6) 预计负债

在或有事项已经形成一项现时义务，且履行该等现时义务很可能导致经济利益流出公司的情况下，公司对或有事项按履行相关现时义务所需支出的最佳估计数确认为预计负债。预计负债的确认和计量在很大程度上依赖于管理层的判断。在进行判断过程中公司需评估该等或有事项相关的风险、不确定性及货币时间价值等因素。这项准备的任何增加或减少，均可能影响未来年度的损益。

（二） 主要会计政策、会计估计的变更

1. 会计政策变更

☐适用 ☒不适用

2. 会计估计变更

☐适用 ☒不适用

（三） 前期会计差错更正

☐适用 ☒不适用

五、 适用主要税收政策

1、 主要税种及税率

主要税种	计税依据	税率
增值税	应税营业收入	6%

企业所得税	应纳税所得额	15%、25%
城市维护建设税	应纳流转税额	7%、5%
教育费附加	应纳流转税额	3%、2%

2、 税收优惠政策

上海新榜信息技术股份有限公司（历史名称：上海看榜信息科技有限公司）于 2018 年 11 月 27 日取得上海市科学技术委员会、上海市财政局、国家税务总局上海市税务局共同签发的编号为 GR201831002570 的《高新技术企业证书》，被认定为高新技术企业，有效期三年，按 15%税率计缴企业所得税。2021 年 11 月 28 日再次复审通过并取得编号为 GR202131003498 的《高新技术企业证书》，有效期三年；本报告期内享受高新技术企业的企业所得税优惠政策。 北京新榜信息科技有限公司（历史名称：北京微光洞势科技咨询有限公司）于 2018 年 11 月 30 日取得北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局共同签发的编号为 GR201811007597 的《高新技术企业证书》，被认定为高新技术企业，有效期三年，按 15%税率计缴企业所得税。2021 年 12 月 17 日再次复审通过并取得编号为 GR202111003398 的《高新技术企业证书》，有效期三年；本报告期内享受高新技术企业的企业所得税优惠政策。 信创科技（大连）有限公司于 2021 年 10 月 22 日取得大连市科学技术局、大连市财政局、国家税务总局大连市税务局共同签发的编号为 GR202121200090《高新技术企业证书》，被认定为高新技术企业，有效期三年，按 15%税率计缴企业所得税。本报告期内享受高新技术企业的企业所得税优惠政策。 根据《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号）（以下简称《公告》）第七条规定，以及《关于促进服务业领域困难行业纾困发展有关增值税政策的公告》（财政部税务总局公告 2022 年第 11 号），自 2019 年 4 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳税额。根据财政部、税务总局《关于明确增值税小规模纳税人减免增值税等政策的公告》（财政部 税务总局 2023 年第 1 号），规定自 2023 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，允许生产性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 5%抵减应纳税额。公告所称生产、生活性服务业纳税人，是指提供邮政服务、电信服务、现代服务、生活服务取得的销售额占全部销售额的比重超过 50%的纳税人。
--

3、 其他事项

☐适用 ☒不适用

六、 经营成果分析

（一） 报告期内经营情况概述

1. 报告期内公司经营成果如下：

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
营业收入（元）	1,042,507,131.89	1,543,221,252.20	1,270,056,835.35

综合毛利率	12.72%	12.25%	13.54%
营业利润（元）	25,883,128.36	26,939,618.60	29,568,522.71
净利润（元）	26,461,291.66	26,618,281.55	29,179,198.22
加权平均净资产收益率	7.57%	10.16%	12.47%
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	26,017,065.27	22,537,704.53	39,390,593.29

2. 经营成果概述

2021年12月，上海市市场监督管理局与上海市经济和信息化委员会发布了《关于推动上海市数字广告业高质量发展的指导意见》，鼓励探索数字广告经营新模式、新业态；2022年3月，国家市场监管总局印发了《“十四五”广告产业发展规划》，提出要充分发挥广告产业作为生产性服务业的积极作用。上游供应商尤其是头部优质媒介资源的议价能力可能会进一步提高，下游随着传统的广告公司切入新媒体营销领域导致市场竞争加剧，可能导致价格战，上下游行业相关产品和服务价格存在一定的波动风险。公司的营销策略是通过对营销受众群体的分析，整合互联网媒体平台、KOL达人等多方资源，利用先进的营销技术和数据分析工具，实现广告主的营销需求，公司核心竞争力包括权威的新媒体大数据榜单、领先的全平台内容数据工具、客观透明的新榜指数算法、数据驱动商业化服务，保障了公司业绩的稳定和可持续发展。

2023年前三季度，我国经济运行保持恢复态势，公司所处行业在宏观层面的总体发展趋势较好，公司主要客户期后订单情况不存在重大异常。2023年10-11月，公司收入、营业利润和经营活动产生的现金流量净额及同期可比情况如下：

单位：万元

项目	2023年10-11月	变动比例	2022年10-11月
营业收入	28,898.20	11.91%	25,823.07
营业利润	1,301.28	210.78%	418.72
经营活动产生的现金流量净额	-380.80	-85.97%	-2,714.42

注：以上数据未经审计。

2023年10-11月，公司营业收入同比上升11.91%，主要系公司销售规模有所提升；营业利润同比上升210.78%，主要系公司销售收入增加，同时返利规模随之增加导致成本有所下降，以及期间费用同比下降所致；公司经营活动产生的现金流量净额有所改善，主要系2022年末因股改更名导致回款放缓，该部分经营性应收款项期后回款良好，使得经营活动现金流入同比增加。

综上所述，公司期后业绩呈现一定程度的提升，业绩存在一定的波动性，但未对持续盈利能力产生重大影响。

2021年度、2022年度、2023年1-9月，公司营业收入分别为127,005.68万元、154,322.13万元、104,250.71万元，主要原因是随着数字化媒体行业的发展，品牌客户将越来越多的营销预算投入到数字化新媒体平台，下游数字化内容营销需求市场增长，公司数字化内容营销业务同比

大幅增长，同时公司内容数据管理与运营业务也在不断发展中，报告期内营业收入实现了同比较大增长。

2021 年度、2022 年度、**2023 年 1-9 月**，公司净利润分别为 2,917.92 万元、2,661.83 万元、**2,646.13 万元**，2022 年度同比下降 8.78%，与营业收入变动方向不一致，主要原因如下：

（1）毛利率的影响：

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度
营业收入	104,250.71	154,322.13	127,005.68
毛利率	12.72%	12.25%	13.55%

2022 年度，公司加大了美妆个护、互联网行业客户的业务开拓，数字化内容营销业务销售收入同比增长较多，但由于美妆个护、互联网行业竞争较为激烈，数字化内容营销毛利率相对较低，因此拉低了整体毛利率。**2023 年 1-9 月**，公司综合毛利率与 2022 年度基本相当。

（2）期间费用的影响：

报告期内，公司营业收入与期间费用的变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度
营业收入	104,250.71	154,322.13	127,005.68
期间费用	11,602.40	14,664.27	15,327.02
期间费用率	11.13%	9.50%	12.07%

2022 年度，公司加大了研发投入，一方面研发人员增加了约 30 人，另一方面随着公司业务规模的扩大，所需的云服务费等研发信息技术费逐年增长，因此 2022 年度研发费用同比增长较多；但由于公司 2022 年度因防疫要求影响减少了销售人员的外出和业务招待，以及调整了销售人员激励政策，因此销售费用同比下降；管理费用由于 2021 年度有大额预计负债导致 2022 年度下降较多。整体导致 2022 年度期间费用在营业收入上涨的情况下下降了 4.32%。**2023 年 1-9 月**，公司期间费用率与 2021 年度和 2022 年度均值基本相当，较 2022 年度小幅上升主要系研发人员薪酬同比增加所致。

（3）其他损益的影响：

报告期内，公司营业收入与其他损益的变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度
营业收入	104,250.71	154,322.13	127,005.68
信用减值损失	30.36	-2,560.34	-392.09
投资收益	228.12	-178.98	484.65

2022 年度，公司全资子公司北京新榜因主要客户北京开课吧信用风险较大，对其单项计提了坏账准备金额 2,172.56 万元，导致 2022 年度信用减值损失同比大幅增长；2021 年度，公司因

转让长期股权投资项目阅竞网络部分股权实现投资收益 708.19 万元，2022 年度无类似股权转让事项，2022 年度投资收益同比下降较多。**2023 年 1-9 月，公司无大额信用减值损失，投资收益因处置参股公司北京攸行股权同比增长较大。**

综上，公司 **2022 年度**在收入**同比增长**的情形下利润下滑的原因具有合理性。

（二） 营业收入分析

1. 各类收入的具体确认方法

公司提供数字化内容营销、数字化效果营销、内容数据管理与运营等服务。

（1）数字化内容营销 数字化内容营销业务主要是为客户提供营销策划、内容制作、投放渠道供应商对接及排期表编制等全链条广告投放服务。公司在广告完成投放后，按照合同约定的服务费确认收入。

（2）数字化效果营销

①公司建立了基于自有技术开发的互联网自媒体信息发布平台，为广告主和媒体主提供有偿的数据技术产品业务。广告主在自媒体信息发布平台上将需要发布的任务形式进行授权后，平台审核通过后，结合公司的大数据资源及系统计算，将任务推荐给经过平台审核通过的媒体主，媒体主接受任务并完成发布后可以获得相应报酬。公司按照广告任务完成发布后，按照广告发布的实际结算收益收取一定比例的平台技术服务费。

②除自有广告平台外，公司还为广告主提供外部效果广告平台的投放运营服务。公司利用腾讯、小红书、抖音等线上平台及线下行业的海量的媒体资源，按照广告主的需求，通过对接合适的媒体资源，实现对广告主产品的高效推广，增加市场关注度，实现高效变现。公司按照当月的投放量确认服务收入，将双方结算账单确认的服务费和已确认服务收入的差异调整在结算当月。

（3）内容数据管理与运营

内容数据管理及运营业务包括新媒体数据产品及工具、市场运营、版权分发、数据咨询等服务。对于上述服务，公司在相关产品或服务交付客户后确认收入，当合同约定需要客户提供明确成果的，公司在向客户完成成果提交后，确认收入。按照一段时间内收取服务费的，公司根据已完成劳务的进度在一段时间内确认收入。

2. 营业收入的主要构成

（1） 按产品（服务）类别分类

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数 字 化 内 容 营 销	957,921,411.66	91.89%	1,424,031,900.00	92.28%	1,145,249,100.00	90.17%
数 字	20,994,488.53	2.01%	40,493,400.00	2.62%	51,037,500.00	4.02%

效果营销						
内容数据管理与运营	63,591,231.70	6.10%	78,695,900.00	5.10%	73,770,200.00	5.81%
合计	1,042,507,131.89	100.00%	1,543,221,252.20	100.00%	1,270,056,835.35	100.00%
原因分析	①2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司数字化内容营销业务销售金额分别为 114,524.91 万元、142,403.19 万元、95,792.14 万元，主要系随着数字化媒体行业的发展，品牌客户将越来越多的营销预算投入到数字化新媒体平台，下游内容营销需求市场增长所致； ② 2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司数字化效果营销业务销售金额分别为 5,103.75 万元、4,049.34 万元、2,099.45 万元，同比持续下滑，主要系公司在效果营销客户北京开课吧发生坏账后加大了对客户准入的管控，以及“新榜有赚”营销工具因抖音、小红书平台影响力提升导致业务规模下降，因此数字化效果营销业务整体销售金额有所下降； ③ 2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司内容数据管理与运营业务销售金额分别为 7,377.02 万元、7,869.59 万元、6,359.12 万元，同比小幅增长，主要系 2022 年度开始公司加大了研发投入，新媒体数据产品及工具业务收入增加所致。					

(2) 按地区分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	1,042,507,131.89	100.00%	1,543,221,252.20	100.00%	1,270,056,835.35	100.00%
合计	1,042,507,131.89	100.00%	1,543,221,252.20	100.00%	1,270,056,835.35	100.00%
原因分析	报告期内，公司业务均为境内销售。					

(3) 按生产方式分类

□适用 √不适用

(4) 按销售方式分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	1,042,507,131.89	100.00%	1,543,221,252.20	100.00%	1,270,056,835.35	100.00%
合计	1,042,507,131.89	100.00%	1,543,221,252.20	100.00%	1,270,056,835.35	100.00%
原因分析	报告期内，公司业务均为直销，不存在经销方式。					

(5) 其他分类

☐适用 ☒不适用

3. 公司收入冲回情况

☐适用 ☒不适用

4. 其他事项

☐适用 ☒不适用

(三) 营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

公司主营业务为新媒体数字化内容营销及相关服务，区别于传统制造业，公司提供服务不需要生产，无需结转生产成本。公司营业成本包括新媒体流量费、人员成本及其他，各业务类型成本的归集、分配、结转模式如下：

(1) 数字化内容营销

公司按照合同设立营销项目及广告投放排期，归集所发生的各项新媒体流量费采买成本，同时按照返利供应商约定的返利金额冲减相关成本，每月末公司按照运营员工的工作量分配人员成本和其他成本，在确认收入的同时结转成本。

(2) 数字化效果营销

公司按照净额法确认数字化效果营销业务收入，成本仅包括人员成本及其他成本，每月末公司按照运营员工的工作量分配人员成本和其他成本，在确认收入的同时结转成本。

(3) 内容数据管理及运营

公司按照合同约定，归集提供各类内容数据管理及运营服务所发生的各项新媒体流量费采买成本，每月末公司按照运营员工的工作量分配人员成本和其他成本，在确认收入的同时结转成本。

2. 成本构成分析

(1) 按照产品（服务）分类构成：

单位：元

项目	2023年1月—9月		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字化内容营销	882,323,871.53	96.97%	1,322,217,213.02	97.64%	1,060,022,076.22	96.54%
数字化效果营销	10,235,604.10	1.12%	10,887,152.83	0.80%	13,413,563.25	1.22%
内容数据管理与运营	17,335,546.27	1.91%	21,111,237.37	1.56%	24,623,669.56	2.24%
合计	909,895,021.90	100.00%	1,354,215,603.22	100.00%	1,098,059,309.03	100.00%

原因分析	2021 年度、2022 年度、 2023 年 1-9 月 ，公司数字化内容营销业务成本占主营业务成本的比例分别为 96.54%、97.64%、 96.97% ，占比最高，主要为公司数字化内容营销收入规模较大，开展数字化内容营销业务所采购的新媒体流量费较多所致。
	报告期内，公司各类型业务的主营业务成本变动趋势与主营业务收入变动趋势基本保持一致。其中， 2022 年度 内容数据管理与运营业务收入同比增长但成本同比下降，主要系新媒体数据产品及工具业务增加了小红书、视频号等新的媒体平台后规模大幅增长，但人员成本波动不大所致。

(2) 按成本性质分类构成：

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
新 媒 体 流 量 费	859,810,918.83	94.50%	1,281,496,327.80	94.63%	1,045,140,739.00	95.18%
人 员 成 本	27,745,807.29	3.05%	33,443,516.04	2.47%	36,827,432.84	3.35%
其他	22,338,295.78	2.46%	39,275,759.38	2.90%	16,091,137.19	1.47%
合计	909,895,021.90	100.00%	1,354,215,603.22	100.00%	1,098,059,309.03	100.00%
原因分析	报告期内，公司主营业务成本主要由新媒体流量费、人员成本及其他构成，随着公司数字化内容营销业务销售规模增加，公司采买的新媒体流量费同步上升。					

(3) 其他分类

□适用 √不适用

3. 其他事项

□适用 √不适用

(四) 毛利率分析

1. 按产品（服务）类别分类

单位：元

2023 年 1 月—9 月			
项目	收入	成本	毛利率
数字化内容营销	957,921,411.66	882,323,871.53	7.89%
数字化效果营销	20,994,488.53	10,235,604.10	51.25%
内容数据管理与运营	63,591,231.70	17,335,546.27	72.74%
合计	1,042,507,131.89	909,895,021.90	12.72%
原因分析	详见下文。		
2022 年度			
项目	收入	成本	毛利率

数字化内容营销	1,424,031,883.85	1,322,217,213.02	7.15%	
数字化效果营销	40,493,426.20	10,887,152.83	73.11%	
内容数据管理与运营	78,695,942.15	21,111,237.37	73.17%	
合计	1,543,221,252.20	1,354,215,603.22	12.25%	
原因分析	详见下文。			
2021 年度				
项目	收入	成本	毛利率	
数字化内容营销	1,145,249,052.42	1,060,022,076.22	7.44%	
数字化效果营销	51,037,548.23	13,413,563.25	73.72%	
内容数据管理与运营	73,770,234.70	24,623,669.56	66.62%	
合计	1,270,056,835.35	1,098,059,309.03	13.54%	
原因分析	2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司综合毛利率分别为 13.54%、12.25%、12.72%，整体波动不大，主要受业务结构影响。			
	①数字化内容营销业务			
	2022 年度，公司数字化内容营销毛利率为 7.15%，较 2021 年度下降 0.29%，主要系公司 2022 年度加大了互联网行业客户的业务开拓，销售收入同比增长较多，但由于互联网行业竞争较为激烈，内容营销毛利率相对较低，因此拉低了整体毛利率。公司主要项目定价、成本报告期内不存在重大差异，2022 年度互联网客户深圳前海新之江信息技术有限公司（拼多多）和北京三快在线科技有限公司（美团）销售毛利较低，剔除前述因素影响前后具体情况如下：			
	单位：万元			
	项目	营业收入	营业成本	毛利率
	数字化内容营销	142,403.19	132,221.72	7.15%
	其中：深圳前海新之江信息技术有限公司	5,385.56	5,370.72	0.28%
	北京三快在线科技有限公司	2,315.14	2,308.71	0.28%
	剔除后数字化内容营销	134,702.49	124,542.29	7.54%
	因此，公司 2022 年度数字化内容营销毛利率出现下滑，主要系公司为抢占电商市场和扩大电商行业影响力对拼多多和美团进行了极低毛利的销售报价，剔除前述因素影响后公司 2022 年度数字化内容营销毛利率为 7.54%，较 2021 年度上升 0.10%，整体波动较小。			
2023 年 1-9 月，公司战略层面对数字化内容营销业务规模采取了控规模、减少低毛利客户投入的策略，对于互联网电商客户加大了谈判力度，如对 2021				

年底开始合作的美团，2022 年度采取了低价竞争的销售策略，2023 年上半年在美团供应商考核为优秀后，加大了商务谈判和高毛利项目的竞争；拼多多因自身战略规划和营销策略变更，未来拟通过直接在社交媒体平台采买媒介资源进行投放，公司 2023 年度取消了与其合作。此外，公司还加大了对 MCN 等返利供应商的返点比例谈判力度，以上因素综合导致当期毛利率较 2022 年度有所提升。

②数字化效果营销业务

数字化效果营销业务毛利率 2022 年度较 2021 年度下降 0.61 个百分点，主要系 2022 年度外部平台效果广告业务规模下降，但该部门人工成本未发生较大波动，导致该类业务毛利率同比微降。2023 年 1-9 月数字化效果营销业务毛利率仅 51.25%，较 2021 年度和 2022 年度大幅下滑，具体情况如下：

类别	明细	2023 年 1-9 月		2022 年度	
		收入占比	毛利率	收入占比	占比
数字化效果营销	自有数字化效果营销	66.15%	48.82%	72.19%	81.19%
	外部数字化效果营销	33.85%	52.49%	27.81%	52.14%
	合计	100.00%	51.25%	100.00%	73.11%

2023 年 1-9 月，公司外部数字化效果营销毛利率较 2022 年度基本平稳，无较大波动，数字化效果营销业务毛利率下滑主要系自有数字化效果营销毛利率下滑且收入占比下滑，公司自有数字化效果营销主要基于其“新榜有赚”信息发布工具，2023 年起，由于抖音、小红书、腾讯等互联网社交平台的影响力日益增加，对公司自有产品产生较大冲击；此外，“新榜有赚”中小客户占比较大，对外部经济环境更为敏感，2023 年营销预算也有明显收缩。因此公司自有数字化效果营销业务规模下降较为明显，而当期人员成本未随之下降，因此毛利率大幅下滑。公司 2023 年下半年已调整该业务的发展战略，并于 9 月裁撤部分运营人员。报告期内，公司自有数字化效果营销收入占比较小，毛利率波动对公司生产经营未产生重大影响。

③内容数据管理与运营业务

内容数据管理与运营业务毛利率 2022 年度较 2021 年度上升了 6.55 个百分点，主要系新媒体数据产品及工具业务 2022 年度增加了小红书、视频号等新的媒体平台后规模大幅增长，但人员成本增长较小，导致毛利率同比上升；2023 年 1-9 月内容数据管理与运营业务毛利率为 72.74%，与 2022 年度不存在较大差异。

2. 与可比公司毛利率对比分析

公司	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
申请挂牌公司	12.72%	12.25%	13.54%
天下秀（证券代码：600556）	18.47%	21.75%	22.28%
悦普集团	/	17.56%	17.79%
可比公司平均值	18.47%	19.66%	20.04%
原因分析	2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司同行业可比公司毛利率均值分别为 20.04%、19.66%、18.47%。由上表可知，整体上看，报告期内公司毛利率略低于同行业平均水平，原因主要系不同公司的业务类型差异及规模差异所致。		

3. 其他分类

□适用 √不适用

4. 其他事项

√适用 □不适用

由于可比公司未按业务类别披露 2023 年 1-9 月毛利率情况，因此仅对比 2021 年度、2022 年度可比公司毛利率，分业务类别具体情况如下：

(1) 数字化内容营销业务

可比公司	对比业务	业务描述	2022 年度	2021 年度
天下秀	红人营销平台业务	提供基于平台数据分析的红人营销服务，根据客户需求选定新媒体供应商，为客户提供推广投放及相关服务	21.75%	22.25%
悦普集团	社交媒体广告投放代理业务	精准匹配并推荐 KOL 账号并协调完成广告投放	16.40% ^注	16.33%
新榜信息	数字化内容营销业务	为客户提供营销策划、内容制作、投放渠道供应商对接及排期表编制等全链条广告投放服务	7.15%	7.44%

注：1、可比公司毛利率数据来源于其公开渠道披露的定期报告；2、由于悦普集团未披露 2022 年度毛利率，该数据为根据其 2022 年半年度财务数据年化后的毛利率。

①与天下秀对比

公司毛利率低于天下秀，一方面是因为天下秀为新浪微博的关联方，在微博平台的媒体资源采购优势较为明显，对于具有新浪微博平台营销需求的客户拥有较强的议价能力，因此销售毛利率较高；另一方面是天下秀的红人营销平台业务中，包含基于自有技术开发的精准化一站式营销投放平台（WEIQ 平台），该业务类似公司的新榜有赚业务，公司的数字化效果营销业务虽然毛利率较高，但其收入占比较低，造成高毛利率业务对综合毛利率的结构影响较低。

②与悦普集团对比

经访谈公司管理层，公司数字化内容营销业务模式与悦普集团社交媒体广告投放代理业务基

本类似，毛利率偏低约 9 个百分点，主要原因系公司在微信、微博、B 站等低返点媒体平台投放量相对较高，而在抖音、小红书等高返点平台投放量低于悦普集团，此外，公司对部分大客户（如 2022 年的前五大拼多多、2021 年的前五大雅诗兰黛）采取了低价销售的策略，导致整体毛利率偏低。

综上，公司数字化内容营销业务毛利率低于可比公司具有合理性。

（2）数字化效果营销业务

可比公司	对比业务	业务描述	2022 年度	2021 年度
天下秀	红人营销平台业务	提供基于平台数据分析的红人营销服务，根据客户需求选定新媒体供应商，为客户提供推广投放及相关服务	21.75%	22.25%
新榜信息	数字化效果营销业务	通过自有平台或外部平台将需要发布的任务形式进行授权后，平台审核通过后，将任务推荐给经过平台审核通过的媒体主，媒体主接受任务并完成发布后可以获得相应报酬	73.11%	73.72%

注：可比公司毛利率数据来源于其公开渠道披露的定期报告。

报告期内，公司数字化效果营销业务毛利率较天下秀较高，主要原因如下：

天下秀红人营销平台业务包含了与公司较为可比的数字化内容营销和数字化效果营销两类业务，未拆分列示，由于数字化内容营销业务通常毛利率更低，因此合并列示的毛利率被拉低；天下秀的红人营销平台业务包含精准化一站式营销投放平台（WEIQ 平台）服务，其业务模式类似公司自有数字化效果营销服务“新榜有赚”。2019 年 9 月，天下秀在重组上市过程中披露的《广西慧金科技股份有限公司吸收合并北京天下秀科技股份有限公司暨关联交易报告书（修订稿）》中显示，其主营业务中“新媒体广告交易系统服务”采用净额法确认收入，2018 年该业务营业收入为 30,617.89 万元，营业成本为 18,794.46 万元，毛利率为 38.62%，成本构成主要为向关联方北京微梦创科网络技术有限公司（新浪微博的运营方）支付的平台分成及服务器托管费等，2018 年向该关联方的平台分成采购额为 18,372.93 万元，占当期新媒体广告交易系统服务营业成本的 97.76%。由于公司自有数字化效果营销服务“新榜有赚”为自建，无需向第三方支付平台费用，其成本为服务器费用及人工等，因此该业务毛利率较天下秀更高具有合理性。

此外，公司数字化效果营销业务中的自有数字化效果营销服务“新榜有赚”在实际业务开展中可比公司为江苏文旭信息技术股份有限公司的“迅蟒”产品，由于该公司尚未上市，无法通过公开途径获取其财务数据进行对比。

综上，公司数字化效果营销业务毛利率较高具有合理性。

（3）内容数据管理与运营业务

可比公司	对比业务	业务描述	2022 年度	2021 年度
宣亚国际（证券代码：300612）	数据技术服务产品	主要系依托自研的“巨浪技术平台”为政企客户提供数字化解决方案服务，产品包括了	83.54%	62.36%

		“现场云企业版”、内容营销 SaaS、“融媒视频智慧联播网”等		
利欧股份（证券代码：002131）	数字营销服务	覆盖营销策略和创意、媒体投放和执行、效果监测和优化、社会化营销、精准营销、流量整合等完整的服务链条，实现全产业链布局	41.77%	40.20%
平均值			62.66%	51.28%
新榜信息	内容数据管理与运营	内容数据管理及运营业务包括新媒体数据产品及工具、市场运营、版权分发、数据咨询等服务	73.17%	66.62%

注：可比公司毛利率数据来源于其公开渠道披露的定期报告。

公司内容数据管理与运营业务具体包括新媒体数据产品及工具、市场运营、版权分发、数据咨询，以及子公司羿幅元的电商运营、信创科技的软件开发等收入，各类收入均不大，毛利率差异较为明显。同行业业务分类相对较为可比的公司毛利率均值与公司差异不大，主要受业务结构影响。

综上所述，公司综合毛利率较低，主要系数字化内容营销业务毛利率较同行业偏低，具有合理性。

（五） 主要费用、占营业收入的比重和变化情况

1. 期间费用分析

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
营业收入（元）	1,042,507,131.89	1,543,221,252.20	1,270,056,835.35
销售费用（元）	28,186,817.23	35,248,258.02	38,149,175.02
管理费用（元）	32,985,131.89	44,537,786.51	59,629,090.22
研发费用（元）	45,424,765.51	56,832,907.93	45,817,818.53
财务费用（元）	9,427,316.62	10,023,784.85	9,674,114.72
期间费用总计（元）	116,024,031.25	146,642,737.31	153,270,198.49
销售费用占营业收入的比重	2.70%	2.28%	3.00%
管理费用占营业收入的比重	3.16%	2.89%	4.69%
研发费用占营业收入的比重	4.36%	3.68%	3.61%
财务费用占营业收入的比重	0.90%	0.65%	0.76%
期间费用占营业收入的比重总计	11.13%	9.50%	12.07%
原因分析	2021 年度、2022 年度、 2023 年 1-9 月 ，公司期间费用总计分别为 15,327.02 万元、14,664.27 万元、 11,602.40 万元 ，占营业收入的比重分别为 12.07%、9.50%、 11.13% ，整体波动不大，其中 2022 年度较 2021 年度下降 ，主要原因是 2021 年度由于公司与南京分布的诉讼影响计提预计负债 1,824.98 万元，并相应确认管理费用，剔除该因素影响后公司 2022 年度期间费用占营业收入的比例为 10.63%，基本保		

	持稳定；2023 年 1-9 月期间费用率较 2022 年度提升 1.63% 个百分点，主要系研发人员薪酬同比增加所致。
--	--

2. 期间费用主要明细项目

(1) 销售费用

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
职工薪酬	21,465,698.72	26,494,512.12	28,985,628.06
房屋租赁	2,291,658.45	3,171,522.66	2,737,373.50
办公费	1,345,577.18	2,027,380.11	1,909,873.18
业务招待费	1,336,624.19	1,006,439.66	1,802,917.60
销售业务费	968,134.21	2,104,870.78	1,590,116.68
差旅费	695,913.47	321,452.15	962,899.06
折旧与摊销	83,211.01	122,080.54	160,366.94
合计	28,186,817.23	35,248,258.02	38,149,175.02
原因分析	2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司销售费用分别为 3,814.92 万元、3,524.83 万元、2,818.68 万元，2022 年度较 2021 年度同比下降 7.60%，主要原因系公司 2022 年度对销售人员的激励机制有所调整，降低了成熟大客户项目服务团队的绩效奖金比例，因此销售人员薪酬同比下降 249.11 万元；此外，公司 2022 年受到新冠疫情的影响，减少了销售人员外出，销售费用中的业务招待费及差旅费减少，2023 年 1-9 月差旅费恢复正常。		

(2) 管理费用

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
职工薪酬	27,521,026.36	38,427,466.16	34,131,830.11
房屋租赁	1,756,902.23	2,166,538.00	2,319,701.09
办公费	1,561,178.70	1,611,093.64	1,838,436.44
中介机构费	1,280,463.50	1,347,075.61	1,572,638.56
差旅费	587,287.72	181,895.26	346,553.52
业务招待费	174,516.39	145,924.00	212,116.21
折旧与摊销	74,970.03	90,676.28	461,805.09
预计负债	-		18,249,815.50
其他	28,786.96	567,117.56	496,193.70

合计	32,985,131.89	44,537,786.51	59,629,090.22
原因分析	2021 年度、2022 年度、 2023 年 1-9 月 ，公司管理费用分别为 5,962.91 万元、4,453.78 万元、 3,298.51 万元 ，剔除 2021 年度因与南京分布诉讼计提的预计负债 1,824.98 万元后，公司管理费用分别为 4,137.93 万元、4,453.78 万元、 3,298.51 万元 ，基本保持平稳，其中 2022 年度较 2021 年度 同比增长 7.63%，主要系公司 2022 年度在新冠疫情及日益激烈的竞争市场环境中，仍然实现了较好的经营业绩，为加大激励力度，管理人员薪酬较 2021 年度有所增长。		

(3) 研发费用

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
职工薪酬	36,205,196.27	44,881,624.70	35,659,149.34
研发信息技术费	6,061,896.56	7,226,590.78	5,934,599.30
办公费	1,249,368.40	2,363,716.47	1,799,582.76
房屋租赁	1,069,112.47	1,766,858.58	1,757,258.41
差旅费	448,290.70	86,166.86	190,448.70
折旧与摊销	250,252.52	463,838.58	388,170.33
业务招待费	140,648.59	44,111.96	88,609.69
合计	45,424,765.51	56,832,907.93	45,817,818.53
原因分析	2021 年度、2022 年度、 2023 年 1-9 月 ，公司研发费用分别为 4,581.78 万元、5,683.29 万元、 4,542.48 万元 ，处于稳步上升的趋势，主要原因系：①公司 2022 年度加大了研发投入，研发需求增多，研发人员增加了约 30 人，研发职工薪酬较 2021 年度 同比增加 922.25 万元； 2023 年 9 月末研发人员数量回落，但当期薪酬仍较高 ；②随着公司业务规模的扩大，所需的云服务费等研发信息技术费逐年增长，2022 年度、 2023 年 1-9 月 均同比增长。		

(4) 财务费用

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
利息支出	9,716,676.69	10,028,959.22	9,343,965.28
减：利息收入	555,754.00	641,652.50	268,403.57

银行手续费	266,393.93	636,478.13	598,002.42
汇兑损益		-	550.59
合计	9,427,316.62	10,023,784.85	9,674,114.72
原因分析	2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司财务费用分别为 967.41 万元、1,002.38 万元、942.73 万元，主要由利息支出构成。报告期内公司利息支出金额较大，主要系公司营运资金较为紧张，通过应收账款保理业务和短期银行借款进行筹资并支付利息费用。		

3. 其他事项

□适用 √不适用

(六) 影响经营成果的其他主要项目

1. 其他收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
增值税加计抵减	5,072,428.18	10,376,314.03	8,654,859.85
政府补助	2,284,505.36	2,824,037.09	2,523,849.43
个税手续费返还	86,550.87	106,474.25	143,631.18
合计	7,443,484.41	13,306,825.37	11,322,340.46

具体情况披露

2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司其他收益分别为 1,132.23 万元、1,330.68 万元、744.35 万元，占利润总额的比例分别为 38.31%、49.42%、28.75%，占比较大，主要由增值税加计抵减、政府补助和个税手续费返还三部分构成。其中，增值税加计抵减为根据《关于深化增值税改革有关政策的公告》、《关于促进服务业领域困难行业纾困发展有关增值税政策的公告》等政策规定加计抵减的应纳税额，2022 年较 2021 年度随着营业收入的增长而同比增长，2023 年 1-9 月有所下降主要系优惠政策加计抵减比例由 10%降低为 5%所致；政府补助和个税手续费返还金额占比及波动均较小。

2. 投资收益

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
权益法核算的长期股权投资收益	-865,043.84	-2,875,010.42	-2,345,386.48
处置长期股权投资产生的投资收益	1,146,203.50	857,999.44	7,081,911.15
其他非流动金融资产在持有期间的投资收益			
处置其他非流动金融资产取得的投资	2,000,000.00		

收益			
交易性金融资产持有期间的投资收益 (新准则适用)		227,227.31	110,010.62
合计	2,281,159.66	-1,789,783.67	4,846,535.29

具体情况披露：

报告期内，公司投资收益主要由权益法核算的长期股权投资收益、处置长期股权投资产生的投资收益、处置其他非流动金融资产取得的投资收益和交易性金融资产持有期间的投资收益构成。2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司投资收益分别为 484.65 万元、-178.98 万元、228.12 万元，占利润总额的比例分别为 16.40%、-6.65%、8.81%，变动较大主要系报告期内处置长期股权投资产生的投资收益变动所致。

(1) 由权益法核算的长期股权投资收益

2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司由权益法核算的长期股权投资收益分别为-234.54 万元、-287.50 万元、-86.50 万元，分别为被投公司阅竞网络、本地圈（曾用名：玖桔教育）、骏创科技产生的投资收益，具体情况如下：

单位：万元

项目名称	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度
阅竞网络	-86.50	-230.39	-191.91
本地圈（曾用名：玖桔教育）	-	-	-23.30
骏创科技	-	-57.11	-19.33
合计	-86.50	-287.50	-234.54

(2) 处置长期股权投资产生的投资收益

2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司处置长期股权投资产生的投资收益分别为 708.19 万元、85.80 万元、114.62 万元，其中 2021 年度为处置阅竞网络部分股权、2022 年度为处置本地圈（曾用名：玖桔教育）、羿帽元股权、2023 年 1-9 月为处置信创科技所产生的投资收益，具体情况如下：

单位：万元

项目名称	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度
阅竞网络	-	-	708.19
本地圈（曾用名：玖桔教育）	-	-70.27	-
羿帽元	-	156.07	-
信创科技	114.62	-	-
合计	114.62	85.80	708.19

(3) 处置其他非流动金融资产取得的投资收益

报告期内，公司仅 2023 年 1-9 月因处置其他非流动金融资产北京攸行文化传播有限责任公

司的股权取得投资收益 200 万元。

(4) 交易性金融资产持有期间的投资收益

2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司交易性金融资产持有期间的投资收益分别为 11.00 万元、22.72 万元、0 万元，均为公司根据资金安排适时进行银行理财产品投资所实现的理财产品收益，金额占利润总额的比例较小，2023 年 1-9 月无理财投资。

3. 其他利润表科目

√适用 □不适用

单位：元

信用减值损失科目			
项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
应收账款坏账损失	-368,755.33	-23,295,299.95	-1,608,592.34
其他应收款坏账损失	672,387.20	-2,308,053.93	-2,312,314.06
合计	303,631.87	-25,603,353.88	-3,920,906.40

具体情况披露

2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司信用减值损失分别为-392.09 万元、-2,560.34 万元、30.36 万元，波动较大，2022 年信用减值损失为-2,560.34 万元主要系公司全资子公司北京新榜 2022 年度因主要客户北京开课吧信用风险较大，对其单项计提了坏账准备金额 2,172.56 万元所致。剔除该因素影响，公司报告期内信用减值损失波动不大。

单位：元

资产减值损失科目			
项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
存货跌价准备	-	-485,748.15	-246,470.85
合计	-	-485,748.15	-246,470.85

具体情况披露

报告期内，公司资产减值损失科目均为控股子公司羿幅元计提的存货跌价准备。公司于 2019 年收购羿幅元 68%股权，拟通过其电商运营经验和资源，涉足电商销售业务领域，羿幅元为开展电商业务进行了少量女装备货。报告期内，由于直播领域头部行业整顿以及疫情影响，羿幅元在该领域的发展受限，2021 年末、2022 年末分别按照存货成本高于其可变现净值的差额计提了存货跌价准备 24.65 万元、48.57 万元。2022 年 11 月，公司因战略发展剥离电商运营业务，处置了持有控股子公司上海羿幅元品牌管理有限公司 68%股权，不再将其纳入合并范围。

单位：元

营业外收入科目			
项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
报废物资	5,450.00	-	-

合计	5,450.00	-	-
----	----------	---	---

具体情况披露

报告期内，公司营业外收入系 2023 年 1-9 月处置了一批报废物资收益，金额很小，对公司经营成果不具有重大影响。

单位：元

营业外支出科目			
项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
税收滞纳金	-	15,292.86	10,213.61
其他	-	292.46	265.80
合计	-	15,585.32	10,479.41

具体情况披露

2021 年度、2022 年度、2023 年 1-9 月，公司营业外支出分别为 1.05 万元、1.56 万元、0 万元，主要为税收滞纳金，占当期利润总额的比例较小，对公司经营成果不具有重大影响。

4. 非经常性损益情况

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
非流动资产处置损益	2,281,159.66	857,999.44	7,081,911.15
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	1,016,505.36	1,560,037.09	63,849.43
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	-132,000.00	227,227.31	110,010.62
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	5,450.00	-15,585.32	-10,479.41
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	0	-18,249,815.50
减：所得税影响数	701,597.56	53,857.80	-1,651,740.61
少数股东权益影响额（税后）	0.00	15,620.31	8,965.23
非经常性损益净额	2,469,517.46	2,560,200.41	-9,361,748.33

5. 报告期内政府补助明细表

√适用 □不适用

单位：元

补助项目	2023 年 1 月—	2022 年度	2021 年度	与资产相	经常性/	备注
------	-------------	---------	---------	------	------	----

	9月			关/与收益 相关	非经常性 损益	
企业扶持资金	1,268,000.00	1,264,000.00	2,460,000.00	与收益相关	经常性	
北京市高精尖产业发展专项经费		500,000.00		与收益相关	非经常性	-
北京市文化企业“投贷奖”项目		300,576.00		与收益相关	非经常性	-
上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金	900,000.00	250,000.00		与收益相关	非经常性	-
其他补贴	116,505.36	509,461.09	63,849.43	与收益相关	非经常性	-

七、 资产质量分析

（一） 流动资产结构及变化分析

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023年1月—9月		2022年度		2021年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	38,876,402.03	5.43%	28,411,124.76	4.28%	73,621,669.38	14.24%
应收账款	393,436,824.31	54.94%	380,654,598.22	57.38%	310,309,053.96	60.03%
应收款项融资	86,707,204.59	12.11%	84,950,802.14	12.81%	38,588,983.05	7.46%
预付款项	47,162,002.27	6.59%	10,311,039.25	1.55%	13,746,023.17	2.66%
其他应收款	129,470,282.24	18.08%	141,751,861.34	21.37%	76,109,521.88	14.72%
存货	0.00	0.00%	0.00	0.00%	575,098.65	0.11%
其他流动资产	20,485,384.21	2.86%	17,269,028.14	2.60%	3,995,039.21	0.77%
合计	716,138,099.65	100.00%	663,348,453.85	100.00%	516,945,389.30	100.00%
构成分析	报告期内，公司流动资产主要由应收账款、应收款项融资、其他应收款组成，2021年末、2022年末、2023年9月末合计占流动资产的比例分别为82.22%、91.56%、85.13%，公司应收账款、应收款项融资、其他应收款主要为应收客户货款和应收供应商返利款，账龄较短，流动性较好。					

1、 货币资金

√适用 □不适用

（1） 期末货币资金情况

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
库存现金		-	-
银行存款	34,681,213.02	27,278,750.74	70,204,878.56
其他货币资金	4,195,189.01	1,132,374.02	3,416,790.82
合计	38,876,402.03	28,411,124.76	73,621,669.38
其中：存放在境外的款项总额		-	-

(2) 其他货币资金

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
保函保证金	-	-	2,865,000.00
信用证保证金	3,000,000.00		
支付宝	1,010,751.36	947,419.92	373,937.03
微信	184,437.65	184,954.10	177,853.79
合计	4,195,189.01	1,132,374.02	3,416,790.82

(3) 其他情况

√适用 □不适用

报告期内，公司货币资金主要由银行存款及其他货币资金构成，其中其他货币资金主要为保函保证金、信用证保证金和支付宝、微信账户余额。公司建立资金管理相关制度，对公司及子公司开立、使用支付宝、微信等虚拟账户进行了严格管控，报告期内上述制度执行良好，公司使用支付宝、微信账户开展少量业务符合业务需求和行业惯例。

2021 年末、2022 年末、2023 年 9 月末，公司货币资金余额分别为 7,362.17 万元、2,841.11 万元、3,887.64 万元，2022 年末同比下降主要系公司 2022 年底由于股改更名而发票开具、贴现办理进度变缓导致销售回款周期变长，从而造成期末货币资金余额同比下降较大；2023 年 9 月末货币资金余额较低主要系为双十一等营销活动预付了部分供应商货款。

报告期各期末，公司因抵押、质押或冻结等对使用有限制、有潜在回收风险的款项明细如下：

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
信用证保证金	3,000,000.00	-	-
保函保证金	-	-	2,865,000.00
合计	3,000,000.00	-	2,865,000.00

2、交易性金融资产

□适用 √不适用

3、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

☐适用 ☒不适用

4、 应收票据

☐适用 ☒不适用

5、 应收账款

☒适用 ☐不适用

(1) 应收账款按种类披露

☒适用 ☐不适用

单位：元

种类	2023年9月30日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	25,881,547.32	6.13%	25,881,547.32	100.00%	-
按组合计提坏账准备	396,330,332.56	93.87%	2,893,508.25	0.73%	393,436,824.31
合计	422,211,879.88	100.00%	28,775,055.57	6.82%	393,436,824.31

续：

种类	2022年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	25,672,746.65	6.28%	25,672,746.65	100.00%	-
按组合计提坏账准备	383,388,151.81	93.72%	2,733,553.59	0.71%	380,654,598.22
合计	409,060,898.46	100.00%	28,406,300.24	6.94%	380,654,598.22

续：

种类	2021年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备	3,231,087.31	1.02%	3,231,087.31	100.00%	
按组合计提坏账准备	312,188,966.94	98.98%	1,879,912.98	0.60%	310,309,053.96
合计	315,420,054.25	100.00%	5,111,000.29	1.62%	310,309,053.96

A、期末按单项计提坏账准备的应收账款

☒适用 ☐不适用

单位：元

2023年9月30日					
序号	应收账款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	北京开课吧	21,725,624.72	21,725,624.72	100.00%	预计无法收回
2	上海康斐信息技术有限公司	1,247,525.00	1,247,525.00	100.00%	预计无法收回
3	上海精思锐教育培训有限公司	1,010,592.63	1,010,592.63	100.00%	预计无法收回
4	奢雅品牌策划（上	762,000.00	762,000.00	100.00%	预计无法收

	海)有限公司				回
5	北京明椿科技有限公司	716,034.62	716,034.62	100.00%	预计无法收回
6	上海妍和文化传播有限公司	210,969.68	210,969.68	100.00%	预计无法收回
7	北京奈学教育科技有限公司	134,446.70	134,446.70	100.00%	预计无法收回
8	澳莱尔科技贸易(深圳)有限公司	54,057.37	54,057.37	100.00%	预计无法收回
9	高新区狮山曾仕强传统文化研究院	20,296.60	20,296.60	100.00%	预计无法收回
合计	-	25,881,547.32	25,881,547.32	100.00%	-

√适用 □不适用

单位：元

2022年12月31日					
序号	应收账款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	北京开课吧	21,725,624.72	21,725,624.72	100.00%	预计无法收回
2	上海康斐信息技术有限公司	1,247,525.00	1,247,525.00	100.00%	预计无法收回
3	上海精思锐教育培训有限公司	1,010,592.63	1,010,592.63	100.00%	预计无法收回
4	奢雅品牌策划(上海)有限公司	762,000.00	762,000.00	100.00%	预计无法收回
5	北京明椿科技有限公司	716,034.62	716,034.62	100.00%	预计无法收回
6	上海妍和文化传播有限公司	210,969.68	210,969.68	100.00%	预计无法收回
合计	-	25,672,746.65	25,672,746.65	100.00%	-

√适用 □不适用

单位：元

2021年12月31日					
序号	应收账款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	上海康斐信息技术有限公司	1,247,525.00	1,247,525.00	100.00%	预计无法收回
2	上海精思锐教育培训有限公司	1,010,592.63	1,010,592.63	100.00%	预计无法收回
3	奢雅品牌策划(上海)有限公司	762,000.00	762,000.00	100.00%	预计无法收回
4	上海妍和文化传播有限公司	210,969.68	210,969.68	100.00%	预计无法收回
合计	-	3,231,087.31	3,231,087.31	100.00%	-

B、按照组合计提坏账准备的应收账款

√适用 □不适用

单位：元

组合名称	账龄组合				
账龄	2023年9月30日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
6个月以内 (含6个月)	378,635,488.47	95.54%	1,893,177.48	0.50%	376,742,310.99
7个月至1年 (含1年)	15,749,815.01	3.97%	787,490.75	5.00%	14,962,324.26
1至2年(含2年)	1,853,343.52	0.47%	185,334.35	10.00%	1,668,009.17
2至3年(含3年)	91,685.56	0.02%	27,505.67	30.00%	64,179.89
3年以上	-	-	-	-	-
合计	396,330,332.56	100.00%	2,893,508.25	0.73%	393,436,824.31

续：

组合名称	账龄组合				
账龄	2022年12月31日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
6个月以内 (含6个月)	371,962,677.77	97.02%	1,859,813.41	0.50%	370,102,864.36
7个月至1年 (含1年)	7,649,884.51	2.00%	382,494.23	5.00%	7,267,390.28
1至2年(含2年)	3,207,154.53	0.84%	320,715.45	10.00%	2,886,439.08
2至3年(含3年)	568,435.00	0.15%	170,530.50	30.00%	397,904.50
3年以上					
合计	383,388,151.81	100.00%	2,733,553.59	0.71%	380,654,598.22

续：

组合名称	账龄组合				
账龄	2021年12月31日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
6个月以内 (含6个月)	307,402,013.01	98.47%	1,537,010.07	0.50%	305,865,002.94
7个月至1年 (含1年)	2,715,849.73	0.87%	135,792.49	5.00%	2,580,057.24
1至2年(含2年)	2,071,104.20	0.66%	207,110.42	10.00%	1,863,993.78
2至3年(含3年)					
3年以上					
合计	312,188,966.94	100.00%	1,879,912.98	0.60%	310,309,053.96

(2) 本报告期实际核销的应收账款情况

☐适用 ☒不适用

(3) 应收账款金额前五名单位情况

☒适用 ☐不适用

单位名称	2023 年 9 月 30 日			
	与本公司关系	金额（元）	账龄	占应收账款总额的比例
欧莱雅（中国）有限公司	非关联方	180,975,052.76	0-6 个月	42.86%
雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	非关联方	33,351,370.82	0-6 个月	7.90%
北京三快在线科技有限公司	非关联方	22,423,425.87	0-6 个月	5.31%
北京开课吧科技有限公司	非关联方	21,725,624.72	1-2 年	5.15%
比亚迪股份有限公司	非关联方	15,143,452.96	0-6 个月、7-12 个月	3.59%
合计	-	273,618,927.13	-	64.81%

续：

单位名称	2022 年 12 月 31 日			
	与本公司关系	金额（元）	账龄	占应收账款总额的比例
欧莱雅（中国）有限公司	非关联方	203,700,086.99	0-6 个月	49.80%
雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	非关联方	33,325,398.40	0-6 个月	8.15%
北京开课吧	非关联方	21,725,624.72	7-12 个月	5.31%
北京三快在线科技有限公司	非关联方	16,213,113.99	0-6 个月	3.96%
北京京东世纪贸易有限公司	非关联方	12,649,354.67	0-6 个月	3.09%
合计	-	287,613,578.77	-	70.31%

续：

单位名称	2021 年 12 月 31 日			
	与本公司关系	金额（元）	账龄	占应收账款总额的比例
欧莱雅（中国）有限公司	非关联方	149,026,284.90	0-6 个月	47.25%
雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	非关联方	45,157,376.77	0-6 个月	14.32%
联合利华（中国）有限公司	非关联方	20,681,307.00	0-6 个月、7-12 个月、1-2 年	6.56%
网易有道信息技术（北京）有限公司	非关联方	14,972,288.23	0-6 个月	4.75%
环胜电子商务（上	非关联方	7,403,239.86	0-6 个月	2.35%

海)有限公司				
合计	-	237,240,496.76	-	75.23%

(4) 各期应收账款余额分析

① 应收账款余额波动分析

公司 2021 年末、2022 年末、**2023 年 9 月末**的应收账款余额分别为 31,542.01 万元、40,906.09 万元、**42,221.19 万元**，增幅较大，主要原因如下：

- ①公司 2022 年度营业收入较 2021 年度增长了 21.51%，使得 2022 年末应收账款随之增加；
- ②公司 2022 年 11 月完成股改后公司名称发生变更，需要在部分大客户如欧莱雅、雅诗兰黛等处办理供应商更名相关流程，造成部分已达到结算条件的款项发票开具周期变缓，从而导致 2022 年 12 月回款同比大幅减少，期末应收账款增加；
- ③公司报告期内对主要客户的信用政策、结算方式未发生变化；
- ④从同行业可比公司来看，悦普集团 2022 年 6 月末应收账款余额较 2021 年末增长 7.77%，天下秀 2022 年末应收账款余额较 2021 年末增长 4.78%，变动趋势与公司一致，增幅较公司相对较小；
- ⑤**2023 年 9 月末应收账款余额较高主要系营销活动通常较双 11 等促销节日提前，因此 9 月较 12 月为销售旺季，广告投放较多，形成的应收账款随之增加。**

综上所述，公司应收账款上涨具有合理性。

② 公司期末余额合理性分析

公司 2021 年末、2022 年末、**2023 年 9 月末**应收账款余额占营业收入的比重分别为 24.84%、26.51%、**40.50%**，报告期内应收账款余额变动基本稳定。

公司 2021 年末、2022 年末、**2023 年 9 月末**按照组合计提坏账准备的应收账款账龄在 6 个月以内（含 6 个月）的应收账款占期末总应收账款余额的比例分别为 98.47%、97.02%、**95.54%**，应收账款账龄结构整体保持稳定。

综上，公司期末应收账款余额具有合理性。

截至 2023 年 12 月 15 日，公司期末应收账款期后回款 19,642.02 万元，期后回款比例 46.52%。

(5) 公司坏账准备计提政策谨慎性分析

可比公司应收账款依据账龄组合的计提坏账比例情况如下：

账龄	申请挂牌公司	悦普集团	天下秀（600556）
6 个月以内（含 6 个月）	0.50%	0.50%	-
7 个月至 1 年（含 1 年）	5.00%	5.00%	2.95%
1 至 2 年（含 2 年）	10.00%	10.00%	27.19%
2 至 3 年（含 3 年）	30.00%	30.00%	53.73%

3 年以上	100.00%	100.00%	100.00%
-------	---------	---------	---------

注：悦普集团、天下秀数据分别来自其在公开渠道披露的《主板首次公开发行股票招股说明书（申报稿）》、《向不特定对象发行可转换公司债券申请文件的审核问询函的回复》。

根据上表，公司账龄组合应收账款的坏账准备计提政策与同行业可比公司悦普集团一致，与天下秀不存在重大差异。公司坏账准备计提政策谨慎，坏账计提的比例及金额合理、充分。

(6) 应收关联方账款情况

☐适用 ☒不适用

(7) 其他事项

☐适用 ☒不适用

6、应收款项融资

☒适用 ☐不适用

(1) 应收款项融资分类列示

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
以公允价值计量的应收账款	86,707,204.59	84,950,802.14	38,588,983.05
合计	86,707,204.59	84,950,802.14	38,588,983.05

(2) 已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收款项融资

种类	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额	期末终止确认金额	期末未终止确认金额
以公允价值计量的应收账款	134,524,778.44	-	97,919,369.72	-	154,708,021.01	-
合计	134,524,778.44	-	97,919,369.72	-	154,708,021.01	-

(3) 其他情况

☒适用 ☐不适用

报告期内，公司与摩根大通银行签订《应收账款购买协议》，将公司对宝洁集团的合格应收款项贴现给摩根大通，公司将前述应收账款分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收账款，计入“应收款项融资”科目核算。其中，已贴现且在资产负债表日尚未到期的应收款项融资在“期末终止确认金额”中列示。

2021 年末、2022 年末、2023 年 9 月末，公司应收款项融资余额分别为 3,858.90 万元、8,495.08 万元、8,670.72 万元，2022 年末同比大幅上升主要系公司 2022 年第四季度由于股份制改制名称变更，暂停了办理宝洁集团的应收账款贴现业务，而公司 2023 年第三季度来自宝洁集团的订单量较 2022 年第四季度多，因此 2023 年 9 月末余额仍与 2022 年末基本相当，期后已逐步回落。

报告期各期末，公司应收款项融资科目列报的项目均为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收账款，不涉及应收票据。具体明细情况如下：

单位：万元

明细项目	客户名称	2023年9月30日	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其他综合收益的应收账款	宝洁集团	8,670.72	8,495.08	3,858.90
银行承兑汇票	-		-	-
商业承兑汇票	-		-	-
合计		8,670.72	8,495.08	3,858.90

公司与摩根大通银行（中国）有限公司上海分行（以下简称“摩根大通”）签订了《应收账款购买协议》，约定将公司对宝洁集团的合格应收款项贴现给摩根大通。根据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》等相关要求，公司于资产负债表日将前述应收账款分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收账款，并在“应收款项融资”科目中列报；相关计提的坏账确认为“其他综合收益”，并在“其他债权投资的公允价值变动”中列报。

《应收账款购买协议》约定，“作为支付购买价款的对价，在确认书中列明的每一指定应收账款以及卖方对该指定应收账款拥有的所有权利、所有权和利益将自购买日起一并由卖方绝对地转让给买方”，公司认为前述应收账款的出售不附有追索权，主要风险和报酬已经转移，可以满足终止确认条件，因此在资产负债表日终止确认已贴现且尚未到期的应收账款。

综上所述，公司关于应收款项融资的会计核算及财务报表列示符合《企业会计准则》相关规定。

7、预付款项

√适用 □不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：元

账龄	2023年9月30日		2022年12月31日		2021年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内（含1年）	47,162,002.27	100.00%	10,311,039.25	100.00%	13,746,023.17	100.00%
1至2年（含2年）	-		-	-	-	-
2至3年（含3年）	-		-	-	-	-
3年以上	-		-	-	-	-
合计	47,162,002.27	100.00%	10,311,039.25	100.00%	13,746,023.17	100.00%

(2) 预付款项金额前五名单位情况

√适用 □不适用

2023年9月30日					
单位名称	与本公司关系	金额（元）	占期末余额的比例	账龄	款项性质
薯一薯二文化传媒（上海）有限公司	非关联方	26,286,098.24	55.74%	1年以内	预付采购款
美腕（上海）网络科技有限公司	非关联方	6,890,000.00	14.61%	1年以内	预付采购款
天下秀广告有限公司	非关联方	2,110,876.00	4.48%	1年以内	预付采购款
深圳我买家公司网络科技有限公司	非关联方	961,404.23	2.04%	1年以内	预付采购款
上海亦芯文化传媒有限公司	非关联方	919,926.39	1.95%	1年以内	预付采购款
合计	-	37,168,304.86	78.82%	-	-

续：

2022年12月31日					
单位名称	与本公司关系	金额（元）	占期末余额的比例	账龄	款项性质
武汉巨量星图科技有限公司	非关联方	5,617,701.87	54.48%	1年以内	预付采购款
沃生（北京）科技有限公司	非关联方	1,250,000.00	12.12%	1年以内	预付采购款
天下秀广告有限公司	非关联方	1,044,620.00	10.13%	1年以内	预付采购款
广东爱瓦力科技股份有限公司	非关联方	635,653.79	6.16%	1年以内	预付采购款
阿里云计算有限公司	非关联方	277,598.01	2.69%	1年以内	预充值款
合计	-	8,825,573.67	85.58%	-	-

续：

2021年12月31日					
单位名称	与本公司关系	金额（元）	占期末余额的比例	账龄	款项性质
行吟信息科技有限公司（上海）有限公司	非关联方	8,186,933.38	59.56%	1年以内	预付采购款
北京世间万相文化传媒有限公司	非关联方	1,200,000.00	8.73%	1年以内	预付采购款
上海兴紫文化传媒中心	非关联方	1,010,000.00	7.35%	1年以内	预付采购款

上海世之相文化传媒有限公司	非关联方	700,000.00	5.09%	1 年以内	预付采购款
上海易通机械实业有限公司	非关联方	302,451.00	2.20%	1 年以内	预付房租
合计	-	11,399,384.38	82.93%	-	-

（3）最近一期末账龄超过一年的大额预付款项情况

☐适用 ☒不适用

（4）其他事项

☐适用 ☒不适用

8、其他应收款

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
其他应收款	129,470,282.24	141,751,861.34	76,109,521.88
应收利息		-	-
应收股利		-	-
合计	129,470,282.24	141,751,861.34	76,109,521.88

（1）其他应收款情况

①其他应收款按种类披露

☒适用 ☐不适用

单位：元

坏账准备	2023 年 9 月 30 日							
	第一阶段		第二阶段		第三阶段		合计	
	未来 12 个月预期信用损失		整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）		整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）			
	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备	账面金额	坏账准备		
按单					1,340,000.00	1,340,000.00	1,340,000.00	1,340,000.00

项 计 提 坏 账 准 备									
按 组 合 计 提 坏 账 准 备	133,170,772 .71	3,700,490 .47						133,170,772 .71	3,700,490 .47
合 计	133,170,772 .71	3,700,490 .47			1,340,000 .00	1,340,000 .00		134,510,772 .71	5,040,490 .47

续:

坏账准备	2022 年 12 月 31 日							
	第一阶段		第二阶段		第三阶段		合计	
	未来 12 个月预期信用损失		整个存 续期预 期信用 损失 （未发 生信用 减值）		整个存 续期预 期信用 损失 （已发 生信用 减值）			
	账面金额	坏账准备	账 面 金 额	坏 账 准 备	账 面 金 额	坏 账 准 备	账面金额	坏账准备
按单项计提 坏账准备	-	-	-	-	-	-	-	-
按组合计提 坏账准备	147,464,739.01	5,712,877.67	-	-	-	-	147,464,739.01	5,712,877.67
合计	147,464,739.01	5,712,877.67	-	-	-	-	147,464,739.01	5,712,877.67

续:

坏账准备	2021 年 12 月 31 日							
	第一阶段		第二阶段		第三阶段		合计	
	未来 12 个月预期信用损失		整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）		整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）			
	账面金额	坏账准备	账面	坏账	账面金	坏账准	账面金额	坏账准备

			金 额	准 备	额	备		
按单项计提 坏账准备	-	-	-	-	-	-	-	-
按组合计提 坏账准备	79,514,345.62	3,404,823.74	-	-	-	-	79,514,345.62	3,404,823.74
合计	79,514,345.62	3,404,823.74	-	-	-	-	79,514,345.62	3,404,823.74

A、单项计提坏账准备的其他应收款：

√适用 □不适用

单位：元

2023年9月30日					
序号	其他应收款内容	账面金额	坏账准备	计提比例	计提理由
1	维京(大连)管理 咨询有限公司	1,340,000.00	1,340,000.00	100%	预计无法收回
合计	-	1,340,000.00	1,340,000.00	100%	-

□适用 √不适用

□适用 √不适用

B、按照组合计提坏账准备的其他应收款：

√适用 □不适用

单位：元

组合名称	账龄组合				
账龄	2023年9月30日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
6个月以内 (含6个月)	94,408,441.82	70.89%	472,042.22	0.50%	93,936,399.60
7个月至1年 (含1年)	34,650,714.90	26.02%	1,732,535.75	5.00%	32,918,179.15
1至2年(含 2年)	2,419,116.99	1.82%	241,911.70	10.00%	2,177,205.29
2至3年(含 3年)	626,426.00	0.47%	187,927.80	30.00%	438,498.20
3年以上	1,066,073.00	0.80%	1,066,073.00	100.00%	0.00
合计	133,170,772.71	100.00%	3,700,490.47	-	129,470,282.24

续：

组合名称	账龄组合				
账龄	2022年12月31日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
6个月以内 (含6个月)	81,647,155.78	55.37%	408,235.78	0.50%	81,238,920.00
7个月至1年 (含1年)	58,534,265.94	39.69%	2,926,713.30	5.00%	55,607,552.64

1 至 2 年（含 2 年）	4,515,543.30	3.06%	451,554.33	10.00%	4,063,988.97
2 至 3 年（含 3 年）	1,201,999.60	0.82%	360,599.88	30.00%	841,399.72
3 年以上	1,565,774.39	1.06%	1,565,774.39	100.00%	
合计	147,464,739.01	100.00%	5,712,877.68	-	141,751,861.33

续：

组合名称	账龄组合				
账龄	2021 年 12 月 31 日				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
6 个月以内（含 6 个月）	51,427,081.25	64.68%	257,135.40	0.50%	51,169,945.85
7 个月至 1 年（含 1 年）	23,277,056.35	29.27%	1,163,852.82	5.00%	22,113,203.53
1 至 2 年（含 2 年）	2,420,847.07	3.04%	242,084.71	10.00%	2,178,762.37
2 至 3 年（含 3 年）	925,157.33	1.16%	277,547.20	30.00%	647,610.13
3 年以上	1,464,203.61	1.84%	1,464,203.61	100.00%	
合计	79,514,345.61	100.00%	3,404,823.74	-	76,109,521.88

②按款项性质列示的其他应收款

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	账面价值
返利款	111,038,032.36	1,701,749.13	109,336,283.23
未投放消耗的虚拟币	17,215,665.57	620,744.63	16,594,920.94
往来款	1,340,000.00	1,340,000.00	0.00
押金及保证金	4,317,803.59	1,365,050.34	2,952,753.25
备用金及其他	599,271.19	12,946.37	586,324.82
合计	134,510,772.71	5,040,490.47	129,470,282.24

续：

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	账面价值
返利款	122,468,162.10	3,737,466.51	118,730,695.59
未投放消耗的虚拟币	17,890,787.39	89,453.94	17,801,333.45
往来款	2,590,000.00	116,750.00	2,473,250.00
押金及保证金	4,329,854.18	1,747,652.55	2,582,201.63
备用金及其他	185,935.34	21,554.68	164,380.66
合计	147,464,739.01	5,712,877.67	141,751,861.34

续：

项目	2021 年 12 月 31 日
----	------------------

	账面余额	坏账准备	账面价值
返利款	65,767,356.80	1,478,763.82	64,288,592.98
未投放消耗的虚拟币	8,270,894.66	41,354.47	8,229,540.19
往来款	156,490.00	12,045.00	144,445.00
押金及保证金	4,921,801.49	1,859,144.84	3,062,656.65
备用金及其他	397,802.67	13,515.61	384,287.06
合计	79,514,345.62	3,404,823.74	76,109,521.88

③本报告期实际核销的其他应收款情况

☐适用 ☒不适用

④其他应收款金额前五名单位情况

☒适用 ☐不适用

单位名称	2023 年 9 月 30 日				占其他应收款总额的比例
	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	
深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	未投放消耗的虚拟币、返利款	17,622,053.91	6 个月以内、7 至 12 个月	13.10%
江苏瞬视而为信息科技有限公司	非关联方	返利款	9,118,378.04	6 个月以内、7 至 12 个月	6.78%
薯一薯二文化传媒（上海）有限公司	非关联方	返利款	5,312,454.53	6 个月以内	3.95%
长沙丁丁文化传媒有限公司	非关联方	返利款	4,197,807.28	6 个月以内、7 至 12 个月	3.12%
杭州缙苏文化传播有限公司	非关联方	返利款	3,543,910.00	6 个月以内、7 至 12 个月	2.63%
合计	-	-	39,794,603.76	-	29.58%

续：

单位名称	2022 年 12 月 31 日				占其他应收款总额的比例
	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	
深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	未投放消耗的虚拟币、返利款	23,630,584.64	6 个月以内、7 至 12 个月	16.02%
江苏瞬视而为信息科技有限公司	非关联方	返利款	22,324,497.50	6 个月以内、7 至 12 个月	15.14%
苏州大禹数字文化科技集团有限公司	非关联方	返利款	9,222,276.78	6 个月以内、7 至 12 个月、1 至 2 年、2 至 3 年	6.25%

宁波侵尘文化传媒有限公司	非关联方	返利款	6,988,980.00	6 个月以内、7 至 12 个月	4.74%
杭州缙苏文化传播有限公司	非关联方	返利款	5,096,770.57	6 个月以内、7 至 12 个月	3.46%
合计	-	-	67,263,109.49	-	45.61%

续：

单位名称	2021 年 12 月 31 日				占其他应收款总额的比例
	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	
深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	未投放消耗的虚拟币、返利款	10,339,825.88	6 个月以内、7 至 12 个月	13.00%
江苏瞬视而为信息科技有限公司	非关联方	返利款	9,879,030.00	6 个月以内、7 至 12 个月	12.42%
苏州大禹数字文化科技集团有限公司	非关联方	返利款	3,314,144.26	6 个月以内、7 至 12 个月、1 至 2 年	4.17%
行吟信息科技有限公司（上海）有限公司	非关联方	返利款	3,286,350.89	6 个月以内	4.13%
宁波侵尘文化传媒有限公司	非关联方	返利款	3,176,788.28	6 个月以内、7 至 12 个月	4.00%
合计	-	-	29,996,139.31	-	37.72%

⑤其他应收关联方账款情况

√适用 □不适用

详见本节“九、关联方、关联关系及关联交易”之“（四）关联交易及其对财务状况和经营成果的影响”之“3、关联方往来情况及余额”。

⑥其他事项

√适用 □不适用

2021 年末、2022 年末、**2023 年 9 月末**，公司其他应收款净额分别为 7,610.95 万元、14,175.19 万元、**12,947.03 万元**，主要由公司应收供应商返利款和未投放消耗的虚拟币构成。

A.返利款

报告期内，公司返利款主要系向供应商采买新媒体广告资源的过程中，返利供应商根据行业惯例，向广告营销公司以采购额相关的基数乘以返利比例进行现金返利的情况。

2021 年末、2022 年末、**2023 年 9 月末**，公司其他应收款中返利款余额分别为 6,576.74 万元、12,246.82 万元、**11,103.80 万元**，增幅较大，主要原因如下：a.公司 2022 年度和 **2023 年 1-9 月**业务规模扩大，导致采购新媒体流量费规模增加，因此返利款增加；b.公司 2022 年度加大了与供应商的商务谈判力度，2022 年度平均返利比例较 2021 年度有所提升，**2023 年 1-9 月该比例进一步提升**；c.公司 2022 年度和 **2023 年 1-9 月**采购抖音、小红书等高返利平台媒体资源占比有所提

高。

B.未投放消耗的虚拟币

报告期内，公司未投放消耗的虚拟币系腾讯公司广点通平台的虚拟币，可以在微信、QQ 等腾讯系互联网平台中消耗。公司开展业务的过程中向客户腾讯公司提供红人资源等市场运营服务，腾讯公司通过广点通平台虚拟币与公司进行结算，期末公司尚未投放消耗的虚拟币计入其他应收款。报告期内，公司消耗腾讯公司虚拟币的业务主要为数字化效果广告服务，公司为客户提供微信朋友圈信息流类等效果广告服务时，通常通过充值购买腾讯公司广点通虚拟币采购微信平台的新媒体流量费。

2021 年末、2022 年末、**2023 年 9 月末**，公司其他应收款中未投放消耗的虚拟币余额分别为 827.09 万元、1,789.08 万元、**1,721.57 万元**，增幅较大，主要原因如下：a.公司 2022 年度因北京开课吧客户坏账原因短期控制了外部平台效果广告业务规模，该业务所需的新媒体流量费相应减少，公司账户中的腾讯广点通虚拟币消耗也相应减少；b.2022 年度因提供市场运营服务向腾讯收取的广点通虚拟币收入结算较晚，导致期末存量增加；c. **2023 年 1-9 月，公司使用未投放消耗的虚拟币较少，余额较 2022 年末变动不大。**

除上述两项外，公司报告期内其余其他应收款为往来款、押金及保证金、备用金及其他，2021 年末、2022 年末、**2023 年 9 月末**，三者合计余额分别为 547.61 万元、710.58 万元、**625.71 万元**，占其他应收款余额的比例分别为 6.89%、4.82%、**4.65%**，影响较小。

(2) 应收利息情况

☐适用 ☒不适用

(3) 应收股利情况

☐适用 ☒不适用

9、存货

☒适用 ☐不适用

(1) 存货分类

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	-	-	
在产品	-	-	
库存商品	-	-	
周转材料	-	-	
消耗性生物资产	-	-	
合计	-	-	

续：

项目	2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	-	-	-

在产品	-	-	-
库存商品	-	-	-
周转材料	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-
合计	-	-	-

续:

项目	2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	-	-	-
在产品	-	-	-
库存商品	821,569.50	246,470.85	575,098.65
周转材料	-	-	-
消耗性生物资产	-	-	-
合计	821,569.50	246,470.85	575,098.65

(2) 存货项目分析

2021 年末、2022 年末、**2023 年 9 月末**，公司存货余额分别为 57.51 万元、0 万元、**0 万元**，主要系控股子公司羿幅元开展电商业务的女装备货。2022 年 11 月，公司因战略发展剥离电商运营业务，处置了持有控股子公司上海羿幅元品牌管理有限公司 68% 股权，不再将其纳入合并范围。

(3) 建造合同形成的已完工未结算资产

□适用 √不适用

10、合同资产

□适用 √不适用

11、持有待售资产

□适用 √不适用

12、一年内到期的非流动资产

□适用 √不适用

13、其他主要流动资产

√适用 □不适用

(1) 其他主要流动资产余额表

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
待抵扣进项税	20,386,119.36	17,129,675.02	3,995,039.21
预缴企业所得税	99,264.85	139,353.12	-
合计	20,485,384.21	17,269,028.14	3,995,039.21

(2) 其他情况

□适用 √不适用

(二) 非流动资产结构及变化分析

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
长期股权投资	0.00	0.00%	865,043.84	2.92%	4,465,157.56	14.72%
其他非流动金融资产	2,096,500.00	7.10%	2,228,500.00	7.53%	1,428,500.00	4.71%
固定资产	5,142.74	0.02%	5,142.74	0.02%	5,142.74	0.02%
使用权资产	21,181,261.48	71.77%	21,346,115.66	72.09%	19,530,062.39	64.38%
长期待摊费用	385,834.71	1.31%	692,378.36	2.34%	861,426.27	2.84%
递延所得税资产	5,843,677.23	19.80%	4,474,542.43	15.11%	4,044,403.95	13.33%
合计	29,512,416.16	100.00%	29,611,723.03	100.00%	30,334,692.91	100.00%
构成分析	报告期内，公司非流动资产主要由使用权资产、递延所得税资产组成，2021 年末、2022 年末、2023 年 9 月末合计占非流动资产的比例分别为 77.71%、87.20%、91.57%，公司使用权资产主要为日常经营所租赁的办公场所，递延所得税资产主要为坏账准备、预计负债和可抵扣亏损形成的可抵扣暂时性差异形成。					

1、 债权投资

□适用 √不适用

2、 可供出售金融资产

□适用 √不适用

3、 其他债权投资

□适用 √不适用

4、 其他权益工具投资

□适用 √不适用

5、 长期股权投资

√适用 □不适用

(1) 长期股权投资分类

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日			
	年初余额	本期增加	本期减少	期末余额
对合营企业投资	-			
对联营企业投资	12,165,043.84		865,043.84	11,300,000.00
小计	12,165,043.84		865,043.84	11,300,000.00
减：长期股权投资减值准备	11,300,000.00			11,300,000.00
合计	865,043.84		865,043.84	-

续：

项目	2022 年 12 月 31 日			
	年初余额	本期增加	本期减少	期末余额
对合营企业投资	-	-	-	-

对联营企业投资	15,765,157.56	989,269.77	4,589,383.49	12,165,043.84
小计	15,765,157.56	989,269.77	4,589,383.49	12,165,043.84
减：长期股权投资减值准备	11,300,000.00	-	-	11,300,000.00
合计	4,465,157.56	989,269.77	4,589,383.49	865,043.84

续：

项目	2021 年 12 月 31 日			
	年初余额	本期增加	本期减少	期末余额
对合营企业投资	-	-	-	-
对联营企业投资	13,400,022.66	490,000.00	2,509,868.96	15,765,157.56
小计	13,400,022.66	490,000.00	2,509,868.96	15,765,157.56
减：长期股权投资减值准备	11,300,000.00	-	-	11,300,000.00
合计	2,100,022.66	5,108,033.92	2,742,899.02	4,465,157.56

(2) 对合营企业投资和联营企业投资

√适用 □不适用

单位：元

被投资单位名称	2023 年 9 月 30 日						
	本企业持股比例	本企业在被投资单位表决权比例	期初账面价值	本期追加	本期处置	权益法下确认的投资损益	期末账面价值
一、合营企业							
-							
二、联营企业							
阅竞网络	7.11%	7.11%	865,043.84			-	0.00
						865,043.84	
合计			865,043.84			-	0.00
						865,043.84	

续：

被投资单位名称	2022 年 12 月 31 日						
	本企业持股比例	本企业在被投资单位表决权比例	期初账面价值	本期追加	本期处置	权益法下确认的投资损益	期末账面价值
一、合营企业							
-							
二、联营企业							
阅竞网络	7.11%	7.11%	2,454,077.93			-	865,043.84
						2,303,903.86	
本地圈（曾用名：玖桔教育）	0.00%	0.00%	1,714,373.07		-		
				1,714,373.07			
骏创科技（大连）有限公司	23.7797%	23.7797%	296,706.56	274,400.00		-571,106.56	
合计			4,465,157.56	274,400.00	-	-	865,043.84
				1,714,373.07		2,875,010.42	

续：

被投资单位名称	2021年12月31日						
	本企业持股比例	本企业在被投资单位表决权比例	期初账面价值	本期追加	本期处置	权益法下确认的投资损益	期末账面价值
一、合营企业							
-							
二、联营企业							
阅竞网络	7.37%	7.37%	152,619.53		-397,512.54	-1,919,062.98	2,454,077.93
本地圈（曾用名：玖桔教育）	6.135%	6.135%	1,947,403.13			-233,030.06	1,714,373.07
骏创科技（大连）有限公司	23.7797%	23.7797%		490,000.00		-193,293.44	296,706.56
合计			2,100,022.66	490,000.00	-397,512.54	-2,345,386.48	4,465,157.56

(3) 其他事项

√适用 □不适用

①截至报告期末，公司长期股权投资明细情况如下：

单位：万元

投资主体	被投资公司	账面原值	减值准备	账面净值
新榜信息	阅竞网络	0.00	-	0.00
欣榜加塑	广州百神文化传播有限公司	480.00	480.00	0.00
新榜信息	上海菜花文化传媒有限公司	300.00	300.00	0.00
新榜信息	上海益采信息技术有限公司	200.00	200.00	0.00
欣榜加塑	厦门大象映画文化传播有限公司	150.00	150.00	0.00
合计		1,130.00	1,130.00	0.00

②公司报告期内联营企业截至报告期末的具体情况

联营企业	主营业务的具体情况	成立以来财务状况和经营成果	投资背景和原因	历次投资情况及会计核算方法	是否持续亏损	是否需要计提减值准备
阅竞网络	提供音视频制作协同中的版本管理，分享审片，云监看等功能产品，帮助提升生产协同双方的分享审核效率	阅竞网络自2017年至本报告期末，共计完成了5轮融资，最新估值为4.9亿元；报告期内，因产品持续迭代更新，研发投入持续增长导致亏损。报告期内净利润分别为-1,998万元、-3,124万元、-1,600万元，报告期末净	公司看好其团队（联合创始人兼CTO黄勇，拥有15年以上的软件开发与互联网从业经验，曾任特赞CTO及阿里巴巴高级架构师；目前产研团队人员占比已达70%）和业务发	2017年公司对阅竞网络投资300万元，报告期内在阅竞网络融资过程中，公司曾转让部分股权，截至报告期末尚持有其7.37%的股权。且在阅竞网络的董事会享有一个董事席位，对被投资公司具有重大影响，因	是	否；阅竞网络于报告期内曾进行多次融资，参考融资估值不存在减值迹象，无需计提减值准备。 2023年9月末，按权益法核算阅竞网络的账面价值余额为0，无需计提减值准备。

		资产金额为 108 万元。	展并于 2017 年对其投资	此按照权益法核算该项长期股权投资		
本地圈（曾用名：玖桔教育）	K12 教育新媒体及在线教育领域的自媒体公众号矩阵运营、H5 及小程序等互联网产品的开发以及在线教育平台的搭建以及知识付费在线课程的生产	本地圈经营状况正常，但报告期内受到“双减”政策出台，利润下滑，后期业务逐步停滞。2021 年度净利润为 -200 万元，2021 年末的净资产金额为 1,576 万元。至 2022 年公司已处置本地圈的相关股权。	2017 年相关类型业务发展迅猛，公司看好其发展并对其财务投资	2018 年公司及其子公司欣榜加盟对本地圈合计投资 210 万元，处置相关股权前，公司累计持有本地圈 11.66% 的股权，且在本地圈的董事会享有一个董事席位，故对被投资公司具有重大影响。因此公司在对本地圈进行处置前，按照权益法核算该项长期股权投资。	是	否；报告期内，公司已处置本地圈的相关股权，无需计提减值准备。2021 年末参考本地圈的净资产规模及公司所持有的股比并比对本地图的账面价值，无需计提减值准备。
骏创科技	为公司子公司信创科技与中电名骏科技（大连）有限公司共同设立，主营业务为开发和运营中电汇电商平台	由于相关平台实际于 2022 年投入运营，前期研发投入成本等开支较高。报告期内净利润分别为 -39 万元、-121 万元，2022 年末净资产金额为 -4 万元。	公司子公司信创科技与中电名骏科技（大连）有限公司共同设立	公司的子公司信创科技对骏创科技累计投资 76.44 万元，截止 2022 年末信创科技持有其 49% 的股权，对被投资公司具有重大影响，因此按权益法核算该项长期股权投资。2023 年 4 月，公司转让子公司信创科技的股权，转让后骏创科技不再属于公司的联营企业。	是	否；2022 年末骏创科技按权益法核算已无账面价值，无需计提减值准备。2021 年骏创科技尚处于研发投入的发展初期，亦不存在明显减值迹象。

③报告期内处置股权的详细情况

A. 处置阅竞网络部分股权

2021 年 7 月，在阅竞网络进行 A 轮融资的过程中，公司与 A 轮投资人签订《关于上海阅竞网络科技有限公司之股东协议》，将其持有的 159,500 股股权以 755.55 万元的价格分别转让给宁波鼎甫企业管理咨询合伙企业（有限合伙）、苏州金沙江联合三期股权投资合伙企业（有限合伙）、苏州中新博通金世创业投资合伙企业（有限合伙），取得了不错的投资收益。

根据《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》第十七条：“处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，应当计入当期损益。”公司将股权转让款与处置的部分股权对应的账面价值之间的差额确认了投资收益，符合《企业会计准则》的相关规定。

B. 处置本地圈股权

因本地圈受到“双减”政策的影响，公司预计本地圈的未来发展规模有限，拟收回相关投资款。2022 年 3 月，公司与本地圈签署了《关于玖桔（北京）教育科技有限公司之减少注册资本协议》（简称“减资协议”），协议约定本地圈以人民币 100 万元的回购价格回购公司持有的全部股权。相关金额已于报告期内全部收回。

根据《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》第十七条：“处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，应当计入当期损益。”公司将回购款与**本地圈**减资前的账面价值之间的差额确认了投资收益，符合《企业会计准则》的相关规定。

综上所述，公司报告期内处置联营企业股权的原因具有合理性，会计处理符合《企业会计准则》有关规定。

6、其他非流动金融资产

√适用 □不适用

(1) 其他非流动金融资产情况

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	2,096,500.00	2,228,500.00	1,428,500.00
其中：非上市权益性投资	2,096,500.00	2,228,500.00	1,428,500.00
合计	2,096,500.00	2,228,500.00	1,428,500.00

(2) 其他情况披露

√适用 □不适用

截至报告期末，公司其他非流动金融资产明细如下：

单位：万元

投资主体	被投资公司	账面原值	减值准备	账面净值
新榜信息	插坐科技（北京）有限公司	142.85	-	142.85
新榜信息	北京崇和致瑞传媒科技有限公司	50.00	-	50.00
新榜信息	安徽新榜文化科技有限公司	30.00	30.00	-
新榜信息	宁波一半一半企业管理咨询有限公司	16.80	-	16.80
欣榜加塑	北京一度飞行科技有限公司	55.00	55.00	-
欣榜加塑	厦门海潮音信息技术有限公司	50.00	50.00	-
欣榜加塑	北京清然网络科技有限公司	48.84	48.84	-
欣榜加塑	北京陈茂源文化传播有限公司	30.00	30.00	-
欣榜加塑	北京自鱼自乐信息科技有限公司	30.00	30.00	-
合计		453.49	243.84	209.65

7、固定资产

√适用 □不适用

(1) 固定资产变动表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 9 月 30 日
一、账面原值合计：	102,854.70			102,854.70
电子设备	102,854.70			102,854.70
机器设备				
运输工具				
二、累计折旧合计：	97,711.96			97,711.96
电子设备	97,711.96			97,711.96
机器设备				
运输工具				
三、固定资产账面净值合计	5,142.74			5,142.74
电子设备	5,142.74			5,142.74
机器设备				
运输工具				
四、减值准备合计	-			-
电子设备				
机器设备				
运输工具				
五、固定资产账面价值合计	5,142.74			5,142.74
电子设备	5,142.74			5,142.74
机器设备				
运输工具				

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
一、账面原值合计：	102,854.70	-	-	102,854.70
电子设备	102,854.70			102,854.70
机器设备				
运输工具				
二、累计折旧合计：	97,711.96	-	-	97,711.96
电子设备	97,711.96			97,711.96
机器设备				
运输工具				
三、固定资产账面净值合计	5,142.74	-	-	5,142.74
电子设备	5,142.74			5,142.74
机器设备				
运输工具				
四、减值准备合计	-	-	-	-
电子设备				
机器设备				
运输工具				
五、固定资产账面价值合计	5,142.74	-	-	5,142.74
电子设备	5,142.74			5,142.74
机器设备				

运输工具				
------	--	--	--	--

续:

项目	2021 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
一、账面原值合计:	102,854.70	-	-	102,854.70
电子设备	102,854.70	-	-	102,854.70
机器设备				
运输工具				
二、累计折旧合计:	97,711.96	-	-	97,711.96
电子设备	97,711.96			97,711.96
机器设备				
运输工具				
三、固定资产账面净值合计	5,142.74	-	-	5,142.74
电子设备	5,142.74			5,142.74
机器设备				
运输工具				
四、减值准备合计	-	-	-	-
电子设备				
机器设备				
运输工具				
五、固定资产账面价值合计	5,142.74	-	-	5,142.74
电子设备	5,142.74			5,142.74
机器设备				
运输工具				

(2) 固定资产清理

□适用 √不适用

(3) 其他情况

□适用 √不适用

8、使用权资产

√适用 □不适用

(1) 使用权资产变动表

√适用 □不适用

单位: 元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 9 月 30 日
一、账面原值合计:	38,772,075.55	7,450,140.55	1,608,469.20	44,613,746.90
房屋租赁	38,772,075.55	7,450,140.55	1,608,469.20	44,613,746.90
二、累计折旧合计:	17,425,959.89	6,887,034.64	880,509.11	23,432,485.42
房屋租赁	17,425,959.89	6,887,034.64	880,509.11	23,432,485.42
三、使用	21,346,115.66	563,105.91	727,960.09	21,181,261.48

权资产账面净值合计				
房屋租赁	21,346,115.66	563,105.91	727,960.09	21,181,261.48
四、减值准备合计	-			
房屋租赁				
五、使用权资产账面价值合计	21,346,115.66	563,105.91	727,960.09	21,181,261.48
房屋租赁	21,346,115.66	563,105.91	727,960.09	21,181,261.48

续:

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年12月31日
一、账面原值合计:	28,145,583.42	11,888,101.82	1,261,609.69	38,772,075.55
房屋租赁	28,145,583.42	11,888,101.82	1,261,609.69	38,772,075.55
二、累计折旧合计:	8,615,521.03	9,523,522.60	713,083.74	17,425,959.89
房屋租赁	8,615,521.03	9,523,522.60	713,083.74	17,425,959.89
三、使用权资产账面净值合计	19,530,062.39	2,364,579.22	548,525.95	21,346,115.66
房屋租赁	19,530,062.39	2,364,579.22	548,525.95	21,346,115.66
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋租赁				
五、使用权资产账面价值合计	19,530,062.39	2,364,579.22	548,525.95	21,346,115.66
房屋租赁	19,530,062.39	2,364,579.22	548,525.95	21,346,115.66

续:

项目	2021年1月1日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
一、账面原值合计:	20,086,016.36	8,243,168.62	183,601.56	28,145,583.42
房屋租赁	20,086,016.36	8,243,168.62	183,601.56	28,145,583.42
二、累计折旧合计:	-	8,799,122.59	183,601.56	8,615,521.03
房屋租赁	-	8,799,122.59	183,601.56	8,615,521.03
三、使用权资产账面净值合计	20,086,016.36	-555,953.97	-	19,530,062.39
房屋租赁	20,086,016.36	-555,953.97		19,530,062.39
四、减值准备合计	-	-	-	-
房屋租赁	-			
五、使用权资产账面价值合计	20,086,016.36	-555,953.97	-	19,530,062.39
房屋租赁	20,086,016.36	-555,953.97		19,530,062.39

(2) 其他情况

□适用 √不适用

9、在建工程

☐适用 ☒不适用

10、无形资产

☐适用 ☒不适用

11、生产性生物资产

☐适用 ☒不适用

12、资产减值准备

☒适用 ☐不适用

(1) 资产减值准备变动表

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少			2023 年 9 月 30 日
			转回	转销	其他减少	
存货跌价准备	-					-
合计	-					-

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少			2022 年 12 月 31 日
			转回	转销	其他减少	
存货跌价准备	246,470.85	485,748.15	-	-	732,219.00	0.00
合计	246,470.85	485,748.15	-	-	732,219.00	0.00

(2) 其他情况

☒适用 ☐不适用

报告期内，公司资产减值准备主要系控股子公司昇恒元存货跌价准备。2022 年 11 月，公司因战略发展剥离电商运营业务，处置了持有控股子公司上海昇恒元品牌管理有限公司 68%股权，不再将其纳入合并范围。

13、长期待摊费用

☒适用 ☐不适用

(1) 长期待摊费用变动表

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少		2023 年 9 月 30 日
			摊销	其他减少	
装修费	692,378.36	75,045.87	381,589.52		385,834.71
合计	692,378.36	75,045.87	381,589.52		385,834.71

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少		2022 年 12 月 31 日
			摊销	其他减少	
装修费	861,426.27	479,290.61	648,338.52		692,378.36
合计	861,426.27	479,290.61	648,338.52	-	692,378.36

(2) 其他情况

☐适用 ☒不适用

14、递延所得税资产

☒适用 ☐不适用

(1) 递延所得税资产余额

☒适用 ☐不适用

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
坏账准备	11,125,216.04	1,672,791.17
预计负债	18,249,815.50	2,737,472.33
可抵扣亏损	9,556,091.55	1,433,413.73
合计	38,931,123.09	5,843,677.23

续：

项目	2022 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
坏账准备	11,570,262.10	1,737,070.10
预计负债	18,249,815.50	2,737,472.33
可抵扣亏损		
合计	29,820,077.60	4,474,542.43

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
坏账准备	8,415,395.25	1,266,818.10
预计负债	18,249,815.50	2,737,472.33
可抵扣亏损	160,454.09	40,113.52
合计	26,825,664.84	4,044,403.95

(2) 其他情况

☐适用 ☒不适用

15、其他主要非流动资产

☐适用 ☒不适用

(三) 资产周转能力分析

1、会计数据及财务指标

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
应收账款周转率（次/年）	2.51	4.26	4.44
存货周转率（次/年）	-	4,709.51	1,451.71
总资产周转率（次/年）	1.45	2.49	2.84

2、波动原因分析

(1) 应收账款周转率波动分析

2021 年度、2022 年度、**2023 年 1-9 月**公司应收账款周转率分别为 4.44、4.26、**2.51**，整体变动不大，报告期内，公司应收账款回款良好，应收账款周转率保持在较为稳定的水平。

(2) 存货周转率波动分析

报告期内，公司有少量存货，主要控股子公司羿幅元开展电商业务的女装备货，报告期末该块业务已剥离。

(3) 总资产周转率分析

2021 年度、2022 年度、**2023 年 1-9 月**公司总资产周转率分别为 2.84、2.49、**1.45**，2022 年度总资产周转率较 2021 年度小幅下降，整体波动不大。

八、 偿债能力、流动性与持续经营能力分析

(一) 流动负债结构及变化分析

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 1 月—9 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	193,575,934.95	55.10%	115,017,856.95	35.35%	62,067,333.33	22.96%
应付账款	74,833,366.73	21.30%	116,231,781.74	35.73%	99,318,029.58	36.74%
合同负债	26,549,890.36	7.56%	20,731,687.71	6.37%	30,565,064.65	11.31%
应付职工薪酬	21,638,615.75	6.16%	26,657,263.61	8.19%	25,404,989.60	9.40%
应交税费	1,208,863.63	0.34%	3,737,906.64	1.15%	7,531,624.43	2.79%
其他应付款	1,030,249.79	0.29%	16,269,117.05	5.00%	23,342,573.34	8.63%
一年内到期的非流动负债	8,386,206.08	2.39%	8,952,782.60	2.75%	10,173,782.24	3.76%
其他流动负债	24,087,506.74	6.86%	17,755,575.03	5.46%	11,935,496.69	4.41%
合计	351,310,634.03	100.00%	325,353,971.33	100.00%	270,338,893.86	100.00%
构成分析	报告期内，公司流动负债主要由短期借款、应付账款、合同负债组成，2021 年末、2022 年末、 2023 年 9 月末 合计占流动负债的比例分别为 71.00%、77.45%、 83.96% ，公司短期借款主要由保证借款等构成，应付账款、合同负债主要为应付、预收的业务款项。					

1、短期借款

√适用 □不适用

(1) 短期借款余额表

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
保证借款	174,400,000.00	72,000,000.00	32,000,000.00
信用证借款	10,000,000.00		
质押借款		39,900,000.00	30,000,000.00
信用借款	9,000,000.00	3,000,000.00	-
应付利息	175,934.95	117,856.95	67,333.33
合计	193,575,934.95	115,017,856.95	62,067,333.33

(2) 最近一期末已到期未偿还余额

□适用 √不适用

(3) 其他情况

√适用 □不适用

2021 年末、2022 年末、**2023 年 9 月末**，公司短期借款余额分别为 6,206.73 万元、11,501.79 万元、**19,357.59 万元**，同比持续增长，主要系公司基于自身营运资金需求和财务结构加大了贷款力度。**报告期末**，公司流动资产大于期末短期贷款余额，不存在重大偿债风险。

2、应付票据

□适用 √不适用

3、应付账款

√适用 □不适用

(1) 应付账款账龄情况

单位：元

账龄	2023 年 9 月 30 日		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内 (含 1 年)	71,145,003.60	95.07%	110,061,142.70	94.69%	96,412,426.92	97.07%
1 年以上	3,688,363.13	4.93%	6,170,639.04	5.31%	2,905,602.66	2.93%
合计	74,833,366.73	100.00%	116,231,781.74	100.00%	99,318,029.58	100.00%

(2) 应付账款金额前五名单位情况

√适用 □不适用

2023 年 9 月 30 日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	占应付账款总额的比例
深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	应付业务款	15,483,563.20	1 年以内	20.69%
武汉巨量星图科技有限公司	非关联方	应付业务款	8,581,765.16	1 年以内	11.47%

上海琅玕品牌管理有限公司	非关联方	应付业务款	2,942,536.75	1 年以内	3.93%
杭州缙苏网络信息有限公司	非关联方	应付业务款	2,266,397.00	1 年以内	3.03%
杭州如涵文化传播有限公司	非关联方	应付业务款	1,813,777.98	1 年以内	2.42%
合计	-	-	31,088,040.09	-	41.54%

续:

2022 年 12 月 31 日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额 (元)	账龄	占应付账款总额的比例
深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	应付业务款	19,052,792.00	1 年以内	16.39%
薯一薯二文化传媒(上海)有限公司	非关联方	应付业务款	13,099,920.21	1 年以内	11.27%
杭州如涵文化传播有限公司	非关联方	应付业务款	7,847,551.81	1 年以内、1 年以上	6.75%
上海琅玕品牌管理有限公司	非关联方	应付业务款	6,888,564.98	1 年以内	5.93%
云账户(天津)共享经济信息咨询有限公司	非关联方	应付业务款	4,129,075.19	1 年以内、1 年以上	3.55%
合计	-	-	51,017,904.19	-	43.89%

续:

2021 年 12 月 31 日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额 (元)	账龄	占应付账款总额的比例
深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	应付业务款	11,867,186.00	1 年以内	11.95%
上海琅玕品牌管理有限公司	非关联方	应付业务款	5,148,903.99	1 年以内	5.18%
超电(上海)信息科技有限公司	非关联方	应付业务款	3,950,329.25	1 年以内、1 年以上	3.98%
杭州如涵文化传播有限公司	非关联方	应付业务款	3,400,328.88	1 年以内	3.42%
深圳市妍媼文化有限公司	非关联方	应付业务款	2,775,918.00	1 年以内、1 年以上	2.79%
合计	-	-	27,142,666.12	-	27.32%

(3) 其他情况

□适用 √不适用

4、预收款项

□适用 √不适用

5、合同负债

√适用 □不适用

(1) 合同负债余额表

单位：元

项目	2023年9月30日	2022年12月31日	2021年12月31日
预收业务款	26,549,890.36	20,731,687.71	30,565,064.65
合计	26,549,890.36	20,731,687.71	30,565,064.65

(2) 其他情况披露

√适用 □不适用

报告期各期末，公司合同负债前五大情况如下：

单位：元

2023年9月30日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占合同负债总额的比例
汉高（中国）投资有限公司	非关联方	预收业务款	8,902,923.99	1年以内	33.53%
上海技冷文化传播有限公司	非关联方	预收业务款	1,280,345.24	1年以内	4.82%
联想（北京）有限公司	非关联方	预收业务款	1,137,706.40	1年以内	4.29%
杭州盛夏天文化创意有限公司	非关联方	预收业务款	873,243.60	1年以内	3.29%
上海肇亿商贸有限公司	非关联方	预收业务款	720,203.89	1年以内	2.71%
合计	-	-	12,914,423.12	-	48.64%
2022年12月31日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占合同负债总额的比例
上海技冷文化传播有限公司	非关联方	预收业务款	1,924,824.70	1年以内	9.28%
深圳市腾讯计算机系统有限公司	非关联方	预收业务款	875,833.02	1年以内	4.22%
深圳十方融海科技有限公司	非关联方	预收业务款	790,920.64	1年以内	3.82%
上海肇亿商贸有限公司	非关联方	预收业务款	717,938.41	1年以内、1年以上	3.46%
宁波银行股份有限公司	非关联方	预收业务款	530,279.11	1年以内	2.56%
合计	-	-	4,839,795.88	-	23.34%
2021年12月31日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占合同负债总额的比例
中国搜索信息科技	非关联	预收业	1,853,684.38	1年以内	6.06%

股份有限公司	方	务款			
上海肇亿商贸有限公司	非关联方	预收业务款	716,145.81	1年以上	2.34%
骏创科技（大连）有限公司	关联方	预收业务款	532,892.16	1年以内	1.74%
深圳十方融海科技有限公司	非关联方	预收业务款	479,760.62	1年以内	1.57%
资生堂（中国）投资有限公司	非关联方	预收业务款	262,912.00	1年以内	0.86%
合计	-	-	3,845,394.97	-	12.58%

6、其他应付款

√适用 □不适用

(1) 其他应付款情况

1) 其他应付款账龄情况

账龄	2023年9月30日		2022年12月31日		2021年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	1,030,249.79	100.00%	15,430,117.05	94.84%	2,681,573.34	11.49%
1-2年	-	-	839,000.00	5.16%	20,661,000.00	88.51%
合计	1,030,249.79	100.00%	16,269,117.05	100.00%	23,342,573.34	100.00%

2) 按款项性质分类情况:

单位：元

项目	2023年9月30日		2022年12月31日		2021年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
往来款	-	-	14,839,517.50	91.21%	22,524,000.00	96.49%
应付经营性费用	237,115.30	23.02%	811,832.90	4.99%	292,466.45	1.25%
代扣代缴险金	631,434.49	61.29%	617,766.65	3.80%	526,106.89	2.25%
其他	161,700.00	15.70%	-	-	-	-
合计	1,030,249.79	100.00%	16,269,117.05	100.00%	23,342,573.34	100.00%

3) 其他应付款金额前五名单位情况

√适用 □不适用

2023年9月30日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	占其他应付款总额的比例
社会保险	非关联方	代扣代缴险金	357,229.49	1年以内	34.67%
住房公积金	非关联方	代扣代缴险金	274,205.00	1年以内	26.62%
北京锐鹏公关策划有限公司	非关联方	其他	161,700.00	1年以内	15.70%

上海易及文化传播有限公司	关联方	应付经营性费用	128,571.40	1 年以内	12.48%
上海顺意丰速运有限公司	非关联方	应付经营性费用	48,949.70	1 年以内	4.75%
合计	-	-	970,655.59	-	94.22%

续:

2022 年 12 月 31 日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	占其他应付款总额的比例
腾讯科技（深圳）有限公司	非关联方	往来款	13,870,517.50	1 年以内	85.26%
大连品城科技有限公司	关联方	往来款	839,000.00	1-2 年	5.16%
申万宏源证券承销保荐有限责任公司	非关联方	应付经营性费用	600,000.00	1 年以内	3.69%
社会保险	非关联方	代扣代缴险金	416,429.65	1 年以内	2.56%
住房公积金	非关联方	代扣代缴险金	201,337.00	1 年以内	1.24%
合计	-	-	15,927,284.15	-	97.91%

续:

2021 年 12 月 31 日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额（元）	账龄	占其他应付款总额的比例
上海金石湾投资中心（有限合伙）	非关联方	往来款	20,950,000.00	1 年以内、1-2 年	89.75%
大连品城科技有限公司	关联方	往来款	1,044,000.00	1 年以内、1-2 年	4.47%
吴薇	非关联方	往来款	530,000.00	1-2 年	2.27%
社会保险	非关联方	代扣代缴险金	359,240.89	1 年以内	1.54%
住房公积金	非关联方	代扣代缴险金	166,866.00	1 年以内	0.71%
合计	-	-	23,050,106.89	-	98.75%

(2) 应付利息情况

□适用 √不适用

(3) 应付股利情况

□适用 √不适用

(4) 其他情况

√适用 □不适用

①2022 年 12 月 31 日，公司其他应付款第一名为腾讯科技（深圳）有限公司，期末余额为 1,387.05 万元，占其他应付款总额的比例为 85.26%，主要原因如下：

腾讯广告互选平台（以下简称“互选平台”）作为微信公众号广告投放的官方入口，为广告客户（广告主）和公众号运营者（媒体主）提供广告交易撮合平台。

由于腾讯对公众号广告投放是否需经互选平台交易未做规定，允许客户或其代理公司直接向

媒体主采购，所以公众号广告交易同时存在经互选平台下单（以下简称“平台交易”）和直接向媒体主下单（以下简称“平台外交易”）两种模式。

2022 年 5 月，腾讯与公司沟通，为了便于其更好了解公众号的广告投放记录，希望公司通过平台交易实现。2022 年 5 月开始，公司将平台外交易的广告投放订单（已完成投放），在互选平台上再次下单（以下简称“补下单业务”）。

2022 年度，上述补下单业务涉及订单总金额合计人民币 8,165.01 万元，根据公司与腾讯约定，腾讯对所有经互选平台下单的客户代理商给与 2%的服务费。由于补下单业务已经在与直接客户的订单中确认相应的收入/成本，从实质角度看，公司为避免重复计量，未将上述补下单业务金额确认为销售收入/成本，仅将收到的腾讯 2%服务费确认为收入。同时，因公司与腾讯就平台交易结算存在 30 天信用账期，截至 2022 年 12 月 31 日，上述补下单业务流程产生的订单中，有 1,387.05 万元尚未支付给腾讯互选平台，公司将上述未支付款项通过其他应付款列示。

②2021 年 12 月 31 日，公司其他应付款第一名为上海金石湾投资中心（有限合伙），期末余额为 2,095.00 万元，占其他应付款总额的比例为 89.75%，主要系公司融资计划调整，将已收到的投资款及资金占用费作为往来款核算，计入其他应付款列示。

③2023 年 9 月 30 日，公司其他应付款金额为 103.02 万元，金额较小，无重大影响。

7、应付职工薪酬

√适用 □不适用

（1）应付职工薪酬变动表

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 9 月 30 日
一、短期薪酬	24,728,878.29	98,279,008.89	101,995,011.65	21,012,875.53
二、离职后福利-设定提存计划	1,928,385.32	10,763,788.06	12,066,433.16	625,740.22
三、辞退福利	-	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	26,657,263.61	109,042,796.95	114,061,444.81	21,638,615.75

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
一、短期薪酬	24,783,720.29	130,669,147.22	130,723,989.22	24,728,878.29
二、离职后福利-设定提存计划	621,269.31	12,577,971.80	11,270,855.79	1,928,385.32
三、辞退福利	-	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	25,404,989.60	143,247,119.02	141,994,845.01	26,657,263.61

续：

项目	2021 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
一、短期薪酬	21,537,657.27	123,567,845.79	120,321,782.77	24,783,720.29
二、离职后福利-设定提存计划	238,854.67	11,355,794.56	10,973,379.92	621,269.31
三、辞退福利	-	-	-	-
四、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	21,776,511.94	134,923,640.35	131,295,162.69	25,404,989.60

(2) 短期薪酬

单位：元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2023 年 9 月 30 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	24,071,618.97	84,157,222.33	87,873,948.91	20,354,892.39
2、职工福利费	-	2,911,306.25	2,911,306.25	-
3、社会保险费	455,922.32	6,170,382.41	6,242,526.59	383,778.14
其中：医疗保险费	432,394.59	6,010,647.16	6,065,695.44	377,346.31
工伤保险费	23,527.73	159,735.25	176,831.15	6,431.83
生育保险费	-	-	-	-
4、住房公积金	201,337.00	5,040,097.90	4,967,229.90	274,205.00
5、工会经费和职工教育经费	-			
6、短期带薪缺勤	-			
7、短期利润分享计划	-			
8、其他短期薪酬	-			
合计	24,728,878.29	98,279,008.89	101,995,011.65	21,012,875.53

续：

项目	2021 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2022 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	24,217,907.79	111,696,671.83	111,842,960.65	24,071,618.97
2、职工福利费	-	3,765,269.52	3,765,269.52	-
3、社会保险费	398,946.50	8,105,282.61	8,048,306.79	455,922.32
其中：医疗保险费	391,777.67	7,968,707.00	7,928,090.08	432,394.59
工伤保险费	7,168.83	136,575.61	120,216.71	23,527.73
生育保险费	-	-	-	-
4、住房公积金	166,866.00	7,101,923.26	7,067,452.26	201,337.00
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-

8、其他短期薪酬	-	-	-	-
合计	24,783,720.29	130,669,147.22	130,723,989.22	24,728,878.29

续：

项目	2021 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2021 年 12 月 31 日
1、工资、奖金、津贴和补贴	21,213,732.86	107,977,367.22	104,973,192.29	24,217,907.79
2、职工福利费	-	2,779,447.20	2,779,447.20	-
3、社会保险费	153,424.41	7,305,887.96	7,060,365.87	398,946.50
其中：医疗保险费	150,597.88	7,180,597.06	6,939,417.27	391,777.67
工伤保险费	2,826.53	125,290.90	120,948.60	7,168.83
生育保险费	-	-	-	-
4、住房公积金	170,500.00	5,505,143.41	5,508,777.41	166,866.00
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
8、其他短期薪酬	-	-	-	-
合计	21,537,657.27	123,567,845.79	120,321,782.77	24,783,720.29

8、 应交税费

√适用 □不适用

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
增值税	481,244.02	502,210.03	2,306,167.99
消费税		-	-
企业所得税	26,199.28	104,369.28	2,663,994.48
个人所得税	517,933.62	2,941,259.46	2,204,429.33
城市维护建设税	24,941.03	17,476.65	103,370.96
印花税	124,868.45	160,107.90	159,135.80
教育费附加及其他	33,677.23	7,489.99	56,715.52
合计	1,208,863.63	3,737,906.64	7,531,624.43

9、 其他主要流动负债

√适用 □不适用

(1) 其他主要流动负债余额表

单位：元

一年内到期的非流动负债科目			
项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
一年内到期的租赁负债	8,386,206.08	8,952,782.60	10,173,782.24
合计	8,386,206.08	8,952,782.60	10,173,782.24

单位：元

其他流动负债科目

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
暂估销项税	24,087,506.74	17,755,575.03	11,935,496.69
合计	24,087,506.74	17,755,575.03	11,935,496.69

(2) 其他情况

☐适用 ☒不适用

(二) 非流动负债结构及变化分析

☒适用 ☐不适用

项目	2023 年 1 月—9 月		2022 年度		2021 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁负债	13,324,983.88	42.20%	13,043,773.16	41.68%	9,978,933.32	35.35%
预计负债	18,249,815.50	57.80%	18,249,815.50	58.32%	18,249,815.50	64.65%
合计	31,574,799.38	100.00%	31,293,588.66	100.00%	28,228,748.82	100.00%

1、租赁负债

报告期内，公司执行新租赁准则，租赁办公楼确认使用权资产，同时确认租赁负债，详见本节之“七、资产质量分析”之“（二）非流动资产结构及变化分析”之“8、使用权资产”。报告期各期末，租赁负债的具体构成情况如下：

单位：元

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
租赁负债	13,324,983.88	13,043,773.16	9,978,933.32
其中：未确认融资费用	674,356.54	631,001.39	524,384.71

2、预计负债

报告期各期末，公司预计负债余额为 18,249,815.50 元、18,249,815.50 元、**18,249,815.50 元**，为诉讼赔款的风险准备。具体涉及的诉讼情况如下：

2021 年 6 月，江苏省南京市中级人民法院出具（2020）苏 01 民初 340 号、（2020）苏 01 民初 339 号民事判决书，认定新榜信息及网易（杭州）网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司向南京分布承担网络传播侵权责任。公司认为该判决属于事实认定及法律适用错误，已经向江苏省高级人民法院提起上诉。公司对各种判决结果的概率进行估计，按照一审判决金额，计算诉讼赔款的期望值并确认预计负债。

(三) 偿债能力与流动性分析

项目	2023 年 9 月 30 日	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日
资产负债率	51.35%	51.49%	54.58%
流动比率（倍）	2.04	2.04	1.91

速动比率（倍）	1.85	1.95	1.85
利息支出	9,716,676.69	10,028,959.22	9,343,965.28
利息保障倍数（倍）	3.66	3.68	4.16

1、波动原因分析

（1）资产负债率波动分析

2021年12月31日、2022年12月31日、**2023年9月30日**公司资产负债率分别为54.58%、51.49%、**51.35%**，2022年末该比率较2021年末有所下降，主要是由于2022年公司虽然债务规模有所提升，但总体业务扩大，应收账款和应收返利款大幅增加，从而使得2022年末公司资产负债率下降；**2023年9月末与2022年末基本持平。**

（2）流动比率波动分析

2021年12月31日、2022年12月31日、**2023年9月30日**公司流动比率分别为1.91、2.04、**2.04**，整体波动不大，但公司短期偿债能力相对偏弱，有待提高。

（3）速动比率波动分析

2021年12月31日、2022年12月31日、**2023年9月30日**公司速动比率分别为1.85、1.95、**1.85**，整体波动不大，但公司短期偿债能力相对偏弱，有待提高。

（4）同行业对比情况

报告期末，公司与同行业可比公司的资产负债率、流动比率、速动比率的情况，列示如下：

项目	资产负债率	流动比率	速动比率
悦普集团	40.95%	2.46	2.36
天下秀	33.61%	2.67	2.43
平均值	37.28%	2.56	2.39
新榜信息	51.35%	2.04	1.85
新榜信息（模拟后 注）	47.59%	2.10	1.90

注：①同行业可比公司数据来自其公开渠道披露，其中悦普集团取其2022年6月末数据；②**截止到2023年9月30日，公司的合同负债主要系数字化效果营销业务中新榜有赚平台客户的预充值款项，涉及金额979.18万元**，可比公司不存在上述类似业务，故剔除上述负债金额后予以模拟计算；③报告期末，公司因南京分布的诉讼案件，计提了1,824.98万的预计负债，属于非经常性项目，可比公司亦不存在类似的预计负债，剔除上述负债金额后予以模拟计算。

根据上表信息，公司模拟计算后的资产负债率、流动比率、速动比率与同行业可比公司悦普集团无明显偏差。同行业可比公司天下秀偿债指标较公司更优，主要系其作为上市公司融资渠道更多、固定资产较多等原因，具有合理性。

公司资产负债率较高，流动比率、速动比率较低的主要受到公司与客户及供应商的合作模式的影响。公司与客户的合作模式通常需要给予一定的信用期；与供应商的合作通常存在采购返利，该等返利的结算周期较长，通常为一年；此外公司在“618”、“双11”等大促时期通常亦需要预付供

应商大额的新媒体流量费采购款。

综上情况，公司资产负债率较高、流动比率及速动比率较低的情况，具有合理性。

（5）报告期后情况

2023 年 10-11 月，公司的经营活动现金流量净额为-380.80 万元。2023 年 11 月 30 日，资产负债率、流动比率、速动比率情况列示如下：

项目	时间	资产负债率	流动比率	速动比率
新榜信息	2023 年 11 月 30 日	52.89%	1.97	1.89
新榜信息 (模拟后 ^注)	2023 年 11 月 30 日	50.60%	2.00	1.89

注：① 截止到 2023 年 11 月 30 日，公司的合同负债主要系数字化效果营销业务中新榜有赚平台客户的预充值款项，涉及金额 585.67 万元。可比公司不存在上述类似业务，故剔除上述负债金额后予以模拟计算；② 报告期末，公司因南京分布的诉讼案件，计提了 1,824.98 万的预计负债，属于非经常性项目，可比公司亦不存在类似的预计负债，剔除上述负债金额后予以模拟计算；③以上数据未经审计。

（四） 现金流量分析

1、 会计数据及财务指标

项目	2023 年 1 月—9 月	2022 年度	2021 年度
经营活动产生的现金流量净额（元）	-54,875,505.63	-111,959,302.81	-23,126,210.82
投资活动产生的现金流量净额（元）	1,852,824.80	-916,401.02	6,680,576.32
筹资活动产生的现金流量净额（元）	60,487,958.10	70,530,159.21	26,552,499.53
现金及现金等价物净增加额（元）	7,465,277.27	-42,345,544.62	10,106,865.03

2、 现金流量分析

（1）经营活动产生的现金流量净额与净利润差异情况

报告期各期，公司净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异金额如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度
经营活动产生的现金流量净额	-5,487.55	-11,195.93	-2,312.62
净利润	2,646.13	2,661.83	2,917.92
差异值	-8,133.68	-13,857.76	-5,230.54

报告期内，公司经营活动现金流量净额与净利润之间存在一定差异，主要系经营性应收应付项目与信用减值准备变动等因素所致，两者之间具体调整项目如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度
----	--------------	---------	---------

净利润	2,646.13	2,661.83	2,917.92
加：信用减值准备	-30.36	2,560.34	392.09
资产减值准备	-	48.57	24.65
使用权资产折旧	688.70	952.35	879.91
长期待摊费用摊销	38.16	64.83	92.04
公允价值变动损失(收益以“-”号填列)	13.20		
财务费用(收益以“-”号填列)	971.67	1,002.90	934.40
投资损失(收益以“-”号填列)	-228.12	178.98	-484.65
递延所得税资产减少(增加以“-”号填列)	-136.91	-43.01	-260.82
存货的减少(增加以“-”号填列)	-	8.94	-
经营性应收项目的减少(增加以“-”号填列)	-4,327.96	-20,858.49	-7,065.95
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	-5,122.06	2,155.35	-211.62
其他	-	71.49	469.41
经营活动产生的现金流量净额	-5,487.55	-11,195.93	-2,312.62

2021 年度，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异为-5,230.54 万元，主要原因系：1) 公司营业收入规模增长，与此同时期末应收账款及应收款项融资等经营性应收项目合计增加 7,065.95 万元；2) 公司使用权资产折旧、财务费用等因素影响。上述因素综合导致经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异。

2022 年度，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异为-13,857.76 万元，主要原因系：1) 由于 2022 年 11 月公司因股改更名，因此公司需要在部分客户方办理供应商更名流程、银行更名流程等，导致 11 月、12 月的回款滞后，同时 2022 年度营业收入增长也导致了期末应收账款及应收款项融资同比增加，因此公司 2022 年度经营性应收项目增加了约 2 亿元；2) 随着公司销售规模的增加，公司在供应商处的新媒体流量费采购额亦随之增加，经营性应付项目增加了 2,155.35 万元；3) 公司由于数字化效果营销客户北京开课吧的信用风险单项计提了大额坏账，信用减值准备影响了 2,560.34 万元；4) 受客户账期及新媒体供应商预付流量费的双重营运资金压力，公司加大了银行贷款力度，财务费用影响金额为 1,002.90 万元。上述因素综合导致经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异。

2023 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异为-5,487.55 万元，主要原因系：1) 公司营业收入规模增长，与此同时期末应收账款、应收款项融资、预付账款等经营性应收项目合计增加 4,327.96 万元；2) 临近双 11 等重大营销活动节点，公司需预付部分供应商货款以锁定新媒体流量广告位，因此经营性应付项目减少 5,122.06 万元。上述因素综合导致经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异。

综上所述，报告期公司净利润与经营活动产生的现金流量净额两者差异较大的原因具有合理性，与公司行业地位、商业模式等相符合。

（2）经营活动产生的现金流量净额变动分析

报告期各期，公司与同行业可比公司的经营活动产生的现金流量净额情况，列示如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度
悦普集团	未披露	-4,724.08	-16,414.01
天下秀	-2,439.32	19,577.21	-43,758.65
新榜信息	-5,487.55	-11,195.93	-2,312.62

注：同行业可比公司数据来自其公开渠道披露，其中悦普集团为其 2022 年 1-6 月年化数据。

报告期内公司经营活动产生的现金流量净额持续为负，经营活动产生的现金流量净额分别为 -2,312.62 万元、-11,195.93 万元、**-5,487.55 万元**。主要系随着公司业务规模扩大、收入规模的增长，公司的应收客户款以及应收供应商的返利款显著上升，且该等变动显著高于因业务规模扩大造成的应付账款的增长。同行业可比公司中，天下秀披露其 2022 年度因加大了应收款催款力度导致其经营活动产生的现金流量净额有所改善、其 **2023 年 1-9 月经营活动产生的现金流量净额亦为负数**，此外公司与可比公司不存在重大差异。

报告期内，应收客户款的平均账期为 2-3 个月，供应商的付款账期约为 1 个月，供应商的应收返利款通常按年为周期进行结算并于次年回款。因此，账期的差异导致了公司随着业务规模的扩大，应收款的增长高于应付款的增长。同行业可比公司亦存在类似于情况。

综上所述，公司经营活动产生的现金流量净额持续为负的原因具有合理性。

（3）投资活动产生的现金流量金额变动分析

2021 年度、2022 年度、**2023 年 1-9 月**，公司投资活动产生的现金流量净额分别为 668.06 万元、-91.64 万元、**185.28 万元**，2021 年度投资活动产生的现金流量净流入较大，主要是由于公司 2021 年度出售参股公司阅竞网络部分股权所收到的现金净额较大所致；**2023 年 1-9 月投资活动产生的现金流量净流入主要系公司回购参股公司北京攸行股权所收到的 200 万投资活动现金流。**

（4）筹资活动产生的现金流量金额变动分析

2021 年度、2022 年度、**2023 年 1-9 月**，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 2,655.25 万元、7,053.02 万元、**6,048.80 万元**，增长幅度较大，主要系 2022 年度和 **2023 年 1-9 月**，公司因为营运资金需求，加大了短期银行贷款力度，使得公司筹资活动产生的现金流量净额大幅增长。

（五）持续经营能力分析

报告期内，公司营业收入规模及盈利水平不断提升，预计公司将继续保持稳健增长，同时，法人治理结构将得到进一步完善，各项制度将得到更加有效的执行，从而有利于公司市场竞争力的提升和盈利能力的加强，发行人具备持续经营能力。

经公司评估，自本报告期末起的 12 个月内，公司持续经营能力良好，不存在导致对公司持续经营能力产生重大疑虑的因素。

（六） 其他分析

☐适用 ☒不适用

九、 关联方、关联关系及关联交易

（一） 关联方信息

事项	是或否
是否根据《公司法》《企业会计准则》及相关解释、《非上市公众公司信息披露管理办法》和中国证监会、全国股转公司的有关规定披露关联方	是

1. 存在控制关系的关联方的基本信息

关联方姓名	与公司关系	直接持股比例	间接持股比例
徐俊	实际控制人、控股股东、董事长、总经理	32.82%	5.00%

2. 关联法人及其他机构

☒适用 ☐不适用

关联方名称	与公司关系
苏州骏赐	直接持有公司 11.65%股份
宁波欣博	直接持有公司 9.43%股份，徐俊担任执行事务合伙人
慧影投资	直接持有公司 7.34%股份
华盖德辉	直接持有公司 5.29%股份
上海华人文化产业股权投资管理中心（有限合伙）	苏州骏赐的执行事务合伙人，通过苏州骏赐间接控制公司 11.65%股份
华人文化二期（上海）股权投资中心（有限合伙）	通过苏州骏赐间接持有公司 10.42%股份
上海微资方来投资管理有限公司	慧影投资的执行事务合伙人，通过慧影投资间接控制公司 7.34%股份；唐肖明持有 80.00%股权，担任执行董事兼总经理、法定代表人
宁波华盖长青股权投资管理中心（有限合伙）	华盖德辉的执行事务合伙人，间接控制公司 5.29%股份
成都华盖天投创业投资中心（有限合伙）	通过华盖德辉间接持有公司 5.28%股份
上海谏识企业管理有限公司	徐俊持有 100.00%股权，担任执行董事、法定代表人；陈维宇担任监事
宁波梅山保税港区贰山芭芭股权投资合伙企业（有限合伙）	徐俊持有 96.67%份额；陈维宇持有 3.33%份额，担任执行事务合伙人
湖北易及文化传播有限公司	徐俊持有 82.50%股权，其父亲担任董事
上海易及文化传播有限公司	徐俊母亲持有 100.00%股权

宁波远识投资管理合伙企业（有限合伙）	上海谏识企业管理有限公司持有 99.00% 份额，徐俊间接持有 99.00% 份额；阳钊持有 0.50% 份额
宁波览闻投资管理合伙企业（有限合伙）	徐俊直接持有 0.46% 份额，并通过上海谏识企业管理有限公司间接持有 27.45% 份额，为其实际控制人；李建伟持有 12.67% 份额；陈维宇持有 17.32% 份额；王骥持有 12.09% 份额
宁波梅山保税港区浦晓陈行股权投资合伙企业（有限合伙）	徐俊直接持有 29.25% 份额，担任执行事务合伙人；阳钊持有 22.41% 份额；李建伟持有 20.66% 份额；李海峰持有 7.97% 份额；王骥持有 19.71% 份额
共青城猫叔叔投资管理合伙企业（有限合伙）	陈维宇持有 3.33% 份额，担任执行事务合伙人
广州百神文化传播有限公司	徐俊担任董事
厦门大象映画文化传播有限公司	徐俊担任董事
上海菜花文化传媒有限公司	徐俊担任董事
上海益采信息技术有限公司	徐俊担任董事
上海阅竞网络科技有限公司	陈维宇担任董事
安徽新榜文化科技有限公司	参股公司
骏创科技（大连）有限公司	信创科技参股子公司
湖北微资投资管理有限公司	唐肖明持有 80.00% 股权，担任执行董事兼总经理、法定代表人
北京梦传奇文化股份有限公司	唐肖明持有 71.00% 股权
天津聚鑫汇智企业管理有限公司	唐肖明持有 95.00% 股权，担任执行董事、经理、法定代表人
北京古梁融达传媒科技有限公司	唐肖明持有 100.00% 股权，担任执行董事、经理、法定代表人
天津星律时代科技合伙企业（有限合伙）	唐肖明持有 50.00% 份额，担任执行事务合伙人
喜乐影业传媒有限公司	唐肖明担任董事，持有 3.00% 股权
无锡影跃星途文化传媒有限公司	唐肖明担任董事长，持有 15.00% 股权
北京凯谱乐科技有限公司	唐肖明担任董事，持有 9.80% 股权
灵思云途营销顾问股份有限公司	唐肖明担任董事
华商智汇传媒股份有限公司	唐肖明担任董事
上海麦克风文化传媒有限公司	唐肖明担任董事
九州梦工厂国际文化传播有限公司	唐肖明担任董事
金港汽车文化发展（北京）股份有限公司	唐肖明担任董事
北京微影时代科技有限公司	唐肖明担任董事
角井（北京）生物技术有限公司	唐肖明担任董事
上海数映文化传媒有限公司	唐肖明担任董事
扬州正在上演文化传媒有限公司	唐肖明担任董事
爱尚游（北京）科技股份有限公司	唐肖明担任董事
霍尔果斯娱跃文化传播有限公司	唐肖明担任董事
北京君舍文化传媒有限公司	唐肖明担任董事
白色系文化传媒（上海）有限公司	唐肖明担任董事
北京拱顶石科技有限公司	唐肖明担任董事
宁波梅山保税港区和湓投资管理有限公司	唐肖明担任董事
北京微赛时代体育科技有限公司	唐肖明担任董事
厦门禧事港文化传媒有限公司	唐肖明担任董事

北京万娱引力文化传媒有限公司	唐肖明担任董事
北京佳文映画文化传媒有限责任公司	唐肖明担任董事
武汉沸点无限娱乐文化发展有限公司	唐肖明担任董事
北京小悦科技有限公司	唐肖明担任董事
霍尔果斯壹点意念影业有限公司	唐肖明担任董事
拉索拉索（北京）文化创意有限公司	唐肖明担任董事
天津赛点科技有限公司	唐肖明担任董事
东阳留白影视文化有限公司	唐肖明担任董事
重庆茶语网络信息技术有限公司	唐肖明担任董事
上海畅听文化科技有限公司	唐肖明担任董事
上海翊帆教育科技有限公司	唐肖明担任董事
武汉悦耳动听文化传媒有限公司	唐肖明担任董事
上海崛球信息科技有限公司	唐肖明担任董事
北京零度阳光体育文化有限公司	唐肖明担任董事
北京见实科技有限公司	唐肖明担任董事
上海宏门广告有限公司	唐肖明担任董事
北京泰迪未来科技股份有限公司	王宝华担任董事
晋松（上海）网络信息技术有限公司	王宝华担任董事
深圳市活力天汇科技股份有限公司	王宝华担任监事
上海卡方信息科技有限公司	王宝华担任董事
上海量锐信息科技有限公司	王宝华担任董事
宁波欧琳科技股份有限公司	黄跃卫担任董事
上海悦会信息科技有限公司	黄跃卫担任董事
北京煮叶餐饮管理有限公司	黄跃卫担任董事
上海林怀网络科技有限公司	黄跃卫担任董事
广州壹糖网络科技有限公司	黄跃卫担任董事
大连品城科技有限公司	曾控股子公司少数股东控制的企业
大连品诚科技有限公司	曾控股子公司少数股东控制的企业
上海胤羿侠电子商务有限公司	曾控股子公司羿帼元的少数股东实际控制的企业

3. 其他关联方

√适用 □不适用

关联方名称	与公司关系
王宝华	董事，已于 2023 年 4 月辞职
阳钊	董事、副总经理
唐肖明	董事，已于 2023 年 4 月辞职
陈维宇	董事、副总经理
李建伟	董事、副总经理
朱睿	董事、财务负责人、董事会秘书
黄跃卫	监事，已于 2023 年 11 月辞职
王骥	监事
李海峰	监事会主席、职工代表监事
张丹	公司实际控制人的配偶
张有策	监事

(二) 报告期内关联方变化情况

1. 关联自然人变化情况

√适用 □不适用

关联方名称	与公司关系	人员去向
LEEWEICHOY	曾担任公司董事	系外部董事，正常换届选举卸任
高洪庆	曾担任公司监事	正常换届选举卸任
王宝华	曾担任公司董事	个人原因辞职
唐肖明	曾担任公司董事	个人原因辞职
黄跃卫	曾担任公司监事	个人原因辞职

2. 关联法人变化情况

√适用 □不适用

关联方名称	与公司关系	资产、人员去向
成都刷屏信息科技有限公司	徐俊曾担任法定代表人	已于 2022 年 8 月 2 日注销
上海推物信息科技有限公司	徐俊兼职，担任董事长、法定代表人	已于 2021 年 1 月 19 日注销
上海农耀信息科技有限公司	徐俊兼职，担任执行董事	已于 2020 年 3 月 25 日注销
湖北有财气信息科技有限公司	徐俊兼职，担任执行董事兼总经理	已于 2020 年 5 月 12 日注销
本地圈（曾用名：玖桔教育）	徐俊、唐肖明兼职，担任董事	已于 2022 年 8 月卸任
陕西玖桔教育科技有限公司	与本地圈为同一控制下的企业	-
宁波梅山保税港区磐源投资管理合伙企业（有限合伙）（曾用名：宁波梅山保税港区瀚棱投资管理合伙企业（有限合伙）	陈维宇投资，持股 99%，	已于 2021 年 8 月退出
宁波欣见投资管理合伙企业（有限合伙）	徐俊持股 99%、阳钊持股 0.5%	已于 2022 年 1 月退出
成都见识信息科技有限公司	徐俊通过南京天桐新奇创业投资基金（有限合伙）间接持有 0.7525% 股权、阳钊兼职担任董事	已于 2022 年 9 月 20 日注销
北京三鼎文唐实业发展有限公司	公司董事唐肖明持有 66.6667% 股权，担任监事	已于 2022 年 12 月 8 日注销
北京微资信息咨询有限公司	公司董事唐肖明担任执行董事、经理、法定代表人	已于 2022 年 10 月 26 日注销
刷屏有限公司（Shuaping Limited）	徐俊控股的境外企业	已于 2022 年 9 月 15 日注销
Daneil Ltd	徐俊控股的境外企业	已于 2023 年 9 月 7 日注销
Shuaping INC	徐俊控股的境外企业	已于 2023 年 3 月 2 日注销

(三) 关联交易及其对财务状况和经营成果的影响

1. 经常性关联交易

√适用 □不适用

(1) 采购商品/服务

√适用 □不适用

关联方名称	2023年1月—9月		2022年度		2021年度	
	金额(元)	占同类交易金额比例	金额(元)	占同类交易金额比例	金额(元)	占同类交易金额比例
安徽新榜文化科技有限公司	891.09	0.0001%				
小计	891.09	0.0001%				
交易内容、关联交易必要性及公允性分析	报告期内,公司因业务需要向关联方安徽新榜采购微信公众号新媒体流量,金额很小,该关联交易是公司日常性经营事项,具有必要性,交易价格参照市场价格而定,具有公允性。					

(2) 销售商品/服务

√适用 □不适用

关联方名称	2023年1月—9月		2022年度		2021年度	
	金额(元)	占同类交易金额比例	金额(元)	占同类交易金额比例	金额(元)	占同类交易金额比例
骏创科技(大连)有限公司	-	-	1,153,120.24	1.47%	490,000.00	0.66%
小计	-	-	1,153,120.24	1.47%	490,000.00	0.66%
交易内容、关联交易必要性及公允性分析	报告期内,公司控股子公司信创科技因业务需要,向参股公司骏创科技销售软件开发服务,该关联交易是信创科技日常性经营事项,具有必要性,交易价格参照市场价格而定,具有公允性。					

(3) 关联方租赁情况

√适用 □不适用

单位:元

关联方	关联交易内容	2023年1月—9月	2022年度	2021年度
上海易及文化传播有限公司	办公场地租赁	346,462.16	461,949.60	461,949.60
陕西玖桔教育科技有限公司	办公场地租赁	179,385.92	239,181.18	239,181.18
合计	-	525,848.08	701,130.78	701,130.78
关联交易必要性及公允性分析	新榜信息成都分公司因经营需要在成都市租赁多处办公场所,公司向不同办公楼业主签订租赁合同,其中部分租赁系向关联方承租,该关联交易系公司开展经营所需,具有必要性。			

	公司向关联方承租的办公场地位于成都市武侯区星狮路大合仓，不同楼层租赁价格有所差异，总体不存在重大差异。关联交易定价具有合理性、定价公允。
--	--

(4) 关联担保

√适用 □不适用

担保对象	担保金额 (元)	担保期间	担保类型	责任类型	是否履行必要决策程序	担保事项对公司持续经营能力的影响分析
徐俊、张丹	20,000,000.00	2023/2/25~2027/2/25	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹	50,000,000.00	2023/2/22~2027/2/21	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹	10,000,000.00	2023/1/18~2027/1/17	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹	10,000,000.00	2023/1/18~2027/1/17	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊	60,000,000.00	2022/2/22~2028/2/28	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊	30,000,000.00	2021/5/24~2029/5/24	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹	50,000,000.00	2022/2/21~2030/2/20	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹	10,000,000.00	2021/10/26~2033/10/26	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、陈维宇、李建伟、阳钊	4,000,000.00	2022/5/24~2027/5/23	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹、李建伟	4,000,000.00	2022/5/24~2027/5/23	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹	30,000,000.00	2022/1/13~2026/1/12	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹	10,000,000.00	2022/1/24~2026/1/23	保证	连带	是	关联方无偿担保

徐俊、张丹	5,000,000.00	2022/1/24~2026/1/23	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊	18,000,000.00	2020/4/26~2027/4/27	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹	10,000,000.00	2021/1/25~2025/1/25	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹	10,000,000.00	2021/1/22~2025/1/21	保证	连带	是	关联方无偿担保
徐俊、张丹	2,000,000.00	2021/11/22~2029/11/22	保证	连带	是	关联方无偿担保

(5) 其他事项

□适用 √不适用

2. 偶发性关联交易

√适用 □不适用

(1) 采购商品/服务

√适用 □不适用

关联方名称	2023年1月—9月		2022年度		2021年度	
	金额（元）	占同类交易金额比例	金额（元）	占同类交易金额比例	金额（元）	占同类交易金额比例
成都见识信息科技有限公司	-	-	-	-	594,059.41	1.00%
上海胤羿侠电子商务有限公司	-	-	312,590.59	0.89%	475,247.52	1.25%
小计	-	-	312,590.59	0.89%	1,069,306.93	1.09%
交易内容、关联交易必要性及公允性分析	公司基于战略发展和业务需要，购买关联方成都见识信息科技有限公司持有的“微见”商标和B站社交媒体账号，具有必要性。公司在交易前对交易标的进行了内部评估，并履行了内部决策程序，交易价格符合市场定价，关联交易定价具有公允性； 公司子公司羿幅元为开展电商业务向上海胤羿侠电子商务有限公司采购咨询顾问服务，具体服务内容包括电商运营咨询、达人策划、电商直播、电商货源或品牌客户对接等，羿幅元参考市场价格对咨询顾问服务进行定价，交易价格具有公允性。					

(2) 销售商品/服务

☐适用 ☒不适用

(3) 关联方租赁情况

☐适用 ☒不适用

(4) 关联担保

☐适用 ☒不适用

(5) 其他事项

☐适用 ☒不适用

3. 关联方往来情况及余额

(1) 关联方资金拆借

☐适用 ☒不适用

B. 报告期内由关联方拆入资金

☐适用 ☒不适用

(2) 应收关联方款项

☒适用 ☐不适用

单位：元

单位名称	2023年9月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	款项性质
	账面金额	账面金额	账面金额	
(1) 应收账款	-	-	-	-
小计		-	-	-
(2) 其他应收款	-	-	-	-
安徽新榜文化科技有限公司	-	450,000.00	-	往来款
上海谏识企业管理有限公司	-	-	6,290.00	往来款
宁波梅山保税港区浦晓陈行股权投资合伙企业(有限合伙)	-	-	200.00	往来款
小计		450,000.00	6,490.00	-
(3) 预付款项	-	-	-	-
安徽新榜文化科技有限公司	600.00			预付采购款
小计	600.00	-	-	-
(4) 长期应收款	-	-	-	-
小计		-	-	-

(3) 应付关联方款项

☒适用 ☐不适用

单位：元

单位名称	2023年9月30日	2022年12月31日	2021年12月31日	款项性质
	账面金额	账面金额	账面金额	

(1) 应付账款	-	-	-	-
小计		-	-	-
(2) 其他应付款	-	-	-	-
大连品城科技有限公司		839,000.00	1,044,000.00	往来款
大连品诚科技有限公司	-	130,000.00	-	往来款
小计		969,000.00	1,044,000.00	-
(3) 预收款项	-	-	-	-
(4) 合同负债:				
骏创科技(大连)有限公司		532,892.16	532,892.16	-
小计		-	532,892.16	-

(4) 其他事项

□适用 √不适用

4. 其他关联交易

□适用 √不适用

(四) 关联交易决策程序及执行情况

事项	是或否
公司关联交易是否依据法律法规、公司章程、关联交易管理制度的规定履行审议程序, 保证交易公平、公允, 维护公司的合法权益。	是

2023年4月26日, 公司召开第一届董事会第四次会议, 审议通过了《关于补充确认报告期内公司及子公司关联交易事项的议案》, 由于非关联董事不足3人, 该议案直接提交股东大会审议。

2023年5月11日, 公司召开2023年第二次临时股东大会, 审议通过《关于补充确认报告期内公司及子公司关联交易事项的议案》, 其决策程序符合《公司章程》的规定及公司股东大会、董事会的授权, 不存在交易不真实、定价不公允及影响公司独立性及日常经营的情形, 亦不存在损害公司及其他股东权益的情形。

(五) 减少和规范关联交易的具体安排

公司的董事、监事、高级管理人员均作出《关于对外担保、重大投资、委托理财、关联交易等相关的承诺和声明》, 承诺将尽量避免与公司进行关联交易, 对于因公司生产经营需要而发生的关联交易, 承诺将遵循市场公正、公平、公开的原则, 依法签订协议, 严格按照《公司法》、《公司章程》、《关联交易管理制度》等规章对关联交易的规定执行, 履行合法程序, 保证不通过关联交易损害公司及股东的利益。

公司制定了《关联交易管理制度》并承诺真正执行到位, 为防止股东及关联方资金占用或者

转移公司资金、资产及其他资源的行为采取了措施和相应的制度安排。

十、重要事项

（一）提请投资者关注的资产负债表日后事项

无。

（二）提请投资者关注的或有事项

1、诉讼、仲裁情况

类型（诉讼或仲裁）	涉案金额（元）	进展情况	对公司业务的影响
诉讼	17,109,580.28	一审判决，待执行	详见下文
诉讼	6,617,376.88	一审中	详见下文
诉讼	27,479,002.00	一审判决，二审中	详见下文
诉讼	9,020,629.00	一审判决，二审中	详见下文
合计		—	—

截至本公开转让说明书签署日，公司及其控股子公司存在的报告期内及期后涉及未决或未执行完毕全部诉讼或仲裁事项的具体情况如下：

序号	起诉时间	原告	被告	案由	涉诉金额（万元）	进展
1	2020 年	南京分布文化发展有限公司	新榜信息、网易（杭州）网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司	著作权侵权纠纷	2,747.90	二审中
2	2020 年	南京分布文化发展有限公司	新榜信息、网易（杭州）网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司	著作权侵权纠纷	902.06	二审中
3	2022 年	北京新榜	北京开课吧、慧科教育科技集团有限公司	服务合同纠纷	1,710.96	2023.04.27 一审判决，待执行
4	2022 年	北京新榜	北京开课吧、慧科教育科技集团有限公司	服务合同纠纷	661.74	一审中
5	2023 年	北京新榜	北京明椿科技有限公司	服务合同纠纷	80.60	一审中
6	2023 年	新榜信息	北京星继文化传媒有限公司	服务合同纠纷	5.60	2023.07.14 一审判决，待执行
7	2023 年	新榜信息	邹钟尧、宋星、周向和	服务合同纠纷	5.41	一审中
8	2023 年	北京新榜	北京奈学教育科技有限公司	服务合同纠纷	13.44	一审中
9	2023 年	都美竹	博选优采	肖像权侵权纠纷	1.00	已于 2023.9.28 判决
10	2023 年	新榜信息	非常达仁（上海）文化传播有限公司	服务合同纠纷	44.80	2023.05.29 一审判决，待执行

报告期内及期后，公司上述诉讼具体的会计处理如下：

序号	原告	被告	涉诉金额 (万元)	会计处理	会计处理 是否合规
1	南京分布文化发展有限公司	新榜信息、网易（杭州）网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司	2,747.90	对各种判决结果的概率进行估计，按照一审判决金额，计算诉讼赔款的期望值并确认预计负债。	是
2	南京分布文化发展有限公司	新榜信息、网易（杭州）网络有限公司、广州网易计算机系统有限公司	902.06		
3	北京新榜	北京开课吧、慧科教育科技集团有限公司	1,710.96	报告期末相关客户存在较大的信用风险，针对相关客户的应收款单项全额计提坏账准备。	是
4	北京新榜	北京开课吧、慧科教育科技集团有限公司	661.74		
5	北京新榜	北京明椿科技有限公司	80.60	相关客户存在较大的信用风险，针对相关客户的应收款单项全额计提坏账准备。	是
6	新榜信息	北京星继文化传媒有限公司	5.60	一审判决新榜信息胜诉，北京星继文化传媒有限公司应支付相关款项，被告方无明显信用风险，款项收回的可能性较大，不予计提坏账准备。	是
7	新榜信息	邹钟尧、宋星、周向和	5.41	相关客户存在较大的信用风险，针对相关客户的应收款单项全额计提坏账准备。	是
8	北京新榜	北京奈学教育科技有限公司	13.44	相关客户存在较大的信用风险，针对相关客户的应收款单项全额计提坏账准备。	是
9	都美竹	博选优采	1.00	该案件已判决，驳回原告的全部诉讼请求，不予计提预计负债。	是
10	新榜信息	非常达仁（上海）文化传播有限公司	44.80	未确认相关返点金额，同时亦未对该返点冲减当期成本。	是

注：诉讼 1 和诉讼 2 简称“南京分布诉讼案件”。

关于南京分布诉讼案件，公司已充分计提了预计负债，具体如下：

根据《企业会计准则第 13 号——或有事项》及其应用指南明确：或有事项相关义务确认为预计负债应当同时满足的条件：（一）该义务是企业承担的现时义务；（二）履行该义务很可能导致经济利益流出企业；（三）该义务的金额能够可靠地计量。

截止本公开转让说明书出具日，该等案件的进展情况及相关信息如下：

①公司于 2021 年 7 月对相关案件向江苏省高级人民法院提起上诉后江苏省高级人民法院受理二审。由于相关案情较为复杂，同时受到其他外部客观因素的影响，二审尚未判决，暂无法明确判

断相关经济利益流出企业的可能性；

②公司在考虑了外部律师的专业意见后，按赔偿标的额的 50%计提预计负债；

③根据公司与网易的相关合作协议，网易应当保证提供的推广书籍的内容真实合法，且不侵犯任何第三方的合法权益。否则，公司有权终止推广服务，网易应承担全部法律责任，给公司造成损失的，网易需给予赔偿。即：如二审维持一审判决，南京分布要求公司履行相关赔偿义务，公司仍可以向网易杭州、广州网易主张相关赔偿款。

综合上述分析，该案件存在对公司相关经济利益流出的可能性。基于谨慎性考虑，根据一审判决的赔款金额计提了 50%的预计负债，相关预计负债的计提充分。

上述公司报告期内及期后公司全部未决或未执行完毕的诉讼或仲裁事项，其中涉及的服务合同纠纷主要系合同相对方未按合同约定履行义务，公司及子公司作为原告提起诉讼予以救济；涉及的侵权责任纠纷，主要系因公司提供互联网增值服务而被原告误认为公司系文章内容作者而提起诉讼。同时，上述侵权纠纷涉诉案件原告均非公司客户或供应商，不存在影响公司与主要客户或供应商后续合作的情形，不存在对公司业务开展、合法规范经营产生重大影响的情形。

2、其他或有事项

无

（三） 提请投资者关注的担保事项

无

（四） 提请投资者关注的其他重要事项

无

十一、股利分配

（一） 报告期内股利分配政策

利润分配的形式：公司采用现金、股票或者现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配利润。

公司现金分红的条件和比例：公司在当年盈利、累计未分配利润为正，且不存在影响利润分配的重大投资计划或重大现金支出事项的情况下，可以采取现金方式分配股利。公司是否进行现金方式分配利润以及每次以现金方式分配的利润占母公司经审计财务报表可分配利润的比例须由公司股东大会审议通过。

公司发放股票股利的条件：公司在经营情况良好，董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以提出股票股利分配预案交由股东大会审议通过。

（二） 报告期内实际股利分配情况

分配时点	股利所属期间	金额（元）	是否发放	是否符合《公司法》等相关规定	是否超额分配股利
------	--------	-------	------	----------------	----------

-	-	0	否	是	否
---	---	---	---	---	---

（三） 公开转让后的股利分配政策

公司的利润按照国家规定做相应的调整后，按下列顺序分配：

- （1）依法缴纳所得税；
- （2）弥补以前年度的亏损；
- （3）提取法定公积金 10%；
- （4）提取任意公积金，由股东大会决议决定；
- （5）支付股东红利。

公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。提取法定公积金后，是否提取任意公积金由股东大会决定。公司不得在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。股东大会决议将公积金转为股本时，按股东原有股份比例派送新股。但法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

（四） 其他情况

无

十二、 财务合法合规性

事项	是或否
公司及下属子公司设有独立的财务部门，能够独立开展会计核算、作出财务决策	是
公司及下属子公司的财务会计制度及内控制度健全且得到有效执行，会计基础工作规范，符合《会计法》、《会计基础工作规范》以及《公司法》、《现金管理条例》等其他法律法规要求	是
公司按照《企业会计准则》和相关会计制度的规定编制并披露报告期内的财务报表，在所有重大方面公允地反映公司的财务状况、经营成果和现金流量，财务报表及附注不存在虚假记载、重大遗漏以及误导性陈述	是
公司申报财务报表按照《企业会计准则》的要求进行会计处理，不存在重要会计政策适用不当或财务报表列报错误且影响重大，需要修改申报财务报表（包括资产负债表、利润表、现金流量表、所有者权益变动表）	是
公司不存在因财务核算不规范情形被税务机关采取核定征收企业所得税且未规范	是
公司不存在通过第三方获取或为第三方提供无真实交易背景的贷款（转贷）	是
公司不存在个人卡收付款	是
公司不存在现金坐支	是
公司不存在开具无真实交易背景票据融资	是
公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的企业占用	是
公司不存在其他财务内控不规范事项	是

具体情况说明

☐适用 ☒不适用

第五节 挂牌同时定向发行

☐适用 ☒不适用

第六节 附表

一、 公司主要的知识产权

(一) 专利

公司已取得的专利情况：

☐适用 ☒不适用

公司正在申请的专利情况：

☒适用 ☐不适用

序号	专利申请号	专利名称	类型	公开（公告）日	状态	备注
1	CN201611033055	一种用于图文信息的分钟级监测系统	发明	2018年5月29日	实质审查的生效	-

(二) 著作权

☒适用 ☐不适用

序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人	备注
1	新榜号内搜软件[简称：号内搜]1.0	2018SR342293	2018年5月16日	原始取得	新榜信息	-
2	新榜公众号回采软件[简称：公众号回采]1.0	2018SR338419	2018年5月15日	原始取得	新榜信息	-
3	新榜自媒宝软件[简称：自媒宝]1.0	2018SR338870	2018年5月15日	原始取得	新榜信息	-
4	微信公众号分钟级传播检测软件[简称：分钟级检测]1.0	2018SR311080	2018年5月7日	原始取得	新榜信息	-
5	新榜微博回采软件[简称：微博回采]1.0	2018SR347667	2018年5月16日	原始取得	新榜信息	-
6	阅读数更新软件[简称：阅读数更新]1.0	2018SR347677	2018年5月16日	原始取得	新榜信息	-
7	新榜小助手软件[简称：新榜小助手]1.0	2018SR347745	2018年5月16日	原始取得	新榜信息	-
8	新榜微信评论区采集软件[简称：微信评论区采集]1.0	2018SR347737	2018年5月16日	原始取得	新榜信息	-
9	文章搜索软件[简称：文章搜索]1.0	2018SR346224	2018年5月16日	原始取得	新榜信息	-
10	趋势查询软件[简称：趋势查询]1.0	2018SR345556	2018年5月16日	原始取得	新榜信息	-
11	新榜编辑器软件[简称：新榜编辑]	2018SR345561	2018年5月16日	原始取得	新榜信息	-

序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人	备注
	器]1.0					
12	新榜内容分销软件 [简称：内容分 销]1.0	2018SR349921	2018年5月 17日	原始取得	新榜信息	-
13	新榜品牌专区软件 [简称：品牌专 区]1.0	2018SR349800	2018年5月 17日	原始取得	新榜信息	-
14	新媒体数据API软 件[简称：API]1.0	2018SR345210	2018年5月 16日	原始取得	新榜信息	-
15	自定义榜单软件[简 称：自定义榜 单]1.0	2018SR345216	2018年5月 16日	原始取得	新榜信息	-
16	公众号·粉丝对比系 统[简称：粉丝对 比]1.0	2020SR0362432	2020年4月 22日	原始取得	新榜信息	-
17	新榜小程序·量子查 查系统[简称：量子 查查]1.0	2020SR0362414	2020年4月 22日	原始取得	新榜信息	-
18	公众号·删文检测系 统[简称：删文检 测]1.0	2020SR0361165	2020年4月 22日	原始取得	新榜信息	-
19	新榜·新媒体交易平 台[简称：新媒体交 易]1.0	2020SR0362666	2020年4月 22日	原始取得	新榜信息	-
20	公众号·阅读原文深 度钻取系统[简称： 阅读原文钻取]1.0	2020SR0361171	2020年4月 22日	原始取得	新榜信息	-
21	公众号·互选宝广告 交易系统[简称：互 选宝]1.0	2020SR1252543	2020年11月 11日	原始取得	新榜信息	-
22	微信社群宝广告交 易系统[简称：社群 宝]1.0	2020SR1251550	2020年11月 10日	原始取得	新榜信息	-
23	新抖·品牌营销系统 [简称：新抖·品牌 营销]1.0	2020SR1251827	2020年11月 10日	原始取得	新榜信息	-
24	新抖·素材创意系统 [简称：新抖·素材 创意]1.0	2020SR1252363	2020年11月 11日	原始取得	新榜信息	-
25	新抖·运营助手系统 [简称：新抖·运营 助手]1.0	2020SR1251649	2020年11月 10日	原始取得	新榜信息	-
26	新抖·账号查询系统 [简称：新抖·账号 查询]1.0	2020SR1252336	2020年11月 11日	原始取得	新榜信息	-
27	新抖·直播电商系统 [简称：新抖·直播 电商]1.0	2020SR1251815	2020年11月 10日	原始取得	新榜信息	-

序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人	备注
28	新抖·种草带货系统 [简称:新抖·种草 带货]1.0	2020SR1252422	2020年11月 11日	原始取得	新榜信息	-
29	新快·账号查询系统 [简称:新快·账号 查询]1.0	2020SR1251760	2020年11月 10日	原始取得	新榜信息	-
30	新快·直播看板系统 [简称:新快·直播 看板]1.0	2020SR1252445	2020年11月 11日	原始取得	新榜信息	-
31	新媒体营销策划服 务系统 V1.0	2020SR1689192	2020年11月 30日	原始取得	北京新榜	-
32	新媒体洞察定制行 业报告软件 V1.0	2020SR1693103	2020年11月 30日	原始取得	北京新榜	-
33	有容 i 小程序软件 V1.0	2020SR1693104	2020年11月 30日	原始取得	北京新榜	-
34	新媒体知识分销平 台 V1.0	2021SR1700417	2020年12月 1日	原始取得	北京新榜	-
35	新品种草小程序软 件 V1.0	2022SR1700416	2020年12月 1日	原始取得	北京新榜	-
36	新媒体涨粉宝软件 V1.0	2023SR1700358	2020年12月 1日	原始取得	北京新榜	-
37	新媒体认证平台 V1.0	2024SR1700357	2020年12月 1日	原始取得	北京新榜	-
38	新媒体 AI 编辑器 系统 V1.0	2025SR1700366	2020年12月 1日	原始取得	北京新榜	-
39	新媒体数据咨询平 台 V1.0	2026SR1700194	2020年12月 1日	原始取得	北京新榜	-
40	电商直播数据监控 中台系统 V1.0	2027SR1691373	2020年11月 30日	原始取得	北京新榜	-
41	新媒体精细化内容 运营服务平台 V1.0	2028SR1603128	2020年11月 18日	原始取得	北京新榜	-
42	新媒体全渠道策略 投放管理系统 V1.0	2029SR1603532	2020年11月 18日	原始取得	北京新榜	-
43	新媒体原创版权交 易平台 V1.0	2030SR1603514	2020年11月 18日	原始取得	北京新榜	-
44	新媒体内容数据资 源分配平台 V1.0	2031SR1600854	2020年11月 18日	原始取得	北京新榜	-
45	新媒体企业账号代 理运营服务系统 V1.0	2032SR1600853	2020年11月 18日	原始取得	北京新榜	-
46	精明派微信线上商 品活动管理软件[简 称:精明派]V1.0	2020SR0906157	2020年8月 11日	原始取得	信创科技	-
47	精明派微信 CMS 系统管理软件[简 称, 精明派]V1.0	2020SR0906667	2020年8月 11日	原始取得	信创科技	-
48	荣威微信步数开发 系统[简称:荣威步	2020SR0906468	2020年8月 11日	原始取得	信创科技	-

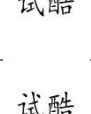
序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人	备注
	数]V1.0					
49	小草评平台商户系统管理软件[简称:小草评]V1.0	2020SR0906461	2020年8月11日	原始取得	信创科技	-
50	小草评个人中心系统管理软件[简称:小草评]V1.0	2020SR0910703	2020年8月11日	原始取得	信创科技	-
51	小草评活动测评系统管理软件[简称:小草评]V1.0	2020SR0910710	2020年8月11日	原始取得	信创科技	-
52	新榜有容自媒体文章管理软件[简称:新榜有容]V1.0	2020SR0804185	2020年7月21日	原始取得	信创科技	-
53	新榜有容购物商城管理软件[简称:新榜有容]V1.0	2020SR0804192	2020年7月21日	原始取得	信创科技	-
54	新榜有容群机器人管理软件[简称:新榜有容]V1.0	2020SR0800214	2020年7月21日	原始取得	信创科技	-
55	新榜有容活动管理软件[简称:新榜有容]V1.0	2020SR0800220	2020年7月21日	原始取得	信创科技	-
56	新榜有容合伙人管理软件[简称:新榜有容]V1.0	2020SR0806550	2020年7月21日	原始取得	信创科技	-
57	榜哥会小程序管理软件[简称:榜哥会小程序]V1.0	2021SR0338790	2021年3月4日	原始取得	信创科技	-
58	企微通客户系统管理软件[简称:企微通]V1.0	2021SR0338721	2021年3月4日	原始取得	信创科技	-
59	企微通数据联系系统管理软件[简称:企微通]V1.0	2021SR0338720	2021年3月4日	原始取得	信创科技	-
60	维乐口腔小程序商城管理软件[简称:维乐口腔]V1.0	2021SR0338722	2021年3月4日	原始取得	信创科技	-
61	维乐口腔小程序预约管理软件[简称:维乐口腔]V1.0	2021SR0338724	2021年3月4日	原始取得	信创科技	-
62	新东方中台系统管理软件[简称:新东方]V1.0	2021SR0338723	2021年3月4日	原始取得	信创科技	-
63	公众号数据管理软件[简称:数据管理]V1.0	2022SR0401876	2022年3月28日	原始取得	信创科技	-
64	供应商平台补贴券管理软件[简称:供	2022SR0903308	2022年7月7日	原始取得	信创科技	-

序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人	备注
	应商平台]V1.0					
65	安鑫地产房源信息管理软件[简称:安鑫房源]V1.0	2022SR0199245	2022年2月7日	原始取得	信创科技	-
66	电子商城 PC 端小程序端管理软件[简称:电子商城管理软件]V1.0	2022SR0419599	2022年3月31日	原始取得	信创科技	-
67	SCRM 会员积分管理软件[简称:SCRM 管理软件]V1.0	2022SR0419600	2022年3月31日	原始取得	信创科技	-
68	维乐医生用户管理系统[简称:维乐医生]V1.0	2022SR0903309	2022年7月7日	原始取得	信创科技	-
69	大平台版管理后台软件[简称,大平台管理软件]V1.0	2022SR0903310	2022年7月7日	原始取得	信创科技	-
70	贪吃蛇组队战管理软件[简称:贪吃蛇]V1.0	2022SR1474354	2022年11月4日	原始取得	信创科技	-
71	微光软件及辅助设备信息化管理系统 V1.0	2018SR483647	2018年6月26日	原始取得	北京新榜	-
72	微光基于大数据的技术开发分析平台 V1.0	2018SR486470	2018年6月26日	原始取得	北京新榜	-
73	微光电子产品销售数据分析软件 V1.0	2018SR485381	2018年6月26日	原始取得	北京新榜	-
74	微光计算机软件开发技咨询在线服务平台 V1.0	2018SR485389	2018年6月26日	原始取得	北京新榜	-
75	微光基础软件服务分析管系统 V1.0	2018SR486873	2018年6月26日	原始取得	北京新榜	-
76	微光互联网技术开发共享平台 V1.0	2018SR486877	2018年6月26日	原始取得	北京新榜	-
77	微光基于大数据的技术推广平台软件 V1.0	2018SR485173	2018年6月26日	原始取得	北京新榜	-
78	微光基于大数据的技术转让应用系统 V1.0	2018SR483416	2018年6月26日	原始取得	北京新榜	-

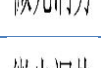
(三) 商标权

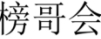
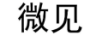
√适用 □不适用

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况	备注
1	看榜	看榜	23541737	9	2028.03.27	原始取得	已注册	-
2	看榜	看榜	23542368	16	2028.04.06	原始取得	已注册	-
3	看榜	看榜	23542371	35	2028.04.06	原始取得	已注册	-
4	看榜	看榜	23542777	36	2028.03.27	原始取得	已注册	-
5	看榜	看榜	23542679	38	2028.04.06	原始取得	已注册	-
6	看榜	看榜	23542069	39	2028.04.06	原始取得	已注册	-
7	看榜	看榜	23543079	41	2028.03.27	原始取得	已注册	-
8	看榜	看榜	23543035	42	2028.04.06	原始取得	已注册	-
9	看榜	看榜	23542818	45	2028.03.27	原始取得	已注册	-
10	新榜	新榜	23541200	38	2028.03.27	原始取得	已注册	-
11	新榜	新榜	23541286	39	2028.03.27	原始取得	已注册	-
12	新榜	新榜	46491408	9	2031.02.06	原始取得	已注册	-
13	新榜	新榜	46500951	41	2031.04.13	原始取得	已注册	-
14	新榜	新榜	18225378	36	2026.12.13	原始取得	已注册	-
15	新榜	新榜	16581547	41	2026.05.13	原始取得	已注册	-
16	新榜	新榜	18225377	45	2026.12.13	原始取得	已注册	-

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况	备注
17		新榜及图	18225376	9	2027.02.20	原始取得	已注册	-
18		新榜及图	18225379	16	2027.02.20	原始取得	已注册	-
19		榜哥	19041790	35	2027.06.13	原始取得	已注册	-
20		榜哥	19041789	38	2027.03.06	原始取得	已注册	-
21		榜哥	19041788	41	2027.03.06	原始取得	已注册	-
22		榜哥	19041787	42	2027.03.06	原始取得	已注册	-
23		榜妹	19041786	35	2027.03.06	原始取得	已注册	-
24		榜妹	19041785	38	2027.03.06	原始取得	已注册	-
25		榜妹	19041784	41	2027.03.06	原始取得	已注册	-
26		榜妹	19041783	42	2027.03.06	原始取得	已注册	-
27		最后益条	20584682	36	2027.08.27	原始取得	已注册	-
28		最后益条	20584668	38	2027.08.27	原始取得	已注册	-
29		最后益条	20584704	42	2027.08.27	原始取得	已注册	-
30		试酷	38715130	35	2030.02.06	原始取得	已注册	-
31		试酷	38737081	42	2030.02.06	原始取得	已注册	-
32		小草评	38715782	35	2030.02.06	原始取得	已注册	-

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况	备注
33	小草评	小草评	38733971	41	2030.06.27	原始取得	已注册	-
34	小草评	小草评	38719818	42	2030.02.06	原始取得	已注册	-
35	小草评	小草评	38721952	45	2030.02.06	原始取得	已注册	-
36		搞不定怎么办	41630932	35	2030.07.06	原始取得	已注册	-
37		搞不定怎么办	41626820	38	2030.07.13	原始取得	已注册	-
38		搞不定怎么办	41645241	41	2030.06.27	原始取得	已注册	-
39	精明派	精明派	34778661	9	2029.07.13	原始取得	已注册	-
40	精明派	精明派	34797071	35	2029.07.13	原始取得	已注册	-
41	精明派	精明派	34778688	42	2029.07.20	原始取得	已注册	-
42	自媒宝	自媒宝	29959667	35	2029.02.06	原始取得	已注册	-
43	自媒宝	自媒宝	29971992	38	2029.02.06	原始取得	已注册	-
44	自媒宝	自媒宝	29941605	42	2029.02.06	原始取得	已注册	-
45	企微易	企微易	43782298	35	2030.11.27	原始取得	已注册	-
46	新淘	新淘	43782401	42	2030.11.27	原始取得	已注册	-
47		加塑商标	22428906	35	2028.02.06	原始取得	已注册	-
48		加塑商标	22429003	41	2028.02.06	原始取得	已注册	-
49		加塑商标	22429301	42	2028.02.06	原始取得	已注册	-
50	博选优采	博选优采	20584374	35	2027.08.27	原始取得	已注册	-

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况	备注
51		博选优采	20584662	38	2027.08.27	原始取得	已注册	-
52		博选优采	20584893	42	2027.08.27	原始取得	已注册	-
53		得手	30839647	9	2029.05.06	原始取得	已注册	-
54		得手	30856047	35	2029.02.20	原始取得	已注册	-
55		得手	30854304	38	2029.02.20	原始取得	已注册	-
56		得手	30860174	42	2029.05.06	原始取得	已注册	-
57		微光洞视	20584528	35	2027.08.27	原始取得	已注册	-
58		微光洞视	20584241	38	2027.08.27	原始取得	已注册	-
59		微光洞视	20585053	41	2027.08.27	原始取得	已注册	-
60		微光洞视	20584811	42	2027.08.27	原始取得	已注册	-
61		NEWRANK.CN	49972213	9	2031.06.20	原始取得	已注册	-
62		NEWRANK.CN	46487898	41	2031.06.06	原始取得	已注册	-
63		NEWRANK.CN	46480303	35	2032.05.27	原始取得	已注册	-
64		新榜（黑宋体）	46480291	35	2031.08.20	原始取得	已注册	-
65		新榜（黑宋体）	46481235	42	2031.08.20	原始取得	已注册	-
66		新抖	43808646	42	2030.09.20	原始	已注	-

序号	商标图形	商标名称	注册号	核定使用类别	有效期	取得方式	使用情况	备注
						取得	册	
67		新抖	43802845	35	2030.09.20	原始取得	已注册	-
68		榜哥会	43797590	35	2030.09.20	原始取得	已注册	-
69		榜哥会	43788534	42	2030.09.20	原始取得	已注册	-
70		企微通	43792187	42	-	原始取得	已注册	-
71		微见	26354302	45	2028.11.13	原始取得	已注册	-
72		微见	26354277	41	2028.11.6	原始取得	已注册	-
73		NEWRANK. CN	55255461	42	2023. 1. 14	原始取得	已注册	-
74		新榜海汇	66738835	42	2023. 2. 14	原始取得	已注册	-
75		新榜海汇	66739550	35	2023. 2. 14	原始取得	已注册	-
76		新榜矩阵通	66758622	35	2023. 2. 21	原始取得	已注册	-
77		新榜矩阵通	66750099	42	2023. 4. 20	原始取得	已注册	-

二、 报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

1、公司重大销售合同的判断标准为：报告期内,截至各期末与当期前十大客户正在履行或履行完毕的框架合同（汉高（中国）投资有限公司 2021 年末与公司签订框架协议，以相同性质订单合同累计列示）；

2、公司重大采购合同的判断标准为：报告期内,截至各期末与当期前十大供应商正在履行或履行完毕的框架合同；

3、公司重大借款、质押合同、担保合同的判断标准为：报告期内正在履行或履行完毕的借款金额超过 1,000 万元的合同。

（一） 销售合同

序号	合同名称	客户名称	关联关	合同内容	合同金额	履行情况
----	------	------	-----	------	------	------

			系		(万元)	
1	数字市场营销服务框架合同（2022 年度）	欧莱雅（中国）有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
2	采购协议（2022 年度）	宝洁（中国）营销有限公司等	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
3	意见领袖服务协议（2022 年度）	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
4	网络推广服务协议（2022 年度）	深圳前海新之江信息技术有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
5	DIGITAL MARKETING AGENCY FRAMEWORK AGREEMENT（2022 年度）	汉高（中国）投资有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	正在履行
6	京东集团社会化媒介宣发服务年框合同（2022 年度）	广西京东新杰电子商务有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
7	网络广告发布合同之年度业务合同（2022 年度）	电通（上海）投资有限公司北京分公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
8	美团 2022-2023 年度社交媒体合作框架协议	北京三快在线科技有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
9	业务委托基本合同（2022 年度）	资生堂（中国）投资有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
10	内容营销推广类框架协议（2022 年度）	深圳市腾讯计算机系统有限公司等	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
11	数字市场营销服务框架合同（2021 年度）	欧莱雅（中国）有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
12	采购协议（2021 年度）	宝洁（中国）营销有限公司等	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
13	意见领袖服务协议（2021 年度）	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
14	市场营销服务合同（2021 年度）	联合利华（中国）有限公司等	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
15	传播合作框架协议（2021 年度）	北京字跳网络技术有限公司等	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕

16	MCN 合作协议（2021 年度）	行吟信息科技有限公司（上海）有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
17	平安人寿内容及达人引入合作框架协议（2021 年度）	中国平安人寿保险股份有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
18	新媒体信息服务合同（2021 年度）	汉高（中国）投资有限公司	无	提供互联网内容营销服务	393.29	履行完毕
19	肯德基 KOL 内容及 UGC 管理服务合同（2021 年度）	环胜电子商务（上海）有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
20	网络广告发布合同之年度业务合同（2021 年度）	电通（上海）投资有限公司北京分公司	无	提供互联网内容营销服务	-	履行完毕
21	数字市场营销服务框架合同（2023 年度）	欧莱雅（中国）有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	正在履行
22	采购协议（2023 年度）	宝洁（中国）营销有限公司等	无	提供互联网内容营销服务	-	正在履行
23	意见领袖服务协议（2023 年度）	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	正在履行
24	业务委托基本合同（2023 年度）	资生堂（中国）投资有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	正在履行
25	KOL 服务合作年度合作框架合同（2023 年度）	OPPO 广东移动通信有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	正在履行
26	服务和/或产品采购合同（2023 年度）	科蒂商贸（上海）有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	正在履行
27	内容授权框架合同（2023 年度）	深圳市腾讯计算机系统有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	正在履行
28	网络广告服务框架协议	比亚迪汽车销售有限公司	无	提供互联网内容营销服务	-	正在履行

（二） 采购合同

序号	合同名称	供应商名称	关联关系	合同内容	合同金额（万元）	履行情况
1	巨量星图平台新媒体 KOL 合作机构合作协议	武汉巨量星图科技有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕

	(2022 年度)					
2	小红书蒲公英平台信息技术服务年度框架协议(2022 年)	行吟信息科技有限公司(上海)有限公司等	无	媒介资源采购	-	履行完毕
3	共享经济综合服务协议(2022 年-2023 年)	云账户(天津)共享经济信息咨询有限公司	无	媒介资源采购	-	正在履行
4	推广宣传合作协议(2021-2023 年)	超电(上海)信息科技有限公司	无	媒介资源采购	-	续约至 2024 年 12 月 31 日
5	腾讯广告-服务商合作协议(2022 年)	深圳市腾讯计算机系统有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
6	媒体平台信息发布框架合同(2021-2022 年)	江西傲星科技有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
7	渠道代理协议(2020-2022 年)	天津太古时代网络技术有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
8	媒介咨询服务协议(2022 年)	上海琅玕品牌管理有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
9	媒体投放业务合作协议(2021-2022 年)	上海亦芯文化传媒有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
10	SNS 平台广告服务合作协议(2022 年)	杭州如涵文化传播有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
11	巨量星图平台新媒体 KOL 合作机构合作协议(2021 年)	北京微播视界科技有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
12	共享经济综合服务协议(2019-2021 年)	云账户(天津)共享经济信息咨询有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
13	小红书蒲公英平台信息技术服务年度框架协议(2021 年)	行吟信息科技有限公司(上海)有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
14	媒体平台信息发布框架合同(2021 年)	江西巨广网络科技有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
15	数字媒体投放合作协议(2021 年)	十万光年网络科技有限公司(北京)有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕

16	共享经济灵活用工平台综合服务协议（2021年）	湖南汇多薪科技有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
17	腾讯广告-服务商合作协议（2021年）	深圳市腾讯计算机系统有限公司	无	媒介资源采购	-	履行完毕
18	巨量星图平台新媒体 KOL 合作机构合作协议（2023 年）	武汉巨量星图科技有限公司	无	媒介资源采购	-	正在履行
19	新榜&薯一薯二年度框架合同（2023 年）	薯一薯二文化传媒有限公司（上海）有限公司/薯你最红文化传媒有限公司（上海）有限公司	无	媒介资源采购	-	正在履行
20	腾讯广告-服务商合作协议（2023 年）	深圳市腾讯计算机系统有限公司	无	媒介资源采购	-	正在履行
21	微任务平台采购框架协议（2023 年）	天下秀广告有限公司	无	媒介资源采购	-	正在履行
22	媒体投放业务合作协议（2023 年）	上海亦芯文化传媒有限公司	无	媒介资源采购	-	正在履行
23	网络信息服务框架合同（2023 年）	江西傲星科技有限公司	无	媒介资源采购	-	正在履行
24	新榜&缋苏 2023 年度框架合同	杭州缋苏网络信息有限公司	无	媒介资源采购	-	正在履行
25	我买家渠道服务合同（2023 年）	深圳我买家网络科技有限公司	无	媒介资源采购	-	正在履行

（三） 借款合同

√适用 □不适用

序号	合同名称	贷款人	关联关系	合同金额（万元）	借款期限	担保情况	履行情况
1	《流动资金借款合同》（编号:14221001266）	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	无	1200	2022年5月26日至2022年11	《最高额保证合同》（担保人：徐俊，编号:14211001379101）、《质押合同》（合同编号:14221001266301）	履行完毕

					月 25 日		
2	《流动资金借款合同》 (编号:14221004013)	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	无	1200	2022 年 12 月 1 日至 2023 年 5 月 28 日	《最高额保证合同》(担保人:徐俊,编号:14211001379101)、《质押合同》(合同编号:14221004013301)	履行完毕
3	《流动资金借款合同》 (编号:14221001410)	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	无	1800	2022 年 6 月 21 日至 2022 年 12 月 20 日	《最高额保证合同》(担保人:徐俊,编号:14211001379101)、《质押合同》(合同编号:14221001410301)	履行完毕
4	《流动资金借款合同》 (编号:14221004016)	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	无	1800	2022 年 12 月 26 日至 2023 年 6 月 26 日	《最高额保证合同》(担保人:徐俊,编号:14211001379101)、《质押合同》(合同编号:14221004016301)	履行完毕
5	《流动资金借款合同》 (编号:Z2202LN15670060)	交通银行股份有限公司上海宝山支行	无	1000	2022 年 3 月 18 日至 2023 年 3 月 10 日	《保证合同》(担保人:徐俊,编号:C220222GR3107935)	履行完毕
6	《流动资金借款合同》 (编号:Z2205LN15632590)	交通银行股份有限公司上海宝山支行	无	1500	2022 年 5 月 18 日至 2023 年 5 月 17 日	《保证合同》(担保人:徐俊,编号:C220222GR3107935)	履行完毕
7	《流动资金借款合同》 (编号:Z2211LN15605297)	交通银行股份有限公司上海宝山支行	无	2000	2022 年 11 月 4 日至 2022 年 12 月 30 日	《保证合同》(担保人:徐俊,编号:C220222GR3107935)	履行完毕
8	《借款合同》(编号:IR2206100000070)	招商银行股份有限公司上海分行	无	2010	2022 年 6 月 14 日至 2022 年 12	《最高额不可撤销担保书》(担保人:徐俊、张丹,编号 121XY2021043633)	履行完毕

					月 13 日		
9	《流动资金借款合同》 (编号:2022 年沪中闵 贷字第 01000025 号)	中国银行 股份有限公司上海 市闵行支行	无	1000	2022 年 3 月 24 日 至 2022 年 9 月 24 日	《最高额保证合同》(担 保人: 徐俊、张丹, 合同 编号: 2022 年沪中闵保字 第 007 号)	履 行 完 毕
10	《流动资金借款合同》 (编号:2022 年沪中闵 贷字第 01000116 号)	中国银行 股份有限公司上海 市闵行支行	无	1000	2022 年 9 月 14 日 至 2023 年 3 月 14 日	《最高额保证合同》(担 保人: 徐俊、张丹, 合同 编号: 2022 年沪中闵保字 第 007 号)	履 行 完 毕
11	《流动资金借款合同》 (编号: 1420100534)	中国工商 银行股份 有限公司 上海市闵 行支行	无	1000	2020 年 4 月 29 日 至 2021 年 4 月 28 日	《最高额保证合同》(保 证人: 徐俊, 编号: 14201000534101、质押合 同(合同编号: 14201000534301)	履 行 完 毕
12	《流动资金借款合同》 (编号: 14211001379)	中国工商 银行股份 有限公司 上海市闵 行支行	无	1200	2021 年 5 月 24 日 至 2021 年 11 月 24 日	《最高额保证合同》(保 证人: 徐俊、编号: 14211001379101)、《质 押合同》(合同编 号:14201000534301)	履 行 完 毕
13	《流动资金借款合同》 (编号: 14211001760)	中国工商 银行股份 有限公司 上海市闵 行支行	无	1000	2021 年 6 月 21 日 至 2021 年 12 月 17 日	《最高额保证合同》(保 证人: 徐俊、编号: 14211001379101)、《质 押合同》(合同编 号:14211001760301)	履 行 完 毕
14	《流动资金借款合同》 (编号: 14211003468)	中国工商 银行股份 有限公司 上海市闵 行支行	无	1200	2021 年 12 月 14 日至 2022 年 5 月 24 日	《最高额保证合同》(保 证人: 徐俊、编号: 14211001379101)、《质 押合同》(合同编 号:14211003468301)	履 行 完 毕
15	《流动资金借款合同》 (编号: 14211003897)	中国工商 银行股份 有限公司 上海市闵 行支行	无	1800	2021 年 12 月 27 日至 2022 年 6 月	《最高额保证合同》(保 证人: 徐俊, 编号: 14211001379101)、《质 押合同》(合同编 号:14211003897301)	履 行 完 毕

					20 日		
16	《借款借据》（线上流动资金贷款，编号：30245916）	宁波银行股份有限公司上海分行	无	1000	2021年11月18日至2022年11月19日	《最高额保证合同》（保证人：徐俊，编号：07000BY21BDBGGG）	履行完毕
17	《流动资金借款合同》（编号：240210002）	上海银行股份有限公司广中路支行	无	1000	2021年1月25日至2022年1月25日	《借款保证合同》（担保人：徐俊，合同编号：DB240210002）	履行完毕
18	《借款借据》（线上流动资金贷款，编号：122112920200072963）	宁波银行股份有限公司上海分行	无	1000	2022年11月29日至2023年11月28日	《最高额保证合同》（保证人：徐俊，编号：07000BY21BDBGGG）	履行完毕
19	《流动资金借款合同》（编号：14231002184）	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	无	1,200	2023年5月26日至2023年11月22日	《最高额保证合同》（保证人：徐俊，编号：14211001379101）	履行完毕
20	《流动资金借款合同》（编号：14231002185）	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	无	1,800	2023年6月22日至2023年12月22日	《最高额保证合同》（保证人：徐俊，编号：14211001379101）	正在履行
21	《福费廷融资合同》（编号：NF1801230000022）	江苏银行股份有限公司上海分行	无	1,000	2023年3月13日至2024年3月12日	-	正在履行
22	《流动资金借款合同》（编号：JK152823000020）	江苏银行股份有限公司上海浦东支行	无	1,000	2023年1月18日至	最高额连带责任保证书（担保人：徐俊，编号：BZ152823000006）	正在履行

					2024年1月17日		
23	《流动资金借款合同》 (编号: Z2305LN15617144)	交通银行股份有限公司上海宝山支行	无	1,500	2023年5月23日至 2024年5月21日	《保证合同》(担保人: 徐俊, 编号: C220222GR3107935)	正在履行
24	《借款借据》(线上流动资金贷款, 编号: 123071220200147509)	宁波银行股份有限公司上海分行	无	1,000	2023年7月12日至 2024年1月12日	《最高额保证合同》(保证人:徐俊, 编号: 07000BY21BDBGGG)	正在履行
25	《借款合同》(编号: IR2304240000133)	招商银行股份有限公司上海分行	无	1,800	2023年4月27日至 2023年10月26日	《最高额不可撤销担保书》(担保人:徐俊、张丹, 编号 121XY2021043633)	履行完毕
26	《流动资金借款合同》 (编号:2023年沪中 闽贷字第01000096 号)	中国银行股份有限公司上海市闵行区支行	无	2,000	2023年5月18日至 2024年5月18日	《最高额保证合同》(担保人:徐俊、张丹, 合同 编号:2022年沪中闽保字第007号)	正在履行
27	《流动资金借款合同》 (编号:2023年沪中 闽贷字第01000072 号)	中国银行股份有限公司上海市闵行区支行	无	3,000	2023年5月10日至 2024年5月10日	《最高额保证合同》(担保人:徐俊、张丹, 合同 编号:2022年沪中闽保字第007号)	正在履行

(四) 担保合同

√适用 □不适用

序号	合同编号	借款人	贷款银行	借款金额 (万元)	借款期限	担保方式	履行情况
1	BZ152823000011	博选优彩	江苏银行股份有限公司上海浦东支行	1,000	2023年1月18日至2024年1月17日	保证	正在履行

2	BZ152823000004	仟人仟面	江苏银行股份有限公司上海浦东支行	1,000	2023年1月18日至2024年1月17日	保证	正在履行
---	----------------	------	------------------	-------	-----------------------	----	------

(五) 抵押/质押合同

√适用 □不适用

序号	合同编号	抵/质押权人	担保债权内容	抵/质押物	抵/质押期限	履行情况
1	14221001266301	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	《流动资金借款合同》(编号: 14221001266)	上海看榜信息科技有限公司向欧莱雅(中国)有限公司提供数字营销服务而产生的应收账款	2022年5月26日至2022年11月25日	履行完毕
2	14221001410301	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	《流动资金借款合同》(编号: 14221001410)	上海看榜信息科技有限公司向欧莱雅(中国)有限公司提供数字营销服务而产生的应收账款	2022年6月21日至2022年12月20日	履行完毕
3	14221004013301	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	《流动资金借款合同》(编号: 14221004013)	上海看榜信息科技有限公司向欧莱雅(中国)有限公司提供数字营销服务而产生的应收账款	2022年11月29日至2023年5月28日	履行完毕

序号	合同编号	抵/质押权人	担保债权内容	抵/质押物	抵/质押期限	履行情况
4	14221004016301	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	《流动资金借款合同》（编号：14221004016）	上海看榜信息科技有限公司向欧莱雅（中国）有限公司提供数字营销服务而产生的应收账款	2022年11月26日至2023年6月26日	履行完毕
5	14201000534301	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	《流动资金借款合同》（编号：14201000534）	上海看榜信息科技有限公司向欧莱雅（中国）有限公司提供数字营销服务而产生的应收账款	2020年4月29日至2021年4月28日	履行完毕
6	14211001760301	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	《流动资金借款合同》（编号：14211001760）	上海看榜信息科技有限公司向欧莱雅（中国）有限公司提供数字营销服务而产生的应收账款	2021年6月2日至2021年12月17日	履行完毕
7	14211003468301	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	《流动资金借款合同》（编号：1421103468）	上海看榜信息科技有限公司向欧莱雅（中国）有限公司提供数字营销服务而产生的应收账款	2021年12月14日至2022年5月24日	履行完毕

序号	合同编号	抵/质押权人	担保债权内容	抵/质押物	抵/质押期限	履行情况
8	14211001379301	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	《流动资金借款合同》（编号：14211001379）	上海看榜信息科技有限公司向欧莱雅（中国）有限公司提供数字营销服务而产生的应收账款	2021年5月25日至2021年11月24日	履行完毕
9	IR2206070000066	招商银行股份有限公司上海分行	《借款合同》（编号：IR2206100000070）	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司的应收账款	2022年6月14日至2022年12月13日	履行完毕
10	14211003897301	中国工商银行股份有限公司上海市闵行支行	《流动资金借款合同》（编号：14211003897）	上海看榜信息科技有限公司向欧莱雅（中国）有限公司提供数字营销服务而产生的应收账款	2021年12月27日至2022年6月20日	履行完毕

（六） 其他情况

☐适用 ☒不适用

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

☒适用 ☐不适用

承诺主体名称	徐俊
承诺主体类型	☐ 申请挂牌公司 ☒ 实际控制人 ☒ 控股股东 ☐ 董事、监事、高级管理人员 ☐ 核心技术（业务）人员 ☐ 本次申请挂牌的主办券商及证券服务机构 ☐ 其他
承诺事项	规范或避免同业竞争的承诺
承诺履行期限类别	长期有效
承诺开始日期	2023年3月28日
承诺结束日期	无
承诺事项概况	1、本人目前没有、将来（作为实际控制人期间）也不直接或间接从事与公司现有及将来（作为实际控制人期间）相同、相似业务或构成同业竞争的其他活动。

	2、本人参股或者控股的公司或者企业（附属公司或者附属企业）目前没有、且在本人拥有公司实际控制权期间，也不会以任何方式（包括但不限于自营、合资或联营）参与或进行与公司主营业务存在竞争的业务活动。 3、凡本人及参股或者控股的公司或者企业（附属公司或者附属企业）有任何商业机会可从事、参与或入股任何可能会与公司生产经营构成竞争的业务，本人及参股或者控股的公司或者企业应将上述商业机会让予公司。 4、本人将充分尊重公司的独立法人地位，保障公司的独立经营、自主决策，将严格按照《公司法》以及《公司章程》之规定，促使公司管理层依法履行其应尽的诚信和勤勉责任。 5、如果本人违反上述声明、保证与承诺，并造成公司经济损失的，本人愿意对违反上述承诺而给公司造成的经济损失承担相应赔偿责任。
承诺履行情况	正在履行
未能履行承诺的约束措施	1、如本企业/本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本企业/本人无法控制的客观原因导致的除外），本企业/本人将采取以下措施： （1）通过公司及时、充分披露本企业/本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益；（3）若因本企业/本人违反或未能履行就公司进行资本运作期间作出的公开承诺事项致使公司及其投资者遭受损失，本企业/本人将依法承担相应的法律责任。 2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本企业/本人无法控制的客观原因导致本企业/本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本企业/本人将采取以下措施： （1）通过公司及时、充分披露本企业/本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益。

承诺主体名称	徐俊、陈维宇、阳钊、李建伟、朱睿、李海峰、王骥、黄跃卫
承诺主体类型	☐ 申请挂牌公司 ☐ 实际控制人 ☐ 控股股东 ☒ 董事、监事、高级管理人员 ☐ 核心技术（业务）人员 ☐ 本次申请挂牌的主办券商及证券服务机构 ☐ 其他
承诺事项	规范或避免同业竞争的承诺
承诺履行期限类别	长期有效
承诺开始日期	2023年3月28日
承诺结束日期	无
承诺事项概况	1、除已经披露的情形外，本人未从事或参与与公司存在同业竞争的行为，与公司不存在同业竞争； 2、本人将不以任何形式取得任何在商业上对公司构成竞争的经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、

	机构、经济组织中担任高级管理人员或核心技术人员。 3、本人与公司存在关联关系期间，本承诺持续有效，不得撤销。 4、本人愿意承担因违反上述承诺而给公司造成的全部经济损失。
承诺履行情况	正在履行
未能履行承诺的约束措施	1、如本企业/本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本企业/本人无法控制的客观原因导致的除外），本企业/本人将采取以下措施： （1）通过公司及时、充分披露本企业/本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益；（3）若因本企业/本人违反或未能履行就公司进行资本运作期间作出的公开承诺事项致使公司及其投资者遭受损失，本企业/本人将依法承担相应的法律责任。 2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本企业/本人无法控制的客观原因导致本企业/本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本企业/本人将采取以下措施： （1）通过公司及时、充分披露本企业/本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益。

承诺主体名称	新榜信息、徐俊、陈维宇、阳钊、李建伟、朱睿、李海峰、王骥、黄跃卫
承诺主体类型	☒ 申请挂牌公司 ☐ 实际控制人 ☐ 控股股东 ☒ 董事、监事、高级管理人员 ☐ 核心技术（业务）人员 ☐ 本次申请挂牌的主办券商及证券服务机构 ☐ 其他
承诺事项	减少或规范关联交易的承诺
承诺履行期限类别	长期有效
承诺开始日期	2023年3月28日
承诺结束日期	无
承诺事项概况	1、公司对于关联方的认定准确、完整，并已充分披露； 2、公司不存在为规避披露关联交易将关联方非关联化的情形； 3、公司不存在对关联方的重大依赖； 4、公司报告期内的关联交易已合理区分经常性和偶发性予以披露，且未对股东权益造成损害； 5、公司已制定规范关联交易并防范关联方占用资源（资金）的制度，并切实履行。 6、对于确实无法避免的关联交易，将依法签订协议，按照《公司法》、《公司章程》、《关联交易管理制度》及其他相关法律法规的规定，履行相应的决策程序。 7、公司不存在委托理财，本公司对外担保、重大投资、关联交易等事项符合法律法规和公司章程；公司及全体董监高承诺将严格按照公司章程、三会议事规则及《对外担保管

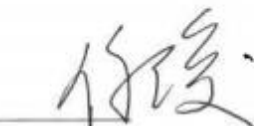
	理制度》《对外投资管理制度》《关联交易管理制度》的规定履行相应的决策程序。 8、公司不存在委托理财，本公司对外担保、重大投资、关联交易等事项已在相关文件中披露，确信其中不存在任何重大遗漏或者误导，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任； 9、公司董监高及其直系亲属或关系密切的家庭成员没有也不会以任何方式侵占或变相侵占公司资产、资金等资源； 10、公司董监高及其直系亲属或关系密切的家庭成员，以及上述人员控制、投资、任职的其他企业，将尽可能减少与公司之间的关联交易；对于确实无法避免的关联交易，将依法签订协议，按照《公司法》、《公司章程》、《关联交易管理制度》及其他相关法律法规的规定，履行相应的决策程序。
承诺履行情况	正在履行
未能履行承诺的约束措施	1、如本企业/本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本企业/本人无法控制的客观原因导致的除外），本企业/本人将采取以下措施： （1）通过公司及时、充分披露本企业/本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益；（3）若因本企业/本人违反或未能履行就公司进行资本运作期间作出的公开承诺事项致使公司及其投资者遭受损失，本企业/本人将依法承担相应的法律责任。 2、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本企业/本人无法控制的客观原因导致本企业/本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本企业/本人将采取以下措施： （1）通过公司及时、充分披露本企业/本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向公司及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护公司及其投资者的权益。

第七节 有关声明

申请挂牌公司控股股东声明

本公司或本人已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

控股股东（签字）：



徐 俊



申请挂牌公司实际控制人声明

本公司或本人已对公开转让说明书进行了核查，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（签字）：_____

徐 俊



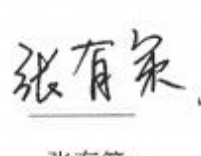
申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本公开转让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。

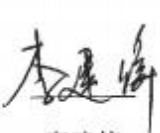
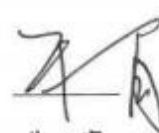
全体董事（签字）：

    
徐 俊 陈维宇 阳 钊 李建伟 朱 睿

全体监事（签字）：

  
李海峰 王 骥 张有策

全体高级管理人员（签字）：

    
徐 俊 陈维宇 阳 钊 李建伟 朱 睿

法定代表人（签字）：


徐 俊

上海新榜信息技术股份有限公司

2023年12月26日

主办券商声明

本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人或授权代表人（签字）：



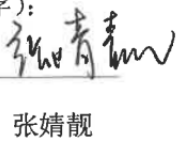
王昭凭

项目负责人（签字）：



张海烽

项目小组成员（签字）：


维 嘉
张婧靓
郭鸿源

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2023年12月26日



法定代表人授权委托书

此件仅限于以下用途

新榜信息反馈同复用

兹授权 王昭凭（职务：申万宏源证券承销保荐有限责任公司副总经理），对已依照公司规定履行完审批决策流程的事项，对外签署下列法律文件（但法律法规、监管规定或协议相对方要求必须由法定代表人本人签字的除外）：

一、分管部门项目，以公司名义对外签订的标准协议、非标准协议（含各类补充协议）。

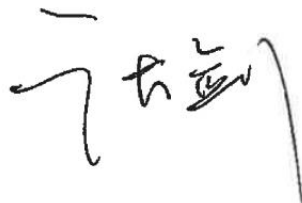
二、分管范围内，法律法规、监管法规规定可由法定代表人或授权代表签署，且未禁止概括授权的文件，包括作为保荐业务部门负责人、推荐业务负责高级管理人员签署的文件等。

以上授权不得转授权。

本授权委托书自授权人与被授权人签字之日起生效，原则上有效期为一年。有效期截止后未及时签署新的授权委托书，则本授权委托书自动延续。如授权人、被授权人高管职务发生变更，授权将自行终止。

（本页以下无正文）

授 权 人：



被授权人：



申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2021年1月1日



律师事务所声明

本机构及经办律师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的法律意见书无矛盾之处。本机构及经办律师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认公开转让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。

经办律师（签字）：韦玮 刘璐
韦 玮 刘 璐

律师事务所负责人（签字）：吴小亮
吴小亮



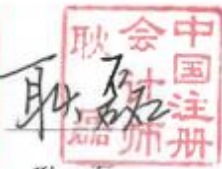
上海澄明则正律师事务所

2023年12月26日

审计机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的审计报告无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让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（签字）：


张 扬 耿 磊

会计师事务所负责人（签字）：


张晓荣

上会会计师事务所（特殊普通合伙）

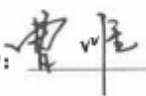
2023年12月26日



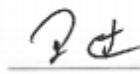
评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认公开转让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。

经办资产评估师（签字）：

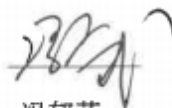


曹 唯



卫 达

资产评估机构负责人（签字）：



冯郁芬



上海加策资产评估有限公司

2023年12月26日

第八节 附件

- 一、主办券商推荐报告
- 二、财务报表及审计报告
- 三、法律意见书
- 四、公司章程
- 五、全国股转系统同意公开转让的审核文件或中国证监会同意公开转让的注册文件
- 六、公司设立以来股本演变情况及董事、监事、高级管理人员的确认意见
- 七、其他与公开转让有关的重要文件