

湖南创研科技股份有限公司  
股票定向发行说明书  
(第二次修订稿)

住所：长沙高新开发区尖山路 39 号长沙中电软  
件园一期 10 栋 8 楼

主办券商

西部证券

(陕西省西安市新城东大街 319 号 8 幢 10000 室)

2024 年 11 月 8 日

## 声明

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

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

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

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

## 目录

一、基本信息 .....	5
二、发行计划 .....	29
三、非现金资产认购情况/募集资金用于购买资产的情况 .....	45
四、本次定向发行对申请人的影响 .....	45
五、本次发行相关协议的内容摘要 .....	48
六、中介机构信息 .....	51
七、有关声明 .....	53
八、备查文件 .....	58

## 释义

在本定向发行说明书中，除非文义载明，下列简称具有如下含义：

释义项目		释义
本定向发行说明书	指	湖南创研科技股份有限公司股票定向发行说明书及其修订稿
公司、创研股份、发行人	指	湖南创研科技股份有限公司
智潮汇	指	长沙智潮汇企业管理合伙企业（有限合伙）
主办券商、西部证券	指	西部证券股份有限公司
律师事务所	指	湖南启元律师事务所
会计师事务所	指	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）
元、万元	指	人民币元、人民币万元
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公众公司管理办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》
《定向发行规则》	指	《全国中小企业股份转让系统股票定向发行规则》
《监管指引第6号》	指	《非上市公众公司监管指引第6号——股权激励和员工持股计划的监管要求（试行）》
《投资者适当性管理办法》	指	《全国中小企业股份转让系统投资者适当性管理办法》
报告期	指	2022年、2023年、2024年1-6月
股东大会、董事会、监事会	指	湖南创研科技股份有限公司股东大会、董事会、监事会
公司章程	指	公司过往及现行有效的章程
全国股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
全国股转系统	指	全国中小企业股份转让系统

注：本定向发行说明书中，总数与各分项数值之和尾数不符系由四舍五入造成

## 一、基本信息

### （一）公司概况

公司名称	湖南创研科技股份有限公司
证券简称	创研股份
证券代码	835755
所属层次	创新层
挂牌公司行业分类	信息传输、软件和信息技术服务业（I）互联网和相关服务（I64）互联网信息服务（I642）互联网信息服务（I6420）
主营业务	AI 数字运营服务、AI 数字媒介服务、AI 数字技术服务
发行前总股本（股）	28,955,382
主办券商	西部证券
董事会秘书或信息披露负责人	谢剑波
注册地址	湖南省长沙市高新开发区文轩路 27 号麓谷钰园 F4 栋 3 层
联系方式	0731-85539590

### 1、公司提供的产品与服务情况

创研股份是一家全链路 AI 营销科技公司，基于自主研发的 AI 魅影智能投放系统、AI 光影智能创作系统、AI 智影管理决策系统等核心技术优势，整合头部媒体资源，致力于为各行业中小企业提供全面专业的 AI 营销整体解决方案，助其精准高效获客，实现商业化变现和品牌知名度提升。公司提供的服务包括：AI 数字运营服务、AI 数字媒介服务、AI 数字技术服务，其中 AI 数字运营包括效果运营和品牌运营。

### 2、公司所属行业情况

按照《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司所属行业为互联网信息服务（I6420）；按照《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为互联网软件与服务（17101010）；按照《上市公司行业分类指引》（证监会公告【2012】31号），公司所属行业为互联网和相关服务（I64）。

### 3、主要业务模式

#### （1）盈利模式

服务类型	业务介绍	盈利模式
------	------	------

AI 数字运营	<p>1、效果运营：根据客户的营销痛点及需求，为客户提供 AI 运营策略、创意创作、AI 内容生产、AI 精准投放、效果可视化监测、数据分析、智能决策等全链路 AI 营销服务</p> <p>2、品牌运营：在社交媒体用户的朋友圈、资讯媒体或视听媒体内容流中通过文字、图片、富媒体、视频等形式并结合 AI 技术展示广告内容的营销方式</p>	<p>主要盈利来源为 AI 数字运营服务收入以及媒体平台返点与客户返点差额收入或根据采买流量、KOL、达人以及 AI 营销策划的情况与客户约定收费。公司在该类业务中作为主要责任人，按照总额法确认收入</p>
AI 数字媒介	<p>为客户在指定媒体提供自动化流程的开户、充值、数据反馈、售后等 AI 管理服务。投放运营由客户自主决策</p>	<p>该业务公司的盈利来源于媒体支付给公司的返点与公司支付给广告主返点的差额。公司在该类业务中作为代理人，按净额法确认收入</p>
AI 数字技术	<p>在对客户充分调查、分析的基础上，按客户需求销售公司的标准化产品或进行专门的软件定制开发和运维服务</p>	<p>向客户收取的技术开发或运营服务费</p>

公司在为客户提供 AI 数字运营和 AI 数字媒介服务时，存在从供应商媒体平台取得返利，并将部分返利让渡给客户的情形，返利情况符合行业惯例，系公司的主要盈利来源。返利具体情况如下：

#### 1) 媒体平台对于公司的返利

部分媒体平台向公司的返利政策通常包括固定返利和综合返利。固定返利即不同媒体平台对应的固有返利比例，综合返利则是媒体平台综合考虑代理商的总体消耗、新客数量、素材质量等因素后对公司予以激励。二者合计即为公司当年获取的来自媒体平台的总返利。

#### 2) 公司对于客户的返利

对于小微企业客户，公司以广告投放金额（即消耗金额）加上代运营服务费向客户收费，通常不进行返利。对于大中型客户，公司基于媒体平台的返点政策、客户的投放体量、合作模式、市场情况以及成长预期等因素与广告主协商确定返点政策。

#### 3) 项目执行

对于 AI 数字运营类的客户，在确立合作意向并签署协议后，公司为客户配

备专属运营团队。广告上线前，运营团队根据客户的需求完成广告创意的制作、营销策略的制定等；广告上线时，运营团队与客户确定投放设置定向、时长、预算等细节并科学搭建账户，并提醒客户提前将款项支付至公司银行账户，公司收到预付款后充值至媒体平台账号中进行流量采购。运营团队定期定时汇报运营数据，实时分析投放效果及解决方案，同时跟进及相应客户的需求。投放结束后，运营团队针对本次投放情况出具投放数据总结、优化方案建议、后续投放规划等。

对于 AI 数字媒介类的客户，公司完成客户的资质审核、账户开立和充值后，将账户权限授予客户由其自行投放和运营。

### （2）销售模式

经过多年发展，公司已建立了较为成熟的销售体系，通过“线上与线下相结合”“直销与渠道相结合”的获客模式。

公司通常与客户通过签署框架协议的方式确立合作关系，协议的签署期限通常为一年，主要内容包括合作内容、合作期间、投放平台、定价机制、结算政策、主要权利义务、违约责任等。公司同步收集客户营业执照、业务资质、商标证书等开户资料，经公司风控部门审核后向媒体平台上传广告主资料，由媒体进一步审核通过后完成开户、充值。

公司在为客户提供 AI 数字运营和 AI 数字媒介服务时，存在从供应商媒体平台取得返利，并将部分返利让渡给客户的情形，返利情况符合行业惯例。

公司对大部分客户采取预收全部款项的方式，同时对个别较大客户给予一定信用账期。公司一般以平台消耗金额为基准，并与客户沟通确认后作为结算依据。

### （3）采购模式

公司采购内容为供应商的媒体广告位资源。凭借多年的行业经验积累，公司已与腾讯、巨量、快手、京东、百度等头部媒体平台建立良好的合作关系并

取得媒体平台的部分区域或行业的代理权。公司向媒体平台或代理商采购各类媒体资源，一般与其签署年度框架协议，约定双方的基础权利义务、结算方式、返利条件、违约责任等条款，通常不约定具体的采购金额。

公司在媒体平台开立总账户，在总账户下为广告主设立子账户。根据广告主的费用支付情况或媒体资源的预计消耗情况，公司向媒体平台采购资源并支付款项，总账户的可消耗金额增加，并向客户的子账户进行分配以进行消费。

#### 4、公司及子公司不涉及互联网平台运营

##### (1) 互联网平台的相关定义

2021年2月7日，国务院反垄断委员会印发了《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》（国反垄发〔2021〕1号），以及2021年10月国家市场监督管理总局发布的《互联网平台落实主体责任指南（征求意见稿）》，定义了以下概念：（1）平台，本指南所称平台为互联网平台，是指通过网络信息技术，使相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，以此共同创造价值的商业组织形态；（2）平台经营者，是指向自然人、法人及其他市场主体提供经营场所、交易撮合、信息交流等互联网平台服务的经营者；（3）平台内经营者，是指在互联网平台内提供商品或者服务（以下统称商品）的经营者。平台经营者在运营平台的同时，也可能直接通过平台提供商品；（4）平台经济领域经营者，包括平台经营者、平台内经营者以及其他参与平台经济的经营者。

《互联网平台分类分级指南（征求意见稿）》依据平台的连接对象和主要功能，将平台分为以下六大类：网络销售类平台、生活服务类平台、社交娱乐类平台、信息资讯类平台、金融服务类平台、计算应用类平台。

##### (2) 公司及子公司拥有的正在使用的主要域名

公司及其子公司拥有的主要域名及其主要用途如下：

序号	域名持有者	域名	ICP 备案	主要功能/用途	是否存在为双边或多变主体提供交互
1	创研股份	langker.com	湘 ICP 备 13006099 号-1	公司宣传	否
2		tryine.com	湘 ICP 备 13006099 号-1		
3		tryine.net	湘 ICP 备 13006099 号-1		
4		hntryine.com	湘 ICP 备 13006099 号-2		
5		dushinet.com	湘 ICP 备 13006099 号-3		
6		la8ku.cn	湘 ICP 备 13006099 号-4		
7		la8ku.com	湘 ICP 备 13006099 号-4		
8		tryineapp.com	湘 ICP 备 13006099 号-5		
9		tryinegroup.com	湘 ICP 备 13006099 号-5		
10		suzan001.cn	湘 ICP 备 13006099 号-6		
11		tryine.cn	湘 ICP 备 13006099 号-6		
12	火鸟视界	hnsjwh.com	湘 ICP 备 2021002622 号-1	公司宣传	否

以上域名均跳转至公司或者子公司官方网站，用于展示公司的服务内容、成功案例、企业文化、公司荣誉、发展历程等，及时发布公司最新动态、行业资讯、行业报告，网站并非作为第三方平台撮合商户及合作伙伴与其他下游相关方的交易，不存在相互依赖的双边或者多边主体在特定载体提供的规则下交互，不存在通过该等网站撮合交易、信息交流等情形，不涉及互联网平台经营。

### (3) 公司及其子公司的 APP、小程序及微信公众号

序号	所有权人	名称	属性	主要功能/用途	是否存在为双边或多变主体提供交互
1	公司	创研股份	公众号/小程序	公司宣传	否
2		创研云科技	公众号		
3		Tryine 创研科技	公众号		
4		创研新媒体	公众号		

目前公司运营微信公众号和小程序主要进行企业文化和业务宣传，作为一种与用户进行沟通和营销的方式，通过发布文章、推送消息等方式与用户互

动，增加用户粘性和忠诚度。除此之外公司无官方运营的 APP、小程序和其它公众号，当前不存在通过该微信公众号撮合交易等情形。

综上所述，公司主营业务基于自研的核心技术优势，结合头部媒体资源，针对各行业中小客户的营销痛点难点问题，提供全链路 AI 营销整体解决方案，公司及子公司业务情况当前不属于互联网平台范畴，不存在超资质范围经营的情况，不存在应当办理而尚未办理的资质，符合行业相关主管部门的监管政策要求。

## （二）公司及相关主体是否存在下列情形：

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

## （三）发行概况

拟发行数量（股）/拟发行数量上限（股）	581,000
拟发行价格（元）/拟发行价格区间（元）	3.20
拟募集金额（元）/拟募集金额区间（元）	1,859,200
发行后股东人数是否超 200 人	否
是否存在非现金资产认购	全部现金认购
是否导致公司控制权发生变动	否
是否存在特殊投资条款	否
是否属于授权发行情形	否

## （四）公司近两年及一期主要财务数据和指标

项目	2022 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2024 年 6 月 30 日
资产总计（元）	138,559,772.70	180,427,894.34	187,571,267.63
其中：应收账款（元）	8,860,688.86	22,849,243.35	45,565,200.20
预付账款（元）	13,612,429.44	34,440,247.25	45,387,206.28

存货（元）	2,020,699.40	2,313,710.32	2,720,624.32
负债总计（元）	81,183,681.43	100,189,043.84	101,925,026.62
其中：应付账款（元）	35,478,451.30	38,630,972.07	32,157,138.22
归属于母公司所有者的净资产（元）	56,448,014.94	79,325,812.46	84,100,351.36
归属于母公司所有者的每股净资产（元/股）	1.95	2.74	2.90
资产负债率	58.59%	55.53%	54.34%
流动比率	1.60	1.71	1.74
速动比率	1.16	1.23	1.22

项目	2022年度	2023年度	2024年1月—6月
营业收入（元）	293,124,051.86	413,585,112.21	305,225,629.91
归属于母公司所有者的净利润（元）	21,771,775.46	35,553,909.75	19,773,426.78
毛利率	13.09%	15.03%	12.31%
每股收益（元/股）	0.75	1.23	0.68
加权平均净资产收益率（依据归属于母公司所有者的净利润计算）	47.77%	53.23%	23.01%
加权平均净资产收益率（依据归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润计算）	44.18%	48.81%	22.43%
经营活动产生的现金流量净额（元）	45,362,773.51	17,577,369.97	-26,122,891.25
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	1.57	0.61	-0.90
应收账款周转率	20.09	24.27	8.35
存货周转率	170.30	162.16	106.33

#### （五）报告期内主要财务数据和指标变动分析说明

##### 1、报告期内主要财务数据和指标变动情况

###### （1）资产负债表主要数据及指标

2023年末、2024年6月末资产负债表主要财务数据和指标较上一年末的变动情况如下：

项目	2023年12月31日	2024年6月30日
资产总计	30.22%	3.96%
其中：应收账款	157.87%	99.42%
预付账款	153.01%	31.79%
存货	14.50%	17.59%
负债总计	23.41%	1.73%
其中：应付账款	8.89%	-16.76%
归属于母公司所有者的净资产	40.53%	6.02%
归属于母公司所有者的每股净资产	40.51%	5.84%
资产负债率	-5.08%	-3.57%
流动比率	6.87%	1.75%
速动比率	6.03%	-0.81%

其中变动超过 30%的数据和指标的原因分析如下：

1) 资产总额：2023 年末较上一年末增长 30.22%，主要系受应收账款、预付账款增长的影响，具体情况如下文所述。

2) 应收账款：2023 年末、2024 年 6 月末分别较上一年末增长 157.87%、99.42%，主要原因系公司根据市场行情给予大客户、重点客户 1-2 个月信用账期，随着业务规模快速发展，应收账款余额有所上升。

3) 预付账款：2023 年末、2024 年 6 月末分别较上一年末增长 153.01%、31.79%，主要原因系随着业务的发展，公司在媒体平台预充值未消耗的流量采购款有所上升。

4) 归属于母公司所有者的净资产：2023 年末归属于母公司所有者的净资产较上一年末增长 40.53%，主要来源于 2023 年营业收入增多带来的累计未分配利润增长。

5) 归属于母公司所有者的每股净资产：2023 年末归属于归属于母公司所有者的每股净资产较上一年末增长 40.51%，公司 2023 年度未进行增资，该指标增长主要来源于 2023 年营业收入增多带来的累计未分配利润增长。

## （2）利润表及现金流量表主要数据及指标

2023 年度、2024 年 1-6 月利润表及现金流量表主要数据及指标较上一年度或半年度的变动情况如下：

项目	2023 年度	2024 年 1-6 月
营业收入	41.10%	48.81%
归属于母公司所有者的净利润	63.30%	7.03%
毛利率	14.82%	-11.05%
每股收益	64.00%	6.25%
加权平均净资产收益率（依据归属于母公司所有者的净利润计算）	11.43%	-20.82%
加权平均净资产收益率（依据归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润计算）	10.48%	-18.64%
经营活动产生的现金流量净额	-61.25%	-435.47%
每股经营活动产生的现金流量净额	-61.15%	-433.33%
应收账款周转率	20.81%	-18.62%
存货周转率	-4.78%	31.63%

注：上表 2024 年 1-6 月的变动率系与 2023 年 1-6 月对比计算取得；

其中变动超过 30% 的数据和指标的原因分析如下：

1) 营业收入：2023 年度、2024 年 1-6 月营业收入较上年同期分别增长 41.10%、48.81%，主要原因系：①公司着力打造 AI 营销应用大模型，自研完成了三大 AI 营销应用核心系统（即 AI 智影管理决策系统、AI 光影智能创作系统、AI 魅影智能投放系统），且根据市场变化不断更新迭代，运营能力、服务效率与技术运营效果不断提升，使客户粘性不断增强、口碑营销持续放大；②随着经营口碑和收入规模的扩大，公司服务质量得到更多头部媒体平台认可，合作的主流媒体渠道不断拓展；③为进一步做大业务量级，产生规模效应并满足媒体平台考核要求，公司 2023 年度进一步拓展渠道客户，以 AI 数字媒介类业务为主的渠道客户业务规模有较大幅增长。发展渠道客户拓展业务，符合行业惯例。

2) 归属于母公司所有者的净利润：2023 年度归属于母公司所有者的净利

润较上一年度增长 63.30%，主要原因系 2023 年度营业收入规模有较大幅度增长。

3) 每股收益：2023 年度每股收益较上一年度增长 64.00%，公司 2023 年度未进行增资，该指标增长主要来源于 2023 年归属于母公司所有者的净利润的增长。

4) 经营活动产生的现金流量净额：2023 年度、2024 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额较上年同期分别减少 61.25%、435.47%，主要原因系公司根据市场行情给予大客户、重点该类客户 1-2 个月信用账期，随着业务规模快速发展，应收账款余额有所上升；同时，公司向媒体平台采购流量主要采用预付款形式，因此报告期内经营活动产生的现金流量净额有所下降。

5) 每股经营活动产生的现金流量净额：2023 年度、2024 年 1-6 月每股经营活动产生的现金流量净额较上年同期分别减少 61.15%、433.33%，公司 2023 年度未进行增资，该指标增长主要来源于经营活动产生的现金流量净额的减少。

6) 存货周转率：2024 年 1-6 月公司存货周转率相对上年同期上升 31.63%，主要原因系：公司存货主要为 AI 数字技术类业务形成的合同履行成本，公司营业成本主要为 AI 数字运营类、AI 数字媒介类业务的流量采购成本，因此二者变动关联性较小。2024 年 1-6 月公司营业成本随着 AI 数字运营类、AI 数字媒介类业务规模扩大有较大幅度增长，而 AI 数字技术类业务规模增长相对较小，因此公司 2024 年 1-6 月存货周转率有所上升。

2、公司收入确认方法符合《企业会计准则》的相关规定，符合行业惯例

(1) 公司收入确认方法

公司主营业务包括 AI 数字运营类、AI 数字媒介类、AI 数字技术类，各业务类型收入确认方法如下：

1) AI 数字技术类

公司开发及销售定制软件，收入于定制软件的控制权转让客户时予以确认。软件交付给客户前，客户不可同时收取及使用本公司提供的利益，亦不能控制定制软件，仅当定制软件转让客户后，才会产生可强制执行付款权。因此，收益于定制软件转让客户时予以确认。本公司确认与履行其定制软件开发的合同成本为合同履约成本，该成本与合同直接相关，产生将用于履约的资源，且预计可收回。当定制软件转让给客户并确认收入时，合同履约成本转为营业成本。

## 2) AI 数字运营类

公司向广告主提供全方位的广告投放服务，公司根据客户的具体操作向广告主收取费用，媒体供应商根据 CPM 或者 CPC 等向公司收取费用。公司按照总额法确认向客户赚取的收益及向媒体供应商支付的与该交易有关的成本，公司以预付款或者现金形式自媒体供应商处赚取的返点入账作为营业成本的抵减项。

## 3) AI 数字媒介类

公司为商户提供在线营销支持服务，广告主通过本公司在各种媒体平台上购买流量。公司根据 CPM 或 CPC 向广告主收取费用，公司向广告主提供广告支持服务并从媒体供应商赚取返点。媒体供应商主要按照广告主的总消耗，以媒体供应商返货或者现金的形式给与公司返点。公司按照净额法确认自广告主收取的款项及向媒体供应商支付的与该交易有关的款项，并将从媒体供应商赚取的返点确认为收入。

### (2) 《企业会计准则》对收入确认方法的相关规定

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第十一条：满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

- (一) 客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益。
- (二) 客户能够控制企业履约过程中在建的商品。

（三）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业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。

根据上述规定，我们认为 AI 数字技术类业务属于在某一时点履行履约义务。根据《企业会计准则第 14 号——收入》第十三条：对于在某一时点履行的履约义务，企业应当在客户取得相关商品控制权时点确认收入。

我们认为 AI 数字运营类及 AI 数字媒介类业务属于在某一时段履行的履约义务，公司收到客户款项后，将资金充值到各媒体平台，根据广告实际投放情况产生的平台消耗量确认费用，客户在广告投放同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益。根据《企业会计准则第 14 号——收入》第十二条：对于在某一时段内履行的履约义务，企业应当在该段时间内按照履约进度确认收入，故公司以各媒体平台实际消耗的金额为依据分期确认收入。

根据《企业会计准则第 14 号——收入》第三十四条，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：

- （一）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。
- （二）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。
- （三）企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情

况包括：

- （一）企业承担向客户转让商品的主要责任。
- （二）企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。
- （三）企业有权自主决定所交易商品的价格。

AI 数字运营类业务具有以下特点：1) 客户的广告投放业务由公司代运营，即公司主导媒体代表企业向客户提供服务；2) 公司向客户提供了广告方案设计、文案内容等，即公司通过提供重要的服务，将该商品与其他商品整合在某一个组合中，再将商品转让给客户；3) 公司提供了广告方案设计、文案内容以及运用营销云 SaaS 等工具，公司除收取广告充值款外，还收取其代运营及营销云 SaaS 等增值服务款项，并不是按照媒体等供应商的标准向客户收取款项，因此公司具有自主定价权；4) 公司会给某些大客户提供垫资，公司需要先将款项支付给媒体供应商投放广告，之后再向客户收取款项，如客户无力支付该款项，公司仍需要支付给各媒体供应商，公司承担了垫资相关的信用风险。故综合分析，AI 数字运营类业务公司为业务的主要责任人，采用总额法进行核算。

与 AI 数字运营类业务相反，客户的广告投放由客户自运营，即公司只为客户提供开户充值服务，投放媒体由客户指定，公司不对客户广告运营效果负责，公司按照腾讯等媒体确定的统一价向客户销售，并给客户一定的返点折扣，收益来源于媒体返点金额与公司返给客户的返点差。该模式下，公司只起到通道作用，广告投放过程主要是客户自己操作，因此 AI 数字媒介类业务公司为交易代理人，按照净额法确认收入。

### （3）同行业可比公司收入确认方法

经查询，公司同行业可比公司收入确认情况如下：

公司代码	公司简称	业务类型	与数字营销业务相关的收入确认政策
002995	天地在线	数字化营销服务、数智化综合服务收入、其他收入	公司数字化营销服务主要包括搜索引擎类营销服务、展示类营销服务，收入主要为客户支付的营销服务费，根据上游媒体系统显示的客户当月消耗及对应的订单单价确认收入或在服务

			有效期内分期确认收入。
836346	亿玛在线	数字营销服务、数字零售服务	数字营销服务收入分两种业务模式：①本公司根据外部以及自有媒体平台确认的客户当月消耗数据和客户返点率计算，并经客户确认后，确认营业收入；②本公司根据第三方平台产生的业务量，按照比例计算收取的服务费，并经客户确认后，确认营业收入。
301110	青木股份	电商销售服务业务、品牌数字营销业务、技术解决方案、消费者运营服务业务	品牌数字营销及除短信服务业务外的消费者运营服务业务：对收取固定服务费的数字营销及消费者运营服务业务，公司根据每月应收取的服务费按月确认收入；对其他品牌数字营销及消费者运营服务业务，公司与客户协商确定服务内容和范围并提交活动方案，于相关服务完成并经客户确认后确认收入。
301171	易点天下	效果广告营销服务、广告销售代理服务	效果广告营销服务：根据集团与客户签订的广告发布合同，集团负责寻找广告发布平台，并与广告发布平台讨论并制定计价模式。集团负责广告营销方案的制定和执行，并需要完成与客户约定的广告发布效果。集团根据已收或应收客户支付给本集团的协议价款作为确认收入的金额。集团效果广告营销收入按具体行为（下载、激活、注册等）数量和行为单价确认收入。广告销售代理服务：根据集团与广告发布平台签订的广告服务合同，集团负责代理广告发布平台的账户管理服务，包括但不限于协助广告发布平台完成广告投放者的账户注册及充值等。本集团作为广告销售服务的代理人，将本集团提供广告代理服务预期有权收取的对价作为收入确认的金额。集团的广告推广服务在某一时段内履行履约义务，在该段时间内按照履约进度确认收入，并与客户通过对账确认。
872857	时刻互动	提供劳务收入；销售商品	提供劳务收入主要为网络营销服务和媒介代理服务，确认收入的方式为完成客户的广告投放并消耗相应的广告币时确认收入。公司在向客户转让商品前能够控制该商品的，为主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入；否则为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入。

综上所述，公司收入确认方法符合《企业会计准则》的相关规定，符合行业惯例。

### 3、经营活动产生的现金流量净额逐期减小的原因以及与净利润的差异原因

#### (1) 经营活动产生的现金流量净额持续下滑的原因

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度
销售商品、提供劳务收到的现金	32,016.52	52,056.78	36,351.86
收到的税费返还	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	355.00	290.91	230.51
经营活动现金流入小计	32,371.51	52,347.69	36,582.37
购买商品、接受劳务支付的现金	32,229.13	45,935.19	27,503.46
支付给职工以及为职工支付的现金	1,542.63	2,652.00	2,070.57
支付的各项税费	618.52	720.40	587.66
支付其他与经营活动有关的现金	593.51	1,282.37	1,884.41
经营活动现金流出小计	34,983.80	50,589.96	32,046.09
经营活动产生的现金流量净额	-2,612.29	1,757.74	4,536.28

注：2024年1-6月数据未经审计

公司2023年及2024年1-6月经营活动产生的现金流量净额分别为1,757.74万元、-2,612.29万元，较2022年度持续下滑，具体原因如下：

1) 2023年经营活动产生的现金流量净额较2022年度下滑的原因

2023年度经营活动产生的现金流量净额为1,757.74万元，较2022年减少2,778.54万元。主要原因系：1) 2023年公司业务量的增长，销售商品、提供劳务收到的现金较2022年增加15,704.92万元，但同时，2022年底应收账款占营业收入的比为3.02%，2023年底应收账款占营业收入的比为5.52%，公司增加了头部客户的授信总量，公司经营性应收项目增加；2) 随着业务量的增长，公司对供应商的采购量增加，购买商品、接受劳务支付的现金较2022年增加18,431.73万元，2023年底预付账款3,444.02万元，较2022年底增加2,082.78万元，增幅153.01%。因公司业务量增长，公司采购供应商备货增加且对部分客户增加授信额度，导致购买商品、接受劳务支付现金的增加额高于销售商品、接受劳务收到的现金，故2023年经营活动产生的现金流量净额较2022年度下滑。

2) 2024年1-6月经营活动产生的现金流量净额为负的原因

2024年1-6月经营活动产生的现金流量净额为-2,612.29万元，呈现现金净流出的主要原因系：①2024年延续2023年与客户的结算方式，对头部客户等适当增加授信额度。2024年6月末应收账款4,556.52万元，较2023年底应收账款2,284.92万元增加2,271.60元，同时2024年6月末合同负债较2023年末无显著增长，因此经营性应收项目持续增加；②主要供应商平台账期缩短导致公司购买商品、接受劳务支付的现金增加。腾讯平台2024年对各代理公司统一调整信用账期，公司信用账期由2个月调整为1个月，导致2024年1-6月公司购买商品现金流出增加。③2024年6月公司在职人数为219人，较2023年底公司人员增加31人，导致支付给职工以及为职工支付的现金增加。

## （2）经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异原因

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度
净利润	2,048.47	3,562.53	2,181.01
经营活动产生的现金流量净额	-2,612.29	1,757.74	4,536.28
差异	4,660.76	1,804.79	-2,355.27

注：2024年1-6月数据未经审计

报告期内，经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异波动较大，将净利润调节为经营活动产生的现金流量净额具体明细如下：

单位：万元

项目	2024年1-6月	2023年度	2022年度
净利润	2,048.47	3,562.53	2,181.01
加：资产减值准备			
信用减值损失	-135.73	98.80	9.07
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产	45.57	73.13	68.18
使用权资产折旧			
无形资产摊销			

长期待摊费用摊销	3.50	9.24	8.80
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	0.27	0.70	-0.04
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）			
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）			
财务费用（收益以“-”号填列）	16.77	28.86	101.58
投资损失（收益以“-”号填列）	33.98	-73.26	-35.58
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-20.57	-22.63	11.68
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）			
存货的减少（增加以“-”号填列）		-29.30	-104.96
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-6,663.03	-4,822.83	-1,270.40
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	2,058.49	2,932.52	3,566.96
其他			
经营活动产生的现金流量净额	-2,612.29	1,757.74	4,536.28

注：2024年1-6月数据未经审计

由上表可知，发行人经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异中，扣除非付现减值损失、折旧与摊销，主要“经营性应收项目的减少”、“经营性应付项目的增加”等非现金支出项目变动所致。

#### 1) 2024年1-6月公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异

2024年1-6月公司经营活动产生的现金流量净额为-2,612.29万元，与同期净利润的差异为4,660.76万元，主要系公司对部分客户增加授信导致销售回款放缓及主要供应商平台信用账期缩短导致公司采购垫款增加，本期经营性应收项目及应付项目净增加4,604.54万元。2024年1-6月差异主要为经营性应收项目及经营性应付项目的增加。

#### 2) 2023年公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异

2023年公司经营活动产生的现金流量金额为1,757.74万元，与同期净利润的差异为1,804.79万元，主要原因系2023年营业收入增加，2023年营业收入

41,358.51 万元较 2022 年增长 41.10%，同时，公司经营性应收项目增加 4,822.83 万元。2023 年末因收取合同预收款形成合同负债 4,694.65 万元较 2022 年末增加 1,865.69 万元，合同负债、应交税费、应付账款等变化导致经营性应付项目增加 2,932.52 万元。2023 年差异主要为经营性应收项目及经营性应付项目的增加。

### 3) 2022 年公司经营活动产生的现金流量金额与净利润的差异

2022 年公司经营活动产生的现金流量金额为 4,536.28 万元，与同期净利润的差异为-2,355.27 万元，主要原因系 2022 年公司营收规模扩大，2022 年营业收入 29,312.41 万元较 2021 年增长 10.58%，为应对销售增长公司对平台采购量相应增加，平台消耗增加且主要平台如腾讯、今日头条增加对公司授信额度，致使公司应付账款增加，2022 年末应付账款 3,547.85 万元较 2021 年末增长 4577.83%，同时 2022 年末因收取合同预收款形成合同负债 2,828.96 万元较 2021 年末增加 841.97 万元，应付账款、合同负债等变化致使经营性应付项目增加 3,566.96 万元。因公司平台业务模块增加，公司交纳平台保证金增加，2022 年末其他应收款 1,299.99 万元较 2021 年末增加 1,175.39 万元，应收账款、其他应收款等变化致使经营性应收项目增加 1,270.40 万元。2022 年差异主要为经营性应收项目及经营性应付项目的增加。

## 4、公司持续经营能力不存在重大不确定性

### (1) 公司所处的经营环境、行业政策

公司营业收入主要来源于AI数字营销类和AI数字媒介类业务，上述业务属于互联网广告营销业务，该类业务目前经营环境和行业政策情况如下：

#### 1) 互联网广告市场规模不断扩大

CNNIC数据显示，2023年中国互联网持续复苏，截至23年6月中国移动互联网月活用户规模已经突破10.76亿，互联网普及率达76.40%；全网月人均使用时长接近160小时，去重统计用户破4亿的头部阵营玩家达到15家，其中腾讯、阿里巴巴、百度、抖音、蚂蚁、拼多多、美团等7大玩家去重统计用户超过7亿。

同时，大平台小程序（微信、支付宝、百度、抖音）去重后月活用户达到9.8亿，为生活服务、移动购物、移动视频等领域的中小玩家提供了巨大流量加持。在这种规模效应下，我国互联网广告市场规模不断增长，2025年预计将达到13,751.40亿元。



数据来源：艾瑞咨询、中关村互动营销实验室

2) 在整体经济结构性调整的情境下，互联网广告行业仍有着较好的增长力

互联网广告行业在下沉市场仍有较大成长空间。国家统计局数据显示，三、四线城市居民人均收入与消费支出仍在逐年增加，在2023年社会消费品零售总额增幅贡献度中，乡村增幅为7.6%，要高于城镇的6.8%增幅。当前中国的互联网、物流等基础建设在三、四线城市的普及程度已经非常成熟，通过网络可以解决很多品牌在下沉市场的铺货、送货等问题。对于三、四线城市中等收入人群而言，因住房成本、物价水平相对较低，尚有结余可以支配，移动互联网的发展缩小了三、四线城市与一、二线城市间的信息差，互联网广告在下沉市场仍有较大成长空间。

广告主营销数字化需求不断扩大，成为公司业务发展动力。根据艾瑞咨询统计数据，2023年，营销数字化应用较为成熟的领域包括数据资产管理、广告投放、用户运营和流程管理、内容与创意生成、电商渠道运营等，分别有68.3%

、66.7%、60.0%、45%和45%的广告主选择已在该领域基本实现营销数字化。2024年，90.0%广告主预计增加营销数字化投入，其中数据资产管理、内容与创意生成被61.1%广告主选择，为未来计划增加投放的两大领域。公司自主研发的AI魅影智能投放系统、AI光影智能创作系统、AI智影管理决策系统，帮助客户实现内容与创意生成、广告投放、用户运营和流程管理等领域的营销数字化，随着上述系统的不断推广应用，公司业务将得到进一步发展。

### 3) 技术发展和市场趋势

大数据、AI等新技术的行业应用不断深化。近年来，大数据、AI等新技术在互联网广告行业的应用愈发广泛。大数据和人工智能技术能够提供更深入的用户兴趣、行为和趋势等数据的收集、整合和分析，用来不断优化广告投放策略和提升投放效果；AI技术在内容生成方面实现突破性的进步，根据大量的广告创意数据和用户的个性化需求，可向用户提供定制化的广告创意和内容的创作，提升内容创作效率和广告的投放效果。广告投放策略能力，以及与之紧密相关的投放优化能力、创意产出能力成为行业内公司的核心能力。

创意策划能力的重要性不断提高。随着互联网广告市场的竞争日益激烈、消费者需求的持续变化以及技术快速发展等多方面因素的影响，广告营销理念从“流量为王”转向“全链路数字化”，品牌营销侧重也从“以渠道为中心”向“以用户为中心”转变，广告创意策划能力的重要性在不断提高。现阶段，市场上内容素材生命周期缩短，短视频内容同质化、缺乏个性化和定制化等难题制约着广告营销的效果，创意策划能力将日益成为提升数字营销传播效果的关键要素。

打通公域和私域流量，由传统媒介向全链路营销转型。公域流量是指在公共平台和媒体上获得的流量，而私域流量是指通过自有渠道（比如公众号、App等）获得的流量。随着广告主对数据和用户关系的重视，私域流量愈发重要，打通公域和私域流量成为数字化营销的一项重要策略，广告主力求整合并利用两者的流量，实现更有效的用户触达和转化。

同时，全链路营销包括横向跨营销渠道的覆盖、整合和纵向从初识到决策

的路径覆盖，横向跨营销渠道的整合、分类和优化提高客户营销需求与广告受众的匹配度，满足广告主高效投放的要求，提高投放效率和投放效果；纵向从初识到决策的转化路径覆盖，对用户行为和偏好进行更细致和深入的分析，以精准识别目标受众并优化广告投放策略。

#### 4) 行业政策

公司所处行业近年来主要的行业政策如下：

序号	政策名称	制定机关	发布时间	主要内容
1	《数字中国建设整体布局规划》	中共中央、国务院	2023年2月	“数字中国”正式升级为国家战略，提出到2025年基本形成横向打通、纵向贯通、协调有力的一体化推进格局，数字基础设施高效联通，数据资源规模和质量加快提升，数据要素价值有效释放，数字经济发展质量效益大幅增强，数字中国建设取得重要进展
2	《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》	中共中央、国务院	2022年12月	数据基础制度建设事关国家发展和安全大局。为加快构建数据基础制度，充分发挥我国海量数据规模和丰富应用场景优势，要激活数据要素潜能，做强做优做大数字经济，增强经济发展新动能，构筑国家竞争新优势
3	《国务院关于数字经济发展的报告》	国务院	2022年10月	该报告表示要以数据为关键要素，以推动数字技术与实体经济深度融合为主线，以协同推进数字产业化和产业数字化、赋能传统产业转型升级为重点，以加强数字基础设施建设为基础，以完善数字经济治理体系为保障，不断做强做优做大我国数字经济
4	《工业和信息化部办公厅、财政部办公厅关于开展财政支持中小企业数字化转型试点工作的通知》	工信部、财政部	2022年8月	该通知表示为加快中小企业数字化转型步伐，促进产业数字化发展，提升产业链供应链协同配套能力，从2022年到2025年，中央财政计划分三批支持地方开展中小企业数字化转型试点，提升数字化公共服务平台服务中小企业能力，打造一批小型化、快速化、轻量化、精准化的数字化系统解决方案和产品，形成一批可复制可推广的数字化转型典型模式，加快数字化转型步伐，促进专精特新发展
5	《关于开展“携手行动”促进大中小企业数字化转型专项行动实施方案》	工信部、发改委、科技部、财政部、人社部	2022年5月	该通知表示要提升中小企业数字化水平。深入实施中小企业数字化赋能专项行动，开展智能制造进园区活动，

	业融通创新 (2022-2025 年)的通知》	部等 11 部门		发布中小企业数字化转型水平评价标准及评价模型、中小企业数字化转型指南，引导中小企业深化转型理念、明确转型路径、提升转型能力、加速数字化网络化智能化转型进程
6	《“十四五”数字经济发展规划》	国务院	2021 年 12 月	该规划提出数字经济是继农业经济、工业经济之后的主要经济形态，是以数据资源为关键要素，以现代信息网络为主要载体，以信息通信技术融合应用、全要素数字化转型为重要推动力，促进公平与效率更加统一的新经济形态。“十四五”时期，我国数字经济转向深化应用、规范发展、普惠共享的新阶段。该规划为应对新形势新挑战，把握数字化发展新机遇，拓展经济发展新空间，推动我国数字经济健康发展而提出一系列应对措施
7	《“十四五”大数据产业发展规划》	工信部	2021 年 11 月	该规划提出到 2025 年，大数据产业测算规模突破 3 万亿元，年均复合增长率保持在 25%左右，创新力强、附加值高、自主可控的现代化大数据产业体系基本形成；该规划还提出六大主要发展任务即加快培育数据要素市场、发挥大数据特性优势、夯实产业发展基础、构建稳定高效产业链、打造繁荣有序产业生态、筑牢数据安全保障防线
8	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》	中共中央政治局、全国人民代表大会	2021 年 3 月	该纲要强调加快数字化发展，建设数字中国，打造数字经济新优势，充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎。提出要培育壮大人工智能、大数据、区块链、云计算、网络安全等新兴数字产业，提升通信设备、核心电子元器件、关键软件等产业水平

综上所述，在人工智能、数字化经济、大数据产业链等领域一系列行业政策支持下，互联网广告行业快速发展。尽管包括宏观经济形势在内，经营环境的变化给公司带来了新的挑战，但同时也成为了公司利用自身技术优势，进一步拓展业务规模、提升市场认可度的机遇，公司持续经营能力不存在重大不确定性。

(2) 公司在互联网广告营销领域的专业服务具有较强的竞争力，在中小客

户群体中具有较高市场认可度，持续经营能力不存在重大不确定性

1) 自主研发的 MarTech 技术平台，解决中长尾客户营销痛点

中小企业在广告营销方面面临有限的广告预算和资源、缺少专业的广告运营团队和创意制作团队、缺乏足够的技术支持和分析能力等痛点。公司聚焦于为广大的中小企业提供全面、专业的 AI 营销整体解决方案，基于自主研发的 MarTech 技术平台和丰富的广告运营经验，包括 AI 魅影智能投放系统、AI 光影智能创作系统等，系统性地解决了中小企业“投放难、效果差、效率低”的痛点，有效地为广告主实现精准营销和提升投放效率，也进一步增强公司在中小客户市场的竞争力，使公司在中长尾目标客户市场中获得了较高的市场认可度。

2) 丰富的媒体资源和多样的营销转化链路，实现高效的营销转化

公司拥有丰富的头部媒体资源，覆盖了大部分常用的社交、电商以及短视频平台，包括腾讯、巨量（字节跳动）、快手、百度、京东等多家媒体的核心代理商资质，同时，公司自研 MarTech 技术平台涵盖加粉、表单、应用和直购 CID 等多种转化链路，可以满足中小客户的多渠道投放、渠道优化、链路优化等投放要求和精细化运营。而行业的新进入者一般难以在短时间内具备上述优质、丰富的媒体资源整合能力和转换链路的研发实力。

截至目前，公司拥有的媒体平台代理商牌照如下：

平台	牌照	投放权限	代理商总数	主要投放渠道
腾讯	腾讯广告湖南省区域核心服务商	可承接湖南省内广告主广告投放业务	湖南省共 6 家	朋友圈、腾讯视频号、公众号及其他腾讯生态广告位
	腾讯广告区域大健康行业核心服务商	可承接全国大健康行业广告投放业务	全国共 3 家	
巨量	巨量引擎综合代理商	全国地区除本地行业优势代理范围、汽车厂商、汽车经销商、房地产开发商行业外	全国有 400 余家	抖音和今日头条为主，其他包括西瓜视频、懂车帝等
	巨量千川服务商	全国范围内汽车厂商、汽车经销商、房地产开发商（收房）行业以外的客户		

	KOL 采买合作机构	不限制行业和地域	-	
	巨量本地推代理商	本地类行业客户，如生活服务、商务服务等	-	
百度	百度广告代理商	全国，限于四品一械行业的广告主（保健品/药品、日用消费品、化妆品、医疗器械及消毒产品）	全国共 11 家	手机百度；PC 端百度
快手	快手 KA 代理商	可承接全国广告投放业务	全国共 90 余家	快手平台
京东	京东广告代理	京准通（不含京东外站外合约广告-京腾资源）、京易投、京靶、金融	按 1-5 星级对代理商评级，共计 52 个服务商，其中 5 星代理商 7 个，4 星代理商 10 个，公司为 4 星服务商	京东 APP 内部

### 3) 公司较早从事互联网广告行业，具有先发优势和行业经验优势

公司自2018年进入互联网广告行业，2019年开始成为广告服务一级代理商，致力于为中小企业提供全面、专业的AI营销整体解决方案。凭借优质专业的服务能力和深入的行业理解，并通过持续的研发投入不断打磨MarTech技术平台，将互联网前沿技术与创意制作、广告营销策略进行有效整合，在互联网广告行业具备一定的先发优势。同时，公司自研的AI智影管理决策系统通过银企直联、业财融合、AI风险预警、AI决策分析等核心功能，实现全流程自动化智能化的一站式管理，秒级响应客户需求和智能决策分析。公司累计已服务全国客户2万+，形成了行业运营管理SOP。

综上所述，公司在互联网广告营销领域的专业服务具有较强的竞争力，在中小客户群体中具有较高市场认可度。

(3) 公司媒体平台广告投放消耗金额稳定增长，在执合同情况良好，持续经营能力不存在重大不确定性

由于互联网广告营销行业特性，广告主需要基于市场热点、广告转化效果、经营环境、自身推广预算、媒体平台政策等情况的变化适时调整广告投放策略，因此，公司与客户签署销售合同期限通常不超过 1 年且未约定投放总额。经过多年的市场耕耘、技术升级和品牌沉淀，公司已在家居、教育、电

商、文旅、大健康、游戏、护肤彩妆、百货等领域积累了稳定客源。同时，公司正在积极开拓新的业务市场，具体举措包括：1）成立小红书事业部，积极开拓小红书板块的业务发展，目前小红书平台的广告投放消耗已达到每月 600 万元，计划于 2025 年申请小红书一级代理牌照；2）设立子公司创研云（北京）科技有限公司，专门从事微博平台的广告运营、市场推广业务，并于 2024 年 7 月取得微博平台的一级代理商牌照；3）积极开拓海外业务，公司于 2024 年 6 月对印度尼西亚等东南亚国家进行了实地考察，预计未来将进一步拓展海外业务，为公司整体发展提供新的动力。

报告期各期，公司在主要合作媒体平台腾讯、今日头条、快手、百度的广告投放消耗总额分别为 7.87 亿元、15.72 亿元和 8.71 亿元，2024 年在上述平台全年预计广告投放消耗总额约为 19 亿元，因此公司在执合同情况良好，持续经营能力不存在重大不确定性。

## 二、发行计划

### （一）发行目的

公司本次股票定向发行目的为实施员工持股计划，建立劳动者与所有者的利益共享机制，实现公司、股东和员工利益的一致性，促进各方共同关注公司的长远发展，从而为股东带来更高效、更持久的回报。立足于公司业务发展的关键时期，进一步健全公司长期、有效的激励约束机制，有效调动管理者和员工的积极性和创造性，确保公司持续、稳定发展。深化公司的激励体系，充分调动员工的积极性和创造性，吸引和保留优秀管理人才和业务骨干，提高公司竞争力和员工凝聚力。

公司本次股票定向发行所募集资金拟全部用于补充流动资金。

### （二）优先认购安排

#### 1、公司章程对优先认购安排的规定

《公司章程》第十六条规定：“公司发行股份时，现有股东不享有同等条件下的优先认购权”。

## 2、本次发行优先认购安排

本次发行属于发行对象确定的发行，针对本次发行的股份，公司在册股东不做优先认购安排，现有股东不享有优先认购权。本次发行优先认购安排已经第四届董事会第三次会议、第四届监事会第三次会议、2024年第二次临时股东大会审议通过。

## 3、本次发行优先认购安排的合法合规性

公司本次发行优先认购安排符合《公司法》《公众公司管理办法》和《股票定向发行规则》等法律法规及《公司章程》的要求，本次发行优先认购安排合法合规。

### （三）发行对象

本次发行属于发行对象确定的发行。

#### 1、发行对象基本情况

企业名称	长沙智潮汇企业管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91430104MADQKW2G41
成立时间	2024年7月10日
企业类型	有限合伙企业
出资额	185.92万元
执行事务合伙人	刘谋清
注册地址	湖南湘江新区麓谷街道文轩路27号麓谷钰园F4栋302房
经营范围	一般项目：社会经济咨询服务；商务秘书服务；企业管理咨询；企业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；以自有资金从事投资活动

本次发行对象共计1名，为员工持股计划载体长沙智潮汇企业管理合伙企业（有限合伙）。

## 2、投资者适当性

(1) 发行对象符合《公众公司管理办法》第四十三条规定的发行对象范围，符合《投资者适当性管理办法》的要求

发行对象系公司为实施员工持股计划按《监管指引第6号》的要求设立的合伙企业。发行对象已开立全国中小企业股份转让系统证券账户及创新层股票交易权限，符合《投资者适当性管理办法》第四条规定的投资者要求。

(2) 发行对象不属于失信联合惩戒对象

经查询国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn>）、信用中国（<http://www.creditchina.gov.cn>）、中国证券监督管理委员会证券期货市场失信记录查询平台（<http://neris.csrc.gov.cn/shixinchaxun>）、全国人民法院被执行人信息查询（<http://zxgk.court.gov.cn/zhixing>）、全国法院失信被执行人名单信息公布与查询网（<http://zxgk.court.gov.cn/shixin>）等相关网站，截至本定向发行说明书签署之日，本次发行对象未被列入失信被执行人名单，不属于规定的失信联合惩戒对象，不存在违反《全国中小企业股份转让系统诚信监督管理指引》相关规定的情形。

(3) 发行对象不属于《监管规则适用指引——非上市公众公司类第1号》所定义的持股平台

本次发行已经确定的发行对象智潮汇系根据《监管指引第6号》为实施员工持股计划而设立的有限合伙企业，员工持股计划的参与对象为已与公司签订劳动合同的员工，包括公司董事、监事、高级管理人员及其他符合本次员工持股计划规定的员工，符合中国证监会关于挂牌公司员工持股计划的相关监管要求，不属于《监管规则适用指引——非上市公众公司类第1号》所定义的持股平台。

(4) 发行对象不是核心员工，不是私募投资基金或私募投资基金管理人

发行对象系公司为实施员工持股计划按《监管指引第6号》的要求设立的

合伙企业，不属于核心员工，不是私募投资基金或私募投资基金管理人。无需履行核心员工认定的审议程序，无需履行私募基金或私募投资基金管理人备案、登记程序。

综上，发行对象符合投资者适当性要求。

### 3、本次发行审议程序回避表决情况

本次定向发行经公司第四届董事会第三次会议、第四届监事会第三次会议、2024年第二次临时股东大会审议通过。

公司第四届董事会第三次会议审议《关于〈湖南创研科技股份有限公司股票定向发行说明书〉的议案》《关于签署附生效条件的〈湖南创研科技股份有限公司定向增发之股份认购协议〉的议案》《关于〈湖南创研科技股份有限公司2024年员工持股计划（草案）〉的议案》《关于湖南创研科技股份有限公司2024年员工持股计划授予的参与对象名单的议案》《关于〈湖南创研科技股份有限公司2024年员工持股计划管理办法〉的议案》《关于公司在册股东无本次发行股份的优先认购权的议案》，因本次股票定向发行对象为员工持股计划智潮汇为董事刘谋清担任执行事务合伙人的企业、董事黄飞跃为刘谋清一致行动人，故关联董事刘谋清及其一致行动人黄飞跃回避表决前述议案。

上述议案经第四届监事会第三次会议审议，因不涉及关联交易，无需回避表决。

上述议案经2024年第二次临时股东大会审议，因股东湖南云谋企业管理咨询合伙企业（有限合伙）（以下简称“湖南云谋”）及长沙创龙企业管理咨询合伙企业（有限合伙）（以下简称“长沙创龙”）均由刘谋清担任执行事务合伙人，刘谋清同时担任本次发行对象智潮汇执行事务合伙人，故关联股东湖南云谋、长沙创龙、刘谋清及其一致行动人黄飞跃回避表决前述议案。

### 4、发行对象与挂牌公司、董事、监事、高级管理人员、股东的关联关系

本次发行对象智潮汇系为实施员工持股计划而设立的有限合伙企业，由公

司实际控制人、董事长、总经理刘谋清担任执行事务合伙人。除刘谋清外，公司其他董事、监事、高级管理人员未参与本次员工持股计划。本次员工持股计划参与对象中，江梓焱为刘谋清外甥，江梓焱系本次发行对象智潮汇的有限合伙人。公司在册股东中，黄飞跃为刘谋清一致行动人，湖南云谋及长沙创龙均由刘谋清担任普通合伙人、执行事务合伙人。

除上述关联关系外，本次发行对象及本次员工持股计划参与对象与公司、董事、监事、高级管理人员、股东无其他关联关系。

认购信息：

序号	发行对象	发行对象类型			认购数量 (股)	认购金额 (元)	认购方式
1	长沙智潮汇企业管理合伙企业(有限合伙)	新增投资者	非自然人投资者	员工持股计划	581,000	1,859,200	现金
合计	-	-			581,000	1,859,200	-

本次员工持股计划的资金来源为员工合法薪酬以及法律、法规允许的其他合法来源，包括家庭储蓄、合法自筹资金等。公司不存在为参与对象提供贷款、垫资、担保等任何形式的财务资助的情形，亦不存在杠杆资金或第三方为员工参与本员工持股计划提供奖励、资助、补贴、兜底等安排。本次发行对象认购股份不存在代其他机构或个人持股的情形。

#### (四) 发行价格

本次发行股票的价格为3.20元/股。

##### 1、发行价格

本次发行对象为公司员工持股计划，发行价格为3.20元/股。

##### 2、定价方法及定价合理性

本次员工持股计划目的系进一步完善员工与全体股东的利益共享和风险共

担机制，因此在参照公司最近一期末每股净资产、前次增资价格的基础上，综合考虑二级市场交易、权益分派及可比公司发行市盈率，以及公司现有在册股东权益、公司业务发展情况及成长性、员工出资能力、限售时间、激励力度等多种因素后最终确定，将最终发行价定为3.20元/股，不存在损害其他股东和公司权益的情形，受让价格具有合理性。具体情况如下：

#### （1）每股净资产

截至2023年12月31日，公司总股本28,955,382股，归属于挂牌公司股东的净资产为79,325,812.46元，归属于挂牌公司股东的每股净资产为2.74元。

截至2024年6月30日，公司总股本28,955,382股，归属于挂牌公司股东的净资产为84,100,351.36元，归属于挂牌公司股东的每股净资产为2.90元。

本次定向发行价格高于公司最近一年一期每股净资产。

#### （2）股票交易方式、董事会召开日前股票二级市场交易情况

公司股票交易方式为集合竞价交易，自挂牌以来二级市场交易不活跃，交易频次低，成交量小，流动性较差，因此公司股票二级市场集合竞价的交易价格不具有参考性。

#### （3）前次股票发行情况

公司前次发行完成于 2021 年 5 月，共计发行 4,040,000 股，发行价格为 1.70 元/股。本次股票发行价格高于前次股票发行价格。考虑到前次发行距离本次发行时间较长，且前次发行目的为实施 2021 年员工持股计划，故前次发行价格不作为本次发行股票公允价值参考。

#### （4）同行业公司二级市场参考价格

公司所属细分行业为互联网信息服务（I6420），最近 3 年该行业与公司业务相近的新三板可比公司股票定向发行市盈率情况如下：

名称	定向发行情况报告书披露日	发行价格（元）	上一年度基本每股收益（元/股）	发行市盈率（倍）
----	--------------	---------	-----------------	----------

亿玛在线	2023/2/7	4.55	-0.60	/
时刻互动	2023/9/26	5.00	0.54	9.26
时刻互动	2023/2/10	2.50	0.54	4.63
渝网科技	2021/6/17	5.00	0.83	6.02
五五科技	2022/1/20	12.50	2.01	6.22
平均值				<b>6.53</b>
创研股份				<b>2.60</b>

上述同行业可比公司平均发行市盈率为 6.53 倍，发行市盈率范围为 4.63-9.26 倍。公司 2023 年度基本每股收益为 1.23 元，按照本次定向发行价格 3.20 元/股计算的发行市盈率为 2.60 倍；公司 2024 年 1-6 月基本每股收益为 1.37 元（年化后），按照本次定向发行价格 3.20 元/股计算的发行市盈率为 2.34 倍。

公司本次定向发行目的为实施员工持股计划，因此发行市盈率、市净率低于同行业可比公司定向发行市盈率具有合理性，公司将依照企业会计准则计提股份支付费用。

#### （5）报告期内权益分派

报告期内，公司共实施 2 次权益分派，具体情况如下：

公司 2022 年度权益分派方案如下：以公司当时总股本 28,955,382 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.40 元。本次权益分派股权登记日为 2023 年 5 月 25 日，除权除息日为 2023 年 5 月 26 日。

公司 2023 年度权益分派方案如下：以公司当时总股本 28,955,382 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5.18 元。本次权益分派股权登记日为 2024 年 5 月 29 日，除权除息日为 2024 年 5 月 30 日。

上述权益分派事项已实施完毕，对本次股票发行价格无影响。

### 3、本次发行涉及的股份支付

#### （1）本次发行适用股份支付的原因及合理性

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第二条，股份支付是指企业为

获取职工和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。以权益结算的股份支付，是指企业为获取服务以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易。

根据创研股份《2024 年员工持股计划（草案）》《股票定向发行说明书》等相关文件，基于以下情况：1）本次发行目的为实施员工持股计划，发行对象为员工持股计划载体，员工持股计划参加对象均为已与发行人或发行人子公司签订劳动合同的员工；2）本次员工持股计划设置了 4 年锁定期，锁定期内持有人出现离职情形的，该持有人需按实际出资额转让其所持有的员工持股计划全部份额给员工持股计划内的员工或者其他具备参与本公司员工持股计划资格的受让人；3）本次发行价格低于公司股票公允价值。

本次发行的实质为公司以权益结算的股份支付换取职工提供服务，因此适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》，具备合理性。

（2）本次发行适用股份支付的会计处理准确，符合《企业会计准则》的相关规定

公司关于本次发行股份支付的会计政策如下：公司在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在等待期内的每个资产负债表日，公司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。在此基础上，根据被授予员工的所属部门、职责，按照权益工具授予日的公允价值，分别计入管理费用、研发费用、销售费用等科目，同时计入资本公积。

上述会计处理方法符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》相关规定。具体分析如下：

#### 1) 本次发行对象类型

本次发行对象为员工持股计划载体长沙智潮汇企业管理合伙企业（有限合伙），本次发行的实质为公司以权益结算的股份支付换取职工提供服务，因此

适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》，具体参见本节“（1）本次发行适用股份支付的原因及合理性”。

2）本次发行存在隐含的可行权条件，适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》第六条相关规定

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》5-1 相关规定：“发行人应结合股权激励方案及相关决议、入股协议、服务合同、发行人回购权的期限、回购价格等有关等待期的约定及实际执行情况，综合判断相关约定是否实质上构成隐含的可行权条件，即职工是否必须完成一段时间的服务或完成相关业绩方可真正获得股权激励对应的经济利益。

发行人在股权激励方案中没有明确约定等待期，但约定一旦职工离职或存在其他情形（例如职工考核不达标等非市场业绩条件）发行人、实际控制人或其指定人员有权回购其所持股份或在职工持股平台所持有财产份额的，应考虑此类条款或实际执行情况是否构成实质性的等待期，尤其关注回购价格影响……回购价格不公允或尚未明确约定的，表明职工在授予日不能确定获得相关利益，只有满足特定条件后才能获得相关利益，应考虑是否构成等待期……发行人对于职工离职时相关股份的回购权存在特定期限，例如固定期限届满前、公司上市前或上市后一定期间等，无证据支持相关回购价格公允的，一般应将回购权存续期间认定为等待期。”

根据创研股份《股票定向发行说明书》《2024 年员工持股计划（草案）》等相关文件，本次员工持股计划设置了 48 个月锁定期，锁定期内持有人出现离职情形的，该持有人需按实际出资额转让其所持有的员工持股计划全部份额给员工持股计划内的员工或者其他具备参与本公司员工持股计划资格的受让人。因此，根据上述规定，本次发行存在隐含可行权条件，参与员工需完成 48 个月（自本次定向发行股票登记完成之日起计算）的服务方可真正获得本次员工持股计划对应的经济利益。

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》《监管规则适用指引——发行

类第 5 号》相关规定，本次发行股份支付费用应在授予日至等待期结束日期间进行分摊，并计入经常性损益。

### 3) 本次发行股份支付费用具体分摊方法

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第六条：“完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。

在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，应当进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。

对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间。”

公司本次发行股份支付费用具体分摊方法符合上述规定。

### 4) 授予日的确定

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》及应用指南的规定，授予日指股份支付协议获得批准的日期。其中，“获得批准”，是指企业与职工双方就股份支付的协议条款和条件已达成一致，该协议获得股东大会或类似机构的批准。

本次发行及员工持股计划有关协议已经公司 2024 年 9 月 23 日召开的 2024 年第二次临时股东大会审议通过，有关协议已于股东大会召开前签署，公司与参与员工已就股份支付的协议条款和条件达成一致并获得批准，因此，本次发行股份支付的授予日为 2024 年 9 月 23 日。

### 5) 公允价值的计量

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第四条，以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。本次发行

公司股票的公允价值为 8.02 元/股，具体情况参见本节“（3）公允价值确定依据、过程及合理性”。

综上所述，本次发行适用股份支付的会计处理准确，符合《企业会计准则》的相关规定。

### （3）公允价值确定依据、过程及合理性

公司确定本次发行股票的公允价值，综合考虑了以下因素：1）公司业绩基础与变动预期，市场环境变化；2）行业特点，参考最近 3 年互联网信息服务（I6420）行业与公司业务相近的新三板可比公司股票定向发行平均市盈率；3）截至 2024 年 6 月 30 日，归属于母公司所有者的每股净资产。

由于公司前次股票发行系实施 2021 年员工持股计划，且距离本次发行时间较长，市场环境已发生变化，因此本次发行股票的公允价值未以前次发行价格作为参考。同时，由于公司自挂牌以来二级市场交易不活跃，交易频次低，成交量小，流动性较差，因此本次发行股票的公允价值未以公司股票二级市场集合竞价的交易价格作为参考。由于本次发行引用的财务报表基准日至本次发行董事会召开日，公司未实施权益分派，因此以截至 2024 年 6 月 30 日归属于母公司所有者的每股净资产作为本次发行股票的公允价值参考具备合理性，无需进行相应调整。

公司截至 2024 年 6 月 30 日归属于母公司所有者的每股净资产为 2.90 元；最近 3 年互联网信息服务（I6420）行业与公司业务相近的新三板可比公司股票定向发行平均市盈率为 6.53 倍，公司 2023 年度基本每股收益为 1.23 元/股，二者相乘计算得到的公司股票价格为 8.02 元/股。同时，综合考虑公司业绩基础与变动预期、市场环境变化，最终公司取最近一期归属于母公司所有者的每股净资产、参考同行业平均发行市盈率计算的股票价值中的高值，作为本次发行股票的公允价值，即 8.02 元/股。

综上所述，上述公允价值确认依据、过程具备合理性，真实反映了公司价值。

#### (4) 股份支付费用的具体计算过程、各个会计年度预计确认的费用

##### 1) 股份支付处理的相关依据

根据《非上市公众公司监管指引第 6 号》相关规定：“自行管理的员工持股计划，自设立之日锁定至少 36 个月；股份锁定期间内，员工所持相关权益转让退出的，只能向员工持股计划内员工或其他符合条件的员工转让；股份锁定期满后，员工所持相关权益转让退出的，按照员工持股计划的约定处理。”

发行对象智潮汇系为实施员工持股计划而设立的有限合伙企业，由公司自行管理，根据《非上市公众公司监管指引第 6 号》上述规定及公司《2024 年员工持股计划（草案）》，本次定向发行限售期为 4 年（即 48 个月），自本次定向发行股票登记完成之日起计算；限售期内员工所持相关权益转让退出的条件符合上述规定。公司将在本次认购完成后对上述对象认购的新增股份登记时按规定办理法定限售手续。

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》的相关规定，“股份立即授予或转让完成且没有明确约定等待期等限制条件的，股份支付费用原则上应一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。设定等待期的股份支付，股份支付费用应采用恰当方法在等待期内分摊，并计入经常性损益。”

综上所述，公司本次定向发行限售期限为自授予日至限售期期满日，公司预计解除限售期的时间为 2028 年 11 月，并将授予日至预计解除限售期的期间作为等待期，在等待期内每个资产负债表日确认相应的股权激励费用。

##### 2) 股份支付的计算过程

本次发行共计 58.10 万股属于应确认股份支付的情形，股份支付的具体计算过程如下：

项目	公式	2024 年 度	2025 年 度	2026 年 度	2027 年 度	2028 年 度
授予员工股数（万股）	A					58.10
每股公允价值（元/股）	B					8.02

合计股权公允价值（万元）	$C=A*B$	465.96				
每股授予价格（元/股）	D	3.20				
合计出资成本（万元）	$E=A*D$	185.92				
股份支付费用	$F=C-E$	280.04				
等待期（月）	G	50.00				
各报告期应分摊期间（月）	H	3.00	12.00	12.00	12.00	11.00
各报告期末预计累计离职人员持有股份（万股）	I					
各报告期末未预计累计离职人员持有份额的股份支付费用（万元）	J					
各报告期末预计可行权数量（万股）	K	58.10	58.10	58.10	58.10	58.10
各报告期内在职人员持有份额的股份支付费用（万元）	$L=K*(B-D)/G*H$	16.80	67.21	67.21	67.21	61.61
各报告期分摊的股份支付费用（万元）	$M=J+L$	16.80	67.21	67.21	67.21	61.61

#### 4、董事会决议日至新增股票登记日期间的权益分派

公司自董事会决议日至新增股票登记日期间，预计不会发生权益分派，无需对发行数量和发行价格做相应调整。

#### （五）发行股票数量及预计募集资金总额

本次发行股票的种类为人民币普通股。本次发行股票不超过 581,000 股，预计募集资金总额不超过 1,859,200 元。

参与本次定向发行的认购对象需以现金方式认购本次定向发行的股份，具体发行股份数量及募集资金总额以认购结果为准。

#### （六）限售情况

序号	名称	认购数量（股）	限售数量（股）	法定限售数量（股）	自愿锁定数量（股）
1	长沙智潮汇企业管理合伙企业（有限合伙）	581,000	581,000	581,000	0

合计	-	581,000	581,000	581,000	0
----	---	---------	---------	---------	---

根据《监管指引第 6 号》相关规定：“自行管理的员工持股计划还应符合以下要求：自设立之日锁定至少 36 个月；股份锁定期间内，员工所持相关权益转让退出的，只能向员工持股计划内员工或其他符合条件的员工转让；股份锁定期满后，员工所持相关权益转让退出的，按照员工持股计划的约定处理。”

发行对象智潮汇系为实施员工持股计划而设立的有限合伙企业，由公司自行管理，根据《监管指引第 6 号》上述规定及公司《2024 年员工持股计划（草案）》，本次定向发行限售期为 4 年（即 48 个月），自本次定向发行股票登记完成之日起计算；限售期内员工所持相关权益转让退出的条件符合上述规定。公司将在本次认购完成后对上述对象认购的新增股份登记时按规定办理法定限售手续。

#### （七）报告期内的募集资金使用情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司挂牌以来募集资金均已使用完毕。报告期内，公司不涉及募集资金使用情况。

#### （八）本次募集资金用途及募集资金的必要性、合理性、可行性

募集资金用途	拟投入金额（元）
补充流动资金	1,859,200
偿还借款/银行贷款	0
项目建设	0
购买资产	0
其他用途	0
合计	1,859,200

本次募集资金使用主体为创研股份，创研股份将设立募集资金专户作为本次发行的认购账户，募集资金专户仅用于存放和使用募集资金，不存放非募集资金或用于其他用途。

公司本次发行募集资金使用，不涉及用于持有交易性金融资产、其他权益工具投资、其他债权投资或借予他人、委托理财等财务性投资，不涉及直接或间接投资于以买卖有价证券为主营业务的公司，不涉及用于股票及其他衍生品种、可转换公司债券等的交易，具体使用时将不涉及通过质押、委托贷款或其他方式变相改变募集资金用途。本次募集资金的使用主体及使用形式符合国家产业政策和法律、行政法规的规定。

### 1、募集资金用于补充流动资金

本次发行募集资金中有 1,859,200 元拟用于补充流动资金。

序号	预计明细用途	拟投入金额（元）
1	支付供应商款项	1,859,200
合计	-	1,859,200

本次募集资金 1,859,200 元全部用于补充流动资金，具体用于支付供应商款项，以促进公司业务拓展和业绩增长，确保公司经营目标和未来发展战略的实现。

### 2、请结合募集资金用途，披露本次发行募集资金的必要性、合理性、可行性

本次定向发行目的为实施员工持股计划，以建立、健全公司长效激励机制，吸引和留住优秀人才，充分调动公司管理人员及骨干员工的积极性和创造性，有效地将股东利益、公司利益和管理层、员工个人利益结合在一起，实现股东、公司和员工各方利益的一致，一方面促进公司长期、持续、健康发展，另一方面员工通过创造价值，实现个人财富与公司发展的共同成长。

随着后续公司业务扩张和竞争能力的提升，公司经营规模逐步扩大，公司支付供应商采购款规模将持续增长。本次募集资金用于支付采购款，补充公司的流动资金，将有效缓解由于采购支出给公司带来的流动资金压力，有利于公司的长期可持续健康发展。2022 年、2023 年、2024 年 1-6 月，公司“购买商品、接受劳务支付的现金”规模分别为 27,503.46 万元、45,935.19 万元和 32,229.13 万元。公司需通过本次定向发行股票募集资金来补充流动资金，本次

募集资金用于支付供应商款项具有合理性和必要性。

综上所述，本次定向发行募集资金具有必要性、合理性和可行性。

### （九）本次发行募集资金专项账户的设立情况以及保证募集资金合理使用的措施

#### 1、募集资金内控制度、管理制度的建立情况

2016年8月17日，公司第一届董事会第七次会议审议通过了《湖南创研科技股份有限公司募集资金使用管理制度》。2021年4月9日，公司召开第二届董事会第二十次会议，审议通过了《关于修订〈募集资金管理制度〉的议案》。2024年9月4日、2024年9月23日，公司分别召开第四届董事会第三次会议、2024年第二次临时股东大会，审议通过了《关于修订〈募集资金管理制度〉的议案》。公司已建立募集资金存储、使用、监管和责任追究的内部控制制度，明确募集资金使用的分级审批权限、决策程序、风险防控措施及信息披露要求。

#### 2、募集资金专项账户的开立情况

公司已召开第四届董事会第三次会议、第四届监事会第三次会议、2024年第二次临时股东大会并审议通过了《关于设立募集资金专项账户并签署〈募集资金三方监管协议〉的议案》。本公司将严格按照全国中小企业股份转让系统相关规定及公司的募集资金管理制度的规定，为本次发行募集资金设立募集资金专项账户，并保证募集资金专项账户仅用于存放与使用募集资金，不得存放非募集资金或用于其他用途。

#### 3、签订募集资金三方监管协议的相关安排

公司将与主办券商、存放募集资金的商业银行分别签订募集资金三方监管协议，对本次发行的募集资金进行专户管理，并切实履行相应决策监督程序、风险控制措施及信息披露义务，保证专款专用。

**(十) 是否存在新增股票完成登记前不得使用募集资金的情形**

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

**(十一) 本次发行前滚存未分配利润的处置方案**

本次发行前公司滚存未分配利润由发行后公司新老股东共同享有。

**(十二) 本次发行是否需要经中国证监会注册**

根据2024年第二次临时股东大会股权登记日在册股东名单，公司本次发行前股东数量为88名，本次发行对象共计1名，本次发行后股东数量为89名，因此本次定向发行后，公司股东人数累计未超过200人，由全国股转公司自律管理，豁免中国证监会注册。

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

公司及本次发行对象不属于国有企业、国有控股企业、国有实际控制企业和外商投资企业，因此，公司及本次发行对象无需就本次发行向国资、外资等主管部门履行审批、核准或备案程序。

**(十四) 挂牌公司股权质押、冻结情况**

截止本发行说明书签署之日，公司股权不存在被质押、冻结的情况。

**三、非现金资产认购情况/募集资金用于购买资产的情况**

本次发行不涉及非现金资产认购，不涉及募集资金用于购买资产。

**四、本次定向发行对申请人的影响**

### （一）本次定向发行对公司经营管理的影响

本次定向发行完成后，募集资金将用于补充流动资金，公司的经营管理状况将会得到进一步改善，财务结构进一步优化，从而提高公司整体经营能力，增加公司的综合竞争力，为公司后续发展带来积极影响。同时公司的主营业务不会发生变化，公司控制权不会发生变更，经营管理层亦不会发生变更，对公司经营管理不存在不利影响。

### （二）本次定向发行后公司财务状况、盈利能力及现金流量的变动情况

本次定向发行完成后，公司注册资本、总资产、净资产、每股净资产、筹资活动现金流量净额等财务指标都有一定程度的提高。本次定向发行有利于公司改善负债结构、降低资产负债率及偿债风险、提高资金流动性，提高抵御财务风险的能力。

#### 1、对财务状况的影响

本次定向发行募集资金到位后，公司资产总额与净资产额将同时增加，公司资本结构更趋稳健，公司的资金实力将得到有效提升，营运资金将得到有效补充。

#### 2、对盈利能力的影响

本次定向发行后，公司资本实力增强，为公司各项业务的快速、稳健、可持续发展奠定资本基础，有利于提升公司的市场竞争力以及盈利能力。

#### 3、对现金流量的影响

本次定向发行后，公司筹资活动现金流入将会增加。有利于提高公司的资金流动性，从而进一步增强公司抵御财务风险的能力。

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

本次发行前后，公司与控股股东及其关联人之间的业务关系、管理关系、关联交易及同业竞争等情况均未发生变化。

#### （四）本次定向发行前后公司控制权变动情况

本次发行前后公司第一大股东、实际控制人持股变动情况如下：

类型	名称	本次发行前		本次发行 认购数量 (股)	本次发行后（预计）	
		持股数量 (股)	持股比例		持股数量 (股)	持股比例
第一大股东	刘谋清	12,351,710	42.66%	0	12,351,710	41.82%
实际控制人	刘谋清	17,751,189	61.31%	581,000	18,332,189	62.07%

注：1、上表系根据股权结构合并计算实际控制人直接、间接控制公司股份数量及比例，包含一致行动人控制的股份数量。2、上表第一大股东持股数量及持股比例系根据本次发行股东大会股权登记日股东名册情况填写，仅为直接持股情况。

##### 1、本次发行前实际控制人及其一致行动人控制表决权情况

本次发行前，公司实际控制人刘谋清直接持有公司 12,351,710 股，直接持股比例为 42.66%。

刘谋清作为湖南云谋、长沙创龙的执行事务合伙人，通过湖南云谋、长沙创龙分别控制公司 1,290,000 股、1,150,000 股，占总股本比例分别为 4.46%、3.97%；一致行动人黄飞跃持有公司 2,959,479 股，占总股本比例为 10.22%，因此刘谋清及其一致行动人直接、间接合计控制公司 17,751,189 股，占总股本比例为 61.31%。

##### 2、本次发行后实际控制人及其一致行动人控制表决权情况

本次发行股票不超过 581,000 股，本次发行完成后，刘谋清作为本次发行对象智潮汇的执行事务合伙人，将通过智潮汇间接控制公司 581,000 股，占发行后总股本比例为 1.97%。同时，刘谋清直接持有公司 12,351,710 股，占发行后总股本比例为 41.82%；刘谋清作为湖南云谋、长沙创龙执行事务合伙人，通

过湖南云谋、长沙创龙分别控制公司 1,290,000 股、1,150,000 股，占发行后总股本比例分别为 4.37%、3.89%；其一致行动人黄飞跃持有公司 2,959,479 股，占发行后总股本比例为 10.02%，因此本次发行后，刘谋清及其一致行动人黄飞跃直接、间接合计控制公司 18,332,189 股，占发行后总股本比例为 62.07%。

综上所述，本次发行前后，公司控制权未发生变化。

#### （五）本次定向发行对其他股东权益的影响

本次发行后，公司股本、净资产等财务指标将有所提高，对其他股东权益有一定的积极影响。同时，公司资产负债率将有所下降，公司财务结构更趋稳健，公司整体经营能力进一步提升。

#### （六）本次定向发行相关特有风险的披露

本次股票定向发行尚需全国股转公司完成自律审查且出具同意定向发行的函后方可实施。本次股票定向发行能否取得全国股转公司出具的同意定向发行的函存在不确定性，且最终缴款验资及股份登记的时间也存在不确定性。

除上述风险外，本次股票发行不存在其他特有风险。

### 五、本次发行相关协议的内容摘要

#### （一）附生效条件的股票认购合同的内容摘要

##### 1. 合同主体、签订时间

甲方：湖南创研科技股份有限公司

乙方：长沙智潮汇企业管理合伙企业（有限合伙）

签订时间：2024 年 9 月

## 2. 认购方式、支付方式

认购方式：乙方以人民币现金方式认购甲方发行的股票。

支付方式：乙方应在甲方在全国中小企业股份转让系统发布的定向发行认购公告载明的缴款时限内将股票认购款足额汇入甲方在定向发行认购公告中指定的募集资金专项银行账户内。

## 3. 合同的生效条件和生效时间

本协议由甲、乙双方法定代表人或授权代表人签署并加盖公章后成立，在本次定向发行股票事项、本协议获得公司董事会和股东大会批准且取得全国股转公司关于同意本次股票定向发行的函后生效。

## 4. 合同附带的任何保留条款、前置条件

本协议除上述生效条件外，未附加其他任何保留条款、前置条件。

## 5. 相关股票限售安排

甲方本次发行的股票为有限售条件的普通股，乙方认购的股份锁定期 48 个月，即乙方认购的股份需自在中国证券登记结算有限责任公司北京分公司完成股份登记之日起 48 个月不得转让。

## 6. 特殊投资条款

无。

## 7. 发行终止后的退款及补偿安排

### (1) 发行终止后的退款

如全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具无异议函后，甲方主动终止股票定向发行，甲方应在终止事项发生之日起 5 个工作日内，及时退回乙方认购款项及相应利息（按照中国人民银行同期一年期人民币贷款基准利率计算利息）至其原缴款账户。

### (2) 补偿安排

无。

## 8. 风险揭示条款

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

## 9. 违约责任条款及纠纷解决机制

### （1）违约责任条款：

1) 本协议双方应本着诚实、信用的原则履行本协议。

2) 本协议项下约定的发行股票事宜如未获得以下条件则不构成违约：a.甲方董事会审议通过；b.甲方股东大会审议通过；c.取得股转公司出具的关于同意本次定向发行的函。如发生前述情形，届时双方应在诚信的基础上进行协商。

3) 任何一方违反本协议的，或违反本协议所作承诺或保证的，或所作承诺或保证存在虚假、重大遗漏的，视为违约，违约方应依法承担相应的违约责任。除本协议另有约定或法律另有规定外，本协议任何一方未履行本协议项下的义务或者履行义务不符合本协议的相关约定，守约方均有权要求违约方继续履行或采取补救措施，并要求违约方赔偿因此给守约方造成的实际的和可预计的损失。

4) 如甲方未按本协议第十一条约定履行退款义务，自预期之日起，应按所欠款项总额（即认购款本息之和）的万分之五每日计付乙方违约金，该违约金

以欠款项总额的30%为上限。

5) 如乙方未能按照本协议约定的付款期限支付全部或部分增资价款的, 每逾期一日, 应当以应付未付额度的万分之五计算违约金支付给甲方。若超出约定期限30日仍未支付对应增资价款的, 甲方有权单方面解除本协议, 同时乙方应当承担约定增资价款的30%作为违约金。

## (2) 纠纷解决机制

1) 本协议之订立、效力、解释、履行及相关争议解决等均适用中华人民共和国法律。

2) 各方在履行本协议过程中的一切争议, 均应通过友好协商解决; 如协商不成, 任何一方有权将争议提交甲方住所地有管辖权的法院处理。

## 六、中介机构信息

### (一) 主办券商

名称	西部证券
住所	陕西省西安市新城区东大街 319 号 8 幢 10000 室
法定代表人	徐朝晖
项目负责人	徐飞
项目组成员 (经办人)	程杨胜、倪文婷、周楚惟、尹健
联系电话	(029) 87406043
传真	(029) 87406134

### (二) 律师事务所

名称	湖南启元律师事务所
住所	湖南省长沙市芙蓉区建湘路 393 号世茂环球金融中心 63 层
单位负责人	朱志怡
经办律师	傅怡堃、刘子佳
联系电话	(0731) 82953778
传真	(0731) 82953779

### (三) 会计师事务所

名称	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）
住所	湖北省武汉市武昌区水果湖街道中北路 166 号长江产业大厦 17-18 楼
执行事务合伙人	石文先
经办注册会计师	肖明明、李思思
联系电话	（027）86791215
传真	（027）85424329

#### （四）股票登记机构

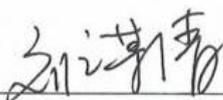
名称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
住所	北京市西城区金融大街 26 号金阳大厦 5 层
法定代表人	周宁
经办人员姓名	-
联系电话	4008058058
传真	（010）50939716

七、有关声明

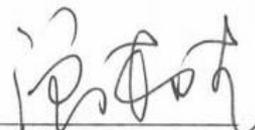
(一) 申请人全体董事、监事、高级管理人员声明

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

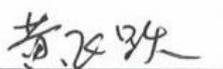
全体董事签名：



刘谋清



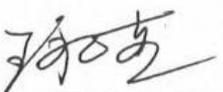
谭柏生



黄飞跃



谢剑波



王秋燕

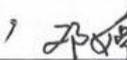
全体监事签名：



邱少盈

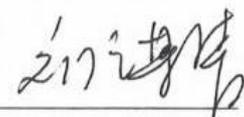


罗姣

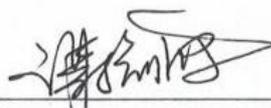


邓婷

全体高级管理人员签字：



刘谋清



谢剑波



王秋燕



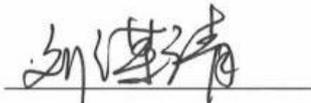
湖南创研科技股份有限公司（加盖公章）

2024年11月8日

## （二）申请人控股股东、实际控制人声明

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

控股股东、实际控制人签名：



刘谋清

湖南创研科技股份有限公司（加盖公章）

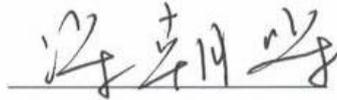


2024年11月8日

### （三）主办券商声明

本公司已对《湖南创研科技股份有限公司股票定向发行说明书》进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人签名：



徐朝晖

项目负责人签名：



徐 飞

西部证券股份有限公司（加盖公章）



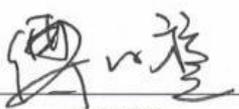
2024年11月8日

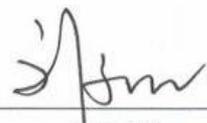
6100000799888

#### （四）律师事务所声明

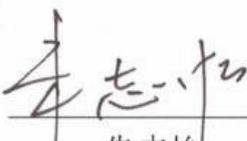
本机构及经办律师已阅读定向发行说明书，确认定向发行说明书与本机构出具的法律意见书无矛盾之处。本机构及经办律师对申请人在定向发行说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认定向发行说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

经办律师签名：

  
傅怡堃

  
刘子佳

机构负责人签名：

  
朱志怡

湖南启元律师事务所（加盖公章）



2024年11月8日

(五) 会计师事务所声明

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

签字注册会计师签名：

  
肖明明  
00050126

  
李思思  
0596

机构负责人签名：

  
石文先

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）（加盖公章）



2024年 11月 8日

## 八、备查文件

- (一) 第四届董事会第三次会议决议
- (二) 第四次监事会第三次会议决议
- (三) 2024年第二次职工代表大会决议
- (四) 2024年第二次临时股东大会
- (五) 西部证券关于创研股份股票定向发行的推荐工作报告
- (六) 湖南启元律师事务所关于创研股份股票定向发行的法律意见书