

河南蓝奥智能科技股份有限公司

公开转让说明书

开源证券

二〇二零年七月

声 明

公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让说明书不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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、完整。

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有限责任公司（以下简称“全国股份转让系统公司”）对本公司股票公开转让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，由投资者自行承担。

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：

一、重大风险或事项

重要风险或事项名称	重要风险或事项简要描述
一、政策调整风险	招商服务行业在我国起步较晚，市场化程度较低，尚缺乏专属的行业监管体制及相关管理办法，硬性门槛低。如果未来我国宏观政策开始调控招商服务业，或者相关产业政策进一步调整导致不利于招商服务业的发展，则会直接影响招商服务的市场需求，为行业发展带来一定波动。
二、人才流失风险	招商服务行业的竞争主要依托具备相关专业知识的人才。该领域从业专业性要求高、积累周期长，作为典型的专业服务领域，呈高素质劳动力密集型特征，对人才要求高、需求大。在当今新的商业业态层出不穷、产业发展与互联网、文化元素相融合的大环境下，具备与时代发展相适应的专业人才是招商服务企业持续发展不可或缺的保障和不可替代的动力。因此，专业领域人才的流失会给招商服务行业持续发展带来重大不利风险。
三、行业竞争加剧的风险	招商服务行业在我国起步较晚，市场化程度较低，尚缺乏专属的行业监管体制及相关管理办法，硬性门槛低。随着我国宏观经济环境持续改善，产业要素加速聚集，政府、园区、开发商招商活动日益旺盛，招商需求迅速增大，将会吸引众多企业进入招商服务行业，而其专业水平和行业经验普遍需要累积过程，期间可能导致同质化竞争或无序竞争，对行业的有序健康发展带来不利影响。
四、公司业务规模较小的风险	2018 年度、2019 年度，公司营业收入分别为 26,015,563.08 元、41,005,719.35 元，净利润分别为 88,980.48 元、1,384,211.66 元，规模较小。如果未来公司无法保持较高的专业服务水平，持续开拓新的招商项目及上游客户，其抵御行业环境变化、市场波动等风险的能力将遭受考验，并面临持续盈利和成长性风险。
五、重大招商项目可能出现招商成果不佳的风险	作为专业服务提供商，客户招商活动最终的落地成果是公司发展的生命线。虽然公司拥有大数据技术的招商优势以及覆盖招商活动全过程的专业服务能力，且目前服务的招商项目大多取得了良好效果，但客户招商活动成果往往取决于市场环境、国家政策、产业要素、客户自身状况等多种因素的综合作用。一旦客户招商项目出现招商项目落地成效不佳的状况，可能对公司的行业声望、市场地位，以及相应的业务稳定、拓展构成影响，同时导致公司的部分周期长、投入大、结果导向的定向招商服务收益无法达到预期，从而影响公司业绩。
六、客户集中风险	2018 年、2019 年公司向前五大客户销售金额占当期总销售额的比例分别是 81.38%、70.34%，比例较高。公司客户较为集中，一旦客户关系和合作情况出现波动，可能会对公司业绩造成一定的影响。基于公司所处行业的特征，单笔服务金额较大，服务周期较长，加之公司业务发展的时间不长，导致报告期内前五大客户收入金额占当期收入的总金额比例较大。
七、公司治理风险	公司整体变更为股份公司后，制定了新的《公司章程》、“三会”议事规

	则、《关联交易决策管理办法》等，建立了内部控制体系，完善了法人治理结构，提高了管理层的规范化意识。但是，由于股份公司成立时间较短，公司管理层的规范意识还需进一步提高，对股份公司治理机制尚需逐步理解、熟悉，各项内控制度的执行需要经过一个较为漫长的经营周期，以进行实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在经营实践过程中逐渐完善。因此，短期内公司治理的规范性存在一定风险。
--	---

二、挂牌时承诺的事项

适用 不适用

承诺主体名称	公司；公司股东广州蓝奥、咨投投资；公司控股股东广州蓝奥；实际控制人鲁银刚；董事鲁银刚、周文展、张倩、张岭、吴建辉；监事郭淑君、黄忠慰、潘映；高级管理人员鲁银刚、周文展、张启寿、张国立；公司核心业务人员周文展、张国立。	
承诺主体类型	<input checked="" type="checkbox"/> 申请挂牌公司 <input checked="" type="checkbox"/> 其他股东 <input type="checkbox"/> 收购人	<input checked="" type="checkbox"/> 实际控制人、控股股东 <input checked="" type="checkbox"/> 董监高 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
承诺类别	<input checked="" type="checkbox"/> 同业竞争的承诺 <input checked="" type="checkbox"/> 资金占用的承诺 <input type="checkbox"/> 股份增减持承诺	<input checked="" type="checkbox"/> 关联交易的承诺 <input checked="" type="checkbox"/> 业绩承诺及补偿安排 <input checked="" type="checkbox"/> 其他承诺
承诺开始日期	2020年3月6日	
承诺结束日期	无	
承诺事项概况	1、同业竞争的承诺：详见“第三节公司治理”之“五、公司同业竞争情况”之“（三）避免同业竞争采取的措施”。 2、关联交易承诺：全体股东、董监高承诺将尽可能避免、减少与股份公司、子公司之间的关联交易，对于不可避免的关联交易将严格遵守有关规定，遵照一般市场交易规则依法进行，不损害公司的利益。 3、资金占用的承诺：公司实际控制人、董监高承诺不以任何理由占用公司资金。 4、公司社保、公积金的承诺：详见“第二节公司业务”之“三、与业务相关的关键资源要素”之“（六）公司员工及核心技术人员情况”。 5、公司独立性的承诺：实际控制人承诺公司人员独立、资产独立、财务独立、机构独立、业务独立。 6、不存在重大违法违规的承诺：报告期内并截止至本声明出具日，公司、公司控股股东与实际控制人、董监高不存在重大违法违规的情况。 7、股份不存在转让限制的承诺：全体股东承诺所拥有的公司的股份不存在被冻结、质押或其它任何形式的转让限制情形，不存在任何形式的股权纠纷或潜在纠纷的情形，也不	

存在代持或其他违反法律法规的情况。
8、竞业禁止承诺：公司股东、董监高、核心业务人员承诺保守公司商业秘密；与原任职单位不存在竞业禁止的约定。
9、简历真实性承诺：公司股东、董监高、核心业务人员承诺其提供的个人简历真实、准确。

目录

声 明.....	2
重大事项提示	3
释 义.....	8
第一节 基本情况	11
一、 基本信息	11
二、 股份挂牌情况	12
三、 公司股权结构	15
四、 公司股本形成概况	20
五、 公司董事、监事、高级管理人员	23
六、 重大资产重组情况	26
七、 最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表	26
八、 公司债券发行及偿还情况.....	27
九、 与本次挂牌有关的机构.....	27
第二节 公司业务	29
一、 主要业务及产品	29
二、 内部组织结构及业务流程.....	31
三、 与业务相关的关键资源要素.....	38
四、 公司主营业务相关的情况.....	46
五、 经营合规情况	57
六、 商业模式	61
七、 所处行业、市场规模及基本风险特征	63
八、 公司持续经营能力	88
第三节 公司治理	94
一、 公司股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况.....	94
二、 表决权差异安排	94
三、 董事会对现有公司治理机制的讨论与评估	94
四、 公司及控股股东、实际控制人、下属子公司最近 24 个月内存在的违法违规及受处罚情况	95
五、 公司与控股股东、实际控制人的分开情况	96
六、 公司同业竞争情况	97
七、 最近两年内公司资源被控股股东、实际控制人占用情况.....	99
八、 公司董事、监事、高级管理人员的具体情况	100
九、 近两年内公司董事、监事、高级管理人员变动情况.....	103
十、 财务合法合规性	103
第四节 公司财务	105
一、 财务报表	105
二、 审计意见	123
三、 报告期内采用的主要会计政策和会计估计	123

四、	报告期内的主要财务指标分析	148
五、	报告期利润形成的有关情况	152
六、	报告期内各期末主要资产情况及重大变动分析	167
七、	报告期内各期末主要负债情况及重大变动分析	183
八、	报告期内各期末股东权益情况	190
九、	关联方、关联关系及关联交易	191
十、	重要事项	198
十一、	报告期内资产评估情况	199
十二、	股利分配政策、报告期分配情况及公开转让后的股利分配政策	199
十三、	公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况	200
十四、	经营风险因素及管理措施	213
十五、	公司经营目标和计划	215
第五节	挂牌同时定向发行	217
第六节	申请挂牌公司、中介机构及相关人员声明	218
	申请挂牌公司全体董事、监事、高级管理人员声明	218
	主办券商声明	219
	律师事务所声明	220
	审计机构声明	221
	评估机构声明	222
第七节	附件	224

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		
公司/本公司/股份公司/蓝奥科技	指	河南蓝奥智能科技股份有限公司
蓝奥有限/有限公司	指	河南淮源蓝奥智能科技有限公司
广州蓝奥	指	广州蓝奥信息科技有限公司
咨投投资	指	广州咨投投资合伙企业（有限合伙）及其前身广州咨投投资合伙企业（有限合伙）
广州分公司	指	河南蓝奥智能科技股份有限公司广州分公司及其前身河南淮源蓝奥智能科技有限公司广州分公司
博源电子	指	南阳蓝奥博源电子商务有限公司
广州君典	指	广州君典文化有限公司及其曾用名广州万得芙营销管理有限公司
方旭科技	指	广州方旭科技服务有限公司
河南君典	指	河南蓝奥君典文化发展有限公司
广州嘉翔	指	广州嘉翔信息科技有限公司
蓝奥家居	指	河南蓝奥智能家居有限公司
蓝奥互联	指	南阳蓝奥互联教育科技有限公司
瑞科金融	指	深圳瑞科金融服务有限公司
建捷投资	指	广州建捷投资合伙企业（有限合伙）及其前身广州建捷投资管理合伙企业（有限合伙）
揽富基金	指	深圳揽富基金管理有限公司
北京蓝奥	指	北京蓝奥企业管理有限公司
蓝奥数码	指	广州蓝奥数码数字营销策划有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2018年修订）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》（2019年修订）
《管理办法》	指	《非上市公众公司监督管理办法》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
全国股份转让系统	指	全国中小企业股份转让系统
主办券商、开源证券	指	开源证券股份有限公司
挂牌、公开转让	指	公司股份在全国中小企业股份转让系统挂牌及公开转让行为
公开转让说明书	指	河南蓝奥智能科技股份有限公司公开转让说明书
公司章程	指	河南蓝奥智能科技股份有限公司公司章程
三会	指	股东大会、董事会和监事会
股东大会	指	河南蓝奥智能科技股份有限公司股东大会
董事会	指	河南蓝奥智能科技股份有限公司董事会
监事会	指	河南蓝奥智能科技股份有限公司监事会
三会议事规则	指	《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监

报告期	指	2018年1月1日至2019年12月31日
会计师事务所	指	中审华会计师事务所（特殊普通合伙）
律师事务所	指	北京观韬中茂（广州）律师事务所
工商局	指	工商行政管理局
市监局	指	市场监督管理局
元、万元	指	人民币元、人民币万元
专业释义		
大数据	指	大数据 (big data) , IT 行业术语，是指无法在一定时间范围内用常规软件工具进行捕捉、管理和处理的数据集合，是需要新处理模式才能具有更强的决策力、洞察发现力和流程优化能力的海量、高增长率和多样化的信息资产。
电子商务平台	指	电子商务平台即是一个为企业或个人提供网上交易洽谈的平台。企业电子商务平台是建立在 Internet 网上进行商务活动的虚拟网络空间和保障商务顺利运营的管理环境；是协调、整合信息流、货物流、资金流有序、关联、高效流动的重要场所。
SEO	指	Search Engine Optimization, 汉译为搜索引擎优化
SEM	指	Search Engine Marketing, 汉译为搜索引擎营销
代运营	指	代运营主要是指帮助一些希望做电商的传统企业开展网上销售，这就需要该代运营公司具备营销、产品、客服、供应链等全方面的知识，然后可以跟传统企业销售分成。
020	指	是 Online To Offline 的缩写，即在线离线/线上到线下，是指将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的平台。
招商外包	指	指企业把招商涉及所有工作外包给专业的招商服务公司去做，企业聚集于自身的核心业务，渠道建设交给招商服务公司。
招商广告	指	是企业以招商为目的做的广告。招商是企业在确定一个新产品、新项目后，需要作更广泛的市场拓展和充分利用有效的市场现成资源（如经销、代理商的资金、人力）而作的一项重要策划工作，它是企业建立营销网络渠道的必要前提；它主要的职能是确定全国或区域代理（经销）商，将企业的产品或服务通过这些网络渠道流向社会流向市场，达到生产企业与经销商优势资源到互补与重组的良好效果。
H5 页面	指	H5 页面由第 5 代 html 标准规范简称 html5 而来，但其对视频音频和触屏互动等事件的支持远超出 HTML5 所标记的规范。随着移动端用户的暴增，因“H5”在移动端兼容性更强，于是” H5”逐渐演变成一种对可以在移动端展示页面的简称。
粤港澳大湾区	指	粤港澳大湾区（英文名称 Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area, 缩写 GBA）由香港、澳门两个特别行政区和广东省广州、深圳（含深汕特别合作区）、珠海、

		佛山、肇庆、惠州、东莞、中山、江门等九个城市（珠三角）组成，总面积 5.6 万平方公里，2018 年末总人口已达 7000 万人，是中国开放程度最高、经济活力最强的区域之一，在国家发展大局中具有重要战略地位。
集成化服务模式	指	对招商服务所涉及的招商咨询、营销技术、品牌策划、招商推广、招商代理等单项服务业务进行多维度整合，提升服务对主体不同需求的关联性，增加服务的叠加效应。
农产品上行	指	以农村电商、县域电商为媒介，对农特产品进行筛选、分拣、包装、放到互联网各大电商平台，进行产品推广销售，打开本地特色农产品的销售渠道，让特色农产品从田间、农村直达全国百姓网民餐桌的一种运营模式。
上行营销体系	指	指农产品销售的新模式，该模式是伴随着互联网的高速发展所衍生出来的，是互联网与传统农业的结合。上行营销体系有文案营销，o2o 营销，内容营销，短视频营销，直播营销，广告营销等。通过互联网渠道，将农产品移到线上销售，直接对接消费者，也可以批量输出到农产品批发市场。通过这种线上销售的模式，拓宽农户的销售渠道，可以有效地解决农产品销售难题，帮助农户实现增收。

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	河南蓝奥智能科技股份有限公司	
统一社会信用代码	91411330MA3XJ2482C	
注册资本	6,800,000	
法定代表人	鲁银刚	
有限公司设立日期	2016年12月21日	
股份公司设立日期	2019年8月30日	
住所	桐柏县产业集聚区货站路中段	
电话	0377-60949488	
传真	0377-60949488	
邮编	474750	
电子信箱	lanaoshuma@163.com	
董事会秘书或者信息披露事务负责人	张启寿	
按照证监会2012年修订的《上市公司行业分类指引》的所属行业	L	租赁和商务服务业
	72	商业服务业
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
	72	商业服务业
	722	综合管理服务
	7229	其他综合管理服务
按照《挂牌公司投资型行业分类指引》的所属行业	12	工业
	1211	商业和专业服务
	121110	商业服务与商业用品
	12111013	综合支持服务
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
	72	商务服务业
	721	企业管理服务
	7219	其他企业管理服务
经营范围	软件开发；游戏软件设计制作；软件服务；软件测试服务；软件批发；软件零售；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；电信业务代理服务；房地产开发经营；房地产中介服务；房地产咨询服务；房屋租赁；场地租赁（不含仓储）；企业总部管理；酒店管理；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；贸易咨询服务；企业形象策划服务；教育咨询服务；文化艺术咨询服务；公共关系服务；策划创意服务；商品信息咨询服务；市场营销策划服务；广告业；包装服务；电子产品批发；物业管理；会议及展览服务；电子、通信与自动控制技术研究、开发；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；货物进出口（专营专控商	

	品除外)；技术进出口；广告摄影；教育培训；电商代运营；招商外包；商品批发贸易(许可审批类商品除外)；商品零售贸易(许可审批类商品除外)；预包装食品、购销(仓储服务；物流配送服务；物流包装、分拣、搬运、装卸；物流信息技术咨询服务；仓储物流代理服务；道路货物运输代理供应链管理专用运输(冷藏保鲜)；(涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营)。
主营业务	提供 招商服务 、县域电商服务、技术服务。

二、股份挂牌情况

(一)基本情况

股票代码	
股票简称	蓝奥科技
股票种类	人民币普通股
股份总量	6,800,000
每股面值	1.00
挂牌日期	
股票转让方式	集合竞价转让
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做出其他限制性规定”。

《全国中小企业股份转让系统业务规则(试行)》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”。

《公司章程》第二十七条规定：“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、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。”

《公司章程》第二十八条规定：“公司挂牌后，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。”

除上述限售安排外，公司股东对其所持股份无其他自愿锁定承诺。

三、 基本信息

公司名称	河南蓝奥智能科技股份有限公司	
统一社会信用代码		
注册资本		
法定代表人		
有限公司设立日期		
股份公司设立日期		
住所		
电话		
传真		
邮编		
电子信箱		
董事会秘书或者信息披露事务负责人		
按照证监会 2012 年修订的《上市公司行业分类指引》的所属行业		
按照《国民经济行业分类(GB/T4754-2017)》的所属行业		
按照《挂牌公司投资型行业分类指引》的所属行业		
按照《挂牌公司管理型行业分类指引》的所属行业		
经营范围		
主营业务		

2、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、监事及高管持股	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	因司法裁决、继承等原因而获得有限售条件股票的数量	质押股份数量	司法冻结股份数量	本次可公开转让股份数量(股)
1	广州蓝奥信息科技有限公司	5,780,000	85.00	否	是	否	0	0	0	0	0
2	广州咨投投资合伙企业(有限合伙)	1,020,000	15.00	否	是	否	0	0	0	0	0
合计	-	6,800,000	100.00	-	-	-	0	0	0	0	0

3、股东对所持股份自愿锁定承诺

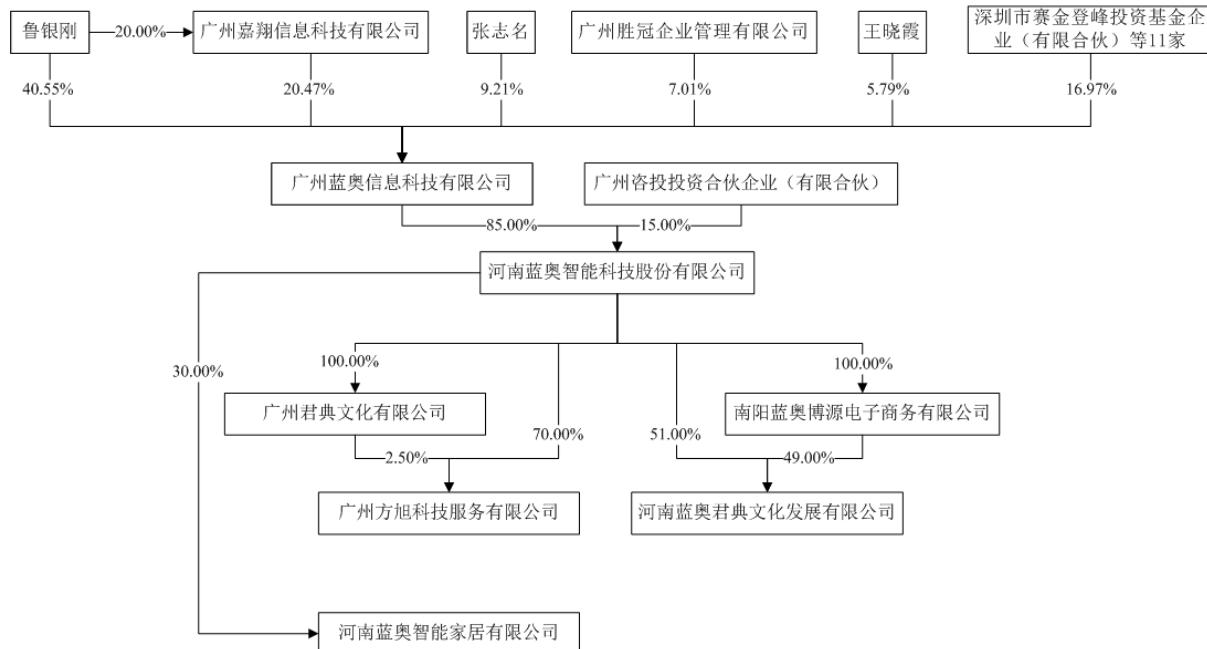
适用 不适用

(四) 分层情况

挂牌同时进入层级	基础层
----------	-----

四、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

广州蓝奥信息科技有限公司持有公司 578 万股股份，占公司总股本的 85.00%，因此，广州蓝奥信息科技有限公司为公司的控股股东。

控股股东为法人的，请披露以下表格：

适用 不适用

公司名称	广州蓝奥信息科技有限公司
统一社会信用代码	914401160880541925
是否属于失信联合惩戒对象	否
法定代表人	鲁银刚
设立日期	2014 年 1 月 22 日
注册资本	976.939 万元
公司住所	广州高新技术产业开发区科学城科丰路 31 号华南新材料创新园 G1 栋 409 号
邮编	610600
所属国民经济行业	根据中华人民共和国国家统计局发布的《国民经济行业分类 (GB/T4754-2017)》，公司所属行业为“商业服务业”之“组织管理服务”之“企业总部管理”(L7211)
主营业务	总部管理、物业租赁

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

控股股东为其他主体的，请披露以下表格：

适用 不适用

2、实际控制人

广州蓝奥持有公司 85.00%的股权，鲁银刚为广州蓝奥第一大股东，对广州蓝奥的实际出资额 396.115 万元，占广州蓝奥注册资本的 40.55%，占广州蓝奥的实缴出资比例的 50.98%；同时，咨投投资持有公司 15.00%的股权，鲁银刚持有咨投投资 90%的出资比例，且为其执行事务的合伙人。鲁银刚可以实际支配挂牌公司股份表决权的 100%，且自有限公司成立至 2019 年 7 月一直担任有限公司执行董事兼总经理，现任股份公司董事长兼总经理。因此，鲁银刚实际控制公司的经营与决策，对股份公司有绝对的控制权，是股份公司的实际控制人。从公司设立起，控股股东一直为广州蓝奥，鲁银刚也一直为广州蓝奥最大股东，因此实际控制人未发生变更。

实际控制人为法人的，请披露以下表格：

适用 不适用

实际控制人为自然人的，请披露以下表格：

适用 不适用

序号	1
姓名	鲁银刚
国家或地区	中国
性别	男
年龄	43
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	1998 年 2 月至 2009 年 2 月为自由职业；2009 年 3 月至 2013 年 12 月任广州启泰企业管理有限公司媒体推广总监；2014 年 1 月至 2015 年 9 月任广州招商速建互联网信息科技有限公司执行董事兼经理；2015 年 10 月至 2019 年 11 月任广州蓝奥董事长兼总经理；2016 年 12 月至 2019 年 7 月任有限公司执行董事、总经理，2019 年 8 月至今任股份公司董事长兼总经理。兼职情况如下：2014 年 8 月至今，任深圳宝沃雷克资产管理有限公司监事；2014 年 8 月至 2019 年 11 月任揽富基金执行董事、总经理，2019 年 12 月至今任揽富基金执行董事；2014 年 8 月至 2019 年 11 月任瑞科金融执行董事、总经理，2019 年 12 月至今任瑞科金融执行董事；2015 年 7 月至 2019 年 11 月任广州蓝奥智享科技有限公司执行董事、总经理，2019 年 12 月至今任广州蓝奥智享科技有限公司执行董事；2015 年 8 月至 2019 年 9 月任广东招商快车信息科技有限公司执行董事、总经理，2019 年 10 月至今任广东招商快车信息科技有限公司执行董事；2015 年 10 月至 2018 年 2 月任广州多元大数据技术有限公司执行董事兼经理，2018 年 3 月至 2019 年 11 月任广州多元大数据技术有限公司监事；2016 年 3 月至 2019 年 10 月任广州嘉翔执行董事、总经理，2019 年 11 月至今任广州嘉翔执行董事；2016 年 4 月至今任北京淮源文化传媒股份有限公司监事；2016 年 6 月

	至 2019 年 11 月任北京蓝奥执行董事、总经理，2019 年 12 月至今任北京蓝奥执行董事；2016 年 7 月至 2019 年 11 月任北京蓝奥博源文化传媒有限公司执行董事、总经理，2019 年 12 月至今任北京蓝奥博源文化传媒有限公司执行董事；2016 年 12 月至 2019 年 10 月任蓝奥数码执行董事、总经理，2019 年 11 月至今任蓝奥数码执行董事；2019 年 12 月至今任广州蓝奥董事长。
是否属于失信联合惩戒对象	否

实际控制人为其他主体的，请披露以下表格：

适用 不适用

多个一致行动人认定为共同实际控制人的，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、实际控制人发生变动的情况

适用 不适用

(三) 前十名股东及持股 5%以上股份股东情况

1、基本情况

序号	股东名称	持股数量	持股比例 (%)	股东性质	是否存在质押或其他争议事项
1	广州蓝奥信息科技有限公司	5,780,000	85.00	境内有限公司	否
2	广州咨投投资合伙企业（有限合伙）	1,020,000	15.00	境内有限合伙	否

适用 不适用

2、股东之间关联关系

适用 不适用

鲁银刚持有广州蓝奥 40.55% 股权；鲁银刚持有广州嘉翔 20% 股权（广州嘉翔持有广州蓝奥 20.47% 股权）；鲁银刚持有咨投投资 90% 的出资份额，为咨投投资执行事务的合伙人。

3、机构股东情况

适用 不适用

(1) 广州蓝奥信息科技有限公司

1) 基本信息：

名称	广州蓝奥信息科技有限公司
成立时间	2014 年 1 月 22 日
类型	有限公司
统一社会信用代码	914401160880541925
法定代表人或执行事务合伙人	鲁银刚
住所或主要经营场所	广州高新技术产业开发区科学城科丰路 31 号华南新材料创新园 G1 栋 409 号
经营范围	市场调研服务；企业财务咨询服务；商品信息咨询服务；投资咨询服务；企业管理咨询服务；自有房地产经营活动；信息电子技术服务；电力电子技术服务；科技信息咨询服务；科技项

	目评估服务;物联网服务;电话信息服务。
--	---------------------

2) 机构股东出资结构:

序号	股东(出资人)	认缴资本	实缴资本	持股(出资)比例 (%)
1	鲁银刚	3,961,150.00	3,961,150.00	40.55
2	广州嘉翔信息科技有限公司	2,000,000.00	0.00	20.47
3	张志名	900,000.00	900,000.00	9.21
4	广州胜冠企业管理有限公司	685,200.00	685,200.00	7.01
5	王晓霞	565,800.00	565,800.00	5.79
6	深圳市赛金登峰投资基金企业(有限合伙)	301,477.00	301,477.00	3.09
7	上海中嘉兴华创业投资合伙企业(有限合伙)	265,421.00	265,421.00	2.72
8	中投建华(湖南)创业投资合伙企业(有限合伙)	261,682.00	261,682.00	2.68
9	扬州嘉华创业投资有限公司	186,916.00	186,916.00	1.91
10	北京万银乾通创业投资中心(有限合伙)	186,916.00	186,916.00	1.91
11	武汉中投华建创业投资基金合伙企业(有限合伙)	186,916.00	186,916.00	1.91
12	赵钦廷	122,117.00	122,117.00	1.25
13	广州华南新材料创新园有限公司	112,150.00	112,150.00	1.15
14	曲水汇鑫茂通高新技术合伙企业(有限合伙)	33,645.00	33,645.00	0.34
合计	-	9,769,390.00	7,769,390.00	100.00

(2) 广州咨投投资合伙企业(有限合伙)

1) 基本信息:

名称	广州咨投投资合伙企业(有限合伙)
成立时间	2017年1月17日
类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91440101MA59J08D5H
法定代表人或执行事务合伙人	鲁银刚
住所或主要经营场所	广州市高新技术产业开发区科丰路31号G2栋406
经营范围	投资咨询服务;个人形象设计服务;展台设计服务;室内装饰设计服务

2) 机构股东出资结构:

序号	股东(出资人)	认缴资本	实缴资本	持股(出资)比例 (%)
----	---------	------	------	--------------

1	鲁银刚	450,000.00	450,000.00	90.00
2	胡军泽	50,000.00	50,000.00	10.00
合计	-	500,000.00	500,000.00	100.00

(四) 股东适格性核查

序号	股东名称	是否适格	是否为私募股东	是否为三类股东	具体情况
1	广州蓝奥信息科技有限公司	是	否	否	广州蓝奥信息科技有限公司系由各股东以自有资金自愿组建的有限公司不存在非公开或公开方式募集资金的情形，其资产也未委托基金管理人或者普通合伙人进行管理。经核查，均不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金管理办法》和《私募投资基金备案办法》规定的私募投资基金及基金管理人。
2	广州咨投投资合伙企业（有限合伙）	是	否	否	广州咨投投资合伙企业（有限合伙）系由各合伙人以自有资金自愿组建，除基于合伙人共同意愿投资河南蓝奥智能科技股份有限公司外没有投资其他企业，未对外开展投资活动，不存在非公开或公开方式募集资金的情形，其资产也未委托基金管理人或者普通合伙人进行管理。经核查，均不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金管理办法》和《私募投资基金备案办法》规定的私募投资基金及基金管理人。

(五) 其他情况

事项	是或否
公司及子公司是否存在对赌	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
公司及子公司是否存在股东超过 200 人	否

公司及子公司是否存在工会或职工持股会持股	否
----------------------	---

其他情况说明：

适用 不适用

五、公司股本形成概况

(一) 历史沿革

1、2016年12月，有限公司设立

2016年12月20日，蓝奥有限（筹）取得南阳市工商局核发的编号为（宛工商）登记名预核准字[2016]第2324号《企业名称预先核准通知书》，核准企业名称为“河南淮源蓝奥智能科技有限公司”。

2016年12月21日，蓝奥有限（筹）股东签署《公司章程》。

2016年12月21日，蓝奥有限取得桐柏县工商局核发的统一社会信用代码为91411330MA3XJ2482C《营业执照》，蓝奥有限依法成立。

蓝奥有限设立时的股权结构如下：

股东名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	出资方式
广州蓝奥	530.00	0.00	100.00	货币
合计	530.00	0.00	100.00	

2、2019年4月，有限公司第一次实缴注册资本

2019年4月30日，中审华会计师事务所（特殊普通合伙）广州分所出具编号为CAC粤验字[2019]0011号《河南淮源蓝奥智能科技有限公司2019年验资报告》，截至2019年4月13日，蓝奥有限已收到股东广州蓝奥首次缴纳的实收资本合计人民币530万元，出资方式为货币。

本次实缴注册资本后，蓝奥有限的股权结构为：

股东姓名或名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	出资方式
广州蓝奥	530.00	530.00	100.00	货币
合计	530.00	530.00	100.00	

3、2019年4月，有限公司第一次股权转让

2019年4月16日，蓝奥有限股东作出以下股东决定：（1）同意股东广州蓝奥将其持有的公司15%的出资份额以人民币79.50万元的价格转让给咨投投资；（2）同意就上述事项签署新的章程。同日，广州蓝奥与咨投投资签署新的章程。

2019年4月15日，广州蓝奥与咨投投资签订《出资转让协议》。

本次股权转让的具体情况如下：

转让方	受让方	转让标的	转让股权比例(%)	转让出资金额(万元)	转让价款(万元)	股权转让款支付情况
广州蓝奥	咨投投资	蓝奥有限公司股权	15.00	79.50	79.50	已支付

2019年4月16日，桐柏县市监局核准了本次变更。

本次股权转让后，蓝奥有限的股权结构为：

股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资比例 (%)	出资方式
广州蓝奥	450.50	450.50	85.00	货币
咨投投资	79.50	79.50	15.00	货币
合计	530.00	530.00	100.00	

本次股权转让的主要原因为满足股份公司设立的法规要求及增加实际控制人鲁银刚对公司的控制，咨投投资受让股权的资金来源合法合规，不存在非公开募集资金、委托持股等情形或其他利益安排。咨投投资合伙人未对其权益流转及退出机制做出特殊约定，目前不属于员工持股计划。

4、2019年8月，有限公司整体变更为股份公司

2019年8月3日，中审华会计师事务所（特殊普通合伙）广州分所出具编号为CAC粤审字[2019]0043号《河南淮源蓝奥智能科技有限公司审计报告》，截至2019年5月31日，蓝奥有限的净资产为7,771,005.29元。

2019年8月5日，北京中锋资产评估有限责任公司出具编号为中锋评报字（2019）第40034号《资产评估报告》，截至评估基准日2019年5月31日，净资产评估值为784.84万元。

2019年8月6日，蓝奥有限作出股东会决议，同意蓝奥有限依法整体变更为股份有限公司，并同意以经中审华会计师事务所（特殊普通合伙）广州分所审计的，截至2019年5月31日的净资产7,771,005.29元为依据，折合成680万股，每股面值1元，剩余净资产971,005.29元计入资本公积。

2019年8月6日，发起人广州蓝奥、咨投投资共同签署了《河南蓝奥智能科技股份有限公司发起人协议》，同意以蓝奥有限经审计的账面净资产出资，共同发起设立股份公司。

2019年8月21日，中审华会计师事务所(特殊普通合伙)出具编号为CAC证验字[2019]0117号《验资报告》。根据《验资报告》，截至2019年8月21日，公司已根据《公司法》有关规定及公司折股方案，将蓝奥有限截至2019年5月31日经审计的净资产折股投入股份有限公司，共计680万股，每股面值1元，其余971,005.29元计入资本公积金。

2019年8月21日，公司2019年第一次临时股东大会审议并通过了《河南蓝奥智能科技股份有限公司章程》及蓝奥有限整体变更设立股份公司的相关议案；审议通过《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《重大投资决策管理办法》《关联交易决策管理办法》《对外担保决策制度》《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》《信息披露管理制度》《投资者关系管理制度》《募集资金管理制度》；选举鲁银刚、周文展、张倩、张岭、吴建辉5名董事组成公司首届董事会；选举郭淑君、黄忠慰为股东代表监事，与职工代表大会选举的职工代表监事潘映组成公司首届监事会。

2019年8月21日，公司第一届董事会第一次会议选举了鲁银刚为公司董事长；聘用鲁银刚为公司总经理，聘用周文展为公司副总经理，聘用张国立为公司副总经理，聘用张启寿为公司财

务总监，聘用张启寿为公司董事会秘书；审议通过《总经理工作细则》及《董事会秘书工作细则》。

2019年8月21日，公司第一届监事会第一次会议选举了郭淑君为公司第一届监事会主席。

2019年8月30日，股份公司取得了南阳市市监局核发的统一社会信用代码为91411330MA3XJ2482C号的《营业执照》。

股份公司设立时股本结构如下：

发起人名称	持股数(万股)	持股比例(%)	出资方式
广州蓝奥	578.00	85.00	净资产折股
咨投投资	102.00	15.00	净资产折股
合计	680.00	100.00	

综上，有限公司整体变更为股份公司已履行了审计、评估、验资等必要的程序，符合法律、法规和规范性文件的有关规定。股份公司的设立程序符合法律、法规和规范性文件的有关规定，公司的设立合法有效。公司股权结构清晰，权属分明，不存在股份代持情形或其他潜在纠纷；公司的股东不存在法律、法规及规范性文件规定不适宜担任股东的情形。

(二) 批复文件

适用 不适用

(三) 股权激励情况:

适用 不适用

(四) 区域股权市场挂牌情况

适用 不适用

(五) 非货币资产出资情况

适用 不适用

(六) 其他情况

事项	是或否
公司历史沿革中是否存在出资瑕疵	否
公司历史沿革中是否存在代持	否
公司是否存在最近36个月内未经法定机关核准，擅自公开或者变相公开发行过证券	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

六、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	鲁银刚	董事长、总经理	2019-08-21	2022-08-21	中国	无	男	1976 年 10 月	本科	
2	周文展	董事、副总经理	2019-08-21	2022-08-21	中国	无	男	1983 年 7 月	大专	
3	张倩	董事	2019-08-21	2022-08-21	中国	无	女	1991 年 4 月	大专	
4	张岭	董事	2019-08-21	2022-08-21	中国	无	男	1988 年 2 月	大专	
5	吴建辉	董事	2019-08-21	2022-08-21	中国	无	男	1974 年 10 月	硕士研究生	
6	郭淑君	监事会主席	2019-08-21	2022-08-21	中国	无	女	1974 年 11 月	硕士研究生	
7	黄忠慰	监事	2019-08-21	2022-08-21	中国	无	男	1991 年 10 月	大专	
8	潘映	职工监事	2019-08-21	2022-08-21	中国	无	女	1991 年 7 月	中专	
9	张国立	副总经理	2019-08-21	2022-08-21	中国	无	男	1991 年 2 月	高中	
10	张启寿	财务总监、董事会秘书	2019-08-21	2022-08-21	中国	无	男	1981 年 11 月	本科	中级会计师

续:

序号	姓名	职业经历
1	鲁银刚	1998 年 2 月至 2009 年 2 月为自由职业；2009 年 3 月至 2013 年 12 月任广州启泰企业管理有限公司媒体推广总监；2014 年 1 月至 2015 年 9 月任广州招商速建互联网信息科技有限公司执行董事兼经理；2015 年 10 月至 2019 年 11 月任广州蓝奥董事长兼总经理；2016 年 12 月至 2019 年 7 月任有限公司执行董事、总经理，2019 年 8 月至今任股份公司董事长兼总经理。兼职情况如下：2014 年 8 月至今，任深圳宝沃雷克资产管理有限公司监事；2014 年 8 月至 2019 年 11 月任揽富基金执行董事、总经理，2019 年 12 月至今任揽富基金执行董事；2014 年 8 月至 2019 年 11 月任瑞科金融执行董事、总经理，2019 年 12 月至今任瑞科金融执行董事；2015 年 7 月至 2019 年 11 月任广州蓝奥智享科技有限公司执行董事、总经理，2019 年 12 月至今任广州蓝奥智享科技有限公司执行董事；2015 年 8 月至 2019 年 9 月任广东招商快车信息科技有限公司执行董事、总经理，2019 年 10 月至今任广东招商快车信息科技有限公司执行董事；2015 年 10 月至 2018 年 2 月任广州多元大数据技术有限公司执行董事兼经理，2018 年 3 月至 2019 年 11 月任广

		州多元大数据技术有限公司监事；2016年3月至2019年10月任广州嘉翔执行董事、总经理，2019年11月至今任广州嘉翔执行董事；2016年4月至今任北京淮源文化传媒股份有限公司监事；2016年6月至2019年11月任北京蓝奥执行董事、总经理，2019年12月至今任北京蓝奥执行董事；2016年7月至2019年11月任北京蓝奥博源文化传媒有限公司执行董事、总经理，2019年12月至今任北京蓝奥博源文化传媒有限公司执行董事；2016年12月至2019年10月任蓝奥数码执行董事、总经理，2019年11月至今任蓝奥数码执行董事；2019年12月至今任广州蓝奥董事长。
2	周文展	2005年5月至2007年8月任广州珠江云峰投资控股有限公司软件开发工程师；2007年8月至2010年3月任北京铭万智达科技有限公司广州分公司运营经理；2010年4月至2015年5月任广州木棉网络科技有限公司总经理；2015年5月至2016年12月任广州蓝奥品牌网络中心总监；2016年12月至2019年7月任有限公司电商事业部总经理兼监事；2019年8月至今任股份公司董事、副总经理、电商事业部总经理。
3	张倩	2012年7月至2014年5月历任广州启泰企业管理有限公司招商经理、招商总监；2014年6月至今历任广州蓝奥招商总监、营销中心总经理；2019年8月至今任股份公司董事。
4	张岭	2009年10月至2011年3月任辅讯光电（厦门）有限公司IE实习工程师；2011年4月至2012年4月待业；2012年5月至2016年6月历任广州启泰企业管理有限公司招商专员、招商经理、项目总监；2016年7月至2019年9月任广州招商快车营销外包服务有限公司项目总监；2019年8月至今任股份公司董事；2019年10月至今任股份公司招商总监。
5	吴建辉	1995年11月至2002年6月历任广州顶津食品有限公司业务员、销售经理、营销总监；2002年7月至2006年6月任广州精益汽车空调有限公司营销总监；2006年8月至2014年1月任国信企业管理顾问有限公司广东分公司总经理；2014年2月至2014年5月待业；2014年6月至2016年12月任广州市销策营销管理咨询有限公司总经理；2017年3月至2018年8月任广州市天心餐饮连锁有限责任公司总经理；2018年9月至今任广州君典副总经理；2019年8月至今任股份公司董事。
6	郭淑君	1997年4月至1999年3月任广州汇贤医疗设备企业有限公司市场助理；1999年4月至2000年8月任广州东山银鼎金融电子技术开发中心总经理助理兼行政主任；2000年9月至2003年11月任微施理医疗科技（深圳）有限公司人力行政经理；2003年12月至2015年5月任广州市威立雅水务技术管理有限公司区域人力资源经理；2015年6月至2017年12月任泛仕达机电股份有限公司人力资源部长；2018年3月至2019年7月任有限公司人力行政总监；2019年8月至今任股份公司监事会主席、人力行政总监。
7	黄忠慰	2014年8月至2015年10月任广州友尔诚投资咨询有限公司招聘专员；2015年11月至2017年6月任广州蓝奥招聘专员；2017年8月至今任广州分公司招聘主管；2019年8月至今任股份公司监事。
8	潘映	2011年6月至2013年12月任广州天拓网络技术有限公司广告销售；2014年1月至2018年5月任广州蓝奥SEM主管；2018年6月至今任广州分公司SEM推广经理兼媒介主管；2019年8月至今任股份公司职工监事、媒介主管。
9	张国立	2014年10月至2017年2月任广州蓝奥业务员；2017年3月至2019年7月历任有限公司项目总监、招商部总经理；2019年8月至今任股份公司副总经理、招商部总经理。

10	张启寿	2005年7月至2016年11月历任广州中远物流有限公司财务专员、主办会计、总账会计、佛山公司财务经理；2016年12月至2018年4月任广州中远海运物流有限公司佛山公司财务负责人；2018年5月至2019年7月任有限公司财务总监；2019年8月至今任股份公司财务总监、董事会秘书。 张启寿具备中级会计师资格，其工作经验符合有关法律法规对财务负责人的要求。
----	-----	---

七、重大资产重组情况

适用 不适用

八、最近两年及一期的主要会计数据和财务指标简表

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
资产总计(万元)	1,282.15	488.13
股东权益合计(万元)	719.31	48.26
归属于申请挂牌公司的股东权益合计(万元)	749.12	52.96
每股净资产(元)	1.06	0.07
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产(元)	1.10	0.08
资产负债率(母公司)(%)	37.21	63.85
流动比率(倍)	2.26	1.07
速动比率(倍)	2.17	0.67
项目	2019年度	2018年度
营业收入(万元)	4,100.57	2,601.56
净利润(万元)	138.42	8.90
归属于申请挂牌公司股东的净利润(万元)	166.16	33.72
扣除非经常性损益后的净利润(万元)	160.41	49.62
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)	188.15	74.44
毛利率(%)	35.38	35.51
加权净资产收益率(%)	33.95	93.38
加权平均净资产收益率(扣除非经常性损益)(%)	59.51	93.37
基本每股收益(元/股)	0.24	0.05
稀释每股收益(元/股)	0.24	0.05
应收账款周转率(次)	6.77	14.84
存货周转率(次)	-	-
经营活动产生的现金流量净额(万元)	-361.02	16.62
每股经营活动产生的现金流量净额(元/股)	-0.53	0.02

注：计算公式

注1：表中未特别注明的，以合并财务报表口径计算；

注2：表中相关指标的计算公式如下：

(1) 销售毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入

(2) 每股经营活动的现金流量净额=当期经营活动产生的现金流量净额/加权平均股份总数

(3) 每股净资产=期末净资产/期末总股本

(4) 资产负债率=负债总额/资产总额

(5) 应收账款周转率=营业收入/[（应收账款期初余额+应收账款期末余额）/2]

(6) 存货周转率=营业成本/[（存货期初余额+存货期末余额）/2]

(7) 流动比率=流动资产/流动负债

(8) 速动比率=速动资产/流动负债；速动资产是指可以迅速转换成为现金或已属于现金形式的资产，计算方法为流动资产减去变现能力较差且不稳定的存货、预付账款、一年内到期的非流动资产和其他流动资产等之后的余额。

(9) 加权平均净资产收益率=P0/（E0+NP÷2+Ei×Mi÷M0-Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷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

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； M_0 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。

(10) 基本每股收益= $P_0 \div S$, $S=S_0+S_1+S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中： P_0 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； S_0 为期初股份总数； S_1 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； M_0 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。

(11) 稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中： P_1 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。

九、 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	开源证券
法定代表人	李刚
住所	陕西省西安市高新区锦业路 1 号都市之门 B 座 5 层
联系电话	029-88365830
传真	029-88365835
项目负责人	阎星伯
项目组成员	阎星伯、谢家乡、陈欢

(二) 律师事务所

机构名称	北京观韬中茂（广州）律师事务所
律师事务所负责人	刘文洪
住所	广州市天河区珠江新城华夏路 28 号富力盈信大厦 1703-04 房
联系电话	020-38398787
传真	020-38398331
经办律师	王宇、程世丹

(三) 会计师事务所

机构名称	中审华会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人	胡咸华

住所	天津经济技术开发区第二大街 21 号 4 栋 1003 室
联系电话	022-23193866
传真	022-23559045
经办注册会计师	胡咸华、虞晓卫

(四) 资产评估机构

适用 不适用

机构名称	北京中锋资产评估有限公司
法定代表人	曹丰良
住所	北京市海淀区海淀南路 21 号八层 8-1-3
联系电话	010-66090385
传真	010-66090386
经办注册评估师	李嘉俊、曹丰良

(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
法定代表人	戴文桂
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	谢庚
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、 主要业务及产品

(一) 主营业务

主营业务-提供服务	提供招商服务、县域电商服务、技术服务。
-----------	---------------------

蓝奥科技是一家以大数据营销为依托，以招商服务、县域电商服务、技术服务为主营业务。公司致力于产业升级、企业营销优化和优质资源市场孵化，在充分研究客户需求、深入分析市场形势的前提下，通过线上、线下有机结合的集成化服务模式，提供涵盖招商咨询、**营销技术**、**品牌策划**、**招商推广**、**招商代理**等**综合招商服务体系**的公司。

公司自成立起，一直深耕于细分专业服务领域，历经沉淀，业已形成以招商服务、县域电商服务、技术服务为核心，涵盖招商咨询、**营销技术**、**品牌策划**、**招商推广**、**招商代理**等**综合招商服务体系**。公司依托县域电商服务业务带动农旅特项目的孵化，致力于为客户提供科学、系统、专业、规范的招商整体解决方案。

公司下属 2 家全资子公司：博源电子、广州君典；2 家控股子公司：方旭科技、河南君典。

公司与子公司的业务分工及合作模式

博源电子的主营业务为电商运营及代运营服务；广州君典的主营业务为提供整合营销策划及渠道招商服务；方旭科技的主营业务为科技项目申报服务；河南君典的主营业务为整合营销业务，提供整合营销策划及渠道招商服务，报告期内，河南君典未进行经营活动。

博源电子主要负责河南省及周边地区的电商运营及代运营服务，是公司县域电商服务板块的重要组成部分，协助公司拓展并执行县域电商服务板块的发展；广州君典立足于广州地区，协助公司承接珠三角地区的招商服务业务，参与执行招商服务业务；方旭科技，注册地在广州地区，承接母公司招商服务后端延伸服务，为存量客户以及所在园区客户提供科技项目申报服务；河南君典协助母公司负责河南省及周边地区的招商服务，拓展所在地区的业务并参与执行，目前尚未进行经营活动。

(二) 主要产品或服务

1. 招商服务

报告期内，公司为客户提供招商活动一站式整体解决方案，根据招商服务的收入情况，可划分为招商外包服务与营销策划服务。

(1) 招商外包服务

招商外包服务，公司派员工进驻客户工作现场，全程协助客户的招商推广与代理活动。

服务环节	主要服务内容
招商	(1) 广告推广：通过广告，为客户提供线上招商推广，并利用大数据分析技术获取

推广	招投大数据信息优势，为有招商需求的客户进行资源的精准匹配。 (2) 网络推广： 为客户提供搜索引擎优化服务，使得客户或项目的招商网页在服务期内保持在相关搜索结果的前列，以保持长久稳定的浏览量和品牌度，增强招商推广效果。 (3) 电话推广： 通过电话推广方式，向潜在或者目标客户以及存量客户进行产品或服务的推介。
招商代理	通过电话、现场拜访等方式，邀请潜在代理商及终端客户参加展会，为客户提供远程咨询应答、上门招商接洽服务，通过前期、中期工作促成双方接洽，组织双方远程洽谈或实地考察，辅助客户进行谈判、签约等工作。

(2) 营销策划服务

营销策划服务，公司为客户提供招商咨询、品牌策划、营销策划服务等，为客户量身打造营销策划方案。

服务类型	主要服务内容
招商咨询	招商咨询服务：通过市场调研、对客户基本情况以及所处行业等方面初步分析，为客户提出招商建议。
品牌策划	品牌策划服务：对传统品牌识别、价值、定位等方面进行升级与优化，为客户建设品牌，提升品牌知名度；通过新媒体整合与公关策划活动，能在特定时段和地域为品牌的定向影响力、价值感知。
营销技术	营销技术服务：针对客户或招商项目特点情况，通过整合营销系统性梳理策划，为客户提供营销战略、策略、创意以及具体实施指导，帮助客户构建起全面、坚实的营销体系。

营销策划服务形成市场分析、项目包装策略、渠道建设系统落地方案、盈利分析、手册文案、设计稿、意向加盟商问题解答、宣讲资料等文本材料，分阶段向客户提供。

2. 县域电商服务

县域电商服务是针对广大县政府和行业存在的“传统企业电商起步难”、“无流量或无转化”、“无团队”、“无效果”等痛点问题，发挥公司技术与团队优势，包括农产品上行、县级电子商务公共服务中心及农村电子商务培训体系建设项目。同时，深耕地方产业和农产品电商上线，引导国内国际消费品到县域消费平台和线下渠道，实现城乡联通、产业联通、供需快捷。全程辅导，避免走弯路拖周期，做实做细确保县域电商及时、高效、直接、有活力地对接到全球全国O2O供需生态圈中的建设和运营体系。

(1) 农产品上行项目建设：把农副产品搬到网上进行销售，为之建设农副产品质量溯源体系、农产品标准化体系、农特产品“双品牌”体系，整合物流资源、完善农村电子商务服务站体系。

(2) 县级电子商务公共服务中心项目建设：构建县级电子商务公共服务中心组织架构，包括客服、研发、物流、品牌、数据统计等部门的建设；组建并培训出一支专业的电商团队。

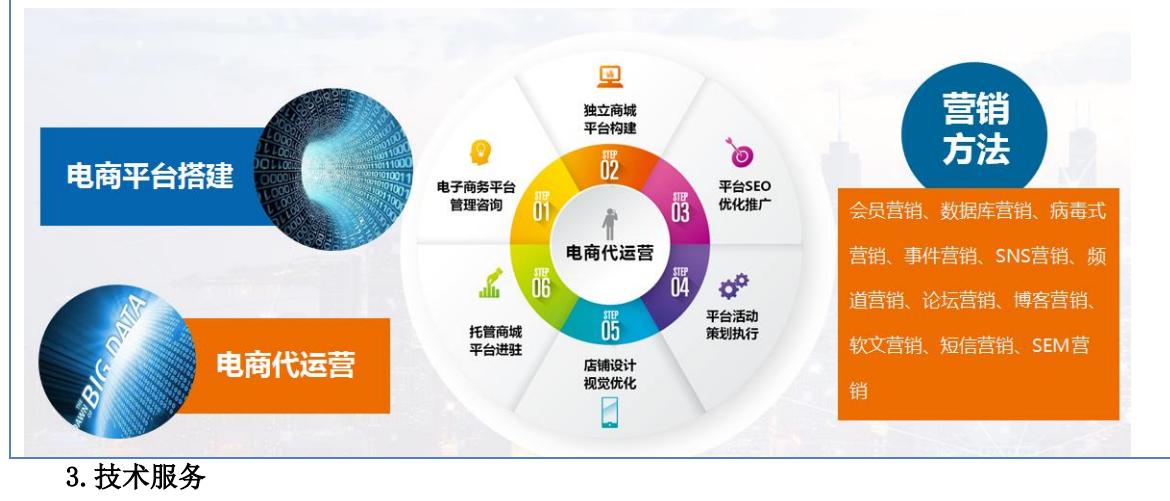
(3) 农村电子商务培训体系建设项目：搭建农村电子商务培训基地，聘请专业讲师团队，组建培训运营团队，不断开课培训。通过媒体、协会、宣传册、海报横幅等渠道，为电商发展营造有利氛围。

(4) 公司为客户提供全托式电子商务服务，帮助客户全程运营电子商务业务。服务内容包

括店铺运营、电商渠道规划、建站、产品上架、营销、客服、IT、仓储、物流、财务结算等运营衍生业务。

作为传统企业与电商之间的桥梁，县域电商服务不仅可以为传统企业解决人才问题，更能帮助传统企业快速建立网络营销渠道，树立企业在网上的品牌形象，降低运营风险和成本，满足企业初期对拓展电子商务战略的需求。

目前，蓝奥县域电商系统建设已经推出“公共服务中心”、“电商培训体系”、“上行营销体系”、“村级站点体系”、“供应链体系”、“物流链体系”、“电商运营数据”等7大使用系统并已付诸实际运用。

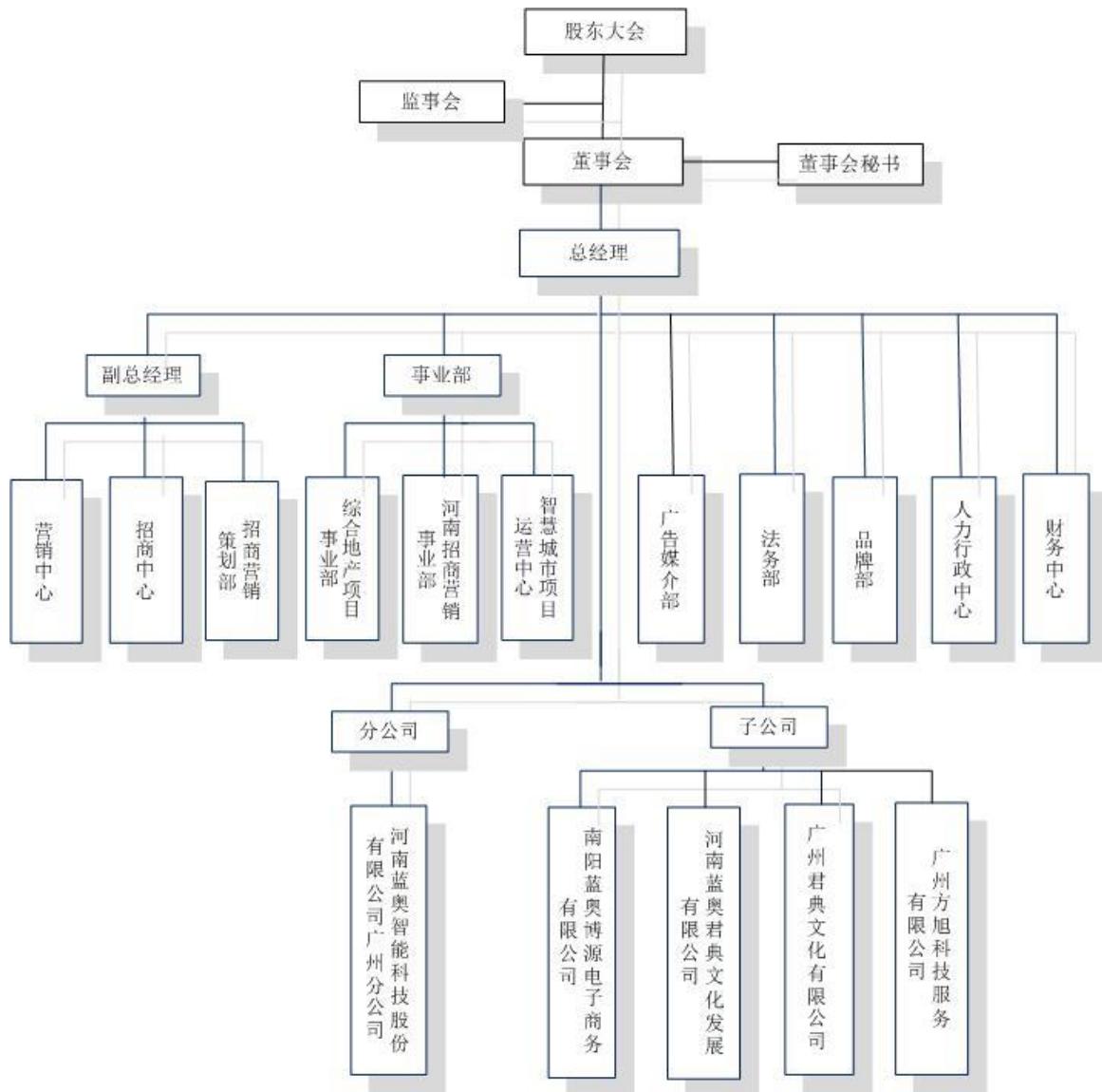


3. 技术服务

技术服务为子公司博源电子向电商卖家提供技术支持服务。具体服务内容涉及电商运营的全过程中的某些环节，包括店铺运营、电商渠道、建站、产品上架、营销、IT、仓储、物流、财务结算等运营环节的技术服务。

二、 内部组织结构及业务流程

(一) 内部组织结构



公司的最高权力机构为股东大会，股东大会下设董事会，董事会向股东大会负责。公司实行董事会领导下的总经理负责制。在董事会的领导下，由总经理负责公司日常经营与管理。各部门的主要职能如下：

序号	部门名称	部门职责
1	营销中心	负责统筹规划营销策略，构建营销中心业务管理体系；负责销售渠道开拓与维护；负责执行经营目标，提升市场占有率、产品影响力与竞争力；协助招商服务的方案设计、营销策划、招商落地、执行交付等业务环节。
2	招商中心	负责构建招商服务体系，依照各阶段项目执行目标，统筹招商全流程；通过招商会以及数据客户邀约形式执行招商交付；负责招商会全流程的具体执行；协助客户通过媒介等渠道拓展意向客户，促成交易，完成招商业绩和利润目标。
3	招商营销策划部	负责招商项目的研究与尽调，制定营销策划方案；负责营销策划方面的客户维护及合同履行的跟进；负责分解营销策划方案，协助客户执行并完成交付；关注市场需求变化，持续对营销策划产品、工具包进行完善与迭代更新。

4	综合地产项目事业部	致力为综合地产业务，为产业园、农旅特、商业地产等类型项目提供策划与大项目顾问服务；负责积累相关资源数据，完善相应平台、数据库；负责开拓相关产业和智库关系。
5	河南招商营销事业部	负责河南及华中地区的招商加盟营销业务；负责销售渠道开拓与维护，为客户构建各类定制化的分销渠道；协助招商推广、招商落地、执行交付等业务环节。
6	智慧城市项目运营中心	负责提供智慧城市项目运营服务，为政府智慧城市项目需求方与系统供应商提供必要的项目资源对接、调研、分析、营销、项目落地执行等相关商务服务
7	广告媒介部	负责拓展媒体推广渠道；负责现有媒体资源的运用，进行有效的广告渠道分析，提升广告投放效果，获取更多的招商数据，提高招商效果。
8	法务部	根据公司的商业模式与业务规划要求，从法律角度审核业务流程与商务文件，控制及规避公司运营风险；提高公司各部门法律意识，跟进法律事务，维护公司合法权益。
9	品牌部	根据公司发展战略的要求，负责品牌规划、品牌推广、品牌管理、媒体公关等具体工作，提高品牌的美誉度和影响力。
10	人力行政中心	根据公司发展战略，负责规划、指导、建立与协调公司的人力资源与组织体系，推进人力资源配置与行政相关优化项目管理工作，最大限度地开发现有人力资源与物资利用率，打造人才供应链，促进公司经营目标的实现。
11	财务中心	统筹规划公司的财务战略与年度工作计划，并组织实施，跟踪经营预算实施，汇总分析财务报表，强化财务核算，保障公司资金安全，调度和管理公司资金，规范公司及下属控股公司的财务管理，为公司整体战略实施提供全方位财务支持，确保公司经济运行质量，维护股东利益。进行税收筹划和协助公司管理层进行筹融资和资本运作,为公司的战略发展提供决策依据，实现公司利益最大化。
12	广州分公司	广州分公司负责珠三角地区业务的开展与运营。统一社会信用代码：91440101MA59TFMH2G；负责人：张恒伟；成立日期：2017年08月30日；经营范围：软件开发；游戏软件设计制作；软件服务；软件测试服务；软件批发；软件零售；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储服务；房地产开发经营；房地产中介服务；房地产咨询服务；房屋租赁；场地租赁（不含仓储）；企业总部管理；酒店管理；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；贸易咨询服务；企业形象策划服务；教育咨询服务；文化艺术咨询服务；公共关系服务；策划创意服务；商品信息咨询服务；市场营销策划服务；广告业；包装服务；电子产品批发；物业管理；会议及展览服务；电子、通信与自动控制技术研究、开发；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；商品零售贸易（许可审批类商品除外）。
13	博源电子	博源电子的主营业务为电商运营及代运营服务。统一社会信用代码：91411330MA3XJ2749Y；法定代表人：鲁银刚；注册资本：500万元人民币；成立日期：2016年12月21日；经营范围：建筑材料、装饰材料、机械设备、家电、日用百货、电子产品、家居用品、安防产品、五金交电、办公设备、农产品、预包装食品、批发、零售；网上贸易代理；技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让：互联网技术、电子商务技术、计算机系统集成、计算机网络技术、计算机软硬件；企业管理咨询服务：国内广告设计、制作、代理、发布（除网络广告发布）；承办会展会务；计算机软硬件及设备的开发、销售、上门安装和维护；计算机系统集成（不含限制项目）；供应链管理及相关配套服务；物流方案设计；物联网信息技术的开发；现代物流技术的开发*。
14	广州君典	广州君典主要负责整合营销业务，提供整合营销策划及渠道招商服务。统一社

		会信用代码：91440116347509308P；法定代表人：鲁银刚；注册资本：500万元人民币；成立日期：2015年07月15日；经营范围：贸易咨询服务；企业形象策划服务；个人形象设计服务；动漫及衍生产品设计服务；文化艺术咨询服务；企业管理咨询服务；商标代理等服务；业务流程外包；电子商务信息咨询；餐饮管理；酒店管理；包装服务；会议及展览服务；企业管理服务（涉及许可经营项目的除外）；市场营销策划服务；公共关系服务；工商咨询服务；策划创意服务；专利服务；办公设备租赁服务；新材料技术转让服务；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；新材料技术推广服务；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；新材料技术咨询、交流服务；新材料技术开发服务；房屋租赁；文化推广（不含许可经营项目）；数字动漫制作；动漫（动画）经纪代理服务；其他文化娱乐用品批发；商品信息咨询服务；软件服务；广告业；信息技术咨询服务；物业管理；房地产开发经营；物流代理服务；技术进出口；停车场经营；计算机技术开发、技术服务；计算机硬件的研究、开发；计算机技术转让服务；电子自动化工程安装服务；电子设备工程安装服务；通信系统工程服务；工程技术咨询服务；工程项目管理服务；工程监理服务；电子工程设计服务；通信工程设计服务；网络信息技术推广服务；计算机及通讯设备租赁；大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营）
15	方旭科技	方旭科技主要负责产业园区的科技创新创业的专业服务。统一社会信用代码：91440116MA59DWWG7P；法定代表人：胡军泽；注册资本：100万元人民币；成立日期：2016年7月20日；经营范围：投资咨询服务；商标代理等服务；机械设备租赁；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；物业管理；房屋租赁；专利服务；办公设备租赁服务；会议及展览服务；计算机及通讯设备租赁；企业管理咨询服务；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；科技中介服务；科技信息咨询服务；科技项目代理服务；科技项目招标服务；科技项目评估服务；科技成果鉴定服务；计算机技术开发、技术服务；能源技术研究、技术开发服务；农业技术转让服务；生物技术转让服务；新材料技术转让服务；机械技术转让服务；节能技术转让服务；环保技术转让服务；策划创意服务；企业总部管理。
16	河南君典	河南君典主要负责河南周边地区的整合营销业务，提供整合营销策划及渠道招商服务。统一社会信用代码：91411330MA40NFAE9J；法定代表人：鲁银刚；注册资本：1000万元人民币；成立日期：2017年03月17日；经营范围：文化产业管理及规划；大型文化活动组织及策划；品牌策划管理；图文设计；舞美策划及执行；影视产业管理；文化艺术交流活动策划；文化项目管理；展览展示服务；企业营销策划；企业管理咨询*。

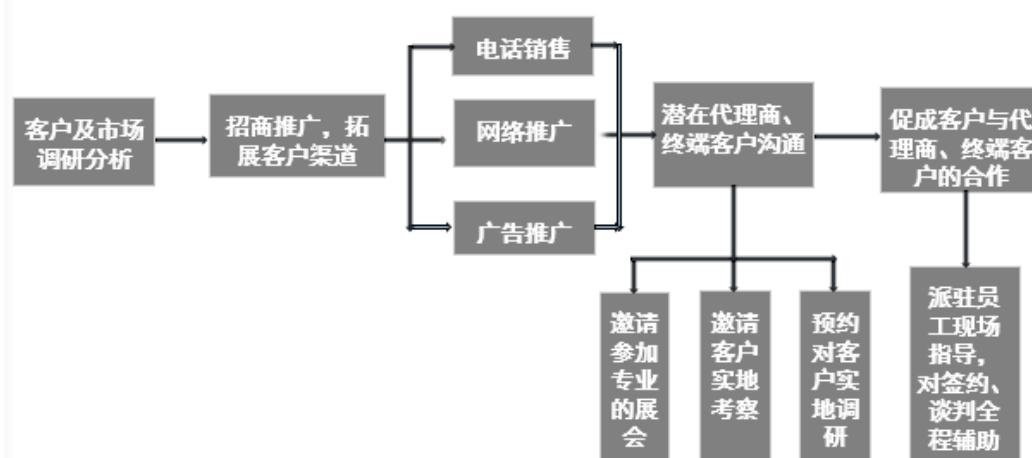
（二） 主要业务流程

1、 招商服务流程

公司有系统完善的业务流程，为客户提供招商活动一站式整体解决方案，根据业务收入类型，可分为招商外包服务流程和营销策划服务流程。

（1）招商外包服务流程

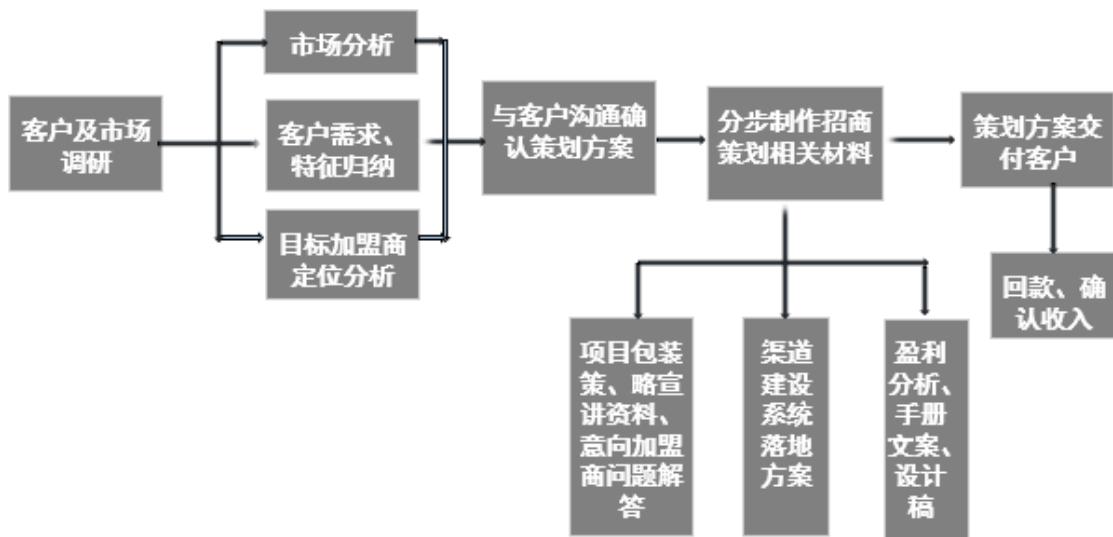
公司派员工进驻客户工作现场，全程协助客户的招商推广与代理活动，在对客户及市场调研基础上，通过广告、网络、电话销售方式进行推广。邀请潜在代理商以及终端客户实地考察或参加展会，并为客户提供咨询应答、招商现场接洽服务，全程辅助客户进行谈判、签约等工作。



(2) 营销策划流程

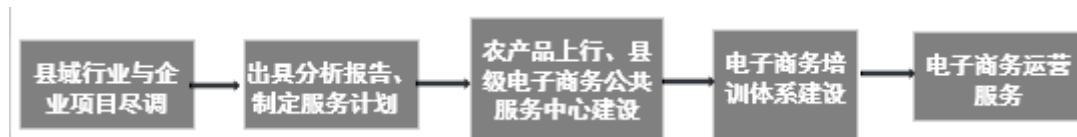
营销策划服务，公司为客户提供招商咨询、品牌策划、营销技术服务等，为客户量身打造营销策划方案。

公司根据客户需求对项目进行调研和市场分析，深入分析市场、公司需求及特征、潜在加盟商等多维信息，制定策划方案，经客户确认后，开始分步执行营销策划系列的文案撰写，待相关材料制作完成后，交付客户，回款确认收入。



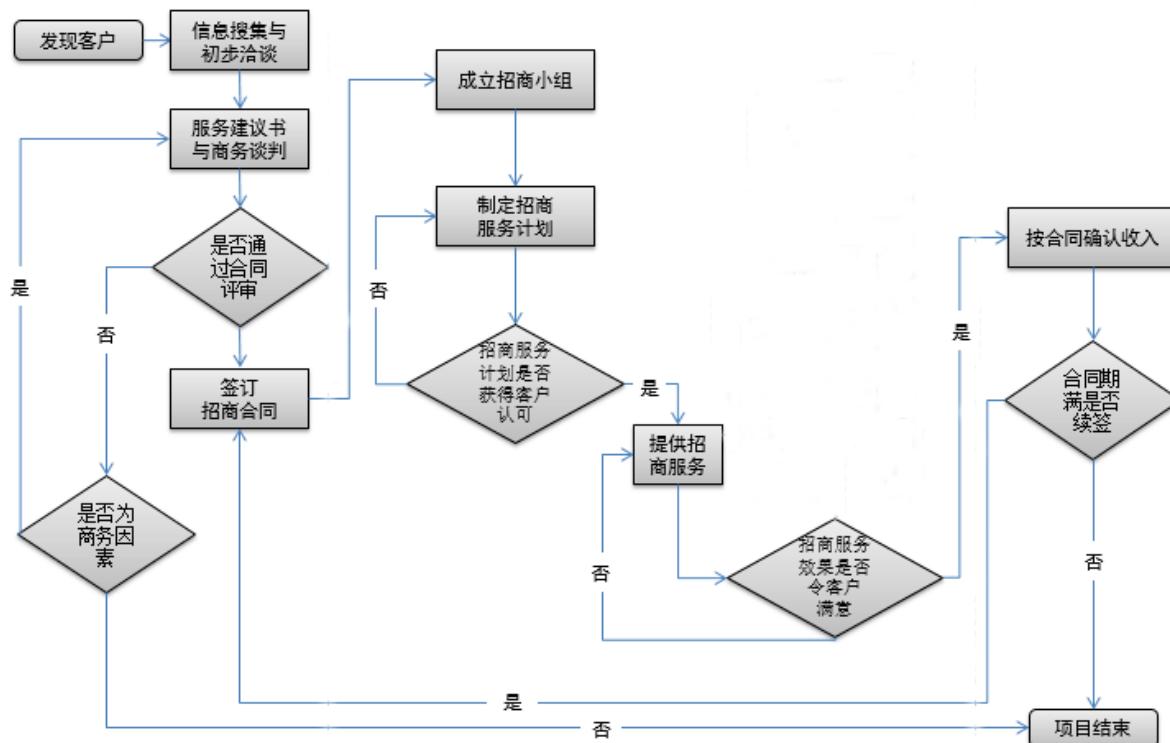
2、县域电商服务流程

公司提供县域电商服务，建设农产品上行、县级电子商务公共服务中心及农村电子商务培训体系项目。县域电商服务内容包括建设农副产品质量溯源体系、农产品标准化体系、农特产品“双品牌”体系，整合物流资源、完善农村电子商务服务站体系，构建县级电子商务公共服务中心组织架构，包括客服、研发、物流、品牌、数据统计等部门的建设；组建并培训出一支专业的电商团队，农村电子商务培训体系建设，并提供电子商务运营服务。



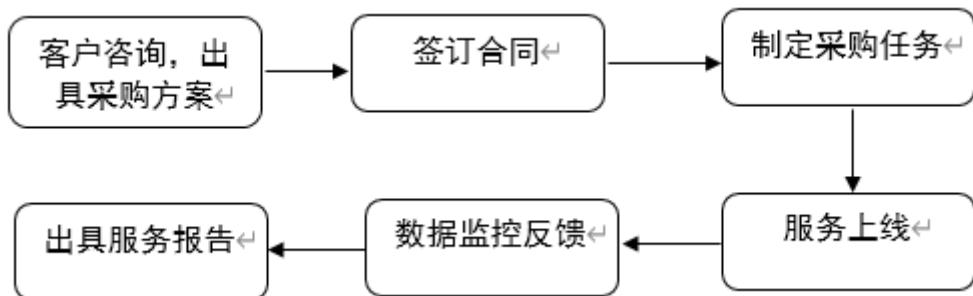
3、销售流程

公司通过互联网平台、行业会议、电话营销、面访、老客户推介等方式开发客户，与潜在客户进行沟通，收集相关信息进行初步洽谈，制作服务建议书并展开商务谈判，签订招商合同。在签订合同之后，成立招商小组，并制定招商服务计划，与客户沟通确认后开展具体的服务内容，招商服务结束后，与客户进行沟通并验收，确认收入。



4、采购流程

公司采购主要是向百度、360 等门户网站及其网络流量代理商采购搜索引擎推广服务、向互联网技术公司购买部分搜索引擎优化服务，具体方式在网站上按照点击付费方式进行，具体流程如下：



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

其他事项披露

适用 不适用

(二) 主要无形资产

1、专利

公司正在申请的专利情况:

适用 不适用

公司已取得的专利情况:

适用 不适用

2、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	桐柏云商会员系统 [简称: 云商会员系统] V1.2	2018SR900214	2018年11月12日	原始取得	有限公司	-
2	桐柏云商 pc 商城系统 [简称: 云商商城] V1.2	2018SR873777	2018年11月1日	原始取得	有限公司	-
3	桐柏云商 wap 商城系统 [简称: 云商 wap 商城系统] V1.2	2018SR852595	2018年10月25日	原始取得	有限公司	-
4	桐柏云商文章系统 [简称: 云商文章系统] V1.2	2018SR852793	2018年10月25日	原始取得	有限公司	-
5	桐柏云商商家管理系统 [简称: 商家管理系统] V1.2	2018SR852788	2018年10月25日	原始取得	有限公司	-
6	桐柏云商旅游系统 [简称: 云商旅游系统] V1.2	2018SR938942	2018年11月23日	原始取得	有限公司	-
7	网店销售信息管理系统 V1.0	2019SR0512236	2019年5月23日	原始取得	有限公司	-
8	电商平台分析系统 V1.0	2019SR0519555	2019年5月24日	原始取得	有限公司	-
9	电商高效引流系软件 V1.0	2019SR0519547	2019年5月24日	原始取得	有限公司	-
10	跨平台广销售管理系统 V1.0	2019SR0519495	2019年5月24日	原始取得	有限公司	-
11	电商平台数据中心后台管理系统 V1.0	2019SR0511988	2019年5月23日	原始取得	有限公司	-
12	跨电商平台无缝对接管理软件 V1.0	2019SR0512242	2019年5月23日	原始取得	有限公司	-
13	数据库技术服务平 台 V1.0	2017SR121762	2017年4月18日	原始取得	方旭科技	-
14	商标专利信息查询	2017SR121796	2017年4月18日	原始取得	方旭科技	-

序号	名称	登记号	取得日期	取得方式	著作权人	备注
	软件 V1.0					
15	知识产权信息分类管理系统 V1.0	2017SR121788	2017年4月18日	原始取得	方旭科技	-

3、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	桐淮农品	桐淮农品	第30338551号	第35类	2029年02月13日	自主取得	正常	-
2	桐淮佳艾	桐淮佳艾	第30527492号	第35类	2029年02月13日	自主取得	正常	-
3	桐艾品	桐艾品	第30530006号	第35类	2029年02月13日	自主取得	正常	-
4	英雄小花	英雄小花	第31557648号	第29类	2029年05月06日	自主取得	正常	-
5	英雄小花	英雄小花	第31561827号	第31类	2029年05月06日	自主取得	正常	-
6	英雄小花	英雄小花	第31565652号	第5类	2029年05月06日	自主取得	正常	-
7	鲁大胆	鲁大胆	第23892943号	第35类	2028年4月27日	受让取得	正常	-

公司不存在因侵犯他人知识产权而受到起诉或处罚的情形，公司不存在其他单位的职务发明、侵犯他人知识产权、竞业禁止等问题，亦不存在需要依赖他方合作开发知识产权的情况，不会由此影响公司资产、业务的独立性。截至本说明书签署日，公司不存在知识产权纠纷的诉讼或仲裁。

4、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	gzjundian.com	www.gzjundian.com	粤ICP备18140893号-1	2018年11月16日	-
2	hylnao.com	www.hylnao.com	豫ICP备17044873号-1	2019年1月8日	-
3	zylnao.com	www.zylnao.com	豫ICP备17044873号-1	2019年1月8日	-
4	tongbaie.com	www.tongbaie.com	豫ICP备17009680号-1	2017年3月21日	-
5	tongbaais.com	www.tongbaais.com	豫ICP备17009680号-2	2017年3月21日	-
6	cysji.com	www.cysji.com	-	2018年3月1日	-
7	gbazs.cn	www.gbazs.cn	-	2019年3月4日	-
8	gbazs.com	www.gbazs.com	-	2019年3月4日	-

公司域名均为原始取得。以上域名中，第1-5个项为公开性质，公司通过该些网站向上网用户

提供非经营性互联网信息服务，已按照《互联网信息服务管理办法》取得 ICP 备案；第 6-8 项的域名并未公开，无须备案。

5、土地使用权

适用 不适用

6、软件产品

适用 不适用

7、账面无形资产情况

适用 不适用

8、报告期内研发投入情况

(1) 基本情况

适用 不适用

(2) 合作研发及外包研发情况

适用 不适用

9、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	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	经营许可证编号:豫B2-20180160	蓝奥有限	河南省通信管理局	2018年4月25日	5年
2	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	经营许可证编号:豫B2-20180063	博源电子	河南省通信管理局	2018年3月1日	5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	-			

公司取得河南省商务厅核发的《河南省电子商务企业》，备案编号为豫 DS 认字 R-201805-373，发证日期为 2018 年 5 月 15 日，有效期为 2018 年 5 月 15 日至 2021 年 5 月 14 日。公司取得中国电子认证服务产业联盟核发的《电子商务行业示范企业》，证书编号为 668180831036578190083，有效日期为 2018 年 8 月至 2021 年 9 月。公司取得河南省科学技术厅核发的《河南省科技型中小企业证书》，备案编号为 2018S1400051，核发日期为 2019 年 3 月 7 日，有效期为三年。

其他情况披露：

适用 不适用

公司主营业务为**招商服务**、县域电商服务、技术服务，包括招商咨询、**营销技术**、**品牌策划**、**招商推广**、**招商代理**等综合招商服务体系。公司通过专业的营销策划方案、招商工具打造、全渠道大数据推广获得拟加盟或合作的商企数据，并运用专业会议演示、重点客户深耕、新客户粘性拓展等方式帮助企业和项目在较短时期内获得丰富渠道资源。公司致力于为客户提供科学、系统、专业、规范的招商整体解决方案。无需取得业务许可资格、资质。

(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(%)
办公设备	45,401.27	36,454.10	8,947.17	19.71
电子设备	158,435.77	53,001.59	105,434.18	66.55
运输工具	381,872.16	145,831.07	236,041.09	61.81
合计	585,709.20	235,286.76	350,422.44	59.83

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
蓝奥有限	桐柏今达物流有限公司	桐柏县产业集聚区货站路	300.00	2016.12.18 至 2026.12.17	办公
广州分公司	广州蓝奥信息科技有限公司	广州高新技术产业并发一区科学城科主路街(巷、里)31号华南新材料创新园G1栋415-1和415-2	340.00	2018-1-1 至 2020-12-31	办公

上述公司租赁桐柏今达物流有限公司的房产未取得相应的房产证，出租方桐柏今达物流有限公司正与政府有关部门沟通协商，积极办理该场地的产权证书；广州分公司租赁的房产取得相应的房产证权属清晰明确，不存在因违建而被拆迁的风险。

公司属于轻资产运营，经营场所可替代性强，且公司无大型固定资产，搬迁时间短，风险成本较低，若上述物业被相关政府部门拆除/拆迁或者被消防部门处罚，则公司将面临更换场所的风险。为避免上述风险给公司造成损失、影响公司正常经营，公司实际控制人鲁银刚出具《承诺函》，“如因该经营场地未进行消防验收、无房产证而导致公司搬迁，本人保证协助公司在短期内另寻其他合适的经营场所，并愿意承担公司因此发生的搬迁费用及造成的直接损失，确保不损害公司及公司股东和债权人的合法权益。”

5、其他情况披露

适用 不适用

(六) 公司员工及核心技术人员情况

1、员工情况

截至 2019 年 12 月 31 日，公司及子公司现有员工总数 191 人。其中公司在册员工 176 人；博源电子在册员工 10 名；广州君典在册员工 3 名；方旭科技在册员工 2 名。公司及子公司已按要求为

164人购买社保，为46人购买住房公积金。公司及子公司的员工中有27人未购买社保，其中8名员工为新入职员工，19名员工因属于电话销售人员，流动性比较大，尚处于试用期。未缴纳公积金的员工主要为农村户口，由于这部分员工工作的流动性较强，且目前公积金尚不能跨省联网，因而员工缴纳公积金的积极性不高。

广州分公司、方旭科技均取得广州住房公积金管理中心出具的住房公积金缴存情况证明，广州市人力资源和社会保障局出具的劳动保障法律法规证明，报告期内，广州分公司、方旭科技均不存在违法违规及受到相应处罚。公司取得桐柏县人力资源和社会保障局出具的证明，报告期内，不存在因违反社会保险法律法规及劳动法律法规而受到我局行政处罚的情形。

公司实际控制人鲁银刚作出承诺：“若公司因有关政府部门或司法机关认定需补缴社会保险费（包括养老保险、失业保险、医疗保险、工伤保险、生育保险）和住房公积金，或因社会保险费和住房公积金事宜受到处罚，或被任何相关方以任何方式提出有关社会保险费和住房公积金的合法权利要求，本人将无条件全额承担经有关政府部门或司法机关认定的需由公司补缴的全部社会保险费和住房公积金、罚款或赔偿款项，全额承担被任何相关方以任何方式要求的社会保险费和住房公积金或赔偿款项，以及因上述事项而产生的由公司支付的或应由公司支付的所有相关费用。”

(1) 按照年龄划分

年龄	人数	占比
50岁及以上	0	0
41-50岁	29	15.18
31-40岁	88	46.07
21-30岁	72	37.70
21岁以下	2	1.05
合计	191	100.00

(2) 按照学历划分

学历	人数	占比 (%)
博士	0	0
硕士	4	2.09
本科	21	10.99
专科及以下	166	86.91
合计	191	100.00

(3) 按照工作岗位划分

工作岗位	人数	占比 (%)
管理人员	23	12.04
财务人员	5	2.62
销售人员	131	68.59
运营人员	30	15.71
客服人员	2	1.05
合计	191	100.00

2、核心技术人员情况

适用 不适用

(1) 核心技术人员基本情况

序号	姓名	职务及任期	国家或地区	境外居留权	性别	年龄	学历	职称	研究成果 (与公司业务相关)
1	周文展	董事、副总经理, 3年	中国	无境外居留权	男	37	大专	无	无
2	张国立	副总经理, 3年	中国	无境外居留权	男	29	高中	无	无

续:

序号	姓名	职业经历
1	周文展	2005年5月至2007年8月任广州珠江云峰投资控股有限公司软件开发工程师；2007年8月至2010年3月任北京铭万智达科技有限公司广州分公司运营经理；2010年4月至2015年5月任广州木棉网络科技有限公司总经理；2015年5月至2016年12月任广州蓝奥品牌网络中心总监；2016年12月至2019年7月任有限公司电商事业部总经理兼监事；2019年8月至今任股份公司董事、副总经理、电商事业部总经理。
2	张国立	2014年10月至2017年2月任广州蓝奥业务员；2017年3月至2019年7月历任有限公司项目总监、招商部总经理；2019年8月至今任股份公司副总经理、招商部总经理。

(2) 核心技术人员变动情况

适用 不适用

(3) 核心技术人员持股情况

适用 不适用

(4) 其他情况披露:

适用 不适用

(1) 公司销售人员数量较多的原因，报告期内销售人员在各业务板块的分布情况，销售人员的具体销售模式，各种销售模式对应的销售费用类别及金额；

1) 报告期内销售人员在各业务板块的分布情况

业务板块	人数	占比 (%)
招商服务	128	97.71
县域电商服务	3	2.29
技术服务	0	0
产品销售	0	0
合计	131	100.00

销售人员分类及人员情况

第一类销售人员：公司招商外包业务营销人员，这类销售人员数量最多，报告期末为 87 人，

由于这类人员直接为客户提供服务，公司按照该类销售人员为客户实现的销售业绩的一定比例收取服务费，该类销售人员的人工成本计入了营业成本。由于该类人员开展的是销售活动，因此公司将该类人员的岗位名称定为销售岗，这也是公司销售人员较多的主要原因。

第二类销售人员：该类销售人员通过电话邀约客户、上面拜访客户、老客户推介、组织展会等方式，为公司招商业务开展营销活动，由于公司各类业务具有高度相关性，该类销售人员能够通过持续跟踪服务、电话回访、定期上门拜访等方式挖掘老客户的需求，同时，组织展会，向客户推介公司的招商服务业务。这类销售人员报告期末有 41 人。

第三类销售人员：该类销售人员为县域电商服务销售人员，报告期内仅 3 人。报告期内，公司在县域电商服务板块主要力量都集中于“农产品上行、县级电子商务公共服务中心及农村电子商务培训体系建设项目”，该板块尚未形成除该项目外的其他收入，三名销售人员为项目的跟踪服务人员。

同时，得益于“农产品上行、县级电子商务公共服务中心及农村电子商务培训体系建设项目”的开展，公司与桐柏县当地的农户和有意向开展线上销售业务的人员取得了较为紧密的联系，报告期内公司在技术服务板块取得了 1,280,199.15 元的收入，在产品销售板块分别取得了 47,177.27 元和 473,359.14 元的收入。报告期内公司在技术服务板块和产品销售板块没有配备专门的销售人员。

2) 各类销售人员的销售模式及对应的销售费用类别

公司销售人员主要通过直销方式来实现销售，具体模式销售人员采用电话销售、面访、老客户推介等。具体各类模式费用及类别情况如下：

单位：元

销售模 式	人工成本	办公费	差旅费	通讯费	房租	其他	合计
电话回 访	5,481,305 .12	2,395,549 .91	826,930 .37	684,162 .50	505,469 .39	585,788 .14	10,379,205 .43
面访	482,099.0 2	53,402.00	16,413. 00	30,351. 38		9,674.0 0	691,939.40
合计	5,963,404 .14	2,448,951 .91	843,343 .37	714,513 .88	505,469 .39	595,462 .14	11,071,144 .83

第一类销售人员，直接为客户的产品进行销售，主要销售模式为电话回访等。销售过程中涉及的广告推广支出，由于属于为客户的产品进行的推广，计入了营业成本；该部分销售人员在客户所在地的办公支出及展会等营销支出由客户承担，其他的日常开支由公司承担，计入销售费用，人工成本计入营业成本。

第二类销售人员，为公司招商业务进行销售，开展销售过程中涉及的开支计入销售费用。

主要销售模式为电话回访。

第三类销售人员，为公司县域电商业务进行销售，开展销售过程中涉及的开支计入销售费用。主要销售模式为面访。

(2) 广州君典和方旭科技的员工数量是否能够满足公司的业务需求，是否存在与其他关联方人员混同的情形。

广州君典主营业务为提供整合营销策划及渠道招商服务；在册员工3名；2019年开始投入运营，是公司招商活动一站式整体解决方案中的部分模块。广州君典在公司组织体系中发挥承揽客户的主要职能。广州君典的办公区域主要用于销售团队办公，办公场所地理位置优越、环境较好，是广州君典洽谈业务的主要地点。从公司合并层面来看，广州君典获取的客户，经过培育后，最终可转化为蓝奥科技的长期招商服务客户。

广州君典文化有限公司在整合营销方面具有领头人和团队优势，该公司的副总经理（主持工作）吴建辉先生是中山大学硕士，兼任中山大学继续教育学院MBA市场营销管理客座教授，在整合营销上具有丰富的经验，是国家高级咨询策划师。

方旭科技主营业务为科技项目申报服务，在册员工2名，由于公司招商服务过程中以及所属园区的客户在科技项目申报方面有需求，成立控股子公司承接该类服务，方旭科技的业务来源于当地园区、母公司招商服务过程中客户需求，以及其他股东的介绍等各方面，方旭科技的业务也是母公司业务的一个补充，目前业务量比较小。

同时，蓝奥科技从业务层面、财务层面、人员层面对广州君典和方旭科技进行控制。

通过建立业绩目标、预算控制、重大投资、筹资、利润分配的控制、对外担保控制、关联交易控制、考核与审计监督等政策和程序，对子公司有关财务事项和业务活动实施有效控制；公司建立子公司业务授权审批制度，在子公司章程中明确约定子公司的业务范围和审批权限。

公司对子公司财务制度的控制，包括统一财务会计制度，健全财务控制体系，实现账务的集中管理。公司对子公司委派财务人员进行财务监控，确保企业财务监督措施落实到位，推动企业提高财务管理水品、完善内部控制机制。切实加强对子公司财务管理工作的指导、检查、监督。公司委派的财务人员，其人事关系、工资关系、福利待遇等均在母公司，向母公司负责，同时又服务于子公司。

公司实行财务会计工作的负责人委派制。委派的财务会计工作的负责人定期向公司报告子公司的资产运行和财务状况。公司可以根据需要设立专门部门（或岗位），具体负责对子公司的股权管理工作，行使公司出资人的各项权利，其主要职责包括但不限于：参与子公司高级管理人员的聘用及管理工作；制定子公司的改制方案并参与实施等。母公司财会部门应当根据公司章程规定或董事会授权，对子公司财务报告相关的活动实施管理控制。

综上，广州君典和方旭科技的员工数量能够满足公司目前的业务需求，公司于整体层面进行人事和财务管理，不存在与其他关联方人员混同的情形。

(七) 劳务分包、劳务外包、劳务派遣情况劳动用工

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：元

产品或业务	2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
主营业务				
招商服务	35,749,581.77	87.18	20,383,614.08	78.35
县域电商服务	3,502,579.29	8.54	5,584,771.73	21.47
技术服务	1,280,199.15	3.12		
其他业务				
产品销售	473,359.14	1.15	47,177.27	0.18
合计	41,005,719.35	100.00	26,015,563.08	100.00

上述产品销售为公司通过在淘宝、拼多多等平台上开设店铺，销售农副产品产生的销售收入，无线下销售的情况。

(1) 公司各类业务是否具备相关性，公司主要经营资源如何在不同业务之间进行分配；

招商服务包括招商外包服务、营销策划服务，涵盖招商咨询、营销技术、品牌策划、招商推广、招商代理等综合招商服务体系。为客户提供科学、系统、专业、规范的招商整体解决方案。

县域电商服务是为广大县政府搭建县级电子商务公共服务中心及农村电子商务培训体系建设，引导国内国际消费品到县域消费平台和线下渠道，实现城乡联通、产业联通、供需快捷。确保县域电商及时、高效、直接、有活力地对接到全球全国 O2O 供需生态圈中的建设和运营体系。

技术服务为子公司博源电子向电商卖家提供技术支持服务。具体服务内容涉及电商运营的全过程中的某些环节，包括店铺运营、电商渠道、建站、产品上架、营销、IT、仓储、物流、财务结算等运营环节的技术服务。

产品销售主要为公司通过在淘宝、拼多多网络平台上开设店铺自营销售农副产品，为当地培养人才、营造电商环境与氛围，推广县域电商服务，并形成示范效应。

报告期内，公司的招商服务收入占比较高，招商服务的具体服务内容与县域电商服务的运营、咨询与策划、推广、人才培训等主要环节高度匹配，具有较强的相关性，技术服务是县域电商服务

的后续服务的延伸，也涉及运营、咨询与策划、推广、人才培训等环节。产品销售是为当地培养人才、营造电商环境与氛围，推广县域电商服务，并形成示范效应。

目前公司的主要人员、资金、信息、技术等资源主要分配至招商服务板块，同时也在县域电商服务方面增加投入，技术服务开始增加投入。其中公司在册员工 176 人；博源电子在册员工 10 名；广州君典在册员工 3 名；方旭科技在册员工 2 名。各子公司人员、收入占比较小，与公司资源分配相匹配。

2、其他情况

适用 不适用

(1) 公司报告期内，收入按地区分类情况如下：

单位：元

项目	2018 年度		2019 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
东北	0.00	0.00	0.00	0.00
华北	463,358.48	1.78	714,035.96	1.74
华东	1,138,962.25	4.38	975,754.69	2.38
华南	14,634,547.60	56.25	22,253,213.61	54.27
华中	9,403,223.06	36.14	16,618,975.47	40.53
西北	328,301.88	1.26		
西南	47,169.81	0.18	443,739.62	1.08
合计	26,015,563.08	100.00	41,005,719.35	100.00

2018 年度、2019 年度，公司营业收入主要来自于华南及华中区域，这两个区域收入合计分别为 24,037,770.66 元、38,872,189.08 元，占当期营业收入分别为 92.39%、94.80%。

(二) 产品或服务的主要消费群体

公司自成立起，一直深耕于细分专业服务领域，历经沉淀，业已形成以招商服务、县域电商服务、技术服务为核心，涵盖招商咨询、**营销技术**、**品牌策划**、**招商推广**、**招商代理**等**综合招商服务体系**。公司产品和服务的主要客户为有招商服务需求的政府、企业、农村电商运营者，有营销策划服务需求的品牌企业等。公司依托县域电商服务带动农旅特项目孵化，依托产业园招商运营促进地方产业升级，致力于为政府、企业等客户提供科学、系统、专业、规范的招商整体解决方案。

1、报告期内前五名客户情况

2019 年度前五名销售客户情况

单位：元

业务类别		是否关联方	销售内容	金额	占营业收入比例 (%)
序号	客户名称				
1	清远思捷装饰材料有限公司	否	招商广告推广类技术服务	10,002,469.12	24.39

2	新乡市简晖建材有限公司	否	招商广告推广类技术服务	6,492,530.19	15.83
3	新乡市皇域联科装饰材料有限公司	否	招商广告推广类技术服务	3,600,635.86	8.78
	佛山皇域新材料科技有限公司	否	招商广告推广类技术服务	1,612,209.38	3.93
	佛山逸典新材料科技有限公司	否	招商广告推广类技术服务	152,134.08	0.37
4	桐柏县商务局	否	县级电子商务服务中心及农村电子商务培训服务等	3,502,579.29	8.54
5	广州铭盛世家装饰材料有限公司	否	招商广告推广类技术服务	3,481,034.71	8.49
合计		-	-	28,843,592.63	70.34

2018 年度前五名销售客户情况

单位：元

业务类别					
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	佛山皇域新材料科技有限公司	否	招商广告推广类技术服务	7,180,778.69	27.60
	新乡市皇域联科装饰材料有限公司	否	招商广告推广类技术服务	622,859.44	2.39
	佛山逸典新材料科技有限公司	否	品牌营销策划服务、代运营服务	414,905.66	1.59
2	广州欧饰皇新材料科技有限公司	否	招商广告推广类技术服务	6,766,604.73	26.01
3	桐柏县商务局	否	县级电子商务服务中心及农村电子商务培训服务等	5,584,771.73	21.47
4	上饶市九燕实业有限公司	否	互联网全渠道营销策划、招商等	322,264.15	1.24
5	湖南粤港模科实业有限公司	否	招商广告推广类技术服务	279,433.96	1.07
合计		-	-	21,171,618.36	81.38

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

报告期内，公司对前五大客户的销售额分别为 21,171,618.36 元、28,843,592.63 元，占当期营业收入的比重分别为 81.38%、70.34%，客户集中度较高，主要原因如下：前五大客户主要为采购公司招商外包服务的客户，相对营销策划服务、县域电商服务以及技术服务来说，招商外包服

务周期较长，交易金额较大、跨度通常在一年以上；由于公司成立时间较短，受限于资金规模和员工数量，招商外包服务占据公司资源较多；同时，公司招商外包服务内容涵盖不断推广、驻点接洽、展会推介、大数据分析匹配、人才培训等多个环节，服务工作量大，因此造成公司客户集中度较高。该情形同公司的业务模式相符，亦是招商服务行业特性的体现。

3、其他情况

适用 不适用

新乡市皇域联科装饰材料有限公司、佛山皇域新材料科技有限公司、佛山逸典新材料科技有限公司合并披露原因：佛山皇域新材料科技有限公司的控股股东、实际控制人为闫锋，持股比例80%，股东佛山逸典新材料科技有限公司，持股比例20%；佛山逸典新材料科技有限公司的控股股东、实际控制人为闫锋，持有股份比例70%；新乡市皇域联科装饰材料有限公司股东周能英，持股比例100%，法定代表人、执行董事均为周能英；由于佛山皇域新材料科技有限公司、新乡市皇域联科装饰材料有限公司这两个公司名称高度相似，业务类型相似，经核查周能英与闫锋为表兄妹关系，因此判定佛山皇域新材料科技有限公司、佛山逸典新材料科技有限公司与新乡市皇域联科装饰材料有限公司为关联方，进行合并披露。

(1) 报告期内前五大客户的具体情况，包括但不限于成立时间、注册资本、实缴资本、商业模式、报告期内经营状况，与公司的合作模式、期限等；

报告期内前五大客户具体情况如下：

序号	五大客户	成立时间	注册资本	实缴资本	商业模式	经营状况	合作模式	合作情况
1	清远思捷装饰材料有限公司	2018/10/22	1000万元	250万元	销售装饰建材	受疫情影响大，目前在恢复中。	收取服务佣金	合作中
2	新乡市简晖建材有限公司	2019/5/8	300万元	0万元	销售装饰建材	良好	收取服务佣金	合作中
3	新乡市皇域联科装饰材料有限公司	2018/5/22	500万元	0万元	销售装饰建材	良好	收取服务佣金	合作中
4	佛山皇域新材料科技有限公司	2015/10/27	500万元	0万元	销售装饰建材	良好	收取服务佣金	合作中
5	佛山逸典新材料科技有限公司	2018/2/28	500万元	0万元	销售装饰建材	良好	收取服务佣金	合作中
6	桐柏县商务局	/	/	/	政府部门	良好	投标	合作中

7	广州铭盛世家装饰材料有限公司	2018/6/7	1000 万元	0 万元	销售装饰建材	良好	收取服务佣金	合作中
8	广州欧饰皇新材料科技有限公司	2015/1/21	500 万元	0 万元	销售装饰建材	良好	收取服务佣金	已完成
9	上饶市九燕实业有限公司	2016/10/12	20 万元	20 万元	电子产品生产、加工与销售	良好	策划和佣金	已完成
10	湖南粤港模科实业有限公司	2017/1/5	60000 万元	60000 万元	照明器具、电容器、配电开关控制设备等制造与销售	良好	策划和佣金	已完成

公司与客户合作主要通过签订框架协议进行合作，合同期限为一年。其中存在少数客户合作时间较长，桐柏县商务局与公司合作期限为3年。

(2) 报告期内前五大客户的获取方式，购买公司服务的主要原因及合理性，与公司业务合同的主要条款；

1) 公司通过互联网平台、行业会议、交流会议等方式，利用线上、线下渠道将业务向全国进行拓展。通过电话营销、面访、老客户推介等方式，广泛接洽不同政府、产业园区、企业，寻求企业品牌相关的招商加盟营销策划服务需求，给予潜在客户充分的沟通和咨询，力图签约合作。

公司主要由销售中心团队通过数据库挖掘、线上采集、线下拓展等措施重点关注相关政府机构、产业园区及目标企业的招商活动及动态跟踪，逐步建立与目标客户的沟通和联系。公司将目标客户列入长期跟踪名单后，不断主动向客户企业争取推介、路演等各种机会，以向对方展示公司的业务能力和服务质量，在交流与展示中逐步获取客户的信任。根据客户提供的相关信息和数据，通过分析为其提供定制化的服务，并通过专业优质的服务建立市场口碑，增强客户粘性，挖掘老带新机会。

2) 购买公司服务的主要原因及合理性：公司为客户提供招商活动一站式整体解决方案，涵盖招商咨询、营销技术、品牌策划、招商推广、招商代理等综合招商服务体系。公司通过专业的营销策划方案、招商工具打造、全渠道大数据推广获得拟加盟或合作的商企数据，并运用专业会议演示、重点客户深耕、新客户粘性拓展等方式帮助企业和项目在较短时期内获得丰富渠道资源。管理层及核心团队拥有丰富的行业运营和管理经验，具备精准的招商服务能力，公司以互联网公开数据采集和驻点实地考察相结合的方式，获取项目资源。通过大数据技术应用，对有招商需求的政府、产业园区、企业进行全面细致的资源分析、资源展示及线上推广，并通

通过大数据分析系统对采集数据按照地域、行业等特征进行分类，按照分类结果建立项目库，根据项目库对招投方进行信息匹配，以提高项目供需方接洽效率，为客户提供精准招商的服务。公司还通过承办投资说明会、项目推介会、招商培训会、招商交流会等内容形式丰富的线下活动进行项目和投资方的交流接洽。

3) 客户与公司业务合同的主要条款：

公司与客户主要通过签订框架协议进行合作，合同期限一年一签。公司为客户提供定制化的设计推广方案、营销策划等相关服务，并选择合适的平台进行推广。服务价格：每月按照实际收入的 49%计算服务费。支付方式：合作双方在每个月 5 日之前对清上个月的招商服务佣金，原则上在每月底之前结清上个月的费用，否则按照未结算费用的 0.5%计算每日滞纳金。双方责任与义务：甲方按约定方式按时付款，配合乙方提供招商过程需要的公司资料、产品资料等，确保提供信息真是性。乙方按合同约定提供优质招商推广服务，在推广过程中对甲方信息及数据进行严格保密，根据甲方提供产品，制定招商计划，获同意后，进行招商推广。保密条款：甲方在在推广产品过程中，不得将本产品交给乙方的竞争对手进行研究；除非获得另一方的许可，甲乙双方均不得将本合同中的内容及本合同执行过程中获得的对方商业信息向任何第三方泄露。

(3) 前五大客户以装饰材料、建材类生产或销售公司为主的原因，客户行业类别与公司业务发展目标或核心技术优势的相关性；

1) 公司前五大客户主要为以装饰材料、建材类生产或销售公司，属于建材行业，由于我国城市化进程推进、房地产行业的快速发展，极大地带动了该行业发展，目前我国建材行业门槛较低，各地存在大量建材经营商，该客户群的市场认可度不够高，品牌效应不强，因此企业根据自身及行业特点，把客户群主要定位在急需招商服务、能够快速见效的装饰材料、建材类生产或销售公司，招商服务可以为客户极大降低获客成本，快速拓展市场。

同时该行业为公司招商服务所擅长的行业和领域，公司管理层及核心团队拥有丰富的招商服务的运营经验、项目资源、渠道资源以及信息资源，具有此外，公司所在地广州高新技术产业开发区科学城华南新材料创新园的主题契合，在政策、行业信息渠道方面占据先天优势。

2) 公司发展目标：将不断完善服务能力，提高技术支持和服务水平，提升企业经营管理水平和风险防范能力，建立新常态下的发展模式。并通过持续不断的创新和发展，强化公司竞争力，实现快速的收入增长和规模化扩张，成为一家依靠数据技术及专业团队，持续为客户提供招商咨询与策划、招商推广、招商代理、整合营销与品牌升级等环节的综合性招商服务体系。

核心技术优势的相关性：公司客户类型以及所处行业为公司所擅长的行业和领域，公司管理层及核心团队拥有丰富的招商服务的运营经验、项目资源、渠道资源以及信息资源，具有此外，公司所在地广州高新技术产业开发区科学城华南新材料创新园的主题契合，在政策、行业信息渠道方面占据先天优势。

(4) 报告期后新客户的开发情况，新增客户的具体情况；

公司期后（1-5月）收入情况如下：

收入类型	收入金额(元)	占比(%)
主营业务		
招商服务	10,376,717.95	92.19
县域电商服务	451,200.00	4.00
技术服务	357,500.00	3.17
其他业务		
产品销售	39,937.50	0.35
合计	11,255,355.45	100.00

公司期后（1-6月）新增订单（10万元以上及重大框架协议）情况如下：

序号	客户名称	合同内容	合同金额(元)
1	凤冈陆氏星锌硒食品开发有限公司	策划招商技术服务	488,000.00
2	东莞市禧银科技有限公司	招商技术服务	388,000.00
3	山东驴品餐饮服务股份有限公司	策划招商技术服务	388,000.00
4	河南金创建筑工程有限公司	品牌全网营销策划推广服务	173,600.00
5	北京嗖嗖快跑科技有限公司	策划招商技术服务	100,000.00
6	百年育才(大连)商务信息咨询有限公司	策划招商技术服务	130,000.00
7	杭州国恭堂健康管理有限公司	策划招商技术服务	188,000.00
8	深圳市云脸时代数据科技有限公司	策划招商技术服务	188,000.00
9	广州融创品牌管理咨询有限公司	策划招商技术服务	120,000.00
10	清远澳派装饰材料有限公司	技术服务	框架协议
11	湖南碗筷好有味餐饮管理有限公司	策划招商技术服务	188,000.00
12	广东杰美科技有限公司	策划招商技术服务	188,000.00

(5) 是否对主要客户存在重大依赖；

(1) 报告期内，公司对前五大客户的销售额分别为 21,171,618.35 元、28,843,592.63 元，占当期营业总收入的比重分别为 81.49%、70.34%，客户集中度较高，主要原因如下：公司成立时间较短，公司报告期各期的前五大客户以招商服务客户居多，公司的综合招商服务主要是为客户提供一站式、全方位的综合招商解决方案，服务内容涵盖招商咨询、营销技术、品牌策划、招商推广、招商代理等综合招商服务体系。许多服务对象规模较大、招商周期较长，加之公司服务本身具备高度综合性、全面性，能够涵盖大部分客户的招商服务需求，因而存在较多服务金额较大、跨度达一年以上的招商服务合同，造成公司对大客户的招商服务收入占比较高。该情形同公司的业务模式相符，亦是招商服务行业特性的体现。

对于公司客户集中度较高，公司主要措施：将在专业服务领域精益求精，持续为客户提供全面系统、深入个性的综合招商服务，着力保证服务质量，稳固现有的客户群体，探寻老带新机会，增强品牌影响和市场声望。同时公司将调整经营计划和市场开拓策略，全面发挥线上、线下等各类渠道，积极拓展新客户，形成优质稳定的项目来源。从市场区域来看，公司也将加强对全国、全世界多地区优质招商项目的承揽力度，积极布局实现各区域协同发展，规避单地区系统性风险。

(6) 评估客户集中度、客户成立时间较短以及客户经营状况对公司持续经营能力的影响。

1) 报告期内，公司对前五大客户的销售额分别为 21,171,618.35 元、28,843,592.63 元，占当期营业总收入的比重分别为 81.49%、70.34%，客户集中度较高，主要原因如下：公司成立时间较短，公司报告期各期的前五大客户以招商服务客户居多，公司的综合招商服务主要是为客户提供一站式、全方位的综合招商解决方案，服务内容涵盖招商咨询、营销技术、品牌策划、招商推广、招商代理等综合招商服务体系。许多服务对象规模较大、招商周期较长，加之公司服务本身具备高度综合性、全面性，能够涵盖大部分客户的招商服务需求，因而存在较长时间合作的情况，造成公司对大客户的招商服务收入占比较高。该情形同公司的业务模式相符，亦是招商服务行业特性的体现。

对于公司客户集中度较高，公司主要措施：将在专业服务领域精益求精，持续为客户提供全面系统、深入个性的综合招商服务，着力保证服务质量，稳固现有的客户群体，探寻老带新机会，增强品牌影响和市场声望。同时公司将调整经营计划和市场开拓策略，全面发挥线上、线下等各类渠道，积极拓展新客户，形成优质稳定的项目来源。从市场区域来看，公司也将加强对全国、全世界多地区优质招商项目的承揽力度，积极布局实现各区域协同发展，规避单地区系统性风险。

2) 报告期内，公司对前五大客户公司，多为设立时间短的公司，主要原因：该类客户规模较小，整体的市场认可度不够高，品牌效应不够强，行业竞争地位中下等，正是由于这样的特点，该类企业急需招商服务，也是企业行业定位所在，根据该类企业及行业的痛点，蓝奥科技不断完善招商服务。同时公司成立于 2016 年 12 月 21 日，完整运营时间较短，市场知名度不高，短时间内还难以获取大型客户以及行业内重要客户认可。

上述客户部分属于材料行业，与公司所在地广州高新技术产业开发区科学城华南新材料创新园的主题契合，在政策、行业信息渠道方面占据先天优势，同时该行业为公司招商服务所擅长的行业和领域；招商服务可以极大降低相应的成本，相对于成立时间较久的企业来说，新成立企业对招商服务需求更迫切，也是公司寻找客户的着眼点之一。因此上述企业情况符合所处行业特征。

3) 通过对公司业务模式、资质、核心团队、客户、管理以及行业等方面进行核查，2018 年度、2019 年，公司营业收入分别为 26,015,563.08 元、41,005,719.35 元；公司取得河南省商务厅核发的《河南省电子商务企业》、取得中国电子认证服务产业联盟核发的《电子商务行业示范企业》等证书，公司及博源电子分别取得河南省通信管理局颁发的《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》，有效期至 2023 年 5 月、3 月；公司管理团队及核心管理人员、关键岗位人员结构稳定；涵盖招商咨询、营销技术、品牌策划、招商推广、招商代理等综合招商服务体系；公司与客户合作关系良好，成功服务数十家客户，公司业务稳定性，具有可持续性。

经过多年的运营发展，公司形成了较为稳定的商业模式，公司立足于招商服务行业，主营业务为提供招商咨询与策划、招商推广、招商代理、整合营销与品牌升级等一体化的招商服务，县域电商服务，技术服务。报告期内，公司的业务主要分布在华南和华中地区，受益于国家近年来对促进工业地产、产业园区开发的政策鼓励及进一步促进产城融合的产业发展策略，也受益于国

家长期以来对住宅地产严格的宏观调控以及提高城镇化水平的利好政策影响，产业园区、商业地产招商需求持续，行业前景广阔、市场空间可观。

综上，公司具备独立面向市场获取业务的能力，客户集中度、客户成立时间较短以及客户经营状况对公司持续经营能力不造成重大影响。

(6) 针对客户规模较小、成立时间较短的特点，为标准客户履约能力制定的风控措施

公司自成立以来就不断加强风控，公司财务中心、招商中心、法务部等部门建立风险管理制度，目前对于规模小、成立时间较短的客户，公司一般要求客户预付费用，根据客户的履约情况技术跟踪，并对风险事项进行及时处理。

公司与客户达成合作意后，签订合同之前，会对客户进行调查。在调查过程中，公司会充分评估客户的产品前景和资金能力，对于家装行业，公司虽然给予了一定的信用期，但公司每周会召开经营会议，每天汇报经营动态，对费用追收落实到负责人，公司能充分获取客户的动态情况。

同时，公司一般在收到预付款之后，再启动采购事宜，并且采购进度以及金额情况严格按照客户款项支付的情况来执行。

因此，公司针对客户履约能力，已从多方面制定相应的风控措施。

(三) 供应商情况

1、报告期内前五名供应商情况：

公司是一家以大数据营销为依托，以招商服务、县域电商服务、技术服务为主营业务的招商综合服务商。公司需要向百度、360 等门户网站及其网络流量代理商采购搜索引擎推广服务、向互联网技术公司购买部分搜索引擎优化服务、向零售商采购线下招商活动礼品和物料等。公司采购除百度和 360 搜索引擎推广按照点击付费方式外，一般采购都按照市场询价、选定供应商、签订框架协议或者服务、供货协议、采购付款、获得服务或货物的方式进行。

2019 年度前五名供应商情况

单位：元

业务类别					
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	广州好商汇网络技术有限公司	否	项目品牌、百度、竞价维护服务；搜索、优化、电话服务	2,805,553.00	17.36
2	广州市搜点网络科技有限公司	否	搜索引擎竞价推广及相关推广产品	1,977,385.01	12.24
3	天下商机(北京)网络技术有限公司	否	网络推广服务	1,942,562.70	12.02
4	北京非同一般网络技术有限公司	否	百度搜索平台广告投放	1,518,188.71	9.40
5	广州有柴网络科技有限公司	否	网络推广服务	1,351,438.74	8.36

合计	-	-	9,595,128.16	59.39
----	---	---	--------------	-------

2018 年度前五名供应商情况

单位：元

业务类别					
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	天下商机(北京)网络技术有限公司	否	网络广告服务	2,663,319.74	40.86
2	广州招商帮传媒有限公司	否	网络推广服务	1,635,219.77	25.09
3	广州商机速配信息科技有限公司	否	网络推广服务	1,314,150.92	20.16
4	北京非同一般网络技术有限公司	否	百度搜索平台广告投放	320,684.00	4.92
5	安徽省渠道网络股份有限公司	否	网络推广服务	143,424.53	2.20
	中视联动科技(北京)有限公司	否	网络推广服务	122,641.51	1.88
合计		-	-	6,199,440.47	95.11

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

2018 年度、2019 年度公司前五名供应商采购金额占当期采购总额比重分别为 95.11%、59.39%。公司与主要供应商的合作较为稳定，除 2018 年对天下商机(北京)网络技术有限公司的采购金额占比为 40.86% 外，报告期内公司不存在对单个供应商的采购金额占比超过 30%，主要是由于公司成立时间较短，对应的业务量较少，同一客户业务对应的采购情况也相对简单，因此导致供应商集中度高；随着公司不断发展，客户数量增加，供应商采购集中度也降低，同时有网络搜索引擎推广市场竞争充分，替代性强。因此，公司不存在对单一供应商的依赖风险。

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

(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

(六) 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、 销售合同

序号	合同名称	客户名称	关联关系	合同内容	合同金额(万元)	履行情况
1	技术服务合同	清远市自由空间装饰材料有限公司	无	招商广告推广类技术服务	框架协议	正在执行
2	技术服务合同	瑞景宏盛(广东)环保材料有限公司	无	招商广告推广类技术服务	框架协议	正在执行
3	技术服务合同	清远思捷装饰材料有限公司	无	招商广告推广类技术服务	框架协议	执行完毕
4	技术服务合同	广州铭盛世家装饰材料有限公司	无	招商广告推广类技术服务	框架协议	正在执行
5	技术服务合同	佛山皇域新材料科技有限公司	无	招商广告推广类技术服务	框架协议	正在执行
6	政府采购合同	桐柏县商务局	无	县级电子商务服务中心及农村电子商务培训服务等	968.00	正在执行
7	策划招商外包技术服务合同	上海悦照影像创意有限公司	无	互联网全渠道营销策划、招商等	25.00+招商佣金	正在执行
8	招商外包技术服务合同	帝宸星国际教育科技(北京)有限公司	无	互联网全渠道营销策划、招商等等	28.80+招商佣金	正在执行
9	技术服务合同	佛山美凯罗新材料有限公司	无	招商广告推广类技术服务	框架协议	正在执行
10	策划招商外包技术服务合同	北京京东方艺云科技有限公司	无	招商广告推广类技术服务	20.00+招商佣金	执行完毕
11	技术服务合同	新乡市皇域联科装饰材料有限公司	无	招商广告推广类技术服务	框架协议	正在执行
12	招商外包技术服务合同	天下购(广州)网络科技集团有限公司	无	互联网全渠道营销策划、招商等	30.00+招商佣金	正在执行
13	招商外包技术服务合同	慧航传媒科技(东莞)有限公司	无	互联网全渠道营销策划、招商等	18.80+招商佣金	正在执行
14	招商技术服务合同	新乡市简晖建材有限公司	无	招商广告推广技术服务	框架协议	正在执行

报告期内，部分客户单次采购合同金额较小，但采购频繁，存在某一期间客户累计采购金额较大，但未在重大销售合同中披露的情况。合同金额为含税价格。

2、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	网络技术服务合同	广州诚志名远网络科技有限公司	无	网络推广服务、系统维护服务、技术支持服务	20.00	执行完毕
2	网络竞价推广	北京非同一般网络技术有限公司	无	百度搜索平台广告投	框架协议	正在执行

	服务协议	络技术有限公司		放		
3	网络技术服务合同	广州好商汇网络技术有限公司	无	项目品牌、百度、竞价维护服务;搜索、优化、电话服务	30.00	执行完毕
4	搜索竞价代理服务合同	广州市搜点网络科技有限公司	无	搜索引擎竞价推广及相关推广产品	框架协议	执行完毕
5	网络技术服务合同	广州好商汇网络技术有限公司	无	项目品牌、百度、竞价维护服务;搜索、优化、电话服务	30.00	执行完毕
6	销售合同	安徽省渠道网络股份有限公司	无	营销推广服务	60.00	执行完毕
7	网络营销推广合同	中视联动科技(北京)有限公司	无	网络推广服务	框架协议	正在执行
8	电脑购销合同	河南润恒科技有限公司	无	台式电脑	22.79	执行完毕
9	购销合同	桐柏今达物流有限公司	无	电商办公设备	75.78	执行完毕
10	广告业务制作安装合同	桐柏县吴城镇远洋广告设计部	无	广告制作安装	框架协议	执行完毕
11	网络技术服务合同	广州招商帮传媒有限公司	无	项目品牌、百度、竞价维护服务;搜索、优化、电话服务	30.00	执行完毕
12	网络技术服务合同	广州好商汇网络技术有限公司	无	项目品牌、百度、竞价维护服务;搜索、优化、电话服务	30.00	执行完毕

由于客户订单的不确定性、客户需求随着市场的波动而变动。因而报告期内，采用多次向相同供应商采购，但单次采购的合同金额较小，导致在某一期间累计采购金额较大，未在重大采购合同中披露的情况。合同金额为含税价格。

3、借款合同

适用 不适用

4、担保合同

适用 不适用

5、抵押/质押合同

适用 不适用

6、其他情况

适用 不适用

公司租赁合同情况详见本节之“三、与业务相关的关键资源要素”之“（五）主要固定资产”之“4.租赁”。

五、经营合规情况

(一) 环保情况

事项	是或否或无需取得
是否属于重污染行业	否
是否取得环评批复与验收	无需取得

是否取得排污许可	无需取得
日常环保是否合法合规	是
是否存在环保违规事项	否

具体情况披露：

公司主营业务为**招商服务、县域电商服务、技术服务**。根据中华人民共和国国家统计局发布的《国民经济行业分类(GB/T4754-2017)》，公司所属行业为“租赁和商务服务业”之“商务服务业”之“综合管理服务”之“其他综合管理服务”，行业代码：L7229；根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为“租赁和商务服务业”中的“商务服务业”，行业代码：L72。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“商务服务业”之“企业管理服务”之“其他企业管理服务”，行业代码：L7219；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为“商业和专业服务”之“商业服务与商业用品”之“综合支持服务”，行业代码：12111013。

公司及子公司从事的业务经营范围不属于国家环保部《国家环境保护总局关于对申请上市的企业和申请再融资的上市企业进行环境保护核查的通知》（环[2003]101号）、《关于印发的通知》（环办函[2008]373号）等法律法规的规定，《国家环境保护总局办公厅关于进一步规范重污染行业生产经营公司申请上市或再融资环境保护核查工作的通知》（环办[2007]105号）认定的冶金、化工、煤炭、火电、建材、造纸、酿造、制药、发酵、纺织、制革和采矿业等重污染行业中的任何一种。根据环保部、发改委、中国人民银行、中国银行业监督管理委员会联合下发的《企业环境信用评价办法（试行）》（环发[2013]150号），公司所处行业不属于国家规定的重污染行业。同时公司《营业执照》登记的经营范围中不包含需要取得排污许可证才能经营的业务。

（二）安全生产情况

事项	是或否或无需取得
是否需要取得安全生产许可	无需取得
是否存在安全生产违规事项	否

具体情况披露：

根据《安全生产法》、《安全生产许可证条例》的相关规定，公司及子公司无需办理安全生产许可证。根据《国务院关于调整工业产品生产许可证管理目录和试行简化审批程序的决定（国发[2017]34号）》的相关规定，提供**招商咨询、营销技术、品牌策划、招商推广、招商代理等综合招商服务体系**不属于继续实施工业产品生产许可证管理的产品目录，根据《强制性产品认证管理规定》的相关规定，公司经营所涉及的产品不属于强制性产品认证管理（3C认证）的产品目录。

公司及子公司自设立至本公开转让说明书签署之日，在生产活动中严格遵守各项安全生产法律法规，未发生重大生产安全事故。公司、子公司报告期内未有因受到安全生产的处罚而产生的营业外支出。为防止意外事件发生，公司为主要员工缴纳了包括工伤保险在内的社会保险。

（三）质量监督情况

事项	是或否或无需取得
是否通过质量体系认证	无需取得
是否存在质量监督违规事项	否

具体情况披露：

公司主要从事提供**招商服务、县域电商服务、技术服务**。目前国家没有专门针对该业务出台国家标准，也无专门行业性标准及地方标准，但公司客户针对具体项目会有差异化的质量标准要求，公司主要依据客户要求的质量标准作为产品或服务的质量标准。

2020 年 4 月 2 日，公司取得南阳市市场监督管理局出具的《证明》，“经河南市场监管综合业务管理系统查询，河南蓝奥智能科技股份有限公司(统一社会信用代码:91411330MA3XJ2482C) 截止 2020 年 4 月 2 日属于正常状态，无任何违法和失信记录。特此证明”

2020 年 3 月 19 日，公司取得广州市黄埔区市场监督管理局出具的《证明》，“经查询我局业务系统，河南蓝奥智能科技股份有限公司广州分公司（统一社会信用代码：91440101MA59TFMH2G）因未按照《企业信息公示暂行条例》规定公示年度报告，被广州市黄埔区市场监督管理局，于 2018 年 7 月 12 日列入经营异常名录，于 2019 年 7 月 30 日移出经营异常名录。除以上情况外，暂未发现该公司在 2017 年 8 月 30 日至 2020 年 3 月 16 日期间有其它被我局辖区工商部门行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。”

公司报告期内一直严格遵守有关产品质量技术监督管理法律、法规、规章及规范性文件的规定，不存在违反产品质量法规的行为，也未因违反产品质量法规受到行政处罚的情形。

(四) 其他经营合规情况

适用 不适用

公司及子公司经营场所的消防合法合规情况如下：公司及子公司经营场所的消防合法合规情况如下：

序号	使用主体	用途	地址	建筑面积 (m ²)	租赁期限	消防办理情况
1	蓝奥有限	办公	桐柏县产业集聚区货站路	300	2016.12.18 至 2026.12.17	-
2	广州分公司	办公	广州高新技术产业并发一区科学城科主路街(、里)31 号 G1 栋 415-1 和 415-2	340	2018-1-1 至 2020-12-31	2015 年 4 月 29 日在网上进行了招商快车华新园办公室装修工程竣工验收消防备案，备案号:440000WYS150010268。
3	方旭科技	办公	广州市黄埔区科丰路 31 号 G2 栋 424 房	149.5	2016.10.1 至 2025.6.30	2015 年 4 月 29 日在网上进行了招商快车华新园办公室

						装修工程竣工验收消防备案，备案号:440000WYS150010268。	
4	广州君典	办公	广州市黄埔区科丰路31号G2栋411房	25	2019.10.1至2029.9.30	2015年4月29日在网上进行了招商快车华新园办公室装修工程竣工验收消防备案，备案号:440000WYS150010268。	
5	博源电子	办公	河南桐柏县产业集聚区货站路中段88号	300	2016.12.18至2026.12.17	-	

上表第1、5项，目前该场所主要用于办公，经核查该处经营场所未取得消防验收备案文件，根据《建筑工程施工许可管理办法》第二条的规定“在中华人民共和国境内从事各类房屋建筑及其附属设施的建造、装修装饰和与其配套的线路、管道、设备的安装，以及城镇市政基础设施工程的施工，建设单位在开工前应当依照本办法的规定，向工程所在地的县级以上地方人民政府住房城乡建设主管部门（以下简称发证机关）申请领取施工许可证。工程投资额在30万元以下或者建筑面积在300平方米以下的建筑工程，可以不申请办理施工许可证。”根据《关于印发<公安消防部门深化改革服务经济社会发展八项措施>的通知》（公消〔2015〕209号），取消投资额在30万元以下或者建筑面积在300平方米以下（或者省级人民政府住房城乡建设主管部门确定的限额以下）的建设工程消防设计和竣工验收消防备案。公司上述办公场地，未取得消防验收备案文件，存在瑕疵。

2020年3月25日，公司取得桐柏县公安消防大队出具的《证明》，“现有河南蓝奥智能科技股份有限公司（统一社会信用代码：914130MA3XJ2482C，注册地址桐柏县产业集聚区货站路中段），南阳蓝奥博源电子商务有限公司（统一社会信用代码：91411330MA3XJ2749Y，注册地址桐柏县产业集聚区货站路中段），河南蓝奥君典文化发展有限公司（统一社会信用代码：91411330MA40NFAE9J，注册地址桐柏县产业集聚区货站路今达公司院内）。经查询，2016年至今上述注册地址未接报火灾报警。”**2020年3月14日，广州市黄埔区住房和城乡建设局、广州开发区建设和交通局开具的《广州蓝奥的守法证明》，广州蓝奥与2019年3月13日至2020年3月23日期间没有过因消防问题被行政处罚的记录。**通过登录广东消防综合服务信息网（<http://gdfire.gd.gov.cn/>）核查，广州分公司及子公司未有受到处罚记录。

公司属于轻资产运营，经营场所可替代性强，且公司无大型固定资产，搬迁时间短，风险成本较低，若上述物业被相关政府部门拆除/拆迁或者被消防部门处罚，则公司将面临更换场所的风险。为避免上述风险给公司造成损失、影响公司正常经营，公司实际控制人鲁银刚出具《承诺函》，就房屋租赁相关事宜作出如下承诺：“上述物业，若因无法进行消防备案和验收，导致公司、子公

司需要搬迁并遭受经济损失、被有权政府部门处罚的，所有费用支出及经济损失由本人承担，对公司所遭受的一切经济损失予以足额补偿，确保公司不会因此遭受任何损失。”

(1) 子公司是否与公司、广州分公司共用办公场所，公司目前租赁的房屋能否满足公司业务开展的需要；

1) 目前公司下属有两家全资子公司：博源电子、广州君典；两家控股子公司：方旭科技、河南君典。

博源电子办公地址：河南桐柏县产业集聚区货站路中段；广州君典办公地址：广州市黄埔区科丰路31号G2栋411房办公；方旭科技办公地址：广州市黄埔区科丰路31号G2栋424房；河南君典暂时未进行经营活动；广州分公司办公地址：广州市黄埔区科丰路31号G1栋4楼办公。

博源电子的主营业务为电商运营及代运营服务；广州君典的主营业务为提供整合营销策划及渠道招商服务；方旭科技的主营业务为科技项目申报服务；河南君典的主营业务为整合营销业务，提供整合营销策划及渠道招商服务，报告期内，河南君典未进行经营活动。

2) 公司办公地址：桐柏县产业集聚区货站路。广州分公司办公地址：广州市黄埔区科丰路31号G1栋4楼办公。公司主营业务为提供招商服务，县域电商服务、技术服务。目前处于快速发展阶段，公司与子公司的体量不大，员工数量不多，且部分人员需要到走访客户、到客户现场提供咨询策划、培训等服务，日常在办公场地办公人员低于员工数。

综上，公司的各个子公司和分公司的办公场所独立，不存在共用的情形。公司目前租赁的房屋能满足公司业务开展的需要。

(2) 公司是否已经按照有关标准配置消防设施、器材，设置消防安全标志，履行消防安全职责；

公司主营业务为提供招商服务，县域电商服务、技术服务，不涉及生产经营。

租赁的办公场主要用于办公，该场所已经于2015年4月29日在网上进行了招商快车华新园办公室装修工程竣工验收消防备案，备案号：440000WYS150010268。

按照建设工程消防设计，配备了灭火器、消防栓、消防水带、应急照明系统、疏散指示灯等符合消防法及公安消防机关颁布的有关消防法规规定的相关消防设备，每月进行消防安全检查。公司已在各个重要出口安装监控设施，并在显著位置设置了安全标识，具备与公司日常业务相匹配的安全生产、风险防控等措施，履行了相应消防安全职责。

综上，公司已经按照有关标准配置消防设施、器材，设置消防安全标志，履行消防安全职责。

六、 商业模式

公司是一家以大数据营销为依托，以招商服务、县域电商服务、技术服务为主营业务的招商综合服务商。提供涵盖招商咨询、**营销技术、品牌策划**、招商推广、招商代理等综合招商服务体系。

公司及子公司的商业模式主要可以分为销售模式、采购模式、业务模式、盈利模式，具体情

况如下：

（一）销售模式

公司目前主要的销售模式为直销模式。公司通过互联网平台、行业会议、交流会议等方式，利用线上、线下渠道将业务向全国进行拓展。通过电话营销、面访、老客户推介等方式，广泛接洽不同政府、产业园区、企业，寻求企业品牌相关的招商加盟营销策划服务需求，给予潜在客户充分的沟通和咨询，力图签约合作。

公司销售中心团队通过数据库挖掘、线上采集、线下拓展等措施重点关注相关政府机构、产业园区及目标企业的招商活动及动态跟踪，逐步建立与目标客户的沟通和联系。公司将目标客户列入**潜在客户**名单后，主动向客户企业争取推介、路演等各种机会。通过提供专业优质的服务建立市场口碑，增强客户粘性，挖掘老带新机会。

（二）采购模式

公司需要向百度、360 等门户网站的网络流量代理商采购搜索引擎推广服务、向互联网技术公司购买部分搜索引擎优化服务、向零售商采购线下招商活动小礼品和物料等。公司采购除百度和 360 搜索引擎推广按照点击付费方式外，一般采购都按照市场询价、选定供应商、签订框架协议或者服务、供货协议、采购付款、获得服务或货物的方式进行。公司一般选择业内口碑良好、提供服务及时的公司保持长期的合作关系，以保证服务的质量。

（三）业务模式

1、招商服务

招商服务即为客户提供招商活动一站式整体解决方案，包括提供**招商外包服务与营销策划服务**。

招商外包服务：公司派员工进驻客户工作现场，全程协助客户的招商推广与代理活动。公司与客户签订框架合同，公司按照为客户实现的销售额（即公司实现的招商业绩，须同时满足客户与潜在代理商签约并且收到合同款项这两个条件）的 49%收取服务费。

营销策划服务，公司为客户提供招商咨询、品牌策划、营销技术等服务，为客户量身打造营销策划方案。营销策划业务合同为固定总价合同，合同金额根据客户不同需求，合同价格不同。以向客户输出市场分析、项目包装策略、渠道建设系统落地方案、盈利分析、手册文案、设计稿、意向加盟商问题解答、宣讲资料等文本指导方案为目标。

2、县域电商服务

县域电商服务，服务内容包括农产品上行、县级电子商务公共服务中心及农村电子商务培训体系建设项目、电商代运营服务。为县级政府建设农副产品质量溯源体系、农产品标准化体系、农特产品“双品牌”体系，整合物流资源、完善农村电子商务服务站体系；构建县级电子商务公共服务中心组织架构，包括客服、研发、物流、品牌、数据统计等部门的建设；组建并培训出一支专业的电商团队；搭建农村电子商务培训基地，深入乡村推广电商发展；为客户提供电子商务代运营服务。

3.科技服务

技术服务为子公司博源电子向电商卖家提供技术支持服务。具体服务内容涉及电商运营的全过程中的某些环节，包括店铺运营、电商渠道、建站、产品上架、营销、IT、仓储、物流、财务结算等运营环节的技术服务。

4.产品销售

公司通过在淘宝、拼多多等平台上开设店铺，主要销售当地的花菇、水果、食用小苏打粉等农副产品。为当地培养人才、营造电商环境与氛围，推广县域电商服务，并形成示范效应。

(四) 盈利模式

报告期内，公司的盈利主要来自于为客户公司提供一站式招商服务、县域电商服务、技术服务。一站式招商服务涵盖招商咨询、**营销技术、品牌策划、招商推广、招商代理等综合招商服务体系**。公司收入来源于**招商服务、县域电商服务、技术服务**。2018年、2019年，公司营业收入分别为26,015,563.08元、41,005,719.35元。

七、 所处行业、市场规模及基本风险特征

(一) 公司所处行业的基本情况

1、 行业主管单位和监管体制

序号	行业主管单位	监管内容
1	国家工商行政管理总局及地方工商行政管理部门	对广告的投放和经营进行监督和管理包括制定广告业的管理标准，规范广告行为，查处违法广告和非法经营活动。
2	中共中央宣传部、中华人民共和国文化部	对广告业的内容进行综合管理，对广告业具有管理、监督、指导作用。
3	中华人民共和国商务部	中华人民共和国商务部的主要职责是会同其他部门制定商务行业相关政策发展三划、引导市场，并提出相关改革意见，指导整个行业健康有序的发展。商务部是国务院下属机构，其在各省市对应的下级部门为商务委，其主要职责是指导各省市现代服务业的发展，对企业从事相关行业需要的资质进行批复或备案登记，为各省市现代服务业的健康有序发展提供指导意见。

2、 主要法规和政策

序号	文件名	文号	颁布单位	颁布时间	主要涉及内容
1	《国务院关于加快发展服务业的若干意见》	国发〔2007〕7号	国务院	2007年3月19日	文中指出“有条件的大中城市形成以服务经济为主的产业结构，服务业增加值增长速度超过国内生产总值和第二产业增长速度。到2020年，基本实现经济结构向以服务经济为主的转变，服务业增加值占国内生产总值的比重超过50%，服务业结构显著优化，就业容量显著增加，公共服务均等化程度显著提高，市场竞争力显著

					增强,总体发展水平基本与全面建设小康社会的要求相适应。
2	《中华人民共和国电信条例》(2016年修订版)	国务院令(第666号)	国务院	2016年2月6日	规范电信市场秩序,维护电信用户和电信业务经营者的合法权益,保障电信网络和信息的安全,促进电信业的健康发展。规范互联网信息服务活动,促进互联网信息服务健康有序发展,国家对经营性互联网信息服务实行许可制度;对非经营性互联网信息服务实行备案制度。
3	《互联网信息服务管理办法》(2011年修订版)	国务院令(第292号)	国务院	2011年1月8日	规范互联网信息服务活动,促进互联网信息服务健康有序发展,国家对经营性互联网信息服务实行许可制度;对非经营性互联网信息服务实行备案制度。
4	中华人民共和国广告法(2018年修正)	主席令第二十二号	第十三届全国人民代表大会常务委员会第六次会议	2018年10月26日	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。
5	《广告发布登记管理规定》	国家工商行政管理总局令第89号	国家工商行政管理总局	2016年11月1日	办理广告发布登记,应当具备下列条件:(一)具有法人资格;不具有法人资格的报刊出版单位,由其具有法人资格的主办单位申请办理广告发布登记;(二)设有专门从事广告业务的机构;(三)配有广告从业人员和熟悉广告法律法规的广告审查人员;(四)具有与广告发布相适应的场所、设备。
6	《国家工商行政管理总局关于推进广告战略实施的意见》	国家工商行政管理总局工商广字[2012]60号	国家工商行政管理总局	2012年4月11日	计划到2020年把我国建设成为广告创意、策划、设计、制作、发布、管理水平达到或接近国际领先水平的国家。
7	《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》	-	中央全面深化改革领导小组第四次会议	2014年8月18日	推动传统媒体和新兴媒体融合发展,强化互联网思维,推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合,着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新兴主流媒体,建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团。
8	《广告产业发展“十三五”规划》	国家工商行政管理总局工商广字[2016]132号	国家工商行政管理总局	2016年7月7日	提升广告企业服务能力,进一步优化产业结构,促进广告产业创新,推进广告产业融合发展,提升广告产业国际化水平,完善公益广告发展体系,建设广告业公共服务体系,发展广告研究和教育培训,促进广告市场秩序继续好转。

9	《国家“十三五”时期文化改革发展规划纲要》	-	中共中央办公厅、国务院办公厅	2017年5月7日	优化文化产业布局,推动广告服务等传统产业转型升级。
10	《工商总局、国家标准委关于加强广告业标准化工作的指导意见》	国家工商行政管理总局工商广字[2017]143号	国家工商行政管理总局	2017年8月22日	把握广告业标准化工作的关键环节,扎实推进广告业标准化工作,建设广告业标准体系。
11	《国务院办公厅关于促进开发区改革和创新发展的若干意见》	国办发〔2017〕7号	国家发展改革委	2017年1月19日	开发区建设是我国改革开放的成功实践,对促进体制改革、改善投资环境、引导产业集聚、发展开放型经济发挥了不可替代的作用,开发区已成为推动我国工业化、城镇化快速发展和对外开放的重要平台。
12	《关于促进电商精准扶贫的指导意见》	国开办发〔2016〕40号	国务院扶贫办、发展改革委、中央网信办	2016年11月23日	进一步创新扶贫开发体制机制、将电商扶贫纳入脱贫攻坚总体部署和工作体系、实施电商扶贫工程、推动互联网创新成果与扶贫工作深度融合、带动建档立卡贫困人口增加就业和拓宽增收渠道、加快贫困地区脱贫攻坚进程。
13	《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》	国办发〔2015〕78号	国务院办公厅	2015年11月09日	进一步创新扶贫开发体制机制,将电商扶贫纳入脱贫攻坚总体部署和工作体系,实施电商扶贫工程,推动互联网创新成果与扶贫工作深度融合,带动建档立卡贫困人口增加就业和拓宽增收渠道,加快贫困地区脱贫攻坚进程。

3、行业发展概况和趋势

(1) 行业介绍

公司主营业务为提供**招商服务**、县域电商服务、技术服务。根据中华人民共和国国家统计局发布的《国民经济行业分类(GB/T4754-2017)》，公司所属行业为“租赁和商务服务业”之“商务服务业”之“综合管理服务”之“其他综合管理服务”，行业代码：L7229；根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为“租赁和商务服务业”中的“商务服务业”，行业代码：L72。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“商务服务业”之“企业管理服务”之“其他企业管理服务”，行业代码：L7219；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为“商业和专业服务”之“商业服务与商业用品”之“综合支持服务”，行业代码：12111013。

招商服务即企业把招商涉及所有工作外包给专业的招商服务公司去做，企业聚集于自身的核心业务，渠道建设交给招商服务公司。对于不同细分行业企业来说，招商服务对象所处行业政策、发展情况以及对应的周期都会直接影响该企业的发展情况。由于公司所在行业的细分领域是为政府和企业提供综合招商服务，县域电商服务，技术服务。产业园区行业、商业地产行业以及电商

行业的发展对公司的经营有较大影响，因此下文着重就该行业进行分析。

（2）产业园区行业发展情况

1) 产业园区发展现状

我国产业园区发展至今，虽已成功从以劳动、土地、政策为外力驱动，“规模为王”的发展模式转变为以技术、创新为内部驱动，达成产业链优化整合的发展模式，但依然存在一些明显问题。

首先，我国产业地产开发主要依赖于传统的银行贷款等模式，融资渠道较为单一。产业园区开发周期长、成本高、资金压力大，由于银行贷款提供的资金量有限，贷款审批流程较为繁琐，单一的融资渠道会阻碍产业园区的建设发展。

其次，由于我国产业园区的开发尚处于“产城融合”的探索期，大部分园区的配套结构依然以工业厂房和办公楼为主，缺乏公寓、商业、休闲、娱乐、金融服务等功能的配套建设，产业落地的软、硬环境和园区配套设施还有待进一步完善。

最后，我国产业园区发展逐渐演变为“产学研一体化”发展模式，各大产业园区对科研院所、科研人才和高新技术企业的引进，推动了我国产业园区及相关产业的技术进步，也对园区产业链整合提出了更高的要求，从而需要对园区上下游企业进行精细化招商。现阶段，我国产业园区开发运营方对专业领域的精细化招商重视程度尚不足，产业链整合效率有待提高。

2) 园区招商引资情况

招商引资一直都是地方政府推动经济发展的重要工作。对于由政府主导的产业园区招商，传统模式是由地方政府专门成立招商部门，并在政府官方招商网页、网站上展示招商引资信息，同时举办地域性招商会，由招商部门人员与企业直接对接，运用税收优惠、财政扶持、土地出让优惠、费用减免、为企业解决融资需求、提供教育和医疗社会性服务等优惠的招商引资政策吸引企业入驻，是一种用行政资源换取经济资源的运作模式。

这种模式在启动初期确实给当地经济发展带来显著积极效果，但从近几年实践看来，这种传统招商模式存在明显的问题。

首先，政府为入驻企业提供各种类型的招商引资优惠政策造成了市场的无序竞争。拟入驻企业通过在不同地区进行优惠条件的比较，提高自身谈判筹码，造成了各地招商引资的恶性竞争。其次，政府为抢占发展先机，吸引外来投资，过度实施低价出让土地、变相补贴等优惠招商政策，导致社会公共资源的浪费和市场竞争环境的扭曲。最后，地方政府资源、传播力有限，仅凭政府官方招商网站和地域性招商会作为媒介进行推广不能精准高效地在全国范围内进行招投信息对接，无法实现招投资资源的宏观优化配置。

为适应市场竞争自身调节机制和经济快速发展的需求，政府的招商引资工作已由政府主导型

传统模式，逐步转变为委托专业招商服务机构辅助招商的新型模式。专业招商服务机构作为受托方，将招商项目推向相关领域投资市场，通过开展一系列策划宣传、前期考察等严格程序，为委托方提供精准有效的投资信息，安排双方见面洽谈合作。政府（委托方）和专业招商服务机构（受托方）是一种委托合作关系，双方签订招商引资协议，委托方按期支付给受托方一定的活动费用；当项目落地后，再按照落地招商金额一定比例，支付给受托方相应服务费用。

经过多年发展，这种新型招商模式又逐步衍生出产业招商、互联网招商等新兴手段。产业招商，是基于产业发展地区的比较优势和区位优势，结合当地政府产业发展规划，围绕产业主导产品及上下游产品，引进高端产品生产技术，拓展技术链，营造主导产业，实现产业链断层的缝合，完善产业链布局，使产业结构进一步优化升级。互联网招商，是通过建立网络信息展示平台展示招投信息，结合互联网数据库进行在线招投信息匹配，从而扩大资源对接范围，提高招商运作效率，是传统招商模式的有效补充。

（3）商业地产行业发展情况

商业地产作为商业用途的地产，区别于以居住功能为主的住宅地产和以工业生产功能为主的工业地产，通常是指用于零售、批发、餐饮、娱乐、健身、休闲等经营用途的地产。其中，商业综合体作为商业地产发展的新型模式，是集购物中心、影城、酒店、写字楼、公寓等业态组合为一体的新模式。商业地产的招商服务发展依托于商业地产的发展。

1) 商业地产发展的现状

随着商业地产的繁荣发展，我国商业综合体的开发与经营出现以下四点现状。

首先，项目开发增速过快，与城市规划稍有偏离。2010 年至 2017 年，我国商业营业用房投资额年平均增长率达 16.32%，而房地产行业整体投资额年平均增长率为 12.78%，整体增速相差高达 3.54 个百分点。在各地商业综合体投资开发一路高歌猛进的同时，部分地区由于选址规划不足、业态整合能力不足、市场容量有限等原因，导致项目建成后出现招商困难、运营不善等局面，部分项目出现空置现象。因此，这种规划不足导致的供需不平衡存在极大的商业地产泡沫化风险。

其次，部分开发商缺乏商业地产项目运作经验，招商出现瓶颈。对于从住宅地产领域转型至商业地产领域的开发商，由于缺乏商业地产运作经验，往往习惯于单纯复制住宅地产“开发、销售、再开发”的开发模式，盲目追求开发规模和销售额，以量取胜，却忽视了商业地产在开发前的项目定位、业态组合及开发后的品牌运营、资本运作、物业管理等重要环节，使得商业地产的开发出现业态组合混乱、同质化严重、恶性竞争的局面；这种售后招商的发展模式，进一步导致商业地产招商难度加大，开发商失去招商自主权，影响了商业地产整体运作。

电子商务与零售实体竞争激烈，挤压潜在市场份额。随着近几年我国电子商务的崛起，带动了消费者消费习惯的改变，也对实体零售造成一定冲击。如下图表所示，2013 年至 2019 年我国

网络零售市场交易规模逐年增加，占社会消费品零售总额比例也逐年递增。为谋求利润空间，传统零售企业开始尝试推出电商策略，如万达线上线下无缝结合、国美收购较成熟的电商平台等，力求转型。电商和实体零售的跨界经营这一业务模式的创新，需要巨大的资金投入以及供应链、仓储物流的全面布局，这对传统的商业地产开发商无疑既是机遇，也是挑战。

2013 年至 2019 年社会消费品零售总额与网络零售市场交易规模主要统计数据

年份	社会消费品零售总额（亿元）	网络零售市场交易规模（亿元）
2013 年	242,842.80	18,851.00
2014 年	271,896.10	28,211.00
2015 年	300,930.80	38,285.00
2016 年	332,316.30	53,288.00
2017 年	366,262.00	75,693.00
2018 年	380,987.00	90,065.00
2019 年	411,649.00	106,324.00

数据来源：国家统计局和中国电子商务研究中心

近年来，随着我国电子商务、互联网经济以移动支付的发展，线上零售业务逐渐普及。根据国家统计局最新公布的数据显示，2018 年，全国网上零售额 90,065 亿元，比上年增长 23.9%。其中，实物商品网上零售额 70,198 亿元，增长 25.4%，占社会消费品零售总额的比重为 18.4%；在实物商品网上零售额中，吃、穿和用类商品分别增长 33.8%、22.0% 和 25.9%。而以双十一、双十二等电商狂欢节的成交额来看，我国网络零售行业发展迅猛，未来发展仍然有极大空间。

2013-2018 年中国网络零售市场规模统计图



最后，我国传统零售增长放缓，市场整合加速。近年来，随着我国移动互联网的发展，网络购物更加便捷，电商与实体经济日益激烈的竞争给我国传统零售模式造成了巨大冲击。由上图对比，2013年至2018年，我国社会消费品零售总额增幅低于中国网络市场交易规模增幅。因此，为谋求利润增长空间、突破业态瓶颈，我国商业地产如大型购物中心、百货商场和连锁超市并购交易日渐活跃。

2) 商业地产招商引资

招商引资是商业综合体开发运营的一个重要中间环节。我国商业综合体招商的传统模式是，在项目开发完毕后，开发商通过自己的招商团队或聘请专业的招商机构协助引导商家入驻。由上述行业现状分析可知，我国商业地产的招商存在一系列问题。

首先，商业地产近几年迎来投资建设高峰，但由于开发商缺乏对城市规划的综合考虑，综合体项目的选址与周边区域未来的配套规划出现一定程度偏离，导致项目的消费市场和消费能力受限，部分项目出现招商困难的局面。

同时，由于部分开发商是由住宅地产领域转型至商业地产领域，开发商缺乏一定的商业综合体项目运营经验，仅单纯复制住宅地产“先开发、后销售、最后招商”的开发模式，在开发前缺乏对不同类型主力店对于房屋公建标准的综合考虑，导致建成后的项目不符合拟引入主力店对于房屋公建标准和建设工程规划细节的要求，也一定程度加大了项目招商难度。

所以，对于商业综合体的招商，应遵循“先招商，后开发”原则。首先，需对项目进行准确定位。对于选址，开发商需要综合考虑城市建设规划，选择成熟的商业区域或者有升值潜力的新区；对于目标客户，需要区分大众消费者、高端消费者、业态细分消费者细分类型，将业态布局与细分客户类型及其消费品味对号入座；对于规模，需要综合考虑业主的单位租金收入、经营者的单位销售收入和拟建设区域的潜在消费市场容量；对于业态定位，需要结合地域选址进行合理定位，并在项目开工建设之前完成业态布局规划，使得商业项目的功能布局、建筑结构符合相应业态商铺的要求，便于后续招商。

在完成项目定位之后、项目正式开工建设之前，需要先进行招商。开发商应根据项目选址确定商业综合体主力店类型，分类进行招商。如项目位于城区商业区，则主力店以百货、电影院、数码城等休闲购物主题为主；如项目位于居民区，则可以大型超市、餐饮等为主；如项目位于偏远开发区，则可以家具、建材等为主。只有在开工建设前完成对主力店招商工作，才能按照主力店要求规划建筑结构以及确定商业综合体项目的整体业态布局。

综上，商业地产的招商工作具备一定的专业性，需要从城市建设规划、细分客户领域、投资规模、业态组合、主力店选择等多方面综合考量，这就凸显了兼具招商综合规划分析能力与多业态品牌库资源的专业招商服务机构对于项目建设前进行招商的重要性。开发商应重视开发前的招商工

作，借助专业招商服务机构进行主力店与配套业态的招商，对接不同业态的客户对项目的建设规划需求，以促成双方稳固合作及后续顺利运营。

(4) 电商服务行业发展情况

县域电商服务是针对广大县域政府和行业存在的“传统企业电商起步难”、“无流量或无转化”、“无团队”、“无效果”等痛点问题，发挥公司技术与团队优势，包括农产品上行、县级电子商务公共服务中心及农村电子商务培训体系建设项目。同时，深耕地方产业和农产品电商上线，引导国内国际消费品到县域消费平台和线下渠道，实现城乡联通、产业联通、供需快捷。全程辅导，避免走弯路拖周期，做实做细确保县域电商及时、高效、直接、有活力地对接到全球全国 O2O 供需生态圈中的建设和运营体系。

县域电商服务内容：农产品上行项目建设：建设农副产品质量溯源体系、农产品标准化体系、农特产品“双品牌”体系，整合物流资源、完善农村电子商务服务站体系。县级电子商务公共服务中心项目建设：构建县级电子商务公共服务中心组织架构，包括客服、研发、物流、品牌、数据统计等部门的建设；组建并培训出一支专业的电商团队。农村电子商务培训体系建设项目：搭建农村电子商务培训基地，聘请专业讲师团队，组建培训运营团队，不断开课培训。通过媒体、协会、宣传册、海报横幅等渠道，为电商发展营造有利氛围。公司为客户提供全托式电子商务服务，帮助客户全程运营电子商务业务。服务内容包括店铺运营、电商渠道规划、建站、产品上架、营销、客服、IT、仓储、物流、财务结算等运营衍生业务。

近年来，中国电子商务蓬勃发展带来了前所未有的发展机遇。2015 年，国务院发布了一系列政策大力支持电子商务的发展，内容覆盖跨境电子商务、“互联网+”指导意见、农村电子商务等多项政策。2016 年初，国务院发布了一系列关于农村电商的政策，大力支持电子商务在农村落地，体现出政府对发展农村电商、加速培养经济新动力的重视与支持。依托国内优质的互联网和电子商务行业环境，县域电商服务市场的长期保持高速快速发展状态，促使行业在更短的周期内完善了行业的整体升级，主要表现为：

1) 电商代运营逐渐向全程式服务模式发展

电商代运营企业不断加强服务体系，提高服务专业化程度和服务质量，电商代运营专业分工日趋深入，服务模式向全程式服务提供商和模块化服务提供商演进。全程式服务基本涵盖了品牌电商代运营的全部流程，从网站建设、营销推广、店铺运营等前端服务到仓储物流、IT 技术等后端服务，为品牌商提供快捷便利的整套服务；模块式服务则聚焦于单一或少数核心服务，在其他领域则选择与其他服务商合作为品牌商提供服务。

2) 品牌县域电商服务市场规模持续扩大

品牌电商服务起步于天猫平台上的代运营服务，随着电子商务行业的不断成熟，代运营服务逐

步升级为全程的电商服务，品牌电商服务进入快速发展阶段，天猫旗舰店成为天猫服务商主要平台。2018年，中国品牌电商服务市场规模达1,255.5亿元，增速达32.13%。

4、行业竞争格局

市场格局方面，招商服务行业在我国起步较晚，市场化程度较低，尚缺乏专属的行业监管体制及相关管理办法，硬性门槛低。随着我国宏观经济环境持续改善，产业要素加速聚集，政府、产业园区、开发商招商活动日益旺盛，招商需求迅速增大，将会吸引众多企业进入招商服务行业。为政府、产业园区和企业提供综合招商服务，县域电商服务，技术服务是商务服务业大类下的细分领域。由于我国本土商业地产起步较晚，对的招商服务亦尚处于初级阶段。对于商业地产的综合咨询服务提供商，国际上较有知名度的是戴德梁行、世邦魏理仕、仲量联行、高力国际戴维斯等著名咨询服务商，对商业地产项目提供包括市场定位、竞争环境分析、商业零售物业业态布局、招商策划、营销推广及商铺选址等综合服务。近年来发展较快的本土商业地产服务机构如谷川联行有限公司、浙江红连文化发展股份有限公司、武汉致盛文化创意产业股份有限公司、上海瑞铂慧家互联网科技股份有限公司、上海百程商务服务股份有限公司、北京汉博商业管理股份有限公司凭借其对中国本土商业地产、产业园区发展模式的了解和市场的深入研究，逐渐在招商服务领域占据国内市场份额的一席之地。

由于我国区域经济、城市规模和经济发展水平差异较大，产业园区建设已经初步呈现出集群化分布特征，从国家级高新区、国家级经济技术开发区智慧园区建设情况来看，已经形成“东部沿海集聚、中部沿江联动、西部特色发展”的空间格局。环渤海、长三角和珠三角地区以其雄厚的工业园区作为基础，成为全国智慧园区建设的三大聚集区；中部沿江地区借助沿江城市群的联动发展势头，大力开展智慧园区建设；广大西部地区依据各自园区建设特色，正加紧智慧园区建设。未来一段时间，中国中西部地区智慧园区建设或将来迎来全新的建设浪潮。招商服务行业将随之发生变化，形成新的竞争格局。

5、行业壁垒

(1) 人才壁垒

对于产业园区招商，由于现阶段我国产业园区开发建设已逐步由“盲目上马”的开发模式，转变为结合产业政策与产业链需求的高端精准化开发模式，要求招商过程要有力结合产业政策研究、产业定位、产业结构优化等专业领域，因此对招商人员专业性要求和综合素质要求较高，人才壁垒较高。

对于商业地产招商，虽然商业地产近年来呈现爆发式增长，投资额和项目建设数量激增，但由于我国商业地产发展时间短、运营经验不足、专业运营团队稀缺，为避免商业综合体开发的同质化，开发商需要针对不同业态主力店类型对项目的选址要求和规划要求进行整合规划；这就需

要对业态组合和选址规划有一定经验的专业人才提供建设前咨询、招商和运营服务，进而形成较高的人才壁垒。

(2) 资源壁垒

对于产业园区招商，由于我国产业园区开发运营已逐渐发展为“产学研一体化”模式，着重通过提高园区科研水平与创业服务水平，全力吸引国内外著名科技企业入驻园区。这一发展趋势对国内外科研院所资源、专业领域产业高科技企业资源提出较高要求，资源壁垒较高。

对于商业地产招商，在招商过程中，由于受到地域局限和行业经验局限，开发商所掌握的商家资源较为有限，而主力店类型选择和优质的业态组合是商业地产项目运营的关键。因此，这就需要强大的品牌库作为支撑。专业的招商服务机构由于与各大品牌合作，积累了较为丰富的行业经验，亦与各大品牌资源建立了长期、稳定的合作关系，品牌库资源丰富，如此强大的品牌库资源对项目招商对接将会大有裨益。因此，资源壁垒较为明显。

(3) 品牌壁垒

建立企业品牌形象是一个长期的过程，需要持续的优质服务、丰富的行业经验和大量的资金投入。对于产业园区招商，由于优质的品牌往往具有高附加值和较强的市场号召力，以品牌为核心的市场竞争日益凸显。良好的品牌能够吸引各产业细分领域的优质企业主动参与合作洽谈，也有助于获得更多产业园区信息资源和政府支持，品牌壁垒明显。

对于商业地产招商，由于商业地产项目运营时间周期长、资金投入大、发展时间短，开发商更加偏向于与具有一定口碑和品牌形象、具有大量成功案例、行业经验丰富的招商服务提供方合作，以保证项目成功运营，进而形成品牌壁垒。

(4) 行业经验壁垒

对于产业园区招商，一方面，近年来我国产业园区招商模式，逐步由政府主导招商转变为委托第三方专业招商服务机构辅助招商，由于产业园区资金投入和发展规模普遍较大，而专业招商服务机构质量参差不齐，政府及开发商更愿意与行业经验丰富的招商服务方合作，以保证项目顺利落地。

对于商业地产招商，由于商业地产项目往往运营时间周期长、资金投入大、开发商运营经验不足，为保证项目的业态组合与项目综合条件匹配，实现资金的顺利回笼，开发商更倾向于与行业经验丰富的招商服务方合作。

(二) 市场规模

1、产业园区招商服务

根据国家统计局数据，2018 年我国国内生产总值实现 900,309 亿元，同比增长 6.6%；第二产

业增加值达 279,997 亿元，占 GDP 总量的 40.5%，第二产业增加值 366,001 亿元，增长 5.8%。2019 年前三季度，全国规模以上工业增加值同比增长 5.6%。工业战略性新兴产业增加值同比增长 8.4%，增速快于规模以上工业 2.8 个百分点。高技术制造业增加值同比增长 8.7%，增速快于规模以上工业 3.1 个百分点；占全部规模以上工业比重为 14.1%，比上半年提高 0.3 个百分点。

同时，为支持战略新兴产业发展，培育新的经济增长点，国家发改委办公厅于 2015 年印发《战略新兴产业专项债券发行指引》，鼓励节能环保、新一代信息技术、生物、高端设备制造、新能源、新材料等领域符合条件的企业发行战略新兴产业专项债券。由此可见，在国家经济发展和政策支持下，我国工业结构逐步向高技术产业和战略新兴产业转变，产业结构的不断优化为产业园区发展创了有利条件。

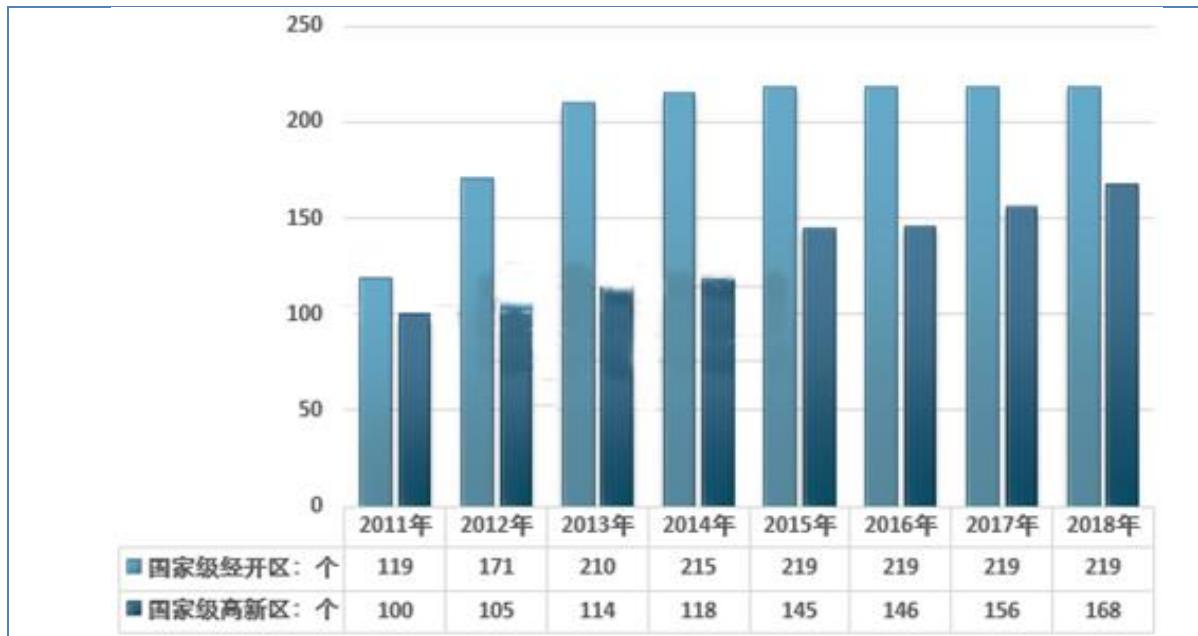
2018 年全国固定资产投资(不含农户)635,636 亿元，比上年增长 5.9%。自 2010 年至 2018 年全国固定资产投资不断增加；2013 年至 2018 年，全国固定资产投资增速在降低。



数据来源：国家统计局

国家级开发区（包括国家级高新区、国家级经开区）数量从 2011 年的 2018 家增长到 387 家，年均复合增长率达 12.5%。

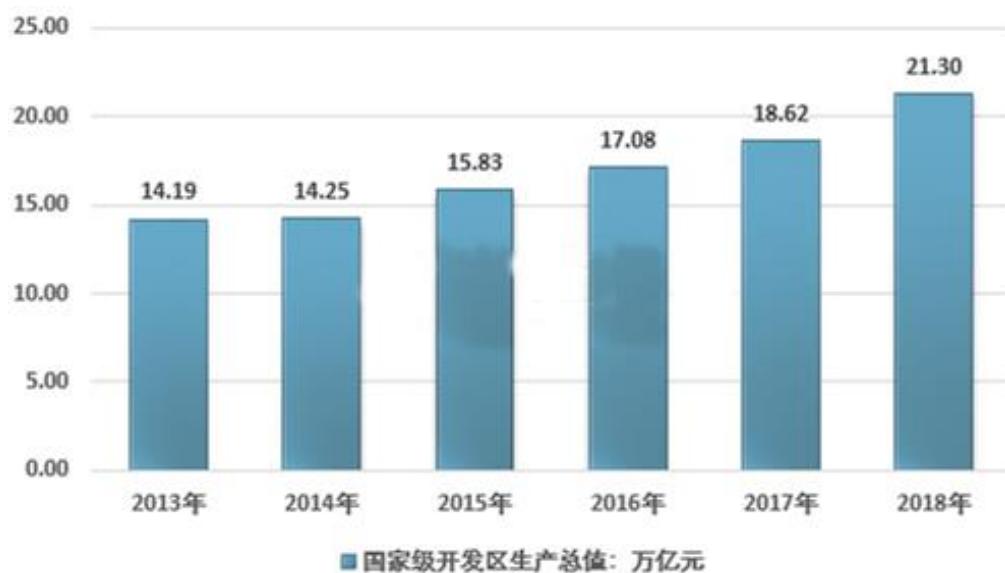
2011-2018 年中国国家级开发区细分情况



资料来源：智研咨询整理

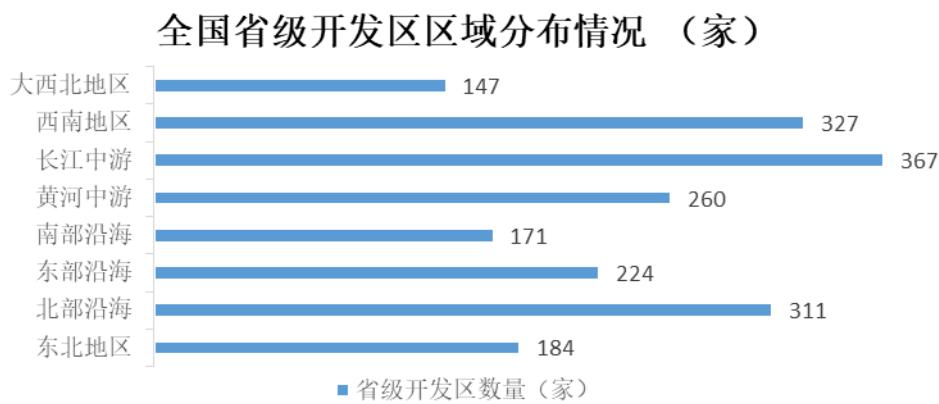
国家级开发区数量在 2012-2013 年间快速增长后，进入到平稳增长阶段。在“四个全面”战略布局大背景下，国家级开发区的审批更为审慎。截至 2018 年底，国家级高新区共 168 家，国家级经开区共 219 家。

2017 年纳入统计的 156 家国家高新区全年实现园区生产总值 9.52 万亿元，同比增长 7.5%，占我国国内生产总值的 11.5%，接近北上广深四个一线城市 2017 年 GDP 总量。企业实际上缴税费 1.73 万亿元，同比增长 10.5%，占全国税收收入的 12.0%。2018 年我国 168 家高新区全年实现园区生产总值 11.1 万亿元左右。



资料来源：智研咨询整理

根据《中国开发区审核公告目录 2018》，截至 2018 年初，全国已有 552 个国家级经济开发区、出口加工区、保税区等；同时，各类省级开发区达 1991 个，主要分布在北部沿海地区、长江中游地区、西南地区黄河中游地区及东部沿海地区，具体如下图所示。因此，随着国家产业链加速整合的发展势头，巨大的产业园区市场存量能够进一步带动产业园区招商需求。



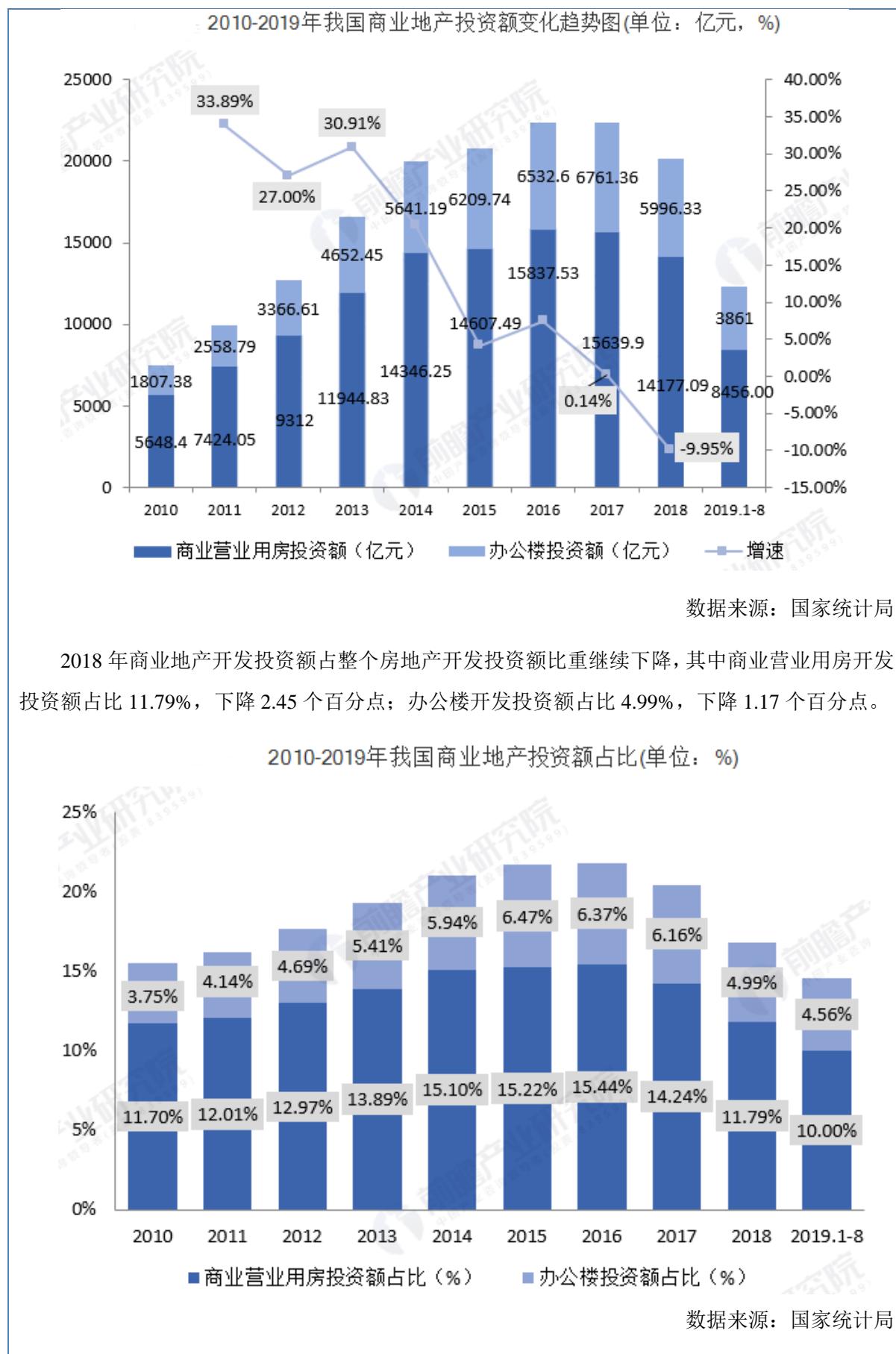
数据来源：《中国开发区审核公告目录 2018》

综上，我国国民经济的持续增长、工业产业结构的优化、高新技术产业的政策利好和产业园区的巨大存量，将给产业园区的招商服务业带来可观的市场需求。

2、商业地产招商服务

2014 年，新华社发布《国家新型城镇化规划（2014-2020 年）》，提出目标：1、城镇化水平和质量稳步提升，常住人口城镇化率达到 60% 左右，“努力实现 1 亿左右农业转移人口和其他常住人口在城镇落户”；2、城镇化格局更加优化，城市规模结构更加完善，中小城市数量增加，小城镇服务功能增强；3、城市发展模式科学合理，使绿色生产、绿色消费成为城市经济生活主流；4、城市生活和谐宜人，落实基础设施和公共服务，消费环境更加便利，促进城市发展个性化，城市管理人性化、智能化；5、城镇化体制机制不断完善。

2010 年至 2019 年 1-8 月，商业营业用房投资额、销售额和销售面积均呈现出下跌趋势。整体而言，我国商业营业用房投资额从 2010 年的 5,648 亿元上升至 2018 年的 14,177 亿元，复合增长率达 13.56%；办公楼投资额从 2010 年的 1,807 亿元上升至 2018 年的 5,996 亿元；商业地产中的商业营业用房、办公楼已过了投资高峰期，2018 年商业地产开发投资额为 20,173.42 亿元，增速下滑严重，同比下降 9.95%，加之电商交易模式的快速下沉，对零售商业的冲击愈发强烈，商业地产行业变革压力愈发迫切。



3、电子商务服务行业概况

(1) 随着网民群体的不断扩大和人均可支配收入的不断提高，我国电子商务交易规模稳定增长

近年来，我国网民数量不断增长，网民规模持续扩大。根据中国互联网络信息中心发布的第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2018年12月，我国网民规模达8.29亿，互联网普及率为59.6%。随着互联网的进一步普及和电子信息化在国民生活中的逐渐渗透，消费者网上购物的消费习惯逐步形成，我国网络购物用户数不断增加。根据CNNIC统计数据，截至2018年12月，我国网络购物用户规模达到6.10亿，较2017年底增加14.4%。

2006-2018年我国网民规模和互联网普及率



资料来源：中国互联网络信息中心

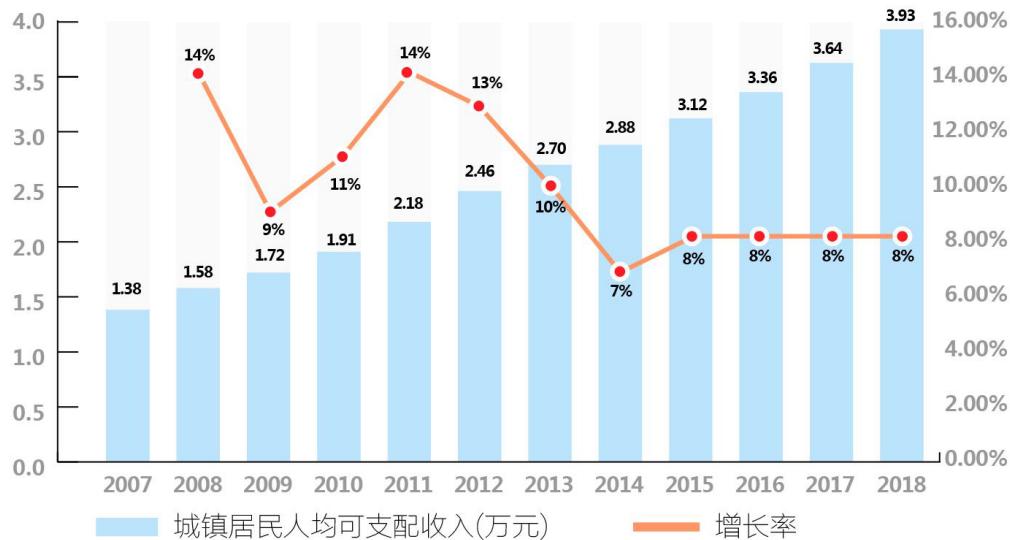
2007-2018年我国网购用户人数



资料来源：中国互联网络信息中心

随着我国城镇化率和人均可支配收入的不断提高，我国进入城镇化的快速发展和个人消费水平稳步增长的阶段。根据国家统计局数据显示，2018年，我国城镇化率达到了59.58%。城镇人口的不断增长和人均可支配收入的逐步提高将进一步促进个人消费的快速增长。城镇居民是网络购物的主力军，电商行业将受益于城镇化率和人均可支配收入上升所带来的红利。

2007-2018年我国城镇居民人均可支配收入



资料来源：国家统计局

网络购物交易规模不断扩大，本地生活服务O2O、在线旅游、教育、金融等行业迅猛发展，共同促进了我国电子商务市场整体规模的快速增长。根据《中国电子商务报告》显示，2017年全国电子商务交易额达29.16万亿元，同比增长11.7%。依据《电子商务“十三五”发展规划》目标，到2020年，我国电子商务交易市场总规模将翻番超过40万亿，其中，网络零售交易额将达到10万亿；整个电子商务交易市场将保持平稳增长状态。

随着中国电子商务的发展，2011-2018年中国电子商务交易规模持续走高，2018年达到31.63万亿元。许多与电子商务相关的行业也出现了爆发性的增长，例如电子商务代运营服务、电子商务营销服务、电子商务咨询服务。

2011-2018年中国电子商务交易规模



资料来源：商务部

2018 年中国电商代运营市场规模 9623 亿元，同比增长 23%，2011-2018 年中国电商代运营市场规模复合增长率 64.49%。

(2) 大数据时代来临为电子商务服务行业带来新的发展机遇

大数据技术不仅能有效采集、储存海量数据，并且在短时间内进行复杂的数据分析，实现数据信息的转化和升值，在实现产业升级和企业发展过程中发挥着重要作用。借助大数据分析结果对电商营销决策的指示性建议，电子商务服务企业可以将电子商务服务推向精准化、实时化、高度差异化和个性化，进而有效推进电子商务服务行业的改革创新和蓬勃发展。

传统的电子商务服务受限于数据精准分析和收集能力不足，大多依赖于服务商的行业经验或商业直觉开展市场营销，不但对消费者数据资源造成浪费，而且容易因为推送不相关信息给消费者带来不好的购物体验。在大数据时代背景下，精准化的产品推荐和个性化的产品服务成为新趋势。电子商务服务商建立消费者数据库，进行大数据挖掘和整合，得到用户的购物习惯、兴趣偏好和购买商品方向等，实时对网站的商品和营销模式进行调整，进行具有针对性的购买引导。这样不但能够提升用户的购物体验，增加产品营销的成功率，而且能降低营销的成本开支，提高电子商务服务企业的利润水平。

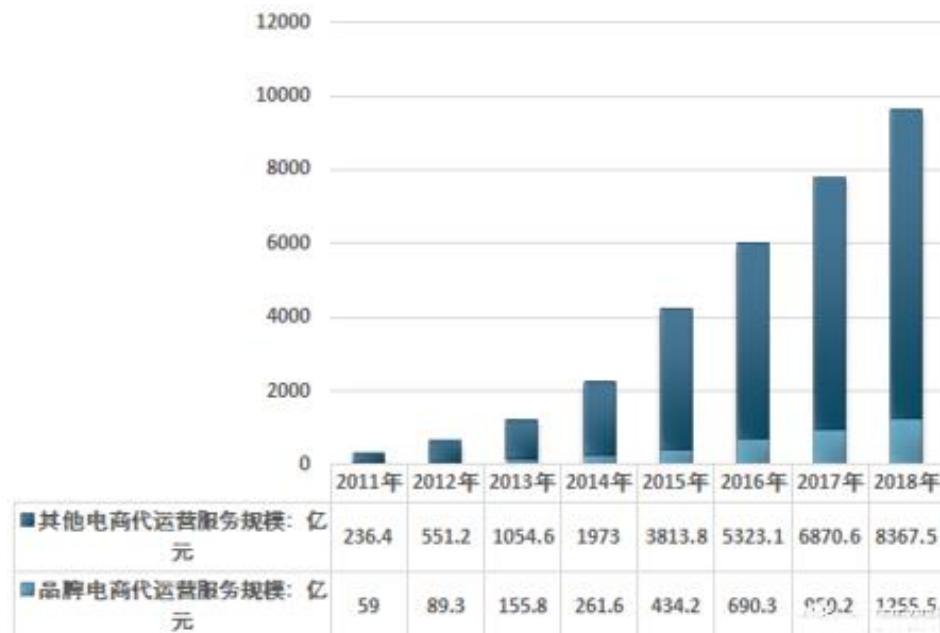
从庞大的消费数据背后挖掘出更能打动消费者的产品和服务，根据用户的习惯和爱好对产品及服务进行针对性地调整和优化，创造更为有趣和有效的服务模式，这是大数据时代赋予电子商务服务行业的新发展机遇。

(3) 品牌电商代运营服务市场规模持续扩大

品牌电商服务起步于天猫平台上的代运营服务，随着电子商务行业的不断成熟，代运营服务

逐步升级为全程的电商服务，品牌电商服务进入快速发展阶段，天猫旗舰店成为天猫服务商主要平台。2018年，中国品牌电商服务市场规模达1255.5亿元，增速达32.13%。

2011-2018年中国电商代运营细分市场规模



资料来源：商务部智研咨询

4、行业未来发展趋势

(1) 产业园区招商服务

产业园区的招商服务行业发展依托于产业地产的发展和国家关于产业政策的变革调整。未来，产业园区的开发建设将从融资方式、产业布局、产业园区配套等诸多方面进一步发展完善。

首先，融资方式多元化。由于产业园区开发、引导企业落地和后续运营周期较长，传统的银行贷款和政府财政补贴已无法满足产业园区资金需求。未来，产业地产开发商可以通过与政府合作设立产业发展基金、与金融机构合作发行房地产信托投资基金等资产证券化产品、与PE/VC企业合作吸引股权投资等多元化方式进行融资。

其次，产业布局精细化。随着我国产业地产开发逐渐由粗放型开发到产业链全面整合的趋势过渡，产业园区对于主力企业和上下游配套企业的优化整合要求全面提高。这一趋势对产业园区进行精细化招商提出更高要求，这就需要对产业链和产业结构较为了解的专业化招商团队来全面协助招商。

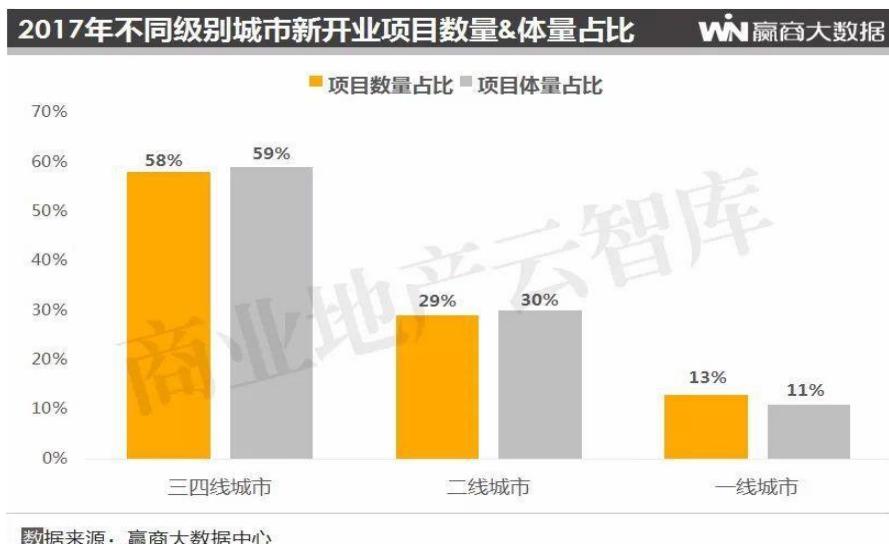
最后，产业园区社区化。随着我国产业园区“产城融合”、“智慧园区”、“文化+”等新型概念的输入，产业园区的软环境和配套设施逐步完善。所以，在对产业园区预期规划时，为了促进

后续招商推广活动顺利进行，开发商应结合产业园区特点全面完善居住、休闲、商业等配套设施，进一步取得先发竞争优势。

(2) 商业地产招商服务

商业地产的招商服务行业发展依托于我国商业地产的发展。自我国 2010 年对住宅类地产进行宏观调控以来，商业地产作为政策洼地保持持续快速增长的态势。未来商业地产的发展倾向成为各开发商不得不重视和思考的问题。

首先，商业地产投资需求延伸至三四线城市。随着商业地产开发热潮兴起，我国一线、二线城市可开发商业地产资源锐减，购物中心平均空置率均已超过 6% 警戒线。根据《2017 中国商业地产发展年度报告》整理数据显示，目前，全国人口中三四线城市人口占比约为 53%，而三四线城市购物中心只占全国城市购物中心总数的 16.5%。因此，我国三四线城市的商业地产具有较大的市场机遇。



数据来源：赢商大数据中心

其次，商业综合体进行业态调整，业态体验创新。自国务院办公厅发布《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》以来，我国商业综合体业态调整势在必行。未来，商业综合体将调整经营结构，丰富业态体验，使之由“千店一面、千店同品”的传统销售场所，逐渐变革升级为结合休闲、运动、娱乐、餐饮、教育等多方面消费诉求的“智慧商圈”；同时，项目运营商将进一步优化商品品类，使之适应中低端消费群体和高端消费群体的不同消费诉求。

最后，互联网和商业地产紧密结合，商业模式升级。由于电商与实体零售存在一定程度的兼容性，未来更多商业地产商会搭建电子商务平台，运营方将充分利用电子商务平台带来的大数据，精准掌握客群数量、消费习惯、销售情况等信息，从而便于后续营销推广和品牌调整；同时，大数据、智能货架、自动收银、移动互联、线上 APP 等互联网技术工具将成为商业综合体标准配置，这些信息技术手段将推动传统商业地产革新。

(3) 电子商务服务行业

电子商务服务商的收入和利润水平主要跟随所处产品领域的行业状况波动。线上管理服务通过服务费或销售提成的形式获得收入，利润率水平根据服务商能够提供的服务种类、与品牌方议价能力、运营能力等有所差异；线上营销服务和线上分销则通过商品的采购和销售赚取差价，利润率水平根据服务商运营能力、业务规模等有所差异。

快消品的线上市场规模持续扩大，品牌方对电子商务服务的需求日益增强，电子商务服务行业市场规模预计将保持一定增长。同时，云计算、大数据等前沿技术不断发展，提高了电子商务服务行业在市场分析和业务决策等方面的执行效率，并从整体上增强了行业的整体竞争力，因此，行业的利润率水平总体上将逐步趋于稳定。

(三) 行业基本风险特征

1、政策风险

产业园区和商业综合体的招商服务依托于工业地产和商业地产的发展，而工业地产和商业地产很大程度依靠国家政策的扶持。2010年我国陆续出台一系列房地产宏观调控政策，加大对住宅类地产的调控力度，导致住宅类房地产企业资本向商业地产转移，作为政策洼地的商业地产迎来了新一轮扩张。2013年中共第十八届中央委员会第三次全体会议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，强调要推动“产业和城镇融合发展”，后续进一步推出一系列关于产城融合建设的利好政策。政府政策的出台推动了我国产业园区建设步伐。

如果未来我国宏观调控政策进一步开始严厉管控商业地产，或者产业政策进一步调整不利好产业园区发展，则会直接影响产业园区与商业地产的开发及招商运营。

2、人才流失风险

当今商业地产的招商服务人员需要熟知产业政策、产业链整合以及“互联网+”“文化+”“智慧城市”等新兴概念，才能有效引导企业入驻实现产业链整合；商业地产的招商服务则需要商业地产方面专业知识储备和各业态品牌资源兼备的复合型人才。由于招商谈判周期长、专业性要求高，招商服务领域作为典型的专业服务领域，对专业人才的要求较高，属于智力密集型行业。因此，招商服务人员的流失会对招商进程起到重要不利影响。

3、行业竞争加剧的风险

招商服务行业在我国起步较晚，市场化程度较低，尚缺乏专属的行业监管体制及相关管理办法，硬性门槛低。随着我国宏观经济环境持续改善，产业要素加速聚集，政府、园区、开发商招商活动日益旺盛，招商需求迅速增大，将会吸引众多企业进入招商服务行业，而其专业水平和行业经验普遍需要累积过程，期间可能导致同质化竞争或无序竞争，对行业的有序健康发展带来不利影响。

(四) 公司面临的主要竞争状况

1、公司在行业中的竞争地位

公司专注于提供招商服务、电商代运营服务细分领域，公司提供招商资源、投资资源、营销策划、项目包装、招商推广、招商代理、招商咨询、人才培训、招商接洽、线下项目推介、组织实地考察、组织论坛峰会、大数据招商分析等全程一站式招商闭环服务。公司发挥自身大数据应用技术、优秀的搜索引擎优化资源、强大的招商和营销团队资源、优秀的制作技术团队资源，采用线上网络推广，线下驻点招商的招商代理模式，为招商项目提供一站式招商代理服务。

通过 Choice 数据统计，公司竞争对手以及潜在竞争对手主要有：谷川联行有限公司、浙江红连文化发展股份有限公司、武汉致盛文化创意产业股份有限公司、上海瑞铂慧家互联网科技股份有限公司、上海百程商务服务股份有限公司、北京汉博商业管理股份有限公司等。主要竞争对手的基本情况如下：

谷川联行有限公司成立于 2014 年，主营业务包括为政府园区提供全方位招商引资、招商信息化、招商运营、招商培训的招商整体解决方案，为企业选址提供一站式服务，利用旗下在线推广平台“中国厂房招商网”和“选哪儿网”为工业地产项目提供市场研究调研、运营策划、推广营销以及招商代理服务。

浙江红连文化发展股份有限公司成立于 2012 年，2016 年于股转系统挂牌，证券代码：838228。该公司是一家集咨询、策划、开发、招商、运营管理于一体的一站式文化主题产业园运营服务商，主营业务包括对产业园区进行投资开发、合作开发、代理运营、品牌加盟等。目前，该公司旗下已经拥有一家专业的园区管理公司。

武汉致盛文化创意产业股份有限公司成立于 2009 年，2017 年于股转系统挂牌，证券代码：871426。该公司是一家专业从事文化创意产业园区一站式运营服务的公司，其主营业务包括对文化创意产业园区提供地产策划、招商运营、产业管理和平台服务等。

上海瑞铂慧家互联网科技股份有限公司成立于 2013 年，2016 年于股转系统挂牌，证券代码：839573。该公司是一家为商业地产项目提供策划咨询、运营管理、招商代理服务的企业，主营业务包括为商业地产开发商提供全程咨询顾问服务、为商业物业业主提供项目的招商服务、对商业项目提供全面运营管理服务等。

上海百程商务服务股份有限公司成立于 2011 年，2019 年于股转系统挂牌，证券代码：873153。主营业务为对政府、产业园区和商业地产提供综合招商服务，并为招商品牌企业提供营销策划服务。是一家以互联网平台为基础，在充分研究客户需求、深入分析市场形势的前提下，通过线上、线下有机结合的集成化服务模式，全程一站式覆盖招商策划、招商推广、招商代理等招商活动全过程的招商综合服务商。

北京汉博商业管理股份有限公司成立于 2005 年，2015 年于股转系统挂牌，证券代码：831576。该公司是一家为商业地产提供综合咨询服务的企业，主营业务包括为客户提供商业策划服务、商业规划顾问服务、工程顾问服务、招商服务、商业运营管理服务等综合服务；服务对象涵盖城市综合体、购物中心、社区商业、文旅商业等诸多商业地产业态。

2、公司的核心竞争优势

(1) 精准的招商服务能力

公司以**采购广告服务商大数据服务**和驻点实地考察相结合的方式，获取项目资源。通过大数据技术应用，对有招商需求的政府、企业进行全面细致的资源分析、资源展示及线上推广，并通过大数据分析系统对采集数据按照地域、行业等特征进行分类，按照分类结果建立项目库，根据项目库对招投方进行信息匹配，以提高项目供需方接洽效率，为客户提供精准招商的服务。

(2) 线上线下相结合的服务模式

除使用大数据技术来匹配招投信息等线上推广途径外，公司还通过承办投资说明会、项目推介会、招商培训会、招商交流会等内容形式丰富的线下活动进行项目和投资方的交流接洽。为助力政府招商引资，促进招投信息的有效对接，提高项目方与投资方的沟通效率，公司不定期组织承办线下招商推介活动。同时，为进一步加深与招商企业的交流、及时了解国家关于产业和商业地产方面的政策改革以及加深同行业间的业务沟通，公司每年会组织各式招商培训会，以进一步提高公司品牌知名度、获取更多外部品牌渠道及潜在项目合作机会。既具有线上强大的数整合分析能力，又具有线下活动推介的营销策划和执行能力，公司具有对政府、产业园区、企业项目进行精细化招商的专业服务能力，在行业内具备竞争优势。

(3) 公司管理及团队优势

除使用大数据技术来匹配招投信息等线上推广途径外，公司还通过承办投资说明会、项目推介会、招商培训会、招商交流会等内容形式丰富的线下活动进行项目和投资方的交流接洽。同时，为进一步加深与招商企业的交流、及时了解国家关于产业和商业地产方面的政策改革以及加深同行业间的业务沟通，公司每年会组织各式招商培训会，以进一步提高公司品牌知名度、获取更多外部品牌渠道及潜在项目合作机会。既具有线上强大的数据整合分析能力，又具有线下活动推介的营销策划和执行能力，公司具有对政府、产业园区、企业项目进行精细化招商的专业服务能力，在行业内具备竞争优势。

(4) 成熟的运营管理系

公司为客户提供招商活动一站式整体解决方案，涵盖招商咨询、**营销技术、品牌策划、招商推广、招商代理等综合招商服务体系**。公司通过专业的营销策划方案、招商工具打造、全渠道大数据推广，接洽潜在加盟商或合作商，并运用专业会议演示、重点客户深耕、新客户粘性拓展等方式帮助企业和项目在较短时期内获得丰富渠道资源。公司致力于为客户提供科学、系

统、专业、规范的招商整体解决方案。

3、公司的竞争劣势

公司致力于为产业园区和商业地产提供全面专业的综合招商服务，借助近年来政策利好因素，公司发展迎来良好机遇。但整体而言，该类市场目前尚处于成长期，存量完全打开仍需时日。公司作为业内先发企业，2017年正式开展业务以来虽取得较快成长，但总体而言，目前公司体量依然较小。2018年、2019年，公司总资产分别为4,881,269.94元、13,042,498.08元，2018年、2019年的营业收入分别为26,015,563.08元、41,005,719.35元，相较于同行业其他挂牌公司而言，规模偏小。如果未来公司无法通过持续扩展新客户、挖掘市场增量、对新业务力求作为等方式扩大营业规模，公司抵御市场风险的能力将受到制约，并面临持续盈利和成长性风险。

（五）其他情况

1、产业链结构

公司作为一家以大数据营销为依托，以招商服务为主营业务，提供**招商咨询、营销策划、招商代理、招商推广等招商全环节**的招商综合服务商。公司依托县域电商服务带动农旅特项目孵化，依托产业园招商运营促进地方产业升级，致力于为客户提供科学、系统、专业、规范的招商整体解决方案，同时也为招商企业量身定制品牌包装和营销策划服务。

（1）上游行业情况

对于招商服务商而言，上游行业主要集中在基础设施建设、广告商、云计算、大数据、软件、芯片及智能制造等，此外，招商服务商的上游行业还包括广告制作、人力资源类服务等。公司具备完备的服务体系和职能部门，因此公司除了将部分业务外包给广告商外，没有严格意义上的保持长期合作关系的上游企业。

（2）下游行业情况

对于招商服务商而言，行业下游主要包括政府部门、园区、企业客户等，下游的盈利主要来自于为客户提供招商活动一站式整体解决方案的收入。国家级开发区（包括国家级高新区、国家级经开区）数量从2011年的219家增长到2016年的375家，年均复合增长率达13.5%。公司所处行业作为这些行业的上游行业也得以蓬勃发展，行业发展呈现一个旺盛发展的态势。

2、影响行业发展的有利因素

（1）国家产业政策支持

2016年11月23日，国务院扶贫办、发展改革委、中央网信办发布的《关于促进电商精准扶贫的指导意见》，2015年11月09日，国务院办公厅发布的《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》都指出，实施电商扶贫工程，推动互联网创新成果与扶贫工作深度融合，带动建档立卡贫困人口增加就业和拓宽增收渠道，加快贫困地区脱贫攻坚进程。招商服务业、县

域电商服务将在国家相关政策的支持下，得到更大的发展空间。

(2) 行业空间及市场前景

公司作为综合招商服务的机构，受益于国家近年来对促进工业地产、产业园区开发的政策鼓励及进一步促进产城融合的产业发展策略，也受益于国家长期以来对住宅地产严格的宏观调控以及提高城镇化水平的利好政策影响，产业园区、商业地产招商需求持续，行业前景广阔、市场空间可观。

对于产业园区招商服务，中国指数研究院数据显示，2010 年至 2017 年上半年，全国工业用地总成交面积达 1,693 万亩，2018 年，全国共成交工业用地 7.7 亿平方米，同比增长 27.9%，成交量增速自 2014 年以来呈上升趋势。工业用地成交量的上升与产业园区建设发展势头密不可分，相辅相成。根据《中国开发区审核公告目录 2018》，截至 2018 年初，全国已有 552 个国家级经济开发区、出口加工区、保税区等；同时，各类省级开发区达 1,991 个，其中北部沿海地区 331 个、长江中游地区 367 个、西南地区 327 个，黄河中游地区 260 个，东部沿海地区 224 个。然而，面对巨大的存量市场，我国工业地产市场并不是一个发展完善的商业市场。长期以来，我国各类工业园区大都以政府招商为主导，以各地政府招商机构牵头，成立招商办、招商局，运用有限的人力物力资源、在有限的地域空间范围内进行招商引资；园区的实体运营亦缺乏市场化运作手段，绝大多数工业园区以传统工业经济为主，大部分企业选择入驻园区往往也只是以当地政府税收优惠等短期利益作为考量，园区招商与企业选址均缺乏整体性、产业型规划，导致国内园区同质化严重。

因此，产业园区招商领域拥有可观的行业前景及市场空间。随着国家产业链加速整合的发展势头，以蓝奥科技为首的国内优质工业地产招商服务行业企业，将以巨大的产业园区市场存量为依托，利用自身专业招商人才，及辐射全国的互联网招商平台，进一步提升园区招商效率、达到全产业链优质资源的高效整合。

同时，我国城镇化进程加快，居民消费水平逐年提升，也相当程度上促进了商业地产的发展。如下表所示，我国城镇人口从 2010 年的 6.7 亿人增至 2018 年的 8.3 亿人，城镇化率由 49.68% 增至 59.58%，社会消费品零售总额由 2010 年的 158,008 亿元上升至 2018 年的 380,987 亿元，城镇人口和城镇化率呈现逐年上升趋势，居民消费水平更是成倍增长。

年份	城镇总人口（亿人）	城镇化率	社会消费品零售总额（亿
2010	6.70	49.68%	158,008.00
2011	6.91	51.27%	187,205.80
2012	7.12	52.57%	214,432.70
2013	7.31	53.73%	242,842.80
2014	7.49	54.77%	271,896.10

2015	7.71	56.10%	300,930.80
2016	7.938	57.35%	332,316.30
2017	8.13	58.52%	366,262.00
2018	8.30	59.58%	380,987.00

国家级开发区（包括国家级高新区、国家级经开区）数量从 2011 年的 219 家增长到 2018 年的 387 家，年均复合增长率达 8.8%。预计国家级开发区数量在 2018-2022 年间快速增长后，进入到稳定增长阶段。随着国家级开发区不断增加，将为招商服务业的发展带来更多契机。

政策利好提高了商业地产项目的供给量，逐渐提高的城镇化率和快速增长的居民消费水平进一步从需求方面带动了商业地产的发展，政策规范指导促进了商业地产的转型升级，产业园区不断增加；这一更高阶段的供需循环进一步带动了更加专业的商业地产招商服务需求，为其招商服务领域提供了广阔的行业前景及市场空间。

（2）大数据时代来临为电子商务服务行业带来新的发展机遇

大数据技术不仅能有效采集、储存海量数据，并且在短时间内进行复杂的数据分析，实现数据信息的转化和升值，在实现产业升级和企业发展过程中发挥着重要作用。借助大数据分析结果对电商营销决策的指示性建议，电子商务服务企业可以将电子商务服务推向精准化、实时化、高度差异化和个性化，进而有效推进电子商务服务行业的改革创新和蓬勃发展。

传统的电子商务服务受限于数据精准分析和收集能力不足，大多依赖于服务商的行业经验或商业直觉开展市场营销，不但对消费者数据资源造成浪费，而且容易因为推送不相关信息给消费者带来不好的购物体验。在大数据时代背景下，精准化的产品推荐和个性化的产品服务成为新趋势。电子商务服务商建立消费者数据库，进行大数据挖掘和整合，得到用户的购物习惯、兴趣偏好和购买商品方向等，实时对网站的商品和营销模式进行调整，进行具有针对性的购买引导。这样不但能够提升用户的购物体验，增加产品营销的成功率，而且能降低营销的成本开支，提高电子商务服务企业的利润水平。

从庞大的消费数据背后挖掘出更能打动消费者的产品和服务，根据用户的习惯和爱好对产品及服务进行针对性地调整和优化，创造更为有趣和有效的服务模式，这是大数据时代赋予电子商务服务行业的新发展机遇。

（3）政府引导建设智慧园区

社会主义市场经济体制下，“政府引导、社会跟进”模式还是比较明显的，因此，国内园区政府是引导智慧园区建设的主导力量，尤其是在资源投入方面主要还是依赖政府运作。在国家层面，工业和信息化部发布了《中国信息化城市发展指南》，为城市信息化建设的重点、思路提供了指导。在地方层面，地方政府的财政投入以及本地政府对智慧园区建设的重视程度，是影响智慧园

区建设的决定力量，经济实力越好，机制体制越灵活的城市，对于智慧园区的建设推进力度越大。智慧园区建设将带动招商服务业的发展。

4、影响行业发展的不利因素

(1) 专业人才相对短缺

产业地产的招商服务人员需要熟知产业政策、产业链整合以及“互联网+”“文化+”“智慧城市”等新兴概念，才能有效引导企业入驻实现产业链整合；商业地产的招商服务则需要商业地产方面专业知识储备和各业态品牌资源兼备的复合型人才。由于招商谈判周期长、专业性要求高，招商服务领域作为典型的专业服务领域，对专业人才的要求较高，属于智力密集型行业。整体而言，符合要求的高素质人才储备及供应仍落后于招商服务行业的发展速度，中高层管理人才的短缺成为制约招商服务行业发展的主要瓶颈之一。

(2) 缺乏明确的行业监管体制

招商服务行业属于新兴服务业，缺乏明确的行业监管体制，且无严格意义上的进入门槛。随着国家宏观经济的好转以及经济结构转型力度的加大，招商服务行业的政策促进，进入招商服务行业领域的中小企业逐渐增多，由于刚进入该领域的企业的专业水平和行业经验有限，可能产生无序竞争，从而导致竞争加剧，对行业的有序健康发展带来不利影响。

5、行业的区域性、季节性、周期性特征

我国区域经济、城市规模和经济发展水平差异较大，产业园区建设已经初步呈现出集群化分布特征，从国家级高新区、国家级经济技术开发区智慧园区建设情况来看，已经形成“东部沿海集聚、中部沿江联动、西部特色发展”的空间格局。环渤海、长三角和珠三角地区以其雄厚的工业园区作为基础，成为全国智慧园区建设的三大聚集区；中部沿江地区借助沿江城市群的联动发展势头，大力开展智慧园区建设；广大西部地区依据各自园区建设特色，正加紧智慧园区建设。未来一段时间，中国中西部地区智慧园区建设或将来迎来全新的建设浪潮。因此，招商服务行业具有一定的区域性。

由于招商服务行业受宏观经济影响较大，与宏观经济波动的相关性明显，宏观经济的周期性波动对招商服务业务带来影响，因此具有一定的周期性特征。

招商服务行业具有季节性，从公司的财务数据、销售情况、采购情况来分析，公司受到下游客户所在行业的季节性的影响较大，下游客户的行业不同以及季节性特征不同，对公司业务有较强的影响。

八、 公司持续经营能力

事项	是或否
公司是否在每一个会计期间内都存在与同期业务相关的持续营运记录	是
公司最近两个完整会计年度的营业收入是否累计不低于1000万元	是
公司是否存在因研发周期较长，最近两个完整会计年度的营业收入累计低	否

于1000万元，但最近一期末净资产不少于3000万	
公司期末股本是否不少于500万元	是
公司期末每股净资产是否不低于1元/股	是

(一) 报告期内公司运营记录

2018 年度、2019 年，公司营业收入分别为 26,015,563.08 元、41,005,719.35 元，最近两个完整会计年度的营业收入累计不低于 1,000 万元。公司报告期末股本为 6,800,000 元，超过 500 万元。公司报告期末的净资产为 7,193,087.31 元，每股净资产为 1.06 元，报告期末的每股净资产不低于 1 元/股。

报告期内，公司主营业务突出，公司自设立以来主营业务没有发生重大变化。中审华会计师事务所（特殊普通合伙）出具了标准无保留意见《审计报告》，公司按照《企业会计准则》的规定编制了报告期内的财务报表，公司不存在依据《公司法》第一百八十一条规定解散的情形，或法院依法受理重整、和解或者破产申请，不存在《中国注册会计师审计准则第 1324 号—持续经营》应用指南中列举的影响其持续经营能力的相关事项或情况，且相关事项或情况导致公司持续经营能力存在重大不确定性，亦不存在其他对公司持续经营能力产生重大影响的事项或情况。

经过多年的运营发展，公司形成了较为稳定的商业模式。公司立足于招商服务行业，主营业务为提供**招商服务**、县域电商服务、技术服务。报告期内，公司的业务主要分布在华南和华中地区，主要客户为这些区域的政府、产业园区、企业等客户。

(二) 资金筹集能力

公司目前主要依靠自有资金和股东投入满足短期资金需求，公司在报告期内未发生债务违约情况。2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日公司应收账款周转率分别为 14.84 倍、6.77 倍，公司所处行业为商务服务业，具有轻资产、零库存的特征，报告期内无存货余额；总资产周转率分别为 5.89 倍、4.63 倍，公司营运能力较强，运营情况良好。报告期内营运能力指标随公司收入的增加不断增强。而且公司一直合法合规经营，不存在因违反相关法律法规而受到处罚的情形，公司的形象和信誉较为良好。从发展趋势来看，公司经营的业务符合国家产业政策，并且公司经营的现金流状况能满足公司目前的业务需要。

(三) 风险管理情况

2018 年末、2019 年末，公司资产负债率分别为 90.11%、43.90%，公司流动比率分别为 1.07 倍、2.26 倍，速动比率分别为 0.67 倍、2.17 倍，资产负债率逐年下降，长期偿债能力、短期偿债能力不断增强。截止 2019 年 12 月 31 日，公司不存在较大的流动性风险。因此，公司财务风险管理较为稳健。

(四) 公司所处行业状况与前景

1、公司所处行业优势与政策优势

公司主营业务为**招商服务**、县域电商服务、技术服务。根据中华人民共和国国家统计局发布的《国民经济行业分类(GB/T4754-2017)》，公司所属行业为“租赁和商务服务业”之“商务服务业”之“综合管理服务”之“其他综合管理服务”，行业代码：L7229；根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引》，公司所属行业为“租赁和商务服务业”中的“商务服务业”，行业代码：L72。根据《挂牌公司管理型行业分类指引》，公司所属行业为“商务服务业”之“企业管理服务”之“其他企业管理服务”，行业代码：L7219；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，公司所属行业为“商业和专业服务”之“商业服务与商业用品”之“综合支持服务”，行业代码：12111013。

招商服务即企业把招商涉及所有工作外包给专业的招商服务公司去做，企业聚集于自身的核心业务，渠道建设交给招商服务公司。招商服务业是社会化分工深化的结果，随着市场经济的发达程度的提高、社会分工的不断细化、国际化程度的日益加强，市场对招商服务业的需求就越大。由于公司所在行业的细分领域是为政府和企业提供综合招商服务，县域电商服务，技术服务。产业园区行业、商业地产行业以及电商行业的发展对公司的经营有较大影响。从国家政策层面来说，公司所处行业获得了国家政策的支持，2016年11月23日，国务院扶贫办、发展改革委、中央网信办发布的《关于促进电商精准扶贫的指导意见》，2015年11月09日，国务院办公厅发布的《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》都指出，实施电商扶贫工程，推动互联网创新成果与扶贫工作深度融合，带动建档立卡贫困人口增加就业和拓宽增收渠道，加快贫困地区脱贫攻坚进程。招商服务业、县域电商服务将在国家相关政策的支持下，得到更大的发展空间。

2、行业空间及市场前景

公司作为一家提供综合招商服务的机构，受益于国家近年来对促进工业地产、产业园区开发的政策鼓励及进一步促进产城融合的产业发展策略，也受益于国家长期以来对住宅地产严格的宏观调控以及提高城镇化水平的利好政策影响，产业园区、商业地产招商需求持续，行业前景广阔、市场空间可观。

对于产业园区招商服务，中国指数研究院数据显示，2010年至2017年上半年，全国工业用地总成交面积达1,693万亩，2018年，全国共成交工业用地7.7亿平方米，同比增长27.9%，成交量增速自2014年以来呈上升趋势。工业用地成交量的上升与产业园区建设发展势头密不可分，相辅相成。根据《中国开发区审核公告目录2018》，截至2018年初，全国已有552个国家级经济开发区、出口加工区、保税区等；同时，各类省级开发区达1,991个，其中北部沿海地区331个、长江中游地区367个、西南地区327个，黄河中游地区260个，东部沿海地区224个。然而，面对巨大的存量市场，我国工业地产市场并不是一个发展完善的商业市场。长期以来，我国各类工业园区大都以政府招商为主导，以各地政府招商机构牵头，成立招商办、招商局，运用有限的人力物力资源、在有限的地域空间范围内进行招商引资；园区的实体运营亦缺乏市场化运作手段，绝大多数工业园区以传统工业经济为主，大部分企业选择入驻园区往往也只是

以当地政府税收优惠等短期利益作为考量，园区招商与企业选址均缺乏整体性、产业型规划，导致国内园区同质化严重。

因此，产业园区招商领域拥有可观的行业前景及市场空间。随着国家产业链加速整合的发展势头，以蓝奥科技为代表的国内优质工业地产招商服务行业企业，将以巨大的产业园区市场存量为依托，利用自身专业招商人才，及辐射全国的互联网招商平台，进一步提升园区招商效率、达到全产业链优质资源的高效整合。

同时，我国城镇化进程加快，居民消费水平逐年提升，也相当程度上促进了商业地产的发展。如下表所示，我国城镇人口从 2010 年的 6.7 亿人增至 2018 年的 8.48 亿人，城镇化率由 49.68% 增至 60.60%，社会消费品零售总额由 2010 年的 158,008 亿元上升至 2019 年的 411,649. 亿元，城镇人口和城镇化率呈现逐年上升趋势，居民消费水平更是成倍增长。

年份	城镇总人口（亿人）	城镇化率	社会消费品零售总额（亿元）
2010	6.70	49.68%	158,008.00
2011	6.91	51.27%	187,205.80
2012	7.12	52.57%	214,432.70
2013	7.31	53.73%	242,842.80
2014	7.49	54.77%	271,896.10
2015	7.71	56.10%	300,930.80
2016	7.938	57.35%	332,316.30
2017	8.13	58.52%	366,262.00
2018	8.30	59.58%	380,987.00
2019	8.48	60.60%	411,649.00

国家级开发区（包括国家级高新区、国家级经开区）数量从 2011 年的 219 家增长到 2018 年的 387 家，年均复合增长率达 8.8%。预计国家级开发区数量在 2018-2022 年间快速增长后，进入到稳定增长阶段。随着国家级开发区不断增加，将为招商服务业的发展带来更多契机。

政策利好提高了商业地产项目的供给量，逐渐提高的城镇化率和快速增长的居民消费水平进一步从需求方面带动了商业地产的发展，政策规范指导促进了商业地产的转型升级，产业园区不断增加；这一更高阶段的供需循环进一步带动了更加专业的商业地产招商服务需求，为其招商服务领域提供了广阔的行业前景及市场空间。

3、政府引导建设智慧园区

社会主义市场经济体制下，“政府引导、社会跟进”模式还是比较明显的，因此，国内园区政府是引导智慧园区建设的主导力量，尤其是在资源投入方面主要还是依赖政府运作。在国家层面，工业和信息化部发布了《中国信息化城市发展指南》，为城市信息化建设的重点、思路提供了指导。在地方层面，地方政府的财政投入以及本地政府对智慧园区建设的重视程度，是影响智慧园

区建设的决定力量，经济实力越好，机制体制越灵活的城市，对于智慧园区的建设推进力度越大。智慧园区建设将带动招商服务业的发展。

4、大数据时代来临为招商服务行业带来新的发展机遇

大数据技术不仅能有效采集、储存海量数据，并且在短时间内进行复杂的数据分析，实现数据信息的转化和升值，在实现产业升级和企业发展过程中发挥着重要作用。借助大数据分析结果对营销决策的指示性建议，企业可以将服务推向精准化、实时化、高度差异化和个性化，进而有效推进招商服务行业的改革创新和蓬勃发展。传统的招商服务受限于数据精准分析和收集能力不足，大多依赖于服务商的行业经验或商业直觉开展市场营销，不但对客户数据资源造成浪费，而且容易因为推送不相关信息给客户。在大数据时代背景下，精准化的招商服务和个性化的服务成为新趋势。

（五）公司竞争优势

公司以提供招商咨询、**营销技术、品牌策划**、招商推广、招商代理等综合招商服务体系，县域电商服务，技术服务的主营业务为核心，致力于产业升级、企业营销优化和优质资源市场孵化。公司近几年能在激烈的行业竞争中获得一席之地并不断发展壮大，其核心竞争优势主要体现以下方面：

1、精准的招商服务能力

公司依托采购广告服务获取大数据服务和驻点实地考察相结合的方式，获取项目资源。通过大数据技术应用，对有招商需求的政府、产业园区、企业进行全面细致的资源分析、资源展示及线上推广，并通过大数据分析系统对采集数据按照地域、行业等特征进行分类，按照分类结果建立项目库，根据项目库对招投方进行信息匹配，以提高项目供需方接洽效率，为客户提供精准招商的服务。

2、线上线下相结合的服务模式

除使用大数据技术来匹配招投信息等线上推广途径外，公司还通过承办投资说明会、项目推介会、招商培训会、招商交流会等内容形式丰富的线下活动进行项目和投资方的交流接洽。同时，为进一步加深与招商企业的交流、及时了解国家关于产业和商业地产方面的政策改革以及加深同行业间的业务沟通，公司每年会组织各式招商培训会，以进一步提高公司品牌知名度、获取更多外部品牌渠道及潜在项目合作机会。既具有线上强大的数据整合分析能力，又具有线下活动推介的营销策划和执行能力，公司具有对政府、产业园区、企业项目进行精细化招商的专业服务能力，在行业内具备竞争优势。

3、公司管理及团队优势

公司管理团队及核心管理人员、关键岗位人员结构稳定，管理团队风格稳健、决策效率高、执行能力强，强调公司可持续发展，注重核心竞争力的提升，并结合公司特点，构建了权责明确、

高效有序的现代企业管理体系，在运营管理、营销管理等各方面都制定了相应的制度并有效执行，为公司今后的发展奠定了良好的团队基础。

4、成熟的运营管理系统

公司为客户提供招商活动一站式整体解决方案，涵盖招商咨询、**营销技术**、**品牌策划**、招商推广、招商代理等**综合招商服务体系**。公司通过专业的营销策划方案、招商工具打造、全渠道大数据推广、**接洽潜在加盟商或合作商**，并运用专业会议演示、重点客户深耕、新客户粘性拓展等方式帮助企业和项目在较短时期内获得丰富渠道资源。公司致力于为客户提供科学、系统、专业、规范的招商整体解决方案。

综上所述，主办券商认为公司业务明确，具有持续经营能力。

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
职工代表监事依照《公司法》、《公司章程》履行责任	是

具体情况：

（一）有限公司自设立以来，重大事项均已召开股东会，对有限公司的设立、选举管理层、历次增资、出资转让、有限公司整体变更以及其他经营活动均做出决议。公司股东会决议文件保存完整，为当地工商局制式格式，有限公司阶段股东会决议文件能够正常签署；有限公司阶段公司有效地执行了重大事项的决议。

股份公司成立以来，公司能够依据《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定发布通知并按期召开股东大会，会议文件完整，会议记录中时间、地点、出席人数等要件齐备，会议决议及会议记录均能够正常签署，会议文件保存完整；会议决议能够得到顺利执行。

有限公司整体变更为股份公司后，公司召开了4次股东大会，会议的召开程序、表决方式和会议内容均符合《公司法》、《证券法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定，会议决议和会议记录规范完整，公司股东大会运行情况良好。

（二）报告期初至2019年8月，公司未设立董事会，设执行董事一名，由鲁银刚担任。2019年8月21日，股份公司召开第一届董事会第一次会议，选举产生股份公司董事长，聘任公司总经理、董事会秘书和财务负责人。

股份公司成立以来，公司能够依据《公司法》、《公司章程》和《董事大会议事规则》的规定发布通知并按期召开董事会，会议文件完整，会议记录中时间、地点、出席人数等要件齐备，会议决议及会议记录均能够正常签署，会议文件保存完整；会议决议能够得到顺利执行。

有限公司整体变更为股份公司后，公司召开了4次董事会，会议的召开程序、表决方式和会议内容均符合《公司法》、《证券法》、《公司章程》和《董事大会议事规则》的规定，会议决议和会议记录规范完整，公司董事会运行情况良好。

（三）报告期初至2019年8月，公司未设立监事会，仅设监事一名，由周文展担任。2019年8月21日，股份公司创立大会召开暨第一次临时股东大会，选举产生了两名监事，与职工大会选举的职工监事共同组成监事会。有限公司整体变更为股份公司后，公司召开了2次监事会，会议的召开程序、表决方式和会议内容均符合《公司法》、《证券法》、《公司章程》和《监事大会议事规则》的规定，会议决议和会议记录规范完整，公司监事会运行情况良好。

（四）2019年8月9日，公司召开全体职工代表大会，选举潘映为职工代表监事。上述职工代表监事自担任监事以来，均积极履行监事的职责，按照《公司法》、《公司章程》及《监事大会议事规则》等规定，参加监事会会议，列席股东大会，积极参与公司事务，行使监事的职责。

（五）2020年3月26日，召开2020年第一次临时股东大会，审议通过了依据《公司法》、《非上市公众公司监督管理办法》、《非上市公众公司监管指引第3号——章程必备条款》及《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》的要求修改的《关于修订<公司章程>的议案》，包括新章程中以附件形式列明的新《股东大会议事规则》、《董事大会议事规则》、《监事大会议事规则》。

二、表决权差异安排

适用 不适用

三、董事会对现有公司治理机制的讨论与评估

项目	是/否	规范文件
治理机制给所有股东提供合适的保护，保证股东充分	是	《公司章程》、《股东大会

行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利		议事规则》
投资者关系管理	是	《公司章程》、《投资者关系管理制度》
纠纷解决机制	是	《公司章程》、《股东大会议事规则》
累计投票制	是	《公司章程》
独立董事制度	否	无
关联股东和董事回避制度	是	《公司章程》、《关联交易决策管理办法》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》
财务管理、风险控制相关的内部管理制度	是	《关联交易决策管理办法》、《对外担保决策制度》、《费用支出标准管理办法》、《固定资产管理规定》、《现金及备用金管理办法》、《资金管理制度》
董事会对现有公司治理机制的评估意见	<p>公司董事会对公司治理机制的建设情况进行讨论和评估后认为，股份公司通过制定各内部管理制度，建立健全了投资者关系管理、纠纷解决、累积投票、关联股东与董事回避、财务管理及风险控制等相关内部管理机制，进一步完善了公司法人治理机制，能够有效地识别和控制经营管理中的重大风险，能够给股东提供合适的保护并保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。</p> <p>股份公司能够依据《公司法》和《公司章程》的规定发布会议通知并按期召开股东大会、董事会、监事会等相关会议；会议决议内容合法合规，且能正常签署并得到执行；公司相关人员均符合《公司法》和《公司章程》的任职要求，能够遵守“三会”议事规则，切实履行相应义务。</p> <p>总之，股份公司成立以来，公司内部控制制度设计较为合理，并得到较为有效的执行，但是由于股份公司设立时间较短，在实际运作中仍需要管理层优化内部控制制度，提高规范运作的意识，以保证公司治理机制的有效运行，更好地保护全体股东的权益。</p>	

四、公司及控股股东、实际控制人、下属子公司最近 24 个月内存在的违法违规及受处罚情况

(一) 最近两年公司及控股股东、实际控制人、下属子公司存在的违法违规及受处罚的情况

适用 不适用

(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
下属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

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、实际控制人的分开情况

具体方面	是否分开	具体情况
业务	是	公司拥有完整的业务流程、独立的生产经营场所。公司独立获取业务收入和利润，具有独立自主的经营能力，不存在依赖控股股东、实际控制人及其他关联方进行经营活动的情形，具有独立面向市场自主经营的能力，公司业务独立。
资产	是	公司是通过有限公司整体变更方式设立的股份公司，具备与经营业务体系相配套的资产。公司资产独立完整、产权明晰，均由公司实际控制和使用。截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在资产被控股股东占用的情况，公司资产独立。
人员	是	公司的董事、监事以及总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书和董事长助理等高级管理人员的产生，均按照《公司法》及其他法律、法规、规范性文件和《公司章程》规定的程序进行，董事、股东代表监事由股东大会选举产生，总经理由董事会聘任，副总经理、财务总监、董事会秘书等高级管理人员由总经理提名并经董事会聘任。不存在大股东超越公司董事会和股东大会职权作出人事任免决定的情形。公司总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书和董事长助理等高级管理人员均专公司在公司工作并领取薪酬，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司拥有独立运行的人力行政部，建立了独立的人事档案、人事聘用和任免制度以及考核、奖惩制度，建立了独立的工资管理、福利与社会保障体系，能够自主招聘管理人员和职工，与公司员工签订了劳动合同，公司的人员独立。
财务	是	公司设有独立的财务部门，配备专职财务人员，并根据现行会计准则及相关法规、条例，结合公司实际情况制定了财务管理制度，建立了独立、完整的财务核算体系，独立进行财务决策。公司在银行独立开设账户，对所发生的业务进行独立结算。公司设立后及时办理了税务登记证并依法独立进行纳税申报和税收缴纳。公司财务独立，不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供任何形式的担保。

		式的担保，或将以公司名义借入的款项转借给控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的情形。
机构	是	公司的组织机构独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业；公司具有健全的内部经营管理机构，独立行使经营管理职权。公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间机构混同的情形，不存在控股股东、实际控制人干预其履行职能的情形。

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	广东招商快车信息科技有限公司	投资咨询服务;省内快递业务;跨省快递业务;国际快递业务;物联网服务;呼叫中心;电信呼叫服务;电话信息服务(依法须批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)	咨询服务	100.00
2	北京蓝奥博源文化传媒有限公司	组织文化艺术交流活动(不含演出);市场调查;企业管理咨询;翻译服务;产品设计;模型设计;包装装潢设计;基础软件服务;工艺美术设计;经济贸易咨询。(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	组织文化艺术交流活动	100.00

		类项目的经营活动。)		
3	广州蓝奥数码数字营销策划有限公司	大型活动组织策划服务（大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等，需专项审批的活动应在取得审批后方可经营）；市场调研服务；舞台表演艺术指导服务；舞台表演安全保护服务；舞台表演美工服务；舞台表演道具服务；舞台表演化妆服务；舞台灯光、音响设备安装服务；舞台安装、搭建服务；照明灯光设计服务；营业性文艺表演；电影和影视节目制作；网上新闻服务	电影和影视节目制作	100.00
4	广州招商快车营销外包服务有限公司	以服务外包方式从事职能管理服务和项目管理服务以及人力资源服务和管理；国际货运代理；联合运输代理服务；投资咨询服务；运输货物打包服务；跨省快递业务；省内快递业务；物联网服务；呼叫中心；电信呼叫服务；电话信息服务	人力资源服务和管理	60.00
5	广州建捷投资合伙企业（有限合伙）	投资咨询服务；企业财务咨询服务；市场调研服务；个人形象设计服务；展台设计服务；室内装饰设计服务	持股平台	90.00
6	咨投投资	投资咨询服务；个人形象设计服务；	持股平台	90.00

		展台设计服务;室内装饰设计服务		
7	北京蓝奥	企业管理咨询;市场调查;旅游信息咨询;组织文化艺术交流活动(不含演出);技术推广服务。(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。)	信息咨询	67.00

上述公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业除建捷投资和咨投投资为持股平台外，其他企业均未开张经营，与公司不存在同业竞争。

(三) 避免同业竞争采取的措施

为了避免未来可能发生的同业竞争，本公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上的股东、董事、监事、高级管理人员、核心业务人员均出具了《避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“截至本承诺函签署之日，本机构/本人未投资任何法人或经济组织，生产、开发任何与公司生产的产品构成竞争或可能竞争的产品，未直接或间接经营任何与公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

自承诺函签署之日起，本机构/本人将不生产、开发任何与公司生产的产品构成竞争或可能构成竞争的产品，不直接或间接经营任何与公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与公司生产的产品或经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

自承诺函签署之日起，如公司进一步拓展产品和业务范围，本机构/本人将不与公司拓展后的产品或业务相竞争；若与公司拓展后的产品或业务产生竞争，则本机构/本人将以停止生产或经营相竞争的业务或产品的方式、或者将相竞争的业务纳入到公司经营的方式、或者将相竞争的业务转让给无关联关系第三方的方式避免同业竞争。

本机构/本人在持有公司股份期间，或担任公司董事、监事、高级管理人员期间以及辞去上述职务六个月以内，本承诺均有效，本承诺为不可撤销之承诺。

本机构/本人若违反上述承诺，将对由此给公司造成的损失作出全面、及时、足额的赔偿并承担相应法律责任。”

(四) 其他情况

适用 不适用

七、 最近两年内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

适用 不适用

占用者	与公司关联	占用形式	2019年	2018年12月	报告期期初余额	是否在申请报告书中披露

单位：元

	关系		12月31日	月31日	后是否发生资金占用	报前归还或规范
广州蓝奥数码数字营销策划有限公司	是	资金		670,000.00	否	是
总计	-	-		670,000.00	-	-

具体资金占用和归还情况详见“第四节 公司财务”之“九、关联方、关联关系及关联交易”之“（三）关联交易及其财务状况和经营成果的影响”

（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

报告期初至股份公司成立前，公司未制定相关制度，关联交易决策程序存在瑕疵，股份公司成立后，公司制定了《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》、《关联交易决策管理办法》，其中具体规定了关联交易的审批程序；同时公司管理层承诺将严格按照公司章程和《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》、《关联交易决策管理办法》的规定，在未来的关联交易实践中履行相关的董事会或股东大会审批程序。此外，公司将进一步强化监督机制，充分发挥监事会的监督职能，防止公司在控股股东的操纵下做出不利于公司及其他股东利益的关联交易及资金拆借行为。公司目前已制定的关联交易决策措施和安排，具有可执行性，可以规范公司的关联交易。公司于2020年4月16日召开股份公司第二次临时股东大会，对公司报告期内发生的关联交易予以确认。

（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	鲁银刚	董事长、总经理	实际控制人、董事长、总经理	0	0.00	51.44
2	周文展	董事、副总经理	董事、副总经理	0	0.00	0.00
3	张倩	董事	董事	0	0.00	0.24
4	张岭	董事	董事	0	0.00	0.02
5	吴建辉	董事	董事	0	0.00	0.00
6	郭淑君	监事会主席	监事会主席	0	0.00	0.00
7	黄忠慰	监事	监事	0	0.00	0.00
8	潘映	职工监事	职工监事	0	0.00	0.00
9	张国立	副总经理	副总经理	0	0.00	0.00
10	张启寿	财务总监、董事会秘书	财务总监、董事会秘书	0	0.00	0.00
11	鲁银昌	无	鲁银刚的兄弟	0	0.00	1.75

12	鲁银云	无	鲁银刚的姐姐	0	0.00	0.28
----	-----	---	--------	---	------	------

(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

董事长、总经理鲁银刚持有控股股东广州蓝奥 40.55%股权；持有广州嘉翔 20%股权，广州嘉翔持有广州蓝奥 20.47%股权。

董事张倩持有广州胜冠企业管理有限公司 4.02%的股权，广州胜冠企业管理有限公司持有控股股东广州蓝奥 7.01%的股权。

董事张岭持有广州胜冠企业管理有限公司 0.40%的股权，广州胜冠企业管理有限公司持有控股股东广州蓝奥 7.01%的股权。

(三) 董事、监事、高级管理人员与公司签订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
鲁银刚	董事长、总经理	瑞科金融	执行董事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	建捷投资	执行事务合伙人	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	咨投投资	执行事务合伙人	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	揽富基金	执行董事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	北京蓝奥	执行董事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	广州蓝奥	董事长	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	广州嘉翔	执行董事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	北京淮源文化传媒股份有限公司	监事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	广东招商快车信息科技有限公司	执行董事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	北京蓝奥博源文化传媒有限公司	执行董事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	蓝奥数码	执行董事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	广州蓝奥智享科技有限公司	执行董事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	深圳宝沃雷克资产管理有限	监事	否	否

		公司			
鲁银刚	董事长、总经理	蓝奥互联	监事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	博源电子	执行董事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	广州君典	执行董事、总经理	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	方旭科技	监事	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	河南君典	执行董事	否	否
周文展	董事、副总经理	博源电子	监事	否	否
周文展	董事、副总经理	河南君典	监事	否	否
吴建辉	董事	广州市天心餐饮连锁有限责任公司	执行董事、总经理	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	是否存在与公司利益冲突	是否对公司持续经营能力产生不利影响
鲁银刚	董事长、总经理	广州建捷投资合伙企业(有限合伙)	90.00	持股平台	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	广州咨投投资合伙企业(有限合伙)	90.00	持股平台	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	北京蓝奥企业管理有限公司	67.00	企业管理咨询	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	广州蓝奥信息科技有限公司	40.55	集团公司管理、物业租赁	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	广州嘉翔信息科技有限公司	20.00	持股平台	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	南阳蓝奥互联教育科技有限公司	20.00	教育软件与教育科研项目的研究与开发	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	北京淮源文化传媒股份有限公司	18.00	组织文化艺术交流活动	否	否
鲁银刚	董事长、总经理	深圳聚集创星创业投资合伙企业(有限合伙)	4.00	持股平台	否	否

张倩	董事	广州蓝奥智享科技有限公司	30.00	共享（经济）纸巾业务	否	否
张倩	董事	广州胜冠企业管理有限公司	4.02	持股平台	否	否
张岭	董事	广州胜冠企业管理有限公司	0.40	持股平台	否	否
吴建辉	董事	广州市天心餐饮连锁有限责任公司	100.00	餐饮连锁	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24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份转让系统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) 董事、监事、高级管理人员的失信情况：

事项	是或否
董事是否被纳入失信联合惩戒对象	否
监事是否被纳入失信联合惩戒对象	否
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

(八) 其他情况

适用 不适用

九、近两年内公司董事、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	否
	财务总监是否发生变动	否

适用 不适用

十、财务合法合规性

事项	是或否
公司及下属子公司是否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是否健全且得到有效执行，会计基础工作是否规范，是否符合《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
公司是否按照《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，是否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，财务报表及附注是否不存在虚假记载、重大遗漏以及误导性陈述	是
公司是否存在申报财务报表未按照《企业会计准则》的要求进行会计处理，导致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）	否
公司是否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	否
公司是否存在其他财务信息披露不规范情形	否
公司是否存在个人卡收付款的情形	否
公司是否存在坐支情形	否

具体情况说明

适用 不适用

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	2019年12月31日	2018年12月31日
流动资产:		
货币资金	1,075,511.38	50,245.21
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	10,274,015.74	1,241,902.65
应收款项融资		
预付款项	461,228.47	1,092,496.97
应收保费		
应收分保账款		
应收分保合同准备金		
其他应收款	478,332.42	1,469,527.46
买入返售金融资产		
存货		
合同资产		
持有待售资产		
一年内到期的非流动资产		
其他流动资产	669.53	580,664.06
流动资产合计	12,289,757.54	4,434,836.35
非流动资产:		
发放贷款及垫款		
债权投资		
可供出售金融资产		
其他债权投资		
持有至到期投资		
长期应收款		
长期股权投资		
其他权益工具投资		
其他非流动金融资产		
投资性房地产		
固定资产	350,422.44	425,609.36
在建工程		
生产性生物资产		
油气资产		
使用权资产		

无形资产		
开发支出		
商誉		
长期待摊费用		
递延所得税资产	181,279.20	20,824.23
其他非流动资产		
非流动资产合计	531,701.64	446,433.59
资产总计	12,821,459.18	4,881,269.94
流动负债:		
短期借款		
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	41,438.74	12,844.00
预收款项	325,438.00	1,505,246.15
合同负债		
卖出回购金融资产款		
应付手续费及佣金		
应付职工薪酬	877,889.94	945,440.37
应交税费	1,539,201.87	308,493.20
其他应付款	2,658,937.20	1,368,715.19
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		
其他流动负债		
流动负债合计	5,442,905.75	4,140,738.91
非流动负债:		
长期借款		
应付债券		
其中：优先股		
永续债		
租赁负债		
长期应付款		
预计负债	185,466.12	257,925.14
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	185,466.12	257,925.14
负债合计	5,628,371.87	4,398,664.05
所有者权益(或股东权益) :		
股本	6,800,000.00	

其他权益工具		
其中：优先股		
永续债		
资本公积	971,005.29	
减：库存股		
其他综合收益		
专项储备		
盈余公积	215,378.03	194,200.73
一般风险准备		
未分配利润	-495,146.54	335,431.06
归属于母公司所有者权益合计	7,491,236.78	529,631.79
少数股东权益	-298,149.47	-47,025.90
所有者权益合计	7,193,087.31	482,605.89
负债和所有者权益总计	12,821,459.18	4,881,269.94

2. 合并利润表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度
一、营业总收入	41,005,719.35	26,015,563.08
其中：营业收入	41,005,719.35	26,015,563.08
利息收入		
已赚保费		
手续费及佣金收入		
二、营业总成本	38,265,649.24	24,823,941.99
其中：营业成本	26,499,853.95	16,777,064.55
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	125,601.73	72,245.70
销售费用	6,800,023.56	4,271,121.27
管理费用	4,827,605.69	3,699,346.41
研发费用		
财务费用	12,564.31	4,164.06
其中：利息收入	3,041.34	8,076.49
利息费用		
加：其他收益	136,752.85	
投资收益（损失以“-”号填列）	72,459.02	-257,925.14
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	72,459.02	-257,925.14
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“-”号填列）		
汇兑收益（损失以“-”号填列）		

信用减值损失	-447,522.47	
资产减值损失	-293,243.36	55,882.56
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）	2,208,516.15	989,578.51
加：营业外收入	1,266.09	34.67
其中：非流动资产处置利得		
减：营业外支出	277.26	10,183.27
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	2,209,504.98	979,429.91
减：所得税费用	825,293.32	890,449.43
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	1,384,211.66	88,980.48
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	1,384,211.66	88,980.48
2. 终止经营净利润		
(二) 按所有权归属分类：		
1. 少数股东损益	-277,393.33	-248,173.50
2. 归属于母公司所有者的净利润	1,661,604.99	337,153.98
六、其他综合收益的税后净额		
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		
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	1,384,211.66	88,980.48
归属于母公司所有者的综合收益总额	1,661,604.99	337,153.98
归属于少数股东的综合收益总额	-277,393.33	-248,173.50
八、每股收益：		
(一) 基本每股收益	0.24	0.05
(二) 稀释每股收益	0.24	0.05

3. 合并现金流量表

单位：元

项目	2019 年度	2018 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	32,190,570.42	29,678,137.40
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		
收到其他与经营活动有关的现金	37,510,861.13	12,184,740.35
经营活动现金流入小计	69,701,431.55	41,862,877.75
购买商品、接受劳务支付的现金	19,180,505.49	12,963,608.81
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	13,988,313.47	10,804,035.77
支付的各项税费	502,543.85	2,749,493.82
支付其他与经营活动有关的现金	39,640,285.13	15,179,577.77
经营活动现金流出小计	73,311,647.94	41,696,716.17
经营活动产生的现金流量净额	-3,610,216.39	166,161.58
二、投资活动产生的现金流量:		
收回投资收到的现金		
取得投资收益收到的现金		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		
收到其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流入小计		
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	61,275.00	256,772.38
投资支付的现金		
质押贷款净增加额		
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	603,242.44	-492.00
支付其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流出小计	664,517.44	256,280.38
投资活动产生的现金流量净额	-664,517.44	-256,280.38
三、筹资活动产生的现金流量:		
吸收投资收到的现金	5,300,000.00	
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		

发行债券收到的现金		
收到其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流入小计	5,300,000.00	
偿还债务支付的现金		
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润		
支付其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流出小计		
筹资活动产生的现金流量净额	5,300,000.00	
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	1,025,266.17	-90,118.80
加：期初现金及现金等价物余额	50,245.21	140,364.01
六、期末现金及现金等价物余额	1,075,511.38	50,245.21

4. 合并所有者权益变动表

2019 年度合并所有者权益变动表

单位：元

	归属于母公司所有者权益									少数股东权益	所有者权益		
	股本	其他权益工具			资本公积	减： 库存股	其他 综合 收益	专项 储备	盈余公积	一般 风险 准备			
		优先股	永续 债	其他									
一、上年期末余额									194,200.73		335,431.06	-47,025.90	482,605.89
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合 并													
其他													
二、本年期初余额									194,200.73		335,431.06	-47,025.90	482,605.89
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)	6,800,000.00				971,005.29				21,177.30		-830,577.60	-251,123.57	6,710,481.42
(一)综合收益总额											1,661,604.99	-277,393.33	1,384,211.66
(二)所有者投入和减少 资本	5,300,000.00											26,269.76	5,326,269.76
1. 股东投入的普通股	5,300,000.00												5,300,000.00
2. 其他权益工具持有者 投入资本													
3. 股份支付计入所有者 权益的金额													
4. 其他												26,269.76	26,269.76
(三)利润分配									215,378.03		-215,378.03		
1. 提取盈余公积									215,378.03		-215,378.03		
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者(或股东) 的分配													

4. 其他														
(四)所有者权益内部结转	1,500,000.00				971,005.29				-	194,200.73		2,276,804.56		
1. 资本公积转增资本(或股本)														
2. 盈余公积转增资本(或股本)	194,200.73								-	194,200.73				
3. 盈余公积弥补亏损														
4. 设定收益计划变动额结转留存收益														
5. 其他综合收益结转留存收益														
6. 其他	1,305,799.27				971,005.29						-	2,276,804.56		
(五) 专项储备														
1. 本期提取														
2. 本期使用														
(六) 其他														
四、本年期末余额	6,800,000.00				971,005.29					215,378.03		-495,146.54	-298,149.47	7,193,087.31

2018 年度合并所有者权益变动表

单位：元

	归属于母公司所有者权益									少数股东权益	所有者权益		
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润		
		优先股	永续债	其他									
一、上年期末余额									62,870.39		129,607.42		192,477.81
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额									62,870.39		129,607.42		192,477.81

三、本期增减变动金额(减少以“-”号填列)								131,330.34		205,823.64	-47,025.90	290,128.08
(一) 综合收益总额									337,153.98	-248,173.50	88,980.48	
(二) 所有者投入和减少资本										201,147.60	201,147.60	
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他										201,147.60	201,147.60	
(三) 利润分配								131,330.34		-	131,330.34	
1. 提取盈余公积								131,330.34		-	131,330.34	
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者(或股东)的分配												
4. 其他												
(四) 所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本(或股本)												
2. 盈余公积转增资本(或股本)												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定收益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
(五) 专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												

(六) 其他													
四、本年期末余额								194,200.73		335,431.06	-47,025.90	482,605.89	

(二) 母公司财务报表

1. 母公司资产负债表

单位：元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
流动资产:		
货币资金	1,035,369.69	38,093.31
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	10,200,219.35	1,070,902.65
应收账款融资		
预付款项	446,151.65	1,091,496.97
其他应收款	1,704,630.52	1,677,421.51
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		580,664.06
流动资产合计	13,386,371.21	4,458,578.50
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	1,093,215.76	469,344.40
其他权益工具投资		
其他非流动金融资产		
投资性房地产		
固定资产	345,871.81	425,609.36
在建工程		
生产性生物资产		
油气资产		
使用权资产		
无形资产		
开发支出		
商誉		
长期待摊费用		
递延所得税资产	139,262.82	18,543.05
其他非流动资产		
非流动资产合计	1,578,350.39	913,496.81
资产总计	14,964,721.60	5,372,075.31
流动负债:		
短期借款		

交易性金融负债		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债		
衍生金融负债		
应付票据		
应付账款	41,438.74	12,844.00
预收款项	315,403.00	1,236,397.15
合同负债		
应付职工薪酬	778,216.04	779,559.45
应交税费	1,465,671.55	262,151.01
其他应付款	2,782,738.56	1,086,684.67
持有待售负债		
一年内到期的非流动负债		
其他流动负债		
流动负债合计	5,383,467.89	3,377,636.28
非流动负债:		
长期借款		
应付债券		
其中：优先股		
永续债		
租赁负债		
长期应付款		
预计负债	185,466.12	52,431.72
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	185,466.12	52,431.72
负债合计	5,568,934.01	3,430,068.00
所有者权益:		
股本	6,800,000.00	
其他权益工具		
其中：优先股		
永续债		
资本公积	971,005.29	
减：库存股		
其他综合收益		
专项储备		
盈余公积	215,378.03	194,200.73
一般风险准备		
未分配利润	1,409,404.27	1,747,806.58
所有者权益合计	9,395,787.59	1,942,007.31
负债和所有者权益合计	14,964,721.60	5,372,075.31

2. 母公司利润表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度
一、营业收入	38,449,097.87	25,328,389.15

减：营业成本	25,468,454.96	16,755,781.50
税金及附加	117,583.82	67,707.94
销售费用	5,097,342.14	2,920,798.49
管理费用	4,291,171.17	3,414,288.88
研发费用		
财务费用	8,509.63	2,578.88
其中：利息收入	2,501.08	7,358.38
利息费用		
加：其他收益	101,993.92	
投资收益（损失以“-”号填列）	-133,034.40	-52,431.72
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-133,034.40	-52,431.72
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）		
信用减值损失	-482,879.09	
资产减值损失		101,395.67
资产处置收益（损失以“-”号填列）		
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	2,952,116.58	2,216,197.41
加：营业外收入	670.30	9.42
减：营业外支出	77.26	10,172.80
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	2,952,709.62	2,206,034.03
减：所得税费用	798,929.34	892,730.61
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	2,153,780.28	1,313,303.42
(一)持续经营净利润	2,153,780.28	1,313,303.42
(二)终止经营净利润		
五、其他综合收益的税后净额		
(一)不能重分类进损益的其他综合收益		
1.重新计量设定受益计划变动额		
2.权益法下不能转损益的其他综合收益		
3.其他权益工具投资公允价值变动		
4.企业自身信用风险公允价值变动		
(二)将重分类进损益的其他综合收益		
1.权益法下可转损益的其他综合收益		
2.其他债权投资公允价值变动		
3.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	2,153,780.28	1,313,303.42
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	2019 年度	2018 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	29,675,873.93	28,958,297.58
收到的税费返还		
收到其他与经营活动有关的现金	35,934,963.97	11,079,080.63
经营活动现金流入小计	65,610,837.90	40,037,378.21
购买商品、接受劳务支付的现金	18,832,952.27	12,928,525.76
支付给职工以及为职工支付的现金	12,171,167.85	9,672,855.13
支付的各项税费	398,733.15	2,749,493.82
支付其他与经营活动有关的现金	37,571,217.49	14,503,654.56
经营活动现金流出小计	68,974,070.76	39,854,529.27
经营活动产生的现金流量净额	-3,363,232.86	182,848.94
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金		
取得投资收益收到的现金		
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额		
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额		
收到其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流入小计		
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	61,275.00	256,772.38
投资支付的现金	273,871.36	
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	604,344.40	
支付其他与投资活动有关的现金		
投资活动现金流出小计	939,490.76	256,772.38
投资活动产生的现金流量净额	-939,490.76	-256,772.38
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	5,300,000.00	
取得借款收到的现金		
发行债券收到的现金		
收到其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流入小计	5,300,000.00	
偿还债务支付的现金		
分配股利、利润或偿付利息支付的现金		
支付其他与筹资活动有关的现金		
筹资活动现金流出小计		
筹资活动产生的现金流量净额	5,300,000.00	
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	997,276.38	-73,923.44
加：期初现金及现金等价物余额	38,093.31	112,016.75
六、期末现金及现金等价物余额	1,035,369.69	38,093.31

4. 母公司所有者权益变动表

2019年度母公司所有者权益变动表

单位：元

	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额									194,200.73		1,747,806.58	1,942,007.31
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额									194,200.73		1,747,806.58	1,942,007.31
三、本期增减变动金额(减少以“—”号填列)	6,800,000.00				971,005.29				21,177.30		-338,402.31	7,453,780.28
(一)综合收益总额											2,153,780.28	2,153,780.28
(二)所有者投入和减少资本	5,300,000.00											5,300,000.00
1. 股东投入的普通股	5,300,000.00											5,300,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3.股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												
(三)利润分配									215,378.03		-215,378.03	
1. 提取盈余公积									215,378.03		-215,378.03	
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者(或股东)的分配												
4. 其他												
(四)所有者权益内部结转	1,500,000.00				971,005.29				-	194,200.73	-2,276,804.56	

1. 资本公积转增资本(或股本)											
2. 盈余公积转增资本(或股本)	194,200.73							-	194,200.73		
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 设定收益计划变动额结转留存收益											
5. 其他综合收益结转留存收益											
6. 其他	1,305,799.27				971,005.29					-2,276,804.56	
(五) 专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
(六) 其他											
四、本年期末余额	6,800,000.00				971,005.29				215,378.03	1,409,404.27	9,395,787.59

2018年度母公司所有者权益变动表

单位：元

	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额									62,870.39		565,833.50	628,703.89
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额									62,870.39		565,833.50	628,703.89
三、本期增减变动金额(减少以“-”号填列)									131,330.34		1,181,973.08	1,313,303.42
(一) 综合收益总额											1,313,303.42	1,313,303.42
(二) 所有者投入和减少资本												
1. 股东投入的普通股												

2. 其他权益工具持有者投入资本											
3. 股份支付计入所有者权益的金额											
4. 其他											
(三) 利润分配							131,330.34		-131,330.34		
1. 提取盈余公积							131,330.34		-131,330.34		
2. 提取一般风险准备											
3. 对所有者(或股东)的分配											
4. 其他											
(四) 所有者权益内部结转											
1. 资本公积转增资本(或股本)											
2. 盈余公积转增资本(或股本)											
3. 盈余公积弥补亏损											
4. 设定收益计划变动额结转留存收益											
5. 其他综合收益结转留存收益											
6. 其他											
(五) 专项储备											
1. 本期提取											
2. 本期使用											
(六) 其他											
四、本年期末余额							194,200.73		1,747,806.58	1,942,007.31	

(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

本公司财务报表以持续经营为编制基础。根据实际发生的交易和事项，按照中华人民共和国财政部(以下简称“财政部”)颁布的企业会计准则的要求进行编制。

本公司董事会相信本公司拥有充足的营运资金，将能自本财务报表批准日后不短于 12 个月的可预见未来期间内持续经营。因此，董事会继续以持续经营为基础编制本公司截至 2019 年 12 月 31 日止的财务报表。

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	广州君典文化有限公司	70.00	70.00	46.93	2018 年 10 月至 2019 年 12 月	控股子公司合并	非同一控制下企业合并
2	南阳蓝奥博源电子商务有限公司	100.00	100.00	0.00	2018 年 1 月至 2019 年 12 月	控股子公司合并	同一企业合并
3	广州方旭科技服务有限公司	72.50	72.50	63.64	2019 年 5 月至 2019 年 12 月	控股子公司合并	非同一企业合并
4	河南蓝奥君典文化发展有限公司	100.00	100.00	0.00	2018 年 1 月至 2019 年 12 月	控股子公司合并	投资设立

广州君典文化有限公司、南阳蓝奥博源电子商务有限公司、广州方旭科技服务有限公司、河南蓝奥君典文化发展有限公司为公司控股子公司，依据《企业会计准则》纳入合并财务报表范围。

2020 年 3 月，公司向原股东建捷投资收购了广州君典 30% 的股份，广州君典成为公司全资子公司。具体情况详见本节之“十三、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况”之“（二）广州君典文化有限公司”。

(2) 民办非企业法人

适用 不适用

(3) 合并范围发生变更的原因说明

适用 不适用

(1) 2018 年 9 月 14 日，广州君典召开股东会并通过决议，同意转让方黎冬冬将占广州君典注册资本 70% 共 350 万元的出资转让给蓝奥有限，转让金额 469,344.40 元；同日，黎冬冬与蓝奥有限签订《股东转让出资协议》。2018 年 10 月 9 日，广州市黄埔区市场和质量监督管理局核准了本次变更。因此，公司取得广州君典 70% 股权，实现对广州君典的控制权；广州君典纳入合并范围。

(2)2019年4月8日,博源电子股东作出股东决定,同意广州蓝奥将其持有的博源电子100%股权即500万元出资额(均未实缴)无偿转让给蓝奥有限。2019年4月8日,桐柏县市监局核准了本次变更。因此,公司取得博源电子100%股权;博源电子纳入合并范围。

(3)2019年4月30日,方旭科技召开股东会并通过决议,1)同意转让方蓝奥数码将方旭科技认缴注册资本43.00%共43.00万元的出资以21.50万元的价格转让给蓝奥有限;2)同意转让方胡军泽将方旭科技认缴注册资本27.00%共27.00万元的出资以13.50万元的价格转让给蓝奥有限;3)同意转让方蒋战将方旭科技认缴注册资本2.50%共2.50万元的出资以1.25万元的价格转让给广州君典;同日,蓝奥数码与蓝奥有限签订《股东转让出资协议》,胡军泽与蓝奥有限签订《股东转让出资协议》,蒋战与广州君典签订《股东转让出资协议》。2019年5月8日,广州市黄埔区市场和质量监督管理局核准了本次变更。因此,公司直接持有方旭科技70.00%股权,通过广州君典持有方旭科技2.50%股权,从而实现对方旭科技的控制权;方旭科技纳入合并范围。

二、 审计意见

事项	是或否
公司财务报告是否被出具标准无保留的审计意见	是

具有证券期货从业资格的中审华会计师事务所(特殊普通合伙)对公司2018年12月31日、2019年12月31日的资产负债表,2018年度、2019年度的利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计,并于2020年5月20日出具了CAC证审字(2020)0192号标准无保留意见《审计报告》。审计意见如下:“我们认为,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,公允反映了河南蓝奥公司2019年12月31日和2018年12月31日的合并及母公司财务状况以及2019年度和2018年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

三、 报告期内采用的主要会计政策和会计估计

(一) 遵循企业会计准则的声明

公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求,真实、完整地反映了公司报告期的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

(二) 会计期间

采用公历年制,自公历每年1月1日至12月31日为一个会计年度。本报表涵盖期间为2018年1月1日至2019年12月31日。

(三) 记账本位币

以人民币作为记账本位币。

(四) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

适用 不适用

1. 同一控制下企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债,按照合并日在被合并方最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中本公司取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值(或发行股份面值总额)的差额,调整资本公积中的股本溢价;资本公积中的股本溢价不足冲减的,调整留存收益。

2. 非同一控制下的企业合并

本公司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为合并成本，为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管理费用于发生时计入当期损益。本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。

本公司对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；本公司在合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额时，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；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，其差额计入当期损益。

企业合并中取得的被合并方除无形资产外的其他各项资产（不仅限于被合并方原已确认的资产），其所带来的经济利益很可能流入本公司且公允价值能够可靠计量的，单独确认并按公允价值计量；公允价值能够可靠计量的无形资产，单独确认为无形资产并按照公允价值计量；取得的被购买方除或有负债以外的其他各项负债，履行有关义务很可能导致经济利益流出本公司且公允价值能够可靠计量的，单独确认并按照公允价值计量；取得的被购买方或有负债，其公允价值能够可靠计量的，单独确认为负债并按照公允价值计量。

（五） 合并财务报表的编制方法

适用 不适用

1. 合并报表范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。本公司将所控制的全部主体（包括企业、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）纳入合并财务报表的合并范围。

企业持有被投资方半数或以下的表决权，但综合考虑下列事实和情况后，判断企业持有的表决权足以使其目前有能力主导被投资方相关活动的，视为企业对被投资方拥有权力：①企业持有的表决权相对于其他投资方持有的表决权份额的大小，以及其他投资方持有表决权的分散程度；②企业和其他投资方持有的被投资方的潜在表决权，如可转换公司债券、可执行认股权证等；③其他合同安排产生的权利；④被投资方以往的表决权行使情况等其他相关事实和情况。

当表决权不能对被投资方的回报产生重大影响时，如仅与被投资方的日常行政管理活动有关，并且被投资方的相关活动由合同安排所决定，本公司需要评估这些合同安排，以评价其享有的权利是否足够使其拥有对被投资方的权力。

本公司可能难以判断其享有的权利是否足以使其拥有对被投资方的权力。在这种情况下，本公司应当考虑其具有实际能力以单方面主导被投资方相关活动的证据，从而判断其是否拥有对被投资方的权力。本公司应考虑的因素包括但不限于：①本公司能否任命或批准被投资方的关键管理人员；②本公司能否出于其自身利益决定或否决被投资方的重大交易；③本公司能否掌控被投资方董事会等类似权力机构成员的任命程序，或者从其他表决权持有人手中获得代理权；④本公司与被投资方的关键管理人员或董事会等类似权力机构中的多数成员是否存在关联方关系。

本公司与被投资方之间存在某种特殊关系的，在评价本公司是否拥有对被投资方的权力时，应当适当考虑这种特殊关系的影响。特殊关系通常包括：被投资方的关键管理人员是企业的现任或前任职职工、被投资方的经营依赖于本公司、被投资方活动的绝大部分有本公司参与其中或者是以本公司的名义进行、本公司自被投资方承担可变回报的风险或享有可变回报的收益远超过其持有的表决权或其他类似权利的比例等。

本公司在判断是否控制被投资方时，应当确定其自身是以主要责任人还是代理人的身份行使决策权，在其他方拥有决策权的情况下，还需要确定其他方是否以其代理人的身份代为行使决策权。

本公司通常应当对是否控制被投资方整体进行判断。但极个别情况下，有确凿证据表明同时满足下列条件并且符合相关法律法规规定的，本公司应当将被投资方的一部分（以下简称“该部分”）视为被投资方可分割的部分（单独主体），进而判断是否控制该部分（单独主体）：①该部分的资产是偿付该部分负债或该部分其他权益的唯一来源，不能用于偿还该部分以外的被投资方的其他负债；②除与该部分相关的各方外，其他方不享有与该部分资产相关的权利，也不享有与该部分资产剩余现金流量相关的权利。

2. 合并报表编制的方法

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间应与本公司一致。如果子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。合并财务报表以母公司和其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，在抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易后，由母公司编制。

母公司向子公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，全额抵销“归属于母公司所有者的净利润”。

子公司向母公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，按照母公司对该子公司的分配比例在“归属于母公司所有者的净利润”和“少数股东损益”之间分配抵销。

子公司之间出售资产所发生的未实现内部交易损益，按照母公司对出售方子公司的分配比例在“归属于母公司所有者的净利润”和“少数股东损益”之间分配抵销。

子公司持有母公司的长期股权投资，视为企业集团的库存股，作为所有者权益的减项，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“减：库存股”项目列示。子公司相互之间持有的长期股权投资，将长期股权投资与其对应的子公司所有者权益中所享有的份额相互抵销。

因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

少数股东权益，在合并资产负债表中所有者权益项目下以“少数股东权益”项目列示。少数

股东损益，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

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

因非同一控制下企业合并或其他方式增加的子公司以及业务，不调整合并资产负债表的期初数，将该子公司以及业务购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，将该子公司以及业务购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并时，对于购买日之前持有的被购买方股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及其他综合收益以及其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

本公司在报告期内处置子公司以及业务，不调整合并资产负债表的期初数；将该子公司以及业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；将该子公司期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，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、其他所有者权益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

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

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司的可辨认净资产份额之间的差额，以及在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产份额的差额，均调整合并资产负债表中的资本公积的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（六） 现金及现金等价物的确定标准

现金为公司库存现金、可以随时用于支付的存款及其他货币资金；现金等价物为公司持有的

期限短(一般指从购买日起三个月内到期)、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。

(七) 外币业务和外币报表折算

适用 不适用

1. 外币业务

外币业务按交易发生日的即期汇率作为折算汇率折算为人民币入账。

外币货币性项目余额按资产负债表日国家外汇管理局公布的基准汇率折算为人民币，所产生的汇兑差额除属于与购建符合资本化条件的资产相关，在购建期间专门外币资金借款产生的汇兑损益按借款费用资本化的原则处理外，其余均直接计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日即期汇率折算，不改变其记账本位币金额。以公允价值计量的外币非货币性项目，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计入当期损益或其他综合收益。

2. 外币财务报表的折算

将公司境外经营子公司、合营企业、联营企业和分支机构通过合并报表、权益法核算等纳入到公司的财务报表中时，需要将公司境外经营的财务报表折算为以公司记账本位币反映。在对公司境外经营财务报表进行折算前，应当调整境外经营的会计期间和会计政策，使之与公司会计期间和会计政策相一致，根据调整后的会计政策及会计期间编制相应货币(记账本位币以外的货币)的财务报表，再按照以下方法对境外经营财务报表进行折算。资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算；利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算；产生的外币财务报表折算差额，在编制合并财务报表时，在其他综合收益中列示。处置境外经营时，相关的外币财务报表折算差额自其他综合收益转入处置当期损益。

(八) 金融工具(新金融工具准则)

适用 不适用

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。

1、金融工具的分类

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

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

资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

对于非交易性权益工具投资，本公司在初始确认时确定是否将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产(权益工具)。在初始确认时，为了能够消除或显著减少会计错配，可以将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。

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

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

- (1) 该项指定能够消除或显著减少会计错配。
- (2) 根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。
- (3) 该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

2、金融工具的确认依据和计量方法

- (1) 以摊余成本计量的金融资产

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

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

- (2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产(债务工具)

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

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

- (3) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产(权益工具)

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产(权益工具)包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

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

- (4) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

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

(5) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

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

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

(6) 以摊余成本计量的金融负债

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

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

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

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

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

(1) 所转移金融资产的账面价值；

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

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

(1) 终止确认部分的账面价值；

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

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

4、金融负债终止确认条件

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

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

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

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

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

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

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

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

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

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

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

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

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

对于租赁应收款、公司通过销售商品或提供劳务形成的长期应收款，本公司选择始终按照相

当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

7、权益工具

本公司发行权益工具收到的对价扣除交易费用后，计入股东权益。回购本公司权益工具支付的对价和交易费用，减少股东权益。

(九) 金融工具（原金融工具准则）

适用 不适用

1、金融工具的分类

管理层按照取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将其划分为：

A、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或交易性金融负债、指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；B、持有至到期投资；C、应收款项；D、可供出售金融资产；E、其他金融负债。

2、金融工具的确认依据和计量标准

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产(金融负债)

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

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

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动收益。

(2) 持有至到期投资

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

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

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

(3) 应收款项

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

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

(4) 可供出售金融资产

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

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。采用公允价值进行后续计量，公允价值

变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产与摊余成本相关的汇兑差额计入当期损益外，确认为其他综合收益，在该金融资产终止确认时转出，计入当期损益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本进行后续计量。

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

(5) 其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

满足下列条件之一的金融资产，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，但是放弃了对该金融资产控制。

若本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，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。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。本公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：①所转移金融资产的账面价值；②因转移而收到的对价与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额(涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形)之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移的金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：①终止确认部分的账面价值；②终止确认部分的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额(涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形)之和。

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

4、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

本公司采用公允价值计量的金融资产和金融负债全部直接参考活跃市场中的报价。

在没有活跃市场报价的情况下，公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：①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；②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，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；③第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

5、金融资产(不含应收款项)减值损失的计量

本公司在每个资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，以判断是否有客观证据表明金融资产已由于一项或多项事件的发生而出现减值。减值事项是指在该资产初始确认后实际发生的、对该金融资产的预期未来现金流量有影响的，且公司能对该影响进行可靠计量的事项。

(1)持有至到期投资

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

(2)可供出售金融资产

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生较大幅度下降，或在综合考虑各相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。可供出售权益工具投资发生的减值损失一经确认，不得通过损益转回。

(十) 应收款项预期信用损失的确认标准和会计处理方法

适用 不适用

1. 新金融工具准则下预期信用损失的确认标准、计提方法

本公司对于因销售产品或提供劳务而产生的应收款项及租赁应收款，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。以共同风险特征为依据，按照客户类别等共同信用风险特征将应收账款分为不同组别。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来12个月内的预期信用损失计量损失准备。

除单独评估信用风险的应收款项外，本公司根据信用风险特征将其他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：

1、单项计提坏账准备的应收款项

本公司对于单独评估信用风险的应收款项，包括与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项、已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等，单项计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

除单独评估信用风险的应收款项外，本公司根据信用风险特征将其他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。

信用风险特征组合的确定依据如下：

项目	确定组合的依据
账龄组合	除单项计提及合并范围内关联方及母公司组合之外的应收款项
合并范围内关联方及母公司组合	对合并范围内关联方及母公司且无明显减值迹象的应收款项

按组合方式实施信用风险评估时，根据金融资产组合结构及类似信用风险特征(债务人根据

合同条款偿还欠款的能力),结合历史违约损失经验及目前经济状况、考虑前瞻性信息,以预计存续期基础计量其预期信用损失,确认金融资产的损失准备。

不同组合计量损失准备的计提方法:

项目	计提方法
账龄组合	预期信用损失
合并范围内关联方及母公司组合	预期信用损失

各组合预期信用损失率如下列示:

账龄组合预期信用损失率:

账龄	应收账款预期信用损失率
1年以内(含1年)	5%
1-2年(含2年)	10%
2-3年(含3年)	20%
3-4年(含4年)	30%
4-5年(含5年)	80%
5年以上	100%

合并范围内关联方及母公司组合预期信用损失率:结合历史违约损失经验及目前经济状况、考虑前瞻性信息,对合并范围内关联方组合,且无明显减值迹象的,预期信用损失率为0。

(3)坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复,且客观上与确认该损失后发生的事项有关,原确认的减值损失予以转回,计入当期损益。但是,该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

2. 原金融工具准则下坏账准备的计提方法

(1) 单项金额重大并单项计提坏账准备

单项金额重大的判断依据或金额标准	本公司将金额为人民币100万元以上(含100万元)的应收账款和金额为人民币100万元以上(含100万元)的其他应收款确认为单项金额重大的应收款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	本公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试,单独测试未发生减值的金融资产,包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项,不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

(2) 按组合计提坏账准备的应收款项

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	除本公司的母公司、合并范围内的关联方外的其他关联方及非关联方	账龄分析法
无风险组合	本公司的母公司及合并范围内的关联方	不计提坏账准备

组合中,采用账龄分析法计提坏账准备的:

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1年以内	5	5
1至2年	10	10
2至3年	20	20

3至4年	30	30
4至5年	80	80
5年以上	100	100

组合中，采用其他方法计提坏账准备的：

适用 不适用

(3) 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由	本公司对于单项金额虽不重大但有客观证据表明其发生了减值的，如：与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项、已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等。
坏账准备的计提方法	单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

(十一) 存货

适用 不适用

1. 存货的分类

本公司存货分为：包装物、低值易耗品、库存商品、产成品、劳务成本等种类。

2. 发出存货的计价方法

存货取得时按实际成本核算；发出时库存商品及原材料按加权平均法计价，低值易耗品和包装物采用一次摊销法。

3. 存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

期末在对存货进行全面清查的基础上，按照存货的成本与可变现净值孰低的原则提取或调整存货跌价准备。

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价值为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

4. 存货的盘存制度

存货盘点制度采用永续盘点制，资产负债表日，对存货进行全面盘点，盈盈、盈亏结果，在期末结账前处理完毕。

5. 低值易耗品和包装物的摊销方法

(1) 低值易耗品

不适用

(2) 包装物

不适用

(十二) 持有待售资产

适用 不适用

(十三) 投资性房地产

适用 不适用

(十四) 长期股权投资

适用 不适用

1. 本部分所指长期股权投资的范围

本部分所指的长期股权投资是指本公司对被投资单位具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资。本公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的长期股权投资，作为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算，其中如果属于非交易性的，在初始确认时可选择将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产核算，其会计政策详见“(八) 金融工具”。

1、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的判断标准

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。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决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。投资企业能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

2. 投资成本的确定

(1) 企业合并中形成的长期股权投资

① 同一控制下的企业合并取得的长期股权投资

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。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股东权益/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。通过多次交易分步取得同一控制下被合并方的股权，最终形成同一控制下企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日按照应享有被合并方股东权益/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达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并日之前持有的股权投资因采用权益法核算或为可供出售金融资产而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理。

②非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资

在购买日按照合并成本作为长期股权投资的初始投资成本，合并成本包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和。通过多次交易分步取得被购买方的股权，最终形成非同一控制下的企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，按照原持有被购买方的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的长期股权投资的初始投资成本。原持有的股权投资采用权益法核算的，相关其他综合收益暂不进行会计处理。原持有股权投资为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入当期损益。合并方或购买方为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。

(2)其他方式取得的长期股权投资

除企业合并形成的长期股权投资外的其他股权投资，按成本进行初始计量，该成本视长期股权投资取得方式的不同，分别按照本公司实际支付的现金购买价款、本公司发行的权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值、非货币性资产交换交易中换出资产的公允价值或原账面价值、该项长期股权投资自身的公允价值等方式确定。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也计入投资成本。对于因追加投资能够对被投资单位实施重大影响或实施共同控制但不构成控制的，长期股权投资成本为按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有股权投资的公允价值加上新增投资成本之和。

3. 后续计量及损益确认方法

(1)后续计量

本公司对子公司投资采用成本法核算，按照初始投资成本计价。追加或收回投资时调整长期股权投资的成本。

本公司对被投资单位具有共同控制或重大影响的长期股权投资，采用权益法核算，除非投资

符合持有待售资产的条件。长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

本公司因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

本公司因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，在编制个别财务报表时，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，应当在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。购买日之前持有的股权投资按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动应当在改按成本法核算时转入当期损益。

本公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权应当改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，应当在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，应当改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，应当改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

本公司通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有一部分对联营企业的权益性投资的，无论以上主体是否对这部分投资具有重大影响，本公司均按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的有关规定，对间接持有的该部分投资选择以公允价值计量且其变动计入损益，并对其余部分采用权益法核算。

权益法核算的被投资单位除净收益和其他综合收益以外所有者权益其他变动的处理：对于被投资单位除净收益和其他综合收益以外所有者权益的其他变动，在持股比例不变的情况下，公司按照持股比例计算应享有或应承担的部分，调整长期股权投资的账面价值，同时增加或减少资本公积(其他资本公积)。

(2) 损益调整

成本法下，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，本公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认投资收益，不管有关利润分配是属于对取得投资前还是取得投资后被投资单位实现净利润的分配。

权益法下，本公司取得长期股权投资后，应当按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值。投资企业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。投资企业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，投资企业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，投资企业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。

投资企业在确认应享有被投资单位净损益的份额时，应在被投资单位账面净利润的基础上考虑以下因素：被投资单位与本公司采用的会计政策或会计期间不一致，按本公司会计政策或会计期间对被投资单位的财务报表进行调整；以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认；对本公司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应享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销。本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，应当全额确认。

在持有投资期间，被投资单位能够提供合并财务报表的，应当以合并财务报表中的净利润和其他权益变动为基础核算。

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

(十五) 固定资产

适用 不适用

1. 固定资产确认条件

固定资产是指使用寿命超过一个会计年度的为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的有形资产。固定资产的确认条件：①该固定资产包含的经济利益很可能流入企业；②该固定资产的成本能够可靠计量。

2. 固定资产的初始计量

固定资产通常按照实际成本作为初始计量。购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

3. 各类固定资产的折旧方法

(1) 固定资产折旧计提方法

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

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

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

本公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

(2) 固定资产折旧年限

类别	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物			
机器设备			
电子设备	3	5.00	31.67
运输设备	5	5.00	19.00
其他设备			
办公设备	3	5.00	31.67
融资租入固定资产：	—	—	—
其中：房屋及建筑物			
机器设备			
电子设备			
运输设备			
其他设备			

4. 固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

本公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

(十六) 在建工程适用 不适用**(十七) 借款费用**适用 不适用**(十八) 生物资产**适用 不适用**(十九) 无形资产与开发支出**适用 不适用**1. 无形资产的计价方法****(1) 初始计量**

无形资产按取得时的实际成本计量，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

(2) 后续计量

取得无形资产时分析判断其使用寿命。

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

在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命，并在为本公司带来经济利益的期限内按直线法摊销。

2. 使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项目	预计使用寿命	依据
软件	3年	经济寿命

3. 使用寿命不确定的无形资产的判断依据

在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核。如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命，并在为本公司带来经济利益的期限内按直线法摊销。

4. 无形资产减值测试方法及减值准备计提方法

对于使用寿命有限的无形资产，如果有明显的减值迹象的，期末进行减值测试。减值迹象包括以下情形：

- (1)某项无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；
- (2)某项无形资产的市价在当期大幅下跌，剩余摊销年限内预期不会恢复；
- (3)某项无形资产已超过法律保护期限，但仍然具有部分使用价值；
- (4)其他足以证明某项无形资产实质上已经发生了减值的情形。

对于使用寿命不确定的无形资产，每期末进行减值测试。

无形资产存在减值的，估计其可收回金额。可收回金额根据无形资产的公允价值减去处置费用后的净额与无形资产未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当无形资产的可收回金额低于其账面价值的，将无形资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为无形资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。

无形资产减值损失确认后，减值无形资产的折耗或者摊销费用在未来期间做相应的调整，以使该无形资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的无形资产账面价值(扣除预计净残值)。

无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

5. 开发阶段研发支出资本化的条件

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

6. 内部研究开发项目支出的核算

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出同时满足下列条件的，确认为无形资产，不能满足下述条件的开发阶段的支出计入当期损益：①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；②具有完成该无形资产并使用或出售的意图；③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

(二十) 长期待摊费用

适用 不适用

(二十一) 职工薪酬

适用 不适用

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工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，职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

(1) 设定提存计划

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

(2) 设定受益计划

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

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

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

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益。

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

3、辞退福利的会计处理方法

本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：

- (1) 本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。
- (2) 本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。

本公司按照辞退计划条款的规定，合理预计并确认辞退福利产生的应付职工薪酬。辞退福利预期在其确认的年度报告期结束后十二个月内完全支付的，适用短期薪酬的相关规定；辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月内不能完全支付的，适用其他长期职工福利的有关规定。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

本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，适用关于设定提存计划的有关规定进行处理。除此情形外，适用关于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，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。

上述项目的总净额应计入当期损益或相关资产成本。

(二十二) 预计负债

适用 不适用

1. 预计负债的确认标准

与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：

- (1) 该义务是本公司承担的现时义务；
- (2) 履行该义务很可能导致经济利益流出本公司；
- (3) 该义务的金额能够可靠地计量。

2. 预计负债的计量方法

本公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

(二十三) 股份支付

适用 不适用

(二十四) 收入（新收入准则适用）

适用 不适用

(二十五) 收入（原收入准则适用）

1、销售商品收入确认和计量原则

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

2、按照完工百分比法确认提供劳务的收入的确认和计量原则

本公司在同一会计年度内开始并完成的劳务，在完成劳务时确认收入；

本公司劳务的开始和完成分属不同的会计年度，在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，于资产负债表日按完工百分比法确认相关的劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量、已提供劳务占应提供劳务总量的比例或已发生成本占估计总成本的比例确定。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：(1) 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按照相同金额结转劳务成本。(2) 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

本公司收入主要分四类：一是招商服务收入，包括招商外包业务和招商策划业务，其中招商外包业务根据本公司实现的招商业绩，每月与客户进行结算，按月根据实现的业绩确认收入，招商策划业务，在完成策划服务，并取得客户认可(款项收回不存在重大不确定性)时确认收入；二是电商扶贫项目收入，根据项目合同，本公司按照完工进度确认收入，完工进度按照已发生成本

占预计全部成本的比例确定；三是产品销售收入，在客户确认收货时确认收入；四是技术服务收入，属于零星收入，在提供服务并收讫服务款时确认收入。

（二十六） 合同资产与合同负债（新收入准则适用）

适用 不适用

（二十七） 政府补助

适用 不适用

政府补助是指本公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为公司所有者投入的资本。

1、确认和计量

政府补助同时满足下列条件的，才能予以确认：(1)企业能够满足政府补助所附条件；(2)企业能够收到政府补助。

政府补助为货币性资产的，应当按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，应当按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

2、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

本公司对取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。

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。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照相关资产的折旧或摊销期限分期计入损益。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。

3、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

与公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收入。

4、取得政策性优惠贷款贴息的会计处理方法

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

财政将贴息资金直接拨付给公司，公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

（二十八） 递延所得税资产和递延所得税负债

适用 不适用

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损,视同暂时性差异确认相应的递延所得税资产。

对于商誉的初始确认产生的暂时性差异,不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异,不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。在资产负债表日,递延所得税资产和递延所得税负债按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以公司很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。对子公司及联营企业投资相关的暂时性差异产生的递延所得税资产和递延所得税负债,予以确认。但本公司能够控制暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回的,不予确认。

(二十九) 经营租赁、融资租赁

适用 不适用

1、经营租赁的会计处理

(1)本公司租入资产所支付的租赁费,在不扣除免租期的整个租赁期内,按直线法进行分摊,计入当期费用。其他方法更为系统合理的,可以采用其他方法。支付的与租赁交易相关的初始直接费用,计入当期费用。

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

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

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

2、融资租赁的会计处理

(1)融资租入资产:本公司按租赁开始日租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值中较低者作为租入资产的入账价值,按自有固定资产的折旧政策计提折旧;将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值,其差额作为未确认的融资费用。采用实际利率法对未确认融资费用,在资产租赁期内摊销,计入财务费用。发生的初始直接费用计入租入资产价值。

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

(三十) 所得税

适用 不适用

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

(三十一) 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

企业会计准则变化引起的会计政策变更：

1、2018 年度

本公司自 2018 年 1 月 1 日起执行财政部于 2017 年及 2018 年颁布的：《企业会计准则解释第 9 号——关于权益法下投资净损失的会计处理》、《企业会计准则解释第 10 号——关于以使用固定资产产生的收入为基础的折旧方法》、《企业会计准则解释第 11 号——关于以使用无形资产产生的收入为基础的摊销方法》、《企业会计准则解释第 12 号——关于关键管理人员服务的提供方与接受方是否为关联方》（统称“解释第 9-12 号”）和《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）及相关解读。

本公司采用上述企业会计准则解释及修订的主要影响如下：

（1）解释第 9-12 号

本公司采用解释第 9-12 号未对本公司财务状况和经营成果产生重大影响。

2、2019 年度

（1）本公司根据财政部《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号）和企业会计准则的要求编 2019 年度财务报表，此项会计政策变更采用追溯调整法。

（2）本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（以下简称新金融工具准则）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整本报告期期初留存收益或其他综合收益。

本公司执行新金融工具准则，对公司 2019 年 1 月 1 日财务报表没有影响，本公司在 2018 年 12 月 31 日没有需要根据新金融工具准则进行重新分类和计量的金融资产。

（3）本公司自 2019 年 6 月 10 日起执行经修订的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》，自 2019 年 6 月 17 日起执行经修订的《企业会计准则第 12 号——债务重组》。该项会计政策变更采用未来适用法处理。

单位：元

期间/时点	会计政策变更	受影响的报表	原政策下的账	影响金额	新政策下的账
-------	--------	--------	--------	------	--------

	的内容	项目名称	面价值		面价值
2018 年度	财务报表列报	合并报表-应收账款	1,241,902.65	0.00	1,241,902.65
2018 年度	财务报表列报	母公司报表-应收账款	1,070,902.65	0.00	1,070,902.65
2018 年度	财务报表列报	合并报表-应付账款	12,844.00	0.00	12,844.00
2018 年度	财务报表列报	母公司报表-应付账款	12,844.00	0.00	12,844.00

2. 会计估计变更

适用 不适用

(三十二) 前期会计差错更正

适用 不适用

(三十三) 其他主要会计政策、会计估计和财务报表编制方法

适用 不适用

四、 报告期内的主要财务指标分析

(一) 盈利能力分析

1. 会计数据及财务指标

项目	2019 年度	2018 年度
营业收入(元)	41,005,719.35	26,015,563.08
净利润(元)	1,384,211.66	88,980.48
毛利率(%)	35.38	35.51
期间费用率(%)	28.39	30.65
净利率(%)	3.38	0.34
加权平均净资产收益率(%)	33.95	93.38
扣除非经常性损益的加权平均净资产收益率(%)	59.51	93.37
基本每股收益(元/股)	0.24	0.05
稀释每股收益(元/股)	0.24	0.05

2. 波动原因分析

2018 年度、2019 年度，公司营业收入分别为 26,015,563.08 元、41,005,719.35 元。公司成立时间较短，2017 年公司正式开始运营，公司主要收入来源于招商服务收入与电商扶贫项目收入，公司营业收入逐年上升。相比 2018 年度，2019 年公司增长 14,990,156.27 元，增长幅度为 57.62%。随着公司业务的拓展，公司线上网络推广，线下驻点招商的服务模式已获得市场认可，企业品牌形象开始建立，服务客户逐渐增多，公司业务步入快速发展轨道。2019 年相比 2018 年，新增清远思捷装饰材料有限公司、新乡市简晖建材有限公司、佛山美凯罗新材料有限公司、瑞景宏盛(广东)环保材料有限公司、清远市自由空间装饰材料有限公司等主要客户。

2018 年度、2019 年度，净利润分别为 88,980.48 元、1,384,211.66 元。报告期内公司净利润主要来源于主营业务，公司所处行业为轻资产、相对低成本高附加值的商务服务业，成本主要为人工成本与网络招商推广成本，公司依托网络平台以及自身专业的招商服务团队开展业务，在招商服务领域逐渐建立品牌形象与行业知名度。2018 年度公司净利润较低，2019 年公司净利润相比 2018 年度增加了 1,295,231.18 元，主要原因系(1)公司成立时间较短，公司为了开拓市场，提升服务能力，打造招商服务团队，提升服务水平，公司不断扩大业务人员队伍，从而加大服务

人员薪酬支出与网络招商推广支出，因此公司期间费用率相对较高，从而营业利润相对较低，2018年、2019年公司营业利润分别为989,578.51元、2,208,516.15元，2019年营业利润增加1,218,937.64元；（2）2018年、2019年，公司参股30%股权的河南蓝奥智能家居有限公司亏损金额分别为174,772.39元、443,448.00元，公司确认投资收益分别为-52,431.72元、-133,034.40元；（3）2018年公司将子公司广州君典所持有的广州招商快车营销外包服务有限公司亏损确认为预计负债，2018年度确认投资收益损失205,493.42元，2019年8月广州君典转让广州招商快车营销外包服务有限公司，将确认的投资收益损失转回205,493.42元。因此，2019年公司投资收益相比2018年度共增加了330,384.16元。

2018年度、2019年度，公司毛利率分别为35.51%、35.38%，公司毛利率相对稳定，主要原因为（1）公司主要收入来源于招商服务收入与电商扶贫项目收入，报告期内公司毛利率变动趋势与招商服务收入与电商扶贫项目收入的毛利率波动趋势一致；（2）公司成立时间较短，随着公司业务规模不断扩大，公司客户不断增多，为进一步开拓市场，增加客户服务能力，提升业务规模，公司加大人员投入与网络招商推广投入，2019年度公司在招商服务方面的人工成本相比2018年度增加1,898,169.69元，网络招商推广投入增加9,079,154.29元，招商服务成本合计增加10,555,581.19元，增长93.40%，招商服务收入增加15,365,967.69元，增长75.38%，成本上升幅度高于收入上升幅度，因此公司2018年度招商服务收入毛利率有所下降；随着公司业务不断增长，公司在业务人员及招商宣传推广投入不断加大，单位投入所带来的收入回报有所下降，因此报告期内公司毛利率呈现下降趋势；（3）2018年度、2019年度公司分别确认电商扶贫项目收入5,584,771.73元、3,502,579.29元，电商扶贫项目系公司为桐柏县商务局建设电商扶贫项目而获得的收入；该项目具有扶贫性质，公司秉承为当地经济发展贡献力量的理念，为属地承担社会责任，因此公司对项目的建设不完全以盈利为目的，电商扶贫项目合同含税总金额为9,680,000.00元，公司预计该项目全部成本为8,898,694.44元，公司与桐柏县商务局根据公司实际投入成本占预计总成本比重确认项目进度，2019年度该项目完工。因此，2018年度电商扶贫项目实际发生成本为5,442,046.25元，毛利率为2.56%；2019年度电商扶贫项目实际发生成本为3,625,601.72元，超过预计成本212,535.00元，导致2019年电商扶贫项目毛利率降为-3.51%。电商扶贫项目收入的确认，也导致2018年度、2019年度毛利率一定程度下降。

2018年度、2019年度，公司期间费用率分别为30.65%、28.39%，公司期间费用率整体稳定，略有波动。期间费用总额随营业收入的增长而增长，公司所处行业为商务服务业，属于以人力资源为核心的服务型企业，期间费用中职工薪酬占主要比重；除此之外，通讯费、差旅费、招待费等支出也随之公司收入增长而同步增长。

2018年度、2019年度，公司加权平均净资产收益率分别为93.38%、33.95%，扣除非经常性损益的加权平均净资产收益率分别为93.37%、59.87%。报告期内公司净利润金额较小，加权平均净资产收益率呈现下降趋势，主要原因系公司2017年度、2018年度未实缴注册资本，2019年4月公司新增实缴注册资本5,300,000.00元，2019年8月公司整体变更为股份有限公司，通过净资产折股，实缴注册资本增加至6,800,000.00元；因此，2019年实缴注册资本增加导致加权平均净资产大幅增加，从而加权平均净资产收益率大幅下降。

2018年度、2019年度，公司每股收益分别为0.05元、0.24元，每股收益波动主要是受净利润波动的影响。

（二）偿债能力分析

1. 会计数据及财务指标

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
资产负债率（%）	43.90	90.11
母公司的资产负债率（%）	37.21	63.85
流动比率（倍）	2.26	1.07
速动比率（倍）	2.17	0.67

2. 波动原因分析

2018年12月31日、2019年12月31日，公司资产负债率分别为90.11%、43.90%，母公司

资产负债率分别为 63.85%、37.21%。2018 年末公司资产负债率相对较高，主要是因公司未实缴注册资本，而经营过程产生的经营性负债导致公司资产负债率相对较高。2019 年末公司及母公司资产负债率均有所下降，主要原因为 1) 报告期内公司均实现盈利，公司净资产增加；2) 2019 年度，公司增加实收资本 6,800,000.00 元。

2018 年末、2019 年末，公司流动比率分别为 1.07、2.26，公司速动比率分别为 0.67、2.17。公司 2018 年末流动比率及速动比率较小，2019 年末流动比率及速动比率大幅上升，主要原因系公司成立时间较短，2018 年度公司未实缴注册资本，公司流动资产较小；2019 年公司完成实缴注册资本 6,800,000.00 元，2019 年公司流动资产、速动资产分别为 12,289,757.54 元、11,827,859.54 元，相比 2018 年末分别增加 7,854,921.19 元、9,066,184.22 元。

综上，随着公司业务发展、实缴注册资本的充实，报告期内，公司长短期偿债能力显著增强。

（三）营运能力分析

1. 会计数据及财务指标

项目	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率(次/年)	6.77	14.84
存货周转率(次/年)	-	-
总资产周转率(次/年)	4.63	5.89

2. 波动原因分析

（1）应收账款周转率

2018 年度、2019 年度，公司应收账款周转率分别为 14.84、6.77，公司应收账款周转率较高，2019 年度相比 2018 年度有所下降。主要原因为（1）公司应收账款账期较短，应收账款平均余额较小，因此报告期内应收账款周转率相对较高；（2）2019 年，公司为进一步开拓市场，公司调整信用政策，应收账款账期从 1 个月延长至 3-6 月，导致 2019 年末应收账款平均余额比 2018 年末增加 4,307,659.75 元，增加幅度为 245.68%；2019 年度营业收入相比 2018 年度增长 57.62%，营业收入增长幅度小于应收账款平均余额增长幅度；因此，2019 年度应收账款周转率相比 2018 年度有较大幅度下降。

（2）存货周转率

公司所处行业为商务服务业，具有轻资产、零库存的特征。公司主要收入来源于招商服务、营销推广服务、技术服务等；公司产品销售收入主要系线上销售农副产品，采用按单销售的模式，采用零存库管理方式；因此公司报告期内无存货余额。

（3）总资产周转率

2018 年度、2019 年度，公司总资产周转率分别为 5.89、4.63。报告期内，公司总资产周转率有所下降，主要原因系 2019 年，公司完成实缴注册资本 6,800,000.00 元，导致平均总资产增加至 8,851,364.56 元，增长幅度为 100.53%；同时，2019 年度营业收入相比 2018 年度增长 57.62%，营业收入增长幅度小于总资产平均余额增长幅度；因此，2019 年度总资产周转率有所下降。

（四）现金流量分析

1. 会计数据及财务指标

项目	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量净额(元)	-3,610,216.39	166,161.58
投资活动产生的现金流量净额(元)	-664,517.44	-256,280.38
筹资活动产生的现金流量净额(元)	5,300,000.00	
现金及现金等价物净增加额(元)	1,025,266.17	-90,118.80

2. 现金流量分析

（1）经营活动产生的现金流量分析

2018年度、2019年度，公司经营活动产生的现金流量净额分别为166,161.58元和-3,610,216.39元。2019年度公司经营活动产生的现金流量净额较2018年度下降了3,776,377.97元，报告期内公司经营活动产生的现金流量净额较低且有所下降。主要原因系1)公司成立时间较短，盈利能力较弱，2018年度公司净利润为88,980.48元与经营活动产生现金流量净额相匹配；2)2019年度，经营活动产生的现金流量净额大幅下降，主要由于2019年，公司为进一步开拓市场，公司调整信用政策，应收账款账期从1个月延长至3-6月，导致2019年12月31日应收账款期末余额比2018年末增加9,507,487.46元，净利润增加1,295,231.18元，因此，2019年度公司经营活动产生的现金流量净额较2018年度下降了3,776,377.97元。

1) 报告期内，将公司净利润调节为经营活动现金流量净额的过程如下表所示：

单位：元

补充资料	2019 年度	2018 年度
1.将净利润调节为经营活动现金流量：		
净利润	1,384,211.66	88,980.48
加：资产减值准备	740,765.83	-55,882.56
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	141,271.58	87,621.70
无形资产摊销		
长期待摊费用摊销		
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)		
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)		
投资损失(收益以“-”号填列)	-72,459.02	257,925.14
递延所得税资产减少(增加以“-”号填列)	-108,377.26	23,067.73
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)		
经营性应收项目的减少(增加以“-”号填列)	-7,183,900.60	578,668.06
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	1,488,271.42	-814,218.97
其他		
经营活动产生的现金流量净额	-3,610,216.39	166,161.58
2.不涉及现金收支的重大投资和筹资活动：		
债务转为资本		
一年内到期的可转换公司债券		
融资租入固定资产		
3.现金及现金等价物净变动情况：		
现金的期末余额	1,075,511.38	50,245.21

减：现金的期初余额	50,245.21	140,364.01
加：现金等价物的期末余额		
减：现金等价物的期初余额		
现金及现金等价物净增加额	1,025,266.17	-90,118.80

2) 收到其他与经营活动有关的现金

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度
利息收入	3,044.81	8,098.18
政府补助	14,950.00	
押金		56,000.00
往来款	37,492,866.32	12,120,642.17
合计	37,510,861.13	12,184,740.35

3) 支付其他与经营活动有关的现金

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度
往来款	34,904,725.72	11,026,271.48
押金		78,000.00
其他费用	4,735,559.41	4,075,306.29
合计	39,640,285.13	15,179,577.77

(2) 投资活动现金流量分析

2018 年度、2019 年度，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-256,280.38 元、-664,517.44 元。投资活动产生的现金流量净额主要为公司购建固定资产所支付的款项与取得子公司广州君典与方旭科技支付的现金。

(3) 筹资活动现金流量分析

2018 年度和 2019 年度，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 0.00 元、5,300,000.00 元。2019 年度公司筹资活动的现金净流入系股东投入的股权投资款。

(五) 其他分析

适用 不适用

五、 报告期利润形成的有关情况

(一) 营业收入分析

1. 各类收入的具体确认方法

公司收入主要分四类：(1) 招商服务收入，包括招商外包服务收入与策划服务收入，其中 1) 招商外包服务收入根据公司实现的招商业绩，每月与客户进行结算，按月根据实现的业绩确认收入，2) 策划服务收入，在完成策划服务，并取得客户确认单（款项收回不存在重大不确定性）时确认收入；公司实现的招商业绩指公司在提供招商外包服务时，公司为客户制定推广方案并进行营销推广，促成客户与其潜在代理商签订合同；公司客户的潜在代理商按照签订的代理合同或销售合同向公司客户支付合同款项，即为公司为客户提供招商服务；公司客户收到的合同款项为公司实现的招商业绩。(2) 电商扶贫项目收入，根据项目合同，本公司与客户进行阶段性验收，按照完工进度确认收入，完工进度按照已发生成本占预计全部成本的比例确定；(3) 技术服务收入，属于零星收入，在提供服务并收讫服务款时确认收入；(4) 产品销售收入，通过在淘宝、拼多多网络平台上开设店铺自营销售农副产品，款项收取方式为通过淘宝等第三方平台收取销售款，客户在平台上确认收货或平台自动确认收货时确认收入。

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	2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
一、主营业务收入				
招商服务收入	35,749,581.77	87.18	20,383,614.08	78.35
电商扶贫项目收入	3,502,579.29	8.54	5,584,771.73	21.47
技术服务收入	1,280,199.15	3.12		
二、其他业务收入				
产品销售收入	473,359.14	1.15	47,177.27	0.18
合计	41,005,719.35	100.00	26,015,563.08	100.00
波动分析	<p>2018 年度、2019 年度，公司营业收入分别为 26,015,563.08 元、41,005,719.35 元。公司成立于 2016 年 12 月 21 日，成立时间较短，公司主要收入来源于招商服务收入与电商扶贫项目收入，二者合计占公司营业收入比重均超过 95%。公司自 2017 年开展业务以来，发展迅速，2019 年度收入相比 2018 年年度增长 14,990,156.27 元，增长幅度为 57.62%。</p> <p>(1) 招商服务收入系公司为企业客户提供综合性招商服务而获得的收入，包括招商推广、招商代理、营销策划等。报告期内，招商服务收入占营业收入比重均超过 75%。2019 年度招商服务收入占比营业收入比重比 2018 年度有所增长，主要原因系招商服务收入系公司主要收入来源，随着公司业务的开展，公司招商服务能力已逐渐被市场认可，企业品牌形象提升，市场开拓力度加大，在保持原有客户的基础上，不断增加新客户；公司业务人员增加，招商服务能力提升带来更多招商成果。同时，公司招商服务的业务增长较大程度依赖于广告推广的投入与人工成本支出，2018 年度、2019 年度网络招商推广投入分别为 6,149,367.02 元、15,228,521.31 元，增加了 9,079,154.29 元，增长幅度为 147.64%。2018 年度、2019 年度招商服务投入的人工成本分别为 5,130,585.32 元、7,028,755.01 元，增长幅度为 37.00%；因此，公司网络招商推广与人工成本的投入增长，带来了招商服务收入大幅增长，2019 年度招商服务收入相比 2018 年度增长了 15,365,967.69 元，增长幅度为 75.38%。</p> <p>(2) 招商服务业务包括招商外包业务和营销策划业务，具体定价方式分别为：1) 招商外包业务，公司与客户签订框架合同。公司按照为客户实现的销售额（即公司实现的招商业绩，须同时满足客户与潜在代理商签约并且收到合同款项这两个条件）的一定比例收取服务费。2) 营销策划业务，由于客户对营销策划存在差异化需求，公司为客户量身打造营销策划方案，因此公司与不同客户签订合同的服务内容存在较大差异。营销策划业务合同为固定总价合同，合同金额根据客户的不同需求确定不同的价格。</p> <p>(3) 公司在开展招商服务业务时，通过在百度、360、今日互联等平台投放招商信息相关广告。网络用户通过浏览公司在平台上投放的广告，在相关界面留言咨询，或填写问卷调查，留下名称、所在区域、电话或 qq、微信等联系方式，或直接拨打公司预留电话。通过该方式公司获取用户信息，并由公司招商服务业务人员联系客户。该类网络用户系公司招商服务客户的潜在代理商或终端用户，公司业务人员进行营销活动以促成公司招商服务客户与潜在代理商签订合同。经过公司业务人员沟通后，有意向签约的潜在代理商将实地走访考察公司招商服务客户的产品展厅或经营场所。公司业务人员在招商服务客户的产品展厅或经营场所长期驻点，并在潜在代理商走访期间全称陪同并促成签约。</p> <p>2018 年、2019 年，公司通过网络平台投放广告获取“数据量”分别合计 103,901 个、269,418；接待“来访量”分别为 2,246 人次、4,022 人次；公司促成招商服务客户的签约数量分别合计为 633 份、966 份；广告转化率分别为 0.61%、0.36%；全年人均签单量分别为 1.00 份/人次、0.97 份/人次；来访转化率分别为 28.18%、24.02%。</p>			

广告投入、人工成本与招商服务收入关系分析如下：

1) 数据量、来访量与签单量随着公司广告成本投入的增加而增加，与 2018 年相比，2019 年全年的数据量、来访量、签单量分别增长了 159.30%、79.07%、52.61%。广告成本增加带来的增量效应较为明显。

2) 2018 年、2019 年广告转化率分别为 0.61%、0.36%，广告转化率有所下降；报告期内，1-2 月份由于春节放假因素影响，广告投放及效果、招商服务收入、人工成本等均较低；2019 年 11 月份，公司大幅增加广告投放，同时带来数据量大幅增加，但当月签单数并未随之增长，因此造成 2019 年全年获得的数据量大增，但签单总数未相应幅度增长，导致全年广告转化率下降。

3) 2018 年、2019 年全年人均签单量分别为 1.00 份/人次、0.97 份/人次，来访转化率分别为 28.18%、24.02%，业务人员营销效果较为稳定；除每年 1-2 月份人均签单量、来访转化率较低外，其他月份处于相对正常水平，公司人力资源配置较为合理。

4) 公司所促成招商服务客户与潜在代理商签约的合同总价，根据不同客户的情况，合同价格存在较大差异，报告期内，签单的合同平均价格约为 8 万元。通常来说，潜在代理商与公司招商服务客户签订合同后，现场交付部分款项，剩余款项在当月或未来几月内支付完毕。由于公司招商外包服务收入是按照为客户实现的招商业绩确认收入，须同时满足客户与潜在代理商签约并且收到合同款项这两个条件，因此，当月签单数与公司当月招商服务收入不完全等比例变动，存在一定的滞后性。

5) 通过计算报告期内各月广告成本、人工成本、招商服务收入，可得出招商服务收入与广告成本、招商服务收入与人工成本的相关系数分别为 0.63、0.67，因此，广告成本、人工成本与招商服务收入存在较为明显的正相关关系，报告期内，随着广告推广的投入与人工成本支出的增长，招商服务收入相应增长。

上文中，“数据量”指留下名称、区域、联系方式等基本信息的网络用户数量；“来访量”指公司业务人员接待的网络用户数量；“签单数”指公司促成招商服务客户的签约数量；“广告转化率”系衡量广告投放效果的指标，本处采用体现最终效果的“签单数”与公司通过广告获得的“数据量”的比值来计算“广告转化率”；“人均签单数”指“签单数”与“业务人员数量”的比值，作为衡量人力资源政策执行效果的指标；“来访转化率”指“签单数”与“来访量”的比值，衡量公司业务人员现场营销推广，促成签单的效果指标，可视为人工推广的转化率。

(4) 电商扶贫项目收入系公司为桐柏县商务局建设电商扶贫项目而获得的收入。电商扶贫项目系公司与桐柏县商务局于 2017 年 11 月 1 日签署《政府采购合同》，公司为桐柏县建设“桐柏县农产品上行、县级电子商务公共服务中心及农村电子商务培训体系建设项目”；主要为桐柏县整合物流资源，建立农产品标准体系、农副产品溯源体系、农村电子商务服务站等体系，改造电商产业园硬件设施，建设功能完备的电子商务公共服务中心、培训中心等。该合同含税总金额为 9,680,000.00 元，公司预计该项目全部成本为 8,898,694.44 元，公司与桐柏县商务局根据公司实际投入成本占预计总成本比重确认项目进度。公司与桐柏县商务局根据项目实际进度进行阶段性验收，根据验收结果，2017 年度、2018 年度，公司分别确认收入 44,724.45 元、5,584,771.73 元。截至 2019 年 12 月 31 日，该项目已全部完工，2019 年度公司确认项目收入 3,502,579.29 元。

(5) 技术服务收入主要系公司及子公司博源电子为桐柏县当地企业、居民开设网店提供技术服务获得的收入。公司 2019 年才开展该项业务，因此公司技术服务收入金额相对较小。

(6) 其他业务收入系公司通过在淘宝、拼多多网络平台上开设店铺，主要销售花菇、水果、食用小苏打粉等产品。2018 年公司才开展该项业务，占营业收入比重较小，2019 年度，产品销售收入有了一定程度增长。

(2) 按地区分类

适用 不适用

单位：元

项目	2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
华北	714,035.96	1.74	463,358.48	1.78
华东	975,754.69	2.38	1,138,962.25	4.38
华南	22,253,213.61	54.27	14,634,547.60	56.25
华中	16,618,975.47	40.53	9,403,223.06	36.14
西北			328,301.88	1.26
西南	443,739.62	1.08	47,169.81	0.18
合计	41,005,719.35	100.00	26,015,563.08	100.00
原因分析	2018 年度、2019 年度，公司营业收入主要来自于华南及华中区域，这两个区域收入合计分别为 24,037,770.66 元、38,872,189.08 元，占当期营业收入分别为 92.39%、94.80%。			

(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

(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

(二) 营业成本分析

1. 成本归集、分配、结转方法

公司营业成本主要包括人工成本、外购服务成本以及材料成本。

项目中发生的成本按项目归集在劳务成本科目，待对应的项目形成收入后将发生的劳务成本结转主营业务成本。成本中人工成本按项目工时分摊，外购服务成本、材料成本直接计入对应项目的成本。当项目满足收入确认条件并确认收入时同时结转成本。

材料成本，于产品销售出库确认收入时，根据实际采购成本按照加权平均计入营业成本。

2. 成本构成分析

(1) 按照产品（服务）分类构成：

单位：元

项目	2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
一、主营业务成本				
招商服务收入	21,856,533.53	82.48	11,300,952.34	67.36
电商扶贫项目收入	3,625,601.72	13.68	5,442,046.25	32.44
技术服务收入	671,922.19	2.54		

二、其他业务成本				
产品销售收入	345,796.51	1.30	34,065.96	0.20
合计	26,499,853.95	100.00	16,777,064.55	100.00
原因分析	2018 年度、2019 年度，公司营业成本金额分别为 16,777,064.55 元、26,499,853.95 元。2019 年度，公司营业成本较 2018 年度增加 9,722,789.40 元，增加幅度为 57.95%，主要原因系公司 2019 年度营业收入增加 14,990,156.27 元，增加幅度为 57.62%，收入上升导致相应成本增加，营业成本波动与营业收入波动相一致。			

(2) 按成本性质分类构成:

单位: 元				
项目	2019 年度		2018 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
人工	7,700,677.20	29.06	5,851,294.17	34.88
外购服务	16,125,496.68	60.85	7,102,527.99	42.33
材料	2,673,680.07	10.09	3,823,242.39	22.79
合计	26,499,853.95	100.00	16,777,064.55	100.00
原因分析	<p>2018 年度、2019 年度，公司营业收入分别为 26,015,563.08 元、41,005,719.35 元。报告期内，公司成本以人工成本与外购服务成本为主。2018 年度、2019 年度，人工成本与外购服务合计占总成本比例分别为 77.21%、89.91%。</p> <p>公司主要收入来源于招商服务收入与电商扶贫项目收入，其中，公司招商服务收入对应的主要成本为人工成本与外购服务成本，外购服务成本主要为公司网络招商推广的支出；电商扶贫项目收入对应的成本主要为公司按照与桐柏县商务局签署的合同要求，建设县级电子商务公共服务中心、桐柏县农产品上行项目、农村电子商务服务站及桐柏县农村电子商务培训体系，公司投入硬件设备等物资、电商氛围营造支出以及人工支出。</p> <p>技术服务收入主要系公司及子公司博源电子为桐柏县当地企业、居民开设网店提供技术服务获得的收入，对应的成本主要为人工成本。</p> <p>公司产品销售收入系公司通过在淘宝、拼多多网络平台上开设店铺，主要销售花菇、水果、食用小苏打粉等产品，对应的成本主要为材料成本。</p> <p>报告期内人工成本、外购服务成本、材料成本占总成本比重变化的主要原因如下：</p> <p>(1) 报告期内，2018 年度、2019 年度人工成本占总成本比重相对平稳，略有下降。主要原因系随着业务不断拓展，公司加大网络招商推广支出，2019 年度相比 2018 年度，外购服务成本增加 9,022,968.69 元，外购服务成本占总成本比重由 42.33% 上升至 60.85%，外购服务成本投入增大导致人工成本占比呈现下降趋势；(2)2018 年度、2019 年度，公司材料成本分别为 3,823,242.39 元、2,673,680.07 元，占营业总成本比例分别为 22.79%、10.09%，材料成本占比下降程度低于外购服务成本占比的上升；因此，2018 年度人工成本占比相比 2019 年度有所下降。</p> <p>(2) 公司招商服务业务人员薪酬由底薪与浮动工资构成，底薪包括岗位工资、职级工资、全勤工资、司龄工资等，浮动工资包括绩效工资、提成、季度与年度奖励等。公司招商服务业务人员主要职责为对公司客户的产品或服务进行营销活动。从业人员门槛较低，人员流动性较强且底薪较低。</p> <p>2018 年、2019 年公司招商服务收入分别为 20,383,614.08 元、35,749,581.77 元，增长了 15,365,967.69 元，增长幅度为 75.38%。2018</p>			

	<p>年、2019 年招商服务投入的人工成本分别为 5,130,585.32 元、7,028,755.01 元，增长幅度为 37.00%。</p> <p>2018 年度、2019 年度，招商服务业务人员平均薪酬分别为 8,118.01 元、7,064.08 元，人员平均薪酬略有下降。主要原因系 2019 年，公司为扩大业务规模，大幅增加业务人员。按月末员工人数口径进行加总计算，2018 年、2019 年用工总数分别为 632 人、995 人，增长了 57.44%。由于业务人员底薪较低，业务人员对公司业绩增长的贡献度存在较大差异，业绩提成也存在较大差异，业绩提成的增加幅度低于员工人数的增长幅度；因此，平均薪酬有所下降。</p> <p>综上，公司招商服务业务需要较多业务人员，公司业务规模的增长需要业务人员数量相匹配；报告期内，公司为扩大招商成果，增加招商服务收入，不断增加业务人员团队规模，因此人工成本有所上升。</p> <p>(3) 外购服务成本主要为公司网络招商推广的支出。报告期内，为了不断开拓市场，增加招商服务收入，公司在招商服务方面持续投入网络招商推广支出，导致外购服务成本金额不断加大。2018 年度、2019 年度网络招商推广支出分别为 6,149,367.02 元、15,228,521.31 元，增加了 9,079,154.29 元，增长幅度为 147.64%。网络招商推广支出的增长带来了招商服务收入 75.38% 的增长。因此，网络招商推广支出的增长导致外购服务成本占总成本比重上升。</p> <p>(4) 材料成本主要为电商扶贫项目的材料投入以及公司销售农副产品对应的材料成本。报告期内，公司材料成本占比波动的主要原因为：1) 2018 年度、2019 年度材料成本中电商扶贫项目收入对应的材料成本金额分别为 3,789,176.43 元、2,327,883.56 元，产品销售收入对应的材料成本分别为 34,065.96 元、345,796.51 元，2019 年度电商扶贫项目建设进入中后期，材料成本支出有所下降，导致 2019 年度材料成本占比相比 2018 年度下降。</p>
--	---

(3) 其他分类

适用 不适用

3. 其他事项

适用 不适用

(三) 毛利率分析

1. 按产品（服务）类别分类

单位：元

2019 年度			
项目	收入	成本	毛利率 (%)
一、主营业务收入			
招商服务收入	35,749,581.77	21,856,533.53	38.86
电商扶贫项目	3,502,579.29	3,625,601.72	-3.51
技术服务收入	1,280,199.15	671,922.19	47.51
二、其他业务收入			
产品销售收入	473,359.14	345,796.51	26.95
合计	41,005,719.35	26,499,853.95	35.38
原因分析	参见营业收入毛利率变动分析。		

2018 年度			
项目	收入	成本	毛利率 (%)
一、主营业务收入			
招商服务收入	20,383,614.08	11,300,952.34	44.56
电商扶贫项目	5,584,771.73	5,442,046.25	2.56
技术服务收入			
二、其他业务收入			
产品销售收入	47,177.27	34,065.96	27.79
合计	26,015,563.08	16,777,064.55	35.51
原因分析	参见营业收入毛利率变动分析。		

营业收入毛利率变动分析:

2018 年度、2019 年度，公司营业收入毛利率分别为 35.51%、35.38%。报告期内，公司综合毛利率较为稳定；2019 年度综合毛利率与 2018 年度相比略有下降。

综合毛利率波动的主要原因系：1) 2018 年度、2019 年度，招商服务收入占营业收入比重分别为 78.35%、87.18%，公司综合毛利率的波动与招商服务收入毛利率波动较为一致；报告期内公司招商服务业务快速增长，公司增加更多业务人员并增加员工薪酬支出，同时加大网络招商推广支出；招商服务收入对应外购服务成本上升幅度超过招商服务收入的上升幅度，因此造成招商服务收入毛利率下降，从而导致综合毛利率下降；2) 2018 年度公司为桐柏县商务局建设的电商扶贫项目进入实质阶段，公司按照阶段性验收结果确认收入 5,584,771.73 元，占营业收入比重为 21.47%，2019 年度该项目完工，确认项目收入 3,502,579.29 元，占营业收入比重为 8.54%。同时，电商扶贫项目 2019 年度毛利率降为-3.51%，从而一定程度上导致综合毛利率下降。

公司具体业务毛利率变动原因分析如下：

(1) 招商服务收入毛利率。2018 年度、2019 年度，公司招商服务收入毛利率分别为 44.56%、38.86%。2019 年度，招商服务收入毛利率相比 2018 年度减少了 5.70%。公司招商服务收入主要为公司为客户提供营销策划方案获得服务报酬，并通过线上网络平台推广、线下推广、电话营销推广等方式，为公司客户实现招商目标，公司按照客户签单收款金额或签约代理商数量获取收入。报告期内公司业务快速增长，公司招商服务客户不断增多，公司为了增大收入规模，不断增加业务人员、加大网络平台推广支出，随着网络招商推广投入增加以及业务人员的增加，单位投入所带来的收入回报有所下降。具体来说，2019 年度较 2018 年度招商服务收入增长 15,365,967.69 元，增长 75.38%；2018 年度、2019 年度网络招商推广投入分别为 6,149,367.02 元、15,228,521.31 元，增加了 9,079,154.29 元，增长幅度为 147.64%。因此，随着公司网络招商推广支出不断加大，外购服务成本增长的幅度超过收入增长的幅度，从而招商服务收入毛利率呈现下降趋势。

(2) 电商扶贫项目收入。电商扶贫项目收入系公司为桐柏县商务局建设电商扶贫项目而获得的收入。电商扶贫项目系公司与桐柏县商务局于 2017 年 11 月 1 日签署《政府采购合同》，公司为桐柏县建设“桐柏县农产品上行、县级电子商务公共服务中心及农村电子商务培训体系建设项目”；主要为桐柏县整合物流资源，建立农产品标准体系、农副产品溯源体系、农村电子商务服务站等体系，改造电商产业园硬件设施，建设功能完备的电子商务公共服务中心、培训中心等。该合同总金额为 9,680,000.00 元，公司预计该项目全部成本为 8,898,694.44 元，公司与桐柏县商务局根据公司实际投入成本占预计总成本比重确认项目进度。公司与桐柏县商务局根据项目实际进度进行阶段性验收，根据验收结果，2017 年度、2018 年度，公司分别确认收入 44,724.45 元、5,584,771.73 元，实际投入成本分别为 43,581.47 元、5,442,046.25 元。截至 2019 年 12 月 31 日，该项目已全部完工，2019 年度公司确认项目收入 3,502,579.29 元，实际投入成本为 3,625,601.72 元。该项目实际投入成本合计 9,111,229.44 元，超过预计总成本 212,535.00 元，该项目毛利合计为 20,846.03 元。该项目具有扶贫性质，公司为住所在地履行社会责任，公司承接该项目不以获利为目的，因此报告期内电商扶贫项目较低。2018 年度根据实际投入成本占预计总成本比重确认项目进度，毛利率为 2.56%；2019 年

度因实际投入成本超过预计总成本，导致毛利率为-3.51%。

(3) 产品销售收入。商品销售收入系公司通过在淘宝、拼多多网络平台上开设店铺，主要销售花菇、水果、食用小苏打粉等产品。2018年公司才开展该项业务，占营业总收入比重较小，2019年度，产品销售收入有了一定程度增长。2018年度、2019年度，公司产品销售收入分别为47,177.27元、473,359.14元，占收入比重分别为0.18%、1.15%，毛利率分别为27.79%、26.95%，毛利率较为合理且相对稳定。

(4) 技术服务收入。技术服务收入主要系公司及子公司博源电子为桐柏县当地企业、居民开设网店提供技术服务获得的收入。2019年公司新开拓该项业务，收入规模较小，公司按单项基础服务向客户收取固定金额服务费，并根据客户销售额收取5%的服务费。技术服务收入规模较小，占营业收入比例仅为3.12%，所对应成本均为人工成本。由于公司该项业务尚未步入正轨，收入规模较小，公司维持小团队成员运作，人工成本相对固定，单位成本产出及毛利率较为合理。

2. 与可比公司毛利率对比分析

公司	2019年度	2018年度
申请挂牌公司	35.38%	35.51%
瑞铂慧家(839573)	32.12%	32.18%
百程股份(873153)	41.81%	68.05%
原因分析		<p>上海瑞铂慧家科技股份有限公司（代码：839573，简称“瑞铂慧家”）主营业务为客户提供策划咨询、运营管理、招商代理等服务，为开发商提供有关商业地产项目的全程咨询顾问服务，为商业物业业主提供项目的招商服务，并且在招商后根据不同的商业项目的业态、楼层和定位，对商业项目进行全面有效的经营管理。</p> <p>上海百程商务服务股份有限公司（代码：873153，简称“百程股份”）主营业务以招商服务为主，辅以营销策划服务，业务体系具有较强的层次性。百程股份作为向客户提供招商活动一站式整体解决方案的招商综合服务商，对相关商业综合体、政府、园区等提供全门类、全方位、一站式、一体化的系列招商服务，内容贯穿招商活动的全过程，达成招商服务的闭环。百程股份营销策划服务主要系为品牌企业提供营销策划方案、品牌企划设计的系列服务。</p> <p>从上表可以看出，公司2018年度、2019年度的综合毛利率分别为35.51%、35.38%；瑞铂慧家2018年度、2019年度综合毛利率分别为32.18%、32.12%；百程股份2018年度、2019年度综合毛利率分别为68.05%、41.81%。公司2018年度、2019年度毛利率与瑞铂慧家比较接近，略高于瑞铂慧家。公司2018年度、2019年度毛利率与百程股份相比较低，主要原因系1) 百程股份业务规模较小，2018年度、2019年度营业收入分别为6,414,495.86元、15,514,480.57元，因此百程股份人员较少，2018年末、2019年末百程股份员工人数分别为23人、15人，人工成本支出较少，单位人工成本投入带来较高的营业收入，从而导致较高的毛利率；2) 百程股份自有平台中国招商网是其自有专业招商网站，百程股份通过自有招商网站获取招投信息资源和宣传推广能力，从而降低人力资源、交通、物料、广告支出等成本。百程股份只需对网站推广、运营有计划地进行集中投入，即可促进所有招商服务工作的展开、推进、达成，无需对每个项目分配大量资源，从而获得较高毛利率。蓝奥科技通过线上、线下有机结合的集成化服务模式，线上招商推广主要依托外部网络平台进行推广，因而人工成本、外购服务成本较高，从而毛利率低于百程股份。</p>

3. 其他分类

适用 不适用

4. 其他事项

适用 不适用

(四) 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	2019 年度	2018 年度
营业收入(元)	41,005,719.35	26,015,563.08
销售费用(元)	6,800,023.56	4,271,121.27
管理费用(元)	4,827,605.69	3,699,346.41
研发费用(元)		
财务费用(元)	12,564.31	4,164.06
期间费用总计(元)	11,640,193.56	7,974,631.74
销售费用占营业收入的比重(%)	16.58	16.42
管理费用占营业收入的比重(%)	11.77	14.22
研发费用占营业收入的比重(%)		
财务费用占营业收入的比重(%)	0.03	0.02
期间费用占营业收入的比重总计(%)	28.39	30.65
原因分析	<p>2018 年度、2019 年度，公司期间费用合计数分别为 7,974,631.74 元和 11,640,193.56 元，期间费用占营业收入的比例分别为 30.65%、28.39%。</p> <p>报告期内，销售费用、管理费用占营业收入比重相对较大，且较为平稳，主要原因系公司成立时间短，公司目前处于业务发展期，收入规模较小，为大力开拓市场，公司在运营管理与市场营销方面投入较多资源，因此，报告期内销售费用、管理费用占比较高。</p>	

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	2019 年度	2018 年度
职工薪酬	3,827,470.82	2,135,933.32
通讯费	581,550.94	132,962.94
办公费	1,006,955.17	1,441,996.74
差旅费	565,023.44	278,319.93
折旧费	140,800.94	87,621.70
招待费	252,716.49	60,191.19

房租	384,214.99	121,254.40
其他	41,290.77	12,841.05
合计	6,800,023.56	4,271,121.27
原因分析	<p>2018 年度、2019 年度，公司销售费用分别为 4,271,121.27 元、6,800,023.56 元。公司销售费用主要由职工薪酬、通讯费、办公费、差旅费、房租等构成。</p> <p>报告期内公司销售费用有较大幅度增加，主要原因系公司成立时间较短，随着公司收入增长，销售人员增多，职工薪酬、通讯费、差旅费等有较大幅度增加。</p> <p>报告期内变化较大的项目如下：</p> <p>(1) 职工薪酬。2018 年度、2019 年度，公司销售部门发生的职工薪酬分别为 2,135,933.32 元、3,827,470.82 元，2019 年度较 2018 年度上升了 1,691,537.50 元，上升比例为 79.19%。主要原因因为 2019 年度随着收入上升，公司提高了销售人员工资。2018 年度、2019 年度销售部门发生的职工薪酬占营业收入比重分别为 8.21%、9.33%，相比平稳且略有上升。</p> <p>(2) 通讯费。2018 年度、2019 年度，公司销售部门发生的通讯费分别为 132,962.94 元、581,550.94 元。2019 年度较 2018 年度上升了 448,588.00 元。报告期内公司通讯费主要系公司销售人员通讯费用支出。由于公司业务分布地域较广，销售人员与客户或潜在客户的沟通交流以远程通讯方式为主，因此，随着公司收入规模增长，销售人员增加，通讯费用有较大幅度增长。</p> <p>(3) 办公费。2018 年度、2019 年度，公司销售部门发生的办公费分别为 1,441,996.74 元、1,006,955.17 元。2018 年度、2019 年度办公费占营业收入比重分别为 5.54%、2.46%。报告期内，公司办公费较高，主要原因系公司成立时间短，公司投入在市场开拓方面投入较大资源，随着业务规模扩大，销售人员及办公场所增大，公司办公费用支出较大。办公费主要包含销售部门办公用品、快递费、办公场所装饰装修费用、销售部门车辆费用、清洁费用、打印费用、印刷品制作费用、办公场所取暖费、物业管理费、网络费用、协会入会费等。随着公司销售团队、办公场所、营销模式的逐渐完善，公司加强办公费用控制，办公费用支出有所减少，且占营业收入比例呈下降趋势。</p> <p>(4) 差旅费。2018 年度、2019 年度，公司销售部门发生的差旅费用分别为 278,319.93 元、286,703.51 元，上升比例为 103.01%。公司客户群体分布地域较广，随着公司市场的不断开拓，客户数量逐渐增多，公司差旅费用相应增加。</p> <p>(5) 房租。销售费用中的房租系广州分公司与子公司广州君典经营场所的租金。广州君典系 2018 年 10 月开始纳入合并范围，2018 年度房租仅包含</p>	

	2018年10月份至12月份。2019年8月广州君典退租，因此，2019年度房租较2018年度房租有较大增长。
--	---

(2) 管理费用

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度
职工薪酬	2,502,279.77	1,339,885.86
咨询费	877,475.58	801,274.29
办公费	346,412.57	628,706.54
差旅费	281,069.24	310,630.52
通讯费	133,506.28	96,270.10
招待费	293,134.91	196,438.95
培训费	129,766.06	52,017.66
房租	186,250.66	209,475.24
折旧费	470.64	
其他	77,239.98	64,647.25
合计	4,827,605.69	3,699,346.41
原因分析	<p>2018年度、2019年度，公司管理费用分别为3,699,346.41元、4,827,605.69元。公司销售费用主要由职工薪酬、咨询费、办公费、差旅费、通讯费、招待费、房租等构成。</p> <p>报告期内变化较大的项目如下：</p> <p>(1) 职工薪酬。2018年度、2019年度，公司管理部门发生的职工薪酬分别为1,339,885.86元和2,502,279.77元，2019年度较2018年度上升了1,162,393.91元。主要原因因为2018年度，公司处于初创期，业务规模较小，管理团队尚未成型，因此职工薪酬金额较小。2019年度公司业务发展较快，管理团队逐渐稳定，随着业务收入增长，职工薪酬相应增加。</p> <p>(2) 咨询费。2018年度、2019年度的咨询费主要系公司为全国中小企业股份转让系统挂牌所支付的中介费用。</p> <p>(3) 办公费。2018年度、2019年度，公司管理部门发生的办公费分别为628,706.54元、346,412.57元。报告期内，办公费主要系办公用品、快递费、打印费、印刷品制作费用、低值易耗品、标书制作费用、清洁费用等。公司成立时间较短，成立初期办公费用支出较大，随着公司经营逐渐稳定，2019年度公司加强费用管理，办公费用将呈现下降趋势。</p> <p>(4) 差旅费、招待费。2018年度、2019年度，公司差旅费、招待费合计分别为507,069.47元、574,204.15元，占营业收入比重分别为1.95%、1.40%，占比相对较小。随着公司业务开展，管理</p>	

	<p>人员数量增多，公司差旅费、招待费略有增加。</p> <p>(5) 培训费。2018年度、2019年度的培训费主要系公司为员工进行企业文化、营销能力等方面的培训费用支出。</p> <p>(6) 房租。房租系广州分公司经营场所、子公司方旭科技经营场所与上海临时办事处的租金。2019年度公司取消了临时办事处的租赁，因此2019年度房租略低于2018年度。</p>
--	--

(3) 研发费用

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度
合计	0.00	0.00
原因分析	报告期内，公司不存在研发费用。	

(4) 财务费用

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度
利息支出		
减：利息收入	3,041.34	8,076.49
银行手续费	15,605.65	12,240.55
汇兑损益		
合计	12,564.31	4,164.06
原因分析	报告期内，公司存在少量利息收入以及银行手续费。	

3. 其他事项

适用 不适用

(五) 其他收益

适用 不适用

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度
增值税加计抵减额	101,713.92	
增值税减免额	19,808.93	
增值税减征额	280.00	
政府补助	14,950.00	
合计	136,752.85	

具体情况披露

2019年度增值税加计抵减额系公司根据《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)，按照当期可抵扣进项税额加计10%，抵减应纳税额。

2019 年度增值税减免额，系子公司广州君典与方旭科技为小规模纳税人，部分季度销售额低于 30 万元，该部分销售额免征增值税。

增值税减征额系公司根据《财政部、国家税务总局关于增值税税控系统专用设备和技术维护费用抵减增值税税额有关政策的通知》（财税〔2012〕15 号）规定，2019 年发生的税控系统维护费，全额抵减当期应交增值税。

政府补助系子公司方旭科技取得广州市黄埔区政府发放的孵化器发展补助 14,950.00 元。

(六) 重大投资收益情况

适用 不适用

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度
权益法核算的长期股权投资收益	72,459.02	-257,925.14
处置长期股权投资产生的投资收益		
处置划分为持有待售资产的长期股权投资产生的投资收益		
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益		
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益		
持有至到期投资在持有期间的投资收益		
处置持有至到期投资取得的投资收益		
可供出售金融资产等取得的投资收益		
处置可供出售金融资产取得的投资收益		
交易性金融资产持有期间的投资收益（新准则适用）		
其他权益工具投资持有期间取得的股利收入（新准则适用）		
债权投资持有期间的利息收益（新准则适用）		
其他债权投资持有期间的利息收益（新准则适用）		
债权投资处置收益（新准则适用）		
其他债权投资处置收益（新准则适用）		
取得控制权后，股权按公允价值重新计量产生的利得		
丧失控制权后，剩余股权按公允价值重新计量产生的利得		
其他		
合计	72,459.02	-257,925.14

具体情况披露：

1、2018 年 4 月 16 日，有限公司与胡永泽、张国双两人共同投资设立河南蓝奥智能家居有限公司，有限公司占比 30%，认缴 900 万元的出资额，截至公开转让说明书签署之日尚未实缴出资。截至 2019 年 12 月 31 日，河南蓝奥智能家居有限公司累计亏损 618,220.39 元，其中 2019 年度亏损 443,448.00 元，2018 年度亏损 174,772.39 元，公司根据持股比例计算投资收益分别为 -133,034.40 和 -52,431.72 元。

2、2018 年 9 月 14 日，蓝奥有限与黎冬冬签订股权转让协议，取得黎冬冬持有的广州君典 70% 股权，同时广州君典持有广州招商快车营销外包服务有限公司（以下简称“营销外包公

司”) 60%的股权，但由于广州君典未实缴对营销外包公司的出资，且营销外包公司执行董事、总经理和法定代表人均为营销外包公司其他股东委派，广州君典实质上未控制营销外包公司，因此采用权益法对营销外包公司进行后续计量，同时将应承担的营销外包公司亏损确认为预计负债。其中，2018 年度确认损失 205,493.42 元，2019 年 8 月广州君典转让营销外包公司时将公司此前确认的损失转回。

(七) 公允价值变动损益情况

适用 不适用

(八) 其他利润表科目

适用 不适用

单位：元

信用减值损失、资产减值损失科目		
项目	2019 年度	2018 年度
信用减值损失	-447,522.47	
资产减值损失	-293,243.36	55,882.56
合计	-740,765.83	55,882.56

具体情况披露

2018 年度资产减值损失为坏账准备的计提，2019 年度信用减值损失为坏账准备的计提；2019 年度资产减值损失 293,243.36 元系商誉减值准备的计提，详见本节之“六、报告期内各期末主要资产情况及重大变动分析”之“（二十六）其他主要资产”。

(九) 非经常性损益情况

1、 非经常性损益明细表：

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度
非流动性资产处置损益		
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免		
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	14,950.00	
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费		
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益		
非货币性资产交换损益		
委托他人投资或管理资产的损益		
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备		
债务重组损益		
企业重组费用		
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益		

同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-231,870.73	-397,077.95
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益		
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益		
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回		
对外委托贷款取得的损益		
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益		
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响		
受托经营取得的托管费收入		
其他符合非经常性损益定义的损益项目	1,048.83	-10,162.48
非经常性损益总额	-215,871.90	-407,240.43
减：非经常性损益的所得税影响数	4,054.02	2.58
少数股东权益影响额（税后）		
非经常性损益净额	-219,925.92	-407,243.01

公司主要非经常性损益为同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益，系2019年3月30日公司合并同一控制下的企业南阳蓝奥博源电子商务有限公司，2018年、2019年，报告期初至合并日南阳蓝奥博源电子商务有限公司净利润分别为-397,077.95元、-231,870.73元。

2、报告期内政府补助明细表

适用 不适用

单位：元

补助项目	2019 年度	2018 年度	与资产相关/ 与收益相关	是否为与企 业日常活动 相关的政府 补助	备注
孵化器发展 补助	14,950.00	-	与收益相关	是	

(十) 适用的各项税收政策及缴纳的主要税种

1、主要税种及税率

主要税种	计税依据	税率(%)
增值税	按照税法规定计算的销售货物收入为基础计算销项税，按照税法规定计算的应税劳务收入为基础计算销项税	17%、16%、13%、10%、9%、6%、3%

企业所得税	按应纳税所得额计算缴纳	25%
城市维护建设税	按实际缴纳的流转税之和计算缴纳	7%、5%
教育费附加	按实际缴纳的流转税之和计算缴纳	3%
地方教育费附加	按实际缴纳的流转税之和计算缴纳	2%

2、 税收优惠政策

根据《财政部税务总局海关总署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），本公司自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳增值税额。

3、 其他事项

适用 不适用

六、 报告期内各期末主要资产情况及重大变动分析

(一) 货币资金

1、 期末货币资金情况

单位：元		
项目	2019年12月31日	2018年12月31日
库存现金	4,722.00	4,532.00
银行存款	1,026,124.36	32,492.36
其他货币资金	44,665.02	13,220.85
合计	1,075,511.38	50,245.21
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	2019年12月31日	2018年12月31日
拼多多账户余额	37,144.59	5,972.94
淘宝账户余额	7,520.43	7,247.91
合计	44,665.02	13,220.85

报告期末，公司其他货币资金为拼多多账户余额及淘宝账户余额。

3、 其他情况

适用 不适用

截至 2019 年 12 月 31 日，公司不存在质押、冻结，或有潜在收回风险的款项。

(二) 交易性金融资产

适用 不适用

(三) 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

(四) 应收票据

适用 不适用

(五) 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	2019年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备					
按组合计提坏账准备	10,814,753.41	100.00	540,737.67	5.00	10,274,015.74
合计	10,814,753.41	100.00	540,737.67	5.00	10,274,015.74

续：

种类	2018年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款					
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
账龄组合	1,307,265.95	100.00	65,363.30	5.00	1,241,902.65
组合小计	1,307,265.95	100.00	65,363.30	5.00	1,241,902.65
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款					
合计	1,307,265.95	100.00	65,363.30	5.00	1,241,902.65

A、期末单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款（新金融工具准则下按单项计提坏账准备的应收账款）：

适用 不适用适用 不适用

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	2019年12月31日

	账面余额	比例 (%)	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
1 年以内	10,814,753.41	100.00	540,737.67	5.00	10,274,015.74
合计	10,814,753.41	100.00	540,737.67	5.00	10,274,015.74

续:

组合名称	2018 年 12 月 31 日				
账龄	账面余额	比例 (%)	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
1 年以内	1,307,265.95	100.00	65,363.30	5.00	1,241,902.65
合计	1,307,265.95	100.00	65,363.30	5.00	1,241,902.65

C、期末单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款

适用 不适用

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	2019 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 (%)
清远思捷装饰材料有限公司	无关联关系	3,879,903.55	1 年以内	35.88
新乡市简晖建材有限公司	无关联关系	1,995,510.55	1 年以内	18.45
桐柏县商务局	无关联关系	1,936,000.00	1 年以内	17.90
清远市自由空间装饰材料有限公司	无关联关系	1,688,261.80	1 年以内	15.61
新乡市皇域联科装饰材料有限公司	无关联关系	921,876.00	1 年以内	8.52
合计	-	10,421,551.90	-	96.36

续:

单位名称	2018 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 (%)
桐柏县商务局	无关联关系	1,127,265.95	1 年以内	86.23
浙江甲骨文超级码科技股份有限公司	无关联关系	180,000.00	1 年以内	13.77
合计	-	1,307,265.95	-	100.00

4、各期应收账款余额分析

① 应收账款余额波动分析

2018年末及2019年末，公司应收账款余额分别为1,307,265.95元及10,814,753.41元，公司应收账款期末余额主要是招商服务收入和电商扶贫项目收入的应收账款。2019年末应收账款余额较2018年末大幅上升，其中：

1、招商服务收入

招商服务收入应收账款余额由2018年末的18.00万元上升至2019年末的887.88万元，涨幅较大，主要原因为公司对客户收款政策的变化。2018年度公司招商服务收入一般在当月结算后，客户在次月支付上月结算款。2018年12月公司考虑年度结算的问题，与客户在当月结算后，客户支付了当月的款项，因此2018年末公司招商服务收入的余额较小。

2019年度随公司经营规模扩大，营业收入、客户数量进一步增加，如清远思捷装饰材料有限公司、新乡市简晖建材有限公司、佛山皇域新材料科技有限公司等，该类客户由于自身投资金额较大，公司考虑其实际情况给予了3至6个月的信用期。因此在2019年末应收账款余额上升。

2、电商扶贫项目收入

2018年末及2019年末公司电商扶贫项目应收账款余额分别为112.73万元及193.60万元，2019年度应收款项余额上升80.87万元。由于电商扶贫项目按照完工百分比确认收入，2018年度及2019年度确认的收入分别为558.47万元及350.26万元，而电商扶贫项目在各阶段完成验收后收取款项，因此收入确认与应收款收取存在一定时间的差异。

综上，报告期内公司应收账款余额波动是合理的。

② 公司期末余额合理性分析

2018年末及2019年末，公司应收账款余额分别为1,307,265.95元及10,814,753.41元，分别占公司当年营业收入的5.02%及26.37%。公司应收账款期末余额主要是招商服务收入和电商扶贫项目收入的应收账款。

1、招商服务收入

2018年末及2019年末，公司招商服务收入的应收展开分别为18.00万元及887.88万元，占当年招商服务收入的0.88%及24.87%，2018年度公司招商服务收入一般在当月结算后，客户在次月支付上月结算款。2018年12月公司考虑年度结算的问题，与客户在当月结算后，客户支付了当月的款项，因此2018年末公司招商服务收入的余额较小。2019年度随公司经营规模扩大，营业收入、客户数量进一步增加，如清远思捷装饰材料有限公司、新乡市简晖建材有限公司、佛山皇域新材料科技有限公司等，该类客户由于自身投资金额较大，公司考虑其实际情况给予了3至6个月的信用期。因此，招商服务收入的应收账款期末余额合理。

2、电商扶贫项目收入

2018年末及2019年末公司电商扶贫项目应收账款余额分别为112.73万元及193.60万元，占当年度电商扶贫项目20.18%及55.27%，由于电商扶贫项目在各阶段完成验收后收取款项，因此收入确认与应收款收取存在一定时间的差异，因此，电商扶贫项目收入期末余额是合理的。

3、报告期内同行业公司应收账款周转天数对比

项目	公司	百程股份	瑞铂慧家
2018年	24.60	172.99	180.69
2019年	53.95	55.05	299.18

从上表可以看出，2018年度公司应收账款周转天数远低于同行业公司；2019年度公司应收账款天数与百程股份基本相似，远低于瑞铂慧家。

主要原因因为2018年度由于公司未实缴注册资本，资金相对而言比较紧张，对应收账款的催收力度比较大，甚至在招商服务收入结算前就要求客户支付部分服务款。因此，公司2018年度应收账款周转天数较2019年度及同行业其他公司短。

2019年公司收到股东实缴出资，资金压力的到缓解，此时对应收账款客户的催收力度有所降低，也使客户有更多的资金用于经营，进而促进公司收入的增长。但

2019 年度公司应收账款周转天数较瑞铂慧家依然较短。根据瑞铂慧家《公开转让说明书》及年报，其客户主要为房地产公司、投资管理公司等，瑞铂慧家给予此类客户较高的信用期限。

综上，公司报告期末应收账款余额具有合理性。

5、公司坏账准备计提政策谨慎性分析

公司采用账龄分析法计提坏账准备的计提比例与同行业可比公司对比不存在重大差异，对比情况如下：

账龄	蓝奥科技（%）	百程股份（%）	瑞铂慧家（%）
1 年以内	5.00	5.00	0.00
1 至 2 年	10.00	10.00	5.00
2 至 3 年	20.00	20.00	20.00
3 至 4 年	30.00	30.00	40.00
4 至 5 年	80.00	80.00	60.00
5 年以上	100.00	100.00	100.00

6、应收关联方账款情况

适用 不适用

债务人名称	与本公司关系	金额（元）	占应收账款总额的比例（%）	款项性质
河南蓝奥智能家居有限公司	公司参股公司	20,000.00	0.18	应收服务款
合计		20,000.00	0.18	

7、其他事项

适用 不适用

（1）应收账款期后回款情况

截至 2020 年 6 月 20 日，公司收回 2019 年末应收款金额为 7,616,401.05 元，回款比例为 70.43%；其中收回 2019 年末招商服务应收款金额为 6,616,401.05 元，回款比例为 74.52%；收回 2019 年末电商扶贫项目应收款金额为 1,000,000.00 元，回款比例 51.65%。

（2）公司设置信用期限的原因

公司在为客户开展招商服务、投入公司资源前，均会对客户进行调查，调查内容包括客户业务及所处行业；客户经营场所、资金实力、产品类型及其质量情况；客户信用、上下游情况以及潜在市场空间等。

报告期内，公司新增客户主要包括清远思捷装饰材料有限公司、新乡市简晖建材有限公司、广州铭盛世家装饰材料有限公司等，此类客户均为招商外包服务客户，该类客户均具有一定的规模、资信状况良好、经营场所稳定、经营状况较为稳定，但成立时间较短，装修等初始投资额较大，因此在成立初期现金流压力较大。因此，公司在考虑自身投入、收益、现金流的基础上，在确保应收账款能够收回的前提下，给予此类客户一定的信用期，符合公司的实际情况。

（3）应收账款的增幅明显高于主营业务收入增长对持续经营能力的影响

1) 公司目前处于高速增长期，营业收入从 2018 年度的 26,015,563.08 元增长至 2019 年度的 41,005,719.35，净利润从 2018 年度的 88,980.48 元增长至 2019 年度的 1,384,211.66 元，公司给予招商服务客户 3-6 个月信用期主要考虑公司自身现金流的匹配度。2018 年度由于公司未实缴注册资本，资金相对而言比较紧张，对应收账款的催收力度比较大，甚至在招商服务收入结算前就要求客户支付部分服务款。2019 年公司收到股东实缴出资，资金压力得到缓解，此时对应收账款客户的催收力度有所降低，也使客户有更多的资金用于经营，进而促进公司收入的增长。

2) 公司对于招商服务客户有严格的筛选制度。公司在为客户提供招商服务、投入公司资源前，均会对客户进行调查，调查内容包括客户业务及所处行业；客户经营场所、资金实力、产品类型及其质量情况；客户信用、上下游情况以及潜在市场空间等。此外，公司对于客户掌控力度较强，公司在客户收到款项后方和客户结算收入，客户通过公司营销得到了实际的收益，因此也希望与公司保持长期合作，报告期内公司招商服务客户未发生过拖欠服务款项的情况。

3) 对于欠款时间较长的客户，公司通过不同方式进行催收，如与客户沟通、取得客户还款承诺、诉讼等方式，确保公司款项能够及时收回。

4) 报告期内，公司股东给予公司大力支持，截至 2019 年末公司尚欠广州蓝奥 1,357,411.56 元、互联教育 231,000.00 元。广州蓝奥亦出具承诺不会主动催缴公司欠款，并在适当的时候加大对公司的投资。

综上，应收账款的增幅明显高于主营业务收入增长不会对公司持续经营能力造成影响。

(4) 公司应收款项收回的可能性，坏账准备计提是否充分

截至 2020 年 6 月 20 日，公司收回 2019 年末应收款金额为 7,616,401.05 元，回款比例为 70.43%；其中收回 2019 年末招商服务应收款金额为 6,616,401.05 元，回款比例为 74.52%；收回 2019 年末电商扶贫项目应收款金额为 1,000,000.00 元，回款比例 51.65%。

1) 招商服务收入中，尚未回款金额较大的客户为清远思捷装饰材料有限公司及清远市自由空间装饰材料有限公司，未回款原因主要为客户在 2019 年度投资金额较大，在 2020 年初受疫情影响，到 2020 年 3 月中旬才逐步复工，因此现金流较为紧张。公司在相互扶持的基础上，积极与客户沟通回款事宜并取得清远思捷装饰材料有限公司、清远市自由空间装饰材料有限公司还款承诺。

2) 电商扶贫项目，未回款客户为桐柏县商务局，公司项目已通过验收，桐柏县商务局根据财政计划付款，款项回收可能性较高。

根据上述情况，公司不存在重大的单独评估信用风险的应收款项，公司均按照在账龄组合基础上计算预期信用损失。根据公司与可比公司的信用政策的对比，公司与可比公司信用风险损失计提不存在重大差异。

公司诉讼起诉的客户均为营销策划服务类公司，起诉原因为公司已为客户提供营销策划方案，但客户不进行签字确认且拒绝支付尾款，由于未取得客户确认单，且款项的收回具有很大的不确定性，因此公司未确认营业收入及应收账款。在法院判决书或者调解书下达后，虽然法院支持了部分诉讼请求，但是根据公司了解的情况，公司收回款项的可能性仍较低，因此在收到款项前，公司均未确认营业收入及应收账款。综上，公司不存在无法收回的应收账款、坏账准备计提充分。

(六) 预付款项

适用 不适用

1、预付款项按账龄列示

单位：元

账龄	2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	454,428.47	98.53	1,092,496.97	100.00
1-2年	6,800.00	1.47		
合计	461,228.47	100.00	1,092,496.97	100.00

2、预付款项金额前五名单位情况

适用 不适用

2019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
广州好商汇网络科技有限公司	无关联关系	166,129.00	36.02	1年以内	预付广告费
深圳前海中诚同润产业运营有限公司	无关联关系	100,000.00	21.68	1年以内	预付设计费
广州诚志名远网络技术有限公司	无关联关系	51,170.92	11.09	1年以内	预付广告费
厦门哨子科技有限公司	无关联关系	30,000.00	6.50	1年以内	预付广告费
中国联合网络通信有限公司南阳市分公司	无关联关系	26,000.00	5.64	1年以内	预付通讯费
合计	-	373,299.92	80.94	-	-

续：

2018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

			例 (%)		
北京非同一般 网络科技有限公司	无关联关系	369,411.24	33.81	1 年以内	预付广告费
杭州比图芒特 网络科技有限公司	无关联关系	200,000.00	18.31	1 年以内	预付软件款
广州华米网络 科技有限公司	无关联关系	149,800.00	13.71	1 年以内	预付服务款
团卖物联科技 (广州)有限公司	无关联关系	100,000.00	9.15	1 年以内	预付服务款
深圳前海中诚 同润产业运营 有限公司	无关联关系	100,000.00	9.15	1 年以内	预付服务费
合计	-	919,211.24	84.14	-	-

各期末，公司预付账款主要为招商项目中的预付广告费和电商扶贫项目的预付服务款。2018 年期末余额中预付的杭州比图芒特网络科技有限公司、广州华米网络科技有限公司、团卖物联科技(广州)有限公司、深圳前海中诚同润产业运营有限公司均为电商扶贫项目的溯源系统和电商渠道聚合系统等服务款。

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

(七) 其他应收款

适用 不适用

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
其他应收款	478,332.42	1,469,527.46
应收利息		
应收股利		
合计	478,332.42	1,469,527.46

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	2019 年 12 月 31 日			合计
	第一阶段	第二阶段	第三阶段	
	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	506,080.35	27,747.93					506,080.35	27,747.93
合计	506,080.35	27,747.93					506,080.35	27,747.93

续:

种类	2018年12月31日					
	账面余额		坏账准备		金额	计提比例 (%)
	金额	比例 (%)				
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款						
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-	-
账龄组合	1,084,439.53	71.16	54,321.98	5.01	1,030,117.55	
无风险组合	439,409.91	28.84	-	-	439,409.91	
组合小计	1,523,849.44	100.00	54,321.98	5.01	1,469,527.46	
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款						
合计	1,523,849.44	100.00	54,321.98	5.01	1,469,527.46	

A、期末单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款（新金融工具准则下按单项计提坏账准备的其他应收款）：

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	2019年12月31日			
		账面余额	比例 (%)	坏账准备	计提比例 (%)
1年以内	477,202.10	94.29	23,860.10	5.00	453,342.00
1-2年	22,878.25	4.52	2,287.83	10.00	20,590.42
2-3年	2,000.00	0.40	400.00	20.00	1,600.00
3-4年	4,000.00	0.79	1,200.00	30.00	2,800.00
合计	506,080.35	100.00	27,747.93	0.05	478,332.42

注：账龄3-4年的4,000.00元其他应收款为2019年4月30日合并非同一控制下的公司方旭科技取得。

续:

组合名称	账龄组合				
账龄	2018年12月31日				
	账面余额	比例(%)	坏账准备	计提比例(%)	账面价值
1年以内	1,082,439.53	99.82	54,121.98	5.00	1,028,317.55
1-2年	2,000.00	0.18	200.00	10.00	1,800.00
合计	1,084,439.53	100.00	54,321.98	5.01	1,030,117.55

C、期末单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款

适用 不适用

(2) 按款项性质列示的其他应收款

单位：元

项目	2019年12月31日		
	账面余额	坏账准备	账面价值
备用金	371,453.72	18,572.68	352,881.04
代扣代缴社保	5,106.38	255.32	4,851.06
押金	129,520.25	8,919.93	120,600.32
合计	506,080.35	27,747.93	478,332.42

续：

项目	2018年12月31日		
	账面余额	坏账准备	账面价值
备用金	286,453.97	14,322.70	272,131.27
代扣代缴社保	33,457.56	1,672.88	31,784.68
押金	74,000.00	3,800.00	70,200.00
往来款	1,119,409.91	34,000.00	1,085,409.91
代扣代缴住房公积金	10,528.00	526.40	10,001.60
合计	1,523,849.44	54,321.98	1,469,527.46

(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	2019年12月31日			
	与本公司关系	金额(元)	账龄	占其他应收款总额的比例(%)
张国立	公司副总经理	145,004.68	1年以内	28.65
广州中洲国际会展有限公司	无关联关系	110,000.00	1年以内	21.74
余钧	无关联关系	30,150.00	1年以内	5.96

杨凯鹏	无关联关系	13,000.00	1 年以内	2.57
周文展	公司董事、副总经理	6,874.00	1 年以内	1.36
合计	-	305,028.68	-	60.27

续:

单位名称	2018 年 12 月 31 日			
	与本公司关系	金额(元)	账龄	占其他应收款总额的比例(%)
广州蓝奥数码数字营销策划有限公司	同受控股股东控制的公司	670,000.00	1 年以内	43.97
广州蓝奥信息科技有限公司	公司控股股东	439,409.91	1 年以内	28.84
张国立	公司副总经理	69,918.00	1 年以内	4.59
广州市星荟萃商业管理有限公司	无关联关系	50,000.00	1 年以内	3.28
王龙	无关联关系	33,000.00	1 年以内	2.17
合计	-	1,262,327.91	-	82.84

(5) 其他应收关联方账款情况

适用 不适用

2019 年 12 月 31 日				
债务人名称	与本公司关系	金额(元)	占其他应收款总额的比例(%)	款项性质
张国立	副总经理	145,004.68	28.65	备用金
周文展	董事	10,055.00	1.99	备用金
吴建辉	董事	6,314.24	1.25	备用金
张启寿	财务总监、董事会秘书	2,525.00	0.50	备用金
合计		163,898.92	32.39	
2018 年 12 月 31 日				
债务人名称	与本公司关系	金额(元)	占其他应收款总额的比例(%)	款项性质
广州蓝奥数码数字营销策划有限公司	同受控股股东控制的公司	670,000.00	43.97	往来款
广州蓝奥信息科技有限公司	公司控股股东	439,409.91	28.84	往来款
张国立	副总经理	69,918.00	4.59	备用金
周文展	董事	22,000.00	1.44	备用金
吴建辉	董事	20,000.00	1.31	备用金
河南国创文胜文化产业有限公司	参股公司	10,000.00	0.66	往来款
张启寿	财务总监、董事会秘书	5,000.00	0.33	备用金
合计		1,231,327.91	81.13	

注：2019 年河南国创文胜文化产业有限公司名称变更为河南蓝奥智能家居有限公司。

(6) 其他事项

适用 不适用

2、应收利息情况

适用 不适用

3、应收股利情况

适用 不适用

(八) 存货

适用 不适用

(九) 合同资产

适用 不适用

(十) 持有待售资产

适用 不适用

(十一) 一年内到期的非流动资产

适用 不适用

(十二) 其他流动资产

适用 不适用

1、其他流动资产余额表

单位：元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
预交税金	669.53	580,664.06
合计	669.53	580,664.06

2、其他情况

适用 不适用

(十三) 债权投资

适用 不适用

(十四) 可供出售金融资产

适用 不适用

(十五) 其他债权投资

适用 不适用

(十六) 长期股权投资

适用 不适用

(十七) 其他权益工具投资

适用 不适用

(十八) 其他非流动金融资产

适用 不适用

(十九) 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	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
一、账面原值合计:	519,624.54	66,084.66		585,709.20
办公设备	40,380.00	5,021.27		45,401.27
电子设备	97,372.38	61,063.39		158,435.77
运输工具	381,872.16			381,872.16
二、累计折旧合计:	94,015.18	141,271.58		235,286.76
办公设备	19,180.44	13,257.60		32,438.04
电子设备	15,752.69	36,419.90		52,172.59
运输工具	59,082.05	91,594.08		150,676.13
三、固定资产账面净值合计	425,609.36	66,084.66	141,271.58	350,422.44
办公设备	21,199.56	5,021.27	13,257.60	12,963.23
电子设备	81,619.69	61,063.39	36,419.90	106,263.18
运输工具	322,790.11		91,594.08	231,196.03
四、减值准备合计				
办公设备				
电子设备				
运输工具				
五、固定资产账面价值合计	425,609.36	66,084.66	141,271.58	350,422.44
办公设备	21,199.56	5,021.27	13,257.60	26,220.83
电子设备	81,619.69	61,063.39	36,419.90	142,683.08
运输工具	322,790.11		91,594.08	322,790.11

续:

项目	2017年12月31日	本期增加	本期减少	2018年12月31日
一、账面原值合计:	274,948.71	244,675.83		519,624.54
办公设备	40,380.00			40,380.00
电子设备	3,000.00	94,372.38		97,372.38
运输工具	231,568.71	150,303.45		381,872.16
二、累计折旧合计:	6,393.48	87,621.70		94,015.18
办公设备	6,393.48	12,786.96		19,180.44
电子设备		15,752.69		15,752.69
运输工具		59,082.05		59,082.05
三、固定资产账面净值合计	268,555.23	244,675.83	87,621.70	425,609.36
办公设备	33,986.52		12,786.96	21,199.56
电子设备	3,000.00	94,372.38	15,752.69	81,619.69
运输工具	231,568.71	150,303.45	59,082.05	322,790.11
四、减值准备合计				
办公设备				
电子设备				
运输工具				
五、固定资产账面价值合计	268,555.23	244,675.83	87,621.70	425,609.36
办公设备	33,986.52		12,786.96	21,199.56

电子设备	3,000.00	94,372.38	15,752.69	81,619.69
运输工具	231,568.71	150,303.45	59,082.05	322,790.11

2、变动明细情况

适用 不适用

资产名称	变动期间	原值变动金额（元）	变动原因
五菱牌LZW6432KF小汽车	2018-5-1	35,000.00	购置
东风牌2N1023U2N4小汽车	2018-7-1	32,000.00	购置
宝骏牌LZW6480UAY小汽车	2018-10-1	83,303.45	购置
现代E派电脑	2018-1-1	27,114.75	购置
现代E派电脑	2018-3-1	9,038.25	购置
SONY VPL-EX400投影仪	2018-5-1	6,152.14	购置
打印机	2018-8-1	17,067.24	购置
现代E派电脑	2018-10-1	35,000.00	购置
现代E派电脑	2019-6-1	7,053.39	购置
现代E派电脑	2019-5-1	7,700.00	购置
现代E派电脑	2019-9-1	22,810.00	购置
现代E派电脑	2019-10-1	23,500.00	购置

3、其他情况

适用 不适用

(二十) 在建工程

适用 不适用

(二十一) 无形资产

适用 不适用

(二十二) 生产性生物资产

适用 不适用

(二十三) 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	2018年12月 31日	本期增加	本期减少			2019年12月 31日
			转回	转销	其他减少	

商誉减值准备		293,243.36				293,243.36
坏账准备	119,685.28	448,800.32				568,485.60
合计	119,685.28	742,043.68				861,728.96

续:

项目	2017年12月31日	本期增加	本期减少			2018年12月31日
			转回	转销	其他减少	
坏账准备	175,567.84		55,882.56			119,685.28
合计	175,567.84		55,882.56			119,685.28

2019年度坏账增加金额共计448,800.32元，其中信用资产损失增加金额为447,522.47元，合并非同一控制下企业方旭科技并入坏账准备1,277.85元

2、其他情况

适用 不适用

(二十四) 长期待摊费用

适用 不适用

(二十五) 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	2019年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	571,268.41	139,946.48
可抵扣亏损	165,330.88	41,332.72
合计	736,599.29	181,279.20

续:

项目	2018年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	83,296.88	20,824.23
可抵扣亏损		
合计	83,296.88	20,824.23

2、其他情况

适用 不适用

(1) 未确认为递延所得税资产的可抵扣暂时性差异和可抵扣亏损

单位: 元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
资产减值准备		36,388.40
信用资产损失	8,699.73	
可抵扣亏损	1,414,091.56	709,074.16
合计	1,422,791.29	745,462.56

(2) 未确认为递延所得税资产的可抵扣亏损的到期年度

单位: 元

年 度	2019年12月31日	2018年12月31日	到期年度
-----	-------------	-------------	------

2015 年度	266,147.46	266,147.46	2020 年度
2016 年度	86,680.68	86,680.68	2021 年度
2017 年度			2022 年度
2018 年度	356,246.02	356,246.02	2023 年度
2019 年度	705,017.40		2024 年度
合计	1,414,091.56	709,074.16	

(3) 未确认为递延所得税资产的原因

上述未确认为递延所得税资产的资产减值准备、信用资产损失及可抵扣亏损均为君典文化。公司于 2018 年 9 月 14 日向黎冬冬收购广州君典 70% 股权，2018 年 10 月，广州君典正式开始运营，主要负责整合营销业务，提供整合营销策划及渠道招商服务。由于发展初期需要投入较大的人工、销售费用等支出，因此广州君典亏损严重，2018 年 10-12 月及 2019 年度，广州君典分别亏损 82.72 万元及 93.09 万元，由于盈利的不确定性，公司未确认广州君典的递延所得税资产。

(二十六) 其他主要资产

适用 不适用

1、其他主要资产余额表

单位：元

商誉科目		
项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
广州方旭科技服务有限公司		
合计		

公司于 2019 年 3 月以 362,500.00 元的合并成本收购了广州方旭科技服务有限公司（以下简称方旭科技）72.50% 的权益。合并成本超过按比例获得的方旭科技可辨认资产、负债公允价值的差额人民币 293,243.36 元，确认为与方旭科技相关的商誉。2019 年 12 月 31 日经减值测试，对方旭科技进行了减值测试，对商誉全额计提了减值准备，因此商誉净值为 0 元。

2、其他情况

适用 不适用

(1) 商誉减值准备

单位：元

被投资单位名称	2019 年 1 月 1 日	本期增加	本期减少	2019 年 12 月 31 日
广州方旭科技服务有限公司		293,243.36		293,243.36

(2) 商誉所在资产组或资产组组合的相关信息

方旭科技的主营业务为科技项目申报服务，公司的资产和负债均服务于这一经营活动，其主要现金流入独立于公司的其他资产，因而将方旭科技整体认定为一个资产组。截止 2019 年 12 月 31 日，资产组方旭科技账面价值 376,191.14 元。

(3) 商誉减值测试过程

单位：元

项目	方旭科技
资产组资产的账面价值①	376,191.14
商誉账面价值②	293,243.36
未确认归属于少数股东权益的商誉价值③	111,230.24
应分摊的商誉账面价值④=②+③	404,473.60
包含商誉的资产组的账面价值⑤=①+④	780,664.74
可收回金额⑥	376,191.14
需计提减值准备金额⑦=⑤-⑥	404,473.60
本公司享有的股权份额⑧	72.50%
归属于本公司的商誉减值损失⑨=⑦*⑧	293,243.36

收购时方旭科技主要业务为科技项目申报服务，公司溢价收购方旭科技 72.5% 股权之目的也是整合该公司在科技申报方面的能力，但由于政府政策的不确定性，方旭科技经营情况发生重大变化，报告期内，方旭直接来源于科技项目申报服务的收入大幅减少。

报告期内，方旭科技收入情况表（不含对公司合并范围内的收入）：

单位：元

收入类别	金额
物业租赁代理服务	215,571.98
科技项目申报服务	48,883.49
申报管理咨询服务	19,417.48
合计	283,872.95

报告期内，虽然方旭科技实现了盈利，2019 年度净利润为 6,793.38 元，但公司主要收入来源已变更为物业租赁代理服务，科技项目申报服务收入仅 48,883.49 元，公司经营情况发生重大变化。

同时，截至报告期末，方旭科技员工人数仅余 2 人，主要在进行前期完成项目的收尾工作，无法拓展新的业务。

(4) 可收回金额的依据

考虑到方旭科技目前的情况，公司无法合理预测方旭科技未来的现金流量，尤其是科技项目申报业务的未来收入，因此公司根据谨慎性原则，按照方旭科技账面价值作为可收回金额的依据。

(5) 商誉减值测试的影响

本次计提商誉减值准备，影响 2019 年度归属于母公司股东的净利润 293,243.36 元，相应减少 2019 年 12 月 31 日归属于母公司股东的所有者权益 293,243.36 元。

七、 报告期内各期末主要负债情况及重大变动分析

(一) 短期借款

适用 不适用

(二) 应付票据

1、应付票据余额表

适用 不适用

2、无真实交易背景的票据融资

适用 不适用

3、其他情况

适用 不适用

(三) 应付账款

适用 不适用

1、应付账款账龄情况

单位：元

账龄	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	41,438.74	100.00	12,844.00	100.00
合计	41,438.74	100.00	12,844.00	100.00

2018年12月31日及2019年12月31日，公司应付账款金额分别为12,844.00元及41,438.74元，应付账款金额较小，主要原因和公司经营模式有关。公司营业成本主要为广告费和人工费用。广告费主要采取预付款进行充值，因此期末应付账款较小存在合理性。

2、应付账款金额前五名单位情况

适用 不适用

2019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(%)
广州有柴网络科技有限公司	无关联关系	应付服务费	41,438.74	1年以内	100.00
合计	-	-	41,438.74	-	100.00

续：

2018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(%)
桐柏县金城成品油销售有限公司	无关联关系	应付商品款	12,844.00	1年以内	100.00
合计	-	-	12,844.00	-	100.00

3、其他情况

适用 不适用

(四) 预收款项

适用 不适用

1、预收款项账龄情况

适用 不适用

单位：元

账龄	2019年12月31日		2018年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内	325,438.00	100.00	1,505,246.15	100.00
合计	325,438.00	100.00	1,505,246.15	100.00

2、预收款项金额前五名单位情况

适用 不适用

2019年12月31日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额(元)	账龄	占预收款项总额的比例(%)
凤冈陆氏星锌硒食品开发有限公司	无关联关系	预收服务款	100,000.00	1年以内	30.73

东莞市禧银空间有限公司	无关联关系	预收服务款	70,000.00	1 年以内	21.51
香港玫瑰贸易有限公司	无关联关系	预收服务款	64,833.00	1 年以内	19.92
广州创富科技网络有限公司	无关联关系	预收服务款	60,570.00	1 年以内	18.61
雀享科技(广州)有限公司	无关联关系	预收服务款	20,000.00	1 年以内	6.15
合计	-	-	315,403.00	-	96.92

续:

2018 年 12 月 31 日					
单位名称	与本公司关系	款项性质	金额(元)	账龄	占预收款项总额的比例(%)
广州欧饰皇新材料科技有限公司	无关联关系	预收服务款	488,895.33	1 年以内	32.48
重庆九尾猫实业有限公司	无关联关系	预收服务款	227,164.00	1 年以内	15.09
佛山盈科智网新能源技术有限公司	无关联关系	预收服务款	120,000.00	1 年以内	7.97
佛山逸典新材料科技有限公司	无关联关系	预收服务款	112,000.00	1 年以内	7.44
广东薪殿国际贸易有限公司	无关联关系	预收服务款	100,000.00	1 年以内	6.64
合计	-	-	1,048,059.33	-	69.63

3、最近一期末账龄超过一年的大额预收账款情况

适用 不适用

4、其他情况

适用 不适用

(1) 报告期内，公司预收款项主要为招商服务外包款及技术服务外包款，各期末具体预收款项情况如下：

单位：元

业务板块	详细类别	2018 年末	2019 年末
招商服务	招商外包服务费	764,984.45	
	营销策划服务费	583,412.70	325,438.00
技术服务	技术服务费	156,849.00	
合计金额	1,505,246.15	325,438.00	

1) 招商外包服务费预收款

公司一般情况下只会向招商服务中的营销策划类客户收取预收款，招商外包服务费一般在次月结算，但是 2018 年公司注册资本没有到位，且归还了关联方借款，

资金较为紧张，为更好的开展招商服务，与客户协商后会提前收取一定金额的服务费作为启动资金，2018年末共预收该类客户 764,984.45 元，明细如下：

客户	2018 年度 (元)
广州欧饰皇新材料科技有限公司	488,895.33
佛山皇域新材料科技有限公司	152,649.12
新乡市皇域联科装饰材料有限公司	93,440.00
佛山逸典新材料科技有限公司	30,000.00
合计	764,984.45

2019 年度随公司经营规模扩大，资金实力的增强，营业收入、客户数量进一步增加，如新增了清远思捷装饰材料有限公司、新乡市简晖建材有限公司等，该类客户由于自身投资金额较大，公司考虑其实际情况给予了 3 至 6 个月的信用期，因而 2019 年末该类客户没有预收款余额。

2) 营销策划服务费预收款

2018 年末、2019 年末公司预收营销策划服务费分别为 583,412.70 元及 325,438.00 元，下降原因主要为营销策划服务费是在客户完成策划服务，并取得客户确认单（款项收回不存在重大不确定性）时确认收入。2019 年度公司提升了营销策划服务质量及效率，提升了客户认可度，公司内部也在服务完成后加强了对确认单的催收工作，因此 2019 年度结转效率得到了提升，因此预收款项降幅较大。

3) 技术服务费预收款

2018 年末预收款项中，预收技术服务费 156,849.00 元，技术服务收入主要系公司及子公司博源电子配合电商扶贫项目，为桐柏县当地企业、居民开设网店提供技术服务获得的收入。2018 年底随着电商扶贫项目的开展，公司开始在当地培育技术服务项目并收取了预收款，此时公司相关专业的人员都集中于电商扶贫项目，因此 2019 年才开始为客户开展相关服务。2019 年随着电商扶贫项目的结束，公司有足够的能力开展技术服务，且技术服务周期较短，因此 2019 年末不存在该类预收款项。

综上，公司 2019 年末预收款项较 2018 年末大幅下降存在合理性，符合公司实际情况。

(2) 预收账款规模与合同签订数量、金额、业务执行进度的匹配关系

报告期末，公司预收款项中合同签订的数量与金额如下：

单位：元

业务板块	详细类别	2018 年末		2019 年末	
		金额	合同数量	金额	合同数量
招商服务	招商外包服务费	764,984.45	5		
	营销策划服务费	583,412.70	8	325,438.00	6
技术服务	技术服务费	156,849.00	3		
合计金额		1,505,246.15	16	325,438.00	6

招商外包服务合同均为框架合同，公司按照为客户实现的销售额（即公司实现的招商业绩，须同时满足客户与潜在代理商签约并且收到合同款项这两个条件）的一定比例收取服务费。

营销策划服务在策划服务开展前会全部或部分收取服务费，根据合同金额一般预收款为 1-10 万元，2018 年末预收营销策划服务费金额较高主要存在预收款较大的客

户，如预收重庆九尾猫实业有限公司 227,164.00 元、预收佛山盈科智网新能源技术有限公司 120,000.00 元等。

2018 年末预收款项中，预收技术服务费 156,849.00 元，主要是为客户进行网上商城制作、运营策划推广等服务；2019 年随着电商扶贫项目的结束，公司有足够的人员开展技术服务，且技术服务周期较短，因此 2019 年末不存在该类预收款项。因此，公司预收账款规模与合同签订数量、金额、业务执行进度相匹配，营业收入确认时点合理。

(五) 合同负债

适用 不适用

(六) 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	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	2,658,937.20	100.00	1,368,715.19	100.00
合计	2,658,937.20	100.00	1,368,715.19	100.00

(2) 按款项性质分类情况：

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
往来款	2,886,689.30	99.93	799,158.00	58.39
应付费用			85,114.99	6.22
股权收购款			469,344.40	34.29
代扣代缴社保	1,898.70	0.07	15,097.80	1.10
合计	2,888,588.00	100.00	1,368,715.19	100.00

(3) 其他应付款金额前五名单位情况

适用 不适用

2019 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 (%)
广州蓝奥信息科技有限公司	公司控股股东	往来款	1,357,411.56	1 年以内	51.05
河南蓝奥智能家居有限公司	公司参股公司	往来款	1,050,000.00	1 年以内	39.49
南阳蓝奥互联教育科技有限公司	受同一控制公司	往来款	231,000.00	1 年以内	8.69

应付生育津贴 款	无关联关系	往来款	9,428.31	1 年以内	0.35
应付扶贫平台 保证金	无关联关系	往来款	9,113.63	1 年以内	0.34
合计	-	-	2,656,953.50	-	99.93

续:

2018 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(%)
黎冬冬	无关联关系	股权收购款	469,344.40	1 年以内	34.29
河南亚妮文化传播有限公司桐柏分公司	无关联关系	往来款	431,158.00	1 年以内	31.5
南阳蓝奥互联教育有限公司	同受控股股东控制	往来款	328,000.00	1 年以内	23.96
王刚	无关联关系	往来款	40,000.00	1 年以内	2.92
杨显媛	无关联关系	往来款	22,000.00	1 年以内	1.61
合计	-	-	1,290,502.40	-	94.29

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

其他应付款中应付关联方情况详见本公开转让说明书本节“九、关联方、关联关系及关联交易之“（三）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”。

(七) 应付职工薪酬项目

适用 不适用

1、 应付职工薪酬变动表

单位: 元

项目	2018 年 12 月 31 日	本期增加	本期减少	2019 年 12 月 31 日
一、 短期薪酬	945,440.37	13,091,394.75	13,158,945.18	877,889.94
二、 离职后福利-设定提存计划		939,033.04	939,033.04	
三、 辞退福利				
四、 一年内到期的其他福利				
合计	945,440.37	14,030,427.79	14,097,978.22	877,889.94

续:

项目	2017年12月31日	本期增加	本期减少	2018年12月31日
一、短期薪酬	581,566.16	8,892,362.77	8,528,488.56	945,440.37
二、离职后福利-设定提存计划		695,077.69	695,077.69	
三、辞退福利				
四、一年内到期的其他福利				
合计	581,566.16	9,587,440.46	9,223,566.25	945,440.37

2、短期薪酬

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	945,440.37	12,326,292.46	12,393,842.89	877,889.94
2、职工福利费		134,027.01	134,027.01	
3、社会保险费		547,915.28	547,915.28	
其中：医疗保险费		468,815.40	468,815.40	
工伤保险费		18,458.92	18,458.92	
生育保险费		60,640.96	60,640.96	
4、住房公积金		83,160.00	83,160.00	
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	945,440.37	13,091,394.75	13,158,945.18	877,889.94

续：

项目	2017年12月31日	本期增加	本期减少	2018年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	581,566.16	8,418,962.19	8,055,087.98	945,440.37
2、职工福利费				
3、社会保险费		411,515.58	411,515.58	
其中：医疗保险费		356,564.98	356,564.98	
工伤保险费		13,434.31	13,434.31	
生育保险费		41,516.29	41,516.29	
4、住房公积金		61,885.00	61,885.00	
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	581,566.16	8,892,362.77	8,528,488.56	945,440.37
----	------------	--------------	--------------	------------

(八) 应交税费

适用 不适用

单位：元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
增值税	1,074,722.33	273,668.43
消费税		
企业所得税	350,031.14	
个人所得税	6,976.18	7,457.93
城市维护建设税	53,736.11	13,683.42
教育费附加	32,241.67	8,210.05
地方教育费附加	21,494.44	5,473.37
合计	1,539,201.87	308,493.20

(九) 其他主要负债

适用 不适用

1、其他主要负债余额表

单位：元

预计负债科目		
项目	2019年12月31日	2018年12月31日
河南蓝奥智能家居有限公司投资损失	185,466.12	52,431.72
广州招商快车营销外包服务有限公司预计损失		205,493.42
合计	185,466.12	257,925.14

1、2018年4月16日，有限公司与胡永泽、张国双两人共同投资设立河南蓝奥智能家居有限公司，有限公司占比30%，认缴900万元的出资额，截至本公开转让书出具日，尚未实际缴纳出资，将应承担的河南蓝奥智能家居有限公司亏损份额确认为预计负债。

2、2018年9月14日，有限公司与黎冬冬签订股权转让协议，取得黎冬冬持有的广州君典文化有限公司（以下简称“君典文化”，原名广州万得美营销管理有限公司）70%股权，同时取得君典文化持有的广州招商快车营销外包服务有限公司（以下简称“营销外包公司”）60%股权，但由于君典文化未实缴对营销外包公司的出资，且该公司执行董事、总经理和法定代表人均为营销外包公司其他股东委派，君典文化实质上未控制营销外包公司，因此采用权益法对营销外包公司进行后续计量，将应承担的营销外包公司亏损确认为预计负债。2019年8月，转让对该公司投资时将对应的预计负债转出。

2、其他情况

适用 不适用

八、 报告期内各期末股东权益情况

1、所有者权益余额表

单位：元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
股本/实收资本	6,800,000.00	

资本公积	971,005.29	
减：库存股		
其他综合收益		
盈余公积	215,378.03	194,200.73
未分配利润	-495,146.54	335,431.06
专项储备		
归属于母公司所有者权益合计	7,491,236.78	529,631.79
少数股东权益	-298,149.47	-47,025.90
所有者权益合计	7,193,087.31	482,605.89

注：（1）股本的形成详见“第一节基本信息”之“四、公司股本形成概况”之“（一）历史沿革”。

2、其他情况

适用 不适用

九、关联方、关联关系及关联交易

（一）关联方认定标准

根据《企业会计准则解释第 13 号——关联方披露》《非上市公众公司信息披露管理办法》《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》，公司关联方认定标准以是否存在控制、共同控制或重大影响为前提条件，并遵循实质重于形式的原则。关联方包括子公司、关联法人和关联自然人。

（二）关联方信息

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 (%)
广州蓝奥信息科技有限公司	控股股东	85.00	-
鲁银刚	实际控制人	-	51.44

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
广州咨投投资合伙企业（有限合伙）	(1) 持有公司 15% 股权；(2) 鲁银刚持有 90% 的出资比例；(3) 鲁银刚担任执行事务合伙人。
南阳蓝奥博源电子商务有限公司	(1) 公司的全资子公司；(2) 鲁银刚担任执行董事；(3) 周文展担任监事。
广州君典文化有限公司	(1) 公司的全资子公司；(2) 鲁银刚担任执行董事、经理。
广州方旭科技服务有限公司	(1) 公司的控股子公司（持股 70%）；(2) 鲁银刚担任监事。
河南蓝奥君典文化发展有限公司	(1) 公司的控股子公司（持股 51%）；(2) 鲁银刚担任执行董事；(3) 周文展担任监事。
河南蓝奥智能家居有限公司	公司的参股公司（持股 30%）
南阳蓝奥互联教育科技有限公司	(1) 鲁银刚持股 20%。

3. 其他关联方

适用 不适用

关联方名称	与公司关系
周文展	董事、副总经理
张倩	董事
张岭	董事
吴建辉	董事
郭淑君	监事会主席
黄忠慰	监事
潘映	职工监事
张国立	副总经理
张启寿	财务总监、董事会秘书
广东招商快车信息科技有限公司	(1) 控股股东控制的公司（持股 100%）；(2) 鲁银刚担任执行董事。
北京蓝奥博源文化传媒有限公司	(1) 控股股东控制的公司（持股 100%）；(2) 鲁银刚担任执行董事。
广州蓝奥数码数字营销策划有限公司	(1) 控股股东控制的公司（持股 100%）；(2) 鲁银刚担任执行董事。
广州招商快车营销外包服务有限公司	控股股东控制的公司（持股 60%）
佛山市招商快车网络科技营销有限公司	控股股东曾持股 31%的公司
广州多元大数据技术有限公司	(1) 控股股东曾持股 1%的公司；(2) 鲁银刚曾担任监事。
珠海招商速建互联网信息科技有限公司	控股股东曾控制的公司（曾持股 100%）
深圳瑞科金融服务有限公司	(1) 鲁银刚曾持股 100%；(2) 鲁银刚担任执行董事。
广州建捷投资合伙企业（有限合伙）	(1) 鲁银刚持有 90%的出资比例；(2) 鲁银刚担任执行事务合伙人。
深圳揽富基金管理有限公司	(1) 鲁银刚曾持股 70%；(2) 鲁银刚担任执行董事。
北京蓝奥企业管理有限公司	(1) 鲁银刚持股 67%；(2) 鲁银刚担任执行董事。
广州嘉翔信息科技有限公司	(1) 鲁银刚持股 20%；(2) 鲁银刚担任执行董事。
广州蓝奥医疗科技有限公司	(1) 鲁银刚配偶持股 30%；(2) 蓝奥数码持股 10%的企业
北京淮源文化传媒股份有限公司	(1) 鲁银刚持股 18%；(2) 鲁银刚担任监事。
深圳聚集创星创业投资合伙企业（有限合伙）	鲁银刚持有 4%的出资比例
广州蓝奥智享科技有限公司	(1) 鲁银刚担任执行董事；(2) 张倩持股 30%。
深圳宝沃雷克资产管理有限公司	鲁银刚担任监事
广州木棉网络科技有限公司	周文展曾持股 50%并担任监事的公司。
广州胜冠企业管理有限公司	张倩持股 4.02%、张岭持股 0.40%
广州市天心餐饮连锁有限责任公司	(1) 吴建辉控制的公司（持股 100%）；(2) 吴建辉担任执行董事、总经理；

（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	2019 年度		2018 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(%)
广州木棉网络科技有限公司	19,600.00	0.54		
小计	19,600.00	0.54		
交易内容、关联交易必要性及公允性分析	1) 关联交易内容 2018 年度、2019 年度公司向关联方采购的金额为 0.00 元 19,600.00 元， 2019 年度发生的关联方采购为木棉网路向公司提供展示型网页制作服务。 2) 关联交易的必要性和公允性 为电商扶贫项目建设展示型网站是该项目的必要要求，根据公司的相关制度，公司在本次采购前通过询价在三家供应商中选择价格较低、综合服务较好的广东木棉网络科技有限公司，采购价格公允。			

(2) 销售商品/服务

适用 不适用

关联方名称	2019 年度		2018 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(%)												
广州蓝奥信息科技有限公司	215,571.98	16.84														
广州蓝奥数码数字营销策划有限公司	24,271.84	1.90														
河南蓝奥智能家居有限公司	19,417.48	1.52														
小计	259,261.30	20.25														
交易内容、关联交易必要性及公允性分析	1) 关联交易内容 2019 年度，销售商品、提供劳务发生的关联交易均是公司子公司方旭科技发生的。其中，为广州蓝奥信息科技有限公司、广州蓝奥数码数字营销策划有限公司、河南蓝奥智能家居有限公司提供服务的关联交易金额分别为 215,571.98 元、24,271.84 元、19,417.48 元。其中具体收入明细如下： <table border="1"> <thead> <tr> <th>序号</th> <th>收入类型</th> <th>金额</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>物业租赁代理服务</td> <td>183,249.21</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>科技申报服务</td> <td>76,012.09</td> </tr> <tr> <td>合计</td> <td></td> <td>259,261.30</td> </tr> </tbody> </table> 2) 关联交易的必要性与公允性 必要性： 公司于 2019 年 4 月收购了方旭科技，主要目的是为广州蓝奥租赁的场地提供物业租赁代理服务、并为企业科技申报等服务。方旭科技主要管理人员罗聪拥有多年企业服务经验，方旭科技也是公司为企业提供综合服务中的重要组成。因此，上述关联交易存在必要性。 公允性： 方旭科技提供的关联交易服务均参考市场价格，科技申报项目一般根据市场情况收取政府补贴金额的 20% 至 30%；物业租赁代理服务收取一个月租金的金额作为服务费，收费参考市场一般原则，价格公允。				序号	收入类型	金额	1	物业租赁代理服务	183,249.21	2	科技申报服务	76,012.09	合计		259,261.30
序号	收入类型	金额														
1	物业租赁代理服务	183,249.21														
2	科技申报服务	76,012.09														
合计		259,261.30														

	综上，公司的关联交易具有必要性与公允性。
--	----------------------

(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	2019 年度	2018 年度
广州蓝奥信息科技有限公司	蓝奥科技广州分公司 租赁广州蓝奥的房产	186,250.66	183,575.24
合计	-	186,250.66	183,575.24
关联交易必要性及公允性分析	<p>1、公司控股股东广州蓝奥与公司签署的租赁合同租赁期为 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。广州蓝奥房屋系向广州华南新材料创新园有限公司租赁的，租赁期到 2025 年，广州蓝奥已作出承诺，租赁期满后，将根据市场几个续租给公司，关联租赁具有可持续性。</p> <p>2、广州蓝奥租赁给公司的房屋参考了广州蓝奥的成本以及租赁给第三方公司价格，由于租赁给第三方公司存在营销成本，因此租赁价格不存在重大差异。广州蓝奥与公司、广州蓝奥与广州华南新材料创新园有限公司签署的租赁合同，均约定了租金上涨规则，其中广州蓝奥与公司约定租金从第 2 年开始每年复式递增 5%，与广州华南新材料创新园有限公司租赁给广州蓝奥上涨幅度基本一致。因此，租赁价格公允，不存在租赁上涨以及控股股东通过关联租赁进行资金占用的风险。</p> <p>该关联交易具有必要性与公允性。</p>		

(4) 关联担保

适用 不适用

(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

(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

1、向关联方购买股权

单位：元

关联方	关联交易内容	交易时间	交易金额	定价依据
广州蓝奥数码数字营销策划有限公司	购买广州方旭科技服务有限公司 43%的股权	2019年4月30日	215,000.00	按照购买时的实际出资金额
广州蓝奥信息科技有限公司	受让南阳博源电子商务有限公司 100%股权	2019年3月26日	0.00	按照购买时的实际出资金额

2、向关联方出售股权

单位：元

关联方	关联交易内容	交易时间	交易金额	定价依据
广州蓝奥信息科技有限公司	转让广州招商快车营销外包服务有限公司 60%股权	2019年8月21日	0.00	按照购买时的实际出资金额

3. 关联方往来情况及余额

(1) 关联方资金拆借

适用 不适用

A. 报告期内向关联方拆出资金

适用 不适用

单位：元

关联方名称	2019 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
广州蓝奥医疗科技有限公司		35,000.00	35,000.00	
广州蓝奥数码数字营销策划有限公司	670,000.00		670,000.00	-
合计	670,000.00	35,000.00	705,000.00	-

续：

关联方名称	2018 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
南阳蓝奥互联教育科技有限公司	1,220,000.00		1,220,000.00	
广州蓝奥数码数字营销策划有限公司		670,000.00		670,000.00
合计	1,220,000.00	670,000.00	1,220,000.00	670,000.00

注：期末应收广州蓝奥数码数字营销策划有限公司是在 2018 年 10 月合并广州君典时形成的。

B. 报告期内向关联方拆入资金

适用 不适用

单位：元

关联方名称	2019 年度
-------	---------

	期初余额	增加额	减少额	期末余额
南阳蓝奥互联教育科技有限公司	328,000.00	204,000.00	301,000.00	231,000.00
广州蓝奥信息科技有限公司	-439,409.91	14,688,172.09	12,891,350.62	1,357,411.56
河南蓝奥智能家居有限公司	-10,000.00	12,077,632.45	11,017,632.45	1,050,000.00
广州蓝奥数码数字营销策划有限公司		215,000.00	215,000.00	-
合计	-121,409.91	27,184,804.54	24,424,983.07	2,638,411.56

续:

关联方名称	2018 年度			
	期初余额	增加额	减少额	期末余额
南阳蓝奥互联教育科技有限公司		328,000.00		328,000.00
广州蓝奥信息科技有限公司	2,487,560.00	7,908,801.19	10,835,771.10	-439,409.91
河南蓝奥智能家居有限公司		-10,000.00	-	-10,000.00
合计	2,487,560.00	8,226,801.19	10,835,771.10	-121,409.91

(2) 应收关联方款项

适用 不适用

单位: 元

单位名称	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	款项性质
	账面金额	账面金额	
(1) 应收账款	-	-	-
河南蓝奥智能家居有限公司	20,000.00		应收服务款
小计	20,000.00		-
(2) 其他应收款	-	-	-
广州蓝奥信息科技有限公司		439,409.91	往来款
周文展	10,055.00	22,000.00	备用金
河南蓝奥智能家居有限公司		10,000.00	往来款
广州蓝奥数码数字营销策划有限公司		670,000.00	往来款
张国立	145,004.68	69,918.00	备用金
吴建辉	6,314.24	20,000.00	备用金
张启寿	2,525.00	5,000.00	备用金
小计	163,898.92	1,236,327.91	-
(3) 预付款项	-	-	-

广州木棉网络科技有限公司		19,600.00	预付服务款
小计		19,600.00	-
(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	2019年12月31日	2018年12月31日	款项性质
	账面金额	账面金额	
(1) 应付账款	-	-	-
小计			-
(2) 其他应付款	-	-	-
南阳蓝奥互联教育科技有限公司	231,000.00	328,000.00	往来款
广州蓝奥信息科技有限公司	1,357,411.56		往来款
河南蓝奥智能家居有限公司	1,050,000.00		往来款
小计	2,638,411.56	328,000.00	-
(3) 预收款项	-	-	-
小计			-

(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

股份公司成立后，公司制定了《关联交易决策管理办法》，其中具体规定了关联交易的审批程序；同时公司管理层承诺将严格按照公司章程和《关联交易决策管理办法》的规定，在未来的关联交易实践中履行相关的董事会或股东大会审批程序。此外，公司将进一步强化监督机制，充分发挥监事会的监督职能，防止公司在控股股东的操纵下做出不利于公司及其他股东利益的关联交易及资金拆借行为。公司目前已制定的关联交易决策措施和安排，具有可执行性，可以规范公

司的关联交易。

(五) 减少和规范关联交易的具体安排

报告期初至股份公司成立前，公司未制定有关关联交易决策制度，关联交易决策程序存在瑕疵，对此，公司于 2020 年 4 月 16 日召开股份公司 2020 年第二次临时股东大会，对公司报告期内发生的关联交易予以确认。股份公司成立后，公司制定了《关联交易决策管理办法》，其中具体规定了关联交易的审批程序；同时公司管理层承诺将严格按照公司章程和《关联交易决策管理办法》的规定，在未来的关联交易实践中履行相关的董事会或股东大会审批程序。此外，公司将进一步强化监督机制，充分发挥监事会的监督职能，防止公司在控股股东的操纵下做出不利于公司及其他股东利益的关联交易及资金拆借行为。公司目前已制定的关联交易决策措施和安排，具有可执行性，可以规范公司的关联交易。

十、重要事项

(一) 提请投资者关注的财务报表附注中的期后事项

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	进展情况	对公司业务的影响
诉讼	165,225.00 元	2019 年 12 月 4 日，广州市黄埔区人民法院出具《民事判决书》((2019)粤 112 民初 6460 号)，判决主要结果如下：1、湖北山哥红高粱食品有限公司与公司签订的《招商外包服务合同》自 2019 年 10 月 15 日起解除；2、湖北山哥红高粱食品有限公司于判决书生效三日内支付公司 15 万元。3、湖北山哥红高粱食品有限公司向公司支付违约金(以 15 万元为基数，按每日利率 0.05% 自 2018 年 10 月 30 日起至实际付清之日)。	公司作为原告，起诉湖北山哥红高粱食品有限公司支付《招商外包服务合同》损失 16.52 万元及违约金，金额较小，不构成重大影响
诉讼	185,500.00 元	2020 年 1 月 13 日，上海市松江区人民法院出具《民事判决书》((2019)沪 0117 民初 18587 号)，判决主要结果如下：上海红楼快递集团有限公司向公司于判决书生效之日起 10 日内支付公司技术服务费 7.7 万元及违约金(以 7.7 万元为基数，按每日利率 0.06% 自 2019 年 11 月 6 日起至实际付清之日)	公司作为原告，起诉上海红楼快递集团有限公司《大数据服务技术服务合同》技术服务费 18.55 万元，金额较小及违约金，不构成重大影响。
诉讼	100,000.00 元	2019 年 11 月 27 日，上海市松江区人民法院出具《民事判决书》((2019)沪 0117 民初 4084 号)，判决主要结果如下：1、上海红楼快递集团有限公司与公司签订的《大数据营销策划技术服务合同》及补充协议于 2019 年 10 月 24 日解除；2、上海红楼快递集团有限公司向公司于判决书生效之日起 10 日内支付公司技术服务费 9.2 万元及违约金(以 9.2 万元为基数，按年利	公司作为原告，起诉上海红楼快递集团有限公司《大数据营销策划技术服务合同》技术服务费 10 万元及违约金，金额较小，不构成重大影响。

		率 0.06%自 2019 年 3 月 7 日起至实际付清之日)	
--	--	----------------------------------	--

2、 其他或有事项

无

(三) 提请投资者关注的承诺事项

无

(四) 提请投资者关注的其他重要事项

无

十一、 报告期内资产评估情况

2019 年 8 月 5 日，北京中锋资产评估有限责任公司接受委托，以 2019 年 5 月 31 日为评估基准日，采用资产基础法（成本法）对河南淮源蓝奥智能科技有限公司整体变更为股份有限公司之公司净资产价值提供评估，并出具了《河南淮源蓝奥智能科技有限公司拟进行股份制改造涉及该公 司净资产项目资产评估报告》，评估结果如下：公司净资产的账面价值为 777.10 万元，净资产的评估价值为 784.84 万元，增值率为 1.00%。

除上述资产评估事项外，报告期内公司未发生其他资产评估行为。

十二、 股利分配政策、报告期分配情况及公开转让后的股利分配政策

(一) 报告期内股利分配政策

《公司章程》第一百四十九条规定：公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

(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
			否	是	否

(三) 公开转让后的股利分配政策

公司股票公开转让后股利分配政策不变，具体股利分配方案由公司股东大会决定。

(四) 其他情况

无。

十三、公司控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

适用 不适用

序号	子公司名称	注册地	业务性质	持股比例		取得方式
				直接持股(%)	间接持股(%)	
1	南阳蓝奥博源电子商务有限公司	桐柏县产业集聚区货站路中段	电商运营及代运营服务	100.00	-	同一控制下合并
2	广州君典文化有限公司	广州市萝岗区科丰路31号G2栋411	提供整合营销策划及渠道招商服务	100.00	-	非同一控制下合并
3	广州方旭科技服务有限公司	广州高新技术产业开发区科丰路31号自编一栋华南新材料创新园G2栋424	科技项目申报服务	70.00	2.50	非同一控制下合并
4	河南蓝奥君典文化发展有限公司	桐柏县产业集聚区货站路（今达公司院内）	整合营销业务	51.00	49.00	设立

报告期内，公司按照 70%的持股比例对广州君典文化有限公司进行合并，2020 年 3 月，公司收购了广州君典剩余 30.00%的股权，收购后持股比例为 100.00%。

公司股东、董监高人员与子公司的关联关系

博源电子的执行董事为鲁银刚、监事为周文展；广州君典的执行董事、经理为鲁银刚；方旭科技的监事为鲁银刚；河南君典的执行董事为鲁银刚、监事为周文展。除上述关联关系外，公司股东、董监高人员与子公司不存在其他关联关系。

(一) 南阳蓝奥博源电子商务有限公司

1、基本情况

成立日期	2016年12月21日
注册资本	500.00万元
实收资本	0.00
法定代表人	鲁银刚
住所	桐柏县产业集聚区货站路中段
经营范围	建筑材料、装饰材料、机械设备、家电、日用百货、电子产品、家居用品、安防产品、五金交电、办公设备、农产品、预包装食品、批发、零售；网上贸易代理；技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让：互联网技术、电子商务技术、计算机系统集成、计算机网络技术、计算机软硬件；企业管理咨询服务：国内广告设计、制作、代理、发布（除网络广告发布）；承办会展会务；计算机软硬件及设备的开发、销售、上门安装和维护；计算机系统集成（不含限制项目）；供应链管理及相关配套服务；物流方案设计；物联网信息技术的开发；现代物流技术的开发。

2、股权结构

股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
蓝奥科技	500.00	-	100.00	货币
合计	500.00	-	100.00	

3、子公司历史沿革及合法合规性

(1) 2016年12月,博源电子设立

2016年12月21日,博源电子(筹)取得桐柏县工商局核发的编号为(桐工商)登记名预核准字[2016]第760号《企业名称预先核准通知书》,核准企业名称为“南阳蓝奥博源电子商务有限公司”。

2016年12月21日,博源电子(筹)股东签署《南阳蓝奥博源电子商务有限公司章程》。

2016年12月21日,博源电子取得桐柏县工商局核发的统一社会信用代码为91411330MA3XJ2749Y《营业执照》,博源电子依法成立。

博源电子设立时的股权结构为:

序号	股东姓名或 名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资比 例 (%)	出资方式
1	广州蓝奥	500.00	0	100.00	货币
合计		500.00	0	100.00	

(2) 2019年4月,博源电子第一次股权转让

广州蓝奥与蓝奥有限公司于2019年3月26日签订《出资转让协议》,并于2019年3月28日签订《补充协议书》,约定广州蓝奥将其在博源电子的500万元出资无偿转让给蓝奥有限公司,蓝奥有限公司根据博源电子章程的要求向博源电子履行500万元注册资本的实缴义务。

2019年4月8日,博源电子股东作出以下股东决定:(1)同意广州蓝奥将其持有的博源电子100%股权即500万元出资额(均未实缴)无偿转让给蓝奥有限公司;(2)同意就上述事项签署新的章程。同日,蓝奥有限公司签署新的章程。

2019年4月8日,桐柏县市监局核准了本次变更。

本次股权转让后,博源电子的股权结构为:

序号	股东姓名或 名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资比 例 (%)	出资方式
1	蓝奥有限公司	500.00	0	100.00	货币
合计		500.00	0	100.00	

4、最近两年及一期的主要财务数据

单位:元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
总资产	870,009.85	386,746.65
净资产	-399,572.44	-833,304.03
项目	2019年度	2018年度
营业收入	1,177,583.43	687,173.93
净利润	433,731.59	-397,077.95

5、子公司业务、与公司业务关系

博源电子提供电商运营及代运营服务。

6. 子公司业务的合规性

截至本转让说明书签署之日，博源电子不存在因违反安全生产、环境保护等相关法律法规而受到行政处罚的情形，博源电子业务合法合规。

7、其他情况

适用 不适用

(1) 收购原因及必要性

博源电子成立于 2016 年 12 月，公司于 2019 年 4 月全资收购。博源电子主营业务为提供电商运营及代运营服务，该业务为公司电商扶贫项目的配套项目，主要协助当地农户、中小经销商建设电商网页、销售当地农场品。由于公司电商扶贫项目占公司收入比例较大，且在电商扶贫项目建设完毕之后可能存在后续维护等服务，因此博源电子可能会与公司存在同业竞争。此外，博源电子已于 2019 年度实现盈利，随着当地参与农户与经销商数量的增加，博源电子收入及盈利能力有望进一步增强。

综上，公司收购博源电子存在必要性。

(2) 被收购前的经营状况、财务状况，购买日或合并日的主要财务数据

2018 年起，博源电子完成人员的组建并开始业务拓展，主要提供电商运营及代运营服务。截至 2019 年 3 月 30 日（合并日），博源电子账面净资产金额为 -1,066,374.76 元。

单位:元

项目	博源电子商务公司	
	合并日	2018 年 12 月 31 日
资产:		
货币资金	8,097.64	11,096.04
应收款项	202,369.43	373,369.43
其他资产	31.18	2,281.18
负债:		
预收款项	313,268.00	156,849.00
其他应收款	857,658.21	940,221.87
其他负债	105,946.80	124,179.81
净资产	-1,066,374.76	-834,504.03
减：少数股东权益		
取得的净资产	-1,066,374.76	-834,504.03

(3) 股权出让方与公司、公司股东及实际控制人是否存在关联关系

博源电子系公司从控股股东广州蓝奥收购，相关关联交易已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“九、关联方、关联关系及关联交易”之“（三）关联交易”

及其对财务状况和经营成果的影响”详细披露。

(4) 收购履行的程序及定价依据

2019年4月8日，博源电子股东作出以下股东决定：①同意广州蓝奥将其持有的博源电子100%股权即500万元出资额（均未实缴）无偿转让给蓝奥有限公司；②同意就上述事项签署新的章程。

定价依据为其实博源电子的实缴注册资本0元，0元的定价不存在损害公司利益的情形。

(5) 资不抵债、连续亏损的原因，以及对公司财务状况及持续经营能力的影响

2019年度，博源电子实现净利润433,731.59元，截至2019年末净资产为-399,572.44元。主要原因因为博源电子并未实缴出资，在收购前博源电子为配合公司电商扶贫项目在前期进行了资金及人员的投入，为后期协助当地农户、中小经销商建设电商网页、销售当地农场品的工作开展提供了业务保障。因此，对博源电子的收购不会影响公司持续经营能力。

(二) 广州君典文化有限公司

1、基本情况

成立日期	2015年7月15日
注册资本	500.00万元
实收资本	100.00万元
法定代表人	鲁银刚
住所	广州市萝岗区科丰路31号G2栋411
经营范围	贸易咨询服务;企业形象策划服务;个人形象设计服务;动漫及衍生产品设计服务;文化艺术咨询服务;企业管理咨询服务;商标代理等服务;业务流程外包;电子商务信息咨询;餐饮管理;酒店管理;包装服务;会议及展览服务;企业管理服务(涉及许可经营项目的除外);市场营销策划服务;公共关系服务;工商咨询服务;策划创意服务;专利服务;办公设备租赁服务;新材料技术转让服务;商品批发贸易(许可审批类商品除外);新材料技术推广服务;商品零售贸易(许可审批类商品除外);新材料技术咨询、交流服务;新材料技术开发服务;房屋租赁;文化推广(不含许可经营项目);数字动漫制作;动漫(动画)经纪代理服务;其他文化娱乐用品批发;商品信息咨询服务;软件服务;广告业;信息技术咨询服务;物业管理;房地产开发经营;物流代理服务;技术进出口;停车场经营;计算机技术开发、技术服务;计算机硬件的研究、开发;计算机技术转让服务;电子自动化工程安装服务;电子设备工程安装服务;通信系统工程服务;工程技术咨询服务;工程项目管理服务;工程监理服务;电子工程设计服务;通信工程设计服务;网络信息技术推广服务;计算机及通讯设备租赁;大型活动组织策划服务(大型活动指晚会、运动会、庆典、艺术和模特大赛、艺术节、电影节及公益演出、展览等,需专项审批的活动应在取得审批后方可经营)。

2、股权结构

股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
蓝奥科技	500.00	100.00	100.00	货币
合计	500.00	100.00	100.00	

3、子公司历史沿革及合法合规性

(1) 2015年7月,广州君典设立

2015年6月26日,广州君典(筹)取得广州市工商局萝岗分局核发的编号为穗名核内字[2015]第08201506260030号《企业名称预先核准通知书》,核准企业名称为“广州万得芙营销管理有限公司”。

2015年7月10日,广州君典(筹)股东签署《广州万得芙营销管理有限公司章程》。

2015年7月15日,广州君典取得广州市工商局萝岗分局核发的注册号为440108000112478《营业执照》,广州君典依法成立。

广州君典设立时的股权结构为:

序号	股东姓名或 名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资比 例 (%)	出资方式
1	广州瑞祥信息科技有限公司	500.00	0	100.00	货币
合计		500.00	0	100.00	

(2) 2015年10月,广州君典第一次实缴注册资本

经核查广州君典股东缴纳出资的银行回单,截至2015年10月21日,广州君典的实收注册资本为100万元。

本次实缴注册资本后,广州君典的股权结构为:

序号	股东姓名或 名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资比 例 (%)	出资方式
1	广州瑞祥信息科技有限公司	500.00	100.00	100.00	货币
合计		500.00	100.00	100.00	

(3) 2015年12月,广州君典第一次股权转让

2015年12月18日,广州君典召开股东会并通过以下决议:(1)同意股东广州瑞祥信息科技有限公司将原占广州君典注册资本的100%(共500万元)的全部股权转让给黎冬冬;(2)同意公司类型由原来:有限责任公司(法人独资)变更为:有限责任公司(自然人独资);(3)同意启用新章程,原章程作废。同日,广州君典新股东黎冬冬签署新的章程。

2015年12月18日,广州瑞祥信息科技有限公司与黎冬冬签订《股东转出资合同书》。

2015年12月23日,广州开发区市监局核准了本次变更。

本次股权转让后,广州君典的股权结构为:

序号	股东姓名或 名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	认缴出资比 例 (%)	出资方式
1	黎冬冬	500.00	100.00	100.00	货币
合计		500.00	100.00	100.00	

(4) 2018年10月,广州君典第二次股权转让

2018年9月14日,广州君典召开股东会并通过以下决议:(1)同意转让方黎冬冬将占广州君典注册资本70%共350万元的出资转让给蓝奥有限,转让金额46.9345万元;同意转让方黎冬冬将占广州君典注册资本30%共150万元的出资转让给建捷投资,转让金额20.1147万元;(2)同意变更公司类型,由有限责任公司(自然人独资)变更为其他有限责任公司;(3)同意废除旧章程,启用新章程。同日,广州君典新股东蓝奥有限咨投投资签署新的章程。

2018年9月14日，黎冬冬与蓝奥有限、建捷投资签订《股东转让出资协议》。

2018年10月9日，广州市黄埔区市场和质量监督管理局核准了本次变更。

本次股权转让后，广州君典的股权结构为：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	出资方式
1	蓝奥有限	350.00	70.00	70.00	货币
2	建捷投资	150.00	30.00	30.00	货币
合计		500.00	100.00	100.00	

(5) 2020年3月,广州君典第三次股权转让

2020年3月18日，广州君典召开股东会并通过以下决议：（1）同意股东建捷投资将原占广州君典注册资本30%共150万元的出资转让给蓝奥有限，转让金额0.00元；（2）同意变更公司类型，由其他有限责任公司变更为有限责任公司（法人独资）；（3）同意废除旧章程，启用新章程。

2020年3月18日，蓝奥科技与建捷投资签订《股东转让出资协议》。

2020年3月19日，广州市黄埔区市场和质量监督管理局核准了本次变更。

本次股权转让后，广州君典的股权结构为：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	出资方式
1	蓝奥科技	500.00	100.00	100.00	货币
合计		500.00	100.00	100.00	

4、最近两年及一期的主要财务数据

单位：元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
总资产	247,118.83	693,435.46
净资产	-1,087,624.69	-156,752.99
项目	2019年度	2018年度
营业收入	1,106,485.84	-
净利润	-930,871.70	-827,244.99

5、子公司业务、与公司业务关系

广州君典提供整合营销策划及渠道招商服务。

6、子公司业务的合规性

截至本转让说明书签署之日，广州君典不存在因违反安全生产、环境保护等相关法律法规而受到行政处罚的情形，广州君典业务合法合规。

7、其他情况

适用 不适用

(1) 收购原因及必要性

广州君典成立于2015年7月，公司于2018年10月收购了广州君典70%的股权，于2020年3月收购了剩余30%的股权。广州君典的团队有比较丰富的策划营销方案，广州君典文化有限公司在整合营销方面具有领头人和团队优势，该公司的副总经理

(主持工作)吴建辉先生是中山大学硕士，兼任中山大学继续教育学院MBA市场营销管理客座教授，在整合营销上具有丰富的经验，是国家高级咨询策划师。

广州君典的业务与公司存在互补。广州君典的优势在于营销策划，蓝奥的优势在于销售团队，双方可以形成对客户的多方面合作。因此收购广州君典可以帮助蓝奥在前端对客户进行营销策划，增加对客户销售能力，并且增加客户粘性。

综上，公司收购广州君典存在合理性及必要性。

(2) 被收购前的经营状况、财务状况，购买日或合并日的主要财务数据

2018年10月，广州君典正式开始运营，主要负责整合营销业务，提供整合营销策划及渠道招商服务。截至2018年9月30日(合并日)，广州君典于购买日可辨认资产、负债公允价值及账面价值核查情况：

单位：元

项目	广州君典文化发展有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
货币资金	492.00	492.00
其他应收款	670,000.00	670,000.00
净资产：	670,492.00	670,492.00
减：少数股东权益	201,147.60	201,147.60
取得的净资产	469,344.40	469,344.40

(3) 股权出让方与公司、公司股东及实际控制人是否存在关联关系

2018年9月14日，公司收购黎冬冬持有的70%广州君典的股权，双方不存在关联关系；2020年3月18日，公司收购建捷投资持有的30%广州君典的股权，建捷投资为公司实际控制人鲁银刚作为执行事务合伙人的有限合伙企业，双方存在关联关系。

(4) 收购履行的程序及定价依据

①2018年9月14日，广州君典召开股东会并通过以下决议：同意转让方黎冬冬将占广州君典注册资本70%共350万元的出资转让给蓝奥有限公司，转让金额46.9345万元；同意废除旧章程，启用新章程。

定价依据为转让时广州君典的净资产的70%，金额为46.9345万元，由于转让时公司的净资产低于实收资本，按照净资产转让不存在损害公司利益的情形。

②2020年3月18日，广州君典召开股东会并通过以下决议：同意转让方建捷投资将占广州君典注册资本30%共150.00万元的出资转让给蓝奥科技，转让金额0万元；同意公司类型变更为有限责任公司（法人独资）；同意废除旧章程，启用新章程。

定价为 0 元，虽然转让时广州君典净资产为负数，但公司为达到 100%持股广州君典的目的而 0 元受让其 30% 股权不存在损害公司利益的情形。

(5) 资不抵债、连续亏损的原因，以及对公司财务状况及持续经营能力的影响

1) 广州君典亏损原因

2018 年 10 月至 12 月，广州君典聘请员工、租赁场地正式运营，由于经营时间较短，2018 年未取得营业收入。同时，由于存在人工、网络推广、场地租赁等运营费用，所以 2018 年亏损 827,244.99 元。2019 年度，广州君典业务逐步开展，由于整合营销业务相比传统招商推广服务需要更高的客户信任度与客户粘性，因此，广州君典必须承担前期需大量投入必须承担短期内收入难以大幅增长且净利润为负的风险。2019 年度广州君典收入较小，仅为 1,106,485.84 元；同时，为进一步开拓市场，广州君典在发展初期需要投入较大的销售费用支出，2019 年度广州君典销售费用为 1,659,421.88 元。因此，2019 年度广州君典亏损 930,871.70 元。

2) 广州君典未来发展

广州君典通过前期投入已在客户资源、项目经验等方面获得积累，公司预计广州君典 2020 年营业收入将大幅增长。同时广州君典文化已与第三方达成初步战略合作，拟参与 2020 年迪拜世博会的展会项目（该项目原预计收益较大，但由于疫情迪拜世博会延期存在不确定性），未来会给公司带来积极效应。

综上所述，广州君典主要负责整合营销业务，未来能为蓝奥科技带来粘度较高的长期客户，且随着广州君典业务开展，收入将不断上升，从合并范围来看，广州君典的发展能为公司带来正面效应，不会对公司的持续经营能力造成影响。

(三) 广州方旭科技服务有限公司

1、基本情况

成立日期	2016 年 7 月 20 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	77.387136 万元
法定代表人	胡军泽
住所	广州高新技术产业开发区科丰路 31 号自编一栋华南新材料创新园 G2 栋 424
经营范围	投资咨询服务；商标代理等服务；机械设备租赁；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；物业管理；房屋租赁；专利服务；办公设备租赁服务；会议及展览服务；计算机及通讯设备租赁；企业管理咨询服务；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；科技中介服务；科技信息咨询服务；科技项目代理服务；科技项目招标服务；科技项目评估服务；科技成果鉴定服务；计算机技术开发、技术服务；能源技术研究、技术开发服务；农业技术转让服务；生物技术转让服务；新材料

	技术转让服务；机械技术转让服务；节能技术转让服务；环保技术转让服务；策划创意服务；企业总部管理。
--	--

2、股权结构

股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
蓝奥科技	70.00	62.39	70.00	货币
付军保	17.50	8.75	17.50	货币
刘劭君	10.00	5.00	10.00	货币
广州君典	2.50	1.25	2.50	货币
合计	100.00	77.39	100.00	

3、子公司历史沿革及合法合规性

(1) 2016年7月,方旭科技设立

2016年6月13日，方旭科技（筹）取得广州市工商局萝岗分局核发的编号为穗名核内字[2016]第08201606080078号《企业名称预先核准通知书》，核准企业名称为“广州方旭科技服务有限公司”。

2016年7月18日，方旭科技（筹）股东签署《广州方旭科技服务有限公司章程》。

2016年7月20日，方旭科技取得广州开发区市场和质量监督管理局核发的统一社会信用代码为91440116MA59DWWG7P《营业执照》，方旭科技依法成立。

方旭科技设立时的股权结构为：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	认缴出资比例 (%)	出资方式
1	蓝奥数码	43.00	0	43.00	货币
2	付军保	30.00	0	30.00	货币
3	曹亚楠	27.00	0	27.00	货币
合计		100.00	0	100.00	

(2) 2016年9月,方旭科技第一次股权转让

2016年8月20日，方旭科技召开股东会并通过以下决议：（1）同意转让方付军保将占方旭科技注册资本2.5%共2.5万元的出资（未实缴）无偿转让给蒋战；同意转让方付军保将占方旭科技注册资本10%共10万元的出资（未实缴）无偿转让给刘劭君；（2）同意废除旧章程，启用新章程；（3）其他原股东同意放弃股权优先购买权。同日，方旭科技股东签署新的章程。

2016年8月20日，付军保与蒋战、刘劭君签订《股东转让出资协议》。

2016年9月6日，广州开发区市场和质量监督管理局核准了本次变更。

本次股权转让后，方旭科技的股权结构为：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	认缴出资比例 (%)	出资方式
1	蓝奥数码	43.00	0	43.00	货币
2	曹亚楠	27.00	0	27.00	货币
3	付军保	17.50	0	17.50	货币
4	刘劭君	10.00	0	10.00	货币
5	蒋战	2.50	0	2.50	货币
合计		100.00	0	100.00	

(3) 2016年12月，方旭科技第一次实缴注册资本

经核查方旭科技股东缴纳出资的银行回单，截至2016年12月13日，方旭科技的实收注册资本为50万元。

本次实缴注册资本后，方旭科技的股权结构为：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额	实缴出资额	认缴出资比例	出资方式
----	---------	-------	-------	--------	------

	名称	(万元)	(万元)	例(%)	
1	蓝奥数码	43.00	21.50	43.00	货币
2	曹亚楠	27.00	13.50	27.00	货币
3	付军保	17.50	8.75	17.50	货币
4	刘劭君	10.00	5.00	10.00	货币
5	蒋战	2.50	1.25	2.50	货币
合计		100.00	50.00	100.00	

(4) 2017年6月,方旭科技第二次股权转让

2017年5月31日,方旭科技召开股东会并通过以下决议: (1) 同意转让方曹亚楠将占方旭科技注册资本27%共27万元的出资转让给胡军泽,转让金额13.50万元; (2) 其他原股东同意放弃股权优先购买权; (3) 同意废除旧章程,启用新章程。同日,曹亚楠与胡军泽签订《股东转让出资协议》。

2017年6月1日,方旭科技股东签署新的章程。

2017年6月5日,广州开发区市场和质量监督管理局核准了本次变更。

本次股权转让后,方旭科技的股权结构为:

序号	股东姓名或名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	出资方式
1	蓝奥数码	43.00	21.50	43.00	货币
2	胡军泽	27.00	13.50	27.00	货币
3	付军保	17.50	8.75	17.50	货币
4	刘劭君	10.00	5.00	10.00	货币
5	蒋战	2.50	1.25	2.50	货币
合计		100.00	50.00	100.00	

(5) 2019年5月,方旭科技第三次股权转让

2019年4月30日,方旭科技召开股东会并通过以下决议: (1) 同意转让方蓝奥数码将方旭科技认缴注册资本43.00%共43.00万元的出资以21.50万元的价格转让给蓝奥有限; (2) 同意转让方胡军泽将方旭科技认缴注册资本27.00%共27.00万元的出资以13.50万元的价格转让给蓝奥有限; (3) 同意转让方蒋战将方旭科技认缴注册资本2.50%共2.50万元的出资以1.25万元的价格转让给广州君典; (4) 其他原股东同意放弃股权优先购买权; (5) 同意废除旧章程,启用新章程。同日,方旭科技股东签署新的章程。

2019年4月30日,蓝奥数码与蓝奥有限签订《股东转让出资协议》,胡军泽与蓝奥有限签订《股东转让出资协议》,蒋战与广州君典签订《股东转让出资协议》。

2019年5月8日,广州市黄埔区市场和质量监督管理局核准了本次变更。

本次股权转让后,方旭科技的股权结构为:

序号	股东姓名或名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	出资方式
1	蓝奥有限	70.00	35.00	70.00	货币
2	付军保	17.50	8.75	17.50	货币
3	刘劭君	10.00	5.00	10.00	货币
4	广州君典	2.50	1.25	2.50	货币
合计		100.00	50.00	100.00	

(6) 2019年5月,方旭科技第二次实缴资本

经核查方旭科技股东缴纳出资的银行回单,本次蓝奥有限出资273,871.36元,截至2019年5月16日,方旭科技的实收注册资本为773,871.36元。

本次实缴注册资本后,方旭科技的股权结构为:

序号	股东姓名或名称	认缴出资额(万元)	实缴出资额(万元)	认缴出资比例(%)	出资方式
1	蓝奥有限	70.00	62.39	70.00	货币
2	付军保	17.50	8.75	17.50	货币
3	刘劭君	10.00	5.00	10.00	货币

4	广州君典	2.50	1.25	2.50	货币
合计		100.00	77.39	100.00	

4、最近两年及一期的主要财务数据

单位：元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日
总资产	461,518.93	
净资产	376,191.14	
项目	2019年度	2018年度
营业收入	292,610.82	
净利润	6,793.38	

5、子公司业务、与公司业务关系

方旭科技主要提供科技项目申报服务。

6. 子公司业务的合规性

截至本转让说明书签署之日，方旭科技不存在因违反安全生产、环境保护等相关法律法规而受到行政处罚的情形，方旭科技业务合法合规。

7、其他情况

适用 不适用

(1) 收购原因及必要性

方旭科技成立于2016年7月，公司于2019年4月收购了方旭科技70%的股份。

方旭科技主营业务为科技项目申报，公司收购方旭科技主要目的：

1) 方旭科技主要负责人罗聪有丰富的中小企业服务经验，公司所在的华南新材料园有大量的中小科技，有大量的科技申报需求，方旭科技存在业务潜力。

2) 公司本身作为一家服务企业，收购方旭科技一方面可以作为产业的延伸，另一方面公司也有大量的客户资源可以与方旭科技合作，实现共赢。

3) 在收购方旭科技前，方旭科技已签订部分的科技申报服务合同，如2018年6月28日与广东许创创工业设计有限公司签订的《科技项目申报委托服务合同》、2018年5月15日与广州国睿科学仪器有限公司签订的《科技项目申报委托服务合同》、2018年5月29日与《广州市捷丰自动化设备有限公司》签订的《科技项目申报委托服务合同》等。

4) 虽然收购方旭科技后，方旭科技业务未实现重大突破，截至报告期末，方旭科技员工人数仅余2人，主要在进行前期完成项目的收尾工作，公司客户在转化为方旭科技客户也存在地域和行业限制，但公司目前在积极整合相关业务。公司收购方旭科

技是对公司服务产业链的延伸，与公司业务相匹配。

综上，公司收购方旭科技存在合理性与必要性。。

(2) 被收购前的经营状况、财务状况，购买日或合并日的主要财务数据

方旭科技主营业务为科技项目申报。截至 2019 年 4 月 30 日（购买日），方旭科技于购买日可辨认资产、负债公允价值及账面价值核查情况：

单位：元

项 目	广州方旭科技服务有限公司	
	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：		
货币资金	1,101.96	1,101.96
预付款项	6,300.00	6,300.00
其他应收款	86,976.89	86,976.89
固定资产	5,021.27	5,021.27
递延所得税资产	52,077.71	52,077.71
负债：		
预收款项	9,000.00	9,000.00
应付职工薪酬	37,068.30	37,068.30
应交税费	9,883.13	9,883.13
净资产	95,526.40	95,526.40
减：少数股东权益	26,269.76	26,269.76
取得的净资产	69,256.64	69,256.64

(3) 股权出让方与公司、公司股东及实际控制人是否存在关联关系

方旭科技系公司从关联方蓝奥数码、非关联方付军保及蒋战所收购，相关关联交易已在公开转让说明书“第四节 公司财务”之“九、关联方、关联关系及关联交易”之“（三）关联交易及其对财务状况和经营成果的影响”详细披露。”

(4) 收购履行的程序及定价依据

2019 年 4 月 30 日，方旭科技召开股东会并通过以下决议：①同意转让方蓝奥数码将方旭科技认缴注册资本 43.00%共 43.00 万元的出资以 21.50 万元的价格转让给蓝奥有限；②同意转让方胡军泽将方旭科技认缴注册资本 27.00%共 27.00 万元的出资以 13.50 万元的价格转让给蓝奥有限；③其他原股东同意放弃股权优先购买权；④同意废除旧章程，启用新章程。

定价依据为转让时方旭科技的实缴出资金额相应比例。考虑到方旭科技主要为企业提供科技申报服务，但科技申报服务收入一般在客户收到款项后才能收到款项，因此收入存在滞后性，前期亏损属于正常投入；同时在收购方旭科技前，方旭科技已签订部分的科技申报服务合同，如 2018 年 6 月 28 日与广东许创创工业设计有限公司

签订的《科技项目申报委托服务合同》、2018年5月15日与广州国睿科学仪器有限公司签订的《科技项目申报委托服务合同》、2018年5月29日与《广州市捷丰自动化设备有限公司》签订的《科技项目申报委托服务合同》等。上述收购不存在损害公司利益的情形。”

(5) 资不抵债、连续亏损的原因，以及对公司财务状况及持续经营能力的影响

2019年5-12月，方旭科技实现营业收入29.26万元，虽然营业收入较低，但通过控制成本开支，实现净利润0.68万元，方旭科技员工人数仅余2人，主要在进行前期完成项目的收尾工作，因此营业成本较低。综上，收购方旭科技不会对公司的持续经营能力造成影响。

(四) 河南蓝奥君典文化发展有限公司

1、基本情况

成立日期	2017年3月17日
注册资本	1,000.00万元
实收资本	0.00
法定代表人	鲁银刚
住所	桐柏县产业集聚区货站路(今达公司院内)
经营范围	文化产业管理及规划；大型文化活动组织及策划；品牌策划管理；图文设计；舞美策划及执行；影视产业管理；文化艺术交流活动策划；文化项目管理；展览展示服务；企业营销策划；企业管理咨询。

2、股权结构

股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)	出资方式
蓝奥科技	510.00	0.00	51.00	货币
博源电子	490.00	0.00	49.00	货币
合计	1,000.00	0.00	100.00	

公司正在将股东蓝奥有限变更为蓝奥科技的工商变更。

3、子公司历史沿革及合法合规性

(1) 2017年3月,河南君典设立

2017年3月15日，河南君典（筹）取得南阳市工商局核发的编号为（宛工商）登记名预核准字[2017]第506号《企业名称预先核准通知书》，核准企业名称为“河南蓝奥君典文化发展有限公司”。

2017年3月17日，河南君典（筹）股东签署《河南蓝奥君典文化发展有限公司章程》。

2017年3月17日，河南君典取得桐柏县工商局核发的统一社会信用代码为91411330MA40NFAE9J《营业执照》，河南君典依法成立。

河南君典设立时的股权结构为：

序号	股东姓名或	认缴出资额	实缴出资额	认缴出资比	出资方式

	名称	(万元)	(万元)	例(%)	
1	蓝奥有限	510.00	0.00	51.00	货币
2	博源电子	490.00	0.00	49.00	货币
合计		1,000.00	510.00	100.00	

4、最近两年及一期的主要财务数据

单位：元		
项目	2019年12月31日	2018年12月31日
总资产	0.00	
净资产	0.00	
项目	2019年度	2018年度
营业收入	0.00	
净利润	0.00	

5、子公司业务、与公司业务关系

河南君典提供整合营销服务，业务报告期内，河南君典未进行经营活动。

6、子公司业务的合规性

截至本公开转让说明书出具日，河南君典进行生产经营活动，不存在在因违反安全生产、环境保护等相关法律法规而受到行政处罚的情形。

7、其他情况

适用 不适用

十四、经营风险因素及管理措施

(一) 政策调整风险

招商服务行业在我国起步较晚，市场化程度较低，尚缺乏专属的行业监管体制及相关管理办法，硬性门槛低。如果未来我国宏观政策开始调控招商服务业，或者相关产业政策进一步调整以致不利好招商服务业的发展，则会直接影响招商服务的需求，为行业发展带来一定波动。

应对措施：公司不断加强与客户之前的粘性、提供多样化服务方式，在一定程度上能够应对产业政策突变造成的下游市场短期波动。公司将深度发挥自身专业优势，持续关注相关政策调整情况，并保持对相关市场及上下游商业活动形势的敏锐观察和预测，紧跟国家政策革新步伐，有的放矢地优化业务结构，调整经营侧重。公司将致力于延展上下游商业活动链条，全方位探索新的服务模式，挖掘新的细分市场，担当新的商业角色，不断发现市场机会，拓展业务宽度，创造新的业绩增长点，以降低国家政策变化造成的不利影响。

(二) 人才流失风险

招商服务行业的竞争主要依托具备相关专业知识的人才。该领域从业专业性要求高、积累周期长，作为典型的专业服务领域，呈高素质劳动力密集型特征，对人才要求高、需求大。在当今新的商业业态层出不穷、产业发展与互联网、文化元素相融合的大环境下，具备与时代发展相适

应的专业人才是招商服务企业持续发展不可或缺的保障和不可替代的动力。因此，专业领域人才的流失会给招商服务行业持续发展带来重大不利风险。

应对措施：公司将进一步完善人才引进政策与机制，营造良好的人才成长环境，进一步建立和执行岗位培训机制和人才知识储备培训计划，建立健全人才激励机制，同时加强公司内部文化建设，以增强公司员工的归属感，保证公司核心人才体系的稳定性。

（三）行业竞争加剧的风险

招商服务行业在我国起步较晚，市场化程度较低，尚缺乏专属的行业监管体制及相关管理办法，硬性门槛低。随着我国宏观经济环境持续改善，产业要素加速聚集，政府、园区、开发商招商活动日益旺盛，招商需求迅速增大，将会吸引众多企业进入招商服务行业，而其专业水平和行业经验普遍需要累积过程，期间可能导致同质化竞争或无序竞争，对行业的有序健康发展带来不利影响。

应对措施：将持续提升招商快车大数据平台的知名度、影响力和用户体验，努力将之打造成国内最卓越的专业招商数据库平台之一，同时不断完善并创新覆盖招商活动全过程、线上线下相结合的闭环服务体系，打造综合化、标准化服务体系之上的个性化、专业化的高值服务，通过差异化战略赢取市场认可和客户粘性，牢固树立品牌影响和先发优势。加强覆盖招商服务、招商咨询、网络推广、网站开发、广告设计、营销策划、展会推广等业务方面的人才梯队建设，强化人才引进和人才培训，持续提升核心竞争力；拟进入全国中小企业股份转让系统进行挂牌转让，引入战略投资者，增强企业资金实力的同时拓展相关渠道资源，助力公司实现跨越式发展。

（四）公司业务规模较小的风险

2018 年度、2019 年度，公司营业收入分别为 26,015,563.08 元、41,005,719.35 元，净利润分别为 88,980.48 元、1,384,211.66 元，规模较小。如果未来公司无法保持较高的专业服务水平，持续开拓新的招商项目及上游客户，其抵御行业环境变化、市场波动等风险的能力将遭受考验，并面临持续盈利和成长性风险。

应对措施：公司正在积极扩张业务规模，发挥线上、线下渠道，并拟引入战略投资者等以开发新的政府、产业园区、企业等招商项目客户，2018 年度、2019 年度已成功开发若干招商服务客户和项目，目前尚有若干项目正在洽谈中，发展形势良好；此外，公司将着力完善质量控制和客户服务体系，并持续创新服务内容和业务形式，以稳定既有订单，寻求老带新机会，挖掘市场增量，以实现公司成长，提升业绩。

（五）重大招商项目可能出现招商成果不佳的风险

作为专业服务提供商，客户招商活动最终的落地成果是公司发展的生命线。虽然公司拥有大数据技术的招商优势以及覆盖招商活动全过程的专业服务能力，且目前服务的招商项目大多取得了良好效果，但客户招商活动成果往往取决于市场环境、国家政策、产业要素、客户自身状况等多种因素的综合作用。一旦客户招商项目出现招商项目落地成效不佳的状况，可能对公司的行业声望、市场地位，以及相应的业务稳定、拓展构成影响，同时导致公司的部分周期长、投入大、

结果导向的定向招商服务收益无法达到预期，从而影响公司业绩。

应对措施：随着业务规模的扩大和服务项目的积累，公司将在市场中获得更多的话语权和选择权，在此基础上，公司将逐渐建立起对客户招商项目的资质评估、风险识别机制，完善服务项目立项内部审批中的研讨、表决制度，对于结果导向的定向招商项目签约从严把关，择优承做，从源头控制风险；此外，公司也将继续完善、深化自身服务，持续提升专业能力，为客户定制真正科学、专业、个性、全面的综合招商解决方案，并助力其良好执行，为招商项目良好落地效果的实现提供保障。

（六）客户集中风险

2018年、2019年公司向前五大客户销售金额占当期总销售额的比例分别是81.38%、70.34%，比例较高。公司客户较为集中，一旦客户关系和合作情况出现波动，可能会对公司业绩造成一定的影响。基于公司所处行业的特征，单笔服务金额较大，服务周期较长，加之公司业务发展的时间不长，导致报告期内前五大客户收入金额占当期收入的总金额比例较大。

应对措施：公司将在专业服务领域精益求精，持续为客户提供全面系统、深入个性的综合招商服务，着力保证服务质量，稳固现有的客户群体，探寻老带新机会，增强品牌影响和市场声望。同时公司将调整经营计划和市场开拓策略，全面发挥线上、线下等各类渠道，积极拓展新客户，形成优质稳定的项目来源。从市场区域来看，公司也将加强对全国、全世界多地区优质招商项目的承揽力度，积极布局实现各区域协同发展，规避单地区系统性风险。

（七）公司治理风险

公司整体变更为股份公司后，制定了新的《公司章程》、“三会”议事规则、《关联交易决策管理办法》等，建立了内部控制体系，完善了法人治理结构，提高了管理层的规范化意识。但是，由于股份公司成立时间较短，公司管理层的规范意识还需进一步提高，对股份公司治理机制尚需逐步理解、熟悉，各项内控制度的执行需要经过一个较为漫长的经营周期，以进行实践检验，公司治理和内部控制体系也需要在经营实践过程中逐渐完善。因此，短期内公司治理的规范性存在一定风险。

应对措施：一方面，公司董事、监事、高管及员工将加强学习业已建立的各项规章制度及相关法律法规，提升规范意识，促进公司规范治理、规范运行，规避不必要的风险；另一方面，公司将在监管部门及中介机构的督导下，持续细化、更新相关制度，并确保各项制度的严格执行。

十五、公司经营目标和计划

1、公司发展前景

公司将以新三板挂牌为契机，不断优化产品结构，提高技术支持和服务水平，提升企业经营管理水平和风险防范能力，建立新常态下的发展模式。并通过持续不断的技术创新和发展，强化产品核心竞争力，实现快速的收入增长和规模化扩张，成为一家依靠数据技术及专业团队，持续为客户提供营销策划、品牌、运营、顾问等全链服务的专业机构。

2、未来三年发展目标为：

（1）完成资本市场对接，实现收入快速增长

公司计划 2020 年提高积淀技术的产品化，巩固现有服务产品的优势，根据客户的需要打通现有产品上下游供需关系，在企业互联网营销、电子商务、企业政策咨询与科技孵化、政府产业园招商四个方面进一步充实公司产品线，以在未来三年实现收入的快速增长。

（2）加强企业员工队伍建设，完善企业员工结构

公司当前的人员构成中，30 岁以下员工的占比 38.75%，31-40 岁的员工占 46.07%，公司的队伍十分年轻。公司有完善的员工培训体系，持续大力培养与储备人才，年轻职员得以在各自的岗位上激发自己的潜能。未来三年，公司依然会加强员工队伍建设，努力提高员工的专业、文化、技能水平，提高服务意识、风险意识，组织好员工的培训学习，培养中层干部的市场意识、管理能力、以及适应企业发展需要的阶梯型人才队伍。

（3）实现规模扩张

公司目前在南阳市设立总部，并在广州设有 2 家子公司一家分公司，在南阳市当地设有两家子公司。公司将在 1-3 年内不断提高这些分、子公司的运营能力，加大市场占有率，建立健全并逐步完善全国营销体系。

3、实现中长期发展目标的具体措施

（1）积极借力金融市场

基于公司自有资金，并借助新三板的资本市场，适当使用杠杆进行产业链的并购，促进公司快速的规模扩张，寻求市场上资产优质、研发能力强及业务规模稍弱的公司，进行优势互补，现金收购与换股并购同步进行。

（2）立足主业，加强研发

公司将在目前的业务体系中不断寻求新的业务增长点，建立研发团队和研发机构，未来争取与高校资源合作，实现服务产品化，产品标准化。

1) 公司未来还会继续拓展装饰或建材行业的客户，同时，也会不断涉足其他行业，丰富公司的产品，增加公司的收入增长点。

经过几年经营与积累，公司在装饰或建材行业积累丰富的渠道资源、客户资源以及运营经验。公司在政策、行业信息渠道方面占据先天优势，同时该行业为公司招商服务所擅长的行业和领域。

2) 我国建材家装市场经过 20 多年的发展于 2014 年突破 4 万亿元，并保持稳定增长态势。2018 年我国家装建材市场规模达到 4.34 万亿元，而到 2019 年的市场规模将进一步增长至 4.43 万亿元。我国当前精装房占比只有 30% 左右，与发达国家存在较大差距。在政策鼓励与地产商主动推动之下，我国精装房占比持续提升。展望 2020 年，2019 年项目中只有不足 50% 为毛坯房，2021 年及以后的毛坯占比更低。2020 年即将交付的住宅中精装房占比将继续提升。精装修趋势下 B 端市场扩容仍将是 2020 年的重要趋势，瓷砖、内墙涂料、防水涂料、建筑五金、石膏板等

品类将继续从中受益（数据来源：中国产业信息网
<http://www.chyxx.com/industry/202001/825589.html>）。

同时，装饰或建材行业产业链加速整合的发展势头，为招商服务外包服务带来广阔的市场空间，因此，公司未来还会继续拓展装饰或建材行业的客户。

（3）全面提升品牌形象，建设优秀企业文化

①加强自身办公环境的建设与管理，保持规范、整洁，展示企业风采，宣传企业文化。

②积极推广企业文化，利用包括纸媒、电视、广播、微信、计算机网络、宣传栏、广告牌等各种方式宣传企业文化。

③加强与社会各界的沟通、交流，积极参与社会各界相关活动，与行业内各单位、各协会密切配合，拉近与客户之间的距离，让客户了解公司产品的品质，使公司的产品在行业内有口皆碑。

④建设优秀企业文化，形成一个有开拓精神的、团结的领导班子；一支以企业为家，具有较强集体荣誉感的员工队伍；一套责任明确、公平的业绩评估制度及一种给予员工最大空间施展个人才能的管理机制。

第五节 挂牌同时定向发行

适用 不适用

第五节 申请挂牌公司、中介机构及相关人员声明

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个别和连带的法律责任。

全体董事（签字）：

鲁银刚

鲁银刚

周文展

周文展

张岭

张 岭

张倩

张 倩

吴建辉

吴建辉

全体监事（签字）：

郭淑君

郭淑君

黄忠慰

黄忠慰

潘映

潘 映

全体高级管理人员（签字）：

鲁银刚

鲁银刚

周文展

周文展

张国立

张国立

张启寿

张启寿

法定代表人（签字）：

鲁银刚

鲁银刚

河南蓝奥智能科技股份有限公司



二、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。

法定代表人或授权代表签字：



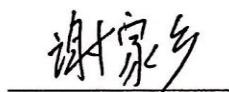
项目负责人签字：


阎星伯

项目组成员签字：


阎星伯


陈欢


谢家乡

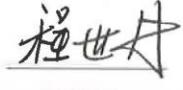


2020 年 7 月 22 日

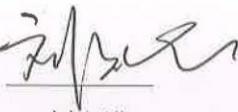
律师事务所声明

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）：


王宇 程世丹

律师事务所负责人（签字）：


刘文洪

北京观韬中茂（广州）律师事务所
2020年7月22日

四、会计师声明

本机构及经办注册会计师已阅读《河南蓝奥智能科技股份有限公司公开转让说明书》（以下简称“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（CAC 证审字[2020] 0192 号）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（签名）: _____
胡咸华 _____
虞晓卫

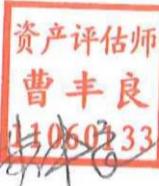
机构负责人（签名）: _____
方文森

中审华会计师事务所（特殊普通合伙）（盖章）



五、评估师声明

本机构及经办资产评估师已阅读《河南蓝奥智能科技股份有限公司公开转让说明书》（以下简称“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 (签名): 曹丰良 曹丰良

李嘉俊

机构负责人 (签名): 曹丰良 曹丰良



授权委托书

本人李刚(身份证号:612102197212210671)系开源证券股份有限公司法定代表人。现授权开源证券股份有限公司董事会办公室主任张国松(身份证号:330727198103240017)代表本人签署公司与全国中小企业股份转让系统及区域股权市场有关的业务(包括但不限于推荐挂牌类、持续督导类、定向发行类、并购重组类)合同、相关申报文件、投标文件等,并办理相关事宜。授权期间:自2020年1月1日起至2020年12月31日止。

同时,授权张国松作为我公司法定代表人的授权代表,在以上授权事项范围及授权期间内针对投标文件的签署进行转授权。

在授权期间内,本人承认上述签字的法律效力。
特此授权。

授权人(签字):

2019年12月23日



第七节 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、全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见及中国证监会核准文件
- 六、其他与公开转让有关的重要文件