

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

# 易点天下网络科技股份有限公司

Easy Click Worldwide Network Technology Co.,Ltd.

(西安市高新区天谷八路 156 号软件新城研发基地二期 A3-1 西 101 室)



## 首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书

(申报稿)

本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



**中信证券股份有限公司**

CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路 8 号卓越时代广场（二期）北座

## 本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次公开发行新股数量不超过 75,501,745 股，占发行后总股本的比例不低于 10%，不进行老股转让
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所	深圳证券交易所
发行后总股本	不超过 471,885,905 股
保荐人（主承销商）	中信证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2020 年【】月【】日

## 重要声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

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招股说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对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，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

## 重大事项提示

公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别关注以下重要事项。

### 一、关于流通限制及自愿锁定的承诺

#### （一）控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人邹小武承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的首发前股份，也不提议由发行人回购该部分股份，若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

2、发行人首次公开发行股票上市后 6 个月内，如股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第 1 个交易日）收盘价低于首次公开发行价格，本人直接或间接持有首发前股份的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长 6 个月。

自发行人股票上市至本人减持期间，发行人如有权益分派、公积金转增股本、配股等除权除息事项，则发行价格将进行相应调整。

3、在上述期限届满后，本人在发行人担任董事、高级管理人员期间每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过本人直接或间接持有发行人股份总数的 25%；在离职后半年内，本人不转让所直接或间接持有易点天下的股份。本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，继续遵守下列限制性规定：（1）每年转让的股份不得超过本人所持有本公司股份总数的百分之二十五；（2）离职后半年内，不得转让本人直接或间接所持本公司股份；（3）法律法规及相关规则对董监高股份转让的其他规定。

4、上述股份的流通限制及自愿锁定的承诺不因本人职务变更或离职等原因而终止。

5、本人转让所持有的发行人股份，应遵守法律法规、中国证监会及深圳证券交易所相关规则的规定。”

## （二）持股 5%以上股东承诺

公司直接持股 5%以上股东宁波众点作出如下承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票上市之日起 36 个月内，本企业不转让或者委托他人管理所直接或间接持有的首发前股份，也不由发行人回购该部分股份。若因公司进行权益分派等导致本企业持有的公司股份发生变化的，本企业仍将遵守上述承诺。

2、本企业转让所持有的发行人股份，应遵守法律法规、中国证监会及深圳证券交易所相关规则的规定。”

公司直接持股 5%以上股东宁波恒盛、直接及间接合计持股 5%以上股东王向阳作出如下承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理所直接或间接持有的首发前股份，也不由发行人回购该部分股份。若因公司进行权益分派等导致本企业持有的公司股份发生变化的，本企业仍将遵守上述承诺。

2、本企业转让所持有的发行人股份，应遵守法律法规、中国证监会及深圳证券交易所相关规则的规定。”

## （三）持股的公司董事、监事、高级管理人员承诺

公司直接及间接合计持股 5%以上股东及董事兼副总经理孙凤正、副总经理王一舟、监事陈文凯作出如下承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人首发前股份，也不由发行人回购该部分股份，若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

2、发行人首次公开发行股票上市后 6 个月内，如股票连续 20 个交易日的收

盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第 1 个交易日）收盘价低于首次公开发行价格，本人持有首发前股份的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长 6 个月。

自发行人股票上市至本人减持期间，发行人如有权益分派、公积金转增股本、配股等除权除息事项，则发行价格将进行相应调整。

3、在上述期限届满后，本人转让所持有的发行人股份应遵守以下规则：

（1）本人在发行人担任董事/监事/高级管理人员期间每年转让直接或间接持有的发行人股份不超过本人直接或间接持有发行人股份总数的 25%；

（2）本人离职后半年内，不得转让本人直接/间接所持发行人股份；

（3）遵守《中华人民共和国公司法》对董事、监事、高级管理人员股份转让的其他规定；

（4）遵守法律法规、中国证监会及深圳证券交易所相关规则的规定。

（5）本人在任期届满前离职的，在本人就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，继续遵守上述承诺。

4、上述股份的流通限制及自愿锁定的承诺不因本人职务变更或离职等原因而终止。”

#### （四）除上述股东外的其他股东限售安排

除上述股东需按照承诺情况履行股份锁定义义务外，公司其他股东需根据《公司法》第 141 条的规定，自公司股票在深圳证券交易所创业板上市交易之日起 12 个月内不转让或委托他人管理其持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。以上锁定股份因除权、除息而增加的股份，亦将同等按照上述限售安排执行。

## 二、关于持股及减持意向的承诺

### （一）控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人邹小武承诺：

“1、拟长期持有公司股票；

2、减持前提：如果在锁定期满后拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合公司稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持，且不违反在公司首次公开发行时所作出的公开承诺；

3、减持方式：其减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

4、减持价格：如果在锁定期满后两年内，其拟减持股票的，减持价格不低于发行价。若本次发行后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将进行相应的除权、除息调整；

5、减持数量：锁定期满后，根据法律法规的要求和自身财务规划的需要，进行合理减持，在担任发行人董事、高级管理人员期间，每年减持数量不超过上一年末所持股份数量的 25%；在任意连续 90 日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过公司股份总数的 1%；采取大宗交易方式的，在任意连续 90 日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的 2%；

6、减持期限及公告：每次减持时，应提前三个交易日通知公司本次减持的数量、方式、减持价格区间、减持时间区间等，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份，应当在首次卖出的 15 个交易日前预先披露减持计划。减持计划的内容应当包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因；

7、通过协议转让方式减持股份并导致其不再为公司大股东或实际控制人的，股份出让方、受让方应当在减持后六个月内继续遵守前述第 5、6 点的规定；

8、如未履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；

9、如未履行上述承诺，所持有的公司股份自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。

10、如法律法规、规范性文件对减持股份相关事项的规定发生变化时，按照相关规定执行。”

## （二）持股 5%以上股东承诺

公司直接持股 5%以上股东宁波恒盛和宁波众点、直接及间接合计持股 5%以上股东王向阳作出如下承诺：

“1、减持前提：如果在锁定期满后拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持，且不违反在公司首次公开发行时所作出的公开承诺；

2、减持方式：其减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

3、减持价格：如果在锁定期满后两年内，其拟减持股票的，减持价格不低于发行价。若本次发行后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将进行相应的除权、除息调整；

4、减持数量：锁定期满后，根据法律法规的要求和自身财务规划的需要，进行合理减持，在任意连续 90 日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过公司股份总数的 1%；采取大宗交易方式的，在任意连续 90 日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的 2%；

5、减持期限及公告：每次减持时，应提前三个交易日通知公司本次减持的数量、方式、减持价格区间、减持时间区间等，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份，应当在首次卖出的 15 个交易日前预先披露减持计划。减持计划的内容应当包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因；

6、通过协议转让方式减持其持有的公司首次公开发行前发行的股份，股份出让方、受让方应当在减持后六个月内继续遵守前述第 4、5 点的规定；

7、如未履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；所持有的公司股份自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。

8、如法律法规、规范性文件对减持股份相关事项的规定发生变化时，按照相关规定执行。”

### （三）持股的公司董事、监事、高级管理人员承诺

公司直接及间接合计持股 5%以上股东及董事兼副总经理孙凤正、副总经理王一舟、监事陈文凯作出如下承诺：

“1、减持前提：如果在锁定期满后拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持，且不违反在公司首次公开发行时所作出的公开承诺；

2、减持方式：其减持公司股份应符合相关法律、法规、规章的规定，具体方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等；

3、减持价格：如果在锁定期满后两年内，其拟减持股票的，减持价格不低于发行价。若本次发行后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将进行相应的除权、除息调整；

4、减持数量：锁定期满后，根据法律法规的要求和自身财务规划的需要，进行合理减持，在担任发行人董事、高级管理人员期间，每年减持数量不超过上一年末所持股份数量的 25%；并且在任意连续 90 日内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过公司股份总数的 1%；采取大宗交易方式的，在任意连续 90 日内，减持股份的总数不超过公司股份总数的 2%；

5、减持期限及公告：每次减持时，应提前三个交易日通知公司本次减持的数量、方式、减持价格区间、减持时间区间等，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。计划通过证券交易所集中竞价交易减持股份，应当在首次卖出的 15 个交易日前预先披露减持计划。减持计划的内容应当包括但不限于：拟减持股份的数量、来源、减持时间、方式、价格区间、减持原因；

6、通过协议转让方式减持其持有的公司首次公开发行前发行的股份，股份出让方、受让方应当在减持后六个月内继续遵守前述第 5、6 点的规定；

7、如未履行上述承诺，将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；所持有的公司股份自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。

8、如法律法规、规范性文件对减持股份相关事项的规定发生变化时，按照

相关规定执行。”

### 三、关于被摊薄即期回报填补措施的承诺

#### （一）发行人承诺

公司承诺将采取以下措施填补被摊薄即期回报：

##### “1、加大研发投入，提高公司竞争能力和持续盈利能力

公司一直坚持提高营销服务能力，紧跟市场需求，继续在新技术等领域加大研发投入，不断进行技术创新，进一步提升企业业务技术水平。通过以技术创新为突破口，持续提升服务质量与品质，满足客户差异化需求，以增加公司盈利增长点，提升公司持续盈利能力。

##### 2、加大市场开拓

公司将加大现有主营业务和新业务的市场开发力度，不断提升公司市场份额，开拓新的产品应用领域，寻求更多合作伙伴。

##### 3、加强经营管理，提高运营效率

公司将不断加强管理运营效率，持续提升营销服务等环节的组织管理水平和对客户需求的快速响应能力，促进公司核心竞争力进一步提升，提高运营效率和盈利能力。

##### 4、加强募投项目和募集资金管理

公司已制定《募集资金管理办法》，募集资金到位后将存放于董事会制定的专项账户中。公司将加强募投项目建设和管理，尽快实现预期效益。公司将定期检查募集资金使用情况，在确保募集资金使用合法合规提升募集资金运用效率，提升公司盈利能力以填补即期回报下降的影响。

##### 5、完善公司治理，加大人才培养和引进力度

公司已建立完善的公司治理制度，将遵守《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，进一步加强公司治理，为公司发展提供制度保障。

公司将建立全面的人力资源培养、培训体系，完善薪酬、福利、长期激励政

策和绩效考核制度，不断加大人才引进力度，为公司未来的发展奠定坚实的人力资源基础。”

公司上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证，请投资者予以关注。

## （二）控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人邹小武作出如下承诺：

“1、任何情形下，本人均不会滥用实际控制人地位或控股股东地位，均不会越权干预公司经营管理活动，不会侵占公司利益。

2、督促公司切实履行填补回报措施；

3、本承诺出具日后至公司本次发行完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

4、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。”

## （三）发行人董事、高级管理人员承诺

公司董事、高级管理人员作出如下确认及承诺：

“1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

3、本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

5、若公司后续推出股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

6、若中国证监会、深圳证券交易所作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会及深圳证券交易所的最新规定出具补充承诺。

7、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将无条件接受中国证监会和深圳证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则对本人作出的相关处罚或采取的相关管理措施。”

## 四、滚存利润分配方案

根据公司 2020 年第二次临时股东大会决议，公司上市发行前滚存的未分配利润由本次发行上市前后新老股东共享。

## 五、本次发行上市后的股利分配政策

### （一）公司的利润分配政策

1、利润分配原则：公司应当执行稳定、持续的利润分配政策，利润分配应当重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司的可持续发展。公司利润分配不得超过累计可分配利润范围。

2、利润分配形式和期间间隔：公司利润分配可采取现金、股票、现金股票相结合或者法律许可的其他方式。

3、利润分配的条件和现金分红政策：

公司实施现金分红时须同时满足如下条件：①公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；②审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；③公司累计可供分配利润为正值。

公司进行利润分配时，董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照本章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

重大资金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%且超过 3,000 万元；或者公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

4、现金分红的比例：在满足公司现金分红条件时，公司每年以现金方式分配的利润原则上不少于当年实现的可供分配利润的百分之十；公司在确定现金分配利润的具体金额时，应充分考虑未来经营活动和投资活动的影响以及公司现金存量情况，并充分关注社会资金成本、银行信贷和债权融资环境，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

5、股票股利分配条件：如以现金方式分配利润后仍有可供分配的利润且董事会认为以股票方式分配利润符合全体股东的整体利益时，公司可以股票方式分配利润；采用股票方式进行利润分配的，应当考虑公司的成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

6、利润分配方式的实施：公司股东大会按照既定利润分配政策对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后二个月内完成股利（或股份）的派发事项。

7、利润分配的信息披露：如公司董事会做出不实施利润分配或实施利润分配的方案中不含现金分配方式决定的，应就其作出不实施利润分配或实施利润分配的方案中不含现金分配方式的理由，在定期报告中予以披露，公司独立董事应对此发表独立意见。公司应在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况；对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

8、其他事项：存在股东违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时，应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

## （二）公司的利润分配政策决策程序

1、公司的利润分配政策由董事会拟定，提请股东大会审议。

2、独立董事及监事会应当对提请股东大会审议的利润分配政策进行审核并出具书面审核意见。

3、公司在制定现金分红具体方案时，董事会应认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例，调整的条件及决策程序要求等事宜，并由独立董事出具意见。独立董事还可以视情况公开征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

在股东大会对现金分红方案进行审议前，公司应通过各种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和要求，充分听取中小股东的意见和诉求。

4、利润分配政策的调整：公司因外部经营环境或自身经营状况发生较大变化，确有必要对本章程规定的利润分配政策进行调整或变更的，需事先征求独立董事及监事会意见，经过详细论证后，由公司董事会审议并提请股东大会批准；股东大会在审议该项议案时，需经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过；调整或变更后的利润分配政策不得违反中国证券监督管理委员会和证券交易所的有关规定。

## 六、关于稳定股价及股份回购的承诺

公司、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员承诺：

## （一）启动股价稳定措施的条件

自公司股票正式上市之日起三年内，若非因不可抗力、第三方恶意炒作之因素导致公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作相应调整，下同）均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中的归属于母公司普通股股东权益合计数÷上一会计年度末公司股份总数，下同）时，为维护广大股东利益，增强投资者信心，维护公司股价稳定，公司将启动股价稳定措施。

## （二）股价稳定的具体措施及实施程序

在启动股价稳定措施的条件满足时，公司应在 5 个交易日内，根据当时有效的法律法规和本股价稳定预案，与控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员协商一致，提出稳定公司股价的具体方案，履行相应的审批程序和信息披露义务。股价稳定措施实施后，公司的股权分布应当符合上市条件。

当公司按照各方协商确定的股价稳定具体方案需要采取股价稳定措施时，公司可同时或分步骤实施以下股价稳定措施：

1、公司以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份（以下简称“公司回购股份”）

在启动股价稳定措施的条件满足时，若公司决定采取公司回购股份方式稳定股价，公司应当在 5 个交易日内召开董事会，讨论公司向社会公众股东回购公司股份的方案，并提交股东大会审议。

在股东大会审议通过股份回购方案后，公司依法通知债权人，并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案手续。

在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后，公司方可实施相应的股份回购方案。

公司回购股份的资金为自有资金，公司回购股份的价格不超过上一个会计年度末经审计的每股净资产的价格，公司回购股份的方式为以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份。单次决议用于公司回购股份的资金金额不超过

上一个会计年度归属于母公司股东净利润的 10%。单一会计年度内用于公司回购股份的资金总额不高于回购股份事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%。

如果公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件，公司可不再实施向社会公众股东回购股份。回购股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

## 2、控股股东、实际控制人通过二级市场以集中竞价交易方式增持公司股份（以下简称“控股股东、实际控制人增持公司股份”）

在启动股价稳定措施的条件满足时，若公司决定采取控股股东、实际控制人增持公司股份，公司控股股东、实际控制人应在股东大会审议通过股价稳定措施的具体方案后 30 个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等），并依法履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门的审批手续，在获得批准后的 3 个交易日内通知公司，公司应按照规定披露控股股东、实际控制人增持公司股份的计划。在公司披露控股股东、实际控制人增持公司股份计划的 10 个交易日内，控股股东、实际控制人开始实施增持公司股份的计划。

公司上市后三年内，控股股东、实际控制人为稳定股价而增持发行人股份的价格不超过上一个会计年度末经审计的每股净资产的价格；单次计划用于增持股份的资金不低于公告日前一会计年度其自公司所获现金分红的 20%；单一会计年度内用于增持股份的资金不高于前一会计年度其自公司所获现金分红的 50%。控股股东、实际控制人通过增持获得的股份，在增持完成后 12 个月内不得转让。

如果公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件，控股股东、实际控制人可不再实施增持公司股份。控股股东、实际控制人增持公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。公司控股股东、实际控制人增持公司股份应符合相关法律法规的规定。

## 3、董事、高级管理人员买入公司股份

在启动股价稳定措施的条件满足时，若公司决定采取董事、高级管理人员买入公司股份方式的股价稳定措施，公司时任董事（不含独立董事和未领薪酬的外部董事）、高级管理人员（包括本预案承诺签署时尚未就任或未来新选聘的公司

领取薪酬的非独立董事、高级管理人员）应在股东大会审议通过股价稳定措施的具体方案后 10 个交易日内，通过法律法规允许的交易方式买入公司股票以稳定公司股价。公司非独立董事、高级管理人员买入公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。

公司董事（不含独立董事和未领薪酬的外部董事）、高级管理人员通过法律法规允许的交易方式买入公司股份，为稳定股价而购买发行人股份的资金金额不低于本人上一会计年度从公司获取的税后薪酬及津贴总额的 10.00%，单一会计年度累计用于增持的资金金额不超过上一年度自公司获得税后薪酬及津贴总额的 30.00%。

如果公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件，董事（不含独立董事和未领薪酬的外部董事）、高级管理人员可不再买入公司股份。

公司董事（不含独立董事和未领薪酬的外部董事）、高级管理人员买入公司股份应符合相关法律、法规的规定，需要履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批的，应履行相应的审批手续。因未获得批准而未买入公司股份的，视同已履行本预案及承诺。

### （三）应启动而未启动股价稳定措施的约束措施

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事和未领薪酬的外部董事）、高级管理人员未采取上述股价稳定的具体措施，公司、控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事和未领薪酬的外部董事）、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

1、公司、控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事和未领薪酬的外部董事）、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述股价稳定措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

2、如果控股股东、实际控制人未采取上述股价稳定的具体措施的，则公司可暂扣控股股东现金分红，直至其按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

3、如果董事（不含独立董事和未领薪酬的外部董事）、高级管理人员未采取

上述股价稳定的具体措施，将在前述事项发生之日起 10 个交易日内，公司可将该等董事和高级管理人员股份增持义务触发后应付本人的薪酬及现金分红总额的 70%予以扣留，直至该等董事、高级管理人员按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

4、自公司股票首次公开发行并上市之日起 3 年内，若公司新聘任领取薪酬的非独立董事、高级管理人员的，公司将要求该等新聘任领取薪酬的非独立董事、高级管理人员履行公司上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

#### （四）股价稳定预案的修订权限

对股价稳定预案的任何修订应经公司股东大会审议通过。

#### （五）股价稳定预案的执行

公司、公司控股股东、实际控制人、公司董事及高级管理人员在履行上述回购或增持义务时，应按照公司章程、上市公司回购股份、上市公司控股股东增持股份、上市公司董事及高级管理人员增持股份等相关监管规则履行相应的信息披露义务。

自公司股票首次公开发行并上市之日起 3 年内，若公司新聘任领取薪酬的非独立董事、高级管理人员的，公司应要求该等新聘任领取薪酬的非独立董事、高级管理人员，按届时的股价稳定预案，就其未履行股价稳定方案的约束措施作出书面承诺。

### 七、关于招股说明书没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

#### （一）发行人承诺

公司作出如下承诺：

“1、本公司招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、本公司投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市交易前，如有权监管部门作出行政处罚或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决认定

本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在中国证监会等有权机关认定有关违法事实后 30 天内，对于本公司首次公开发行的全部新股，本公司将按照投资者所缴纳股票申购款加算该期间内银行同期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

3、本公司首次公开发行的股票上市交易后，如有权监管部门作出行政处罚或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决认定本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将在中国证监会认定有关违法事实后 30 天内依法启动回购首次公开发行的全部新股的程序，回购价格不低于届时本公司股票二级市场价格。

4、如有权监管部门作出行政处罚或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决认定本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。本公司将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，通过设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

5、如本公司未履行上述承诺，应在中国证券监督管理委员会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉，同时按照有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的法律责任。

6、本承诺自作出之日起即对本公司具有法律约束力。本公司将积极采取合法措施履行本承诺函的全部内容，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。”

## （二）控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人邹小武作出如下承诺：

“1、发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人将对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

2、如有关监管部门作出行政处罚或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决认定发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法回购本人已转让的原限售股份（如有），回购价格不低于公司首次公开发行股票时的发行价，并依法赔偿投资者损失。本人将督促公司在上述违法事实被监管机构认定后的两个交易日内进行公告，并在上述事项认定后三个月内启动购回事项。公司已发行尚未上市的，购回价格为发行价并加算银行同期存款利息；公司已上市的，购回价格以发行价并加算银行同期存款利息和购回义务触发时点前最后一个交易日公司股票的收盘价孰高确定，并根据相关法律、法规和规范性文件规定的程序实施。若本人购回已转让的原限售股份触发要约收购条件的，本人将依法履行要约收购程序，并履行相应信息披露义务。

3、如本人未履行上述承诺，本人将在中国证券监督管理委员会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉。本人同意发行人自本人违反承诺之日起有权扣留应向本人发放的现金红利、工资、奖金和津贴等，以用于执行未履行的承诺，直至本人履行上述承诺或支付应由本人承担的投资者损失为止。本人未履行上述承诺期间，本人所持发行人全部股份不得转让。

4、本承诺自作出之日起即对本人具有法律约束力，不因本人在公司的职务变更、离职、股份变动等原因而放弃履行。本人将积极采取合法措施履行本承诺函的全部内容，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，如有违反，本人将按照本承诺的规定承担相应的法律责任。”

### **（三）发行人董事、监事、高级管理人员承诺**

公司董事、监事、高级管理人员作出如下承诺：

“1、发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

2、如有关监管部门作出行政处罚或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决认定发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。本人将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，积极赔偿投资者由

此遭受的直接经济损失。

3、如本人未履行上述承诺，本人将在中国证券监督管理委员会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉。本人同意发行人自本人违反承诺之日起有权扣留应向本人发放的现金红利、工资、奖金和津贴等，以用于执行未履行的承诺，直至本人履行上述承诺或支付应由本人承担的投资者损失为止。本人未履行上述承诺期间，本人所持发行人全部股份不得转让。

4、本承诺自作出之日起即对本人具有法律约束力，不因本人在公司的职务变更、离职、股份变动等原因而放弃履行。本人将积极采取合法措施履行本承诺函的全部内容，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，如有违反，本人将按照本承诺的规定承担相应的法律责任。”

#### **（四）保荐机构和主承销商承诺**

保荐机构和主承销商承诺如下：

“本公司为易点天下网络科技股份有限公司首次公开发行股票制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接经济损失的，将先行赔偿投资者损失。”

#### **（五）发行人律师承诺**

发行人律师承诺如下：

“本所为发行人本次发行上市制作、出具的法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述法律文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接经济损失的，本所将依法承担赔偿责任。”

#### **（六）发行人审计机构承诺**

发行人会计师承诺如下：

“本所为易点天下网络科技股份有限公司首次公开发行股票出具的报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任，包括如

果本所出具的上述报告有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。”

### （七）发行人评估机构承诺

发行人评估机构承诺如下：

“本机构为易点天下网络科技股份有限公司首次公开发行并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本机构过错致使上述文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接经济损失的，本机构将依法承担赔偿责任。”

### （八）发行人验资机构承诺

发行人验资机构承诺如下：

“本所为易点天下网络科技股份有限公司首次公开发行并上市制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因本所过错致使上述文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接经济损失的，本所将依法承担赔偿责任。”

## 八、关于未能履行承诺约束措施的承诺

### （一）发行人承诺

公司作出如下承诺：

“公司将严格履行在本次发行并上市过程中所作出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。发行人在本次发行并上市过程中，如存在未履行承诺的情形的，发行人将采取以下措施予以约束：

- 1、及时、充分披露未履行或无法履行或无法按期履行的具体原因，并向投资者公开道歉；
- 2、向投资者提出补充承诺或替代承诺，尽可能保护投资者的权益；
- 3、发行人因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿；
- 4、自发行人完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之日起 12 个月

内，发行人将不得发行证券，包括但不限于股票、公司债券、可转换的公司债券及证券监督管理部门认可的其他品种。”

## （二）控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人邹小武作出如下承诺：

“本人将严格履行在本次发行并上市过程中所作出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。本人如存在未履行承诺的情形，同意采取以下约束措施：

1、及时、充分披露未履行或无法履行或无法按期履行的具体原因，并向投资者公开道歉；

2、如违反股份锁定、持股意向及减持意向的承诺进行减持的，自愿将减持所得收益上缴发行人；

3、本人因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归发行人所有；

4、本人未履行或未及时履行相关承诺导致发行人或投资者遭受损失的，本人依法赔偿发行人或投资者的损失。

5、如果本人未承担前述赔偿责任，则本人持有的公司股份在本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时公司有权扣减本人所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。”

## （三）发行人董事、监事、高级管理人员承诺

公司董事、监事、高级管理人员作出如下承诺：

“本人将严格履行在本次发行并上市过程中所作出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。本人如存在未履行承诺的情形，同意采取以下约束措施：

1、及时、充分披露未履行或无法履行或无法按期履行的具体原因，并向投资者公开道歉；

2、如违反股份锁定承诺进行减持的，自愿将减持所得收益上缴发行人；

3、如违反稳定股价预案的承诺，自违反上述承诺之日起停止从公司领取现金分红或领取薪酬，由公司暂扣并代管，直至按稳定股价方案采取相应措施并实施完毕；本人直接或间接所持公司股份不得转让，直至按稳定股价方案采取相应

措施并实施完毕；不得作为股权激励对象，或调整出已开始实施的股权激励方案的行权名单；

4、本人因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归发行人所有；

5、本人未履行或未及时履行相关承诺导致发行人或投资者损失的，由本人依法赔偿发行人或投资者的损失。”

#### （四）发行人持股 5%以上股东承诺

公司直接持股 5%以上股东宁波恒盛和宁波众点、直接及间接合计持股 5%以上股东孙凤正、王向阳作出如下承诺：

“本企业/本人将严格履行在本次发行并上市过程中所作出的各项公开承诺事项，积极接受社会监督。本企业如存在未履行承诺的情形，同意采取以下约束措施：

1、及时、充分披露未履行或无法履行或无法按期履行的具体原因，并向投资者公开道歉；

2、如违反股份锁定、持股意向及减持意向的承诺进行减持的，自愿将减持所得收益上缴发行人；

3、本企业/本人因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归发行人所有；

4、本企业/本人未履行或未及时履行相关承诺导致发行人或投资者遭受损失的，本企业/本人依法赔偿发行人或投资者的损失。

5、如果本企业/本人未承担前述赔偿责任，则本企业/本人持有的公司股份在本企业/本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让，同时公司有权扣减本企业所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任。”

## 九、重大风险提示

### （一）市场竞争风险

报告期内，公司凭借丰富的客户资源、全球化的互联网媒体资源以及优质的服务能力实现了营业收入及利润水平的增长，获得了市场竞争优势。但随着互联

网广告行业的高速发展以及新的商业模式不断出现，综合型的互联网广告服务商不断增多，行业竞争或将持续加剧。虽然目前公司业务规模较大、业务体系健全，但由于移动互联网行业技术发展更新较快，同时互联网广告行业市场结构复杂，若公司不能持续有效地制定并实施业务发展规划，始终保持服务能力及技术水平的竞争优势，则可能丧失前期积累的客户资源、媒体资源及服务能力优势，使公司在激烈的市场竞争环境中处于不利地位，进而影响公司的盈利能力和长期发展潜力。

## （二）因广告信息违反相关法律法规而遭受损失的风险

公司在业务开展过程中严格执行互联网广告信息审查制度，广告信息在发布之前均根据互联网媒体要求、公司广告审查制度对投放广告的内容、信息来源、表现形式、是否存在禁止性内容等方面进行审查，全部通过后方可投放。尽管公司执行了严格的广告审核流程，报告期内亦未发生因广告内容违规而遭受处罚的情形。但是随着公司业务规模的扩大，仍可能存在因少数客户刻意隐瞒信息等原因导致的广告信息审核失误，致使广告信息违反相关法律法规，公司可能面临因发布虚假广告信息而遭受处罚的风险。

## （三）不当使用互联网信息的风险

公司在进行营销推广时，覆盖了大量移动终端和活跃用户。公司需对终端设备的部分与服务内容相关的数据信息进行记录与分析，不会收集或存储终端用户的个人隐私数据，例如姓名、身份证号码、家庭住址等信息。公司会对用户信息进行匿名化和去标识化处理，使其无法重新识别个人信息主体。虽然公司一贯重视信息数据的保护并建立了完善的信息保密制度和操作流程，但在业务开展过程中，一旦公司员工或数据合作方、客户基于自身原因造成了信息的不当使用，将会对公司声誉造成不利影响，甚至可能会对公司的业务开展造成不利影响，进而影响公司的经营业绩。

## （四）数据资源获取受限和存储安全风险

公司在进行营销推广时，为有效规划及优化营销推广服务，公司需要收集和分析相关数据。如果广告主、媒体等合作方禁止或限制公司采集和使用有关数据，

或者公司业务所在国家或地区出台有关数据保护及隐私的法律法规，则公司合规风险可能增加，从而对公司经营业绩造成不利影响。

公司采用了防火墙、数据加密等技术，以保障数据资源存储、使用的安全性、可靠性。但如果公司受到互联网上的恶意软件、病毒的影响，或者受到黑客攻击，将会影响公司信息系统正常运行，或者导致公司信息数据资源泄露、损失，从而可能会损害公司的市场声誉，对公司经营业绩造成不利影响。

### （五）供应商较为集中的风险

公司作为致力于推进我国企业国际化进程的互联网营销服务商，与 Google、Facebook、Twitter、字节跳动、Pinterest 等全球主流互联网媒体或其代理商建立了稳定良好的合作关系。但由于全球互联网市场呈现显著的马太效应，头部媒体用户规模较大、市场份额占比较高，导致报告期内公司用户流量采购集中度较高。报告期内，公司向前五名供应商采购额占当年总采购额比例分别为 49.53%、73.68%和 80.76%。尽管在日常业务开展过程中，公司制定了严格的规范制度，恪守与供应商签署的商务协议的相关要求，同时积极开拓市场，保障较大的业务规模，与头部媒体及其代理商保持了稳定良好的合作关系，但若公司自身经营管理出现瑕疵，或主要供应商变更合作政策，可能导致公司无法持续采购头部媒体用户流量，进而对公司日常经营产生不利影响。

### （六）毛利率下滑风险

2017 年、2018 年和 2019 年，公司综合毛利率分别为 29.67%、22.05%和 18.74%，毛利率呈现下滑趋势。报告期内，由于我国互联网广告服务行业的市场业务竞争加剧，公司业务结构发生变化且拓展的部分新客户毛利率相对较低，导致公司综合毛利率下降，如果公司不能采取有效措施应对，公司经营业绩将受到不利影响。

### （七）应收账款余额较大的风险

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 50,446.48 万元、69,488.41 万元和 95,573.82 万元，占当期营业收入的比重分别为 28.04%、35.12%和 38.33%，应收账款规模较大且增速较快。公司主要客户均为实力强、信誉好的大型优质客户，

近三年来账龄在 1 年以内的应收账款比例平均超过 90%，且公司已按照谨慎性原则对应收账款计提了充足的坏账准备。但如果主要客户因自身经营状况或外部经营环境严重恶化以致影响偿付能力，则公司将面临应收账款部分甚至全部无法收回的风险。

### （八）新冠病毒疫情对公司经营业绩影响的风险

2020 年 1 月以来，国内外先后爆发了新冠病毒疫情。目前国内新冠病毒疫情形势好转，企业生产经营陆续恢复正常，但海外疫情形势较为严峻，且存在进一步大范围扩散的可能。虽然目前公司已恢复现场办公，且公司 1-2 月收入较去年同期有所增长，但如果疫情持续较长时间，可能对公司经营业绩产生不利影响。

# 目 录

本次发行概况 .....	1
重要声明 .....	2
重大事项提示 .....	3
一、关于流通限制及自愿锁定的承诺 .....	3
二、关于持股及减持意向的承诺 .....	5
三、关于被摊薄即期回报填补措施的承诺 .....	9
四、滚存利润分配方案 .....	11
五、本次发行上市后的股利分配政策 .....	11
六、关于稳定股价及股份回购的承诺 .....	13
七、关于招股说明书没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺 .....	17
八、关于未能履行承诺约束措施的承诺 .....	21
九、重大风险提示 .....	23
目 录 .....	27
第一节 释义 .....	32
一、普通术语 .....	32
二、专业术语释义 .....	35
第二节 概览 .....	38
一、公司基本信息 .....	38
二、公司主营业务情况 .....	38
三、公司控股股东和实际控制人 .....	38
四、公司主要财务数据及财务指标 .....	40
五、募集资金的用途 .....	41
第三节 本次发行概况 .....	43
一、本次发行的基本情况 .....	43
二、本次发行的有关当事人 .....	43
三、公司与中介机构的关系 .....	45
四、本次发行有关重要日期 .....	45

<b>第四节 风险因素</b> .....	<b>46</b>
一、行业风险 .....	46
二、经营风险 .....	46
三、财务风险 .....	49
四、募集资金投资项目风险 .....	51
五、发行后净资产收益率下降与即期回报被摊薄的风险 .....	52
<b>第五节 发行人基本情况</b> .....	<b>53</b>
一、公司基本情况 .....	53
二、公司设立情况 .....	53
三、公司重大资产重组情况 .....	55
四、公司股权关系与内部组织结构 .....	56
五、发行人子公司、参股公司简要情况 .....	57
六、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况 .....	75
七、公司股本情况 .....	80
八、委托持股情况 .....	94
九、公司员工情况 .....	96
十、公司、公司的股东、实际控制人、公司的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施 .....	97
<b>第六节 业务和技术</b> .....	<b>101</b>
一、发行人的主营业务及主要服务 .....	101
二、公司所处行业基本情况及市场竞争状况 .....	120
三、公司的市场地位及竞争优势 .....	137
四、公司销售情况和主要客户 .....	142
五、公司采购情况及主要供应商 .....	144
六、主要资产情况 .....	145
七、特许经营权 .....	153
八、研发和核心技术情况 .....	153
九、境外经营情况 .....	162

十、公司发展战略和业务发展目标 .....	163
<b>第七节 同业竞争与关联交易 .....</b>	<b>166</b>
一、公司独立性情况 .....	166
二、同业竞争 .....	167
三、关联交易 .....	168
<b>第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理 .....</b>	<b>180</b>
一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况 .....	180
二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况 .....	185
三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况 .....	185
四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况 .....	186
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况 .....	188
六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系 .....	189
七、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的协议 .....	189
八、董事、监事、高级管理人员的任职资格 .....	189
九、董事、监事、高级管理人员对于股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的了解情况 .....	190
十、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况 .....	190
十一、公司治理制度的执行情况 .....	192
十二、公司内部控制的评估 .....	193
十三、公司报告期内违法违规情况 .....	194
十四、公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资金占用及担保情况 .....	195
十五、公司资金管理、对外投资和担保事项的制度安排及执行情况 .....	195
十六、投资者权益保护的相关措施 .....	198
<b>第九节 财务会计信息与管理层分析 .....</b>	<b>200</b>
一、注册会计师的审计意见及财务报表 .....	200
二、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及具有预示作用的指标 .....	208
三、期后财务信息 .....	210
四、合并财务报表范围 .....	210

五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 .....	211
六、主要会计政策、会计估计变更、前期会计差错更正及影响 .....	240
七、税项 .....	246
八、分部信息 .....	247
九、非经常性损益 .....	248
十、主要财务指标 .....	249
十一、期后事项、承诺及或有事项及其他重要事项 .....	251
十二、财务状况分析 .....	251
十三、盈利能力分析 .....	275
十四、现金流量分析 .....	295
十五、首次公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响及公司采取 措施 .....	297
十六、报告期实际股利分配情况及发行后的股利分配政策 .....	299
十七、本次发行完成前滚存利润的分配安排 .....	300
<b>第十节 募集资金运用 .....</b>	<b>301</b>
一、募集资金投资概况 .....	301
二、募集资金投资项目建设的必要性和可行性 .....	304
三、本次募集资金投资项目的具体情况 .....	306
四、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响 .....	310
<b>第十一节 其他重要事项 .....</b>	<b>311</b>
一、重要合同 .....	311
二、对外担保情况 .....	312
三、重大诉讼、仲裁及其他情况 .....	312
<b>第十二节 有关声明 .....</b>	<b>314</b>
本公司全体董事、监事、高级管理人员声明 .....	314
保荐人（主承销商）声明 .....	315
保荐机构总经理声明 .....	316
保荐机构董事长声明 .....	317
发行人律师声明 .....	318
发行人会计师声明 .....	319

评估机构声明 .....	320
验资机构声明 .....	322
<b>第十三节 附件 .....</b>	<b>324</b>
一、备查文件 .....	324
二、查阅时间 .....	324
三、查阅地点 .....	324

## 第一节 释义

### 一、普通术语

易点天下、股份公司、公司、本公司、发行人	指	易点天下网络科技股份有限公司，曾用名“湖北高曼重工股份有限公司”
孚曼有限	指	武汉孚曼机械有限公司，曾用名“武汉孚曼工贸有限公司”，后于2013年2月整体变更为“湖北高曼重工股份有限公司”
高曼重工	指	湖北高曼重工股份有限公司，发行人之前身
西安点告	指	西安点告网络科技有限公司，发行人子公司
西安广知	指	西安广知网络科技有限公司，发行人子公司
华艺世嘉	指	北京华艺世嘉网络有限公司，发行人子公司
云充点	指	上海云充点网络科技有限公司，发行人子公司
星合之星	指	北京星合之星网络科技有限公司，发行人子公司
点聚创	指	西安点聚创网络科技有限责任公司，发行人子公司
易联趣	指	西安易联趣网络科技有限责任公司，发行人子公司
点光年	指	深圳点光年网络科技有限公司，发行人子公司
香港 Click	指	Click Tech Limited，发行人子公司
美国 Click	指	Easy Click Limited，发行人子公司
德国 Click	指	Click Tech GmbH，发行人子公司
Dream Invest	指	Dream Invest Limited，发行人子公司
Cloud Star	指	Cloud Star Mobi Tech Limited，发行人子公司
Microcloud	指	Microcloud Mobi Tech Limited，发行人子公司
印度 Click	指	Click Tech Digital India Private Limited，发行人子公司
日本 Click	指	Click Tech 株式会社，发行人子公司
NANO	指	ナノ・コミュニケーション株式会社，发行人子公司，现已注销
韩国 Click	指	Click Tech Korea，发行人子公司
Rock Shake	指	Rock Shake Technology (Hong Kong) Limited，发行人子公司
Fantasy Click	指	Fantasy Click Limited，发行人子公司
科思通	指	深圳科思通信息科技有限公司，发行人参股公司，现已转出
APP CM	指	株式会社アップシーエム，发行人参股公司
启骏科技	指	Smart Gain Tech Limited（启骏科技有限公司），发行人参股公司，现已转出
Wolves	指	Wolves Fight Co., Limited，发行人参股公司

Xender	指	Xender Technologies Limited, 发行人参股公司
零一基金	指	01 VC Poseidon Fund I, L.P., 发行人参股公司
Capfront	指	Capfront Technologies Private Limited, 发行人参股公司
Bidease	指	Bidease Group Inc, 发行人参股公司
正佳天下	指	陕西正佳天下网络科技有限公司, 曾为发行人子公司, 现已注销
点搜亿	指	上海点搜亿网络科技有限公司, 曾为发行人子公司, 现已注销
聚梦互动	指	深圳市聚梦互动科技有限公司, 曾为发行人子公司, 现已注销
One Click	指	One Click Tech Limited, 曾为发行人子公司, 现已转出
Lotus. F	指	Lotus. F 株式会社, 曾为发行人参股公司, 现已转出
创奖慧	指	上海创奖慧信息科技有限公司, 曾为发行人参股公司, 现已转出
安奇智联	指	北京安奇智联科技有限公司, 曾为发行人参股公司, 现为公司参股公司 Xender 的二级子公司
FINNOV	指	Finnov Private Limited, 曾为发行人参股公司, 现已转出
NDP	指	NDP Media Corp, 系邹小武及其团队在塞舌尔共和国设立的公司, 现已注销
宁波众点/金达投资	指	宁波众点股权投资合伙企业(有限合伙)(曾用名为新干县金达投资管理中心(有限合伙)), 系公司股东
宁波恒盛/博利投资	指	宁波恒盛博利股权投资合伙企业(有限合伙)(曾用名为新干县博利投资管理中心(有限合伙)), 系公司股东
金星创投	指	天津金星创业投资有限公司(曾用名为天津金星投资有限公司), 系公司股东
江诣创投	指	山东江诣创业投资有限公司, 系公司股东
通宸投资	指	北京渤海通宸股权投资基金管理合伙企业(有限合伙)(曾用名为北京渤海通新股权投资基金管理合伙企业(有限合伙)), 系公司股东
华文创投	指	南京华文弘盛文化产业创业投资基金合伙企业(有限合伙), 系公司股东
富易投资	指	共青城富易投资管理合伙企业(有限合伙), 系公司股东
杭州基石	指	杭州先锋基石股权投资合伙企业(有限合伙), 系公司股东
博创投资	指	深圳前海博创股权投资基金合伙企业(有限合伙), 系公司股东
金润悦	指	霍尔果斯金润悦网络科技合伙企业(有限合伙), 系公司股东
晨溪投资	指	上海晨溪投资中心(有限合伙), 系公司股东
国信投资	指	深圳市国信众创股权投资基金(有限合伙), 系公司股东
前海投资	指	前海股权投资基金(有限合伙), 系公司股东
金石灏纳	指	青岛金石灏纳投资有限公司, 系公司股东
济宁基石	指	济宁先锋基石股权投资企业(有限合伙), 系公司股东
驰骥投资	指	厦门驰骥投资合伙企业(有限合伙), 系公司股东

科讯创投	指	安徽科讯创业投资基金合伙企业（有限合伙），系公司股东
陕文投公司	指	陕西文化产业投资管理有限公司，系公司股东
谷仓创投	指	深圳谷仓创业投资合伙企业（有限合伙），系公司股东
弘湾资本	指	弘湾资本管理有限公司，系公司股东
汇智投资	指	北京汇智时创投资管理有限公司，系公司股东
长锋投资	指	新余市长锋投资合伙企业（有限合伙），系公司股东
中金国联	指	宁波中金国联元泰股权投资合伙企业（有限合伙），系公司股东
陕文投基金	指	陕西文化产业投资基金（有限合伙），系公司股东
华工投资	指	武汉华工科技投资管理有限公司，系公司股东
银杉科创	指	北京银杉科创投资管理中心（有限合伙）-银杉科创战略新兴产业基金，系公司股东
东正投资	指	新干县东正投资管理中心（有限合伙），系公司股东
无锡泓石	指	无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙），系公司股东
融易创投	指	东莞市融易中以创业投资合伙企业（有限合伙），系公司股东
臻泰创投	指	珠海臻泰大靖创新投资企业（有限合伙），系公司股东
谷仓健行	指	深圳谷仓健行投资合伙企业（有限合伙），系公司股东
万点投资	指	杭州万点之汇股权投资合伙企业（有限合伙），系公司股东
力合创投	指	深圳力合新一代信息技术创业投资合伙企业（有限合伙），系公司股东
台州泓石	指	台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙），系公司股东
裕正农业	指	陕西裕正农业科技有限公司，系公司股东
坚果兄弟	指	厦门坚果兄弟创业投资合伙企业（有限合伙），系公司股东
珠海瑞信	指	珠海市瑞信兆丰股权投资基金（有限合伙），系公司股东
朗玛一号	指	朗玛一号（深圳）创业投资中心（有限合伙），系公司股东
石洋投资	指	陕西石洋投资管理有限公司，系公司股东
千鑫投资	指	厦门千鑫股权投资管理合伙企业（有限合伙），系公司股东
维斯塔科	指	厦门维斯塔科投资咨询合伙企业（有限合伙），系公司股东
朗玛四号	指	朗玛四号（深圳）创业投资中心（有限合伙），系公司股东
佛山瑞信	指	佛山市瑞信兆丰贰期投资中心（有限合伙），系公司股东
高端装备基金	指	陕西高端装备制造产业投资基金合伙企业（有限合伙），系公司股东
金浦文创	指	上海金浦文创股权投资基金合伙企业（有限合伙），系公司股东
鑫源投资	指	西安鑫源产业投资中心合伙企业（有限合伙），系公司股东
华商广告	指	西安华商广告有限责任公司，系公司股东
华睿投资	指	厦门华睿投资管理有限公司，系公司股东

正旗投资	指	新干县正旗投资管理中心（普通合伙企业），曾为公司股东，已注销
国海坚果	指	厦门国海坚果创业投资合伙企业（有限合伙），曾为公司股东
协和投资	指	深圳协和聚翔股权投资管理企业（有限合伙），曾为公司股东
金山安全	指	北京金山安全软件有限公司，曾为公司股东
吉宏股份	指	厦门吉宏科技股份有限公司（曾用名为厦门吉宏包装科技股份有限公司），曾为公司股东
股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
三类股东	指	资产管理计划、信托计划、契约型私募基金
国务院	指	中华人民共和国国务院
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
科技部	指	中华人民共和国科学技术部
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
中信证券、保荐人、保荐机构、主承销商	指	中信证券股份有限公司
发行人律师	指	浙江天册律师事务所
发行人会计师	指	毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）
Bytedance、字节跳动	指	字节跳动有限公司及其子公司，产品包括今日头条、抖音（TikTok）、西瓜视频等
蓝色光标	指	北京蓝色光标数据科技股份有限公司
每日互动	指	浙江每日互动网络科技股份有限公司
汇量科技	指	汇量科技有限公司
eMarketer	指	国际市场研究机构，专注于市场营销、互联网等领域
本次发行	指	公司本次向社会公开发行不超过 75,501,745 股 A 股的行为
报告期、最近三年	指	2017 年度、2018 年度及 2019 年度
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
元/万元/亿元	指	人民币元/万元/亿元

## 二、专业术语释义

效果广告	指	广告主根据可衡量的广告效果进行付费的一种广告类别
品牌广告	指	以树立产品品牌形象，提高品牌的市场占有率为直接目的，突出传播品牌在消费者心目中地位的一种广告类别
头部媒体	指	在全球互联网市场中拥有庞大用户群体的头部互联网媒体，例如 Google、Facebook、Twitter、字节跳动、Pinterest 等
中长尾媒体	指	在全球互联网市场中除头部媒体以外的其他互联网媒体

大数据	指	一种规模大到在获取、存储、管理、分析方面大大超出了传统数据库软件工具能力范围的数据集合，具有海量的数据规模、快速的数据流转、多样的数据类型和价值密度低四大特征
机器学习	指	一门多领域交叉学科，涉及概率论、统计学、逼近论、凸分析、算法复杂度理论等多门学科。专门研究计算机怎样模拟或实现人类的学习行为，以获取新的知识或技能，重新组织已有的知识结构使之不断改善自身的性能
人工智能	指	是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学
APP	指	Application，基于 iOS 系统或者安卓系统的移动应用程序
CPA	指	Cost Per Action，每有效转化的成本，效果广告常用的计费模式，具体效果可以进一步细分为销售额（CPS，Cost Per Sales）、下载（CPD，Cost Per Download）、安装（CPI，Cost Per Install）、注册、购买、留存等
CPM	指	Cost Per Mille，每千人成本。一种展示付费广告，只要展示了广告主的广告内容，广告主就为此付费
CPC	指	Cost Per Click，每点击成本。一种点击付费广告，根据广告被点击的次数收费
API	指	Application Programming Interface，应用程序接口，指软件系统不同组成部分衔接的约定，实现提供应用程序与开发人员便捷地访问其他程序的能力
SDK	指	Software Development Kit，软件开发工具包，用于为特定的软件包、软件框架、硬件平台、操作系统等创建应用软件的开发工具的集合
Anycast	指	IPv6 中定义的一种新型通信服务，是 IPv6 中通信方式之一
智能DNS路由	指	根据用户的来路，自动智能化判断来路 IP 返回给用户，而不需要用户进行选择
目标受众	指	又称目标顾客、目标群体和目标客群是一个营销活动所作为目标的人口群体
千人千面	指	营销行业概念，对于不同广告受众推送不同广告形式及广告内容，实现具有针对性的精准营销
分布式的系统架构	指	服务器端系统技术，使用多台服务器来协同完成计算任务
营销归因	指	评估多个营销渠道对最终转化目标的影响及其对应的贡献价值，是互联网广告预算分配、决策优化等环节的先决条件
全链路事件	指	广告营销全流程，包括从用户观看广告、点击广告到下载、注册等各营销环节
eCPM	指	Effective Cost per Mille，每一千次展示可以获得的广告收入，衡量广告效果的参数指标之一
CTR、点击率	指	Click Through Rate，点击到达率，通常计算方式为广告点击次数除以该广告的展现量
CVR、转化率		Conversion Rate，衡量 CPA 广告效果的指标，即实现最终有效商业转化的用户占比
定向广告	指	根据访问者不同来决定广告展示内容，即广告显示根据访问者来决定的
竞价广告	指	广告主与广告系统约定单位流量的成本，每次展示通过竞价机制撮合交易，完成广告投放

程序化交易广告/程序化广告	指	广告主将自己的广告需求通过需求方平台发送至广告交易平台，互联网媒体将其承载的用户流量资源通过供给方平台发送至广告交易市场，双方通过系统平台完成自动对接，实现了互联网广告的智能投放
RTB	指	Real Time Bidding，实时竞价，即基于每次广告展示实时竞价交易的模式
需求方平台、DSP	指	Demand Side Platform，帮助广告主或广告服务商对接供给端平台或广告交易市场，并参与程序化广告交易
供应方平台、SSP	指	Supply Side Platform，服务于媒体端，通过对接广告交易市场或需求端平台，帮助媒体实现互联网广告商业化变现
广告交易平台、Ad Exchange	指	Ad, Exchange，第三方交易平台，实现实时竞价，流量需求与流量供给的合理匹配
实时竞价模式	指	广告主在互联网媒体产生广告需求时，根据用户特征采用竞价方式购买用户流量资源的模式。根据面向广告主的范围，实时竞价模式可以进一步分为在公开市场交易的公开竞价模式，以及仅面向部分具有一定规模广告主的私有竞价模式
边缘计算	指	在靠近物或数据源头的一侧，采用网络、计算、存储、应用核心能力为一体的开放平台，就近提供最近端服务
LBS广告	指	Location Based Services 广告，基于受众位置提供本地化的营销推广服务
A/B Test 广告模型	指	即 A/B 测试，一种分离式组间实验，在同一时间维度，分别让组成成分相同（相似）的访客群组（目标人群）随机的访问这些版本，收集各群组的用户体验数据和业务数据，最后分析评估出最好版本，正式采用
DAU	指	Daily Active User，日活跃用户数量。常用于反映网站、互联网应用或网络游戏的运营情况
Feed流	指	将用户主动订阅的若干消息源组合在一起形成内容聚合器，帮助用户持续地获取最新的订阅源内容，Feed 流即持续更新并呈现给用户内容的信息流
ROI	指	指通过投资而应返回的价值，在互联网广告行业，即广告主客户通过投放互联网广告而产生的直接收入
每秒查询率、QPS	指	Queries-per-second，特定的查询服务器在规定时间内所处理流量多少的衡量标准
AE技术	指	制作动态影像设计相关的专业技术

特别说明：本招股说明书中部分合计数与各分项数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

## 第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。投资者在作出决策前，应认真阅读招股说明书全文。

### 一、公司基本信息

中文名称	易点天下网络科技股份有限公司
成立日期	2005年4月6日
股份公司设立日期	2013年2月6日
公司住所	西安市高新区天谷八路156号软件新城研发基地二期A3-1西101室
邮政编码	710077
法定代表人	邹小武
注册资本	396,384,160元人民币
互联网网址	<a href="http://www.yeahmobi.com/">http://www.yeahmobi.com/</a>
电子信箱	ir@yeahmobi.com
主营业务	全球营销推广服务

### 二、公司主营业务情况

公司作为企业国际化智能营销服务商，致力于为客户提供全球营销推广服务，帮助其高效地获取用户、提升品牌知名度、实现商业化变现。目前，公司的主营业务包括效果广告服务、品牌广告服务以及头部媒体账户管理服务。

### 三、公司控股股东和实际控制人

#### （一）控股股东和实际控制人

邹小武为公司的控股股东和实际控制人。

截至本招股说明书签署日，邹小武直接持有股份公司 119,627,005 股股份，占本次发行前总股本的 30.18%；同时，邹小武通过宁波众点间接持有公司 0.84% 权益。邹小武直接和间接合计持有公司 31.02% 权益。

邹小武：男，1987年6月出生，身份证号码 362424198706\*\*\*\*，中国国籍，无境外永久居留权。硕士研究生学历。2009年9月至2012年11月，担任

创想网络传媒公司首席执行官；2012年12月至2015年11月，担任NDP首席执行官；2015年12月至今，担任易点天下董事长、总经理。

## （二）实际控制人过往的一致行动关系

2015年12月29日，邹小武、金林、王向阳、孙凤正、郝超、王一舟、邹园斌、兰向辉、陈文凯签署了《一致行动协议》，在邹小武和其他各方共同持有公司所有已发行股份期间，邹小武和其他各方在行使公司的股东大会的各项议案的表决权时，其他各方一直保持与邹小武的一致；对于邹小武通过股东大会或其他形式依法提议或作出的各项决策，其他各方均予以支持。其他各方完全认可邹小武的经营管理能力并充分信任邹小武会维护公司及其股东的合法利益，支持邹小武为公司的董事、法定代表人。

2017年11月14日，邹小武、金林、王向阳、孙凤正、郝超、王一舟、邹园斌、兰向辉、陈文凯签署了《一致行动协议之补充协议》，确认郝超、金林因个人原因退出《一致行动协议》约定的一致行动关系，邹小武、王向阳、孙凤正、王一舟、邹园斌、兰向辉、陈文凯均认可继续作为前述一致行动关系的一致行动人，在发行人相关事项中保持一致行动，关于一致行动的决策方式与《一致行动协议》一致。

2018年4月8日，邹小武、王向阳、孙凤正、王一舟、邹园斌、兰向辉、陈文凯签署了《一致行动协议之补充协议2》，确认上述股东因个人原因解除一致行动关系。

根据公司实际控制人邹小武与相关主体签署的《一致行动协议》及其各补充协议，在一致行动关系存续期间，就各一致行动人形成决议的机制，其他各方均约定与邹小武保持一致，对于邹小武通过股东大会或其他形式依法提议或作出的各项决策，其他各方均予以支持。因此，公司报告期内实际控制人均为邹小武，未发生变更。

## 四、公司主要财务数据及财务指标

### （一）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动资产	192,648.14	159,311.87	154,502.57
非流动资产	11,709.09	7,932.20	6,164.97
资产总计	204,357.23	167,244.08	160,667.53
流动负债	80,246.16	54,121.88	59,867.60
非流动负债	644.43	468.91	1,086.19
负债总计	80,890.60	54,590.79	60,953.79
所有者权益总计	123,466.63	112,653.29	99,713.75
归属于母公司股东所有者权益	123,466.63	112,653.29	99,296.20

### （二）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	249,312.26	197,862.39	179,924.90
营业利润	28,538.23	23,244.40	34,082.41
利润总额	28,538.81	23,242.08	34,081.75
净利润	24,074.47	19,132.12	26,489.55
归属于母公司股东净利润	24,074.47	19,258.56	26,049.67
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	20,716.26	17,890.98	25,777.88

### （三）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	24,152.95	-3,479.31	37,557.42
投资活动产生的现金流量净额	11,403.60	7,338.20	-24,288.24
筹资活动产生的现金流量净额	-14,452.30	-9,002.11	-44,005.34
汇率变动对现金的影响额	718.62	1,299.22	-2,095.46
现金及现金等价物净增加/（减少）额	21,822.87	-3,843.99	-32,831.62

#### （四）主要财务指标

主要财务指标	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动比率（倍）	2.40	2.94	2.58
速动比率（倍）	2.40	2.94	2.58
母公司资产负债率	2.44%	0.24%	1.96%
合并资产负债率	39.58%	32.64%	37.94%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.23%	0.24%	0.19%
归属于母公司股东的每股净资产（元）	3.11	2.84	2.51
主要财务指标	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货周转率（次）	不适用	不适用	不适用
应收账款周转率（次）	3.02	3.30	3.19
息税折旧摊销前利润（万元）	29,051.91	23,667.04	35,153.26
归属于母公司股东的净利润（万元）	24,074.47	19,258.56	26,049.67
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	20,716.26	17,890.98	25,777.88
利息保障倍数（倍）	1,361.93	580.67	39.05
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.61	-0.09	0.95
每股净现金流量（元）	0.55	-0.10	-0.83

注：上述财务指标的具体计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债；
- 2、速动比率=速动资产/流动负债；
- 3、资产负债率=总负债/总资产；
- 4、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额；
- 5、存货周转率=营业成本/存货平均净值；
- 6、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+长期待摊费用摊销+无形资产摊销；
- 7、利息保障倍数=（税前利润+利息支出）/利息支出；
- 8、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额；
- 9、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加/（减少）额/期末股本总额；
- 10、归属于公司普通股股东的每股净资产=期末净资产/期末股本总额；

#### 五、募集资金的用途

公司本次向社会公众公开发行股票不超过 75,501,745 股新股，实际募集资金扣除发行费用后的净额全部用于投资与主营业务相关的项目及补充主营业务发展所需的流动资金。经公司第三届董事会第七次会议、2020 年第二次临时股东大会审议批准，本次募集资金拟用于以下项目：

序号	项目名称	总投资额 (万元)	募集资金投入 金额(万元)	审批文号
1	程序化广告平台升级 项目	89,207.80	89,207.80	2019-610161-72-03-062312
2	研发中心建设项目	15,000.00	15,000.00	2019-610161-72-03-063250
3	补充流动资金	20,000.00	20,000.00	-
合计		<b>124,207.80</b>	<b>124,207.80</b>	-

注：上述募集资金运用计划仅是对拟投资项目募集资金使用的整体安排，其实际投入时间将按募集资金的实际到位时间和项目进展情况作适当调整。

上述项目预计投资总额为人民币 124,207.80 万元，募集资金投入总额为人民币 124,207.80 万元，资金缺口由公司自筹解决。如未发生重大的不可预测的市场变化，本次公开发行股票所募集资金将按照以上项目进行投资。

本次发行募集资金到位前，公司可根据各项目的实际进度，以自有资金或银行借款等支付项目所需款项；本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关制度要求使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自有资金、银行借款以及支付项目剩余款项。

公司已制定了《募集资金管理制度（草案）》，实行募集资金专项存储制度，公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。

## 第三节 本次发行概况

### 一、本次发行的基本情况

股票种类：	人民币普通股（A股）
每股面值：	人民币 1.00 元
发行股数：	预计不超过 75,501,745 股。本次新股发行的最终数量将按照中国证监会在本公司发行上市时的最新政策，由公司与主承销商协商确定
发行股数占发行后总股本比例：	不低于 10.00%
每股发行价格：	【】元/股
发行后每股收益：	【】元（按公司【】年经审计净利润除以发行后总股本计算）
发行市盈率：	【】倍（按询价确定的每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行市净率：	【】倍（按询价确定的每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行前每股净资产：	3.11 元（按 2019 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司所有者权益除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产：	【】元（按本次发行后归属于母公司股东的所有者权益除以发行后总股本计算）
发行方式：	采用网下向配售对象询价发行与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或采用中国证监会认可的其他方式
发行对象：	符合资格的网下投资者和在深圳证券交易所开户并开通创业板市场交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规、中国证监会及深圳证券交易所规范性文件规定的禁止购买者除外）
承销方式：	余额包销
募集资金总额：	募集资金总额根据询价后确定的价格乘以发行股数确定
募集资金净额：	募集资金净额由募集资金总额扣除发行费用后确定
发行费用概算：	
保荐承销费用：	【】万元
审计及验资费用：	【】万元
律师费用：	【】万元
评估费用：	【】万元
发行手续费用：	【】万元
股份托管登记费用：	【】万元
信息披露及其他费用：	【】万元

### 二、本次发行的有关当事人

1	发行人：	易点天下网络科技股份有限公司
	法定代表人：	邹小武

	住所:	西安市高新区天谷八路156号软件新城研发基地二期A3-1西101室
	联系人:	王萍
	联系电话:	029-85221569
	传真号码:	029-88248317
<b>2</b>	<b>保荐人/主承销商:</b>	<b>中信证券股份有限公司</b>
	法定代表人:	张佑君
	住所:	广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座
	联系地址:	北京市朝阳区亮马桥路48号中信证券大厦21层
	联系电话:	010-60833268
	传真号码:	010-60836960
	保荐代表人:	李亦中、杨腾
	项目协办人:	单新生
	项目经办人:	李占杰、刘岩、焦大伟、汤颖达
<b>3</b>	<b>发行人律师:</b>	<b>浙江天册律师事务所</b>
	负责人:	章靖忠
	住所:	杭州市杭大路1号黄龙世纪广场A-11
	联系电话:	0571-87901110
	传真号码:	0571-87902008
	经办律师:	孔瑾、裘晓磊
<b>4</b>	<b>会计师事务所:</b>	<b>毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）</b>
	负责人:	邹俊
	住所:	北京市东城区东长安街1号东方广场东2座办公楼8层
	联系电话:	010-85085000
	传真号码:	010-85085111
	经办注册会计师:	卢鸪鹏、徐晓明
<b>5</b>	<b>资产评估机构:</b>	<b>上海申威资产评估有限公司</b>
	法定代表人:	马丽华
	住所:	上海市虹口区东体育会路860号2号楼202室
	联系电话:	021-31273006
	传真号码:	-
	经办注册资产评估师:	居莺、倪红元
<b>6</b>	<b>验资机构:</b>	<b>中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所（转制前名称为：中兴财光华会计师事务所有限公司上海分所）</b>
	负责人:	姚庚春

	住所:	上海市崇明区北沿公路 2111 号 3 幢 102-43 室（上海崇明森林旅游园区）
	联系电话:	021-52124607
	传真号码:	-
	经办注册资产评估师:	金建海、揭慧芳
7	股票登记机构:	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
8	保荐人（主承销商）收款银行:	中信银行北京瑞城中心支行
9	拟上市交易所	深圳证券交易所

### 三、公司与中介机构的关系

公司与本次发行的保荐人（主承销商）中信证券存在股权关系。截至本招股书签署日，金石灏纳持有公司 1.01% 的股份，金石灏纳系中信证券全资子公司金石投资有限公司设立的证券公司直投资基金。

发行人律师浙江天册律师事务所的律师盛敏系发行人股东邹园斌的配偶，盛敏不属于浙江天册律师事务所负责人、高级管理人员及项目经办人员。

除上述情形外，公司与本次发行的其他中介机构之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系，各中介机构负责人、高级管理人员及经办人员未持有公司股份，与公司也不存在其他权益关系。

### 四、本次发行有关重要日期

发行安排	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日至【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日至【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

## 第四节 风险因素

投资者在评价本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真考虑下述各项风险因素。下述各项风险因素根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，但并不表明风险依排列次序发生。本公司建议投资者阅读本节全文。

### 一、行业风险

#### （一）市场竞争风险

报告期内，公司凭借丰富的客户资源、全球化的互联网媒体资源以及优质的服务能力实现了营业收入及利润水平的增长，获得了市场竞争优势。但随着互联网广告行业的高速发展以及新的商业模式不断出现，综合型的互联网广告服务商不断增多，行业竞争或将持续加剧。虽然目前公司业务规模较大、业务体系健全，但由于移动互联网行业技术发展更新较快，同时互联网广告行业市场结构复杂，若公司不能持续有效地制定并实施业务发展规划，始终保持服务能力及技术水平的竞争优势，则可能丧失前期积累的客户资源、媒体资源及服务能力优势，使公司在激烈的市场竞争环境中处于不利地位，进而影响公司的盈利能力和长期发展潜力。

#### （二）海外国家市场环境和政策变动风险

公司核心业务包括效果广告服务、品牌广告服务以及头部媒体账户管理服务。公司在各个国家和地区开展业务的过程中严格遵循当地相关法律、法规、相关政策及市场规则。但由于各个国家和地区的市场环境及政策存在变动的可能性，如果公司不能及时根据当地市场环境和政策变动调整自身的产品及业务，可能对公司的业务开展产生不利影响。

### 二、经营风险

#### （一）因广告信息违反相关法律法规而遭受损失的风险

公司在业务开展过程中严格执行互联网广告信息审查制度，广告信息在发布

之前均根据互联网媒体要求、公司广告审查制度对投放广告的内容、信息来源、表现形式、是否存在禁止性内容等方面进行审查，全部通过后方可投放。尽管公司执行了严格的广告审核流程，报告期内亦未发生因广告内容违规而遭受处罚的情形。但是随着公司业务规模的扩大，仍可能存在因少数客户刻意隐瞒信息等原因导致的广告信息审核失误，致使广告信息违反相关法律法规，公司可能面临因发布虚假广告信息而遭受处罚的风险。

## （二）不当使用互联网信息的风险

公司在进行营销推广时，覆盖了大量移动终端和活跃用户。公司需对终端设备的部分与服务内容相关的数据信息进行记录与分析，不会收集或存储终端用户的个人隐私数据，例如姓名、身份证号码、家庭住址等信息。公司会对用户信息进行匿名化和去标识化处理，使其无法重新识别个人信息主体。虽然公司一贯重视信息数据的保护并建立了完善的信息保密制度和操作流程，但在业务开展过程中，一旦公司员工或数据合作方、客户基于自身原因造成了信息的不当使用，将会对公司声誉造成不利影响，甚至可能会对公司的业务开展造成不利影响，进而影响公司的经营业绩。

## （三）数据资源获取受限和存储安全风险

公司在进行营销推广时，为有效规划及优化营销推广服务，公司需要收集和分析相关数据。如果广告主、媒体等合作方禁止或限制公司采集和使用有关数据，或者公司业务所在国家或地区出台有关数据保护及隐私的法律法规，则公司合规风险可能增加，从而对公司经营业绩造成不利影响。

公司采用了防火墙、数据加密等技术，以保障数据资源存储、使用的安全性、可靠性。但如果公司受到互联网上的恶意软件、病毒的影响，或者受到黑客攻击，将会影响公司信息系统正常运行，或者导致公司信息数据资源泄露、损失，从而可能会损害公司的市场声誉，对公司经营业绩造成不利影响。

## （四）供应商较为集中的风险

公司作为致力于推进我国企业国际化进程的互联网营销服务商，与 Google、Facebook、Twitter、字节跳动、Pinterest 等全球主流互联网媒体或其代理商建立

了稳定良好的合作关系。但由于全球互联网市场呈现显著的马太效应，头部媒体用户规模较大、市场份额占比较高，导致报告期内公司用户流量采购集中度较高。报告期内，公司向前五名供应商采购额占当年总采购额比例分别为 49.53%、73.68%和 80.76%。尽管在日常业务开展过程中，公司制定了严格的规范制度，恪守与供应商签署的商务协议的相关要求，同时积极开拓市场，保障较大的业务规模，与头部媒体及其代理商保持了稳定良好的合作关系，但若公司自身经营管理出现瑕疵，或主要供应商变更合作政策，可能导致公司无法持续采购头部媒体用户流量，进而对公司日常经营产生不利影响。

### （五）知识产权保护风险

互联网广告行业属于技术密集型行业，业务经营中所涉及的互联网及其他领域的软件著作权等知识产权数量较多、范围较广。公司所拥有的知识产权是公司核心竞争力的重要体现。公司一贯遵守知识产权相关的法律法规，积极申请各类必须的知识产权、设置了完善的代码隔离、权限控制等流程，与员工及合作伙伴签订了保密协议或在合作协议中确定了明确的知识产权保护条款，以保障公司的知识产权得到全面的法律保护。但若公司自身知识产权受到不法侵害而无法及时有效解决的极端情况下，可能会影响公司的市场声誉，并对公司经营产生不利影响。

### （六）技术风险

互联网广告行业系技术密集型产业，公司依托大数据、人工智能、云计算等互联网广告技术开展智能化的营销服务业务，涉及较多的软件著作权等知识产权。尽管公司已经在互联网营销领域具备一定的技术实力，自主研发了一系列智能化业务系统，同时仍持续加大技术研发方面的资金投入、不断引进优秀技术人才，但如果未来公司的研发方向不符合行业发展趋势，或者研发速度落后于其他竞争者，或者互联网广告行业发生根本性的技术变革，则公司将无法继续保持现有的技术竞争优势，进而将对公司的服务能力及经营业绩产生不利影响。

### （七）公司规模扩大带来的管理风险

随着业务的稳步发展，公司规模不断扩大。本次发行后，公司的资产规模将

持续增长，且随着募集资金投资项目的逐步实施，公司的人员、采购规模、销售规模将逐渐扩大，客户和服务领域将更加广泛，技术创新要求将进一步加快。如果公司的资源配置和管理体系无法及时进行调整或相关调整不能完全满足公司规模扩张后的相关要求，将导致公司现有的管理架构和流程无法完全适应规模扩张带来的变化，对公司的经营业绩产生不利影响。

### （八）房屋租赁风险

公司为轻资产的互联网企业，固定资产较少，主要固定资产为办公设备。报告期内，公司的经营场所均通过租赁方式取得。截至本招股说明书签署日，公司部分办公场所租赁房屋未取得产权证书。公司承租的该等房产可能因产权手续不完善而存在租赁合同被认定无效、租赁房屋及所在土地因地方城市规划等原因被政府征用、拆迁等潜在风险。同时，若公司的房屋租赁合同到期无法续租，公司面临因搬迁、装修带来的潜在风险，并可能对公司的业务经营造成一定影响。

### （九）核心技术人员和技术人才流失的风险

公司自成立以来一直重视技术开拓、产品研发以及研发团队的建设，通过不断实践和积累，公司已经研发并储备了多项核心技术和自主知识产权，培养、积累了一批高素质研发人员。当前公司多项产品和技术处于研发阶段，核心人员稳定对公司的发展尤为重要，如果未来在人才的市场竞争中公司出现核心技术人员和技术人才大量流失的情况，将对公司经营产生不利影响。

### （十）新冠病毒疫情对公司经营业绩影响的风险

2020年1月以来，国内外先后爆发了新冠病毒疫情。目前国内新冠病毒疫情形势好转，企业生产经营陆续恢复正常，但海外疫情形势较为严峻，且存在进一步大范围扩散的可能。虽然目前公司已恢复现场办公，且公司1-2月收入较去年同期有所增长，但如果疫情持续较长时间，可能对公司经营业绩产生不利影响。

## 三、财务风险

### （一）毛利率下滑风险

2017年、2018年和2019年，公司综合毛利率分别为29.67%、22.05%和

18.74%，毛利率呈现下滑趋势。报告期内，由于我国互联网广告行业的市场业务竞争加剧，公司业务结构发生变化且拓展的部分新客户毛利率相对较低，导致公司综合毛利率下降，如果公司不能采取有效措施应对，公司经营业绩将受到不利影响。

## （二）应收账款余额较大的风险

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 50,446.48 万元、69,488.41 万元和 95,573.82 万元，占当期营业收入的比重分别为 28.04%、35.12%和 38.33%，应收账款规模较大且增速较快。公司主要客户均为实力强、信誉好的大型优质客户，近三年来账龄在 1 年以内的应收账款比例平均超过 90%，且公司已按照谨慎性原则对应收账款计提了充足的坏账准备。但如果主要客户因自身经营状况或外部经营环境严重恶化以致影响偿付能力，则公司将面临应收账款部分甚至全部无法收回的风险。

## （三）税收优惠政策变动风险

公司 2018 年和 2019 年符合《财政部国家税务总局海关总署关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58 号）对西部地区鼓励类产业企业所得税优惠的相关规定，按 15%的优惠税率计缴企业所得税。

西安点告于 2017 年 12 月被认定为高新技术企业，获得陕西省科学技术厅、陕西省财政厅、陕西省国家税务局和陕西省地方税务局颁发《高新技术企业证书》，有效期三年，2017 年至 2019 年企业所得税率减按 15%税率征收。

西安广知符合《财政部国家税务总局海关总署关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58 号）对西部地区鼓励类产业企业所得税优惠的相关规定，2017 年至 2019 年按 15%的优惠税率计缴企业所得税。

根据《财政部国家税务总局关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》财税〔2016〕36 号附件 4 第一条第（三）款，向境外单位提供的完全在境外消费的研发服务适用增值税零税率。西安点告向境外公司提供信息技术外包服务适用增值税零税率。

根据 2018 年 6 月 15 日国家税务总局印发的《国家税务总局关于修改部分税

收规范性文件的公告》（国家税务总局公告 2018 年第 31 号），明确境内单位向境外单位提供技术咨询服务、信息技术服务的跨境服务，免征增值税。公司、西安广知及星合之星获得相关政府部门的审核批准，并于 2017 年度、2018 年度及 2019 年度适用上述跨境免征增值税的优惠政策。

如果国家调整上述税收优惠政策或其他原因导致公司未来不能持续享受上述税收优惠，都将对公司的经营业绩产生一定的影响。

#### （四）公司经营业绩季节性波动风险

受主要客户年度营销投入计划及网络流量波动的影响，互联网广告行业呈现一定的季节性波动特征。由于全球市场受到下半年感恩节、圣诞节、新年等节假日带动下半年消费需求上升，客户对出海营销服务的需求增加，公司下半年营业收入占全年营业收入的比例较高。2017 年至 2019 年，公司下半年营业收入占比为六成左右，因此公司的经营业绩存在季节性波动风险。

#### （五）外汇相关风险

在互联网大数据营销出海领域，Facebook、Google 等头部媒体掌握了全球互联网营销大部分媒体资源，这些供应商采用美元结算。出于结算方便及保持结算一致的考虑，出海大数据营销企业与客户一般采用美元进行结算。因此，人民币对美元的汇率变动将对公司的经营业绩产生一定影响。

### 四、募集资金投资项目风险

本次募集资金投资项目围绕公司现有的主营业务进行，是公司依据未来发展规划作出的战略性安排，以进一步增强公司的核心竞争力和持续盈利能力。在确定募集资金投资项目时，公司已综合审慎地考虑了自身技术实力、市场发展状况、客户实际需求，并对产业政策、投资环境、项目进度等因素进行了充分的调研和分析。但是，本次募集资金投资项目的建设计划、实施过程和实施效果仍可能因技术研发障碍、投资成本变化、市场环境突变、项目管理不善等因素而增加不确定性，从而影响公司的经营业绩。

此外，募集资金投资项目建设和运营初期，固定资产折旧、人工等成本及费用上升，将会给公司经营业绩带来一定影响。

## 五、发行后净资产收益率下降与即期回报被摊薄的风险

本次发行完成后，随着募集资金到位，公司资金实力将显著增强，同时公司总股本和净资产将有较大幅度的增长。本次募集资金到位后，公司将合理有效的利用募集资金，提升运营能力，降低财务费用，从而提高公司长期盈利能力。但由于募集资金投资项目的实施需要一定的周期，相关效益的实现也需要一定的过程，因此短期内公司的每股收益和净资产收益率等指标存在被摊薄的风险。

## 第五节 发行人基本情况

### 一、公司基本情况

中文名称	易点天下网络科技股份有限公司
英文名称	Easy Click Worldwide Network Technology Co., Ltd.
注册资本	396,384,160 元人民币
法定代表人	邹小武
成立日期	2005 年 4 月 6 日
股份公司设立日期	2013 年 2 月 6 日
公司住所	西安市高新区天谷八路 156 号软件新城研发基地二期 A3-1 西 101 室
邮政编码	710077
联系电话	029-85221569
传真号码	029-88248317
互联网网址	<a href="http://www.yeahmobi.com/">http://www.yeahmobi.com/</a>
电子信箱	ir@yeahmobi.com
信息披露部门	证券部
信息披露负责人	王萍
信息披露负责人电话	029-85221569

### 二、公司设立情况

#### （一）有限公司设立情况

公司前身为成立于 2005 年 4 月的武汉孚曼工贸有限公司。

2005 年 4 月，夏曙光、陈蓉共同出资设立武汉孚曼工贸有限公司，注册资本人民币 200 万元，其中自然人夏曙光实物出资 78 万元、货币出资 118 万元，自然人陈蓉货币出资 4 万元。

2005 年 4 月 4 日，湖北正丰财务咨询评估有限公司对上述实物出资进行评估并于出具了“鄂正丰评报字（2005）第 0018 号”《资产评估报告》，确定夏曙光实物出资资产评估价值为 78 万元。

2005 年 4 月 4 日，武汉正丰会计师事务所有限公司出具了“武正丰验字（2005）

第 0020 号”《验资报告》，对孚曼有限截至 2005 年 4 月 4 日的注册资本实收情况进行了审验，验证全体股东出资已全部到位。

2005 年 4 月 6 日，孚曼有限在武汉市工商行政管理局注册，并取得了《企业法人营业执照》（注册号：4201002135514）。

孚曼有限设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）	出资方式
1	夏曙光	196.00	98.00	货币、实物
2	陈蓉	4.00	2.00	货币
合计		200.00	100.00	-

## （二）股份公司的设立情况

2012 年 12 月 7 日，孚曼有限召开临时股东会并通过决议，全体股东一致确认按照截至 2012 年 9 月 30 日经审计的净资产 7,386,442.78 元，按照 1:0.9477 的比例折股，整体变更为股份公司，变更后股份公司股份 700 万股，每股面值 1 元，注册资本 700 万元，超出股本部分的净资产 386,442.78 元作为股本溢价计入资本公积。同时公司名称变更为“湖北高曼重工股份有限公司”。夏曙光、陈蓉以其持有的孚曼有限股权所对应的净资产认购公司股份，整体变更为股份公司前后夏曙光、陈蓉的持股比例不变。

2012 年 12 月 6 日，中兴财光华会计师事务所有限责任公司出具了《审计报告》（中兴财光华会师报字（2012）沪第 ZXHF0022 号），确认截至 2012 年 9 月 30 日，有限公司的净资产为 7,386,442.78 元。

2012 年 12 月 7 日，上海申威资产评估有限公司出具了《资产评估报告》（沪申威评报字（2012）第 377 号），认定截至 2012 年 9 月 30 日，有限公司经评估的净资产为 7,887,637.31 元。

2012 年 12 月 20 日，孚曼有限全体股东夏曙光、陈蓉作为发起人共同签署了《湖北高曼重工股份有限公司（筹）发起人协议书》，同意将共同投资设立的孚曼有限按经审计的净资产折股整体变更为股份有限公司。

2012 年 12 月 22 日，发行人召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了《湖北高曼重工股份有限公司章程》等多项议案。

2012年12月22日，中兴财光华会计师事务所有限责任公司上海分所出具了“中兴财光华会师报字（2012）沪第ZXHS0007号”《验资报告》，验证截至2012年12月22日，整体改制中以有限公司净资产出资的股份公司注册资本已全部到位。

2013年2月6日，公司完成本次变更的工商变更登记手续，取得武汉市工商行政管理局硚口分局核发的《企业法人营业执照》（注册号：420104000019518）。

孚曼有限整体变更为股份有限公司后，股本结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	夏曙光	6,944,000	99.20
2	陈蓉	56,000	0.80
合计		7,000,000	100.00

高曼重工于2013年8月8日起在股转系统挂牌公开转让，证券简称为“高曼重工”，证券代码为“430270”。

2015年9月8日，夏曙光将其持有的高曼重工1,007,000股股份以1.77元/股的价格协议转让给邹小武。

2015年9月，高曼重工第一次定向发行股票，邹小武等人以现金认购了此次定向发行4,655.10万股股票。本次发行完成后，邹小武持股比例上升至38.50%，导致高曼重工实际控制人发生变更，即高曼重工的实际控制人由夏曙光变更为邹小武。2015年11月9日，邹小武根据《非上市公司收购管理办法》规定披露了《收购报告书》，履行了相关信息披露义务。

2016年1月19日，公司名称变更为“易点天下网络科技股份有限公司”，并履行了工商登记手续。

2018年4月2日，公司终止在股转系统挂牌。

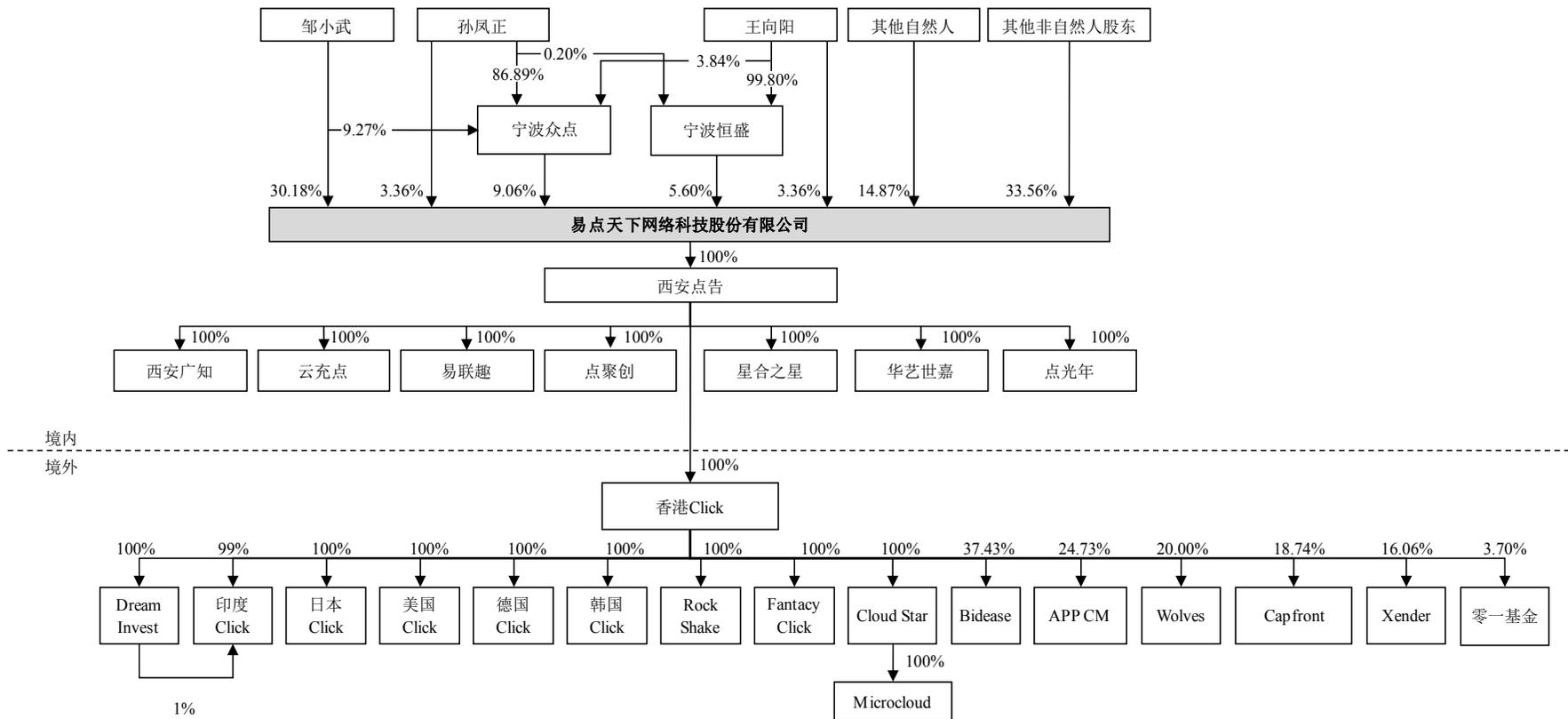
### 三、公司重大资产重组情况

报告期内，公司未发生重大资产重组情况。

## 四、公司股权关系与内部组织结构

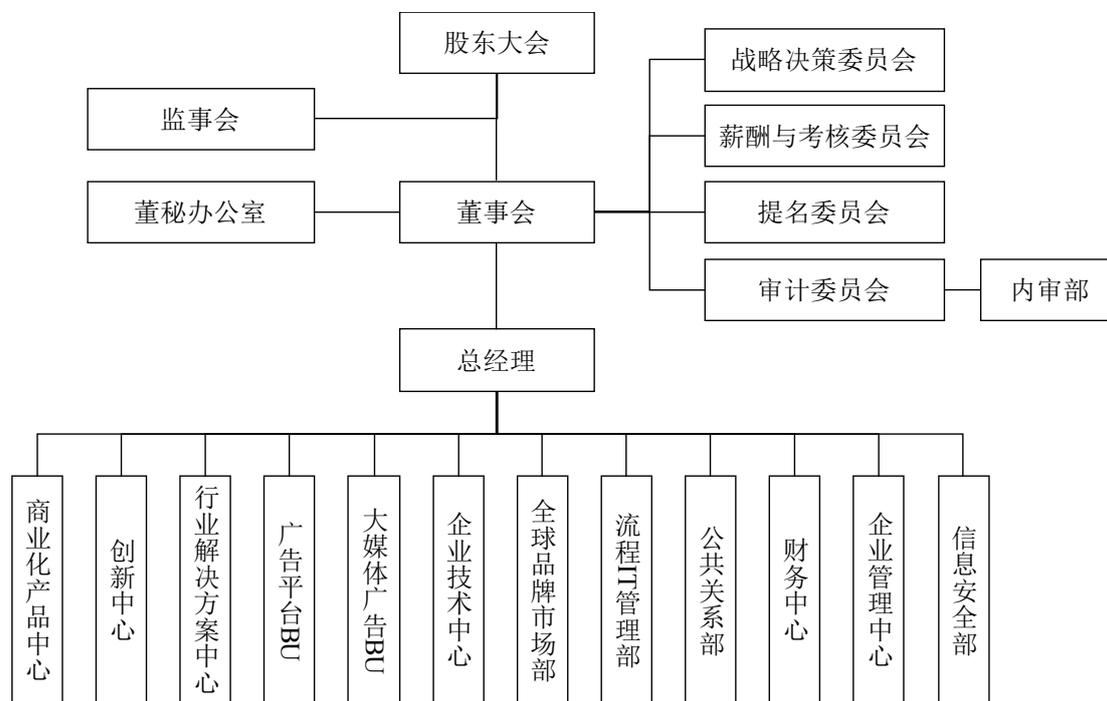
### (一) 公司股权关系

截至本招股说明书签署日，公司股权关系如下图所示：



## （二）公司内部组织结构

截至本招股说明书签署日，公司内部组织结构如下图所示：



## 五、发行人子公司、参股公司简要情况

### （一）控股子公司

截至本招股说明书出具日，公司有 8 家境内控股子公司，11 家境外控股子公司。具体情况如下：

#### 1、西安点告

企业名称	西安点告网络科技有限公司
成立时间	2015 年 6 月 12 日
注册资本	74,000 万元
实收资本	74,000 万元
法定代表人	邹小武
住所	西安市高新区天谷八路 156 号软件新城研发基地二期 A3-1 西侧二层 02002 室
主营业务	互联网营销业务的商务运营、技术研发
股东构成	易点天下持股 100%

西安点告最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	106,504.25
净资产	88,459.44
净利润	18,399.82

注：发行人控股子公司的财务数据已按照企业会计准则和本公司会计政策的规定编制并包含在本公司的合并财务报表中，该合并财务报表已由发行人会计师进行审计并出具了标准无保留意见的审计报告。发行人会计师未对发行人控股子公司单独进行法定审计并出具审计报告，故发行人控股子公司财务数据为未经审计，下同。

## 2、西安广知

企业名称	西安广知网络科技有限公司
成立时间	2016年1月25日
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	邹小武
住所	陕西省西安市高新区天谷八路156号软件新城研发基地A3-1西侧二层02003室
主营业务	互联网营销业务
股东构成	西安点告持股100%

西安广知最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	13,871.69
净资产	1,632.02
净利润	159.18

## 3、华艺世嘉

企业名称	北京华艺世嘉网络有限公司
成立时间	2016年6月3日
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	邹小武
住所	北京市海淀区海淀北二街8号10层1101
主营业务	互联网营销业务商务运营、技术研发
股东构成	西安点告持股100%

华艺世嘉最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	585.60
净资产	226.93
净利润	138.09

#### 4、云充点

企业名称	上海云充点网络科技有限公司
成立时间	2017年4月28日
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	邹小武
住所	中国（上海）自由贸易试验区芳春路400号1幢3层
主营业务	互联网营销业务
股东构成	西安点告持股100%

云充点最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	118.44
净资产	-69.65
净利润	130.66

#### 5、星合之星

企业名称	北京星合之星网络科技有限公司
成立时间	2016年4月25日
注册资本	500万元
实收资本	500万元
法定代表人	邹小武
住所	北京市海淀区海淀北二街8号10层1119
主营业务	中长尾媒体效果营销服务业务
股东构成	西安点告持股100%

星合之星最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	993.26
净资产	511.40
净利润	95.84

## 6、点聚创

企业名称	西安点聚创网络科技有限责任公司
成立时间	2019年4月30日
注册资本	500万元
实收资本	100万元
法定代表人	邹小武
住所	陕西省西安市沣东新城沣东大道（东段）2196号自贸新天地创星社C0111
主营业务	报告期内未实际经营
股东构成	西安点告持股100%

点聚创最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	9.96
净资产	9.96
净利润	-0.04

## 7、易联趣

企业名称	西安易联趣网络科技有限责任公司
成立时间	2019年4月30日
注册资本	500万元
实收资本	100万元
法定代表人	邹小武
住所	陕西省西安市沣东新城东大道（东段）2196号自贸新天地创星社C0109
主营业务	头部媒体效果营销服务业务
股东构成	西安点告持股100%

易联趣最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
------	--------------------

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	121.15
净资产	117.48
净利润	17.48

## 8、点光年

企业名称	深圳点光年网络科技有限公司
成立时间	2019年7月17日
注册资本	300万元
实收资本	260万元
法定代表人	邹小武
住所	深圳市宝安区西乡街道河东社区新城广场3层
主营业务	互联网营销业务
股东构成	西安点告持股100%

点光年最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	56.01
净资产	9.10
净利润	-250.90

## 9、香港 Click

企业名称	Click Tech Limited
成立时间	2015年7月23日
注册编号	2266617
注册地址	Room 503, 5/F, Wayson Commercial Building, 28 Connaught Road West, Sheung Wan
主营业务	互联网营销业务，并作为公司境外投资的主体
股东构成	西安点告持股100%

香港 Click 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	175,059.56
净资产	47,156.66

财务指标	2019年12月31日/2019年度
净利润	1,942.07

### 10、美国 Click

企业名称	Easy Click Limited
成立时间	2016年3月8日
注册编号	C3883771
注册地址	245 East Main Street,Suite 107, Alhambra, CA91801, USA
主营业务	北美地区互联网营销业务
股东构成	香港 Click 持股 100%

美国 Click 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	150.89
净资产	-1,014.07
净利润	399.46

### 11、德国 Click

企业名称	Click Tech GmbH
成立时间	2017年3月15日
注册编号	HRB 185086 B
注册地址	Ritterstraße 14, 13597 Berlin
主营业务	欧洲地区互联网营销业务商务运营
股东构成	香港 Click 持股 100%

德国 Click 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	35.10
净资产	-364.60
净利润	8.83

### 12、Dream Invest

企业名称	Dream Invest Limited
成立时间	2016年5月17日

注册编号	1913952
注册地址	Vistra Corporate Services Centre, Wickhams Cay II, Road Town, Tortola, VG1110, British Virgin Islands
主营业务	少量头部媒体效果营销服务业务，并作为公司对外进行投资的主体
股东构成	香港 Click 持股 100%

Dream Invest 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	569.26
净资产	10.05
净利润	-51.55

### 13、Cloud Star

企业名称	Cloud Star Mobi Tech Limited
成立时间	2017年7月11日
注册编号	2554650
注册地址	Room 503, 5/F Wayson Commercial Building 28 Connaught Road West Sheung Wan, Hong Kong
主营业务	中长尾媒体效果营销服务
股东构成	香港 Click 持股 100%

Cloud Star 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	4,009.04
净资产	1,991.88
净利润	164.06

### 14、Microcloud

企业名称	Microcloud Mobi Tech Limited
成立时间	2017年9月1日
注册编号	2572942
注册地址	Room 503, 5/F Wayson Commercial Building 28 Connaught Road West Sheung Wan, Hong Kong
主营业务	少量头部媒体效果营销服务
股东构成	Cloud Star 持股 100%

Microcloud 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	13,318.02
净资产	-111.29
净利润	-108.91

### 15、印度 Click

企业名称	Click Tech Digital India Private Limited
成立时间	2016年7月6日
注册编号	U72900HR2016FTC064907
注册地址	V-08, 5th Floor Plot No. 149, Sector-44 Gurgaon122003, Haryana, India
主营业务	印度地区互联网营销业务
股东构成	香港 Click 持股 99%，Dream Invest 持股 1%

印度 Click 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	488.99
净资产	-514.99
净利润	-46.93

### 16、日本 Click

企业名称	Click Tech 株式会社
成立时间	2016年6月29日
注册编号	0100-01-176753
注册地址	20-1, Sakuragaoka-cho, Shibuya-ku, Tokyo
主营业务	日本地区互联网营销业务
股东构成	香港 Click 持股 100%

日本 Click 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	10,699.53
净资产	2,245.27
净利润	1,056.19

注：以上财务数据合并了 NANO。

**17、韩国 Click**

企业名称	Click Tech Korea
成立时间	2018年6月8日
注册编号	110114-0224648
注册地址	382, Gangnam-daero, 18th floor Gangnam-gu, Seoul, Republic of Korea 60232
主营业务	韩国地区互联网营销业务
股东构成	香港 Click 持股 100%

韩国 Click 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	26.32
净资产	13.70
净利润	12.41

**18、Rock Shake**

企业名称	Rock Shake Technology (Hong Kong) Limited
成立时间	2018年6月22日
注册编号	2713390
注册地址	Room 1501, Grand Millennium Plaza (Low Block), 181 Queen's Road Central, Hong kong
主营业务	少量互联网营销业务
股东构成	香港 Click 持股 100%

Rock Shake 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	202.73
净资产	0.19
净利润	-0.50

**19、Fantasy Click**

企业名称	Fantasy Click Limited
成立时间	2019年5月6日
注册编号	2824531
注册地址	Room 1502, Easey Commercial Building, 253-261 Hennessy Road,

	Wanchai, Hong Kong
主营业务	报告期内未实际经营
股东构成	香港 Click 持股 100%

Fantasy Click 最近一年的财务数据如下：

单位：万元

财务指标	2019 年 12 月 31 日/2019 年度
总资产	-
净资产	-
净利润	-

## （二）参股公司

截至本招股说明书出具日，公司有 6 家参股公司。具体情况如下：

### 1、APP CM

企业名称	株式会社アップシーエム
成立时间	2014 年 2 月 25 日
注册编号	0100-01-158937
注册地址	1-17, Mukougaoka, 1-chome, Bunkyo-ku, Tokyo, Japan
主营业务	视频类广告产品开发运营

截至报告期末，APP CM 的股权结构如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例
1	大塚淳史	80,746	54.23%
2	香港 Click	36,820	24.73%
3	株式会社 KHS	16,594	11.14%
4	松永刚贵	1,436	0.96%
5	株式会社 KF&P	1,099	0.74%
6	Mobius Entertainment LCC	1,099	0.74%
7	MT パートナーズ株式会社	1,099	0.74%
8	冈田刚	1,099	0.74%
9	平泽创	1,099	0.74%
10	西江肇司	1,099	0.74%
11	山崎直树	1,099	0.74%
12	寺田航平	1,099	0.74%

序号	股东	持股数量（股）	持股比例
13	谷家卫	1,099	0.74%
14	里见治记	1,099	0.74%
15	树林伸	1,099	0.74%
16	八木田树	745	0.50%
17	城户祐亮	209	0.14%
18	依田伸树	90	0.06%
19	小林贤	90	0.06%
20	村上太一	90	0.06%
合计		148,909	100.00%

APP CM 最近一年的财务数据（未经审计）如下：

单位：万日元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	2,425.53
净资产	2,239.87
净利润	-432.13

## 2、Wolves

企业名称	Wolves Fight Co., Limited
成立时间	2018年9月20日
注册编号	2747689
注册地址	Room 503 5/F Wayson Commercial Building, 28 Connaught Road West, Sheung Wan, Hong Kong
主营业务	日本地区移动互联网营销业务

截至报告期末，Wolves 的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	股权比例（%）
1	Horie Rin	10,000	80.00%
2	香港 Click	2,500	20.00%
合计		12,500	100.00%

Wolves 最近一年的财务数据（未经审计）如下：

单位：万美元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	80.39
净资产	-160.44

财务指标	2019年12月31日/2019年度
净利润	-295.49

### 3、Xender

企业名称	Xender Technologies Limited
成立时间	2018年5月3日
注册编号	336545
注册地址	Sertus Chambers, Governors square, Suite #5-204, 23 Lime Tree Bay Avenue, P. O. Box 2547, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands.
主营业务	工具类 APP 开发和运营

截至报告期末，Xender 的股权结构如下：

序号	股东	股份性质	持股数量 (股)	持股比例
1	Brilliance Jumpstart Holdings Limited	普通股	3,775,327	37.75%
2	Puneet Holdings Limited	种子轮优先股	294,000	2.94%
3	CHOWDHURY MOHAMMAD ARIFUL HASAN	种子轮优先股	221,288	2.21%
4	Union Digital Capital Holdings Limited	种子轮优先股	206,156	2.06%
5	GX Guangya II Limited	A-1 轮优先股	818,280	8.18%
6	Linear Venture, L.P	A-2 轮优先股	376,801	3.77%
7	Manzi Fund I, L.P.	A-2 轮优先股	163,657	1.64%
8	Two-win Investment Limited	A-2 轮优先股	81,829	0.82%
9	香港 Click	A-3 轮优先股	1,348,824	16.06%
		B-1 轮优先股	256,919	
10	Mo Bai Holdings Limited	B-1 轮优先股	256,919	2.57%
11	Redefine Capital Fund LP	C-1 轮优先股	2,000,000	22.00%
		C-2 轮优先股	200,000	
合计			<b>10,000,000</b>	<b>100.00%</b>

Xender 最近一年的财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	3,679.36
净资产	3,619.52
净利润	-1,149.04

Xender 持有闪传（香港）有限公司 100%股权，闪传（香港）有限公司持有

安奇智联 100% 股权，即安奇智联为 Xender 的二级子公司。

报告期内，安奇智联曾为公司直接持股的参股公司。由于安奇智联拟在境外资本市场融资，设立了红筹架构，以 Xender 作为境外融资主体。为了配合安奇智联的资本运作，公司将投资主体变更为 Xender。

安奇智联基本情况如下：

企业名称	北京安奇智联科技有限公司
成立时间	2012 年 5 月 2 日
注册资本	1,200 万元
法定代表人	姜天鹏
住所	北京市昌平区科技园区仁和路 4 号 3 幢 406 室
主营业务	工具类 APP 开发及运营
股东构成	闪传（香港）有限公司持股 100%

#### 4、零一基金

基金名称	01VC Poseidon Fund I, L.P.
成立时间	2016 年 12 月 13 日
注册编号	88251
注册地址	Cayman Corporate Centre, 27 Hospital Road, George Town, Grand Cayman KY1-9008, Cayman Islands
主营业务	投资

截至报告期末，零一基金的合伙人及其财产份额如下：

序号	合伙人名称	出资额（万美元）	出资比例
1	Hua Yong	150	11.11%
2	Orange Grove Global Limited	150	11.11%
3	Sento Investment Ltd.	150	11.11%
4	Sequoia Capital China Startup Incubation Fund 2017, L.P.	150	11.11%
5	Kimberlite Investments Holdings	150	11.11%
6	Sun Hui	150	11.11%
7	01 VC Associates L.P.	100	7.41%
8	Avazu Holding Limited	100	7.41%
9	Puhua Capital Ltd	100	7.41%
10	337 Technology Limited	50	3.70%

序号	合伙人名称	出资额（万美元）	出资比例
11	香港 Click	50	3.70%
12	Wavemaker Pacific 1 Pte Ltd	50	3.70%
合计		1,350.00	100.00%

零一基金最近一年的财务数据（未经审计）如下：

单位：万美元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	2,016.21
净资产	2,014.53
净利润	21.71

## 5、Capfront

企业名称	Capfront Technologies Private Limited
成立时间	2018年11月22日
注册编号	U72900KA2018PTC118747
注册地址	No. 1, Second Floor, Old Airport Road, Domlur Layout, Near Domlur Post Office, Bangalore 560071 Kamataka
主营业务	电子商务、在线支付等领域的技术开发服务及互联网媒体运营

截至报告期末，Capfront 的股权结构如下：

序号	股东	股份性质	持股数量（股）	持股比例
1	Itha Venkata Raghava Gowrinath	普通股	6,966	35.46%
2	Ting Hiu Tuan	普通股	2,850	14.51%
3	Capfront PTE Ltd	种子轮优先股	2,143	21.94%
		种子 C 轮优先股	2,166	
4	Akshay R Shah	普通股	184	3.84%
		种子 A 轮优先股	442	
		种子 C 轮优先股	128	
5	香港 Click	种子 B 轮优先股	3,682	18.74%
6	CoBuilder Partners Venture Fund L.P.	种子 C 轮优先股	1,083	5.51%
合计			19,644	100.00%

Capfront 最近一年的财务数据（未经审计）如下：

单位：万印度卢比

财务指标	2019年12月31日/2019年度
------	--------------------

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	61,035.34
净资产	47,643.41
净利润	8,360.64

## 6、Bidease

企业名称	Bidease Group Inc.
成立时间	2019年1月21日
注册编号	2004893
住注册地址	3rd Floor, Yamraj Building, Market Square, P.O. Box 3175, Road Town, Tortola, British Virgin Islands
主营业务	中长尾媒体效果营销服务

截至报告期末，Bidease 的股权结构如下：

序号	股东名称	股份数量（股）	股权比例
1	Wellus Limited	4,500,000	62.57%
2	香港 Click	2,692,308	37.43%
	合计	7,192,308	100.00%

Bidease 最近一年的财务数据（未经审计）如下：

单位：万美元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	682.06
净资产	274.16
净利润	-188.70

## （三）已注销或转让的控股子公司

### 1、正佳天下

报告期初，公司持有正佳天下 45% 股权。2017 年 12 月，公司和吉宏股份签署了《股权转让协议》，收购吉宏股份持有的正佳天下 55% 股权。由于正佳天下注册资本未实缴，此次股权转让对价为 0 元，转让后，正佳天下成为公司的全资子公司。正佳天下已于 2019 年 3 月完成注销手续，其注销前的基本情况如下：

企业名称	陕西正佳天下网络科技有限公司
成立时间	2017年6月22日
注册资本	5,000万元

实收资本	10 万元
法定代表人	邹小武
住所	西安市高新区天谷八路 156 号软件新城研发基地二期 A3-1 西侧二层 02004 室
主营业务	报告期内未实际经营
股东构成	易点天下持股 100%

## 2、点搜亿

报告期内，点搜亿曾为公司的全资子公司，已于 2018 年 8 月完成注销手续，其注销前的基本情况如下：

企业名称	上海点搜亿网络科技有限公司
成立时间	2015 年 9 月 11 日
注册资本	4,000 万元
实收资本	4,000 万元
法定代表人	王向阳
住所	中国（上海）自由贸易试验区祖冲之路 2277 弄 1 号 809 室
主营业务	少量中长尾媒体效果营销服务
股东构成	西安点告持股 100%

## 3、聚梦互动

报告期内，聚梦互动曾为公司的全资子公司，已于 2017 年 9 月完成注销手续，其注销前的基本情况如下：

企业名称	深圳市聚梦互动科技有限公司
成立时间	2014 年 2 月 25 日
注册资本	20 万元
实收资本	20 万元
法定代表人	王向阳
住所	深圳市南山区深南大道 9030 号世纪假日广场 A 座（瑞思中心）816
主营业务	报告期内未实际经营
股东构成	西安点告持股 100%

## 4、One Click

报告期内，One Click 曾为公司的全资子公司。2017 年 6 月，Dream Invest 将 One Click 100% 的股权转让给 Cyber Carrier Capital Limited。

One Click 在转让前的基本情况如下：

企业名称	One Click Tech Limited
成立时间	2016 年 6 月 1 日
实注册编号	1915185
注册地址	Vistra Corporate Services Centre, Wickhams Cay II, Road Town, Tortola, VG1110, British Virgin Islands
主营业务	作为公司对外进行投资的主体
股东构成	Dream Invest 持股 100%

## 5、NANO

报告期内，NANO 曾为公司的控股子公司，已于 2020 年 3 月完成注销手续。

NANO 注销前的基本情况如下：

企业名称	ナノ・コミュニケーション株式会社
成立时间	2016 年 7 月 1 日
注册编号	0100-01-176838
注册地址	东京都涩谷区樱丘町 20 番 1 号
主营业务	日本社交 APP 的开发和运营
股东构成	日本 Click 持股 100%

## （四）已转让的参股公司

### 1、科思通

报告期内，科思通曾为公司的参股公司。2019 年 9 月，西安点告将科思通 8% 的股权转让给深圳栋盈投资中心（有限合伙）。

科思通在转让前的基本情况如下：

企业名称	深圳科思通信息科技有限公司
成立时间	2019 年 1 月 9 日
注册资本	125 万元
法定代表人	杜佳星
住所	深圳市盐田区沙头角街道沙深路 112 号建工大厦 1603
主营业务	跨境电商
股东构成	杜佳星持股 80%，西安点告持股 8%，深圳栋盈投资中心（有限合伙）持股 8%，徐海波持股 4%

## 2、创奖慧

报告期内，创奖慧曾为公司的参股公司。2018年8月，西安点告将创奖慧25%的股权转让给上海隆慧投资管理有限公司。

创奖慧在转让前的基本情况如下：

企业名称	上海创奖慧信息科技有限公司
成立时间	2015年12月7日
注册资本	1,000万元
法定代表人	黄玉琤
住所	中国（上海）自由贸易试验区耀华路251号一幢一层
主营业务	为出海企业提供信息咨询服务
股东构成	上海隆慧投资管理有限公司持股48.75%，新获（厦门）投资有限公司持股26.25%，西安点告持股25%

## 3、FINNOV

报告期内，FINNOV曾为公司的参股公司。2018年4月，香港Click将FINNOV 7.44%股权转让给Cyber Carrier Capital Limited。

FINNOV在转让前的基本情况如下：

企业名称	Finnov Private Limited
成立时间	2016年3月21日
注册编号	201607350G
注册地址	275B COMPASSVALE LINK #11-212 ASPELLA SINGAPORE 542275
主营业务	印度市场消费金融业务
股东构成	Wan Hong 持股 12.65%，Madhusudan Ekambaram 持股 18.60%，Krishnaswamy Karthikeyan 持股 6.70%，Xiao Wenjie 持股 23.27%，香港Click 持股 7.44%，Wu Shichun 持股 8.62%，Xiaomi Singapore Pte. Ltd. 持股 11.36%，Shunwei Ventures III (Hong Kong) Limited 持股 11.36%

## 4、启骏科技

报告期初，香港Click持有启骏科技60%股权，2017年6月，香港Click将启骏科技35%股权转让给Eternal Galaxy Limited，公司丧失对启骏科技的控制权，启骏科技成为公司的参股公司。2019年10月，香港Click将启骏科技25%股权转让给Eternal Galaxy Limited。此次转让后，公司不再持有启骏科技股权。

启骏科技在香港Click完全退出前的基本情况如下：

企业名称	Smart Gain Tech Limited
成立时间	2016年7月18日
董注册编号	2404266
注册地址	Flat A, Floor 15, Manly Commercial Building, 15 Soy Street, Mong Kok, Kowloon, Hong Kong
主营业务	移动互联网内容订阅
股东构成	香港 Click 持股 25%，Eternal Galaxy Limited 持股 75%

## 5、Lotus. F

报告期内，Lotus. F 曾为公司的参股公司<sup>1</sup>。2017年6月，Dream Invest 将其持有 One Click 的 100%股权转让给 Cyber Carrier Capital Limited，即公司不再间接持有 Lotus. F 股权。

Lotus. F 在转让前的基本情况如下：

企业名称	Lotus. F 株式会社
成立时间	2012年4月20日
注册编号	0104-01-099427
注册地址	No. 618 of へガサス青山, 5-40, Akasaka 8 cho-me, Minato-ku, Tokyo
主营业务	运营互联网社群产品
股东构成	One Click 持股 72%，ソレイアード株式会社持股 15%，Kii 株式会社持股 8%，新上幸二持股 5%

## 六、公司控股股东、实际控制人及主要股东情况

### （一）控股股东及实际控制人情况

公司控股股东及实际控制人为邹小武，其基本情况参见本招股说明书“第二节 概览”之“三、公司控股股东和实际控制人”部分。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人直接或间接持有公司的股份均不存在质押或其他有争议的情况。

### （二）控股股东、实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，除易点天下及其下属公司外，控股股东、实际控制人邹小武在宁波众点担任执行事务合伙人。除上述情况外，邹小武未控制其他

<sup>1</sup> 公司子公司 One Click 持有 Lotus.F 72%的股权，但未对其实施控制，会计处理上按照以成本计量的可供出售金融资产计量。

企业，也未在其他企业中担任执行事务合伙人。

### （三）持有公司 5%以上股份的股东

截至本招股说明书签署日，除公司控股股东、实际控制人邹小武外，直接持有公司 5%以上股份的股东为宁波众点、宁波恒盛，直接及间接合计持有公司 5%以上股份的股东为孙凤正、王向阳。

#### 1、宁波众点

截至本招股说明书签署日，宁波众点持有公司 9.06%股份。

宁波众点的基本情况如下：

企业名称	宁波众点股权投资合伙企业（有限合伙）
执行事务合伙人	邹小武
成立日期	2016年4月7日
认缴出资额	3,000万元
住所	浙江省宁波高新区扬帆广场8、20、32号14-32
经营范围	股权投资；股权投资管理。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，宁波众点的出资情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	出资额（万元）	财产份额	类别
1	邹小武	278.10	9.27%	普通合伙人
2	孙凤正	2,606.70	86.89%	有限合伙人
3	王向阳	115.20	3.84%	有限合伙人
合计		3,000.00	100.00%	-

宁波众点仅为以持有公司的股份为目的设立的持股平台，宁波众点自成立至今仅对公司进行投资，无其他对外投资。宁波众点不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形，亦未聘请基金管理人进行投资管理，不属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金及私募投资基金管理人，不需要按照上述规定履行私募投资基金备案程序及私募投资基金管理人的登记。

宁波众点最近一年的财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	8,550.04
净资产	476.42
净利润	-0.55

## 2、宁波恒盛

截至本招股说明书签署日，宁波恒盛持有公司 5.60% 股份。

宁波恒盛的基本情况如下：

企业名称	宁波恒盛博利股权投资合伙企业（有限合伙）
执行事务合伙人	孙凤正
成立日期	2016年4月7日
认缴出资额	3,000 万元
住所	浙江省宁波高新区扬帆广场 8、20、32 号 14-33
经营范围	股权投资；股权投资管理。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，宁波恒盛的具体出资情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	出资额（万元）	财产份额	类别
1	孙凤正	6.00	0.20%	普通合伙人
2	王向阳	2,994.00	99.80%	有限合伙人
合计		3,000.00	100.00%	-

宁波恒盛仅为以持有公司的股份为目的设立的持股平台，宁波恒盛自成立至今仅对公司进行投资，无其他对外投资。宁波恒盛不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形，亦未聘请基金管理人进行投资管理，不属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金及私募投资基金管理人，不需要按照上述规定履行私募投资基金备案程序及私募投资基金管理人的登记。

宁波恒盛最近一年的财务数据（未经审计）如下：

单位：万元

财务指标	2019年12月31日/2019年度
总资产	5,788.67
净资产	483.45

财务指标	2019年12月31日/2019年度
净利润	-0.13

### 3、孙凤正

孙凤正，男，中国国籍，无境外永久居留权，现任公司董事、副总经理，居民身份证号码为 340322198509\*\*\*\*\*。

截至本招股说明书签署日，孙凤正直接持有公司 3.36%股份；通过宁波众点间接持有公司 7.87%权益；通过宁波恒盛间接持有公司 0.01%权益。孙凤正直接和间接合计持有公司 11.24%权益。

### 4、王向阳

王向阳，男，中国国籍，无境外永久居留权，居民身份证号码为 610111198506\*\*\*\*\*。

截至本招股说明书签署日，王向阳直接持有公司 3.36%股份；通过宁波众点间接持有公司 0.35%权益；通过宁波恒盛间接持有公司 5.59%权益。王向阳直接和间接合计持有公司 9.30%权益。

## （四）三类股东情况

截至本招股说明书签署日，公司股东银杉科创为契约型私募基金，持有公司 1,515,475 股股份，占发行前总股本的 0.38%。除银杉科创外，公司不存在其他三类股东（资产管理计划、信托计划、契约型私募基金）的情况。

### 1、“三类股东”及其管理人的登记情况

截至本招股说明书签署日，“三类股东”银杉科创的备案登记情况如下：

股东名称	北京银杉科创投资管理中心（有限合伙）-银杉科创战略新兴产业基金
备案时间	2015年12月7日
基金编号	S69844
基金管理人	北京银杉科创投资管理中心（有限合伙）
登记时间	2015年7月16日
登记编号	P1018332

银杉科创已完成私募投资基金备案，其基金管理人北京银杉科创投资管理中

心（有限合伙）为在当地工商主管部门注册成立并有效存续的企业，且已完成私募投资基金管理人登记，符合《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规的规定。

## 2、“三类股东”有关的其他说明

（1）公司控股股东、实际控制人及第一大股东均为邹小武，不属于“三类股东”。

（2）公司控股股东、实际控制人邹小武，董事、监事、高级管理人员及其近亲属，本次发行的中介机构及其签字人员不存在直接或间接在“三类股东”银杉科创中持有权益的情形。

（3）“三类股东”银杉科创不存在杠杆、分级或嵌套的情形，其设立及运作符合《人民银行、银保监会、证监会、外汇局关于规范金融机构资产管理业务的指导意见》（银发[2018]106号）的相关要求，不存在影响公司持续经营的情形。

（4）“三类股东”银杉科创已出具遵守锁定期和减持要求的承诺文件，符合现行锁定期和减持规则的要求。

## （五）本次发行前涉及的对赌协议及其解除情况

### 1、对赌协议的签署情况

在易点天下第四次定向发行股票过程中，公司、公司实际控制人邹小武及其过往一致行动人与投资人签订了《关于易点天下网络科技股份有限公司在全国中小企业股份转让系统发行股票之股份认购协议》《关于易点天下网络科技股份有限公司在全国中小企业股份转让系统发行股票之股份认购协议之补充协议》（以下简称《补充协议一》）、《关于易点天下网络科技股份有限公司在全国中小企业股份转让系统发行股票之股份认购协议之补充协议（二）》（以下简称《补充协议二》）。

上述协议及补充协议就公司第四次定向发行股票后的公司股东权利义务进行明确约定，主要内容包括：股份的认购、交割、业务经营、款项用途、投资者

保护条款等事项，其中涉及投资方所享有的特别权力条款为：业绩承诺、重大资产重组的业绩承诺、股份回购、反稀释、共同出售权、优先购买权及优先认购权、豁免行使、股东大会及董事会等（以下一并简称“投资方特殊权利条款”）。公司非上述投资方特殊权利条款的承诺方，不涉及对赌义务。

## 2、对赌协议的解除情况

2020年3月14日，公司、公司实际控制人邹小武及其一致行动人、公司股东宁波恒盛与公司第四次定向发行的投资方<sup>1</sup>博创投资、通宸投资、杭州基石、济宁基石、华工投资、华文创投、前海投资、陕文投公司、陕文投基金、国信投资、东正投资、北京银杉科创投资管理中心（有限合伙）（代表其管理的银杉科创战略新兴产业基金）签署了《关于易点天下网络科技股份有限公司股份认购相关事项之补充协议》（以下简称《补充协议三》），解除了上述投资方特殊权利条款。

## 3、对赌协议解除对本次发行上市的影响

《补充协议三》生效后，投资者与公司及其他股东等相关主体之间已不存在任何对赌安排或其他涉及股权调整、补偿等特殊安排。对赌协议的解除将有利于保持公司股权结构的稳定性，对本次发行上市不构成重大不利影响。

# 七、公司股本情况

## （一）本次发行前后的股本结构

本次发行前，公司总股本为 396,384,160 股。本次拟公开发行不超过 75,501,745 股，发行数量不低于发行后总股本的 10.00%。如实际发行按照本次发行上限 75,501,745 股计算，发行前后公司的股本及股东变化如下表所示：

序号	股东	发行前		发行后	
		持股数量 (股)	持股比例	持股数量 (股)	持股比例
1	邹小武	119,627,005	30.1796%	119,627,005	25.3508%
2	宁波众点	35,910,000	9.0594%	35,910,000	7.6099%

<sup>1</sup> 截至 2018 年 5 月，公司第四次定向发行的投资方中，红土创新红石 51 号新三板资产管理计划、深圳协和聚翔股权投资管理企业（有限合伙）等两家原股东已将其持有的发行人股份全部转让退出，截至本招股说明书签署日，未再持有发行人股份。

序号	股东	发行前		发行后	
		持股数量 (股)	持股比例	持股数量 (股)	持股比例
3	宁波恒盛	22,199,414	5.6005%	22,199,414	4.7044%
4	金星创投	15,069,500	3.8017%	15,069,500	3.1935%
5	王向阳	13,324,890	3.3616%	13,324,890	2.8238%
6	孙凤正	13,324,890	3.3616%	13,324,890	2.8238%
7	江诣创投	11,452,120	2.8891%	11,452,120	2.4269%
8	通宸投资	10,382,840	2.6194%	10,382,840	2.2003%
9	华文创投	8,545,550	2.1559%	8,545,550	1.8109%
10	王一舟	8,326,500	2.1006%	8,326,500	1.7645%
11	袁晓强	6,666,700	1.6819%	6,666,700	1.4128%
12	郝超	6,255,200	1.5781%	6,255,200	1.3256%
13	庄浩	5,467,800	1.3794%	5,467,800	1.1587%
14	富易投资	5,210,000	1.3144%	5,210,000	1.1041%
15	邹园斌	5,141,384	1.2971%	5,141,384	1.0895%
16	杭州基石	4,585,285	1.1568%	4,585,285	0.9717%
17	金润悦	4,525,000	1.1416%	4,525,000	0.9589%
18	晨溪投资	4,276,620	1.0789%	4,276,620	0.9063%
19	国信投资	4,272,775	1.0779%	4,272,775	0.9055%
20	前海投资	4,272,770	1.0779%	4,272,770	0.9055%
21	金石灏纳	4,020,475	1.0143%	4,020,475	0.8520%
22	济宁基石	3,960,265	0.9991%	3,960,265	0.8392%
23	博创投资	3,682,879	0.9291%	3,682,879	0.7805%
24	金林	3,645,000	0.9196%	3,645,000	0.7724%
25	高端装备基金	3,546,100	0.8946%	3,546,100	0.7515%
26	华睿投资	3,500,000	0.8830%	3,500,000	0.7417%
27	金浦文创	3,000,000	0.7568%	3,000,000	0.6357%
28	驰骤投资	2,999,500	0.7567%	2,999,500	0.6356%
29	科讯创投	2,850,000	0.7190%	2,850,000	0.6040%
30	陕文投公司	2,563,660	0.6468%	2,563,660	0.5433%
31	须聪	2,535,880	0.6398%	2,535,880	0.5374%
32	谷仓创投	1,950,000	0.4919%	1,950,000	0.4132%
33	鑫源投资	1,935,483	0.4883%	1,935,483	0.4102%

序号	股东	发行前		发行后	
		持股数量 (股)	持股比例	持股数量 (股)	持股比例
34	弘湾资本	1,860,000	0.4692%	1,860,000	0.3942%
35	姜勇	1,836,879	0.4634%	1,836,879	0.3893%
36	汇智投资	1,775,000	0.4478%	1,775,000	0.3762%
37	陈文凯	1,772,000	0.4470%	1,772,000	0.3755%
38	兰向辉	1,771,000	0.4468%	1,771,000	0.3753%
39	中金国联	1,750,000	0.4415%	1,750,000	0.3709%
40	长锋投资	1,748,700	0.4412%	1,748,700	0.3706%
41	陕文投基金	1,709,105	0.4312%	1,709,105	0.3622%
42	张岳	1,705,000	0.4301%	1,705,000	0.3613%
43	华工投资	1,700,000	0.4289%	1,700,000	0.3603%
44	孙体	1,644,616	0.4149%	1,644,616	0.3485%
45	张建捷	1,575,000	0.3973%	1,575,000	0.3338%
46	陈加军	1,575,000	0.3973%	1,575,000	0.3338%
47	银杉科创	1,515,475	0.3823%	1,515,475	0.3212%
48	王玮	1,500,000	0.3784%	1,500,000	0.3179%
49	东正投资	1,424,110	0.3593%	1,424,110	0.3018%
50	张永平	1,420,000	0.3582%	1,420,000	0.3009%
51	华商广告	1,285,714	0.3244%	1,285,714	0.2725%
52	刘新渭	1,100,000	0.2775%	1,100,000	0.2331%
53	无锡泓石	1,080,000	0.2725%	1,080,000	0.2289%
54	融易创投	1,020,000	0.2573%	1,020,000	0.2162%
55	臻泰创投	1,000,000	0.2523%	1,000,000	0.2119%
56	谷仓健行	1,000,000	0.2523%	1,000,000	0.2119%
57	蒋琳	905,000	0.2283%	905,000	0.1918%
58	万点投资	900,000	0.2271%	900,000	0.1907%
59	力合创投	900,000	0.2271%	900,000	0.1907%
60	台州泓石	750,000	0.1892%	750,000	0.1589%
61	裕正农业	714,000	0.1801%	714,000	0.1513%
62	坚果兄弟	712,120	0.1797%	712,120	0.1509%
63	珠海瑞信	675,000	0.1703%	675,000	0.1430%
64	朗玛一号	625,000	0.1577%	625,000	0.1324%

序号	股东	发行前		发行后	
		持股数量 (股)	持股比例	持股数量 (股)	持股比例
65	石洋投资	619,000	0.1562%	619,000	0.1312%
66	韩钢	600,000	0.1514%	600,000	0.1271%
67	丁渺淼	555,556	0.1402%	555,556	0.1177%
68	维斯塔科	550,000	0.1388%	550,000	0.1166%
69	李捷	500,000	0.1261%	500,000	0.1060%
70	黄雪林	500,000	0.1261%	500,000	0.1060%
71	董旭东	428,000	0.1080%	428,000	0.0907%
72	千鑫投资	426,913	0.1077%	426,913	0.0905%
73	曲卉	409,000	0.1032%	409,000	0.0867%
74	朗玛四号	375,000	0.0946%	375,000	0.0795%
75	佛山瑞信	325,000	0.0820%	325,000	0.0689%
76	陈蓉	280,000	0.0706%	280,000	0.0593%
77	高万平	238,000	0.0600%	238,000	0.0504%
78	陈哲	150,000	0.0378%	150,000	0.0318%
79	白玉龙	100,000	0.0252%	100,000	0.0212%
80	李洪瀚	100,000	0.0252%	100,000	0.0212%
81	朱筠笙	71,400	0.0180%	71,400	0.0151%
82	王平	53,812	0.0136%	53,812	0.0114%
83	王其荣	35,875	0.0091%	35,875	0.0076%
84	莫懿	35,875	0.0091%	35,875	0.0076%
85	高淑芹	21,525	0.0054%	21,525	0.0046%
86	柴培深	20,000	0.0050%	20,000	0.0042%
87	纪翔	10,000	0.0025%	10,000	0.0021%
88	钱祥丰	5,000	0.0013%	5,000	0.0011%
89	社会流通股	-	-	75,501,745	16.0000%
合计		<b>396,384,160</b>	<b>100.0000%</b>	<b>471,885,905</b>	<b>100.0000%</b>

## （二）本次发行前后公司前十名股东情况

本次发行前后公司前十名股东情况详见本节“七、公司股本情况”之“（一）本次发行前后的股本结构”。

### （三）公司前十名自然人股东及其在发行人处任职情况

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	在公司所任职务
1	邹小武	119,627,005	30.1796%	董事长、总经理
2	王向阳	13,324,890	3.3616%	-
3	孙凤正	13,324,890	3.3616%	董事、副总经理
4	王一舟	8,326,500	2.1006%	副总经理
5	袁晓强	6,666,700	1.6819%	-
6	郝超	6,255,200	1.5781%	-
7	庄浩	5,467,800	1.3794%	-
8	邹园斌	5,141,384	1.2971%	-
9	金林	3,645,000	0.9196%	-
10	须聪	2,535,880	0.6398%	-
合计		184,315,249	46.4991%	-

### （四）有关公司股本中的国有股份或外资股份的说明

根据中共陕西省宣传部所出具的《关于易点天下网络科技股份有限公司国有股权管理方案的批复》（陕宣函[2019]102号），陕文投公司持有公司 2,563,660 股，占总股本 0.6468%。根据《上市公司国有股权监督管理办法》（国资委 财政部 证监会令第 36 号）及《上市公司国有股东标识管理暂行规定》（国资发产权[2007]108）相关规定，易点天下若在境内发行股票并上市，陕文投公司在证券登记结算公司开立的证券账户应标注“SS”标识。

除上述国有股东外，公司现有股东中不存在《上市公司国有股权监督管理办法》（国资委 财政部 证监会令第 36 号）规定的国有股东。

截至本招股说明书签署日，公司不存在外资股份。

### （五）最近一年公司新增股东的持股数量及变化等情况

#### 1、最近一年新增股东取得股份数量、时间、价格及定价依据

序号	新增股东	股份出让方	转让股份数量（股）	转让价格（元/股）	协议签署日期	定价依据
1	袁晓强	庄浩	6,666,700	6.00	2019.2.27	详见下述
2	长锋投资	郝超	1,748,700	17.155	2019.5.14	参考公司

序号	新增股东	股份出让方	转让股份数量（股）	转让价格（元/股）	协议签署日期	定价依据
3	力合创投	维斯塔科	450,000	16.50	2019.6.18	同期股份转让价格由交易双方协商确定
		银杉科创	450,000	16.50	2019.6.20	
4	丁渺淼	博创投资	555,556	18.00	2019.7.3	
5	姜勇	宁波恒盛	1,836,879	14.10	2019.12.18	
6	金浦文创	邹园斌	3,000,000	11.50	2019.12.31	
7	高端装备基金	郝超	3,546,100	14.10	2020.1.15	
8	高万平	邹园斌	238,000	12.60	2020.1.16	
9	华商广告	宁波恒盛	1,285,714	14.00	2020.1.17	
10	朱筠笙	宁波恒盛	71,400	14.00	2020.1.17	
11	鑫源投资	宁波恒盛	1,935,483	15.50	2020.1.21	
12	王平	千鑫投资	53,812	8.00	2020.2.12	
13	王其荣		35,875			
14	莫懿		35,875			
15	高淑芹		21,525			
16	华睿投资	博创投资	888,890	18.00	2020.2.18	参考公司同期股份转让价格由交易双方协商确定
		宁波恒盛	2,611,110	14.00	2020.2.20	

袁晓强和庄浩之间的股份转让的定价依据如下：

2017年11月，庄浩因个人对外投资存在资金需求，向其好友袁晓强借款4,000万元，均为袁晓强个人自有资金。为保证上述债务的履行，庄浩与袁晓强协商确定，由庄浩后续以其名下的易点天下股份抵偿上述债务。根据双方协商，庄浩持有的易点天下股份抵偿上述债务时应参考庄浩持有易点天下股份的成本（除权后约为6.53元/股，经双方协商按照6.6元/股计价）扣除庄浩持有上述股份期间的现金分红收益（税后）作为抵偿价格，由庄浩在结算时将相应股份过户给袁晓强。

2019年2月，庄浩与袁晓强决定结算上述股份抵偿债务事项，经双方确认，按照双方原协商的冲抵单价扣除庄浩持股期间的分红影响后，确定冲抵股份价格为6元/股，4,000万元对价折算股份为6,666,700股。

王平、王其荣、莫懿、高淑芹和千鑫投资之间的股份转让的定价依据如下：

2020年2月12日，千鑫投资（易点天下之股东）的合伙人王平、王其荣、莫懿、高淑芹等四人分别与千鑫投资签订退伙协议及股权转让协议，约定千鑫投资根据四人所持千鑫投资财产份额占比相应折算为易点天下股份转让给以上四人，股权转让价格为以上四人与千鑫投资协商确定。同日，千鑫投资办理完成工商变更登记手续。

## 2、新增自然人股东的基本情况

序号	新增股东	国籍	境外永久居留权	居民身份证号码
1	袁晓强	中国	无	120104196904*****
2	丁渺淼	中国	无	420111197707*****
3	姜勇	中国	无	210902197106*****
4	高万平	中国	无	652201198910*****
5	朱筠笙	中国	无	150430196910*****
6	王平	中国	无	420111195512*****
7	王其荣	中国	无	340403196802*****
8	莫懿	中国	无	430102198103*****
9	高淑芹	中国	无	120224196204*****

## 3、新增非自然人股东基本情况

### （1）长锋投资

长锋投资的基本情况如下：

企业名称	新余市长锋投资合伙企业（有限合伙）
出资额	10,000 万元
成立时间	2019 年 4 月 19 日
执行事务合伙人	江西长业投资管理有限公司
注册地址	江西省新余市渝水区珠珊镇集镇 109 号
经营范围	企业投资、投资管理、资产管理（不含金融、证券、期货、保险业务） （依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

长锋投资的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额 (万元)	出资比例
1	江西长业投资管理有限公司	普通合伙人	100.00	1.00%
2	江西赣锋锂业股份有限公司	有限合伙人	9,900.00	99.00%

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额 (万元)	出资比例
合计			100,000.00	100.00%

长锋投资的普通合伙人江西长业投资管理有限公司的基本情况如下：

企业名称	江西长业投资管理有限公司
成立时间	2015年4月24日
登记时间	2018年2月11日
登记编号	P1067366
法定代表人	胡腾平
注册资本	1,428.5714万元
注册地址	分宜县工业园区
经营范围	投资管理及咨询服务、企业投资及管理（金融、证券、期货、保险业务除外）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

## （2）力合创投

力合创投的基本情况如下：

企业名称	深圳力合新一代信息技术创业投资合伙企业（有限合伙）
出资额	100,000万元
成立时间	2017年11月22日
备案时间	2018年4月13日
基金编号	SCL409
执行事务合伙人	深圳市力合科创创业投资有限公司
注册地址	深圳市龙华区大浪街道新石社区明浪路3号7楼701室
经营范围	创业项目投资；创业投资咨询

力合创投出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额 (万元)	出资比例
1	深圳市力合科创创业投资有限公司	普通合伙人	1,000.00	1.00%
2	工银（深圳）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	50,000.00	50.00%
3	深圳市龙华新区引导基金投资管理有限公司	有限合伙人	40,000.00	40.00%
4	深圳市引导基金投资有限公司	有限合伙人	9,000.00	9.00%
合计			100,000.00	100.00%

力合创投的普通合伙人深圳市力合科创创业投资有限公司的基本情况如下：

企业名称	深圳市力合科创创业投资有限公司
成立时间	2017年6月21日
登记时间	2017年12月19日
登记编号	P1066368
法定代表人	陈兵洋
注册资本	5,000万元
注册地址	深圳市南山区西丽街道松坪山社区朗山路13号南门西侧清华信息港科研楼12层1201
经营范围	一般经营项目是：创业投资业务；创业投资咨询业务

### （3）金浦文创

金浦文创的基本情况如下：

企业名称	上海金浦文创股权投资基金合伙企业（有限合伙）（曾用名为“苏州金浦昊悦文化产业投资基金合伙企业（有限合伙）”）
出资额	57,100万元
成立时间	2018年4月12日
备案时间	2018年5月18日
基金编号	SCS960
执行事务合伙人	上海金浦鲲文投资管理有限公司
注册地址	上海市闵行区颀桥镇中春路988号第11幢二楼KK1-KK10
经营范围	股权投资，创业投资，产业投资，实业投资及咨询服务

金浦文创的出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额 (万元)	出资比例
1	上海金浦鲲文投资管理有限公司	普通合伙人	100.00	0.18%
2	上海相易企业管理咨询合伙企业 (有限合伙)	普通合伙人	1,000.00	1.75%
3	上海悦达新实业集团有限公司	有限合伙人	20,000.00	35.03%
4	浙江唐德影视股份有限公司	有限合伙人	15,000.00	26.27%
5	上海颀溪企业管理有限公司	有限合伙人	6,000.00	10.51%
6	扬州龙川控股金融投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	8.76%
7	上海市闵行区创新创业投资引导 基金管理中心	有限合伙人	4,000.00	7.01%
8	宁波梅山保税港区普沃文创股权 投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	3,000.00	5.25%
9	苏州国发苏创文化创意投资企业 (有限合伙)	有限合伙人	3,000.00	5.25%
合计			<b>57,100.00</b>	<b>100.00%</b>

金浦文创的普通合伙人上海金浦鲲文投资管理有限公司的基本情况如下：

企业名称	上海金浦鲲文投资管理有限公司
成立时间	2017年8月2日
登记时间	2017年12月19日
登记编号	P1066321
法定代表人	吕厚军
注册资本	1,000万元
注册地址	上海市闵行区颛桥镇联农路229号206、207、208、209、210室
经营范围	投资管理，投资咨询，资产管理，股权投资管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

金浦文创的普通合伙人上海相易企业管理咨询合伙企业（有限合伙）的基本情况如下：

企业名称	上海相易企业管理咨询合伙企业（有限合伙）
成立时间	2017年3月8日
执行事务合伙人	薛峰
出资额	1,000万元
注册地址	上海市崇明区城桥镇秀山路8号3幢三层G区3047室（上海市崇明工业园区）
经营范围	企业管理咨询，商务信息咨询，经济信息咨询，企业形象策划，市场营销策划，财务咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

#### （4）高端装备基金

高端装备基金基本情况如下：

企业名称	陕西高端装备制造产业投资基金合伙企业（有限合伙）
出资额	206,500万元
成立时间	2016年11月11日
备案时间	2017年3月21日
基金编号	SR6032
执行事务合伙人	陕西投资基金管理有限公司
注册地址	西安市高新区锦业路125号半导体产业园203号大楼12层
经营范围	一般经营项目：投资管理、项目投资、投资咨询（不得以公开方式募集资金，仅限以自有资产投资，依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）（上述经营范围涉及许可经营项目的，凭许可证明文件或批准证书在有效期内经营，未经许可不得经营）

高端装备基金出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额 (万元)	出资比例
1	陕西投资基金管理有限公司	普通合伙人	1,500.00	0.73%
2	陕西金融控股集团有限公司	有限合伙人	150,000.00	72.64%
3	陕西绿色发展基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	55,000.00	26.63%
合计			<b>206,500.00</b>	<b>100.00%</b>

高端装备基金的普通合伙人陕西投资基金管理有限公司的基本情况如下：

企业名称	陕西投资基金管理有限公司
成立时间	2015年11月4日
登记时间	2016年9月29日
登记编号	P1034063
法定代表人	张金峰
注册资本	300,000万元
注册地址	西安曲江新区雁翔路3001号华商传媒文化中心2号楼7层
经营范围	产业基金受托管理；资产管理；进行股权、债权投资（仅限以自有资产投资）；投资管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

#### （5）华商广告

华商广告基本情况如下：

企业名称	西安华商广告有限责任公司
注册资本	5,000万元
成立时间	2001年12月9日
法定代表人	聂保刚
实际控制人	华闻传媒投资集团股份有限公司（上市公司）
注册地址	西安市高新区火炬大厦八楼
经营范围	许可经营项目：一般经营项目：国内各类广告设计、制作、代理、发布广告；第一类医疗器械销售、文具用品、家具、珠宝首饰、机械设备、体育用品、工艺品、计算机、软件及辅助设备、电子产品、通讯设备（不含地面卫星接收设备）、日用品、家用电器、建筑材料（不含木材料）、玩具、服装、鞋帽、针纺织品的销售；组织文化艺术交流活动（不含演出）；经济贸易咨询；摄影、扩印服务；翻译服务；会议及展览服务；电脑图文设计、制作；基础软件服务；房屋销售；房屋信息咨询；楼盘销售代理；房地产营销策划；传媒信息业咨询服务、营销管理、营销策划及咨询服务；市场调研；商务信息咨询服务；印刷品设计、制作、印刷品原材料的销售；影视版权交易、大型晚会策划、景观制作、承办展览展示、会务活动。（以上经营范围除国家专控及前置许可项目）

华商广告出资情况如下：

序号	股东	认缴出资额 (万元)	出资比例
1	陕西华商传媒集团有限责任公司	4,000.00	80.00%
2	华闻传媒投资集团股份有限公司	1,000.00	20.00%
合计		<b>5,000.00</b>	<b>100.00%</b>

#### (6) 鑫源投资

鑫源投资基本情况如下：

企业名称	西安鑫源产业投资中心合伙企业（有限合伙）
出资额	63,630 万元
成立时间	2018 年 11 月 30 日
备案时间	2018 年 12 月 27 日
基金编号	SEW150
执行事务合伙人	西安济源投资合伙企业（有限合伙）
基金管理人	西安常青资本管理有限公司
注册地址	陕西省西安市高新区丈八街办沣惠南路 8 号陕鼓动力大楼 108 室
经营范围	投资管理；投资咨询（不得以公开方式募集资金，仅限以自有资产投资）；资产管理（不含金融资产管理及保险资产管理）；企业管理咨询与管理服务；技术咨询；财务咨询（不含代理记账）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

鑫源投资出资情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	出资金额 (万元)	出资比例
1	西安济源投资合伙企业 (有限合伙)	普通合伙人	630.00	0.99%
2	陕西鼓风机（集团）有限公司	有限合伙人	50,000.00	78.58%
3	北京建龙重工集团有限公司	有限合伙人	10,000.00	15.72%
4	联想控股股份有限公司	有限合伙人	3,000.00	4.71%
合计			<b>63,630.00</b>	<b>100.00%</b>

鑫源投资的普通合伙人西安济源投资合伙企业(有限合伙)的基本情况如下：

企业名称	西安济源投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2018 年 11 月 19 日
注册资本	1,000 万元
执行事务合伙人	西安常青资本管理有限公司
注册地址	陕西省西安市高新区丈八街办沣惠南路 8 号 108 室

经营范围	投资管理；股权投资、投资咨询（不得以公开方式募集资金，仅限以自有资产投资）；企业管理咨询与管理服务；能源技术咨询；财务咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
------	--

### （7）华睿投资

华睿投资基本情况如下：

企业名称	厦门华睿投资管理有限公司
注册资本	20,000 万元
成立时间	2005 年 1 月 28 日
法定代表人	胡亚明
实际控制人	胡亚明
注册地址	厦门市思明区湖滨北路 10 号新港广场九层 C 座 01-03 室
经营范围	1、资产管理、投资管理；2、投资咨询、商务信息咨询（以上经营范围法律、法规另有规定除外）；3、建筑工程技术咨询。

华睿投资出资情况如下：

序号	股东	认缴出资额（万元）	出资比例
1	胡亚明	20,000.00	100.00%
	合计	20,000.00	100.00%

### （六）本次发行前各股东间的关联关系

本次发行前股东之间的关联关系如下表所示。除此以外，各股东间不存在其他关联关系。

序号	股东	持股数量（股）	持股比例	关联关系
1	邹小武	119,627,005	30.1796%	（1）邹小武系宁波众点之普通合伙人，持有宁波众点 9.27% 财产份额； （2）孙凤正系宁波众点之有限合伙人和宁波恒盛之普通合伙人，持有宁波众点 86.89% 财产份额与宁波恒盛 0.20% 财产份额； （3）王向阳系宁波众点和宁波恒盛之有限合伙人，持有宁波众点 3.84% 财产份额与宁波恒盛 99.80% 财产份额
2	宁波众点	35,910,000	9.0594%	
3	宁波恒盛	22,199,414	5.6005%	
4	王向阳	13,324,890	3.3616%	
5	孙凤正	13,324,890	3.3616%	
6	王向阳	13,324,890	3.3616%	王向阳为陈文凯配偶之弟
7	陈文凯	1,772,000	0.4470%	
8	通宸投资	10,382,840	2.6194%	执行事务合伙人均为中银国际控股有限公司控制的企业
9	博创投资	3,682,879	0.9291%	

序号	股东	持股数量 (股)	持股比例	关联关系
10	华文创投	8,545,550	2.1559%	执行事务合伙人均为国信弘盛创业投资有限公司控制的企业
11	国信投资	4,272,775	1.0779%	
12	袁晓强	6,666,700	1.6819%	均为上市公司厦门吉宏科技股份有限公司的股东
13	庄浩	5,467,800	1.3794%	
14	金润悦	4,525,000	1.1416%	
15	杭州基石	4,585,285	1.1568%	执行事务合伙人均为基石资产管理股份有限公司控制的企业
16	济宁基石	3,960,265	0.9991%	
17	晨溪投资	4,276,620	1.0789%	执行事务合伙人均为上海和颐资产管理有限公司
18	东正投资	1,424,110	0.3593%	
19	驰骤投资	2,999,500	0.7567%	驰骤投资执行事务合伙人为厦门坚果投资管理有限公司，坚果兄弟执行事务合伙人为厦门坚果兄弟投资管理有限公司，厦门坚果投资管理有限公司为厦门坚果兄弟投资管理有限公司的股东
20	坚果兄弟	712,120	0.1797%	
21	陕文投公司	2,563,660	0.6468%	陕文投公司的全资子公司陕西文化基金投资管理有限公司为陕文投基金的执行事务合伙人
22	陕文投基金	1,709,105	0.4312%	
23	谷仓创投	1,950,000	0.4919%	执行事务合伙人均为深圳谷仓投资管理有限公司
24	谷仓健行	1,000,000	0.2523%	
25	无锡泓石	1,080,000	0.2725%	执行事务合伙人均为北京泓石资本管理股份有限公司
26	台州泓石	750,000	0.1892%	
27	珠海瑞信	675,000	0.1703%	执行事务合伙人均为广东瑞信投资有限公司
28	佛山瑞信	325,000	0.0820%	
29	朗玛一号	625,000	0.1577%	执行事务合伙人均为朗玛峰创业投资有限公司
30	朗玛四号	375,000	0.0946%	
31	弘湾资本	1,860,000	0.4692%	柴培深为弘湾资本的在职员工，是弘湾资本投资易点天下项目的投资经理
32	柴培深	20,000	0.0050%	
33	千鑫投资	426,913	0.1077%	王平、王其荣、莫懿、高淑芹原为千鑫投资的合伙人，已于2020年2月退伙
34	王平	53,812	0.0136%	
35	王其荣	35,875	0.0091%	
36	莫懿	35,875	0.0091%	
37	高淑芹	21,525	0.0054%	

## （七）发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

报告期内，公司不存在对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工

实行的股权激励及其他制度安排。

## 八、委托持股情况

### （一）委托持股的形成及其演变

#### 1、孙凤正与王向阳之间委托持股的形成

2016年4月7日，孙凤正和王向阳共同设立宁波众点<sup>1</sup>和宁波恒盛<sup>2</sup>。该两家合伙企业均为二人为持有发行人股份而设立的持股平台，考虑税务筹划的原因，设立时其工商登记的合伙人及其出资情况均为孙凤正持股 0.20%作为普通合伙人，王向阳持股 99.80%作为有限合伙人。

#### 2、邹小武相关委托持股的形成

2016年5月10日，驰骤投资将 333,000 股公司股份以 9.5 元/股价格转让给宁波恒盛；2016年5月11日，金星创投将 333,000 股公司股份以 9.5 元/股价格转让给宁波恒盛。

根据驰骤投资、金星创投的确认，驰骤投资和金星创投转让给宁波恒盛的股份实际是作为投资人对易点天下实际控制人邹小武的股权激励，转让价格按照驰骤投资、金星创投的持股成本确定。由于宁波恒盛注册地有税收优惠政策，因此邹小武安排宁波恒盛代持，即宁波恒盛名下持有的发行人股份 666,000 股系代邹小武持有。

#### 3、委托持股的实际情况

上述委托持股还原前，宁波众点和宁波恒盛的名义持有人情况如下：

宁波众点		宁波恒盛	
名义持有人	财产份额	名义持有人	财产份额
孙凤正	0.02%	孙凤正	0.02%
王向阳	99.80%	王向阳	99.80%
合计	100.00%	合计	100.00%

宁波众点和宁波恒盛的实际持有人情况如下：

<sup>1</sup> 新干县金达投资管理中心（有限合伙），后迁址至宁波并更名为“宁波众点股权投资合伙企业（有限合伙）”，以下统称“宁波众点”。

<sup>2</sup> 新干县博利投资管理中心（有限合伙），后迁址至宁波并更名为“宁波恒盛博利股权投资合伙企业（有限合伙）”，以下统称“宁波恒盛”。

宁波众点			宁波恒盛			合计持有 发行人 股数
实际 持有人	财产份额	折合发行 人股数	实际 持有人	财产份额	折合发行 人股数	
孙凤正	50.00%	17,955,000	孙凤正	44.44%	13,305,000	31,260,000
王向阳	50.00%	17,955,000	王向阳	44.44%	13,305,000	31,260,000
-	-	-	邹小武	11.12%	3,330,000	3,330,000
<b>合计</b>	<b>100.00%</b>	<b>35,910,000</b>	<b>合计</b>	<b>100.00%</b>	<b>29,940,000</b>	<b>65,850,000</b>

如上所示，在委托持股关系调整前，宁波众点和宁波恒盛均存在实际持有人与名义持有人不一致的情况。

#### 4、委托持股的变化

经邹小武、王向阳、孙凤正、宁波恒盛各方协商同意，在保持各方权益不变的前提下，从简便的角度考虑，一致同意保持宁波恒盛出资结构不变，对宁波众点出资结构进行调整，使调整后各方间接持有的发行人股份数与实际情况一致。

委托持股关系调整后，宁波众点和宁波恒盛的实际持有人情况如下：

宁波众点			宁波恒盛			合计持有 发行人 股数
持有人	财产份额	折合发行 人股数	持有人	财产份额	折合发行 人股数	
孙凤正	86.89%	31,200,120	孙凤正	0.20%	59,880	31,260,000
王向阳	3.84%	1,379,880	王向阳	99.80%	29,880,120	31,260,000
邹小武	9.27%	3,330,000	-	-	-	3,330,000
<b>合计</b>	<b>100.00%</b>	<b>35,910,000</b>	<b>合计</b>	<b>100.00%</b>	<b>29,940,000</b>	<b>65,850,000</b>

注：此时宁波众点的名义持有人及名义持有份额尚未改变，依然为孙凤正持股 0.20%作为普通合伙人，王向阳持股 99.80%作为有限合伙人。

#### （二）委托持股关系的解除

2020年3月6日，王向阳分别与邹小武、孙凤正签署了《解除委托持股协议》，约定王向阳将其受托持有的宁波众点出资份额转让给实际出资者，解除委托持股关系，即王向阳将宁波众点 278.10 万元出资额转让给邹小武、将宁波众点 2,600.70 万元出资额转让给孙凤正。

上述股权代持还原完成后，宁波众点合伙人及出资情况与合伙人实际拥有的情况一致，具体如下：

合伙人	出资额（万元）	财产份额	对应发行人股份数量（股）
邹小武	278.10	9.27%	3,330,000
孙凤正	2,606.70	86.89%	31,200,120
王向阳	115.20	3.84%	1,379,880
<b>合计</b>	<b>3,000.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>35,910,000</b>

2020年4月1日，宁波众点已就上述股权还原事宜办理完成了工商变更登记手续。

上述委托持股关系的形成、存续及解除不存在纠纷或潜在纠纷。除上述委托持股情况外，公司自成立以来不存在其他股权代持的情形。

## 九、公司员工情况

报告期各期末，公司员工人数分别为434人、460人和445人。具体构成如下：

项目	结构	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		人数(人)	比例	人数(人)	比例	人数(人)	比例
按专业划分	管理人员	105	23.60%	104	22.61%	114	26.27%
	设计人员	26	5.84%	47	10.22%	31	7.14%
	销售人员	49	11.01%	76	16.52%	77	17.74%
	研发人员	108	24.27%	99	21.52%	92	21.20%
	运营人员	157	35.28%	134	29.13%	120	27.65%
	<b>合计</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>	<b>460</b>	<b>100%</b>	<b>434</b>	<b>100%</b>
按学历划分	硕士及以上	78	17.53%	71	15.43%	65	14.98%
	本科	329	73.93%	348	75.65%	328	75.58%
	大专	31	6.97%	31	6.74%	31	7.14%
	中专及以下	7	1.57%	10	2.17%	10	2.30%
	<b>合计</b>	<b>445</b>	<b>100%</b>	<b>460</b>	<b>100%</b>	<b>434</b>	<b>100%</b>
按年龄划分	25岁以下	35	7.87%	74	17.05%	69	15.00%
	25-35岁	368	82.70%	319	73.50%	353	76.74%
	36-45岁	37	8.31%	27	6.22%	31	6.74%
	45岁以上	5	1.12%	14	3.23%	7	1.52%

项目	结构	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
		人数(人)	比例	人数(人)	比例	人数(人)	比例
	合计	445	100%	460	100%	434	100%

报告期内，公司为员工缴纳社保和住房公积金的情况具体如下：

(1) 公司社会保险的总体缴纳情况

报告期各期末，公司缴纳社会保险的人数及占比情况如下：

时间	员工数量 (人)	缴纳人数 (人)	缴纳人数 占比	未缴纳社会保 险人数(人)	未缴原因
2019 年末	445	434	97.53%	11	10 人为新入职员工，1 人为在其他公司缴纳社保
2018 年末	460	456	99.13%	4	3 人为新入职员工，1 人为在其他公司缴纳社保
2017 年末	434	421	97.00%	13	12 人为新入职员工，1 人为在其他公司缴纳社保

(2) 公司住房公积金的总体缴纳情况

报告期各期末，公司住房公积金的缴纳人数及占比情况如下：

时间	员工数量 (人)	缴纳人数 (人)	缴纳人 数占比	未缴纳公积金 人数(人)	未缴原因
2019 年末	445	435	97.75%	10	10 人为新入职员工
2018 年末	460	457	99.35%	3	3 人为新入职员工
2017 年末	434	422	97.24%	12	12 人为新入职员工

## 十、公司、公司的股东、实际控制人、公司的董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施

### (一) 关于流通限制及自愿锁定的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、关于流通限制及自愿锁定的承诺”。

### (二) 关于持股及减持意向的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“二、关于持股及减持意向的承诺”。

### （三）关于被摊薄即期回报填补措施的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于被摊薄即期回报填补措施的承诺”。

### （四）稳定股价及股份回购的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“六、关于稳定股价及股份回购的承诺”。

### （五）依法承担赔偿责任或者补偿责任的承诺

详见本招股说明书“重大事项提示”之“七、关于招股说明书没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺”。

### （六）避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人邹小武出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）避免同业竞争的承诺”。

### （七）规范关联交易的承诺

为进一步规范和减少关联交易，公司控股股东、实际控制人邹小武承诺如下：

“本人已按照证券监管法律、法规以及规范性文件的要求对发行人的关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。本人以及本人控制的其他企业与发行人及其控制的企业之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。”

本人在作为发行人股东期间，本人及本人控制的企业将尽量避免与发行人及其控制的企业之间产生关联交易，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。本人将严格遵守发行人《公司章程》及《关联交易管理办法》等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过发行人的经营决策

权损害发行人及其他股东的合法权益。本人承诺不利用发行人的实际控制人、控股股东地位，损害发行人及其他股东的合法利益。”

公司直接持股 5%以上股东宁波恒盛和宁波众点、直接及间接合计持股 5%以上股东孙凤正和王向阳作出如下承诺：

“本企业/本人作为易点天下网络科技股份有限公司（以下简称“发行人”）的股东，为保护公司及股东的利益，现就减少及规范与发行人及其控制的企业的相关交易事项，特此承诺如下：

本企业/本人已按照证券监管法律、法规以及规范性文件的要求对发行人的关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。本企业/本人以及本企业/本人控制的企业与发行人及其控制的企业之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

本企业/本人在作为公司股东期间，本企业/本人及本企业/本人控制的企业将尽量避免与发行人及其控制的企业之间产生关联交易，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。本企业/本人将严格遵守发行人《公司章程》及《关联交易管理办法》等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。本企业/本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过发行人的经营决策权损害发行人及其他股东的合法权益。本企业/本人承诺不利用发行人关联方地位，损害发行人及其他股东的合法利益。”

公司董事、监事、高级管理人员作出如下承诺：

“本人已按照证券监管法律、法规以及规范性文件的要求对发行人的关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。本人以及本人控制的企业与发行人及其控制的企业之间不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

本人在作为公司关联方期间，本人及本人控制的企业将尽量避免与发行人及其控制的企业之间产生关联交易，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按

照市场公认的合理价格确定。本人将严格遵守发行人《公司章程》及《关联交易管理办法》等规范性文件中关于关联交易事项的回避规定，所涉及的关联交易均将按照规定的决策程序进行，并将履行合法程序，及时对关联交易事项进行信息披露。本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会通过发行人的经营决策权损害发行人及其他股东的合法权益。本人承诺不利用发行人关联方地位，损害发行人及其他股东的合法利益。”

## （八）关于补缴社会保险及住房公积金的承诺

公司实际控制人出具了《关于补缴社会保险及住房公积金的承诺函》，承诺：

“1、如因政策调整或应相关主管部门要求或决定，公司及其子公司的员工社会保险及住房公积金出现需要补缴之情形，或易点天下及其子公司因未为员工缴纳社会保险和住房公积金而承担任何罚款或损失的情形，本人将无条件以现金全额承担公司应补缴的员工社会保险及住房公积金以及因此所产生的滞纳金、罚款等相关费用，并补偿公司因此产生的全部损失。

2、如本人违反上述承诺，则易点天下有权依据本承诺函扣留本人从易点天下获取的工资、奖金、补贴、股票分红等收入，用以承担本人承诺承担的社会保险和住房公积金兜底责任和义务，并用以补偿易点天下及其子公司因此而遭受的损失。”

## （九）关于承诺履行的约束措施

详见本招股说明书“重大事项提示”之“八、关于未能履行承诺约束措施的承诺”。

## 第六节 业务和技术

### 一、发行人的主营业务及主要服务

#### （一）发行人的主营业务

公司作为企业国际化智能营销服务商，致力于为客户提供全球营销推广服务，帮助其高效地获取用户、提升品牌知名度、实现商业化变现。目前，公司的主营业务包括效果广告服务、品牌广告服务以及头部媒体账户管理服务。



报告期内，公司坚持“技术驱动发展”的战略定位，掌握了大数据、机器学习和人工智能算法等前沿互联网广告技术。在我国“一带一路”倡议的背景下，公司凭借深厚的行业积累以及技术优势，为跨境电商、工具应用和游戏等各行业 2,000 余家广告主客户提供了全面、专业的出海营销解决方案，助力企业快速实现国际化布局，也为中国企业践行“走出去”的发展战略添砖加瓦。

凭借优质的服务能力与良好的行业口碑，公司积累了多元的互联网媒体资源以及优质的广告主客户资源。在互联网媒体资源方面，公司与 Google、Facebook、Twitter、字节跳动、Pinterest 等媒体或其代理商建立了稳定的合作关系；在广告主客户方面，公司赢得了阿里巴巴、腾讯、网易、字节跳动、快手、爱奇艺等知名企业的信赖。同时，公司的效果广告服务积累了丰富的业务实践经验，累计实现应用安装、用户注册、商品销售等商业效果转化超过 5 亿次，覆盖独立设备超过 70 亿台，遍及全球 238 个国家和地区，单日最高有效转化达到百万量级。

公司的服务能力及技术水平也获得了众多政府部门和行业组织的认可，先后获得了电子信息行业联合会“2019年中国软件和信息技术服务百强企业”“2019年电子信息行业‘一带一路’百项案例”，以及商务部服务贸易和商贸服务业司“国家文化出口重点企业与项目名单”等荣誉。

## （二）发行人的主要服务

公司秉持“科技让世界变得更平”的愿景，坚持践行“技术驱动发展”的战略，开展效果广告服务、品牌广告服务和头部媒体账户管理服务的主营业务。其中，效果广告服务是公司的核心业务，是报告期内公司营业收入的主要构成部分；品牌广告服务和头部媒体账户管理服务是效果广告服务的有效补充，共同构成公司一站式、全方位的综合营销服务体系。

### 1、效果广告服务

效果广告是指广告主根据广告所实现的商业效果与互联网媒体或互联网广告服务商进行结算的广告类型，常用的商业效果包括 APP 下载、APP 安装、用户注册、商品购买等，可以归纳为按 CPA 模式结算。

公司为各行业广告主提供全球化的效果广告服务。通过智能化的业务系统平台，公司帮助广告主制定投放决策，在头部媒体、中长尾媒体以及其他渠道之间合理地分配广告预算、高效地采买用户流量，以实现广告主理想的商业效果目标。

典型的互联网广告流程由广告展示开始，经过用户点击，最终实现广告主理想的商业效果转化，部分头部媒体通常按照广告展示次数（即 CPM 模式）或广告点击次数（即 CPC 模式）与广告主进行结算，而通过公司提供的效果广告服务，广告主按照 CPA 模式与公司就产生有效商业效果的广告投放进行结算，无需为未实现有效商业效果转化的展示或点击支付费用，规避了广告展示到商业效果转化（即 CPM 模式到 CPA 模式）之间的风险，提升了营销投入到商业产出之间的确定性。



根据媒体业务规模、广告投放机制、用户流量特征等因素，公司的效果广告服务可以进一步划分为头部媒体效果营销服务以及中长尾媒体效果营销服务。

### （1）头部媒体效果营销服务

在互联网行业中，Google、Facebook、Twitter、字节跳动、Pinterest 等头部媒体聚集了大量用户，具有较高的商业价值。由于其成熟的商业化机制以及较大的业务规模，头部媒体通常提供自助式广告管理平台，由广告主或广告服务商自主操作，进行用户流量采买以及后续的管理优化。此外，头部媒体用户规模大、数据维度完善且透明度较高，在产业链中具有较强的话语权，普遍采用 CPM 模式或 CPC 模式与广告主结算，由广告主自行承担由广告展示、广告点击到最终商业转化的风险。

公司致力于帮助广告主客户在头部媒体上进行高效的营销推广，具体服务内容主要包括广告主商业目标规划、数据采集及分析和广告创建与投放等。

#### 1) 广告主商业目标规划

公司始终将广告主的实际营销需求作为效果广告服务的核心效果衡量标准，例如移动应用广告主要求用户下载并安装其产品、电商广告主要求消费者购买商品、游戏广告主要求用户消费充值等。通过分析广告主的营销需求与其产品特性，公司选取合理的商业目标并规划可行的广告预算，确保执行的投放决策能够为广告主创造最大的商业价值。同时，公司持续围绕商业效果目标，并结合投放效果实时反馈数据，对既定的投放决策进行动态调整更新。

此外，对于创业初期尚不具备营销能力的广告主客户，以及开拓新市场、推

广新产品的广告主客户，公司凭借在细分领域的数据与经验积累，帮助其选取和设定符合市场规律及产品特点的商业效果目标，为后续的营销推广提供方向性的规划与建议。

## 2) 数据采集及分析

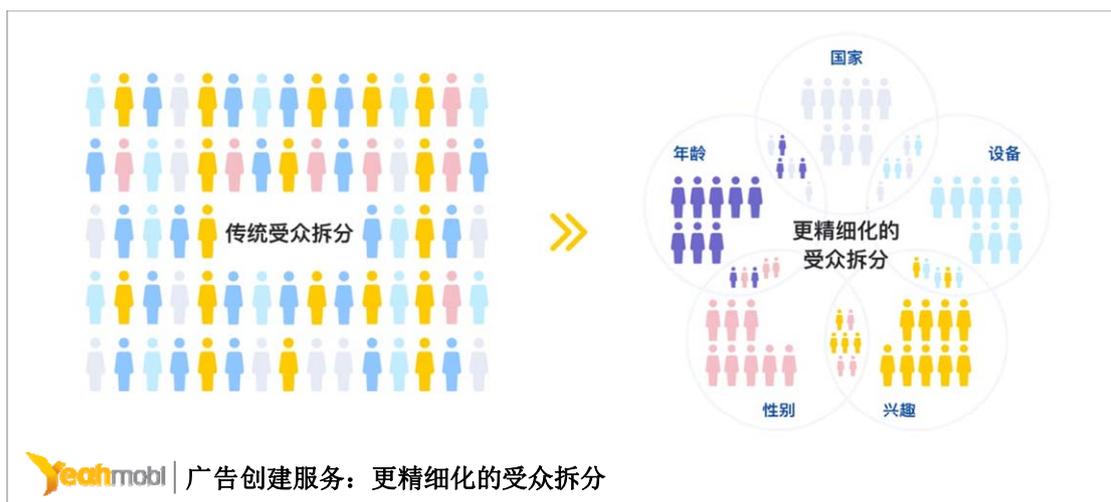
在头部媒体效果营销服务中，公司为广告主提供定制化、可视化的数据分析报告，帮助广告主全面深入地剖析广告营销活动的开展情况，同时为广告主及时调整市场营销策略以及优化产品特性提供数据视角的决策依据。通过 API 采集、SDK 接入等数据采集工具，公司覆盖了广告投放、效果转化、用户行为等各环节、多维度的数据资源。

具体而言，数据采集及服务可以进一步划分为“商业洞察服务”和“定制报表服务”。其中，商业洞察服务主要在宏观上进行方向性和趋势性的研究分析，例如帮助跨境电商客户预测热门销售品类及销售地域；定制报表服务则输出更为全面详细的数据报表，从各数据维度进行关联性分析并进行可视化呈现，例如为跨境电商广告主客户定制涵盖销售地区、用户设备、消费者年龄段等指标的数据分析报告。

## 3) 广告创建与投放

根据广告主的商业效果目标，公司在头部媒体广告系统中创建广告请求并采用用户流量，提供广告创建、创意自动化以及智能优化等服务。

广告创建服务是指通过多创意、多定位的交叉算法，在头部媒体广告平台上为广告主选取最优的目标受众组合。公司智能业务系统具备维度拆分和交叉组合的能力，能够根据性别、年龄、地区、职业等维度进行更细颗粒度的广告主受众拆分，提高了广告定位与用户画像的准确度，实现了精细化广告管理。同时，细化的广告受众拆分为投放过程中的优化服务提供了详尽的数据资源支持以及灵活的操作空间，使得优化服务能够在更精准的用户受众群体层面开展。



创意自动化服务是指将广告主产品素材图片按照投放时间、投放地区、投放语言、媒体版位、广告尺寸、受众性别、受众年龄等指标，批量地制作成个性化的广告素材，实现“千人千面”的广告投放。特别对于跨境电商广告主，其商品种类繁多、推广地域广泛、受众偏好各异，创意自动化服务显著地优化了其广告投放流程，同时实现了广告素材与广告受众的精准匹配。具体而言，通过应用图像识别、视频模板引擎等技术，公司智能业务系统将产品图片生成图片或视频等广告素材，并通过 API 接口传输至头部媒体广告管理平台，一方面提供了高效、专业的创意制作能力，批量生成广告创意，另一方面通过分析不同创意的效果反馈，为后续创意制作提供参考，持续提升优化广告投放效果。



智能优化服务是指公司为广告主客户提供的全天候广告投放效果监控以及实时投放决策调整。在广告投放初期，由于数据积累尚不足以支持智能算法的有效训练学习，公司通过积累的规则算法实时监控广告投放效果，辅助广告运营人员调整投放决策，减少广告预算的无效浪费。在广告投放中后期，由于高精度度

的用户受众拆分，以及大量个性化的广告创意组合，通常情况下需要管理的营销活动数量巨大，较难通过人工完成运维管理。对此，公司通过数据建模与机器学习，智能化地制定并调整广告投放决策，实现广告投放动态调整优化。

为了实现上述头部媒体效果营销服务，公司自主研发了 TopMedia CMP 系统和 YeahTargeter 系统等智能化的业务平台，其通过 API 端口对接 Google 和 Facebook 等头部媒体的广告管理平台，提高了广告推广效率，同时降低了运营人员投入成本。TopMedia CMP 系统、YeahTargeter 系统的功能介绍参见本节之“八、研发和核心技术情况”之“（二）核心技术情况”之“2、公司核心业务系统”。

## （2）中长尾媒体效果营销服务

中长尾媒体是指除头部媒体以外的其他中小型互联网媒体，其特点包括：1）数量众多，但单个媒体的用户数量较小，且各媒体间用户的兴趣偏好、消费能力等特征差异较大；2）不同媒体的广告样式及投放机制差异较大；3）由于垂直领域更为细分，部分媒体用户对于特定广告主具有较高的商业价值；4）部分媒体不具备用户数据分析和用户画像的能力，且存在无效用户流量，市场透明度低于头部媒体。

此外，在中长尾媒体上投放广告时，广告主面临接入成本较高、目标用户分散以及虚假流量等问题，因此广告主通常选择通过广告服务商采购中长尾媒体用户流量。同时，同样由于对接广告主的成本较高，中长尾媒体也通过广告服务商实现商业化变现。

在中长尾媒体效果营销服务中，公司通过 SDK、API 等方式聚合大量中长尾媒体用户流量，帮助广告主分配广告预算、选取目标受众、制定广告投放决策并采买用户流量。公司在广告投放运营、广告分发及效果数据追踪、媒体流量接入以及反作弊等业务环节的服务内容介绍如下：

### 1) 广告投放运营

通过分析广告主所处细分行业、营销地区、目标受众等因素，公司帮助广告主筛选匹配的中长尾媒体并制定相应的广告投放方案。具体而言，类似于头部媒体效果营销服务，在广告投放初期，通过对点击率、转化率以及各项转化后用户

行为指标进行分析建模，公司生成全面的数据报告，为广告运营人员调整广告投放决策提供数据支持；在广告投放的中后期，通过基于历史经验数据、广告行为数据、效果反馈数据的分析建模，公司提供预算分配、单价预测、质量监控等自动化广告投放服务。

此外，公司还会根据效果反馈数据，动态调整投放渠道、预算投入和广告出价等业务指标，改善了广告管理效率，减少了人工投放运营滞后引发的预算浪费。

## 2) 广告分发及效果数据追踪

广告分发是指将广告内容展示给特定的目标受众，也是实现商业效果目标的先决条件。在互联网广告行业中，广告分发强调内容传输的准确性和时效性，以保证用户点击广告后立即跳转至广告主的应用下载或商品介绍等目标页面。



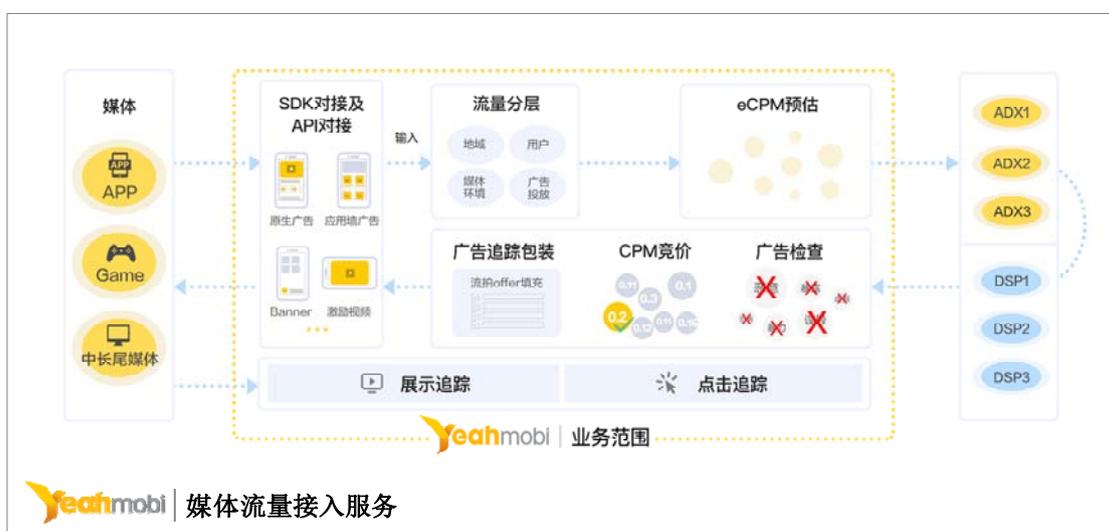
依托全球部署的基于云服务的分布式架构，并应用 Anycast、智能 DNS 路由等多种技术手段，公司在中长尾媒体领域实现了高性能、低时延的广告分发。在承载性能方面，公司业务系统可支持百亿级的数据流量，能够适应全球各地区、各时区互联网广告市场日常波动，同时满足移动应用类广告主在产品推广期，以及跨境电商广告主在“黑色星期五”“双十一”等销售旺季的爆发性的营销需求；在投放时延方面，公司能够在毫秒级别内完成全球范围内的广告投放和数据收集，维持了广告传输效率与广告主产品用户体验之间的平衡。

此外，基于分布式的系统架构，公司中长尾媒体效果营销服务实现了展示、点击、转化等全链路事件的数据追踪，并进行实时的数据处理，提升了营销归因

的准确度和及时性，一方面为广告主核算有效转化提供了可靠的结算依据，另一方面也为业务系统的自动化运营提供了丰富的数据支持。

### 3) 媒体流量接入

为了覆盖中长尾媒体市场碎片化分布的用户流量，公司自主研发了 Yeah-Mediator 系统，提供 SDK 和 API 等多种流量接入方案，连接移动应用、游戏等中长尾互联网媒体。同时，公司的 Yeah-Mediator 系统预制丰富的常规广告样式，例如原生广告、应用墙广告、激励视频等，以及针对特定需求及媒体属性的定制广告样式，为互联网媒体提供一站式的商业化变现解决方案。



公司 Yeah-Mediator 系统在深度分析投放地域、用户属性以及媒体环境等因素的基础上，预估点击率和转化率等核心参数，并通过对各个广告交易市场以及 DSP 中数量庞大的广告进行筛查、排序，最终选择最高 eCPM 的广告进行投放展示。同时，根据投放过程中的实时效果数据反馈，公司 Yeah-Mediator 系统会动态调整点击率及转化率的预估模型，持续优化预测结果的精准度，显著地提升了中长尾媒体的填充率与变现收益。

Yeah-Mediator 系统的详细介绍参见本节之“八、研发和核心技术情况”之“（二）核心技术情况”之“2、公司核心业务系统”。

### 4) 反作弊

为了避免部分无效或虚假用户流量造成的广告预算浪费，公司中长尾媒体效果营销业务系统通过对渠道特征、用户行为、转化情况等 20 余个维度的指标进

行综合分析，同时参考广告运营人员的人工标注，建立了流量质量评定模型。通过对海量用户点击行为的实时分析和过滤，公司有效地屏蔽了广告作弊流量，营造了质量更好、透明度更高的中长尾媒体广告市场环境。

为了实现上述服务，公司自主研发了 Yeah-CMP 系统，目前已经完成了三代版本的技术迭代，其最新版本全面引入人工智能算法，进一步提升了自动化运营能力。该系统的详细介绍参见本节之“八、研发和核心技术情况”之“（二）核心技术情况”之“2、公司核心业务系统”。

## **2、品牌广告服务**

公司品牌广告服务旨在通过新颖的创意以及广泛的传播将广告主的品牌理念传达至受众，达到树立品牌形象、提升品牌知名度的目的，主要服务内容包括创意策略服务、公共关系服务、媒体投放服务以及活动执行服务。通过多年开展效果广告服务的业务积累，公司建立了对海外营销市场的深入理解，储备了日本、韩国、德国等国家和地区的本地化营销经验，为品牌广告业务的开拓打下了坚实的基础。

目前，公司品牌广告服务的具体内容如下：

### **1) 创意策略服务**

公司为广告主提供整体营销策略规划及品牌形象设计方案。基于公司积累的丰富的线上营销经验以及对海外市场用户的理解，公司为广告主制定符合产品特征及推广需求的品牌策略，并提供匹配海外市场环境的品牌建设、推广战略制定、媒体选择等服务。通过定制化的综合品牌营销推广方案，公司帮助出海企业快速地适应海外市场复杂的竞争环境，高效地完成全球市场布局。

### **2) 公共关系服务**

公共关系服务是指为客户品牌建立良好的公共关系，促进公众对广告主品牌的认知、理解及支持，达到树立良好品牌形象、促进商品销售等目的。通过对客户产品及推广需求的分析，公司为客户制定传播周期策略，在新品发布、品牌活动、重要会议等宣传窗口期提供多样的公共关系服务，塑造广告主良好的品牌形象。

### 3) 媒体投放服务

公司为客户提供广告投放服务，覆盖媒体类型包括线下传统媒体，例如电视广告、广播广告、纸媒广告、户外广告等；以及线上新媒体广告，例如网站内广告、移动应用内广告、社交媒体广告等。公司拥有全球多个国家和地区的媒体资源，通过对受众总量、有效受众、受众特征、地域特征、广告单位成本、广告时段分析等综合评估，制定最优的品牌广告投放方案。

### 4) 活动执行服务

公司为品牌广告客户提供组织筹划会议、论坛、宣传、促销等营销活动，充分利用社交平台或线下场地资源，策划各类主题营销活动，服务范围包括视觉设计、活动流程及内容设计、场地租赁及搭建、媒体邀请、活动执行、报道宣传等。

### 3、头部媒体账户管理服务

头部媒体账户管理服务系公司为广告主在头部媒体广告管理平台中开设账户并进行充值、账户运营、异常情况处理的管理运维服务，由广告主根据自身产品特性及营销目标自主地制定投放决策并进行广告投放。

头部媒体账户管理服务与效果广告服务在业务实质上存在差异。在头部媒体账户管理服务中，由广告主自行规划广告预算、制定投放决策并进行广告投放，公司提供开设账户、充值、异常情况处理等基础账户运营服务，同时，广告主按照 CPM 模式或 CPC 模式通过公司向头部媒体支付广告投放产生的成本费用。在效果广告中，通过智能化业务系统，公司为广告主制定广告决策、采用用户流量、优化调整广告决策等，并承担相应的由广告展示到有效效果转化之间的风险，广告主按照 CPA 模式与公司结算投放费用。

公司头部媒体账户管理服务与效果广告服务的模式及特征的对比如下：

项目	头部媒体账户管理服务	效果广告服务
广告主	电商企业、移动应用开发者、游戏公司等	
广告内容	电商产品、移动应用、游戏产品等	
投放目的	电商产品销售、移动应用下载、游戏获客等	
定价机制	头部媒体按展示或点击与广告主进行定价，即 CPM 模式或 CPC 模式	公司按效果与广告主进行定价，即 CPA 模式
流量类型	主要为头部媒体用户流量	头部媒体以及中长尾媒体用户流量

项目	头部媒体账户管理服务	效果广告服务
决策制定及投放执行	广告主自行制定投放决策	公司制定投放决策

### （三）主营业务收入构成

报告期各期，公司按业务类型分类的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
效果广告服务	243,027.52	97.52%	191,759.66	96.93%	178,871.87	99.41%
品牌广告服务	3,922.24	1.57%	4,336.92	2.19%	-	-
头部媒体账户管理服务	2,260.90	0.91%	1,745.23	0.88%	1,053.03	0.59%
合计	249,210.66	100.00%	197,841.81	100.00%	179,924.90	100.00%

### （四）主要经营模式

#### 1、服务模式

##### （1）效果广告服务

##### 1) 业务模式

公司效果广告服务帮助广告主客户制定广告决策并进行互联网广告投放。通过智能化的业务系统，公司效果广告服务提升了广告投放效率、优化了广告投放效果，也为广告主承担了由广告展示至有效转化之间的不确定风险。该服务中，公司按照广告投放产生的实际商业效果向广告主收取费用，常用于结算的商业效果包括按下载、安装、注册、购买等，可以归纳为按 CPA 模式结算。

广告主通过邮件或系统填报的方式告知公司其商业效果要求，经双方确认后，公司进行广告投放，在头部媒体、中长尾媒体及其他互联网渠道中采买用户流量。投放结束后，双方依据约定的商业效果的实现情况按照合同约定的模式进行结算。

##### 2) 盈利模式

报告期内，公司效果广告服务盈利的主要来源为互联网效果营销服务的营业收入与支付给互联网媒体的成本及相关费用之间的差额。公司通过长期的经验积

累，不断优化投放策略，加强成本管理，增加覆盖的媒体和广告主范围，不断提升自身竞争力和盈利能力。

公司效果广告服务主要面向移动应用开发者、跨境电商等互联网广告主客户，通常情况下按照 CPA 模式向广告主收费。公司效果广告服务销售收入计算方式及数据来源详见本节之“一、（四）主要经营模式”之“3、销售模式”之“（4）销售收入计算方式及数据来源”。

与此同时，作为全球性的企业国际化智能营销服务商，公司制定广告投放预算及投放策略，在头部媒体、中长尾媒体以及其他互联网渠道上进行广告投放，公司按照 CPM 模式或 CPC 模式向头部媒体支付用户流量采购成本，按照 CPA 模式或 CPM 模式向中长尾媒体支付用户流量采购成本。公司效果广告服务的采购成本计算方式及数据来源详见本节之“一、（四）主要经营模式”之“2、采购模式”之“（4）采购成本计算方式及数据来源”。

## **（2）品牌广告服务**

### **1）业务模式**

公司品牌广告服务根据广告主营销需求和预算制定综合性的营销策略，并与广告主协商沟通后确认最终的营销推广方案，并开始进行品牌广告的营销推广。在营销活动结束后，双方依据事先合同中约定的效果指标的完成情况进行结算。

### **2）盈利模式**

报告期内，公司品牌广告服务的盈利的主要来源为开展相关推广服务的营业收入与支付给各类媒体及其他供应商的成本费用之间的差额。

对于品牌广告中提供的互联网广告投放服务，公司一般按照 CPM 模式收费。通常情况下，公司结合广告主的营销需求、广告预算、目标受众等信息，与广告主协商确定投放媒体、投放形式、投放位置及投放时段，并进行广告投放，投放完成后公司按照合同约定向媒体支付成本费用。对于品牌广告中其他线下推广服务，公司按照协议约定为广告主提供相应服务并收取费用，同时采购其他线下营销推广物料及服务并支付成本费用。

### （3）头部媒体账户管理服务

#### 1) 业务模式

公司头部媒体账户管理服务主要为协助广告主在头部媒体上进行开户和充值等日常运营维护。公司拥有头部媒体的广告资源，在头部媒体广告平台上开设了母账户，根据广告主的需求为其开立母账户下的子账户，并按期通过母账户向头部媒体结算并支付广告投放产生的成本费用。广告主自行制定广告投放策略并自行通过子账户投放广告，头部媒体按照 CPM 模式或 CPC 模式结算广告投放费用。

#### 2) 盈利模式

报告期内，公司头部媒体账户管理服务的收入及盈利的来源为头部媒体支付给公司的返点以及公司支付给广告主返点的差额。公司头部媒体账户管理服务的对价，为头部媒体支付给公司的返点与公司支付给广告主返点之间的差额，公司将此作为收入确认的金额，因此在此类业务中，与效果广告业务模式不同的是，公司的盈利来源为头部媒体（流量来源方）而非开户的广告主（流量使用方）。

在结算模式及账务处理上，具体如下：

——在广告主（流量使用方）方面，按合同约定，广告主根据头部媒体提供的月度账单，将当期广告投放产生的流量成本支付给公司。公司定期按照协议约定返还广告主根据约定比例和投放金额计算的返点金额。公司将广告主尚未向公司支付的其账户产生的流量成本计入其他应收款，将应向广告主支付的返点金额冲减头部媒体支付给公司的返点金额，确认头部媒体广告服务收入。

——头部媒体广告平台（流量来源方）方面，公司根据与头部媒体的协议约定，按头部媒体提供的月度账户账单向其支付广告投放成本，头部媒体按照事先约定的规则，向公司支付根据一定比例和投放金额计算的返点金额。公司将尚未向头部媒体支付的代收子账户产生的流量成本计入其他应付款核算，将应向头部媒体广告平台收取的返点金额，冲减应向广告主支付的返点金额后，计入头部媒体广告服务收入。

综上，头部媒体支付给公司的返点金额与公司支付给广告主的返点之间的差额，即为公司头部媒体账户管理服务的收入，公司应收头部媒体账务管理服务代

收款计入其他应收款核算，应付代收头部媒体广告代理服务款项计入其他应付款核算。

## 2、采购模式

### （1）供应商类型及采购内容

公司效果广告服务的供应商主要为互联网媒体，包括头部媒体、中长尾媒体、广告交易市场以及其他互联网广告渠道等。公司采购的主要内容是各类互联网媒体的广告资源。

公司品牌广告服务的供应商主要为广告代理公司、广告服务公司、营销活动公司等，采购内容主要为电视广告资源、纸媒广告资源、户外广告资源、线上广告资源以及影视拍摄、后期制作等其他线下营销服务。

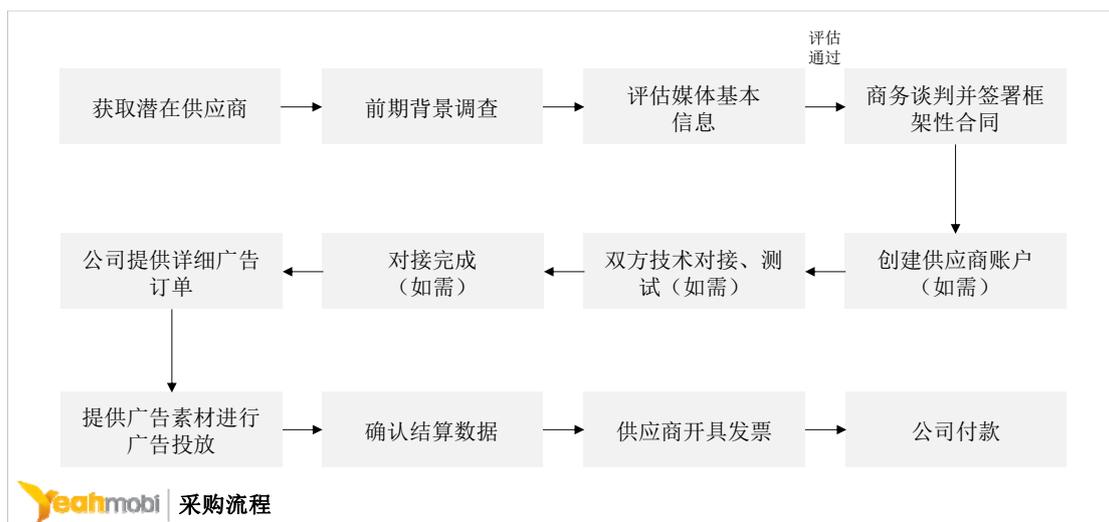
头部媒体账户管理服务中，公司通过头部媒体或其代理商采购广告资源。

此外，公司采购内容还包括服务器及互联网云服务开展业务必须的 IT 资源与互联网资源。公司的采购部门通过与业务部门及技术研发部门沟通协商，结合公司业务开展情况确定采购产品及服务的种类和数量，并由财务部门负责价格审核。

### （2）供应商获取方式及采购流程

公司供应商的主要获取方式包括：1）通过网络检索或应用市场排行榜等公开渠道获取优质媒体名单，主动联系合作；2）由广告主转化而来，由于部分广告主也有通过互联网广告进行用户流量商业化变现的诉求，同时也可能成为公司的供应商；3）通过论坛、展会等方式与供应商交流并进行合作；4）现有供应商合作伙伴介绍；5）凭借公司在行业内的口碑吸引供应商主动联系接洽。

公司具体的采购流程如下：



### （3）采购合同的签订模式

对于年度采购金额较大的头部媒体，公司与其或其代理商签署年度合作协议，约定双方基础的权利义务、结算方式、账期、返点政策等条款，通常不约定采购金额。对于其他中长尾媒体等供应商，公司与其签署框架合同或电子框架协议，约定双方基础的权利义务、结算方式、账期、返点政策等条款，通常不约定采购金额。

对于品牌广告服务中的特定供应商，例如广告代理公司、营销活动公司等，公司还会与其签署单项采购合同，约定采购范围、采购内容、采购价格和结算方式等条款。

### （4）采购成本计算方式及数据来源

公司采购成本的主要计算方式及数据来源如下：

业务类型		采购成本计算方式	数据来源
效果广告服务	头部媒体效果营销服务	CPC*点击量（1-返点率）、CPM*千次展示量（1-返点率）	成本金额来源为头部媒体提供的月度账单
	中长尾媒体效果营销服务	CPA*有效转化数量、CPM*千次展示量	有效转化数量来源为广告主系统回传或第三方数据平台等
品牌广告服务		按照协议或邮件约定	按照协议或邮件约定
头部媒体账户管理服务		-	-

注 1：返点率=当期返点金额/当期采购金额。Google、Facebook、Twitter、字节跳动、Pinterest 等头部媒体或其代理商通常在签署协议时约定返点政策；

注 2：对于头部媒体账户管理服务，由于公司只协助广告主在头部媒体开设账户和充值，实际投放由广告主自行操作，公司只作为代理商，不制定投放策略，不对投放结果负责，只赚取约定比例的佣金，即流量提供方根据公司采购额提供的返点与公司根据广告主投放金额而

支付予广告主返点的差额。由于公司确认的收入为返点差额，此业务的收入由于来源于流量提供方，故从收入来源角度，公司此项业务的客户应为流量提供方而非广告主。故此业务中广告主向公司支付的款项不应确认为收入而应为代收款项，公司支付给流量方的流量款也不应确认为成本而应为代付款项。头部媒体账户管理服务营业成本主要为公司相关运营人员人力资源成本。

### 3、销售模式

#### （1）客户类型及销售内容

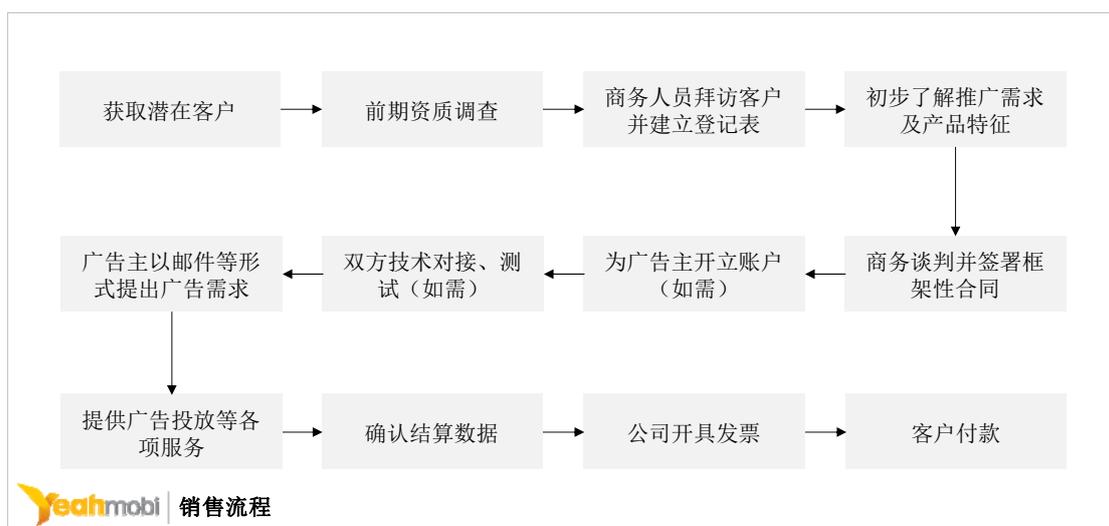
公司效果广告服务的客户类型主要为移动应用开发者、跨境电商、游戏公司等通过互联网广告方式进行营销推广与用户获取的企业。公司销售的主要内容为效果类移动互联网广告营销服务等。公司头部媒体账户管理服务的客户类型与效果广告服务一致，销售内容主要为账户管理运营服务。

公司品牌广告服务的客户包括有出海营销推广需求（主要是品牌广告需求）的企业，销售内容主要为品牌营销推广服务。

#### （2）客户获取方式及销售流程

公司获取客户的方式主要包括：1）参加展会、论坛等活动，通过设立展位、进行主题演讲或专题讨论推广公司的经营理念、竞争优势及具体服务内容；2）通过公开渠道定位潜在客户，并主动联系表达合作意向；3）现有合作伙伴介绍；4）凭借公司在行业内的口碑吸引广告主客户主动联系。

公司具体的销售流程如下：



#### （3）销售合同的签订模式

公司通常与客户签订年度合作框架协议，确定合作关系，但不约定具体的营

销活动或计划，也不涉及具体的合同金额。在业务执行的过程中，客户通过电子邮件、系统填报等形式，与公司协商约定营销目标、投放价格、投放预算等内容，公司据此提供相应的互联网广告服务。

对于公司品牌广告服务中的特定客户，公司还会与其签署单项销售合同，例如线下营销推广活动等，并经双方确认后执行销售合同。

#### （4）销售收入计算方式及数据来源

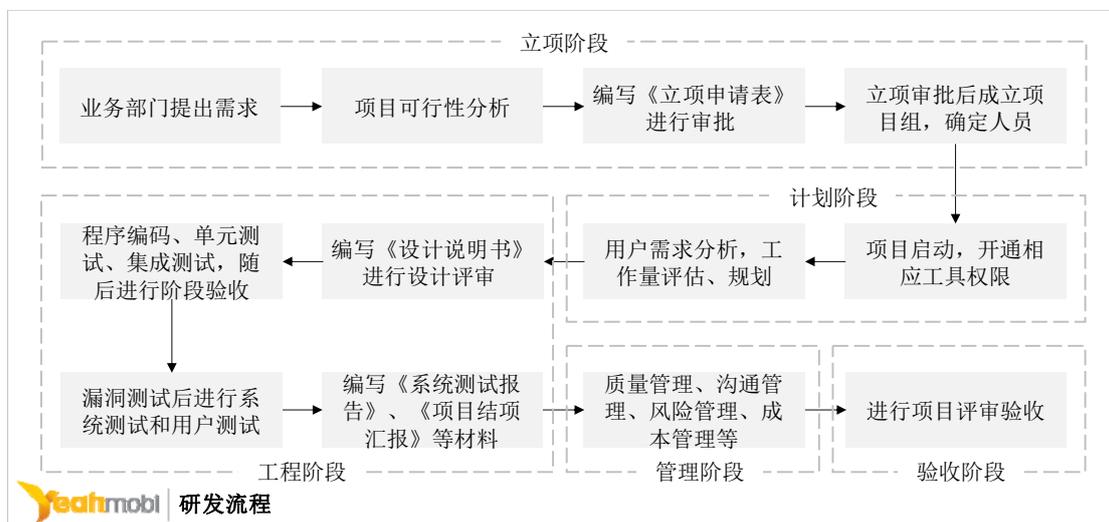
公司销售收入的主要计算方式及数据来源如下：

业务类型		销售收入计算方式	数据来源
效果广告服务	头部媒体效果营销服务	CPA*有效转化数量	有效转化数量及其他 KPI 相关业务数据来源为广告主系统回传、第三方数据平台或头部媒体广告系统等
	中长尾媒体效果营销服务	CPA*有效转化数量	有效转化数量数据来源为广告主系统回传或第三方数据平台等
品牌广告服务		按照协议或邮件约定	按照协议或邮件约定
头部媒体账户管理服务		CPC*点击量*返点率差额、CPM*千次展示量*返点率差额	头部媒体提供的月度账单

注：对于头部媒体账户管理服务，返点率差额=头部媒体给予公司返点率-公司给予客户返点率，即头部媒体支付给公司的返点金额与公司支付给客户的返点金额之间的差额为该业务销售收入。

#### 4、研发模式

公司研发流程以业务需求为核心，以项目制为载体，其中对于研发投入超过 3 人/月的项目需要通过立项启动研发，对于研发周期超过 6 个月的项目，需要分期立项。具体的研发流程如下图所示：



### （1）立项阶段

根据业务发展需要，公司各业务组提出研发需求，提交对应研发组进行需求整理与分析，编写《产品需求说明书》，制定项目研发目标，并由项目负责人编写《立项申请表》提交项目评审组进行审批，通过后即可组建研发项目，确定参与项目的人员。

### （2）计划阶段

项目启动后，研发项目组内部会进行设计沟通与评审，确定各关键阶段的交付目标，开通相应开发工具权限，同时评估工作量，进行人员分工与规划。

### （3）工程阶段

进入工程阶段，项目组编写详细的《设计说明书》并进行评审，通过后进入程序编码，相关代码需要每日至少一次提交公司统一代码库，同时研发人员可以选择结对编程等形式进行代码自检，经过单元测试、集成测试等环节，进行阶段性验收。在代码提交时，公司制定了统一的要求，需要明确代码隶属的需求来源，将代码与需求强制关联，防止错误代码入库。随后，经过技术部门漏洞测试、系统测试以及用户测试后，编写《系统测试报告》。同时，公司启动了项目安全扫描机制，在项目构建过程中，通过漏洞扫描器自动扫描代码，对可能威胁到项目安全的漏洞及时预警，避免系统部署到业务环境后被攻击而遭受损失。

### （4）管理阶段

在最终验收评审前，公司同时对研发项目进行质量管理、沟通管理、风险管理、成本管理、里程碑管理、变更管理等，全面管控研发风险。

### （5）验收阶段

研发项目组编写《项目结项汇报》以及《项目验收模板汇总》等材料，进行项目评审。随后研发成果会被正式部署到业务环境中，为用户提供服务。对于出现问题的版本，研发团队会及时修复并通过系统重新部署。在试运行期间，公司建立了完善的监控、报警系统，当系统出现异常时，会分等级报告给相应的技术人员处理。项目正式交付后，公司会按照项目制进行项目验收，并将验收结果告知项目负责人。

## （五）主营业务的创新性及独特性

作为全球性的企业国际化智能营销服务商，公司主营业务的创新性及独特性主要体现在技术研发、服务领域以及商业模式等方面。

在技术研发方面，公司投入研发力量，专注人工智能、大数据算法、云计算等前沿互联网广告技术，通过 TopMedia CMP 系统、Yeah-CMP 系统、YeahTargeter 系统等智能化业务平台提升广告投放效率、优化广告投放效果，并基于此开展高效的效果广告服务，形成公司的核心主营业务。

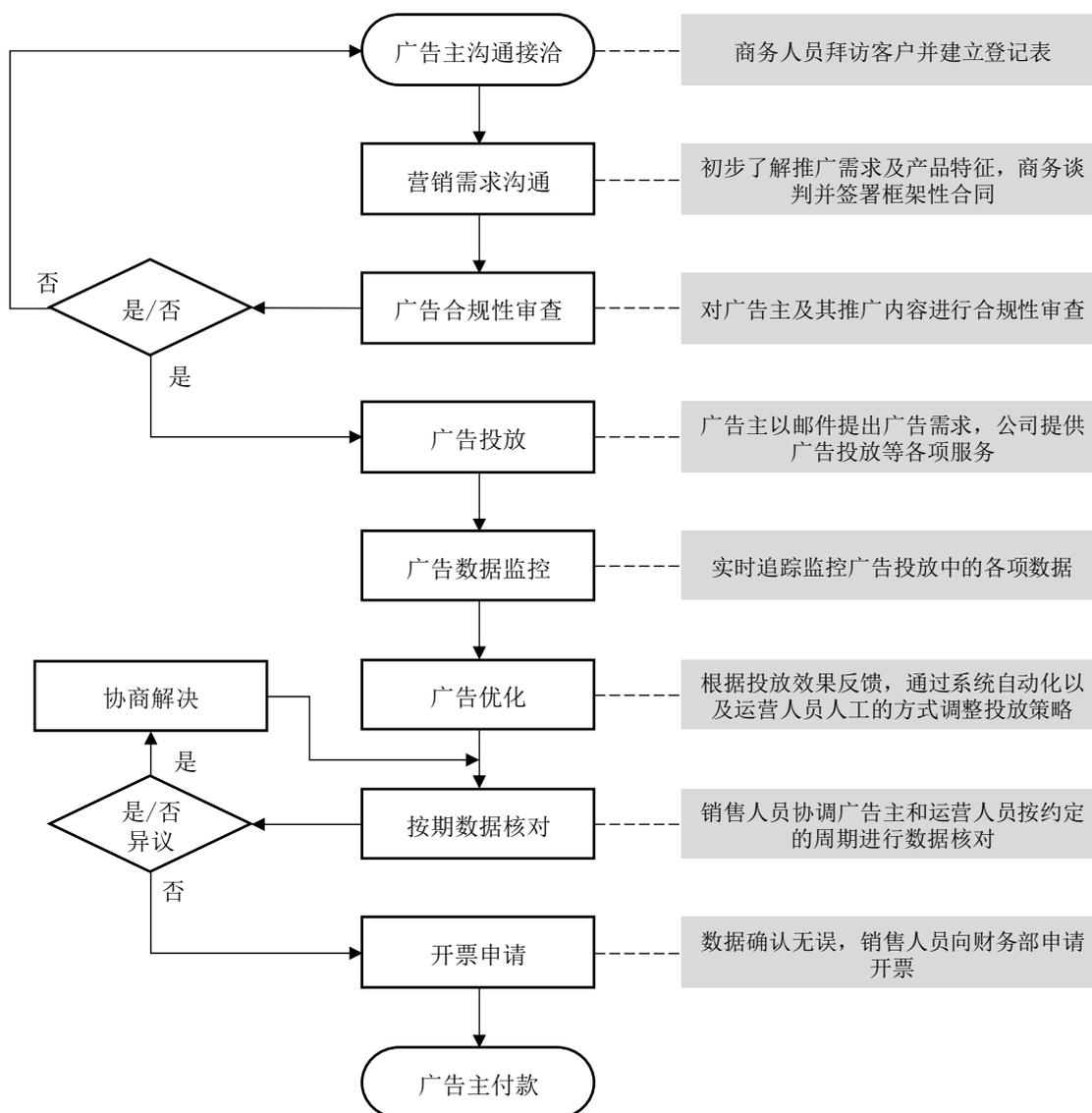
在服务领域方面，公司前瞻性地进行全球化业务布局，积极响应我国“一带一路”倡议，服务中国出海企业在海外市场的营销推广需求，帮助其快速实现国际化布局。同时，针对跨境电商行业的特点以及特定营销需求，公司提供智能化创意生成等服务解决方案，更具针对性地服务跨境电商广告主，累积了丰富的行业实践经验，树立了良好的口碑与优质的品牌形象。

在商业模式方面，报告期内，公司在原有效果广告服务以及头部媒体账户管理服务的基础上，积极拓展垂直领域全案营销业务。依托于公司对海外市场的理解以及海外营销推广的经验，逐渐形成线上、线下联动的营销全产业链服务体系，为广告主客户提供一站式、全方位的综合营销解决方案。

## （六）设立以来的主营业务的演变情况

公司自设立至 2015 年 12 月，公司主营业务为各类高空作业平台的研发、生产、销售和售后。自 2015 年 12 月邹小武及其一致行动人成为公司实际控制人起，公司主营业务转型为移动互联网营销服务，至今无重大变化。

## （七）主要服务的服务流程图



## 二、公司所处行业基本情况及市场竞争状况

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所处行业为“164 互联网和相关服务”。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（2017年修订），公司所属行业为“16420 互联网信息服务”。此外，根据国家统计局发布的《战略新兴产业分类（2018）》，公司所属行业为“16450 互联网数据服务”。

### （一）行业主管部门、管理体制和主要法律法规及产业政策

公司业务主要于境外国家及地区开展，包括美国、日本、韩国、德国等发达国家以及印度、俄罗斯等新兴经济体。同时，由于公司为中国本土公司，仍受到

境内相关行业法律法规体系的监管。

## 1、行业主管部门及管理体制

### （1）工信部

工信部是由国务院直属的我国互联网行业的主管部门，其主要职责包括网络强国建设相关工作，推动实施宽带发展；负责互联网行业管理（含移动互联网）；协调电信网、互联网、专用通信网的建设，促进网络资源共建共享；组织开展新技术新业务安全评估，加强信息通信业准入管理，拟订相关政策并组织实施；指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展；负责电信网、互联网网络与信息安全技术平台的建设和使用管理；负责信息通信领域网络与信息安全保障体系建设；拟定电信网、互联网及工业控制系统网络与信息安全规划、政策、标准并组织实施，加强电信网、互联网及工业控制系统网络安全审查等。

此外，国家新闻、文化、出版、教育、卫生、药品等相关部门在各自职责范围内对互联网信息内容实施监督和管理，同时与工信部配合共同实施对互联网内容服务的监管。

### （2）国家市场监督管理总局

国家市场监督管理总局是国务院直属机构，下设的广告监督管理司是我国广告行业的主要管理部门，其主要职能包括拟订广告业发展规划、政策并组织实施；拟订实施广告监督管理的制度措施，组织指导药品、保健食品、医疗器械、特殊医学用途配方食品广告审查工作；组织监测各类媒介广告发布情况；组织查处虚假广告等违法行为；指导广告审查机构和广告行业组织的工作。

### （3）中国互联网协会

中国互联网协会成立于 2001 年 5 月，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的行业性的、全国性的非营利性的社会组织，其主要职能是促进政府主管部门与行业内企业之间的沟通，制定并实施互联网行业规范和自律公约，充分发挥行业自律作用等。同时，中国互联网协会下属设立的网络营销工作委员会是互联网广告行业的主要管理服务机构。

#### （4）中国广告协会

中国广告协会是由广告主、广告经营者、广告发布者等广告行业参与者，以及地方性广告行业组织、广告教学及研究机构等自愿结成的行业性、全国性、非营利性社会组织。中国广告协会制定广告行业自律规定，规范经营行为，促进我国广告市场健康有序的发展。

### 2、行业主要法律法规及政策

#### （1）法律法规

时间	颁布机构	法律法规名称	具体内容
2018年10月	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国广告法》	该法律于1994年10月27日首次颁布，并于2015年4月24日和2018年10月26日修订，旨在规范广告活动，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。
2016年7月	国家工商行政管理总局	《互联网广告管理暂行办法》	该办法是为了规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业的健康发展，维护公平竞争的市场经济秩序而制定的，通过互联网从事广告活动，适用《中华人民共和国广告法》和该办法的规定。
2016年2月	国务院	《中华人民共和国电信条例》	该条例旨在规范电信市场秩序，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安全，促进电信业的健康发展。
2015年3月	中国广告协会互动网络委员会	《中国移动互联网广告标准》	该标准包括《互联网数字广告基础标准》《移动互联网广告监测标准》《移动系统对接标准》三部分，对移动互联网行业的术语、定义和各项指标进行了定义和规范，旨在指导移动互联网广告接口不统一及术语、定义、技术标准不规范等问题，促进移动互联网广告业的健康和快速发展。
2014年1月	国家工商行政管理总局	《网络交易管理办法》	该办法旨在规范网络商品交易及有关服务行为，保护消费者和经营者的合法权益，促进网络经济持续健康发展。同时，该办法明确规定使用消费者或经营者信息应当遵循合法、正当、必要三原则，同时明确了个人信息必须保密，不得任意披露。
2012年12月	全国人民代表大会常务委员会	《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的決定》	该决定旨在保护网络信息安全，保障公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家安全和社会公共利益，明确规定任何组织和个人不得窃取或者以其他非法方式获取公民个人电子信息，不得出售或者非法向他人提供公

时间	颁布机构	法律法规名称	具体内容
			民个人电子信息。
2011年1月	国务院	《互联网信息服务管理办法》	该办法旨在规范互联网信息服务活动，明确规定了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。

## （2）行业政策

时间	颁布机构	行业政策名称	具体内容
2017年1月	国家发展改革委	《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016版）》	为贯彻落实《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，引导全社会资源投向，国家发展改革委同相关部门组织编制了《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》2016版。
2016年12月	工信部	大数据产业发展规划（2016-2020年）	为推动我国大数据产业持续健康发展，深入贯彻十八届五中全会精神，实施国家大数据战略，落实国务院《促进大数据发展行动纲要》，按照《国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要》的总体部署，编制该规划。
2016年3月	全国人民代表大会	《中华人民共和国国民经济和社会发展的第十三个五年规划纲要》	拓展网络经济空间，发展现代互联网产业体系，实施网络强国战略以及与之密切相关的“互联网+”行动计划，包括网络基础设施建设、信息通信业新的发展和网络信息安全三个方面。
2015年7月	国务院	《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》	（1）鼓励企业抱团出海。结合“一带一路”等国家重大战略，支持和鼓励具有竞争优势的互联网企业联合制造、金融、信息通信等领域企业率先走出去；（2）发展全球市场应用。鼓励“互联网+”企业整合国内外资源，面向全球提供工业云、供应链管理、大数据分析等网络服务，培育具有全球影响力的“互联网+”应用平台；增强走出去服务能力。
2015年3月	国家发展改革委、外交部、商务部	《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》	共建“一带一路”，致力于亚欧非大陆及附近海洋的互联互通，建立和加强沿线各国互联互通伙伴关系，构建全方位、多层次、复合型的互联互通网络，实现沿线各国多元、自主、平衡、可持续发展。
2013年2月	工信部	《信息安全技术：公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》	规范了全部或部分通过信息系统进行个人信息处理的过程，为信息系统中个人信息处理不同阶段的个人信息保护提供指导，适用于指导除政府机关等行使公共管理职责的机构以外的各类组织和机构，开展信息系统中的个人信息保护工作。

时间	颁布机构	行业政策名称	具体内容
2012年12月	全国人民代表大会常务委员会	《全国人民代表大会常务委员会关于加强网络信息保护的决定》	旨在保护网络信息安全，保障公民、法人和其他组织的合法权益，维护国家和社会公共利益，明确了公民个人电子信息保护的要求，同时明确了网络信息保护的责任主体，规定了责任主体的法定义务，为公民维权提供法律保障。
2012年4月	国家工商行政管理总局	《关于推进广告战略实施的意见》	旨在全面提升广告产业核心竞争力，净化广告市场环境、规范广告市场秩序，同时提出推动网络、数字和新兴广告媒体发展，以及与通信网、互联网、广播电视网的融合，支持广告产业与高技术产业相互渗透，不断创新媒介方式、拓宽发布渠道。

## （二）行业发展概况

### 1、互联网广告行业的概况

#### （1）互联网广告的定义

广告是指通过文字、图片、视频或音频形式进行营销传播，为产品或服务的潜在用户提供销售信息，从而影响目标市场中的客户行为。作为营销活动的重要组成部分，广告可以促进品牌推广、创造需求以及实现最终的销售目标。

根据不同的维度，广告行业有多种分类方式。基于不同的传播渠道，广告可以分为户外广告、广播和电视广告、杂志和报纸广告以及在线广告等；基于不同的目标市场，广告可以主要分为跨境广告和国内广告，其中跨境广告是指由国内广告商主导且通过海外媒体平台发布的广告类型，旨在拓展海外用户的市场；基于不同的营销目的，广告可以主要分为品牌广告和效果广告，其中品牌广告是指以策略为导向的广告类型，其目的是强化品牌概念并树立品牌认可度，效果广告是指广告主根据可衡量的广告效果进行付费的一种广告类别。

互联网广告是指通过互联网渠道传播，并最终在电脑或移动设备上呈现的广告类型。与传统广告相比，互联网广告覆盖范围广、及时性和包容性强，更能满足广告主的个性化需求。

与此同时，以智能手机、平板电脑等移动设备为载体的移动互联网广告已经成为互联网广告市场最重要的组成部分。同传统互联网广告相比，移动互联网广

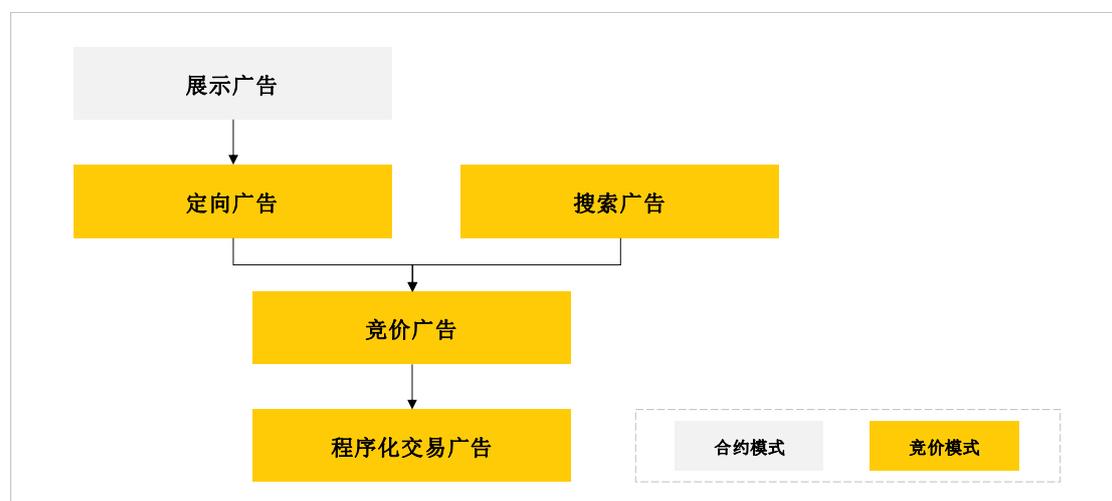
告具有显著的优势。首先，移动互联网广告可以充分地整合用户碎片化的时间，提升营销推广的渗透率。其次，通过移动应用开发者对用户行为数据的统计与分析，移动互联网广告与用户兴趣之间具有更高的匹配度，提升了消费者对广告的接纳度及兴趣度。再次，由于 GPS、蜂窝、Wi-Fi 等多种精准定位手段的应用，用户的位置数据被获取并应用，大量潜在的本地化广告主的营销需求通过移动互联网广告得以实现。

## （2）互联网广告行业的发展历程

在互联网发展的初期，门户网站承载着主要的用户流量。通过在网页中插入广告位，门户网站得以通过互联网广告进行商业化变现，这种通过向用户展示特定商品信息的广告被称为展示广告。该模式延用了线下广告的商业逻辑，由媒体和广告主约定某一个时间段内的广告投放价格，形成了合约广告模式。

随着互联网技术的发展以及相关商业模式的变革，互联网广告能够对终端受众实现精准营销的特性被逐渐强调并应用。其中，最主要的技术应用包括受众定向以及广告形式定向，即定向广告。而合约广告的商业体系已难以满足该模式的需求。在此背景下，借鉴搜索广告领域的竞价商业模式应运而生。该模式下广告主与广告系统约定单位流量的成本，每次展示通过竞价机制撮合交易，完成广告投放。

随后，广告主对广告投放效果与投资回报率的要求显著提高，产生了实时竞价系统，进而形成了程序化交易广告，即广告主与媒体通过系统平台完成自动对接，实现了互联网广告的智能投放。互联网广告服务的发展历程如下：



### （3）程序化广告的定义及行业概况

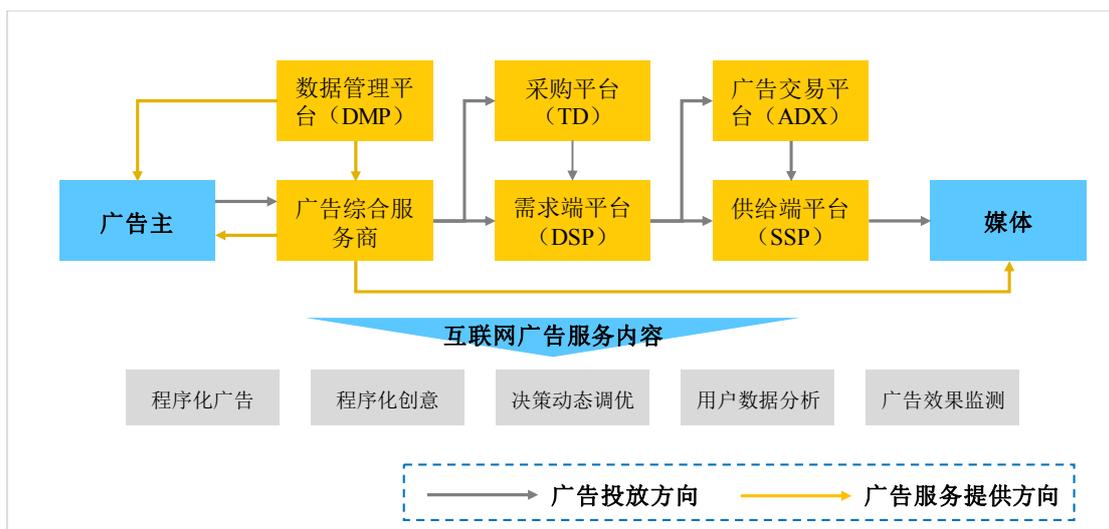
随着互联网广告商业模式的演变发展以及配套计算技术的进步，广告主多元化、定制化的营销推广需求日益强烈，而由媒体端主导制定的用户特征已经难以满足广告主的营销推广需求。广告主希望更加自主地选择用户流量，同时基于用户流量的特征在每次广告展示时独立出价。由此产生了以实时竞价体系为核心、以大数据技术为实现手段的程序化广告。

程序化广告是指利用互联网广告相关技术手段进行的自动化的广告交易及管理。在程序化广告交易中，广告主可以利用算法和系统实现目标受众的精准定向，并向其个性化出价、定向推送广告内容，实现互联网广告的“千人千面”；互联网媒体可以通过程序化的方式售卖跨媒体、跨终端的用户流量资源，并对用户流量进行智能化的分级，实现更大效率的商业化变现。

#### 1) 程序化广告的产业链结构

程序化广告产业链的参与者包括广告主、广告服务提供商、媒体和最终受众。其中广告主是指希望在其目标市场中与潜在用户建立联系的企业，以实现提升品牌认知度、最终商品销售或用户获取的需求；广告服务提供商是指规划和管理广告主营销活动的服务平台，具体包括需求方平台（DSP）、供应方平台（SSP）和广告交易平台（Ad Exchange）等；媒体是指拥有用户的媒体及互联网平台，包括移动应用程序、移动应用分发平台、门户网站和搜索引擎等。在互联网广告服务的过程中，广告服务提供商通过多重途径和技术对用户流量数据进行捕获、跟踪、识别和分析，更精确和有效地提供广告服务、提升广告效率。

程序化广告产业链各环节参与者及其交互关系如下：



上述各互联网广告服务商的具体职能介绍如下：

行业参与方	介绍
广告综合服务商	规划和管理广告主营销活动的服务平台，提供的服务包括程序化广告、程序化创意、决策动态调优、用户数据分析、广告效果监测等。
数据管理平台（DMP）	收集广告过程中的各类用户标签数据，并为广告主及广告服务商提供用户画像、标签管理等数据服务。
需求端平台（DSP）	帮助广告主或广告服务商对接供给端平台或广告交易市场，并参与程序化广告交易。
采购平台（TD）	广告主或广告服务商可以在采购平台上统一管理多个需求端平台，进行预算分配、策略制定、数据查看等操作。
供给端平台（SSP）	服务于媒体端，通过对接广告交易市场或需求端平台，帮助媒体实现互联网广告商业化变现。
广告交易平台（ADX）	第三方交易平台，实现实时竞价，流量需求与流量供给的合理匹配。

在广告服务提供商的协助下，互联网广告素材得以以最优的形式和最快的时间准确地传递给最适合的受众。

## 2) 程序化广告的交易模式

基于不同场景的业务需求，程序化广告产生了实时竞价、程序化直接交易、头部竞价等交易模式，具体的介绍如下：

### A、实时竞价模式

实时竞价模式是指广告主在互联网媒体产生广告需求时，根据用户特征采用竞价方式购买用户流量资源的模式。根据面向广告主的范围，实时竞价模式可以进一步分为在公开市场交易的公开竞价模式，以及仅面向部分具有一定规模广告主的私有竞价模式。相对于公开竞价模式，私有竞价模式中广告主及互联网媒体均具有一定的市场影响力及知名度，交易价格也高于公开竞价模式。

同时，实时竞价模式的竞价规则为“价高者得，次高价结算”，最终成交价格按照 CPM 模式结算。

### B、程序化直接交易

品牌广告主通常采用约定价格的程序化直接交易模式进行程序化广告投放。该模式下，广告主与媒体以协商确定的价格进行一对一交易，避免了一对多的实时竞价过程。程序化直接交易可以进一步划分为：首选交易与程序化保量交易。首选交易中，用户流量信息会优先进入首选交易市场，随后依次进入私有竞价市场与公开竞价市场。在程序化保量模式中，广告主与媒体以约定的价格及数量直接进行程序化广告交易。

### C、头部竞价

广告主也可以通过需求方平台通过在媒体端植入 SDK 代码等方式直接对接其用户流量，该模式下广告主挑选用户流量的优先级最高，具有较大的主动选择权，但由于数据安全性等原因，未被头部网络媒体采用。

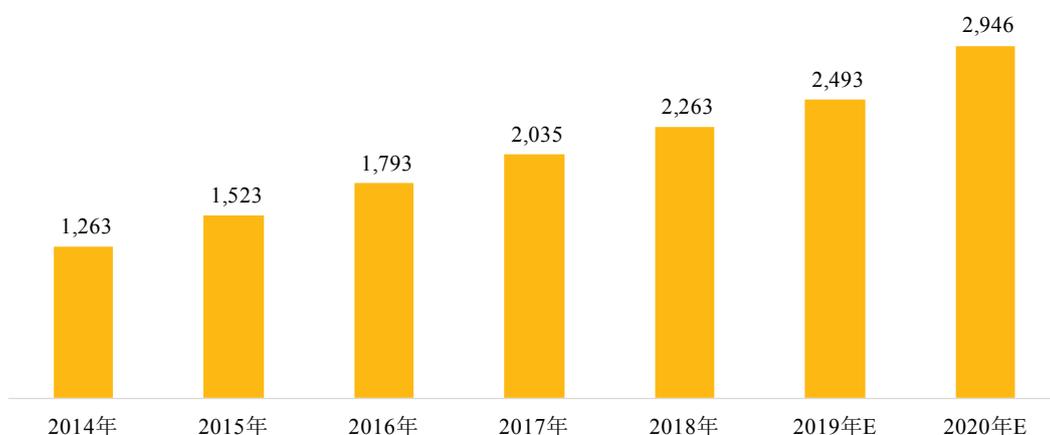
## 2、互联网广告行业的发展规模

### （1）全球互联网广告市场规模

近年来，全球互联网广告市场规模高速增长。2018 年，全球互联网广告市场规模 2,263 亿美元，2014 至 2018 年年均复合增长率 15.70%；预计至 2020 年，全球互联网广告市场规模将达到 2,946 亿美元，持续保持高速发展的态势。

## 2014年至2020年全球互联网广告市场规模

单位：亿美元



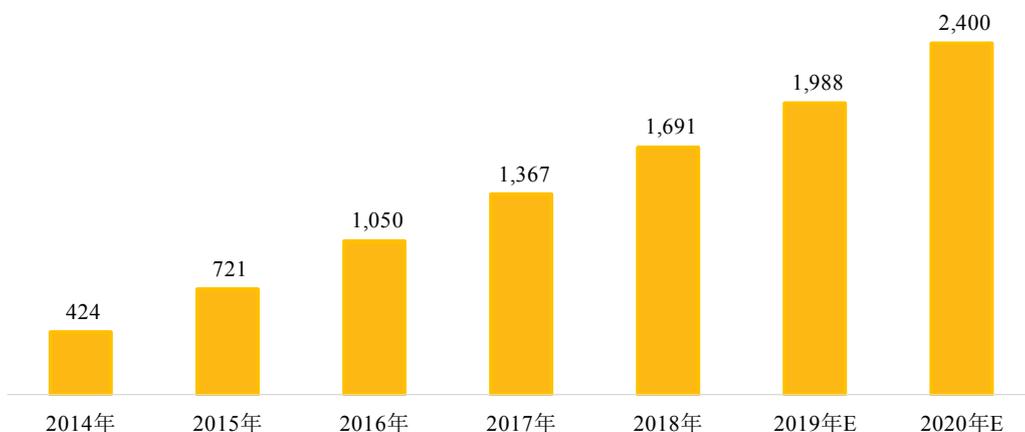
数据来源：eMarketer

### (2) 全球移动互联网广告市场规模

近年来，随着智能手机和移动互联网的全球化普及，移动互联网广告市场经历了跨越式的增长。2018年，全球移动互联网广告市场规模1,691亿美元，占互联网广告市场的74.72%，2014至2018年年均复合增长率41.32%，预计至2020年，全球移动互联网广告市场规模将达到2,400亿美元，占互联网广告市场的81.47%。由此可见，互联网广告市场格局正发生变革，移动互联网广告将逐渐成为最为主流的广告模式。

## 2014年至2020年全球移动互联网广告市场规模

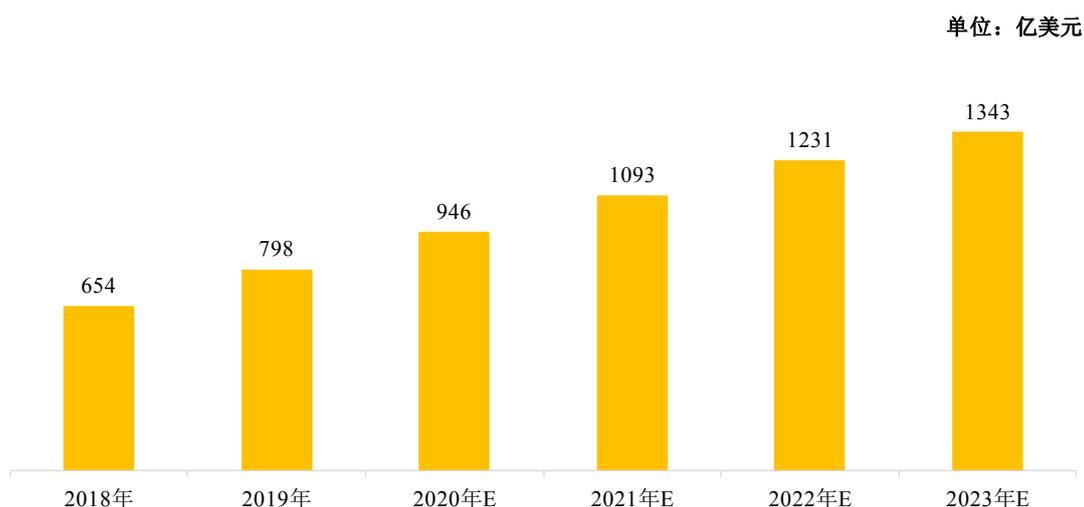
单位：亿美元



数据来源：eMarketer

在国内市场方面，随着我国互联网行业的高速发展，互联网渗透率不断提升，互联网广告市场规模也随之高速增长。2018年，我国互联网广告市场规模约654亿美元，预计至2023年，我国互联网广告市场规模将达到1,343亿美元，发展态势良好，拥有广阔的市场空间。

2018年至2023年中国互联网广告市场规模



数据来源：eMarketer

### 3、互联网广告行业发展趋势

#### (1) 互联网广告获得越来越多广告主的青睐，市场规模将持续增长

随着我国宏观经济步入新常态的发展阶段，商业企业也逐渐结束了野蛮扩张的成长模式，对于优质、高效的营销途径的需求日益强烈。因此，互联网广告的用户定位、精准营销、效果可测等特性受到越来越多的广告主的关注。

受此影响，目前互联网广告主的类型已经由互联网服务领域逐渐扩展到传统行业，包括金融、医疗、制造、教育和文化传媒等。长期来看，智能手机的普及以及5G技术的商用落地将进一步巩固互联网广告的优势，互联网广告市场或将进入新一轮高速持续增长期。

#### (2) 头部媒体广告市场与中长尾媒体广告市场将共同发展

互联网行业具有显著的规模效应。大型头部互联网企业聚集较多的资源，并逐渐整合扩张，目前在诸多细分互联网领域中已经形成少数头部平台拥有大量用户流量的寡头竞争市场格局。因此，为了追求更好的广告效果，越来越多的广告

主倾向于在头部媒体平台上加大广告预算的投入，进行密集的营销推广，引导资源进一步向头部平台聚集。与此同时，由于媒体资源的长尾性以及移动应用和互联网平台的多样化、精细化发展趋势，中、长尾流量及垂直细分市场的用户价值日益凸显，广告主亦会根据自身营销推广需求寻求对接此部分流量。综上，未来互联网广告发布的渠道和媒体资源将不断丰富，以满足不同广告主多样化、定制化的营销推广需求，未来互联网广告市场中头部媒体和中、长尾媒体平台均享有广阔的成长空间。

### **（3）大数据、人工智能和云计算技术助推行业跨越式发展**

大数据、人工智能和云计算等前沿网络技术是互联网广告发展的核心驱动力之一。区别于传统品牌营销广告，互联网广告通过前述技术手段实现精准营销及效果监测，并逐渐由合约广告的商业模式升级发展成为竞价广告和实时竞价广告的商业模式。例如在电商领域，互联网广告服务商通过对用户前期消费行为数据的建模分析，实现对用户兴趣的精准预测，提升了购买率和复购率。随着行业的逐渐成熟，拥有深度学习及人工智能算法、边缘计算、大数据等核心互联网广告技术的互联网广告服务商将逐渐积累竞争优势，取得更大的市场份额，并将以技术革新的方式继续推动互联网广告行业的高速发展。

### **（4）技术发展或将为互联网广告行业带来革命性的商业模式**

在互联网产业的发展历程中，成熟的技术手段是创新性商业模式实现的前提条件，而互联网技术的迭代发展也曾多次催生全新的、颠覆性的商业模式，例如4G技术的商用普及推动了移动视频产业的高速发展，而移动通信技术的进一步成熟激发了LBS广告的应用场景等。因此，未来随着5G、VR、AR以及区块链等前沿科技技术的逐渐成熟并实现商业化，全新的商业模式或将被激发，也将改造目前互联网及互联网广告产业的市场格局，开拓更为广阔市场空间。

## **（三）行业竞争状况**

### **1、行业竞争格局**

#### **（1）行业内企业众多，市场竞争激烈**

由于广告是互联网企业重要的商业化途径之一，近乎所有互联网企业均会参

与互联网广告市场。且由于行业的特殊性，互联网企业通常情况下同时作为广告主与投放媒体，既出售自身广告资源，也对外采购互联网广告资源。同时，互联网行业具备显著的马太效应，头部媒体拥有大量用户，占据行业内主要资源，并凭借良好的财务收入持续投入技术研发，巩固技术与市场的领先优势，形成良性闭环。因此，例如 Google、Facebook、Twitter、字节跳动、Pinterest 等头部互联网企业聚集大量行业资源，成为行业的重要参与者。此外，大量中长尾互联网媒体践行垂直化发展战略，深耕各细分领域，聚集了具有相同兴趣偏好的用户，也成为互联网广告市场的重要组成部分。

同时，经过多年的高速发展，互联网广告市场各个产业环节均出现了专业的服务商，提供各类定制化、精细化的增值服务，产业链结构呈现逐渐复杂化的发展趋势。以互联网广告中发展较为迅速的细分领域程序化互联网广告为例，我国程序化互联网广告生态图如下：



## (2) 市场竞争聚焦于精准营销，有效转化的效率为核心竞争力

目前，精准营销已经成为互联网广告行业面临的挑战之一，即广告内容与受众兴趣的有效匹配。广告内容的丰富性、普适性和包容性，以及相关互联网技术能否精准匹配用户需求和广告类型，将成为行业竞争的焦点。同时，随着互联网广告渗透率提升，广告推送频繁使用户容易产生抗拒心理，只有准确匹配用户兴趣与广告内容，才能平抑互联网广告对用户体验的损害、提高广告转化效果，实现互联网广告的长期可持续发展。因此，为了更好地应对市场竞争，诸多广告主以及广告服务企业开始通过创新的互联网广告技术，有效地提升匹配度与转化率，实现更为精准的营销推广。

## 2、行业内主要企业情况

目前，国内上市公司中暂无与公司在业务模式、服务种类、产业布局等方面完全可比的竞争对手，仅在个别产品及服务领域存在一定竞争关系。在全面考察公司所属行业上市公司的基础上，选取蓝色光标和汇量科技作为公司的主要可比公司，其基本情况如下：

### (1) 蓝色光标

蓝色光标成立于 2002 年 11 月，总部位于北京，业务板块包括营销服务（数字营销、公共关系、活动管理等）、数字广告（移动广告、智能电视广告、中国企业出海数字广告）以及国际业务，服务内容涵盖营销传播整个产业链，以及基于营销科技的智慧经营服务，服务地域基本覆盖全球主要市场。2018 年，蓝色光标实现营业收入 231.04 亿元，净利润 4.12 亿元；2019 年 1-9 月，蓝色光标实现营业收入（未经审计）196.88 亿元，净利润（未经审计）6.41 亿元。

### (2) 汇量科技

汇量科技成立于 2013 年 3 月，总部位于广州，致力于为全球 APP 开发者提供移动广告和数据分析服务。2019 年，汇量科技实现营业收入 5.03 亿美元，净利润 2,206.90 万美元。

## (四) 行业特有的经营模式及盈利模式

互联网广告行业参与者主要为轻资产运营企业，注重开发并巩固在人才、技

术、经验等领域的优势，业务运营及创新研发方面的投入比例较高。同时，互联网广告投放具有一定技术壁垒和经验壁垒，部分广告主不具备智能化地制定广告投放决策的能力，也不具备根据投放效果反馈进行动态优化调整的能力。因此，互联网广告服务商的价值得以凸显，其通过自身技术能力以及对广告主所处细分领域的经验与理解，帮助广告主制定最优化的投放策略，并且进行用户流量采买。互联网广告服务商已经成为连接广告主与互联网媒体之间的重要沟通桥梁。此外，部分头部网络媒体亦采用广告代理商制度，即遴选具备一定业务规模及资金实力的广告服务商作为代理机构，承接中、小广告主的投放业务。

## **(五) 行业竞争壁垒**

### **1、客户资源壁垒**

目前，互联网广告已经获得越来越多的广告主的青睐，逐渐成为主流的营销推广渠道，并逐渐渗透金融、医疗、教育、地产等传统商业领域。在激烈的市场竞争中，能够为广告主提供与其需求相匹配的用户流量的互联网媒体将逐渐积累竞争优势，实现更为高效的商业化变现，从而提升自身服务质量，吸引更多的用户，形成收入与用户获取的良性循环。相对而言，新入者往往由于缺乏优质的广告主资源，难以建立完善的商业闭环，获得良好的广告收入及利润。因此，互联网广告行业具有客户资源壁垒。

### **2、行业经验壁垒**

不同行业广告主对互联网广告的营销需求存在一定差异，例如电商行业广告主更强调用户复购的再营销场景，应用类 APP 广告主则重点关注获客与用户留存等指标，而游戏行业广告主则更关注用户充值付费等。基于此，不同细分领域广告主多样化的营销需求也对相应互联网广告推广技术提出了差异化的要求。因此，互联网媒体以及互联网广告服务商需要积累相关细分领域的行业经验，建立自己对各个细分领域的理解，以了解广告主基于行业属性的推广诉求，并提供相匹配的广告推广服务。因此，互联网广告行业存在一定行业经验壁垒。

### **3、技术壁垒**

互联网广告行业系技术密集型产业，人工智能、大数据和云计算等前沿网络技术与产业深度融合，推动产业革新发展。在商业模式层面，互联网广告投放涉

及大量数据分析运算技术,需要参与者具备一定的研发实力与技术能力;在区域覆盖层面,互联网广告服务遍及全球各个国家和地区,对参与者网络系统架构的有效性、准确性具有较高要求;在业务能力层面,互联网广告具有显著的规模效应,一定规模的业务量是积累数据资源及客户资源的先决条件,因此要求参与者的网络系统具有较强的承载能力。

综上,互联网广告行业在商业逻辑、区域覆盖和业务能力层面均对参与企业的技术能力提出了较高的要求,新企业进入时将面临技术壁垒。

#### **4、数据资源壁垒**

用户行为数据及基于用户行为数据的分析建模已经成为互联网广告行业发展的核心驱动力之一。目前,主流互联网广告技术均依赖于对用户数据的分析处理,数据资源的积累有助于提升广告投放的效率。尤其在效果广告中,数据资源的有效性及其完备性有助于提升 eCPM、CTR 等重要业务参数预估值的准确性,从而保障各项业务模型的有效性;此外,数据资源储备还有助于虚假流量的甄别,有效地维护了广告主的商业利益,提升了行业的透明度与规范性。

#### **5、人才壁垒**

互联网广告行业属于新兴产业,需要具有广告营销知识储备以及互联网技术背景的复合型人才。同时,由于互联网广告业务开展跨越不同的国家和地区,面临各地政治环境、文化背景、技术标准和语言表达的差异,进一步提升了对特定专业人才的需求。目前,行业内企业经过长期业务实践和专业培训积累了优秀的营销人才、技术人才和管理人才,具备一定人才资源的储备优势,形成了一定的人才壁垒。

#### **6、资金壁垒**

随着商业模式日趋成熟,互联网广告行业内的参与者为了巩固自身竞争优势,需要投入大量资金进行技术研发、产品升级和品牌推广,尤其在技术研发方面,相关技术人才和服务器的成本需要企业具备一定资金实力。此外,对于互联网广告服务商,其在同头部媒体合作时需要先行垫付购买用户流量的资金,对日常营运资金亦造成一定的压力。因此,互联网广告行业具备一定资金壁垒。

### 三、公司的市场地位及竞争优势

#### (一) 公司市场地位

公司始终秉持“科技让世界变得更平”的企业愿景，坚持践行“技术驱动发展”的战略规划，把握移动互联网产业的发展机遇，构筑了先发优势，树立了良好的行业口碑。

截至目前，公司为超过 2,000 个广告主提供全面、优质、高效的互联网广告服务，业务范围遍及全球 200 余个国家和地区。同时，在国家“一带一路”倡议的推动下，我国互联网企业迎来出海发展的历史性机遇，公司凭借多年积累的技术优势与行业洞察力，积极地参与“一带一路”的建设浪潮，为中国互联网企业拓展海外市场贡献力量。

报告期内，公司所获得主要资质及荣誉的具体情况如下：

项目	时间	名称	颁奖机构
1	2020 年 1 月	年度出海精英合作伙伴	TikTok
2	2019 年 12 月	2019 陕西 100 强企业	陕西省百强企业排序审定委员会
3	2019 年 11 月	2019 十大价值出海营销平台	2019 年 Marketing Summit 全球营销商业峰会
4	2019 年 11 月	Google “2019 年度在线拓展移动应用奖”	Google
5	2019 年 11 月	Google “2019 年度在线拓展出口业务奖——B2C”	Google
6	2019 年 11 月	2019 新商业年度影响力企业	中国财经峰会冬季论坛
7	2019 年 8 月	2019-2020 年度国家文化出口重点企业	商务部服贸司
8	2019 年 8 月	西安市 2019 年第一批独角兽企业	西安市科技局
9	2019 年 8 月	2019 中国人工智能商业落地初创企业 100 强	世界人工智能大会
10	2019 年 8 月	2019 年电子信息行业“一带一路”百项案例	中国电子信息行业联合会
11	2019 年 8 月	APN 进阶级合作伙伴	Amazon Web Service
12	2019 年 6 月	软件和信息技术服务综合竞争力百强企业	中国电子信息行业联合会
13	2018 年 11 月	获 Google 颁发中国内地“移动广告创新奖”以及“在线拓展业务奖——B2C 出口外贸领域”。	Google
14	2018 年 9 月	西安企业 100 强	西安市工商联、西安市总商会、西商总会

项目	时间	名称	颁奖机构
15	2018年6月	2018中国软件百强企业	中国电子信息行业联合会
16	2018年6月	西安市十佳文化企业	西安市市委宣传部
17	2018年5月	“一带一路”税收服务示范点	陕西省国税局、陕西省地税局
18	2017年9月	最具影响力跨境电商营销服务商	中国电子商务协会
19	2017年9月	优秀合作伙伴	海外贸易联合会
20	2017年8月	大中华区“移动广告创新奖”	Google
21	2017年8月	高新技术企业	西安市科学技术局
22	2017年6月	“中国区优质广告合作伙伴”称号	Facebook
23	2017年4月	西安市民营科技企业	西安市科学技术局
24	2017年4月	“2017跨境电商行业前十优秀服务商”	深圳市跨境电子商务协会
25	2017年4月	深圳跨境电商协会常务理事单位	深圳市跨境电子商务协会

注：2015年至2019年，公司连续五年被评为 Google 优秀合作伙伴。

## （二）公司技术水平及特点

公司秉持“技术驱动发展”的战略定位，掌握了大数据、机器学习和人工智能算法等前沿互联网广告技术，成为公司开展效果广告服务的核心竞争力之一。其中，在数据采集及分析、广告创建与投放、自动化运营投放等关键业务场景中，深度学习及人工智能算法、边缘计算技术等核心技术被广泛应用，提升了互联网广告投放的效率以及准确性。同时，公司自主研发了一系列智能化业务系统平台，以由数据驱动的自动化的投放模式逐渐替代了基于广告运营人员主观经验判断的粗放式决策模式，进一步优化了投放流程、提升了公司整体营运效率。

公司所掌握的核心技术的具体情况参见本节之“八、研发和核心技术情况”之“（二）核心技术情况”之“1、公司核心技术”。

## （三）公司的竞争优势和劣势

### 1、竞争优势

#### （1）全球媒体资源优势

互联网媒体作为连接广告主和用户的平台，处于互联网广告产业链的核心环节。公司与全球众多大型综合媒体平台、社交网络平台、搜索引擎平台和工具类 APP 建立了深层次的合作关系，对头部媒体流量以及中、长尾媒体流量均形成了

有效的覆盖，构建了多方协作、互利共赢的产业生态。报告期内，公司合作的主要互联网媒体包括 Google 和 Facebook 等头部媒体、美图秀秀和 Vidmate 等移动应用以及小米和 VIVO 等其他渠道，筑建了全球媒体资源的优势。



### (2) 全球客户资源优势

经过多年的发展，公司树立了良好的品牌形象，形成了由大型互联网企业、国内出海互联网企业以及境外广告主组成的市场知名度高、信用状况良好的多层次的客户群体，为公司带来稳定的收入利润、丰富的行业经验和高价值的用户数据，形成了全球客户资源优势。同时，由于互联网行业具有显著的规模经济效应，广告主客户资源能够有效地分摊前期系统开发及运营维护的固定成本，对潜在的进入者构成一定竞争优势。



### (3) 技术与研发优势

公司具备互联网广告技术优势，率先推动各产业环节从数字化、网络化向智能化加速跃升，已经掌握的核心技术包括实时及离线海量数据计算框架、全球网

络加速技术、分布式消息、渠道客户智能评级等，技术能力位于行业前列。截至2019年12月31日，公司拥有员工445人，其中108人为研发人员，占比达24.27%。公司核心团队在互联网广告领域拥有多年技术研发背景，对互联网广告技术的发展具有深刻的理解与敏锐的洞察力，能够领导公司不断进行技术研究与探索。

#### **(4) 行业经验积累优势**

随着互联网广告呈现精细化的发展趋势，各细分行业广告主差异化的营销需求愈发强烈，也对互联网广告服务商在各细分行业的经验积累提出了更高的要求。通过多年的发展，公司积累了跨境电商、移动应用、游戏等行业丰富的行业服务经验，累计服务客户2,000余家，能够满足不同行业广告主差异化的营销需求。尤其在跨境电商领域，公司对广告主的需求建立了深入的理解，并针对性的开发了YeahTargeter系统等智能营销辅助工具，为跨境电商广告主广告创建、再营销等场景提供专项解决方案。因此，得益于多年的业务实践以及广泛的客户覆盖，公司具备行业经验积累优势。

#### **(5) 数据资源积累优势**

海量的数据储备是开展互联网精准营销的基础，而互联网广告行业也是大数据技术商业化、规模化的典型应用场景。公司具备数据资源积累优势，建立了智能化的数据管理系统，采集来自全球各边缘节点的系统数据日志。通过对历史用户数据的分析建模，公司提升了营销推广的效率，吸引了更多广告主用户，由此扩大了业务规模、积累了更多用户数据，形成了由数据驱动业务实践、由业务获取用户数据的良性闭环。

与此同时，公司在用户数据保护方面始终保持审慎严谨的态度，在数据获取方式、数据维度、隐私保护等方面均严格遵守相关法规与制度要求。

#### **(6) 管理团队优势**

优秀的管理团队是企业持续发展、基业长青的重要保障。公司管理团队兼备广告营销、互联网技术、资本运作与企业运营等领域的经验，能够领导公司的发展方向。

公司董事长邹小武先生曾被福布斯中国评为“福布斯亚洲30岁以下创业之星”，亲历了互联网广告行业的发展与变更，具备前瞻性的战略眼光与领导力。

同时,孙凤正、武莹、王一舟等核心管理团队积累了丰富的从业经验,同时相互之间熟悉度及信任度较高,具有较强的执行力和凝聚力,保障了管理团队的稳定性,为公司的长远发展提供了坚实的基础。

## 2、竞争劣势

近年来,虽然公司业务呈现高速发展,资产规模不断扩大,但资产规模仍偏小,同时融资渠道单一、融资能力受限,在抗风险能力上存在一定劣势。公司的资产规模与资金实力从一定程度上制约了公司的发展,公司迫切需要拓宽融资渠道、增强资本实力、加大资金投入。

## (四) 影响发行人发展的有利和不利因素

### 1、有利因素

#### (1) 国家政策支持互联网行业及中国企业海外发展

我国“十三五”规划中明确提出,拓展网络经济空间,发展现代互联网产业体系,实施网络强国战略以及与之密切相关的“互联网+”行动计划,包括网络基础设施建设、信息通信业新的发展和网络信息安全三个方面。自此,“网络强国”政策已上升至我国国家战略层面,互联网和移动互联网企业也受到各级政府部门一系列税收和财政政策的扶持,间接地推动了互联网广告行业的蓬勃发展。与此同时,我国互联网广告行业的监管体系也已日趋完善,电信主管部门和工商主管部门的交叉监管使得行业得以健康、良性地发展。

同时,国家主席习近平开创性地提出建设“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的合作倡议,积极发展与沿线国家的经济合作伙伴关系,共同打造政治互信、经济融合、文化包容的利益共同体、命运共同体和责任共同体。在这一背景下,诸多中国互联网服务企业纷纷寻求海外扩张,着力拓展东南亚地区、中东地区和非洲等海外发展中国家的市场。一方面可以更好的弘扬中国文化,树立我国政府多元、包容、开放的国际形象,另一方面为中国企业提供了全新的市场空间以及历史性的发展机遇。互联网广告将作为中国企业出海重要的营销推广手段,正积极参与“一带一路”倡议的建设浪潮,为中国企业在海外发展贡献力量。

## (2) 大数据、人工智能等技术的完善进一步提升互联网广告的商业价值

互联网广告行业是技术驱动型产业，大数据、人工智能和云计算等技术在互联网广告投放决策、效果监测、用户行为预测等环节均发挥着重要的作用。近年来，相关技术的理论基础及商业应用实践日趋成熟，强有力地推动了互联网广告行业的发展。随着用户画像颗粒度的逐渐细化，以及实时竞价交易机制的产生，用户价值被深度开发挖掘，本地广告和场景广告等新的营销需求被激发，互联网广告行业的整体商业价值得以大幅提升，并逐渐成为市场份额占比最高的主流广告类型之一。

## (3) 新兴经济体人口基数庞大，市场空间广阔

尽管目前发达国家地区仍占据互联网广告市场较大的市场份额，但这些地区的互联网及移动互联网高度发达，渗透率已接近饱和，用户增长态势以及用户使用时长增长已趋于平缓。相比而言，印度、东南亚、南美等国家和地区拥有更为庞大的人口基数，同时由于地区经济发展水平不均衡，互联网渗透率总体较低，未来的增长空间较大，成为最具潜力的移动互联网市场。因此，随着新兴经济国家通信基础设施的逐渐完善，互联网市场增长活力被深度激发，配套的互联网营销服务也将分享市场增长红利，获得广阔的市场空间。

## 2、不利因素

过度的互联网营销一定程度上降低用户体验。由于互联网及移动互联网的碎片化时间利用及全场景渗透，互联网广告在提升营销推广效率的同时，也可能影响用户使用应用程序或媒体的体验。例如部分媒体为了追求互联网广告变现，盲目地提高广告填充率，或频繁、恶意地推送广告，给用户造成不良的使用体验，甚至导致用户流失。

## 四、公司销售情况和主要客户

### (一) 主要服务的收入情况

报告期各期，公司按业务类型分类的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
效果广告服务	243,027.52	97.52%	191,759.66	96.93%	178,871.87	99.41%
品牌广告服务	3,922.24	1.57%	4,336.92	2.19%	-	-
头部媒体账户管理服务	2,260.90	0.91%	1,745.23	0.88%	1,053.03	0.59%
合计	<b>249,210.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>197,841.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,924.90</b>	<b>100.00%</b>

## (二) 主要客户情况

报告期内，公司前五大销售收入客户情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售收入	占营业收入的比例
2019 年	1	Alibaba Group	37,403.31	15.00%
	2	ChicV International Holding Limited	29,305.00	11.75%
	3	Parbat HongKong Limited	28,702.48	11.51%
	4	Zoetop Business Co., Limited	9,642.53	3.87%
	5	Candymobi Information Technology Co., Limited	9,568.41	3.84%
			合计	<b>114,621.73</b>
2018 年	1	Zoetop Business Co., Limited	18,943.15	9.57%
	2	Bytedance	17,015.87	8.60%
	3	Fightsong 株式会社	13,838.95	6.99%
	4	Parbat HongKong Limited	13,046.65	6.59%
	5	ChicV International Holding Limited	9,395.74	4.75%
			合计	<b>72,240.36</b>
2017 年	1	Bytedance	23,271.75	12.93%
	2	Cheetah Mobile Inc.	9,307.98	5.17%
	3	ChicV International Holding Limited	8,440.44	4.69%
	4	Zoetop Business Co., limited	6,202.85	3.45%
	5	Fightsong 株式会社	5,681.96	3.16%
			合计	<b>52,904.98</b>

报告期内，公司不存在向单个客户的销售占比超过同期营业收入总额 50% 的情况。其中，Cheetah Mobile Inc. 与公司关联关系参见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”之“(一) 关联方及关联关系”。

Cheetah Mobile Inc.产品包括多种工具类移动应用以及多款游戏，根据不同产品特性及营销需求，公司为其提供效果广告服务投放和头部媒体账户管理服务。

除上述情况外，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%以上股份的股东未在上述其他客户中占有权益。

## 五、公司采购情况及主要供应商

### (一) 主要采购情况

报告期内，公司的采购内容包括互联网用户流量、服务器和技术服务等，各类采购的具体金额如下：

单位：万元

项目	2019年		2018年		2017年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流量采购	294,974.08	98.86%	207,141.63	98.40%	180,420.71	98.05%
服务器	2,938.74	0.98%	2,623.82	1.25%	3,230.90	1.76%
技术服务	450.21	0.15%	736.49	0.35%	361.33	0.20%
<b>合计</b>	<b>298,363.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>210,501.94</b>	<b>100.00%</b>	<b>184,012.94</b>	<b>100.00%</b>

注：上述采购金额为效果广告服务采购量及头部媒体账户管理服务代采购量的总和。

### (二) 主要供应商情况

报告期内，公司前五大供应商采购情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	采购金额	占总采购额的比例
2019年	1	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	161,552.20	54.15%
	2	Cheetah Mobile Inc.	27,653.53	9.27%
	3	Yino (Hongkong) Digital Technology Co., Limited	25,958.00	8.70%
	4	Bytedance	14,227.04	4.77%
	5	BlueFocus International Limited	11,566.92	3.88%
			<b>合计</b>	<b>240,957.69</b>
2018年	1	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	64,603.15	30.69%
	2	Cheetah Mobile Inc.	43,665.16	20.74%
	3	BlueFocus International Limited	33,852.59	16.08%
	4	Papaya Group Co., Limited	9,145.99	4.34%

年份	序号	供应商名称	采购金额	占总采购额的比例
	5	Twitter Asia Pacific Pte. Ltd.	3,840.11	1.82%
	合计		<b>155,107.00</b>	<b>73.68%</b>
2017年	1	Cheetah Mobile Inc.	30,524.99	16.59%
	2	BlueFocus International Limited	20,493.82	11.14%
	3	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	18,537.14	10.07%
	4	Allto Click Limited	14,734.29	8.01%
	5	Papaya Group Co., Limited	6,854.08	3.72%
	合计		<b>91,144.31</b>	<b>49.53%</b>

注：上述供应商采购金额为效果广告服务采购量及头部媒体账户管理服务代采购量的总和。

报告期内，公司前五大供应商采购金额占比逐年提升，由2017年的49.53%上升至2019年的80.76%，主要由于公司业务结构变动，效果广告业务中头部媒体效果营销服务业务规模快速扩大，因此Google Asia Pacific Pte. Ltd.采购金额及占比显著提升。公司向Google Asia Pacific Pte. Ltd.采购的主要内容为其全球用户流量。

此外，Cheetah Mobile Inc.与公司的关联关系参见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联交易”之“(一)关联方及关联关系”。报告期内，公司向Cheetah Mobile Inc.采购中长尾媒体的用户流量以及Facebook的用户流量。

除上述情况外，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%以上股份的股东未在上述其他供应商中占有权益。

## 六、主要资产情况

### (一) 固定资产

公司作为轻资产企业，固定资产较少，主要包括办公设备、运输设备。截至2019年12月31日，公司固定资产主要情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	净值	成新率(%)
办公设备	1,086.61	480.50	606.11	56%
运输设备	38.22	11.14	27.08	71%

项目	原值	累计折旧	净值	成新率(%)
合计	1,124.83	491.64	633.19	

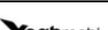
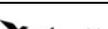
## (二) 无形资产

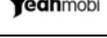
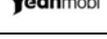
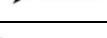
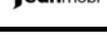
### 1、商标

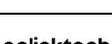
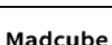
截至报告期末,公司及其控股子公司拥有的经中华人民共和国国家知识产权局商标局核准注册的商标如下表所示:

序号	权属	注册商标	注册号	类别	权利期限	取得方式	他项权利
1	香港 Click		14525130	35	2015.06.21-2025.06.20	受让取得	无
2	香港 Click		26374371	35	2018.09.28-2028.09.27	自行申请	无
3	香港 Click		26371302	38	2018.09.28-2028.09.27	自行申请	无
4	香港 Click		26362815	9	2018.10.07-2028.10.06	自行申请	无
5	香港 Click		26362799	42	2018.09.28-2028.09.27	自行申请	无
6	香港 Click		26361571	41	2018.09.28-2028.09.27	自行申请	无
7	香港 Click	易点天下	26354278	41	2018.09.28-2028.09.27	自行申请	无

公司及其控股子公司拥有的在中国大陆以外国家或地区注册的商标如下表所示:

序号	权属	注册地	注册商标	注册号	类别	权利期限	取得方式	他项权利
1	香港 Click	中国香港		303629458	9/35	2015.12.15-2025.12.14	自行申请	无
2				304276800	38/41/42	2017.09.19-2027.09.18	自行申请	无
3			易点天下	304275496	9/35/38/41/42	2017.09.18-2027.09.17	自行申请	无
4	香港 Click	中国台湾		01700001	35	2015.04.01-2025.03.31	受让取得	无
5			易点天下	01911703	9	2018.05.01-2028.04.30	自行申请	无
6			易点天下	01912530	35	2018.05.01-2028.04.30	自行申请	无
7			易点天下	01912711	38	2018.05.01-2028.04.30	自行申请	无
8			易点天下	01912792	41	2018.05.01-2028.04.30	自行申请	无
9			易点天下	01912848	42	2018.05.01-2028.04.30	自行申请	无
10				01911704	9	2018.05.01-2028.04.30	自行申请	无
11				01912712	38	2018.05.01-2028.04.30	自行申请	无

序号	权属	注册地	注册商标	注册号	类别	权利期限	取得方式	他项权利
12				01912793	41	2018.05.01-2028.04.30	自行申请	无
13				01912849	42	2018.05.01-2028.04.30	自行申请	无
14				01930101	35	2018.08.01-2028.07.31	自行申请	无
15	香港 Click	日本		6045745	9/35/38/41/42	2018.05.25-2028.05.25	自行申请	无
16				41-0316190	35	2015.03.13-2025.03.13	受让取得	无
17				40-1404386	9	2018.10.08-2028.10.08	自行申请	无
18				40-1404387	35	2018.10.08-2028.10.08	自行申请	无
19	香港 Click	韩国		40-1404388	38	2018.10.08-2028.10.08	自行申请	无
20				40-1404389	41	2018.10.08-2028.10.08	自行申请	无
21				40-1404390	42	2018.10.08-2028.10.08	自行申请	无
22				3138397	9	2015.12.23-2025.12.23	自行申请	无
23				3138398	35	2015.12.23-2025.12.23	自行申请	无
24	香港 Click	印度		3636428	38	2017.09.16-2027.09.16	自行申请	无
25				3636429	41	2017.09.16-2027.09.16	自行申请	无
26				3636430	42	2017.09.16-2027.09.16	自行申请	无
27				40201718124U	35	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
28				40201718125Y	38	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
29	香港 Click	新加坡		40201718126X	41	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
30				40201718123W	9	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
31				40201718127V	42	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
32				012923595	35	2014.05.30-2024.05.30	受让取得	无
33	香港 Click	欧盟		014919112	9/35	2015.12.16-2025.12.16	自行申请	无
34				017217019	38/41/42	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
35	香港 Click	美国		5097070	9	2016.12.06-2026.12.06	自行申请	无
36				5644715	38	2019.01.01-2029.01.01	自行申请	无
37				5644714	41	2019.01.01-2029.01.01	自行申请	无
38				5644716	42	2019.01.01-2029.01.01	自行申请	无

序号	权属	注册地	注册商标	注册号	类别	权利期限	取得方式	他项权利
39				5097071	35	2016.12.06-2026.12.06	自行申请	无
40	香港 Click	英国		UK00003279401	9/35/38/41/42	2017.12.27-2027.12.27	自行申请	无
41	香港 Click	澳大利亚		1741653	9/35	2015.12.16-2025.12.16	自行申请	无
42				1875013	38/41/42	2017.09.21-2027.09.21	自行申请	无
43	香港 Click	墨西哥		1830602	9	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
44				1830601	35	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
45				1830600	38	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
46				1830599	41	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
47				1830598	42	2017.09.15-2027.09.15	自行申请	无
48				1481318	35	2014.05.30-2024.05.30	受让取得	无
49	香港 Click	越南		299721	35	2016.01.26-2026.01.26	自行申请	无
50				322607	9	2016.01.26-2026.01.26	自行申请	无
51	香港 Click	印度尼西亚		IDM000632964	9	2017.06.19-2027.06.19	自行申请	无
52	香港 Click	加拿大		TMA1,008,967	9/35	2018.11.15-2033.11.15	自行申请	无
53	西安点告	泰国		181102584	9	2015.12.24-2025.12.23	自行申请	无
54	西安点告	马来西亚		2015071628	9	2015.12.17-2025.12.17	自行申请	无
55				2017068388	38	2017.09.25-2027.09.25	自行申请	无
56				2017068390	41	2017.09.25-2027.09.25	自行申请	无
57				2017068393	42	2017.09.25-2027.09.25	自行申请	无
58				2015071634	35	2015.12.17-2025.12.17	自行申请	无
59	西安点告	欧盟		018073633	9/35/38/42	2019.05.29-2029.05.29	自行申请	无
60				018073630	9/35/38/42	2019.05.29-2029.05.29	自行申请	无
61	西安点告	英国		UK00003402549	9/35/38/42	2019.05.28-2029.05.28	自行申请	无
62				UK00003402570	9/35/38/42	2019.05.28-2029.05.28	自行申请	无
63	西安点告	墨西哥		2038633	35	2019.06.06-2029.06.06	自行申请	无
64				2038632	35	2019.06.06-2029.06.06	自行申请	无
65				2052235	35	2019.07.19-2029.07.19	自行申请	无

序号	权属	注册地	注册商标	注册号	类别	权利期限	取得方式	他项权利
66			<b>Madcube</b>	2057111	9	2019.07.19-2029.07.19	自行申请	无
67			<b>Madcube</b>	2057112	42	2019.07.19-2029.07.19	自行申请	无
68				2052237	35	2019.07.19-2029.07.19	自行申请	无
69				2057113	9	2019.07.19-2029.07.19	自行申请	无
70				2057114	42	2019.07.19-2029.07.19	自行申请	无
71			<b>eclicktech</b>	40201911553Q	9	2019.05.27-2029.05.27	自行申请	无
72			<b>eclicktech</b>	40201911554T	35	2019.05.27-2029.05.27	自行申请	无
73			<b>eclicktech</b>	40201911555S	38	2019.05.27-2029.05.27	自行申请	无
74	西安点告	新加坡	<b>eclicktech</b>	40201911556V	42	2019.05.27-2029.05.27	自行申请	无
75				40201911551U	35	2019.05.27-2029.05.27	自行申请	无
76				40201911557W	38	2019.05.27-2029.05.27	自行申请	无
77				40201911552X	42	2019.05.27-2029.05.27	自行申请	无
78	西安点告	中国香港	<b>eclicktech</b>	304937879	9/35/38/42	2019.05.24-2029.05.23	自行申请	无
79				304937860	9/35/38/42	2019.05.24-2029.05.23	自行申请	无
80			<b>eclicktech</b>	4197624	9	2019.06.05-2029.06.05	自行申请	无
81			<b>eclicktech</b>	4197627	35	2019.06.05-2029.06.05	自行申请	无
82			<b>eclicktech</b>	4197628	38	2019.06.05-2029.06.05	自行申请	无
83	西安点告	印度	<b>eclicktech</b>	4197630	42	2019.06.05-2029.06.05	自行申请	无
84				4197625	9	2019.06.05-2029.06.05	自行申请	无
85				4197626	35	2019.06.05-2029.06.05	自行申请	无
86				4197631	42	2019.06.05-2029.06.05	自行申请	无
87	日本 Click	日本		5996171	9/41	2017.11.17-2027.11.17	自行申请	无
88				6023285	35	2018.03.02-2028.03.02	自行申请	无
89				6003817	35/38/42	2017.12.15-2027.12.15	自行申请	无
90				6003816	35/38/42	2017.12.15-2027.12.15	自行申请	无
91			仲間幸福度	6081815	28/32/35/36/41/42/44/45	2018.09.21-2028.09.21	自行申请	无
92			KaraOK!	6081813	9/38/41/42	2018.09.21-2028.09.21	自行申请	无

序号	权属	注册地	注册商标	注册号	类别	权利期限	取得方式	他项权利
93			KaraOK	6081814	9/38/4 1/42	2018.09.21-2 028.09.21	自行 申请	无
94			CLICK TECH	6191511	35/38/ 41/42	2019.10.25-2 029.10.25	自行 申请	无
95				6023276	35	2018.03.02-2 028.03.02	受让 取得	无
96			メッセージ	5514940	9/35/3 8/41/4 2/45	2012.08.17-2 022.08.17	受让 取得	无
97			Message Bird	5514941	9/35/3 8/41/4 2/45	2012.08.17-2 022.08.17	受让 取得	无

## 2、软件著作权

截至报告期末,公司及其控股子公司在中国境内的计算机软件著作权登记情况如下:

序号	软件著作权名称	著作权人	登记号	取得方式	他项权利
1	YeahTargeter 广告管理平台 V1.0.0	易点天下	2018SR624946	原始取得	无
2	YMBOSS 系统 V1.8	易点天下	2018SR623205	原始取得	无
3	Clientgear 广告管理平台 V2.3.5	易点天下	2018SR618748	原始取得	无
4	智能化运营项目资源管理平台 V2.0	易点天下	2018SR267238	原始取得	无
5	消息异步化项目开发系统 V2.0	易点天下	2018SR266899	原始取得	无
6	离线报表项目运营系统 V3.0	易点天下	2018SR267244	原始取得	无
7	Beautiful Wallpaper 软件 V2.1.0	易点天下	2016SR251132	原始取得	无
8	Yeahmobi 持续交付系统 V2.93	西安点告	2019SR0031575	原始取得	无
9	Yeahmobi Gears 系统 V2.1	西安点告	2019SR0025658	原始取得	无
10	短视频播放平台 V1.0	西安点告	2017SR218661	原始取得	无
11	Yeahmobi-供给方广告投放平台 DSP 系统 V1.0	西安点告	2017SR205917	原始取得	无
12	TrendingVideos 平台软件 V1.0	西安点告	2017SR206112	原始取得	无
13	FingerGames 平台软件 V1.0	西安点告	2017SR206474	原始取得	无
14	AppDownload-Ringtone (PT) 订阅铃声软件 V1.0	西安点告	2016SR264299	原始取得	无
15	AppDownload-GameBar 游戏订阅软件 V1.0	西安点告	2016SR264295	原始取得	无
16	Ec-Retargeting 广告管理平台 V1.0	西安点告	2016SR255921	原始取得	无
17	FMP 广告投放系统 V2.0.0	西安点告	2016SR257856	原始取得	无
18	BoosterAd 广告自动投放平台 V1.0	西安点告	2019SR0751515	原始取得	无
19	Leadgen 系统 V1.0	西安点告	2019SR0751522	原始取得	无
20	mediabuy 大数据分析系统 V1.0	西安点告	2019SR0749786	原始取得	无

序号	软件著作权名称	著作权人	登记号	取得方式	他项权利
21	MongoDB 数据自动归档平台 V1.0	西安点告	2019SR0751464	原始取得	无
22	电商视频模板拼装系统 V1.0	西安点告	2019SR0749950	原始取得	无
23	反作弊基础数据及风险评估系统 V1.0	西安点告	2019SR0751528	原始取得	无
24	广告主周期性数据 BI 系统 V1.0	西安点告	2019SR0751590	原始取得	无
25	容器平台 V1.0	西安点告	2019SR0751146	原始取得	无
26	数据管理平台 API 系统 V1.0	西安点告	2019SR0749969	原始取得	无
27	数据管理平台 WEB 系统 V1.0	西安点告	2019SR0750360	原始取得	无
28	网关字典管理系统 V1.0	西安点告	2019SR0750369	原始取得	无
29	网盟离线 API 系统 V1.0	西安点告	2019SR0749935	原始取得	无
30	网盟系统商业智能 Dashboard 系统 V1.0	西安点告	2019SR0751596	原始取得	无
31	网盟展示上报系统 V1.0	西安点告	2019SR0749962	原始取得	无
32	运维机器人 YeahBot 系统 V1.0	西安点告	2019SR0750378	原始取得	无
33	运维资源管理平台 V1.0	西安点告	2019SR0751138	原始取得	无
34	自动化测试平台 V1.0	西安点告	2019SR0751470	原始取得	无
35	Yeahmobi 网盟服务化业务系统 V4.10.1	西安广知	2018SR267258	原始取得	无
36	基于模板渲染的 Android SDK 广告平台 2.5.6	星合之星	2018SR692850	原始取得	无
37	基于 MRAID 标准的 iOS SDK 广告系统 1.0	星合之星	2018SR675343	原始取得	无
38	Android 平台下的模块化动态更新管理器软件 1.0.0	星合之星	2018SR675325	原始取得	无
39	基于启发式算法的分布式广告投放系统 1.0.1	星合之星	2018SR674462	原始取得	无
40	广告快速检索平台 1.0.0	星合之星	2018SR675328	原始取得	无
41	基于时间窗口的广告预测系统 2.0.1	星合之星	2018SR675341	原始取得	无
42	基于统计学习的广告排序系统 1.0.0.0	星合之星	2018SR672418	原始取得	无
43	cloudmobi 广告竞价引擎系统 V1.0.0	星合之星	2019SR0575159	原始取得	无
44	效果广告监测系统 V1.0.0	星合之星	2019SR0581926	原始取得	无
45	基于 Javascript 的互动广告多端 API 设计系统 V1.0	星合之星	2019SR0579861	原始取得	无
46	基于多维度流量控制实时控制系统 V1.0.0.0	星合之星	2019SR0581936	原始取得	无
47	yeahmobi 报表系统 V1.0.0	星合之星	2019SR0579872	原始取得	无

### 3、域名

截至报告期末,公司及其控股子公司在中国境内拥有的互联网域名备案情况如下:

序号	备案主体	网站备案/许可证号	审核时间	网站名称	网址
1	易点天下	陕 ICP 备 18021511 号-2	2019-09-25	易点天下 OA 系统	www.ymtech.info
2	西安点告	陕 ICP 备 16009628 号-1	2020-03-27	点告一点天下	www.greatssp.com
3	西安点告	陕 ICP 备 16009628 号-2	2020-03-27	西安点告网络	www.yeahtargeter.com
4	西安点告	陕 ICP 备 16009628 号-4	2020-03-27	西安点告网络科技有限公司	www.ndpmedia.com
5	西安点告	陕 ICP 备 16009628 号-5	2020-03-27	点告追踪	www.ymtracking.cn
6	西安点告	陕 ICP 备 16009628 号-9	2020-03-27	西安点告全球化观察家	www.glocal.top
7	西安广知	陕 ICP 备 18021815 号-1	2018-12-17	西安广知网络科技有限公司	www.guangzhiads.com

### (三) 租赁资产情况

截至本招股说明书签署日, 公司经营场所租赁情况如下:

#### 1、公司及其控股子公司的境内租赁情况

序号	承租人	出租人	房屋地址	租赁房屋产权证书号	面积(m <sup>2</sup> )	租赁期限	租金	租赁备案
1	易点天下	西安市高新区软件新城建设发展有限公司	西安市高新区天谷八路156号软件新城研发基地二期A3-1西侧一至五层、东侧四至五层	陕(2017)西安市不动产权第1040778号等	5,722.22	2017.05.14-2020.05.13	50元/m <sup>2</sup> ·月	已备案
2	易点天下	西安市高新区软件新城建设发展有限公司	西安市高新区软件新城天谷八路156号云汇谷(西安软件新城研发基地二期项目)A3-1东侧1-3层	陕(2017)西安市不动产权第1040778号等	2,417.09	2018.04.14-2020.05.13	50元/m <sup>2</sup> ·月	已备案
3	云充点	上海张江(集团)有限公司	上海市芳春路400号1幢3层	沪房地浦字(2010)第029659号	-	2019.05.08-2020.05.07	0元/m <sup>2</sup> ·月	未备案
4	华艺世嘉	张德坤	北京市海淀区海淀北二街8号10层1101室	X京房权证海字第157098号	317.02	2019.07.02-2020.07.01	8.3元/m <sup>2</sup> ·日	未备案
5	星合之星	张德申	北京市海淀区海淀北二街8号10层1119室	X京房权证海字第172694号	317.03	2019.07.02-2020.07.01	8.3元/m <sup>2</sup> ·日	未备案
6	点聚创	西安沣东文创产业园开发有限公司	陕西省西安市沣东新城沣东大道(东段)2196号自贸新天地创星社C0111	-	20	2019.05.10-2020.05.09	0元/月	未备案
7	易联趣	西安沣东文创产业园开发有	陕西省西安市沣东新城沣东大道(东段)2196号	-	20	2019.05.10-2020.05.09	0元/月	未备案

序号	承租人	出租人	房屋地址	租赁房屋产权证 书号	面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	租金	租赁 备案
		限公司	自贸新天地创星 社 C0109					
8	点光 年	深圳市盛 景创客空 间有限公 司	深圳市宝安区西 乡街道广深公路 北侧(八十区)新 城广场一栋 2054-F340	深房地字第 5000075309 号	8	2019.12.22- 2020.12.21	500 元/月	已备 案

## 2、公司及其控股子公司的境外租赁情况

序号	承租人	出租人	房屋地址/所处国家或地区	面积 (m <sup>2</sup> )	租赁期限	租金
1	香港 Click	Honlink Development Limited	Unit 1011A on 10th Floor of Golden Era Plaza, 39 Sai Yee Street, Kowloon, Hong Kong	-	2019.05.01-2021.04 .30	9,360 港币/月
2	日本 Click	住友不動産株 式会社	4F Shibuya Infoss Tower,Sakuragaoka-cho,Shibuya-k u,Tokyo JAPAN	442.65	2018.09.01-2020.08 .031	3,950,199 日元/月
3	韩国 Click	Fastfive	서울특별시 강남구 감남대로 382, 1813(역삼동, 메리츠타워)	-	2018.07.21 起, 自 动续期	3,520,000 韩元/月

## 七、特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司未拥有任何特许经营权。

## 八、研发和核心技术情况

### (一) 研发能力

#### 1、机构设置

作为企业国际化智能营销服务商，公司始终将技术研发作为业务发展的基础与保障。公司成立研发中心，由首席技术官领导，专注于各类互联网广告技术及算法的探索与研发，为公司各业务板块予以技术支撑。

同时，各业务部门均设立技术组，针对各业务的模式与特点，同研发中心协作研究更具针对性的算法和模型，同时也更加注重研发成果的商业转化率，作为桥梁连接业务线与研发中心，帮助研发中心根据市场需求更好的优化公司的服务。

#### 2、研发流程

公司的研发流程参见本节之“一、发行人的主营业务及主要服务”之“(四) 主要经营模式”之“4、研发模式”。

## (二) 核心技术情况

### 1、公司核心技术

目前，公司掌握的核心技术及用途、特点等情况如下：

序号	技术名称	技术用途	核心技术特点	应用领域	技术来源
1	实时及离线海量数据计算框架	用于核心数据统计，以及全维度数据的交互式查询分析	采用基于流式处理和离线分析的大数据框架实现展示、点击、转化等全链路事件追踪，依托全球部署的分布式架构体系，提供支撑百亿级数据流量的高性能、易扩展的移动广告追踪技术。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	集成创新
2	全球网络加速技术	用于实现全球多区域分布式部署的最优网络拓扑设计	通过对网络传输过程中数据包的探测分析，以及对网络响应的实时监控，调整不同流量区域和系统之间的网络拓扑结构，实现高性能、低时延的广告分发。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
3	分布式消息	用于实现全球多区域分布式部署的数据同步	基于 Apache RocketMQ 开源框架并进行改造，实现了跨区域消息同步、多个大数据产品的消息扩展插件，以及事务型消息在系统中的应用。	应用于效果广告服务。	引进消化吸收再创新
4	Yeah-Anti Fraud 系统	通过全方位的反作弊检测，实现对流量的质量控制	建立集合了渠道流量、安装激活、用户行为等 20 多个维度数据的反作弊平台，并基于模型的综合评定，对流量质量进行综合评估。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
5	自动对账、结账系统	用于与广告主及媒体的对账和结账流程	实现对账流程自动化操作，并根据核查明细，自动生成结账单据。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
6	渠道客户智能评级	用于综合多维度数据对互联网媒体渠道进行综合的等级评定	根据行业经验和历史数据对各数据维度设置合理区间，通过多指标综合评价确定每个数据维度的权重，判定渠道的整体等级评分。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
7	广告排序技术	选择最优广告	通过广告的历史 CTR，结合广告针对目标受众，广告形态，出价因素等，使用模型和算法预测 eCPM，选择转化机会最大的广告进行展示。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	集成创新
8	数据可视化	为广告主及公司广告运营人员提供数据报告，进行数据分析	利用 ES、Kibana 等技术，展示每日实时请求量、DAU、点击数等执行过程中各项数据；通过多维度的数据分析数据结果，提升运营效率。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	集成创新
9	算法测试框架	对各种广告排序算法进行测试	从多维度对比不同广告排序算法的效果，得出针对具体场景下的最优算法。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	自主创新
10	高效动态 API 网关技术	承接海量的广告请求	在提升资源使用率、QPS 的基础上，同时具备高扩展性和高可用性。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	自主创新
11	自动化视频技术	自动化生成广告投放所需要的视频，提升广告效果	通过研究不同格式视频生成技术，将不同元素，图片，文字，音频等组装成不同的帧流，并通过 AE 技术合成视频，具有模板可重复利用，一次批量生成批量下载等特点。	应用于效果广告服务及品牌广告服务。	原创创新

序号	技术名称	技术用途	核心技术特点	应用领域	技术来源
12	个性化广告推荐技术	通过学习用户历史网站行为提升广告主 ROI	通过收集用户在电商网站的历史浏览、购买等记录,提取对用户转化有帮助的特征,通过机器学习算法为每个用户推荐感兴趣的商品。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
13	全球流量承载技术	承载全球流量,并同步收集多节点数据,通过数据库路由技术实现中心化查询	通过 GeoDns 技术,用以承接任意地区国家的流量实现数据实时落地,利用异步数据传输实现多数据中心建设高可用、低延迟、集中化管理、中心化查询。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
14	机器学习统一模型技术	用于公司所有算法项目的快速开发、调试和部署	实现机器学习训练模型和线上模型的特征一致化,并归纳了行业中常用算法的最优实践。项目使用统一模型框架技术,可快速的完成模型训练以及线上实验,并确保实现模型的准确性。	应用于效果广告服务。	原创创新
15	算法 debug 白板技术	用于算法模型特征选择,通过可视化的方式对每个特征的影响权重,以及算法效果进行观察和调试	自研算法特征白板技术,具有模型特征可视化、手动特征权重调整、单一特征权重比等特点,帮助开发人员可快速的进行算法模型的开发和调试,提高算法开发、试验效率。	应用于效果广告服务。	原创创新
16	流量分割技术	在进行流量试验时,可以对流量进行不同维度的流量分流	根据广告行业中的特性,自研流量分层框架技术,开发人员只需要进行流量分割的维度配置,该技术就可以对流量进行预设的分割到不同的算法模型上去,并进行同组的 AB 测试试验,验证模型的最终效果。该技术是新模型线上测试,以及最终效果比对中必要技术。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
17	网关统一接入技术	用于对接不同平台、不同协议的技术框架	根据广告行业通用 Open RTB 协议规范,自研可以适配 Open RTB、API、OEM 等方式的流量接入,并在接入后转化为统一的协议,具有内外部通用特性,减低开发成本和开发风险。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	引进消化吸收再创新

## 2、公司核心业务系统

为了满足广告主定制化的营销需求,公司自主研发了智能业务系统,以更好地适应复杂的互联网广告营销场景。公司各业务主要系统的介绍如下:

序号	业务系统	应用服务	对应软件著作权
1	TopMedia CMP 系统	头部媒体效果营销,主要适用于目标效果为应用下载、应用安装等业务场景	FMP 广告投放系统 V2.0.0 等
2	YeahTargeter 系统	头部媒体效果营销,主要适用于目标效果为电商商品销售等业务场景	YeahTargeter 广告管理平台 V1.0.0 等
3	Yeah-CMP 系统	中长尾媒体效果营销	运维机器人 YeahBot 系统 V1.0 等
4	Yeah-Mediator 系统	中长尾媒体效果营销	基于模板渲染的 Android SDK 广告平台 2.5.6 等
5	Yeah-AdBooster 系统	中长尾媒体效果营销	BoosterAd 广告自动投放平台 V1.0 等

## (1) TopMedia CMP

公司 TopMedia CMP 系统满足了在头部媒体广告平台上智能地发布、管理、监测大批量广告活动的需求,其主要适用于以应用下载、应用安装等为目标效果的业务场景。该系统基于公司积累的数据资源,实现跨账号、交叉定位、交叉创意等灵活的广告定位策略,显著地提高了公司广告运营人员的投放效率,提升了广告投放过程中用户群体拆分定位的精细度。同时,该系统通过 A/B 测试、广告模型、创意数据化管理等模块,进一步提升投放效果。

TopMedia CMP 广告投放系统的主要功能模块介绍如下:

功能模块	子模块	功能介绍
广告投放	广告创建	<b>功能:</b> 在头部媒体广告系统中创建广告投放请求,录入产品信息、目标受众、投放时间等信息,并开始进行广告投放 <b>优势:</b> 通过 API 的方式与头部媒体广告系统对接,实现多广告创意、多定位、多预算出价和多广告账号同时投放,提升投放效率
	广告列表	<b>功能:</b> 监控广告的发布情况 <b>优势:</b> 实时监控检测广告是否发布成功,以及实际投放情况是否符合广告主要求
广告管理	-	<b>功能:</b> 监控系统中广告投放的具体情况各类投放数据 <b>优势:</b> 实时监测出价数据、效果数据等指标的走势,并以可视化报表的方式进行展现
资源管理	素材管理	<b>功能:</b> 管理并加工广告主投放过程中使用的图片、视频、广告语等广告素材,通过数据分析选取投放效果更好的素材 <b>优势:</b> 通过人工智能技术根据历史反馈数据对原始素材进行再加工,选取对受众更有吸引力的广告素材;同时可以为素材添加标签,实现关键词检索
	再营销场景受众管理	<b>功能:</b> 对于广告主的再营销需求,系统将广告主既定的目标受众(例如现有注册用户等)信息批量导入头部媒体广告系统,进行再营销推广 <b>优势:</b> 通过 API 的方式与头部媒体广告系统智能对接,实现受众信息批量导入,同时支持用户细化分类,进行动态运营管理

## (2) YeahTargeter 系统

公司的 YeahTargeter 系统致力于服务电商客户以实现商品销售为目标的营销需求,提供更具针对性的效果营销服务解决方案。

YeahTargeter 系统的主要功能模块介绍如下:

功能模块	子模块	功能介绍
广告投放	广告创建	<b>功能:</b> 在头部媒体广告系统中创建广告投放请求,录入商品信息、目标受众、投放时间等信息,并开始进行广告投放 <b>优势:</b> 通过 API 的方式与头部媒体广告系统对接,实现多广告创意、多定位、多预算出价和多广告账号同时投放,提升投放效率

功能模块	子模块	功能介绍
	广告列表	<b>功能:</b> 实时监控广告的发布情况 <b>优势:</b> 实时监控检测广告是否发布成功, 以及实际投放情况是否符合广告主要求
广告管理	-	<b>功能:</b> 实时监控系统中广告投放的具体情况及出价数据、效果数据等各维度投放数据; 同时根据人工智能数据模型动态监控调整投放决策 <b>优势:</b> 实时监测各数据指标的走势, 并以多种可视化报表的方式进行展现; 由运营人员优化操作和广告数据训练的人工智能模型, 对广告预算进行实时调整优化
资源管理	Feed 管理	<b>功能:</b> 对广告主商品的 Feed 进行管理, 并同步到头部媒体的广告平台中; 可以进行多 Feed 的管理和产品预览, 完成 Feed 效验, 确保投放的 Feed 准确无误 <b>优势:</b> 根据电商广告主商品 Feed 选取推广商品并制定具体投放策略, 实现智能化的效果广告投放, 提升了广告投放效率
	素材管理	<b>功能:</b> 管理并加工电商广告主投放过程中使用的图片、视频、广告语等素材, 通过数据分析选取投放效果更好的素材; 同时应用人图像识别技术、视频合成和图片智能拼接等人工智能方案, 快速自动生成广告创意 <b>优势:</b> 通过人工智能技术根据历史反馈数据对原始素材进行再加工, 选取对受众更有吸引力的广告素材, 以满足电商广告主对创意加工的需求; 同时, 通过对创意模板、元素的丰富和改造, 让广告创意更加引人注目, 提升点击和转化率
	再营销场景受众管理	<b>功能:</b> 对于广告主的再营销需求, 系统将广告主既定的目标受众(例如购买过产品的消费者等)信息批量导入头部媒体广告系统, 进行再营销推广 <b>优势:</b> 通过 API 的方式与头部媒体广告系统智能对接, 实现受众信息批量导入, 同时支持用户细化分类, 进行动态运营管理
报表管理	细分报表	<b>功能:</b> 按广告账号、受众年龄、设备信息等多维度查看广告投放过程中的各项细分业务数据 <b>优势:</b> 收集分析投放过程中的各项细分数据, 为动态更新投放决策提供数据支持
	A/B 报表	<b>功能:</b> 对比分析不同投放决策的投放效果, 为持续优化提供数据支持 <b>优势:</b> 通过可视化图表直观展示不同投放决策的投放效果

### (3) Yeah-CMP 系统

公司的 Yeah-CMP 系统是自主研发的中长尾广告平台系统, 该系统实现了中长尾媒体接入、广告主接入、广告预算分配和执行、广告内容投递及效果追踪、广告流量质量监测、广告计费统计等核心功能, 其核心功能模块包括:

#### 1) 流量接入系统

流量接入系统接入并整合中长尾媒体流量, 并通过流量标签确认、预算执行控制、质量监测过滤等环节后, 将高质量流量推送至广告主的产品目标页面。该系统同时也会接收并分析广告主授权的后续用户行为数据, 帮助广告主持续优化

广告活动。

流量接入系统的主要功能模块介绍如下：

功能模块	子模块	功能介绍
流量追踪	业务数据传输	<b>功能：</b> 在广告主更新推广要求参数时（例如广告出价、广告预算等），公司广告运营人员相应地调整投放决策模型输入参数，系统将更新后的决策模型同步传输至流量接入系统 <b>优势：</b> 数据实时传输至全球各系统节点，保障传输的速度与精准度，确保广告投放效率
	流量分级管理	<b>功能：</b> 分渠道、分等级地对用户流量进行划分与管理，支持设置各类定位条件、权限规则、点击和转化次数上线等参数 <b>优势：</b> 实现更为精准的流量管理，提升了广告主与用户流量的匹配效率
	反作弊	<b>功能：</b> 通过反作弊引擎对实时流量进行流量质量监控 <b>优势：</b> 由公司数据管理平台提供数据支持，对虚假流量识别率高，有效的降低了虚假流量造成的广告预算浪费
	流量接入	<b>功能：</b> 接入全球市场的中长尾媒体的展示、点击等流量，并接收第三方归因平台回传的转化数据 <b>优势：</b> 全球部署的云平台系统，支持百亿级展示、点击
数据管理	-	<b>功能：</b> 对原始流量传输、推广、点击等事件的数据进行采集、储存和分析，支持各业务运营及商业分析的场景需要 <b>优势：</b> 全面分析覆盖实时数据和离线数据，生成多种数据源格式，同时具备保护数据安全及用户隐私的能力

## 2) 业务管理系统

业务管理系统提供给广告运营人员使用的专业运营平台，提供了运营环节所需的各类专业功能。该系统提供了对平台内各类数据的统计、分析和报告，包括广告请求、渠道流量、广告主信息、广告素材等，分析结果也会实时同步到流量接入系统辅助流量投递的准确有效。业务管理系统分析的数据包括点击率、转化率等各项流量输送阶段的指标，以及激活、留存、付费、注册、ROI等转化后的用户行为指标。

业务管理系统的主要功能模块介绍如下：

功能模块	子模块	功能介绍
广告主账户创建及管理	-	<b>功能：</b> 创建广告主账户，录入广告主所属公司、国家、合同条款等基础信息，同时对账户进行预算控制，设置广告主等级并设定产品流量特性等参数 <b>优势：</b> 支持多维度广告主信息管理查询，同时分等级、分类型管理广告主，提升运营效率
渠道方账户创建及管理	-	<b>功能：</b> 由媒体自主录入公司、国家、流量特征等基础信息并进行账户注册，由公司审核人员进行审核；同时进行API对接 <b>优势：</b> 支持多维度媒体信息管理查询
Offer管理	Offer创建	<b>功能：</b> 录入Offer名称、预算、URL、推广区域、设备类型、设

功能模块	子模块	功能介绍
	及管理	备版本、运营商限制等信息，完成 Offer 的创建 <b>优势：</b> 支持各类 CPA 结算的广告请求创建，以及多维度数据设置与查询
	Offer 列表	<b>功能：</b> 查看 Offer 基础信息及实时投放数据 <b>优势：</b> 支持根据 Offer 创建时的特征信息进行模糊查询，同时支持对多 Offer 的授权、预算进行批量设置
	TOP Offer	<b>功能：</b> 根据渠道流量特征及广告主推广要求，设定筛选条件，输出最为匹配的 Offer <b>优势：</b> 为渠道匹配最为适合的 Offer，实现最优推广效率
报表管理	细分报表	<b>功能：</b> 对推广数据及转化数据进行多维度的分析拟合后，供广告运营人员进行查询，可查看转化相关明细数据、转化后用户行为数据等 <b>优势：</b> 支持根据 Offer、渠道、广告主、运营人员等多维度查询，可对点击、转化等关键运营数据指标实时查看，同时支持特定时间、区间前后数据对比及趋势查看。针对投放及转化数据进行采集及分析，为投放决策提供数据支持
	Fraud 报表	<b>功能：</b> 基于反作弊模块，查询渠道用户流量的真实性，对虚假流量进行风险预警 <b>优势：</b> 按照 Offer 或者广告主等维度，对虚假流量指标进行数据分析及风险预警

### 3) 账单管理系统

公司的账单管理系统通过对系统内产生的各类业务数据进行统计分析，生成广告主应收账款和媒体应付账单，并与公司财务系统进行实时数据对接，其中，生成账单所需要的数据主要包括广告点击数据、广告主效果转化数据、CPA 单价、CPM 单价等。

账单管理系统的主要功能模块介绍如下：

功能模块	子模块	功能介绍
广告主账单管理	广告主暂估数据生成	<b>功能：</b> 将业务结算数据同步至财务系统，作为公司同广告主客户对账的基础数据 <b>优势：</b> 实现业务与财务数据的高效对接
	核减数据管理	<b>功能：</b> 根据第三方数据或系统数据对暂估数据进行核减或增加； <b>优势：</b> 支持按广告主、媒体、Offer 等维度对差异数据进行核减或增加，数据核验更加简便、高效
	广告主账单管理	<b>功能：</b> 创建广告主账单，支持广告主发票拆分、开票主体设定等功能 <b>优势：</b> 按照财务需求对广告主及广告投放信息进行分类统计，提高业务与财务系统对接效率
	回款进度管理	<b>功能：</b> 实时统计广告主开票及回款进度，支持广告主账务关键节点完成情况消息自动推送 <b>优势：</b> 按照财务需求对广告主回款进度进行分类统计，提高业务与财务系统对接效率
渠道账单	渠道暂估数据	<b>功能：</b> 将系统接收到的成本数据同步至财务系统，作为同渠道

功能模块	子模块	功能介绍
管理	生成	付款的基础数据 <b>优势:</b> 提高业务与财务系统对接效率
	渠道付款审批	<b>功能:</b> 系统审批后向渠道付款 <b>优势:</b> 在付款前进一步核验数据, 保障财务付款准确性
	渠道账单管理	<b>功能:</b> 创建渠道账单, 同时支持数据核减等调整 <b>优势:</b> 按照财务需求对渠道及广告投放信息进行分类统计, 提高业务与财务系统对接效率

#### (4) Yeah-Mediator 系统

Yeah-Mediator 系统是公司为了满足互联网媒体变现, 自主研发的程序化广告变现系统。帮助各类互联网媒体以程序化的方式售卖流量, 进行高效率、高回报的商业化变现。该系统对接了公司自有的需求端平台、全球主流三方需求端平台和全球主流广告交易市场, 实现了对全球广告主预算的有效覆盖。该系统经过长期的数据积累和持续的模型优化, 使得待变现流量和广告需求间的匹配更为精准, 提升了对媒体流量的变现能力。

#### (5) Yeah-AdBooster 系统

Yeah-AdBooster 系统是公司针对中长尾流量的实时竞价广告系统。该系统以公司长期积累的数据为基础, 通过机器学习算法模型对中长尾媒体流量进行实时价值评估和竞价采买。同时, 在流量采买过程中, 系统会以广告主反馈的商业目标数据为调优目标, 实时调整评估算法模型并更新竞价策略, 为广告主实现最大化的广告预算和商业结果间的投入产出比。

### (三) 公司的研发投入情况

公司的研发费用主要系研发人员成本、服务器租赁费等费用, 该类费用占比基本保持稳定, 金额随收入规模同步增长。报告期内, 公司的研发投入占营业收入的情况如下表所示:

单位: 万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发投入	3,991.42	3,596.82	2,640.26
营业收入	249,312.26	197,862.39	179,924.90
研发投入占营业收入比例	<b>1.60%</b>	<b>1.82%</b>	<b>1.47%</b>

报告期内, 公司研发费用构成如下:

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本	3,378.44	84.64%	2,790.18	77.57%	1,690.46	64.03%
服务器租赁费	405.79	10.17%	420.38	11.69%	518.22	19.63%
租金及物业费	131.63	3.30%	129.59	3.60%	131.79	4.99%
其他	75.57	1.89%	256.67	7.14%	299.79	11.35%
合计	<b>3,991.42</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,596.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,640.26</b>	<b>100.00%</b>

#### (四) 核心技术人员及研发人员情况

##### 1、核心技术人员

公司核心技术人员分别为邹小武、王一舟、秦鹏和芦康平，其基本情况详见本招股说明书之“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、(四) 核心技术人员”。

##### 2、研发人员占比

报告期各期末，公司研发人员占比情况如下：

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
研发人员数量	108	99	92
占总人数比例	<b>24.27%</b>	<b>21.52%</b>	<b>21.20%</b>

#### (五) 持续创新机制

自成立以来，公司一直秉承“技术驱动发展”的战略，建立了持续创新的机制，并营造了创新的企业文化和宽松有序的创新环境，通过鼓励创新，丰富公司的技术积淀、增强公司的技术优势。

##### 1、业务需求导向的创新机制

公司重视技术创新，坚持以业务需求为导向开展技术研发，由业务部门提起研发需求，围绕业务开展过程中实际问题，进行相关技术的深入研究。以业务需求为导向的技术研发，保障了创新项目的实用性，有效提高了公司研发投入的转化率。

## 2、市场化的激励机制

为了鼓励研发人员积极参与技术创新，公司建立了技术研发成果转化的激励奖励制度，规范公司科技成果的转化管理工作，同时将创新性成果作为研发人员以及业务部门人员的考核指标之一，调动公司广大员工和各部门从事科技成果转化工作的积极性、主动性和创造性。

## 3、完善的人才培养机制

研发团队建设是公司可持续发展的必要保证，公司制定了相应的人才战略，不仅重视专业能力和学历背景，还把团队合作能力、忠诚度、敬业精神等指标作为重要参考因素，为优秀人才提供富有市场竞争力的薪酬，建立了内部招聘竞聘、绩效管理、员工发展与晋升管理等一系列管理制度，培养优秀技术人才，激励引导员工持续创新。此外，公司还定期组织研发设计人员与专业咨询机构研讨交流，了解市场的趋势变动、行业技术发展方向及行业内的研发现状，保持研发人员对行业资讯信息的敏感度，加速传统理念和新技术观点的融合。

# 九、境外经营情况

## （一）公司境外经营的地域分布情况

公司主要在境外进行应用推广和用户经营。目前，公司的主营业务收入主要来源于境外。公司境外收入的区域划分情况，详见“第九节财务会计信息与管理层分析”之“十三、（一）营业收入分析”。

## （二）公司境外业务及境外子公司情况

公司主要通过境外子公司进行境外业务，截至本招股说明书签署日，公司拥有 11 家境外控股子公司。公司境外子公司的具体情况，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司、参股公司简要情况”。

## 十、公司发展战略和业务发展目标

### （一）未来三年发展战略和经营目标

#### 1、发展战略

公司秉持“科技让世界变得更平”的企业愿景，践行“技术驱动发展”的战略规划，将不断提升自身核心竞争力，以市场需求为导向，以互联网广告技术为驱动，为各行业广告主客户提供智能化的互联网广告营销服务，致力于成为优秀的互联网广告服务企业。

在研发方面，公司将持续探索大数据、人工智能、云计算等互联网广告算法与技术，提升营销推广效率，筑建公司核心竞争壁垒；在服务种类方面，公司将优化由效果广告服务、品牌广告服务与头部媒体账户管理服务组成的服务体系，为广告主客户提供一站式、全方位的营销服务；在客户拓展方面，公司将凭借在电商、移动应用、游戏等领域积累的行业经验，加大客户开发力度，继续开拓新领域、新行业；在运营效率方面，公司将持续增强内部运营能力，建立完善的组织结构，不断提升整体运营效率。

#### 2、经营目标

建立符合公司发展战略的经营管理体系，增强管理水平及技术开发能力，提升管理运营效率，通过资本市场募集资金扩大公司业务规模，完成服务能力的升级，积极拓展新客户并进一步满足客户的全方位营销需求，实现经营业绩的持续稳定增长。

### （二）实现业务目标的具体发展计划

#### 1、技术研发计划

公司将对现有广告业务系统进行全面的优化升级，通过升级预算分配系统、广告投放系统等子系统架构，同时引进专业的高素质人才团队，提升公司在广告主及广告主合约管理、广告预算分配、媒体资源管理、用户画像管理等方面的服务能力，巩固和强化公司核心技术竞争优势，进一步扩大市场占有率。

## 2、业务发展计划

公司将继续巩固在电商、移动应用 APP、游戏等领域的行业优势，持续为相关行业广告主提供智能化的互联网广告营销服务。与此同时，公司会持续开拓客户行业领域及地域领域，保持稳健可观的收入水平，致力于成为互联网广告服务行业的领军企业之一。

## 3、服务提升计划

公司深耕互联网广告行业，在持续提升效果广告服务水平的前提下，近年来大力拓展品牌广告业务，包括品牌建立、公共关系、线下活动等，围绕广告主客户多元化的推广需求，提供线上、线下联动的全产业链覆盖的营销服务。

## 4、人才引进及培养计划

随着公司经营规模的扩大，公司将按照提高效率、优化结构和保证发展相结合的原则，加大人才的培养和引进力度。公司将加强人力资源体系建设，健全人力资源规划系统、任职资格系统、教育培训系统、绩效及薪酬管理系统，完善分配激励政策，实现公司人力资源增值目标。

## 5、融资计划

公司拟发行股票募集资金用于程序化广告平台升级项目以及研发中心建设项目，在以后年度，公司将根据本次募集资金投资项目的完成情况、业务经营效益及市场发展情况，合理选择资本市场、银行贷款等多种形式，在适度合理的原则下选择筹资组合，为公司实现战略目标提供资金支持。

### (三) 公司业务发展规划与现有业务的关系

上述发展计划是公司在现有主要业务的基础上，按照公司发展战略和经营目标制定的。公司旨在通过发展计划的实施，不断扩大公司业务规模，提升公司行业地位。

### (四) 拟定计划依据的假设条件及主要困难

#### 1、假设条件

上述业务发展计划是以本公司现有的业务发展条件、市场地位和战略优势为

基础所制定，主要依据以下假设条件：

- (1) 公司本次发行顺利，募集资金能够及时到位；
- (2) 公司所处行业的产业政策无重大变化，公司所处行业及主营业务领域的市场处于正常发展状态，没有出现危及本行业发展的重大市场变化；
- (3) 国际、国内宏观经济形势、行业管理政策无重大变化；
- (4) 无其他不可抗力及不可预见因素对公司经营造成重大不利影响。

## **2、实施计划可能面临的主要困难**

本公司实施上述业务发展规划和相关计划可能面临的困难有：

(1) 公司在较大资金规模运用和业务迅速扩展的背景下，在战略规划、组织设计、机制建立、资源配置、运营管理、资金管理和内部控制等方面，都将面临更大的挑战。

(2) 虽然公司已在前期引进并储备了大量技术、服务及市场拓展方面的高素质人才，但随着公司业务规模的不断扩大，可能无法满足今后公司发展的需要。

## **(五) 公司持续公告发展规划实施情况的声明**

公司成功发行上市后，将通过定期报告公告发展规划的实施情况。

## 第七节 同业竞争与关联交易

### 一、公司独立性情况

自设立以来,公司严格按照《公司法》《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作,建立健全了法人治理结构,在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业,公司具有独立、完整的资产、业务体系及面向市场独立经营的能力。

#### (一) 资产完整

公司合法拥有与经营有关的软、硬件设备以及商标、软件著作权等所有权或使用权,具有独立的采购、研发和销售体系。公司不存在产权归属纠纷或潜在纠纷,不存在依赖股东的资产进行生产经营的情况,对所属资产有完全的控制和支配权,资产权属清晰、完整。

#### (二) 人员独立

公司设置了独立运行的人力资源部门,制订了有关劳动、人事、工资制度。公司的总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员均不在公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务,不在公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪;公司的财务人员不在公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职或领薪;公司的劳动、人事及工资管理与公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间完全独立。公司的董事、监事、高级管理人员严格按照《公司法》《公司章程》等有关规定产生。

#### (三) 财务独立

公司严格依照《企业会计准则》及相关规定要求建立了一套独立、完整、规范的财务会计核算体系和财务管理制度,并建立了相应的内部控制制度,独立作出财务决策。公司独立开设银行账户,独立纳税,不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。

## （四）机构独立

公司建立、健全了法人治理结构，股东大会、董事会、监事会、管理层严格按照《公司法》《公司章程》的规定履行各自的职责；建立了独立的、适应自身发展需要的组织结构，制订了完善的岗位职责和内部经营管理制度，各部门按照规定的职责独立运作，拥有独立的经营和办公场所，不存在股东单位、其他任何单位或个人干预公司机构设置的情况，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

## （五）业务独立

公司拥有独立完整的采购、研发和销售业务体系，业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

## （六）保荐人结论性意见

经核查，保荐机构认为：公司已达到发行监管对公司独立性的基本要求，上述内容真实、准确、完整。

# 二、同业竞争

## （一）控股股东、实际控制人与公司之间不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，除易点天下及其下属公司外，控股股东、实际控制人邹小武在宁波众点担任执行事务合伙人，宁波众点的基本情况见“第五节 发行人基本情况”之“六、（三）持有公司 5%以上股份的股东”。除上述情况外，邹小武未控制其他企业，也未在其他企业中担任执行事务合伙人。

宁波众点的主营业务为股权投资。除持有公司股份外，宁波众点不存在其他对外投资，与公司之间不存在同业竞争。因此，公司与控股股东、实际控制人不存在同业竞争。

## （二）避免同业竞争的承诺

为解决与避免同业竞争，公司控股股东、实际控制人邹小武出具了《关于避

免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、本人及本人控制的企业目前并没有，未来也不会直接或间接地从事或参与任何与发行人及其下属子公司目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；不会在中国境内和境外，以任何形式支持第三方直接或间接从事或参与任何与发行人及其下属子公司目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；亦不会在中国境内和境外，以其他形式介入（不论直接或间接）任何与发行人及其下属子公司目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

2、自本承诺函签署之日起，若本人或本人控制的企业进一步拓展产品和业务范围，本人及本人控制的企业将不开展与发行人及其下属子公司相竞争的业务，若本人或本人控制的企业有任何商业机会可从事、参与或投资任何可能会与发行人及其下属子公司生产经营构成竞争的业务，本人及本人控制的企业将给予发行人及其下属子公司优先发展权；

3、如违反上述承诺，本人及本人控制的企业愿意承担由此产生的全部责任，充分赔偿或补偿由此给发行人及其下属子公司造成的损失；

4、本声明、承诺与保证将持续有效，直至本人及本人控制的企业不再拥有发行人及其下属子公司的控制权且本人不再担任发行人董事、监事、高级管理人员为止；

5、本承诺自签署之日起生效，生效后即构成有约束力的法律文件。”

### 三、关联交易

#### （一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》《创业板上市规则》等相关规定，报告期内，公司主要的关联方及关联关系如下：

##### 1、关联自然人

###### （1）公司控股股东、实际控制人

公司控股股东、实际控制人为邹小武。

## (2) 持股 5%以上的自然人股东

除公司控股股东、实际控制人邹小武外，孙凤正、王向阳为间接持有公司 5%以上股份的自然人股东。

## (3) 公司董事、监事、高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”。

## (4) 其他关联自然人

公司的其他关联自然人包括上述关联自然人关系密切的家庭成员，包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶、配偶的父母、兄弟姐妹、子女配偶的父母。

## 2、关联法人

### (1) 持股 5%以上的法人股东

持有公司 5%以上股份的非自然人股东包括宁波众点和宁波恒盛。

### (2) 控股子公司、参股公司

公司控股子公司、参股公司以及报告期内已注销或转让的子公司和参股公司情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“五、发行人子公司、参股公司简要情况”。

### (3) 公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上的自然人股东、董事、监事、高级管理人员或其关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的企业

公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上的自然人股东、董事、监事、高级管理人员或其关系密切的家庭成员控制或担任董事、高级管理人员的企业如下：

序号	企业名称	主要关联关系
1	西安广聚盈合信息咨询有限公司	间接持有公司 5%以上的股东王向阳及公司董事、副总经理孙凤正共同控制的企业

序号	企业名称	主要关联关系
2	共青城和瑞投资管理有限公司	公司董事程华杰控制并担任董事、高级管理人员的企业
3	共青城和致投资管理合伙企业(有限合伙)	公司董事程华杰控制的企业
4	上海梓洋网络科技有限公司	公司董事程华杰担任董事的企业
5	北京挖玖电子商务有限公司	公司董事程华杰担任董事的企业
6	南京硅基智能科技有限公司	公司董事程华杰担任董事的企业
7	湖南微算互联信息技术有限公司	公司董事程华杰担任董事的企业
8	北京古盘创世科技发展有限公司	公司董事程华杰担任董事的企业
9	成都任性科技有限公司	公司董事程华杰担任董事的企业
10	无花果大冒险(北京)科技有限公司	公司董事程华杰担任董事的企业
11	盟拓软件(苏州)有限公司	公司董事李艳担任董事的企业
12	绍兴市上虞区百官街道传成木材经营部	公司董事李艳之父李传法控制的企业
13	全美在线(北京)教育科技股份有限公司	公司独立董事张蒙担任独立董事的企业
14	天津市红桥区嘉和易商便利店	公司独立董事张蒙之弟张卓控制的企业
15	天津市南开区易商嘉和食品超市	公司独立董事张蒙之弟张卓控制的企业
16	天津市河西区优棒食品便利超市	公司独立董事张蒙之弟张卓控制的企业
17	天津市南开区优棒食品超市	公司独立董事张蒙之弟张卓控制的企业
18	远信工业股份有限公司	公司独立董事张国昀担任独立董事的企业
19	浙江德斯泰新材料股份有限公司	公司独立董事张国昀担任独立董事的企业
20	浙江双环传动机械股份有限公司	公司独立董事张国昀担任独立董事的企业
21	浙江省新能源投资集团股份有限公司	公司独立董事张国昀担任独立董事的企业
22	浙江圣达集团有限公司	公司独立董事张国昀担任高级管理人员的企业
23	杭州萧山东熙智诚企业管理咨询服务部	公司独立董事张国昀控制的企业
24	浙江天铁实业股份有限公司	公司独立董事张国昀之配偶范薇薇担任高级管理人员的企业
25	天台喜兰登酒店有限公司	公司独立董事张国昀之配偶的母亲许秀华控制并担任高级管理人员的企业
26	天台黛莱儿汽车用品厂	公司独立董事张国昀之配偶的母亲许秀华控制的企业
27	绍兴市上虞区水处理发展有限责任公司	公司独立董事张国昀之弟张国华担任高级管理人员的企业
28	南京科远智慧科技集团股份有限公司	公司独立董事冯轶担任独立董事的企业
29	南京泉峰汽车精密技术股份有限公司	公司独立董事冯轶担任独立董事的企业
30	埃夫特智能装备股份有限公司	公司独立董事冯轶担任独立董事的企业

序号	企业名称	主要关联关系
31	江苏原力数字科技股份有限公司	公司独立董事冯轶担任独立董事的企业
32	福奇食品销售有限公司	公司独立董事冯轶担任高级管理人员的企业
33	西安凯奇财务咨询管理有限公司	公司监事会主席陈文凯之兄陈练兵控制并担任董事和高级管理人员的企业
34	西安华艺时代企业咨询服务有限公司 (以下简称“华艺时代”)	公司监事会主席陈文凯之兄陈练兵与第三方共同控制并担任董事和高级管理人员的企业
35	西安妙火网络科技有限公司	公司监事会主席陈文凯之兄陈练兵通过华艺时代控股并担任董事和高级管理人员的企业
36	广州红珊网络科技有限公司	公司监事会主席陈文凯之兄陈练兵通过华艺时代控股并担任董事和高级管理人员的企业
37	西安跨信网络科技有限公司	公司监事会主席陈文凯之兄陈练兵通过华艺时代控股并担任董事和高级管理人员的企业
38	西安顺全鼎富网络科技有限公司	公司监事会主席陈文凯之兄陈练兵通过华艺时代控股的企业
39	西安凯德华企业管理有限公司	公司职工代表监事李文珠之配偶贾凯控制并担任董事和高级管理人员的企业
40	XY Finspect Limited	公司财务总监杨晓鸥控制的企业
41	晶婵文化传播(上海)有限公司	公司副总经理武莹之配偶控制并担任董事的企业
42	晶婵数码科技(上海)有限公司	公司副总经理武莹之配偶控制并担任董事的企业
43	上海实榴甜网络科技有限公司	公司副总经理武莹之配偶控制并担任董事的企业
44	上海再兴网络科技中心	公司副总经理武莹之配偶控制并担任董事的企业
45	上海惠半教育科技有限公司	公司副总经理武莹之配偶之姐周建芳控制并担任董事的企业

### 3、其他关联方

序号	企业名称	关联关系
1	Xender (HK) Limited (闪传(香港)有限公司)	公司参股公司 Xender 的全资子公司
2	北京安奇智联科技有限公司	Xender (HK) Limited 的全资子公司
3	Xender Mobile Technology (HK) Limited (闪传移动科技(香港)有限公司)	安奇智联的全资子公司
4	Bidease Inc.	公司参股公司 Bidease 的控股子公司

#### 4、过往关联方

报告期内公司主要过往关联方情况如下：

序号	名称/姓名	主要关联关系	备注
1	天津亚智网络科技研发有限公司	公司控股股东、实际控制人邹小武曾控制的企业	该企业已于 2019 年 12 月 10 日注销
2	JPmedia Limited	公司控股股东、实际控制人邹小武曾控制的企业	该企业已于 2019 年 8 月 19 日注销
3	NDP Media Corp	公司控股股东、实际控制人邹小武曾控制并担任董事的企业	该企业已于 2019 年 8 月 19 日注销
4	Imobile Tech Limited	公司控股股东、实际控制人邹小武曾控制的企业	该企业已于 2019 年 1 月 25 日注销
5	云广天下(西安)网络科技有限公司	公司控股股东、实际控制人邹小武曾控制的企业	该企业已于 2017 年 12 月 29 日注销
6	NDP Media 株式会社	公司控股股东、实际控制人邹小武曾控制的企业	NDP Media Corp 原持有该企业的股权已于 2017 年 4 月 1 日转让给伊藤隆治
7	新干县新联华创投资管理中心(普通合伙企业)	间接持有公司 5%以上的股东王向阳及公司董事、副总经理孙凤正曾共同控制的企业	该企业已于 2017 年 2 月 28 日注销
8	新干县正旗投资管理中心(普通合伙企业)	间接持有公司 5%以上的股东王向阳及公司董事、副总经理孙凤正曾共同控制的企业	该企业已于 2017 年 2 月 28 日注销
9	FLBL Media Limited	间接持有公司 5%以上的股东王向阳曾控制的企业	该企业已于 2019 年 8 月 19 日注销
10	NDP Media GmbH	间接持有公司 5%以上的股东王向阳曾控制的企业	该企业已于 2018 年 8 月 6 日注销
11	Almedia Limited	公司董事、副总经理孙凤正曾控制的企业	该企业已于 2019 年 8 月 19 日注销
12	嘉兴甘甜电子商务有限公司	公司董事程华杰曾担任董事的企业	该企业已于 2018 年 12 月 11 日注销
13	嘉兴阿甘生鲜电子商务有限公司	公司董事程华杰曾担任董事的企业	该企业已于 2018 年 12 月 11 日注销
14	上海印鹰网络科技有限公司	公司董事程华杰曾担任董事的企业	公司董事程华杰已于 2018 年 10 月卸任该企业董事
15	南京必拓狮网络科技有限公司	公司董事程华杰曾担任董事的企业	该企业已于 2019 年 12 月 30 日注销
16	江苏秋林特能装备股份有限公司	公司董事李艳曾担任董事的企业	公司董事李艳已于 2019 年 5 月卸任该企业董事
17	上海轶畅建筑装潢有限公司	公司董事李艳之父李传法曾控制并担任法定代表人的企业	公司董事李艳之父李传法于 2018 年 3 月失去该企业控制权并卸任法定代表人的职务
18	淮安慧科技术服务中心	公司董事俞喆曾控制的企业	该企业已于 2018 年 11 月 22 日注销
19	思美传媒股份有限公司	公司独立董事张国昀曾担任董事及高级管理人员的企业	公司独立董事张国昀已于 2019 年 1 月卸任该企

序号	名称/姓名	主要关联关系	备注
			业董事及高级管理人员
20	浙江布噜文化传媒有限公司	公司独立董事张国昀曾担任董事及高级管理人员的企业	公司独立董事张国昀已于2019年4月卸任该企业董事
21	上海智海扬涛广告有限公司	公司独立董事张国昀曾担任董事及高级管理人员的企业	公司独立董事张国昀已于2019年3月卸任该企业董事
22	北京爱德康赛广告有限公司	公司独立董事张国昀曾担任董事及高级管理人员的企业	公司独立董事张国昀已于2018年12月卸任该企业董事
23	传化控股集团有限公司	公司独立董事张国昀曾担任高级管理人员的企业	公司独立董事张国昀于2019年1月至2020年2月担任该公司副总裁
24	Noah Technology Limited	公司副总经理王一舟曾控制的企业	该企业已于2019年8月19日注销
25	陕西脉通网络科技有限公司	公司监事会主席陈文凯之兄陈练兵曾通过华艺时代控股的企业	该企业已于2020年1月16日注销
26	金林	原实际控制人之一致行动人	金林已于2017年11月14日与公司实际控制人邹小武解除一致行动关系
27	胡云路	报告期内曾担任公司独立董事	
28	陕西杉德会计师事务所(普通合伙)	胡云路控制的企业	胡云路已于2019年3月28日卸任公司独立董事
29	天津中兴财咨询有限公司陕西分公司	胡云路担任负责人的企业分支机构	
30	郝超	报告期内曾任公司董事及高级管理人员,原实际控制人之一致行动人	
31	西安少伯派企业管理咨询合伙企业(有限合伙)	郝超控制的企业	郝超已于2017年9月8日卸任公司高级管理人员,于2017年9月30日卸任公司董事,于2017年11月14日与实际控制人邹小武解除一致行动关系
32	西安蚨源资产管理有限公司	郝超担任高级管理人员的企业	
33	西安光照企业孵化器有限公司	郝超曾控制的企业	
34	360media Limited	郝超曾控制并担任董事的企业	
35	Pocket River Limited	郝超曾担任董事的企业	
36	兰向辉	报告期内曾担任公司职工代表监事,原实际控制人之一致行动人	兰向辉已于2018年4月8日与实际控制人邹小武解除一致行动关系,于2019年3月28日卸任公司职工代表监事
37	Minda Simon Limited	兰向辉曾控制的企业	
38	邹园斌	报告期内曾担任公司监事会主席,原实际控制人之一致行动人	邹园斌已于2018年4月8日与实际控制人邹小武解除一致行动关系,
39	Dark Knight Holdings Limited	邹园斌曾控制的企业	

序号	名称/姓名	主要关联关系	备注	
40	杭州智春科技有限公司	邹园斌配偶盛敏控制的企业	于 2019 年 3 月 28 日卸任公司监事会主席	
41	肖洁	报告期内曾担任公司董事	肖洁已于 2017 年 9 月 30 日卸任公司董事	
42	北京貔貅科技有限公司	肖洁担任董事及高级管理人员的企业		
43	猎豹(天津)融资租赁有限公司	肖洁担任董事及高级管理人员的企业		
44	景德镇极豹金服信息服务有限公司	肖洁担任高级管理人员的企业		
45	北京极豹科技有限公司	肖洁担任高级管理人员的企业		
46	北京金山安全软件有限公司上海分公司	肖洁担任负责人的企业分支机构		
47	乐趣家(北京)信息技术有限公司	肖洁担任董事的企业		
48	魔秀科技(北京)股份有限公司	肖洁担任董事的企业		
49	北京智趣生活科技有限公司	肖洁担任董事的企业		
50	景德镇友乾科技有限公司	肖洁担任董事及高级管理人员的企业		
51	北京旺米友乾科技有限公司	肖洁担任董事及高级管理人员的企业		
52	北京金山安全软件有限公司	报告期内曾合计持有公司 5%以上股份的股东。猎豹集团与小米集团于 2017 年 10 月前曾受同一控制,北京金山安全软件有限公司(猎豹集团体系内公司)及天津金星创业投资有限公司(小米集团体系内公司)持股比例合并计算		报告期内,自 2017 年 8 月 24 日起,北京金山安全软件有限公司与天津金星投资有限公司合计持有公司的股份比例低于 5%。在此披露北京金山安全软件有限公司与天津金星创业投资有限公司体系内,在关联期间内(报告期初至 2018 年 8 月 24 日)与公司或其子公司存在关联交易的主要关联方
53	天津金星创业投资有限公司			
54	Cheetah Mobile Inc.	北京金山安全软件有限公司的控股股东,肖洁担任董事的企业		
55	Cheetah Medialink HK Limited	Cheetah Mobile Inc.控制的企业		
56	Cheetah Technology Corporation Limited	Cheetah Mobile Inc.控制的企业		
57	Hong Kong Live. Me Corporation Limited	Cheetah Mobile Inc.控制的企业		
58	Hong Kong Zoom Interactive Network Marketing Technology Limited	Cheetah Mobile Inc.控制的企业		
59	Cheetah Mobile Singapore Pte. Ltd.	Cheetah Mobile Inc.控制的企业		
60	Kingsoft Office Software Corporation Limited	与天津金星创业投资有限公司为同一控制下的企业		
61	北京小米移动软件有限公司	与天津金星创业投资有限公司为同一控制下的企业		

序号	名称/姓名	主要关联关系	备注
62	广州小米信息服务有限公司	与天津金星创业投资有限公司为同一控制下的企业	
63	庄浩	报告期内曾合计持有公司 5%以上股份的股东。庄浩系吉宏股份第一大股东、实际控制人，金润悦系吉宏股份前十大股东，上述三方的持股比例合并计算	报告期内，庄浩、吉宏股份、金润悦自 2017 年 12 月 8 日起合计持有公司股份比例超过 5%；自 2018 年 2 月 13 日起，合计持有公司的股份比例低于 5%。在此披露吉宏股份体系内，在关联期间内（报告期初至 2019 年 2 月 13 日）与公司或其子公司存在关联交易的主要关联方
64	厦门吉宏科技股份有限公司		
65	霍尔果斯金润悦网络科技有限公司合伙企业（有限合伙）		
66	香港吉客印电子商务有限公司（Lucky Ecommerce Limited）	厦门吉宏科技股份有限公司控制的企业	
67	香港金印客电子商务有限公司（JYK Ecommerce Limited）	厦门吉宏科技股份有限公司控制的企业	
68	北京龙域之星科技有限公司	厦门吉宏科技股份有限公司控制的企业	
69	霍尔果斯金域网络科技有限公司	厦门吉宏科技股份有限公司控制的企业	
70	香港百泽惠科技有限公司（Bai Ze Hui Technology (HK) Co., Limited）	厦门吉宏科技股份有限公司控制的企业	
71	香港丹骏电子商务有限公司（Danjun Ecommerce Limited）	厦门吉宏科技股份有限公司控制的企业	
72	段晶璟	报告期内重要控股子公司的 10% 以上的股东	
73	半沢龙之介	报告期内重要控股子公司的 10% 以上的股东	2016 年 6 月 29 日至 2018 年 5 月 10 日持有日本 Click10% 以上股权

## （二）经常性关联交易

### 1、接受劳务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019 年	占当期采购总额的比例	2018 年	占当期采购总额的比例	2017 年	占当期采购总额的比例
Cheetah Mobile Inc.	流量购买	不适用	不适用	31,489.53	14.96%	30,524.99	16.59%
安奇智联	流量购买	25.85	0.01%	129.99	0.06%	620.50	0.34%
吉宏股份	流量购买	0.01	0.00%	14.06	0.01%	9.36	0.01%

关联方	关联交易内容	2019年	占当期采购总额的比例	2018年	占当期采购总额的比例	2017年	占当期采购总额的比例
北京小米移动软件有限公司	流量购买	不适用	不适用	1.44	0.00%	7.46	0.00%
Bidease	流量购买	38.10	0.01%	3.02	0.00%	不适用	不适用
西安顺全鼎富网络科技有限公司	系统开发维护	22.91	0.01%	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>-□</b>	<b>86.87</b>	<b>0.03%</b>	<b>31,638.04</b>	<b>15.03%</b>	<b>31,162.31</b>	<b>16.93%</b>

注：1、上表中对关联方及其同一控制的关联公司交易金额进行合并披露，下同。2、“不适用”表示是指当年度该主体根据《上市规则》等相关规定不作为关联方认定。3、上述流量购买金额为效果广告营销服务采购量及广告销售代理服务代采购量的总和。

公司接受劳务的关联交易主要包括流量购买和系统开发维护费。公司在开展广告营销推广服务过程中，会发生向关联方的 APP 等流量平台采购流量，或由关联方为公司代理采购流量的情况，因此产生向关联方购买流量的关联交易。公司 2019 年度向西安顺全鼎富网络科技有限公司采购的系统开发维护费用主要为公司发生的办公系统维护费用。

公司关联交易采购价格均参照市场价格定价，定价公允。

## 2、提供劳务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019年	占当期营业收入的比例	2018年	占当期营业收入的比例	2017年	占当期营业收入的比例
Cheetah Mobile Inc.	效果广告服务	不适用	不适用	2,754.06	1.39%	9,307.98	5.17%
吉宏股份	效果广告服务	60.44	0.02%	363.88	0.18%	32.05	0.02%
Bidease	效果广告服务	1.91	0.00%	-	-	不适用	不适用
Wolves	效果广告服务	2,386.70	0.96%	-	-	不适用	不适用
<b>合计</b>	<b>□-</b>	<b>2,449.05</b>	<b>0.98%</b>	<b>3,117.95</b>	<b>1.58%</b>	<b>9,340.03</b>	<b>5.19%</b>

公司为关联方提供劳务的关联交易主要是为关联方提供应用类、游戏类、电商类产品广告营销推广服务、头部媒体账户管理服务等，公司向关联方提供的价格参照市场定价，价格公允。

除上述向关联方提供效果广告营销服务外,报告期内,公司向 Cheetah Mobile Inc.和吉宏股份提供了头部媒体账户管理服务。由于该业务的特点,公司由于向上述公司提供头部媒体账户管理服务向上述公司收取的金额为代收款项并不确认为收入,故金额未在上表中列示。2017年 Cheetah Mobile Inc.向公司已支付及应支付的头部媒体账户管理服务业务代收款为 17.57 万元,占当期因业务产生的交易流水金额的比例为 0.01%。2017年、2018年及 2019年吉宏股份向公司已支付及应支付的头部媒体账户管理服务业务代收款分别为 8,027.16 万元、27,130.43 万元及 2,388.77 万元,占当期因业务产生的交易流水金额的比例分别为 3.33%、10.58%和 0.69%。

### (三) 偶发性关联交易

#### 1、关联担保

2017年12月31日,由半沢龙之介为本公司子公司提供担保的短期借款余额为 2,000.00 万日元(人民币 115.80 万元),长期借款余额为 14,183.10 万日元(人民币 821.20 万元)。该借款已于 2018 年偿还。

2016年3月29日以及2016年11月7日,本公司子公司香港 Click 向 CSI Finance Limited 借款金额合计为 3,000.00 万美元(折合人民币共 20,811.00 万元)。NDP Media Corp、本公司以及邹小武为两笔借款提供保证担保,且以西安点告持有的香港 Click 100%股权及 JPmedia Limited 持有的 NDP Media Corp 66.78%股权为两笔借款提供质押担保。2017年3月28日以及2017年5月31日,香港 Click 归还两笔借款,相关担保解除。

#### 2、咨询顾问费

公司 2018 年度向 XY Finspect Limited 支付咨询顾问费 27.12 万元,主要为公司投资并购事项发生的财务顾问费。

### (四) 关键管理人员薪酬

单位:万元

项目	2019 年	2018 年	2017 年
关键管理人员报酬	771.48	300.75	2,205.78

相比 2018 年, 公司 2019 年关键管理人薪酬增加了 470.73 万元, 主要由于公司 2019 年对高管考核业绩达标, 高管奖金增加所致。

相比 2017 年, 公司 2018 年关键管理人员薪酬减少了 1,905.03 万元, 减少比例为 86.37%, 主要由于根据公司 2017 年高管薪酬管理方案, 公司高管均完成了当年考核指标, 向高管发放的年终奖金额较大, 2017 年发放奖金 1,986.80 万元, 而 2018 年公司未向高管发放奖金。

## (五) 关联方余额

### (1) 预付关联方款项

单位: 万元

项目名称	关联方	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
预付账款	安奇智联	19.53	-	19.21	-	-	-
预付账款	吉宏股份	不适用	不适用	4.39	-	-	-
合计	□	<b>19.53</b>	-	<b>23.60</b>	-	-	-

### (2) 应收关联方款项

单位: 万元

项目名称	关联方	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	Cheetah Mobile Inc.	不适用	不适用	不适用	不适用	1,475.89	16.73
应收账款	吉宏股份	不适用	不适用	299.98	14.79	5.03	0.15
应收账款	安奇智联	-	-	-	-	0.19	0.02
应收账款	Bidease Group Inc	1.93	0.01	-	-	不适用	不适用
应收账款	Wolves	1,310.17	21.19	-	-	不适用	不适用
小计		<b>1,312.11</b>	<b>21.20</b>	<b>299.98</b>	<b>14.79</b>	<b>1,481.11</b>	<b>16.90</b>
其他应收款	吉宏股份	不适用	不适用	5,777.50	60.00	5,768.64	57.69
其他应收款	Cheetah Mobile Inc.	不适用	不适用	不适用	不适用	7.11	0.07
其他应收款	科思通	424.89	1.27	-	-	-	-
小计		<b>424.89</b>	<b>1.27</b>	<b>5,777.50</b>	<b>60.00</b>	<b>5,775.75</b>	<b>57.76</b>
合计		<b>1,737.00</b>	<b>22.47</b>	<b>6,077.47</b>	<b>74.79</b>	<b>7,256.87</b>	<b>74.66</b>

注: 公司对吉宏股份、Cheetah Mobile Inc.和科思通的其他应收款均为提供头部媒体账户管理服务的代收款项。报告期内, 公司对吉宏股份和 Cheetah Mobile Inc.的头部媒体账户管理

服务已支付及应支付的代收款项请见本节“三、关联交易”之“(二)经常性关联交易”之“2、提供劳务”。2019年科思通向公司已支付及应支付的头部媒体账户管理业务代收款为人民币1,049.52万元。

### (3) 应付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
应付账款	Cheetah Mobile Inc.	不适用	不适用	5,276.06
应付账款	北京小米移动软件有限公司	不适用	不适用	1.20
应付账款	安奇智联	32.88	12.38	60.63
应付账款	Bidease	38.53	3.13	不适用
<b>小计</b>		<b>71.41</b>	<b>15.51</b>	<b>5,337.89</b>
其他应付款	NDP Media Corp	不适用	-	293.26
其他应付款	Cheetah Mobile Inc.	不适用	不适用	6,750.18
<b>小计</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>7,043.43</b>
<b>合计</b>		<b>71.41</b>	<b>15.51</b>	<b>12,381.32</b>

## (六) 关联交易制度的执行情况

公司在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》及《关联交易管理制度》等规章制度中明确规定了关联交易的决策权限、程序、关联交易的信息披露等事项，建立了相对完善的决策机制和监督体系。

2020年3月16日，公司召开第三届董事会第七次会议，审议通过了《关于确认公司最近三年（2017年1月1日—2019年12月31日）关联交易事项的议案》，公司独立董事出具了独立董事意见：“公司2017-2019年度的关联交易遵循公平自愿原则，定价公允，符合交易当时法律法规及公司相关制度的规定，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。”

2020年4月3日，公司召开2020年第二次临时股东大会，审议通过了上述《关于确认公司最近三年（2017年1月1日—2019年12月31日）关联交易事项的议案》。

## 第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

### 一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

#### (一) 董事会成员

公司有9名董事会成员，其中独立董事3名。具体情况如下：

序号	姓名	职位	本届任职期间	提名人
1	邹小武	董事长、总经理	2019.3.28-2022.3.28	邹小武
2	孙凤正	董事、副总经理	2019.3.28-2022.3.28	邹小武
3	王萍	董事、董事会秘书	2019.3.28-2022.3.28	邹小武
4	程华杰	董事	2019.3.28-2022.3.28	邹小武
5	俞喆	董事	2019.3.28-2022.3.28	邹小武
6	李艳	董事	2019.3.28-2022.3.28	邹小武
7	冯轶	独立董事	2019.3.28-2022.3.28	邹小武
8	张国昀	独立董事	2019.3.28-2022.3.28	邹小武
9	张蒙	独立董事	2019.3.28-2022.3.28	邹小武

上述各位董事简历如下：

**邹小武**，男，1987年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2009年9月至2012年11月，担任创想网络传媒公司首席执行官；2012年12月至2015年11月，担任NDP首席执行官；2015年12月至今，担任易点天下董事长、总经理。

**孙凤正**，男，1985年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2008年5月至2011年4月，担任三一重工ERP（SAP）实施工程师；2011年5月至2012年11月，担任创想网络传媒公司运营总监；2012年12月至2015年11月，担任NDP人力资源总监；2015年12月至今，担任西安点告销售总监；2016年1月至今，担任易点天下董事；2019年3月至今，担任易点天下副总经理。

**王萍**，女，1985年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，

取得证券从业资格。2009年3月至2012年9月,担任天津成科传动机电技术股份有限公司财务部经理;2012年9月至2017年8月,担任中信证券股份有限公司高级经理;2017年8月至今,担任易点天下证券部总监;2019年3月至今,担任易点天下董事、董事会秘书。

**程华杰**,男,1979年8月出生,中国国籍,无境外永久居留权,工商管理硕士。2004年6月至2008年6月,担任香港上市公司环球实业科技战略发展总监;2008年6月至2013年5月,担任今日资本高级经理;2013年6月至2014年5月,担任和君资本合伙人;2014年11月至今,担任共建创投合伙人;2016年1月至今,担任易点天下董事。

**俞喆**,男,1979年4月出生,中国国籍,无境外永久居留权,硕士研究生学历。2008年至2011年,担任厚朴京华投资咨询公司投资经理;2011年至今,担任中银国际控股有限公司直接投资部董事。2017年9月至今,担任易点天下董事。

**李艳**,女,1989年12月出生,中国国籍,无境外永久居留权,工商管理硕士。2015年11月至2017年5月,任深圳市国信弘盛股权投资基金管理有限公司投资经理。2017年6月至今,任国信弘盛创业投资有限公司投资经理。2017年9月至今任易点天下网络科技股份有限公司董事。

**冯轅**,男,1969年2月出生,中国国籍,无境外永久居留权,硕士研究生学历。1991年9月至1992年12月,担任南京日报社记者;1993年1月至1994年8月,担任金陵晚报社记者;1994年9月至2012年3月,担任江苏苏源律师事务所律师、合伙人、管理合伙人;2012年3月至2019年4月,担任国浩律师(南京)律师事务所律师、合伙人、管理合伙人;2019年4月至今,担任国浩律师(上海)律师事务所律师、合伙人;2017年9月至今,担任易点天下独立董事。

**张国昀**,男,1975年10月出生,中国国籍,无境外永久居留权,硕士研究生学历。1998年8月至2006年12月,担任中国电信浙江省公司财务和审计主管;2006年12月至2011年11月,担任中国移动浙江省公司、舟山公司及融创公司财务总监;2011年11月至2019年1月,担任思美传媒股份有限公司董事、副总经理、财务总监;2018年12月至2020年2月,担任传化控股集团有限公司

司副总裁；2020年2月至今，担任浙江圣达集团有限公司副总裁。2019年3月至今，担任易点天下独立董事。

**张蒙**，男，1975年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2006年7月至今，担任北京市通商律师事务所合伙人；2018年8月至今，担任全美在线（北京）教育科技股份有限公司独立董事。2017年9月至今，担任易点天下独立董事。

## （二）监事会成员

公司有3名监事会成员，其中监事会主席1名，职工监事1名。具体情况如下：

序号	成员	职位	本届任职期间	提名人
1	陈文凯	监事会主席	2019.3.28-2022.3.28	宁波恒盛
2	周云龙	监事	2019.3.28-2022.3.28	宁波恒盛
3	李文珠	职工代表监事	2019.3.28-2022.3.28	职工代表大会

上述各位监事简历如下：

**陈文凯**，男，1980年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2000年2月至2003年3月，担任陕西精成石材公司广州分公司区域会计；2003年3月至2010年4月，担任广州白云蓝天电子科技有限公司财务经理；2010年5月至2011年4月，担任广州顺丰速运有限公司高级财务经理；2011年4月至2013年5月，担任西安银信商通网络科技有限责任公司财务总监；2013年5月至2015年12月，自由职业；2016年1月至2019年3月，担任易点天下财务总监；2017年9月至2019年3月，担任易点天下董事。2019年3月至今，担任易点天下监事会主席。

**周云龙**，男，1970年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，工商管理硕士。2000年8月至2009年9月，担任西安海星现代科技股份有限公司董事会秘书；2009年10月至2011年5月，自由职业；2011年6月至2012年10月，担任西安银信商通电子支付有限公司董事会秘书；2013年1月至2014年2月，担任陕西大地种业（集团）有限公司董事会秘书；2014年2月至2015年11月，自由职业；2015年12月至2019年3月，担任易点天下董事会秘书；2017年9

月至 2019 年 3 月，担任易点天下副总经理；2019 年 3 月至今，担任易点天下监事。

**李文珠**，女，1989 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2013 年 3 月至 2014 年 8 月，担任西安点易信息技术有限公司会计；2014 年 8 月至 2015 年 8 月，担任云广天下（西安）网络科技有限公司财务分析主管；2015 年 9 月至今，担任西安点告合规部总监；2019 年 3 月至今，担任易点天下职工代表监事。

### （三）高级管理人员

公司有 6 名高级管理人员，其中总经理 1 名，副总经理 3 名，财务总监 1 名，董事会秘书 1 人。具体情况如下：

序号	成员	职位	本届任职期间
1	邹小武	董事长、总经理	2019.3.29-2022.3.28
2	孙凤正	董事、副总经理	2019.3.29-2022.3.28
3	王萍	董事、董事会秘书	2019.3.29-2022.3.28
4	杨晓鸥	财务总监	2019.3.29-2022.3.28
5	武莹	副总经理	2019.3.29-2022.3.28
6	王一舟	副总经理	2019.3.29-2022.3.28

上述各位高级管理人员简历如下：

**邹小武、孙凤正、王萍**的简历详见本节之“一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

**杨晓鸥**，女，1986 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历，美国注册会计师（AICPA），国际注册会计师（ACCA）。2011 年 1 月至 2012 年 3 月，担任德勤华永会计师事务所北京分所审计师；2012 年 4 月至 2013 年 5 月，担任普华永道会计师事务所英国雷丁分所任审计师；2013 年 6 月至 2018 年 3 月，担任 AT&T ISTEEL（英国）财务总监；2018 年 4 月至 2018 年 10 月，担任 XY Finspect Limited（英国）董事；2018 年 11 月至 2019 年 2 月，担任易点天下投资并购高级总监。2019 年 3 月至今，担任易点天下财务总监。

**武莹**，女，1983 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。

2005年7月至2010年7月，担任华为技术有限公司解决方案经理；2010年8月至2015年7月，担任华为海洋网络有限公司区域商务总监；2015年8月至2019年3月，担任易点天下高级副总裁；2019年3月至今，担任易点天下副总经理。

王一舟，男，1987年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生肄业。2009年6月至2011年7月，合伙创业阶段任技术负责人；2011年9月至2012年11月，担任创想网络传媒公司技术总监；2012年12月至2015年11月，就职于NDP，担任技术总监；2015年12月至今，担任西安点告技术总监；2016年1月至2019年3月，担任易点天下监事；2019年3月，担任易点天下副总经理。

#### (四) 核心技术人员

公司有4名核心技术人员，具体情况如下：

序号	成员	职位
1	邹小武	董事长、总经理
2	王一舟	副总经理
3	秦鹏	企业技术中心产品研发部技术总监
4	芦康平	国际业务部产品技术组经理

上述各位核心技术人员简历如下：

**邹小武**，简历详见本节之“一、（一）董事会成员”。

**王一舟**，简历详见本节之“一、（三）高级管理人员”。

**秦鹏**，男，1983年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006年9月至2007年12月，担任神州数码融信有限公司软件工程师；2007年12月至2009年12月，担任奥博杰天有限公司高级工程师；2009年12月至2011年6月，担任神州数码思特奇有限公司开发经理；2011年7月至2014年12月，担任顿楷信息技术有限公司技术总监；2014年12月至今，担任西安点告企业技术中心产品研发部技术总监。

**芦康平**，男，1985年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2009年3月至2012年9月，担任蚂蚁金服（中国）网络技术有限公司架构师；2012年9月至2015年2月，担任思特沃克（西安）网络技术有限公司

咨询师；2015年2月至今，担任西安点告国际业务部产品技术组经理。

## 二、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况如下：

姓名	职位/关联关系	直接持股比例	间接持股比例	合计持股比例
邹小武	董事长、总经理	30.1796%	0.8401%	31.0197%
孙凤正	董事、副总经理	3.3616%	7.8824%	11.2440%
王向阳	陈文凯配偶之弟	3.3616%	5.9374%	9.2990%
王一舟	副总经理	2.1006%	-	2.1006%
陈文凯	监事会主席	0.4470%	-	0.4470%

截至本招股说明书签署日，上述董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属所持公司股份均未被质押、冻结，不存在诉讼纠纷，亦不存在其他有争议的情况。

除上述情况外，其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在直接和间接持有公司股份的情况。

## 三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员除直接或间接持有公司股份情况外，其他直接对外投资情况如下：

姓名	在公司任职	对外投资单位	注册资本	持股比例
邹小武	董事长、总经理	宁波众点	3,000 万元	9.27%
孙凤正	董事、副总经理	宁波众点	3,000 万元	86.89%
		宁波恒盛	3,000 万元	0.20%
		西安广聚盈合信息咨询服务有限公	100 万元	50%
程华杰	董事	共青城和瑞投资管理	1,000 万元	60.00%
		共青城和致投资管理	3,000 万元	50.00%

姓名	在公司任职	对外投资单位	注册资本	持股比例
		伙)		
		共青城嘉腾诚创投资管理合伙企业(有限合伙)	930 万元	16.13%
		上海和颐资产管理有限公司	2,000 万元	40.00%
		上海昶筹投资中心(有限合伙)	30,000 万元	50.00%
		共青城和德投资合伙企业(有限合伙)	6,100 万元	49.18%
		北京甘先生电子商务有限公司	135.5014 万元	4.43%
		北京名策数据处理有限公司	10.8824 万元	2.30%
		上海翎昶餐饮管理有限公司	100 万元	2.22%
冯轶	独立董事	福奇食品销售有限公司	5,000 万元	5.00%
		江苏飞涌国际贸易有限公司	1,000 万元	5.00%
		安徽弘雷金属复合材料科技有限公司	5,000 万元	0.91%
张蒙	独立董事	北京一天连讯信息技术有限公司	1,000 万元	45.00%
		货站网络技术有限公司	6,550 万元	0.10%
		深圳傲得华视科技股份有限公司	6,493.42 万元	0.28%
张国昀	独立董事	杭州泽董鼎汇投资合伙企业(有限合伙)	500 万元	2.40%
		思美传媒股份有限公司	5.81 亿元	0.05%
杨晓鸥	财务总监	XY Finspect Limited	10 英镑	51.00%

根据公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的确认，截至本招股说明书签署日，上述人员不存在与公司存在利益冲突的对外投资。

#### 四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年在公司的领薪情况如下：

姓名	公司职务	薪酬(万元)	领薪单位
邹小武	董事长、总经理	140.63	华艺世嘉
孙凤正	董事、副总经理	82.68	易点天下
王萍	董事、董事会秘书(注1)	112.57	华艺世嘉
程华杰	董事(注2)	-	-
俞喆	董事(注2)	-	-
李艳	董事(注2)	-	-
冯轶	独立董事	5.02	易点天下
张国昀	独立董事(注1)	3.74	易点天下
张蒙	独立董事	5.02	易点天下
陈文凯	监事会主席	47.58	易点天下
周云龙	监事	41.16	易点天下
李文珠	职工代表监事(注1)	29.87	西安点告
杨晓鸥	财务总监(注1)	93.60	云充点
武莹	副总经理(注1)	101.10	云充点
王一舟	副总经理	87.33	易点天下
秦鹏	企业技术中心产品研发部技术总监	52.84	西安点告
芦康平	国际业务部产品技术组经理	52.54	西安点告
兰向辉	曾任监事(注3)	19.49	易点天下
胡云路	曾任独立董事(注3)	1.70	易点天下
合计		<b>876.87</b>	-

注1:王萍、张国昀、李文珠、杨晓鸥和武莹系2019年3月开始担任董事/监事/高级管理人员职务。

注2:程华杰、俞喆和李艳系外部董事,未在公司领薪。

注3:兰向辉、胡云路于2019年3月卸任监事/独立董事职务。

报告期内,公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额分别为2,287.83万元、408.43万元和876.87万元,分别占公司同期利润总额的6.71%、1.76%和3.07%。薪酬主要由工资、津贴及年终奖等部分组成,除程华杰、俞喆李艳、冯轶、张国昀和张蒙外,其余董事、监事及公司全体高级管理人员和其他核心人员均与本公司签署了劳动合同。公司高级管理人员全部在公司领薪,不存在在关联企业中领薪的情况。

## 五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的主要兼职情况（在公司及控股及公司的任职除外）如下：

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职单位职务	兼职单位与本公司的关联关系
邹小武	董事长、总经理	宁波众点	执行事务合伙人	5%以上股东
		Wolves	董事	参股公司
		Xender	董事	参股公司
		Bidease	董事	参股公司
孙凤正	董事、副总经理	西安广聚盈合信息咨询服务有限公司	执行董事、总经理	关联方
		宁波恒盛	执行事务合伙人	5%以上股东
程华杰	董事	共青城和瑞投资管理有限公司	总经理、执行董事	关联方
		上海和颐资产管理有限公司	监事	非关联方
		上海梓洋网络科技有限公司	副董事长	关联方
		北京挖玖电子商务有限公司	董事	关联方
		无花果大冒险（北京）科技有限公司	董事	关联方
		北京古盘创世科技发展有限公司	董事	关联方
		湖南微算互联信息技术有限公司	董事	关联方
		南京硅基智能科技有限公司	董事	关联方
		成都任性科技有限公司	董事	关联方
李艳	董事	盟拓软件（苏州）有限公司	董事	关联方
张蒙	独立董事	北京一天连讯信息技术有限公司	监事	非关联方
		北京画娱天下科技有限公司	监事	非关联方
		全美在线（北京）教育科技股份有限公司	独立董事	关联方
冯轶	独立董事	南京科远智慧科技集团股份有限公司	独立董事	关联方
		南京泉峰汽车精密技术股份有限公司	独立董事	关联方

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职单位职务	兼职单位与本公司的关联关系
		埃夫特智能装备股份有限公司	独立董事	关联方
		江苏原力数字科技股份有限公司	独立董事	关联方
张国昀	独立董事	远信工业股份有限公司	独立董事	关联方
		浙江德斯泰新材料股份有限公司	独立董事	关联方
		浙江双环传动机械股份有限公司	独立董事	关联方
		浙江省新能源投资集团股份有限公司	独立董事	关联方
		杭州萧山东熙智诚企业管理咨询服务部	负责人	关联方
杨晓鸥	财务总监	XF Finspect Limited	董事	关联方

除上述情形外，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在在其它单位兼职董事、监事、高级管理人员的情形。

## 六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系

公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在亲属关系。

## 七、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的协议

公司向全部独立董事均发放聘任书；在本公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与本公司签署了劳动合同。截至本招股说明书签署日，上述合同、协议均履行正常，不存在违约情况。

## 八、董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事、高级管理人员符合有关法律法规及公司章程规定的任职资格，不存在禁止担任董事、监事、高级管理人员的情形。

## 九、董事、监事、高级管理人员对于股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的了解情况

公司董事、监事、高级管理人员接受了上市辅导。辅导期内中信证券与发行人律师、发行人会计师对被辅导人员进行了全面的法规知识培训。经过上市辅导，董事、监事、高级管理人员已了解发行上市有关法律、法规和规则及上市公司规范运作、信息披露和履行承诺等方面的责任和义务。

## 十、董事、监事、高级管理人员近两年的变动情况

### (一) 董事变动情况

近两年董事的变动情况如下：

任期	成员	职位	董事会人数	变动原因
2018.1.1- 2019.3.27	邹小武	董事长、总经理	9	-
	孙凤正	董事		
	程华杰	董事		
	陈文凯	董事		
	俞喆	董事		
	李艳	董事		
	张蒙	独立董事		
	冯轶	独立董事		
	胡云路	独立董事		
2019.3.28- 2022.3.28	邹小武	董事长、总经理	9	换届选举
	孙凤正	董事、副总经理		
	王萍	董事、董事会秘书		
	程华杰	董事		
	俞喆	董事		
	李艳	董事		
	张蒙	独立董事		
	冯轶	独立董事		
	张国昀	独立董事		

近两年邹小武作为公司的实际控制人，一直担任董事长和总经理，决定公司的发展战略和重大经营政策。

## (二) 监事变动情况

近两年监事的变动情况如下:

时间	成员	职位	监事人数	变动原因
2018.1.1- 2019.3.27	邹园斌	监事会主席	3	-
	王一舟	监事		
	兰向辉	职工代表监事		
2019.3.28- 2022.3.28	陈文凯	监事会主席	3	换届选举
	周云龙	监事		
	李文珠	职工代表监事		

## (三) 高级管理人员变动情况

近两年高级管理人员的变动情况如下:

时间	成员	职位	高级管理人员人数	变动原因
2018.1.1- 2019.3.28	邹小武	董事长、总经理	3	-
	陈文凯	董事、财务总监		
	周云龙	副总经理、董事会秘书		
2019.3.29- 2022.3.28	邹小武	董事长、总经理	6	换届选举; 完善公司治理, 聘任高级管理人员
	孙凤正	董事、副总经理		
	王萍	董事、董事会秘书		
	杨晓鸥	财务总监		
	王一舟	副总经理		
	武莹	副总经理		

2019年,为完善公司治理,公司聘任了董事会秘书王萍、财务总监杨晓鸥、独立董事张国昀、副总经理孙凤正、副总经理王一舟、副总经理武莹,其中王萍、孙凤正、王一舟、武莹均为公司内部任职多年的管理人员。报告期内,公司董事长、总经理邹小武一直全面负责公司的核心管理工作。

公司董事、监事和高级管理人员的变化符合法律、法规、规范性文件及当时公司章程的规定,履行了必要的法律程序。公司最近两年董事、高级管理人员的变化原因系公司内部治理的逐步完善或因个人原因所致,公司的董事、高级管理人员最近两年内均没有发生重大变化。

## 十一、公司治理制度的执行情况

### (一) 公司股东大会、董事会、监事会制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》和《公司章程》的规定，并参照上市公司相关规定的要求，公司先后审议通过了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作制度》及《总经理工作制度》等规章制度。

报告期内，公司共召开 18 次股东大会，赞成票占该等股东大会出席会议有表决权股份总数的 100%；共召开 27 次董事会，除肖洁缺席第二届董事会第十六次、第十七次、第十九次、第二十次、第二十一次会议，李艳缺席第二届董事会临时会议，其余董事会全部董事均出席；共召开 9 次监事会，全部监事均出席监事会。公司报告期内历次股东大会、董事会和监事会会议的召集和召开程序、出席会议人员资格及表决程序、决议的内容及签署等，均符合《公司法》等法律、法规和规范性文件及《公司章程》的规定；股东大会对公司董事、监事和独立董事的选举、公司利润分配、《公司章程》及三会议事规则等其他公司治理制度的订立及修改等重大事项作出了有效决议；公司董事会和监事会不存在违反《公司法》《公司章程》及相关制度要求行使职权的行为。

### (二) 独立董事履职情况

本公司设立了独立董事制度并聘任独立董事后，独立董事积极参与公司决策，完善了公司治理结构，在关联交易及重大生产经营投资决策时，独立董事发挥了在财务、法律及战略决策等方面的专业特长，维护了全体股东的利益，在完善公司治理结构、公司战略发展选择等方面起到了促进作用。

### (三) 董事会专门委员会的构成及运行情况

董事会设立战略决策、审计、提名、薪酬与考核专门委员会。为规范公司董事会专业委员会的工作，公司制定了《战略决策委员会工作细则》《审计委员会工作细则》《提名委员会工作细则》和《薪酬与考核委员会工作细则》。

专门委员会成员全部由董事组成,其中审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事应占多数并担任召集人,审计委员会中至少应有一名独立董事是会计专业人士。

公司董事会战略决策委员会由邹小武、孙凤正和张国昀组成,其中邹小武担任主任委员。公司董事会战略决策委员会成立以来,对公司发展战略规划及其他影响公司发展的重大事项等方面提出了积极建议,发挥了良好作用。

公司董事会审计委员会由张国昀、张蒙和孙凤正组成,其中张国昀担任主任委员。审计委员会成立以来,对公司聘请外部审计机构、监督公司内部审计制度及其实施、审核公司财务信息及其披露等方面提出了积极建议,发挥了良好作用。

公司董事会提名委员会由张蒙、冯轶和邹小武组成,其中张蒙担任主任委员。提名委员会自设立以来,严格按照公司制订的《提名委员会工作细则》履行职责。

公司董事会薪酬与考核委员会由冯轶、张国昀和邹小武组成,其中冯轶担任主任委员。薪酬与考核委员会成立以来,严格按照公司制订的《薪酬与考核委员会工作细则》履行职责。

自公司设立各专门委员会以来,各专门委员会委员严格依照《公司法》等法律、法规和规范性文件及《公司章程》的规定勤勉尽责地履行职权,对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

#### **(四) 董事会秘书制度的运行情况**

报告期内,公司董事会秘书一直按照《公司法》等法律、法规和《公司章程》的相关规定勤勉尽责地履行职责,为完善公司治理结构和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

## **十二、公司内部控制的评估**

### **(一) 公司管理层的自我评价**

公司管理层认为:根据《企业内部控制基本规范》,本公司内部控制于2019年12月31日在所有重大方面是有效的。

## （二）注册会计师的审核意见

毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）于 2020 年 3 月出具了《内部控制审核报告》（毕马威华振字第 2000060 号），其审核结论为：“易点天下公司于 2019 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了按照《企业内部控制基本规范》标准建立的与财务报表相关的有效的内部控制。”

## 十三、公司报告期内违法违规情况

报告期内，公司受到处罚的情况具体如下：

序号	被处罚主体	处罚机关	处罚事项	处罚时间	处罚金额
1	日本 Click	涩谷税务署	2016 财年的源泉所得税未在规定期限内缴纳	2017.3.28	48,000 日元
2	NANO	涩谷税务署	2016 财年的源泉所得税未在规定期限内缴纳	2017 年	18,500 日元
3	香港 Click	香港强制性公积金计划管理局	自 2018 年 4 月 17 日至 2018 年 9 月 30 日期间，未有一名雇员的强制性公积金计划作出供款，违反了香港相关法例	2018.12.20	750 港元
4	星合之星	国家税务总局北京市海淀区税务局	2019 年 2 月的个人所得税（工资薪金所得）未按期申报	2019.3.18	50 元
5	美国 Click	美国加州就业发展部（Employment Development Department of the State of California）	2018 年 7-9 月期间的税款未及时缴纳	2019.4.9	140.06 美元

注：根据 LEXINT LAW GROUP, APLC 出具的法律意见，美国 Click 被美国加州就业发展部被处以补缴税款、利息及罚款合计为 140.06 美元。

1、根据 ANDERSON MORI & TOMOTSUNE 律师事务所出具的法律意见，根据相关法律法规的规定，日本 Click 受到的上述行政处罚对该公司的正常经营影响很小。根据毕马威企业咨询（中国）有限公司北京分公司出具的税务报告，日本 Click 的税收罚款是税金缴纳延迟导致的，未有因欺诈性会计行为或隐瞒导致的加算税。

2、根据 ANDERSON MORI & TOMOTSUNE 律师事务所出具的法律意见，根据相关法律法规的规定，NANO 受到的上述行政处罚对该公司的正常经营影

响很小。根据毕马威企业咨询(中国)有限公司北京分公司出具的税务报告，NANO 的税收罚款是税金缴纳延迟导致的，未有因欺诈性会计行为或隐瞒导致的加算税。

3、根据何耀棣律师事务所出具的法律意见，香港 Click 未偿付强制性公积金计划的供款及其额外罚款占其全年纯利比例很小，该等罚款对该公司的经营未有造成重大不利影响。

4、星合之星上述处罚金额较小，根据《中华人民共和国税收征收管理法》等相关法律法规规定，星合之星上述处罚不属于重大行政处罚。

5、根据 LEXINT LAW GROUP, APLC 出具的法律意见，美国 Click 事后及时采取了补救措施并足额缴纳了相关税款及罚款，上述行政处罚已结案；根据相关法律法规的规定，上述行政处罚对该公司的正常经营影响很小。

综上所述，上述行政处罚对公司影响很小，不构成重大违法行为。

公司严格遵守有关法律、法规，报告期内不存在重大违法违规行为，也未受到国家行政及行业主管部门的重大处罚。

## 十四、公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资金占用及担保情况

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情形。

## 十五、公司资金管理、对外投资和担保事项的制度安排及执行情况

### (一) 资金管理制度安排

公司制定了《资金及银行账户管理办法》，其主要内容包含资金预测管理、资金调拨管理、闲置资金管理、银行账户管理的管理等内容。该制度有利于加强公司资金的监督和管理，加速资金周转，提高资金使用效率，保证资金安全，防止不合理资金的占用，提升公司的综合管理能力，为公司财务部进行账务处理提

供明确依据。

## （二）对外投资的制度安排

公司制定了《对外投资管理制度》，该制度细化了《公司法》《公司章程》关于公司投资的有关规定，以规范对外投资行为。《对外投资管理制度》中对投资决策权限及程序规定如下：

“第五条 公司股东大会、董事会、总经理办公会议为公司对外投资的决策机构，各自在其权限范围内，对公司的对外投资做出决策。其他任何部门和个人无权做出对外投资的决定。

第六条 公司进行的投资，单次或年度累计投资金额占公司最近一期经审计总资产 10%以下（不含 10%）的，由总经理决定；单次或年度累计达到公司最近一期经审计总资产 10%但低于公司最近一期经审计总资产 30%的，由董事会决定；单次或年度累计投资金额达到公司最近一期经审计总资产 30%以上的，由股东大会决定。

第七条 公司购买、出售重大资产时，单次或年度累计金额占公司最近一期经审计总资产 10%以下（不含 10%）的，由总经理决定；单次或年度累计金额达到公司最近一期经审计总资产 10%但低于公司最近一期经审计总资产 30%的，由董事会决定；单次或年度累计金额达到公司最近一期经审计总资产 30%以上的，需经董事会决议通过后报股东大会审议，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

第八条 公司进行股票、基金、债券、期货等较高风险品种的投资活动，必须经过董事会或股东大会同意。

第九条 涉及与关联人之间的关联投资，除遵守本制度的规定外，还应遵守公司关联交易管理制度的有关规定。

第十条 在股东大会、董事会或总经理决定对外投资事项以前，公司有关部门应根据项目情况逐级向总经理、董事长、董事会直至股东大会提供拟投资项目的可行性研究报告及相关资料，以便其作出决策。”

### (三) 对外担保的制度安排

公司制定了《对外担保管理制度》，该制度细化了《公司法》《公司章程》关于对外担保的有关规定，以规范公司对外担保行为，有效控制公司对外担保风险。

《对外担保管理制度》中涉及对外担保决策权限及程序的主要规定如下：

“第十五条 应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。须经股东大会审批的对外担保，包括但不限于下列情形：

- (1) 单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；
- (2) 公司及本公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过本公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；
- (3) 为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；
- (4) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；
- (5) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 3000 万元人民币；
- (6) 对股东、实际控制人及其关联人提供的担保；
- (7) 法律法规及规范性文件要求需经股东大会审批的其他对外担保事项。

第十六条 除本制度第十五条所列情形之外的对外担保，由公司董事会审议批准。

第十七条 经股东大会或董事会批准的对外担保额度需分次实施时，可以授权公司董事长在批准额度内签署担保文件。

第十八条 公司董事会或股东大会在就对外担保事项进行表决时，与该担保事项有关联关系的董事或股东应回避表决。

第十九条 股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供担保的议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

第二十条 股东大会审议连续 12 个月内对外担保总额超过本公司最近一期

经审计总资产 30%的对外担保事项时，应当以特别决议通过。

第二十一条 董事会审议对外担保事项时，应取得出席董事会会议的三分之二以上董事的同意方可做出决议。

第二十二条 由于关联董事回避表决使得有表决权的董事低于董事会全体成员的三分之二时，应按照公司章程的规定，由全体董事（含关联董事）就将该等对外担保提交公司股东大会审议等程序性问题做出决议，由股东大会对该等对外担保事项做出相关决议。

第二十三条 本公司的子公司对外担保时，须将担保方案报公司董事会审议通过，再由子公司董事会做出决定并实施。

第二十四条 公司董事会或股东大会在同一次会议上对两个以上对外担保事项进行表决时，应当针对每一担保事项逐项进行表决。”

#### **（四）上述制度执行情况**

公司自制定了《资金及银行账户管理办法》《对外投资管理制度》《对外担保管理制度》后，均严格执行，截至本招股说明书签署日，上述制度执行情况良好。

## **十六、投资者权益保护的相关措施**

### **（一）保障投资者享有获取公司信息权利**

为规范公司信息披露行为，确保信息披露真实、准确、完整、及时，根据《证券法》等相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》等的有关规定，制定《信息披露管理制度》。该制度明确了重大信息报告、审批、披露程序，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。公司建立并逐步完善公司治理与内部控制体系，组织机构运行良好，经营管理规范，保障投资者的知情权、决策参与权，切实保护投资者的合法权益。

### **（二）保障投资者享有资产收益的权利**

《公司章程（草案）》对股东的收益权作出了具体的规定。公司的股份采取

股票的形式；公司股份的发行实行公开、公平、公正的原则，同种类的每一股份应当具有同等权利。股东按其所持有股份的种类享有权利，承担义务；持有同一类别股份的股东，享有同等权利，承担同种义务。股东享有依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配的权利。公司的股利分配政策详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、本次发行上市后的股利分配政策”。

### （三）保障投资者参与重大决策和选择管理者的权利

根据《公司章程（草案）》，公司股东可通过股东大会行使对公司的决策权力。公司股东有权依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权。单独或者合计持有公司 10%以上股份的股东有权向董事会请求召开临时股东大会。

非职工代表担任的董事、监事候选人名单以提案的方式提请股东大会表决。股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据《公司章程（草案）》的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制；选举两名以上董事或监事时，应当实行累积投票制度。除累积投票制外，股东大会应当对所有提案进行逐项表决，对同一事项有不同提案的，应当按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会将不会对提案进行搁置或不予表决。

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，包括提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

## 第九节 财务会计信息与管理层分析

本公司提醒投资者，若欲对公司的财务状况、经营成果、现金流量及会计政策进行更详细的了解，应当认真阅读相关的经审计财务报表。表格中某单元格数据为零，以“-”替代或不填列任何符号。

### 一、注册会计师的审计意见及财务报表

#### （一）注册会计师意见

本公司聘请毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计了本公司的财务报表，包括 2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日及 2017 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2019 年度、2018 年度及 2017 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注。毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）认为，本公司的财务报表在所有重大方面按照中华人民共和国财政部颁布的企业会计准则的规定编制，公允反映了易点天下公司 2019 年 12 月 31 日，2018 年 12 月 31 日及 2017 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2019 年度、2018 年度及 2017 年度的合并及母公司经营成果和现金流量，并出具了毕马威华振审字第 2000628 号标准无保留意见的审计报告。

#### （二）关键审计事项及应对

关键审计事项是发行人会计师根据职业判断，认为对 2019 年度、2018 年度和 2017 年度财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，发行人会计师不对这些事项单独发表意见。

发行人会计师确定下列事项是需要 在审计报告中披露的关键审计事项。

##### 1、收入确认

###### （1）关键审计事项

易点天下公司及其子公司（以下简称“易点天下集团”）主要为其客户提供移动互联网效果广告营销服务及广告销售代理服务。易点天下集团在同时满足相

关服务合同已经签署、相关服务已提供、提供服务的收入金额能够可靠计量、相关经济利益很可能流入及交易相关成本能够可靠计量等所有条件时确认收入。对于效果广告营销服务，易点天下集团基于协议规定的价格及实际业务量确认收入；对于广告销售代理服务，易点天下集团根据提供的广告代理服务的对价作为收入确认的金额。

由于收入是易点天下集团的关键业绩指标之一，使得收入存在可能被操控以达到目标或预期水平的固有风险，发行人会计师将收入确认识别为关键审计事项。

## （2）在审计中如何应对该事项

与评价收入确认相关的审计程序中包括以下程序：

了解并评价易点天下集团与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

选取样本，检查易点天下集团与客户签订的服务合同和销售订单的主要条款，评价收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的相关要求；

选取样本，取得易点天下集团 2017 年度、2018 年度及 2019 年度的主要客户的工商登记资料或可获得的相关公开信息，查看客户的行业地位、财务状况及是否有信息显示与易点天下集团存在关联关系，以识别是否存在异常情况；

选取特定客户，到其办公地点或主要经营场所进行实地走访，与相关客户的工作人员进行访谈，询问其与易点天下集团的业务往来情况，关注是否存在异常情况；

基于审计抽样，将 2017 年度、2018 年度及 2019 年度记录的收入核对至相关的合同、订单、客户对账资料和销售发票等支持性文件，以评价相关收入是否按照易点天下集团的会计政策予以确认；

选取样本，就相关客户截至 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 12 月 31 日的应收账款余额及 2017 年度、2018 年度和 2019 年度的交易发生额实施函证程序；

选取符合特定风险标准的收入会计分录，将这些会计分录明细与相关支持性

文件进行核对，包括客户订单、客户对账资料和广告平台的后台数据等。

## 2、应收账款坏账准备

### （1）关键审计事项

2019年12月31日，易点天下集团的应收账款为人民币955,738,249.39元，占资产总额47%，应收账款坏账准备余额为人民币37,734,888.19元；2018年12月31日，易点天下集团的应收账款为人民币694,884,110.34元，占资产总额42%，应收账款坏账准备余额为人民币25,246,310.12元；2017年12月31日，易点天下集团的应收账款为人民币504,464,762.31元，占资产总额31%，应收账款坏账准备余额为人民币12,337,603.12元。易点天下集团的应收账款主要来自效果广告营销服务。

易点天下集团在2017和2018年度适用《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》以及财政部于2014年修订的《企业会计准则第37号——金融工具列报》（以下简称“原金融工具准则”），在2019年度适用《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量（修订）》《企业会计准则第23号——金融资产转移（修订）》及《企业会计准则第37号——金融工具列报（修订）》（统称“新金融工具准则”）。

2017年度及2018年度，根据原金融工具准则，易点天下集团运用个别方式和组合方式评估应收账款减值损失。运用个别方式评估时，管理层会考虑债务人的财务情况、信用情况、逾期情况以及客户其它特定情况。当运用组合方式评估应收账款的减值损失时，减值损失金额是根据具有类似信用风险特征的应收账款（包括以个别方式评估未发生减值的应收账款）的以往损失经验，并根据反映当前经济状况的可观察数据进行调整确定的。

2019年度，易点天下集团基于应收账款的预期损失率，按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量应收账款的坏账准备。预期损失率考虑应收账款账龄、易点天下集团客户的回收历史、当前市场情况、客户特定情况和前瞻性信息。该评估涉及重大的管理层判断和估计。

由于坏账准备的确定涉及重大的管理层判断，且其存在固有不确定性，发行人会计师将应收账款坏账准备识别为关键审计事项。

## （2）在审计中如何应对该事项

与评价应收款项坏账准备相关的审计程序中包括以下程序：

了解并测试易点天下集团与应收款项坏账相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

按照相关会计准则的要求，评价易点天下集团估计坏账准备的会计政策；

从应收账款账龄分析报告中选取测试项目，核对至销售发票及其他相关的支持性文件，以评价账龄分析报告中的账龄区间划分的准确性；

对于2017年度及2018年度根据原金融工具准则运用个别方式评估减值损失的应收账款，询问管理层就个别重大应收账款可回收性的判断基础，并通过检查单项金额重大应收账款相关的支持性文件，包括债务人财务情况信息、与债务人往来函件、债务人还款安排的遵守情况、逾期账款的账龄、过往还款记录和期后回款、债务人所处行业等，以判断管理层计提坏账准备所作判断的合理性；

对于2017年度及2018年度根据原金融工具准则，按照信用风险特征组合方式计提坏账准备的应收账款，通过分析历史上同类组合的实际坏账发生率，并结合现时组合的信用和市场变化等因素，评价管理层作出估计和假设的合理性，并根据应收账款减值损失评估的会计政策，检查按照组合方式计提坏账准备的计算；

对于2019年度根据新金融工具准则，按照预期信用损失模型计提的应收账款坏账准备，了解管理层预期信用损失模型中所运用的关键参数和假设，包括管理层基于客户信用风险特征对应收账款进行分组的判断、历史期间观察到的违约数据等；

通过检查管理层用于做出判断的信息，包括通过选取样本检查准备矩阵中的逾期账龄信息，测试准备矩阵中的迁徙率，测试历史违约数据的准确性，评估历史违约率是否需要根据当前经济状况及前瞻性信息进行调整，评价管理层对于坏账准备估计的合理性；

基于易点天下集团信用损失准备计提的会计政策重新计算于2019年12月31日的坏账准备；

选取样本，检查应收账款期后收回款项的银行回单等相关支持性依据。

### （三）财务报表

#### 1、合并资产负债表

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
<b>资产</b>			
<b>流动资产</b>			
货币资金	78,143.24	56,320.37	60,164.36
应收账款	91,800.34	66,963.78	49,212.72
预付款项	1,597.46	5,752.10	1,985.33
其他应收款	19,451.99	14,720.85	19,610.92
其他流动资产	1,655.11	15,554.78	23,529.24
<b>流动资产合计</b>	<b>192,648.14</b>	<b>159,311.87</b>	<b>154,502.57</b>
<b>非流动资产</b>			
可供出售金融资产	-	416.27	528.53
其他权益工具投资	486.17	-	-
长期股权投资	7,116.27	3,753.92	3,097.03
固定资产	633.19	813.76	622.91
无形资产	284.86	275.57	192.16
长期待摊费用	554.55	742.17	566.29
递延所得税资产	981.34	850.41	691.99
其他非流动资产	1,652.72	1,080.10	466.06
<b>非流动资产合计</b>	<b>11,709.09</b>	<b>7,932.20</b>	<b>6,164.97</b>
<b>资产总计</b>	<b>204,357.23</b>	<b>167,244.08</b>	<b>160,667.53</b>
<b>负债及股东权益</b>			
<b>流动负债</b>			
短期借款	-	100.00	115.80
应付账款	40,463.99	32,144.28	27,835.37
预收款项	1,840.26	1,608.42	1,416.16
应付职工薪酬	1,600.05	1,037.38	4,219.91
应交税费	9,500.42	4,891.52	6,741.32
其他应付款	26,841.44	14,340.27	19,539.04

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
<b>流动负债合计</b>	<b>80,246.16</b>	<b>54,121.88</b>	<b>59,867.60</b>
<b>非流动负债</b>			
长期借款	-	-	821.20
递延收益	31.44	70.32	16.92
递延所得税负债	612.99	398.59	248.07
<b>非流动负债合计</b>	<b>644.43</b>	<b>468.91</b>	<b>1,086.19</b>
<b>负债合计</b>	<b>80,890.60</b>	<b>54,590.79</b>	<b>60,953.79</b>
<b>股东权益</b>			
股本	39,638.42	39,638.42	39,638.42
资本公积	54,901.30	54,339.62	56,196.82
其他综合收益	3,094.35	1,888.23	-13.25
盈余公积	5,171.75	3,423.34	2,715.31
未分配利润	20,660.82	13,363.68	758.91
<b>归属于母公司股东权益合计</b>	<b>123,466.63</b>	<b>112,653.29</b>	<b>99,296.20</b>
少数股东权益	-	-	417.54
<b>股东权益合计</b>	<b>123,466.63</b>	<b>112,653.29</b>	<b>99,713.75</b>
<b>负债及股东权益总计</b>	<b>204,357.23</b>	<b>167,244.08</b>	<b>160,667.53</b>

## 2、合并利润表

单位：万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
<b>一、营业收入</b>	<b>249,312.26</b>	<b>197,862.39</b>	<b>179,924.90</b>
减：营业成本	202,582.03	154,229.36	126,548.45
税金及附加	171.59	143.88	190.50
销售费用	5,920.38	6,524.02	6,013.85
管理费用	9,193.66	10,055.65	7,802.14
研发费用	3,991.42	3,596.82	2,640.26
财务费用-净额	-590.58	-707.04	1,139.60
其中：利息费用	20.97	40.10	895.80
利息收入	444.07	623.26	965.16
信用减值损失	2,582.86	-	-
资产减值损失	-13.69	2,074.86	1,784.78
加：其他收益	3,375.77	531.53	335.21

项目		2019 年度	2018 年度	2017 年度
	投资收益	-303.56	805.72	-15.22
	其中：对联营企业的投资损失	-971.21	-283.76	-71.51
	资产处置损失	-8.56	-37.70	-42.92
<b>二、营业利润</b>		<b>28,538.23</b>	<b>23,244.40</b>	<b>34,082.41</b>
加：	营业外收入	3.77	3.44	0.00
减：	营业外支出	3.19	5.77	0.67
<b>三、利润总额</b>		<b>28,538.81</b>	<b>23,242.08</b>	<b>34,081.75</b>
减：	所得税费用	4,464.34	4,109.95	7,592.20
<b>四、净利润</b>		<b>24,074.47</b>	<b>19,132.12</b>	<b>26,489.55</b>
	（一）按经营持续性分类：			
	持续经营净利润	24,074.47	19,132.12	26,489.55
	终止经营净利润	-	-	-
	（二）按所有权归属分类			
	归属于母公司股东的净利润	24,074.47	19,258.56	26,049.67
	少数股东损益	-	-126.44	439.88
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>		<b>1,239.79</b>	<b>1,888.72</b>	<b>-1,220.55</b>
	（一）归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额	1,239.79	1,901.48	-1,199.35
	1、不能重分类进损益的其他综合收益	52.06	-	-
	其他权益工具投资公允价值变动	52.06	-	-
	2、将重分类进损益的其他综合收益	1,187.73	1,901.48	-1,199.35
	（1）可供出售金融资产公允价值变动损益	-	14.35	79.22
	（2）外币财务报表折算差额	1,187.73	1,887.13	-1,278.56
	（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-12.76	-21.21
<b>六、综合收益总额</b>		<b>25,314.26</b>	<b>21,020.84</b>	<b>25,269.00</b>
	归属于母公司股东的综合收益总额	25,314.26	21,160.04	24,850.32
	归属于少数股东的综合收益总额	-	-139.20	418.67
<b>七、每股收益</b>				
	基本每股收益（人民币元）	0.61	0.49	0.66
	稀释每股收益（人民币元）	0.61	0.49	0.66

## 3、合并现金流量表

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	227,643.94	184,426.98	190,391.11
收到的税费返还	1,578.82	1,068.53	261.64
收到其他与经营活动有关的现金	96,929.73	70,951.76	53,192.68
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>326,152.49</b>	<b>256,447.27</b>	<b>243,845.43</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	194,349.14	163,840.17	137,174.61
支付给职工以及为职工支付的现金	14,193.81	16,045.08	9,335.61
支付的各项税费	3,627.82	8,648.48	5,538.60
支付其他与经营活动有关的现金	89,828.76	71,392.85	54,239.18
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>301,999.53</b>	<b>259,926.57</b>	<b>206,288.01</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>24,152.95</b>	<b>-3,479.31</b>	<b>37,557.42</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>			
赎回理财产品收到的现金	87,000.00	97,474.78	12,000.00
取得理财产品投资收益收到的现金	694.17	984.86	40.15
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	6.48	4.79	8.63
处置子公司收到的现金净额	-	212.95	192.78
处置联营公司收到的现金净额	463.10	-	-
处置可供出售金融资产收到的现金净额	314.11	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	2,820.00	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>91,297.86</b>	<b>98,677.37</b>	<b>12,241.56</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	253.71	706.34	1,263.38
投资其他权益工具支付的现金	-	165.44	168.80
购买理财产品支付的现金	73,000.00	89,474.78	34,000.00
取得联营公司支付的现金净额	3,820.55	992.61	1,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	2,820.00	-	97.63
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>79,894.26</b>	<b>91,339.17</b>	<b>36,529.80</b>
<b>投资活动使用的现金流量净额</b>	<b>11,403.60</b>	<b>7,338.20</b>	<b>-24,288.24</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>			
吸收投资收到的现金	-	-	0.47
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	11.00	-

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
取得借款收到的现金	5,300.00	2,500.00	994.50
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>5,300.00</b>	<b>2,511.00</b>	<b>994.97</b>
偿还债务支付的现金	5,400.00	3,392.02	20,302.68
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	13,468.69	5,945.70	23,783.05
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	2,135.54	-
收购少数股东权益支付的现金	21.52	39.85	914.59
支付其他与筹资活动有关的现金	862.09	-	-
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>19,752.30</b>	<b>11,513.11</b>	<b>45,000.32</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-14,452.30</b>	<b>-9,002.11</b>	<b>-44,005.34</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>718.62</b>	<b>1,299.22</b>	<b>-2,095.46</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加/（减少）额</b>	<b>21,822.87</b>	<b>-3,843.99</b>	<b>-32,831.62</b>
加：年初现金及现金等价物余额	56,320.37	60,164.36	92,995.98
<b>六、年末现金及现金等价物余额</b>	<b>78,143.24</b>	<b>56,320.37</b>	<b>60,164.36</b>

## 二、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及具有预示作用的指标

### （一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

#### 1、影响公司收入的主要因素

下游行业的发展是影响公司收入的主要因素。公司作为企业国际化智能营销服务商，主营业务是为客户提供全球营销推广服务。下游客户的发展将影响企业的广告预算和需求，从而影响公司的销售收入。

#### 2、影响公司成本的主要因素

公司主营业务成本包括流量采购成本等。

报告期内，公司营业成本分别为 126,548.45 万元、154,229.36 万元和 202,582.03 万元，其中，流量采购成本占主营业务成本的比例分别为 94.41%、96.36%和 97.05%，占比较高，因此，流量采购成本是影响成本的主要因素之一。

#### 3、影响公司费用的主要因素

公司期间费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	5,920.38	2.37%	6,524.02	3.30%	6,013.85	3.34%
管理费用	9,193.66	3.69%	10,055.65	5.08%	7,802.14	4.34%
研发费用	3,991.42	1.60%	3,596.82	1.82%	2,640.26	1.47%
财务费用	-590.58	-0.24%	-707.04	-0.36%	1,139.60	0.63%
合计	<b>18,514.88</b>	<b>7.43%</b>	<b>19,469.44</b>	<b>9.84%</b>	<b>17,595.84</b>	<b>9.78%</b>

2017 年、2018 年和 2019 年，公司销售费用占期间费用比例分别为 34.18%、33.51%和 31.98%，公司管理费用占期间费用比例分别为 44.34%、51.65%和 49.66%。销售费用和管理费用是公司费用的主要组成部分。

销售费用和管理费用主要由人工成本组成，其中报告期内，销售费用中人工成本占比分别为 46.09%、54.09%和 62.79%，管理费用中人工成本占比分别为 55.18%、40.15%和 52.58%。人工成本是影响公司费用的主要因素。

#### 4、影响公司利润的主要因素

影响公司利润的主要因素包括营业收入、毛利率、期间费用率。

报告期内，公司营业收入分别为 179,924.90 万元、197,862.39 万元和 249,312.26 万元，呈现上升趋势。综合毛利率分别为 29.67%、22.05%和 18.74%，毛利率呈现下降趋势。公司期间费用率分别为 9.78%、9.84%和 7.43%，期间费用率 2019 年有所下降。

综合以上影响因素，公司报告期内营业利润分别为 34,082.41 万元、23,244.40 万元和 28,538.23 万元，净利润分别为 26,489.55 万元、19,132.12 万元和 24,074.47 万元，均呈现先降后升的趋势。

## （二）具有预示作用的指标

公司管理层认为，营业收入、毛利率对公司具有核心意义，其变动对业绩具有较强预示作用。报告期内，公司营业收入分别为 179,924.90 万元、197,862.39 万元和 249,312.26 万元，主营业务收入逐年增长，显示公司具有良好成长性。综合毛利率分别为 29.67%、22.05%和 18.74%，综合毛利率下降主要由于公司业务结构变化所致。

上述相关指标表明公司报告期内经营情况良好，具有较强的盈利能力和持续发展能力，预计在未来经营环境未发生重大变化的前提下，公司仍将具有较强持续盈利能力与市场竞争力。

### 三、期后财务信息

2020年1月以来，公司经营状况良好，研发、采购和销售等业务运转正常，经营模式未发生重大不利变化。

2020年1月以来，国内外先后爆发了新冠病毒疫情。目前国内新冠病毒疫情形势好转，企业生产经营陆续恢复正常，但海外疫情形势较为严峻，且存在进一步大范围扩散的可能。截至本招股说明书出具日，未出现肺炎疫情对公司产生重大不利影响的情况。

### 四、合并财务报表范围

报告期内，本公司合并财务报表范围内子公司情况如下：

公司	纳入合并范围		
	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
西安点告	是	是	是
西安广知	是	是	是
聚梦互动	否	否	否
点搜亿	否	否	是
华艺世嘉	是	是	是
星合之星	是	是	是
香港 Click	是	是	是
美国 Click	是	是	是
印度 Click	是	是	是
Dream Invest	是	是	是
One Click	否	否	否
日本 Click	是	是	是
NANO	是	是	是
云充点	是	是	是
德国 Click	是	是	是
正佳天下	否	是	是

公司	纳入合并范围		
	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
Cloud Star	是	是	是
Microcloud	是	是	是
韩国 Click	是	是	否
Rock Shake	是	是	否
深圳点光年	是	否	否
西安点聚创	是	否	否
西安易联趣	是	否	否
Fantasy Click	是	否	否

注：1、本公司子公司西安点告于 2017 年 9 月 30 日注销了聚梦互动。

2、本公司子公司西安点告于 2018 年 8 月 29 日注销了点搜亿。

3、本公司子公司 Dream Invest 于 2017 年 6 月与第三方 Cyber Carrier Capital Limited 签订股权转让协议，将其持有的 One Click 100%股权转让给 Cyber Carrier Capital Limited。

4、本公司于 2019 年 3 月 5 日注销了正佳天下。

## 五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

本财务报表符合财政部颁布的企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日及 2019 年 12 月 31 日的合并财务状况和财务状况以及 2017 年度、2018 年度及 2019 年度合并经营成果和经营成果及合并现金流量和现金流量。

此外，本公司的财务报表同时符合中国证券监督管理委员会（以下简称“证监会”）2014 年修订的《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》有关财务报表及其附注的披露要求。

本公司以持续经营为基础编制财务报表。

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行了中华人民共和国财政部（以下简称“财政部”）2017 年度修订的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》等新金融工具准则。

本公司尚未执行财政部分别于 2017 年度和 2018 年度修订的《企业会计准则第 14 号——收入》和《企业会计准则第 21 号——租赁》。

## （一）会计期间

本公司的会计年度为公历1月1日起至12月31日止。

## （二）记账本位币

本公司的记账本位币为人民币，编制财务报表采用的货币为人民币。本公司及子公司选定记账本位币的依据是主要业务收支的计价和结算币种。本公司的部分子公司采用本公司记账本位币以外的货币作为记账本位币，在编制本财务报表时，这些子公司的外币财务报表按照本节“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（六）外币业务和外币报表折算”进行了折算。

## （三）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

### 1、同一控制下的企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。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。为进行企业合并发生的直接相关费用，于发生时计入当期损益。合并日为合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

### 2、非同一控制下的企业合并

参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。本公司作为购买方，为取得被购买方控制权而付出的资产（包括购买日之前所持有的被购买方的股权）、发生或承担的负债以及发行的权益性证券在购买日的公允价值之和，减去合并中取得的被购买方可辨认净资产于购买日公允价值份额的差额，如为正数则确认为商誉；如为负数则计入当期损益。本公司为进行企业合并发生的各项直接费用计入当期损益。本公司在购买日按公允价值确认所取得的被购买方符合确认条件的各项可辨认资产、负债及或有负债。购买日是指购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

## （四）合并财务报表的编制方法

### 1、总体原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，包括本公司及本公司控制的子公司。控制，是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。在判断本公司是否拥有对被投资方的权力时，本公司仅考虑与被投资方相关的实质性权利（包括本公司自身所享有的及其他方所享有的实质性权利）。子公司的财务状况、经营成果和现金流量由控制开始日起至控制结束日止包含于合并财务报表中。

子公司少数股东应占的权益、损益和综合收益总额分别在合并资产负债表的股东权益中和合并利润表的净利润及综合收益总额项目后单独列示。

如果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股东权益中所享有的份额的，其余额仍冲减少数股东权益。

当子公司所采用的会计期间或会计政策与本公司不一致时，合并时已按照本公司的会计期间或会计政策对子公司财务报表进行必要的调整。合并时所有集团内部交易及余额，包括未实现内部交易损益均已抵销。集团内部交易发生的未实现损失，有证据表明该损失是相关资产减值损失的，则全额确认该损失。

### 2、合并取得子公司

对于通过同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并当期财务报表时，以被合并子公司的各项资产、负债在最终控制方财务报表中的账面价值为基础，视同被合并子公司在本公司最终控制方对其开始实施控制时纳入本公司合并范围，并对合并财务报表的期初数以及前期比较报表进行相应调整。

对于通过非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并当期财务报表时，以购买日确定的被购买子公司各项可辨认资产、负债的公允价值为基础自购买日起将被购买子公司纳入本公司合并范围。

### 3、处置子公司

本公司丧失对原有子公司控制权时，由此产生的任何处置收益或损失，计入

丧失控制权当期的投资收益。对于剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量，由此产生的任何收益或损失，也计入丧失控制权当期的投资收益。

通过多次交易分步处置对子公司长期股权投资直至丧失控制权的，按下述原则判断是否为一揽子交易：

- 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- 一项交易单独考虑时是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

如果各项交易不属于一揽子交易的，则在丧失对子公司控制权以前的各项交易，按照不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的会计政策进行处理。

如果各项交易属于一揽子交易的，则将各项交易作为一项处置原有子公司并丧失控制权的交易进行处理，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自购买日开始持续计算的净资产账面价值的份额之间的差额，在合并财务报表中计入其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

#### **4、少数股东权益变动**

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资成本与按照新增持股比例计算应享有子公司的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的差额，均调整合并资产负债表中的资本公积（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足冲减的，调整留存收益。

### **（五）现金及现金等价物的确定标准**

现金和现金等价物包括库存现金、可以随时用于支付的存款以及持有期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

## （六）外币业务和外币报表折算

本公司收到投资者以外币投入资本时按当日即期汇率折合为人民币，其他外币交易在初始确认时按交易发生日的即期汇率折合为人民币。

于资产负债表日，外币货币性项目采用该日的即期汇率折算。除与购建符合资本化条件资产有关的专门借款本金和利息的汇兑差额外，其他汇兑差额计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算。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，属于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资的差额，计入其他综合收益；其他差额计入当期损益。

对境外经营的财务报表进行折算时，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，股东权益项目中除未分配利润及其他综合收益中的外币财务报表折算差额项目外，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的近似汇率折算。即期汇率的近似汇率是按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的当期平均汇率。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额，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。

## （七）金融工具

本公司的金融工具包括货币资金、除长期股权投资以外的股权投资、应收款项、应付款项、借款及股本等。

于合并财务报表的报告期间，本公司在 2017 和 2018 年度适用《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》以及财政部于 2014 年修订的《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（以下简称“原金融工具准则”），在 2019 年度适用《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（修订）》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》（统称“新金融工具准则”）。

## 1、根据新金融工具准则

### （a）金融资产及金融负债的确认和计量

金融资产和金融负债在本公司成为相关金融工具合同条款的一方时，于资产负债表内确认。

除不具有重大融资成分的应收账款外，在初始确认时，金融资产及金融负债均以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。对于不具有重大融资成分的应收账款，本公司按照根据本节“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（十七）收入”的会计政策确定的交易价格进行初始计量。

### （b）金融资产的分类和后续计量

#### （i）本公司金融资产的分类

本公司通常根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，在初始确认时将金融资产分为不同类别：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及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

除非本公司改变管理金融资产的业务模式，在此情形下，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

本公司将同时符合下列条件且未被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，分类为以摊余成本计量的金融资产：

- 本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；
- 该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

本公司将同时符合下列条件且未被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，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：

- 本公司管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标；

- 该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

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

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，本公司将其余所有的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。在初始确认时，如果能够消除或显著减少会计错配，本公司可以将本应以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地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。

管理金融资产的业务模式，是指本公司如何管理金融资产以产生现金流量。业务模式决定本公司所管理金融资产现金流量的来源是收取合同现金流量、出售金融资产还是两者兼有。本公司以客观事实为依据、以关键管理人员决定的对金融资产进行管理的特定业务目标为基础，确定管理金融资产的业务模式。

本公司对金融资产的合同现金流量特征进行评估，以确定相关金融资产在特定日期产生的合同现金流量是否仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。其中，本金是指金融资产在初始确认时的公允价值；利息包括对货币时间价值、与特定时期未偿付本金金额相关的信用风险、以及其他基本借贷风险、成本和利润的对价。此外，本公司对可能导致金融资产合同现金流量的时间分布或金额发生变更的合同条款进行评估，以确定其是否满足上述合同现金流量特征的要求。

(ii) 本公司金融资产的后续计量

- 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

- 以摊余成本计量的金融资产

初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

- 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将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。

- 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。股利收入计入损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将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。

(c) 金融负债的分类和后续计量

本公司将金融负债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及以摊余成本计量的金融负债。

- 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

该类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和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。

初始确认后，对于该类金融负债以公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，产生的利得或损失（包括利息费用）计入当期损益。

- 以摊余成本计量的金融负债

初始确认后，对其他金融负债采用实际利率法以摊余成本计量。

(d) 抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

- 本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

- 本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

(e) 金融资产和金融负债的终止确认

满足下列条件之一时，本公司终止确认该金融资产：

- 收取该金融资产现金流量的合同权利终止；

- 该金融资产已转移，且本公司将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；

- 该金融资产已转移，虽然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，但是未保留对该金融资产的控制。

金融资产转移整体满足终止确认条件的，本公司将下列两项金额的差额计入当期损益：

- 被转移金融资产在终止确认日的账面价值；

- 因转移金融资产而收到的对价，与原直接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以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资）之和。

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

(f) 减值

本公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产进行减值会计处理并确认损失准备：

本公司持有的其他以公允价值计量的金融资产不适用预期信用损失模型，包括以公允价值计量且其变动计入当期损益的权益工具投资，指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资。

(i) 预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平

均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

在计量预期信用损失时，本公司需考虑的最长期限为企业面临信用风险的最长合同期限（包括考虑续约选择权）。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。

未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

对于应收账款，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。本公司基于历史信用损失经验、使用准备矩阵计算上述金融资产的预期信用损失，相关历史经验根据资产负债表日借款人的特定因素、以及对当前状况和未来经济状况预测的评估进行调整。

除应收账款外，本公司对满足下列情形的金融工具按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备，对其他金融工具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：

- 该金融工具在资产负债表日只具有较低的信用风险；或
- 该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

（ii） 具有较低的信用风险

如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即便较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，该金融工具被视为具有较低的信用风险。

由于银行存款主要存放于信用良好的国有及其他大型银行，本公司认为银行存款具有低信用风险。

（iii） 信用风险显著增加

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日

发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：

- 债务人未能按合同到期日支付本金和利息的情况；
- 已发生的或预期的金融工具的外部或内部信用评级（如有）的严重恶化；
- 已发生的或预期的债务人经营成果的严重恶化；
- 现存的或预期的技术、市场、经济或法律环境变化，并将对债务人对本公司的还款能力产生重大不利影响。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

如果逾期超过 30 日，本公司确定金融工具的信用风险已经显著增加。

本公司认为金融资产在下列情况发生违约：

- 借款人不大可能全额支付其对本公司的欠款，该评估不考虑本公司采取例如变现抵押品（如果持有）等追索行动；或
- 金融资产逾期超过 90 天。

(iv) 已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估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债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

- 发行方或债务人发生重大财务困难；
- 债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；
- 本公司出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任

何其他情况下都不会做出的让步；

- 债务人很可能破产或进行其他财务重组；
- 发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失。

(v) 预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

(vi) 核销

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

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

(g) 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。

## 2、根据原金融工具准则

(a) 金融资产及金融负债的确认和计量

金融资产和金融负债在本公司成为相关金融工具合同条款的一方时，于资产负债表内确认。

本公司在初始确认时按取得资产或承担负债的目的，把金融资产和金融负债

分为不同类别：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债、贷款及应收款项、可供出售金融资产和其他金融负债。

在初始确认时，金融资产及金融负债均以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。初始确认后，金融资产和金融负债的后续计量如下：

- 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债（包括交易性金融资产或金融负债）

本公司持有为了近期内出售或回购的金融资产和金融负债及衍生工具属于此类。

初始确认后，以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债以公允价值计量，公允价值变动形成的利得或损失计入当期损益。

- 应收款项

应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。

初始确认后，应收款项以实际利率法按摊余成本计量。

- 可供出售金融资产

本公司将在初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产以及没有归类到其他类别的金融资产分类为可供出售金融资产。

对公允价值不能可靠计量的可供出售权益工具投资，初始确认后按成本计量；其他可供出售金融资产，初始确认后以公允价值计量，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形成的汇兑差额计入当期损益外，其他利得或损失计入其他综合收益，在可供出售金融资产终止确认时转出，计入当期损益。可供出售权益工具投资的现金股利，在被投资单位宣告发放股利时计入当期损益。按实际利率法计算的可供出售金融资产的利息，计入当期损益。

- 其他金融负债

其他金融负债是指除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以

外的金融负债。初始确认后采用实际利率法按摊余成本计量。

#### （b） 金融资产及金融负债的列报

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

- 本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；
- 本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

#### （c） 金融资产和金融负债的终止确认

满足下列条件之一时，本公司终止确认该金融资产：

- 收取该金融资产现金流量的合同权利终止；
- 该金融资产已转移，且本公司将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；
- 该金融资产已转移，虽然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，但是放弃了对该金融资产控制。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，本公司将下列两项金额的差额计入当期损益：

- 所转移金融资产的账面价值；
- 因转移而收到的对价，与原直接计入股东权益的公允价值变动累计额之和。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，本公司终止确认该金融负债或其一部分。

#### （d） 金融资产的减值

本公司在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，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

金融资产发生减值的客观证据，包括但不限于：

- (i) 发行方或债务人发生严重财务困难；
- (ii) 债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；
- (iii) 债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；
- (iv) 因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；
- (v) 权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；
- (vi) 权益工具投资的公允价值发生严重下跌或非暂时性下跌等。

于2017年12月31日及2018年12月31日，本公司对于应收款项按下述原则运用个别方式和组合方式评估减值损失。

运用个别方式评估时，当应收款项的预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）按原实际利率折现的现值低于其账面价值时，本公司将该应收款项的账面价值减记至该现值，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。

当运用组合方式评估应收款项的减值损失时，减值损失金额是根据具有类似信用风险特征的应收款项（包括以个别方式评估未发生减值的应收款项）的以往损失经验，并根据反映当前经济状况的可观察数据进行调整确定的。

在应收款项确认减值损失后，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，本公司将原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。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金融资产在转回日的摊余成本。

(i) 单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	单项金额大于人民币 500 万元的应收款项视为重大。
单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法	当应收款项的预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）按原实际利率折现的现值低于其账面价值时，本公司对该部分差额确认减值损失，计提应收款项坏账准备。

(ii) 单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

单项金额不重大但单独计提坏账准备的理由	对于单项金额不重大，但已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，本公司单独进行减值测试。
坏账准备的计提方法	当应收款项的预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损

	失) 按原实际利率折现的现值低于其账面价值时, 本公司对该部分差额确认减值损失, 计提应收款项坏账准备。
--	--

(iii) 按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

对于上述 (i) 和 (ii) 中单项测试未发生减值的应收款项, 本公司也会将其包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中再进行减值测试。

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1 集团内合并范围内关联方组合	集团内关联方组合信用风险较低, 因此本公司不计提坏账准备。
组合 2 第三方支付平台 Paypal 未提现余额	不计提坏账准备。
组合 3 广告推广及其他业务应收款项	账龄分析法。
组合 4 应收广告销售代理业务代收款	账龄分析法。
组合 5 其他组合	账龄分析法。

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	
	组合 3	组合 4	组合 5
1 年以内 (含 1 年)	□		□
其中: 1-90 天 (含 90 天)	1%	1%	1%
91-180 天 (含 180 天)	3%	3%	1%
181 天-1 年 (含 1 年)	5%	5%	1%
1-2 年 (含 2 年)	10%	10%	10%
2-3 年 (含 3 年)	30%	30%	30%
3 年以上	100%	100%	100%

其他金融资产的减值方法如下:

- 可供出售金融资产

可供出售金融资产运用个别方式和组合方式评估减值损失。可供出售金融资产发生减值时, 即使该金融资产没有终止确认, 本公司将原直接计入股东权益的因公允价值下降形成的累计损失从股东权益转出, 计入当期损益。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具, 在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的, 本公司将原确认的减值损失予以转回, 计入当期损益。可供出售权益工具投资发生的减值损失, 不通过损益转回。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,

不得转回。

#### （e）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。

回购本公司股份时，回购的股份作为库存股管理，回购股份的全部支出转为库存股成本，同时进行备查登记。库存股不参与利润分配，在资产负债表中作为股东权益的备抵项目列示。

库存股注销时，按注销股票面值总额减少股本，库存股成本超过面值总额的部分，应依次冲减资本公积（股本溢价）、盈余公积和未分配利润；库存股成本低于面值总额的，低于面值总额的部分增加资本公积（股本溢价）。

库存股转让时，转让收入高于库存股成本的部分，增加资本公积（股本溢价）；低于库存股成本的部分，依次冲减资本公积（股本溢价）、盈余公积、未分配利润。

## （八）长期股权投资

### 长期股权投资投资成本确定

#### （a）通过企业合并形成的长期股权投资

- 对于同一控制下的企业合并形成的对子公司的长期股权投资，本公司按照合并日取得的被合并方股东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对价账面价值之间的差额，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时，调整留存收益。

- 对于非同一控制下企业合并形成的对子公司的长期股权投资，本公司按照购买日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，作为该投资的初始投资成本。

#### （b）其他方式取得的长期股权投资

- 对于通过企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资，在初始确认时，

对于以支付现金取得的长期股权投资，本公司按照实际支付的购买价款作为初始投资成本；对于发行权益性证券取得的长期股权投资，本公司按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

## （2）长期股权投资后续计量及损益确认方法

### （a）对子公司的投资

在本公司个别财务报表中，本公司采用成本法对子公司的长期股权投资进行后续计量，除非投资符合持有待售的条件。对被投资单位宣告分派的现金股利或利润由本公司享有的部分确认为当期投资收益，但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除外。

对子公司的投资按照成本减去减值准备后在资产负债表内列示。

对子公司投资的减值测试方法及减值准备计提方法参见本节之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（十三）除存货及金融资产外的其他资产减值”。

在本公司合并财务报表中，对子公司按本节“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（四）合并财务报表的编制方法”进行处理。

### （b）对联营企业的投资

联营企业指本公司能够对其施加重大影响的企业。

后续计量时，对联营企业的长期股权投资采用权益法核算，除非投资符合持有待售的条件。

本公司在采用权益法核算时的具体会计处理包括：

- 对于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，以前者作为长期股权投资的成本；对于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，以后者作为长期股权投资的成本，长期股权投资的成本与初始投资成本的差额计入当期损益。

- 取得对联营企业投资后，本公司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，分别确认投资损益和其他综合收益并调整长期

股权投资的账面价值；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。对联营企业除净损益、其他综合收益和利润分配以外股东权益的其他变动（以下简称“其他股东权益变动”），本公司按照应享有或应分担的份额计入股东权益，并同时调整长期股权投资的账面价值。

- 在计算应享有或应分担的被投资单位实现的净损益、其他综合收益及其他股东权益变动的份额时，本公司以取得投资时被投资单位可辨认净资产公允价值为基础，按照本公司的会计政策或会计期间进行必要调整后确认投资收益和其他综合收益等。本公司与联营企业之间内部交易产生的未实现损益按照应享有的比例计算归属于本公司的部分，在权益法核算时予以抵销。内部交易产生的未实现损失，有证据表明该损失是相关资产减值损失的，则全额确认该损失。

- 本公司对联营企业发生的净亏损，除本公司负有承担额外损失义务外，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对联营企业净投资的长期权益减记至零为限。联营企业以后实现净利润的，本公司在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。

本公司对联营企业投资的减值测试方法及减值准备计提方法参见本节之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（十三）除存货及金融资产外的其他资产减值”。

### （3）确定对被投资单位具有重大影响的判断标准

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

## （九）固定资产

### 1、固定资产确认条件

固定资产指本公司为提供劳务或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

外购固定资产的初始成本包括购买价款、相关税费以及使该资产达到预定可使用状态前所发生的可归属于该项资产的支出。

对于构成固定资产的各组成部分，如果各自具有不同使用寿命或者以不同方式为本公司提供经济利益，适用不同折旧率或折旧方法的，本公司分别将各组成部分确认为单项固定资产。

对于固定资产的后续支出，包括与更换固定资产某组成部分相关的支出，在与支出相关的经济利益很可能流入本公司时资本化计入固定资产成本，同时将被替换部分的账面价值扣除；与固定资产日常维护相关的支出在发生时计入当期损益。

固定资产以成本减累计折旧及减值准备后在资产负债表内列示。

## 2、固定资产的折旧方法

本公司将固定资产的成本扣除预计净残值和累计减值准备后在其使用寿命内按年限平均法计提折旧，除非固定资产符合持有待售的条件。

各类固定资产的使用寿命、残值率和年折旧率分别为：

类别	使用寿命	残值率	年折旧率
办公设备	3-5 年	5%	19%-32%
运输设备	5 年	5%	19%

本公司至少在每年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。

3、减值测试方法及减值准备计提方法参见本节之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（十三）除存货及金融资产外的其他资产减值”。

## 4、固定资产处置

固定资产满足下述条件之一时，本公司会予以终止确认。

- 固定资产处于处置状态；
- 该固定资产预期通过使用或处置不能产生经济利益。

报废或处置固定资产项目所产生的损益为处置所得款项净额与项目账面金额之间的差额，并于报废或处置日在损益中确认。

## （十）借款费用

本公司于 2017 年度、2018 年度及 2019 年度未发生可直接归属符合资本化条件的资产的购建的借款费用。本公司发生的借款费用均于发生当期确认为财务费用。

本公司确定借款的实际利率时，是将借款在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量，折现为该借款初始确认时确定的金额所使用的利率。

## （十一）无形资产

无形资产以成本减累计摊销（仅限于使用寿命有限的无形资产）及减值准备后在资产负债表内列示。对于使用寿命有限的无形资产，本公司将无形资产的成本扣除预计净残值和累计减值准备后按直线法在预计使用寿命期内摊销，除非该无形资产符合持有待售的条件。

各项无形资产的摊销年限为：

项目	摊销年限
软件著作权	7 年
办公软件	5 年

本公司将无法预见未来经济利益期限的无形资产视为使用寿命不确定的无形资产，并对这类无形资产不予摊销。截至报告期内各资产负债表日，集团没有使用寿命不确定的无形资产。

## （十二）长期待摊费用

长期待摊费用在受益期限内分期平均摊销。各项费用的摊销期限分别为：

项目	摊销期限
经营租入固定资产改良支出	2~6 年

## （十三）除存货及金融资产外的其他资产减值

本公司在资产负债表日根据内部及外部信息以确定下列资产是否存在减值的迹象，包括固定资产、无形资产、长期股权投资、长期待摊费用等。

本公司对存在减值迹象的资产进行减值测试，估计资产的可收回金额。

可收回金额是指资产（或资产组、资产组组合，下同）的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者。

资产组由创造现金流入相关的资产组成，是可以认定的最小资产组合，其产生的现金流入基本上独立于其他资产或者资产组。

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，选择恰当的税前折现率对其进行折现后的金额加以确定。

可收回金额的估计结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，资产的账面价值会减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。与资产组或者资产组组合相关的减值损失，先抵减分摊至该资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值，但抵减后的各资产的账面价值不得低于该资产的公允价值减去处置费用后的净额（如可确定的）、该资产预计未来现金流量的现值（如可确定的）和零三者之中最高者。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不会转回。

#### （十四）公允价值的计量

除特别声明外，本公司按下述原则计量公允价值：

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。

本公司估计公允价值时，考虑市场参与者在计量日对相关资产或负债进行定价时考虑的特征（包括资产状况及所在位置、对资产出售或者使用的限制等），并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。使用的估值技术主要包括市场法、收益法和成本法。

#### （十五）预计负债

如果与或有事项相关的义务是本公司承担的现时义务，且该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司，以及有关金额能够可靠地计量，则本公司会确认

预计负债。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。对于货币时间价值影响重大的，预计负债以预计未来现金流量折现后的金额确定。在确定最佳估计数时，本公司综合考虑了与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的，最佳估计数按照该范围内的中间值确定；在其他情况下，最佳估计数分别下列情况处理：

- 或有事项涉及单个项目的，按照最可能发生金额确定。
- 或有事项涉及多个项目的，按照各种可能结果及相关概率计算确定。

本公司在资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并按照当前最佳估计数对该账面价值进行调整。

## （十六）股份支付

### 1、股份支付的种类

本公司的股份支付为以权益结算的股份支付。

### 2、实施股份支付计划的相关会计处理

- 以权益结算的股份支付

本公司以股份或其他权益工具作为对价换取职工提供服务时，以授予职工权益工具在授予日公允价值计量。对于授予后完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的股份支付交易，本公司在等待期内的每个资产负债表日，根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此基础按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，并相应计入资本公积。

当本公司接受服务但没有结算义务，并且授予职工的是本公司最终控制方或其控制的除本公司外的子公司的权益工具时，本公司将此股份支付计划作为权益结算的股份支付处理。

## （十七）收入

收入是本公司在日常活动中形成的、会导致股东权益增加且与股东投入资本无关的经济利益的总流入。收入在其金额及相关成本能够可靠计量、相关的经济利益很可能流入本公司并且同时满足以下不同类型收入的其他确认条件时，予以确认。

### 1、销售商品收入

当同时满足上述收入的一般确认条件以及下述条件时，本公司确认销售商品收入：

- 本公司将商品所有权上的主要风险和报酬已转移给购货方；
- 本公司既没有保留通常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。

本公司按已收或应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

### 2、提供劳务收入

本公司按已收或应收的合同或协议价款的公允价值确定提供劳务收入金额。

本公司的主要收入为广告推广服务收入。根据本公司与客户签订的合同，分为为客户在移动互联网提供效果广告营销服务，为客户提供广告销售代理服务及品牌广告服务。

#### 效果广告营销服务

根据本公司与客户签订的广告发布合同，本公司负责寻找广告发布平台，并与广告发布平台讨论并制定计价模式。本公司负责广告营销方案的制定和执行，并需要完成与客户约定的广告发布效果。本公司根据已收或应收客户支付给本公司的协议价款作为确认收入的金额。

本公司效果广告营销收入按具体行为（下载、激活、注册等）数量和行为单价确认收入。

#### 广告销售代理服务

根据本公司与广告发布平台签订的广告服务合同，本公司负责代理广告发布

平台的账户管理服务，包括但不限于协助广告发布平台完成广告投放者的账户注册及充值等。本公司将本公司提供的广告代理服务的对价作为收入确认的金额。

### 品牌广告服务

品牌广告服务中，本公司根据与广告主签订的服务合同，负责向广告主提供品牌整体营销服务，包括但不限于制定品牌营销策略，执行品牌广告投放等。本公司在提供服务期间内确认收入。

根据本公司与交易对方的合同约定及实际交易情况，本公司在相关广告推广服务满足如下所有条件时，确认收入的实现：

- (a) 相关服务合同已经签署；
- (b) 相关广告服务已经实际提供；
- (c) 提供广告服务的收入金额能够可靠地计量；
- (d) 相关的经济利益很可能流入企业；
- (e) 交易相关成本能够可靠地计量。

### 3、利息收入

利息收入是按借出货币资金的时间和实际利率计算确定的。

### 4、执行新收入准则对报告期的影响

财政部于 2017 年发布了《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”）。本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。基于本公司现有业务模式及合同条款，执行新收入准则后本公司收入确认相关的会计政策不会发生重大变化，实施新收入准则对本公司收入确认不会产生重大影响。

假定本公司自申报财务报表期初开始执行新收入准则，对首次执行日前各年（末）营业收入、归属于公司普通股东的净利润、资产总额及归属于公司普通股股东的净资产不会产生重大影响。

## （十八）职工薪酬

### 1、短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生或按规定的基准和比例计提的职工工资、奖金、医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

### 2、离职后福利 - 设定提存计划

本公司所参与的设定提存计划是按照中国有关法规要求，本公司职工参加的由政府机构设立管理的社会保障体系中的基本养老保险。基本养老保险的缴费金额按国家规定的基准和比例计算。本公司在职工提供服务的会计期间，将应缴存的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

### 3、辞退福利

本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿的建议，在下列两者孰早日，确认辞退福利产生的负债，同时计入当期损益：

- 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；
- 本公司有详细、正式的涉及支付辞退福利的重组计划；并且，该重组计划已开始实施，或已向受其影响的各方通告了该计划的主要内容，从而使各方形成了对本公司将实施重组的合理预期时。

## （十九）政府补助

政府补助是本公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，但不包括政府以投资者身份向本公司投入的资本。

政府补助在能够满足政府补助所附条件，并能够收到时，予以确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量。

本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助作为与资产

相关的政府补助。本公司取得的与资产相关之外的其他政府补助作为与收益相关的政府补助。与资产相关的政府补助，本公司将其确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入其他收益或营业外收入。与收益相关的政府补助，如果用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，本公司将其确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入其他收益或营业外收入；否则直接计入其他收益或营业外收入。

## （二十）所得税

除因企业合并和直接计入股东权益（包括其他综合收益）的交易或者事项产生的所得税外，本公司将当期所得税和递延所得税计入当期损益。

当期所得税是按本年度应税所得额，根据税法规定的税率计算的预期应交所得税，加上以往年度应付所得税的调整。

资产负债表日，如果本公司拥有以净额结算的法定权利并且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，那么当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列示。

递延所得税资产与递延所得税负债分别根据可抵扣暂时性差异和应纳税暂时性差异确定。暂时性差异是指资产或负债的账面价值与其计税基础之间的差额，包括能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减。递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。

如果不属于企业合并交易且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损），则该项交易中产生的暂时性差异不会产生递延所得税。商誉的初始确认导致的暂时性差异也不产生相关的递延所得税。

资产负债表日，本公司根据递延所得税资产和负债的预期收回或结算方式，依据已颁布的税法规定，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量该递延所得税资产和负债的账面金额。

资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额

予以转回。

资产负债表日，递延所得税资产及递延所得税负债在同时满足以下条件时以抵销后的净额列示：

- 纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；
- 递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债。

## （二十一）经营租赁、融资租赁

租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁是指无论所有权最终是否转移但实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁。经营租赁是指除融资租赁以外的其他租赁。

### 1、经营租赁租入资产

经营租赁租入资产的租金费用在租赁期内按直线法确认为相关资产成本或费用。

### 2、经营租赁租出资产

经营租赁租出的固定资产按本节“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（九）固定资产”所述的折旧政策计提折旧，按（十三）所述的会计政策计提减值准备。经营租赁的租金收入在租赁期内按直线法确认为收入。经营租赁租出资产发生的初始直接费用，金额较大时予以资本化，在整个租赁期内按照与确认租金收入相同的基础分期计入当期损益；金额较小时，直接计入当期损益。

## （二十二）股利分配

资产负债表日后，经审议批准的利润分配方案中拟分配的股利或利润，不确认为资产负债表日的负债，在附注中单独披露。

## （二十三）关联方

一方控制、共同控制另一方或对另一方施加重大影响，以及两方或两方以上同受一方控制、共同控制的，构成关联方。关联方可为个人或企业。仅仅同受国家控制而不存在其他关联方关系的企业，不构成关联方。

此外，本公司同时根据证监会颁布的《上市公司信息披露管理办法》确定本公司的关联方。

## （二十四）分部报告

本公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度为依据确定经营分部。如果两个或多个经营分部存在相似经济特征且同时在各单项产品或劳务的性质、生产过程的性质、产品或劳务的客户类型、销售产品或提供劳务的方式、生产产品及提供劳务受法律及行政法规的影响等方面具有相同或相似性的，可以合并为一个经营分部。本公司以经营分部为基础考虑重要性原则后确定报告分部。

本公司业务为广告推广服务，只有一种业务类型，每个部门或子公司的管理并不需要不同的技术和市场策略，无需进行单独管理。本公司管理层也以本公司整体的财务信息参考决定配置资源和评价业绩。因此，本公司只设有一个经营分部。

## （二十五）主要会计估计及判断

编制财务报表时，本公司管理层需要运用估计和假设，这些估计和假设会对会计政策的应用及资产、负债、收入及费用的金额产生影响。实际情况可能与这些估计不同。本公司管理层对估计涉及的关键假设和不确定因素的判断进行持续评估，会计估计变更的影响在变更当期和未来期间予以确认。

除固定资产、无形资产及长期待摊费用的折旧及摊销和各类资产减值涉及的会计估计外，其他主要的会计估计和运用会计政策过程中做出的重要判断为递延所得税资产的确认和公允价值的披露。

## 六、主要会计政策、会计估计变更、前期会计差错更正及影响

### （一）重要会计政策变更

#### 1、会计政策变更的内容及原因

本公司于报告期内的 2019 年度执行了财政部于近年颁布的以下企业会计准则修订：

《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（修订）》《企业会计准则第 24 号——套期会计（修订）》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》（统称“新金融工具准则”）

#### 2、变更的主要影响

新金融工具准则修订了财政部于 2006 年颁布的《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》和《企业会计准则第 24 号——套期保值》以及财政部于 2014 年修订的《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（统称“原金融工具准则”）。

新金融工具准则将金融资产划分为三个基本分类：（1）以摊余成本计量的金融资产；（2）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；及（3）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在新金融工具准则下，金融资产的分类是基于本公司管理金融资产的商业模式及该资产的未来现金流量特征而确定。新金融工具准则取消了原金融工具准则中规定的持有至到期投资、贷款和应收款项及可供出售金融资产三个分类类别。根据新金融工具准则，嵌入衍生工具不再从金融资产的主合同中分拆出来，而是将混合金融工具整体适用关于金融资产分类的相关规定。

新金融工具准则以“预期信用损失”模型替代了原金融工具准则中的“已发生损失”模型。“预期信用损失”模型要求持续评估金融资产的信用风险，因此在新金融工具准则下，本公司信用损失的确认时点早于原金融工具准则。

本公司按照新金融工具准则的衔接规定，对新金融工具准则施行日（即 2019 年 1 月 1 日）未终止确认的金融工具的分类和计量（含减值）进行追溯调整。

执行新金融工具准则，对于本公司 2019 年 1 月 1 日金融工具的账面价值无重大影响。本公司亦未调整 2017 年度及 2018 年度报表数据。

(i) 执行新金融工具准则对 2019 年 1 月 1 日合并资产负债表各项目的影响汇总如下：

单位：万元

项目	本公司		
	2018 年	2019 年	调整数
	12 月 31 日	1 月 1 日	
<b>资产</b>			
<b>流动资产</b>			
货币资金	56,320.37	56,320.37	-
交易性金融资产	-	14,039.61	14,039.61
应收账款	66,963.78	66,963.78	-
预付款项	5,752.10	5,752.10	-
其他应收款	14,720.85	14,720.85	-
其他流动资产	15,554.78	1,515.17	-14,039.61
<b>流动资产合计</b>	<b>159,311.87</b>	<b>159,311.87</b>	-
<b>非流动资产</b>			
可供出售金融资产	416.27	-	-416.27
其他权益工具投资	-	416.27	416.27
长期股权投资	3,753.92	3,753.92	-
固定资产	813.76	813.76	-
无形资产	275.57	275.57	-
长期待摊费用	742.17	742.17	-
递延所得税资产	850.41	850.41	-
其他非流动资产	953.00	953.00	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>7,805.10</b>	<b>7,805.10</b>	-
<b>资产总计</b>	<b>167,116.97</b>	<b>167,116.97</b>	-
<b>负债和股东权益</b>			
<b>流动负债</b>			
短期借款	100.00	100.00	-
应付账款	32,144.28	32,144.28	-
预收款项	1,608.42	1,608.42	-

项目	本公司		
	2018年	2019年	调整数
	12月31日	1月1日	
应付职工薪酬	1,037.38	1,037.38	-
应交税费	4,891.52	4,891.52	-
其他应付款	14,340.27	14,340.27	-
<b>流动负债合计</b>	<b>54,121.88</b>	<b>54,121.88</b>	-
<b>非流动负债</b>			
递延收益	70.32	70.32	-
递延所得税负债	398.59	398.59	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>468.91</b>	<b>468.91</b>	-
<b>负债合计</b>	<b>54,590.79</b>	<b>54,590.79</b>	-
<b>股东权益</b>			
股本	39,638.42	39,638.42	-
资本公积	54,339.62	54,339.62	-
其他综合收益	1,888.23	1,854.56	-33.67
盈余公积	3,423.34	3,424.69	1.35
未分配利润	13,363.68	13,396.00	32.32
<b>归属于母公司股东权益合计</b>	<b>112,653.29</b>	<b>112,653.29</b>	-
少数股东权益	-	-	-
<b>股东权益合计</b>	<b>112,653.29</b>	<b>112,653.29</b>	-
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>167,244.08</b>	<b>167,244.08</b>	-

(ii) 金融工具的分类影响

于2018年12月31日，本公司持有一项非上市公司的股权投资，本公司将其作为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，列示于可供出售金融资产，账面金额为人民币4,162,661.41元。于2019年1月1日，根据新金融工具准则，本公司将该项非上市公司的股权投资列报为其他权益工具投资。

于2018年12月31日，本公司持有理财产品，本公司将其作为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，列示于其他流动资产，账面金额为人民币140,396,123.29元。于2019年1月1日，根据新金融工具准则，本公司将该项理财产品列报为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，本公司将该项理财产品公允价值变动扣除所得税影响后的金额人民币336,704.80元

自其他综合收益转出至留存收益。

于 2018 年 12 月 31 日，本公司持有理财产品，本公司将其作为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，列示于其他流动资产，账面金额为人民币 110,159,123.29 元。于 2019 年 1 月 1 日，根据新金融工具准则，本公司将该项理财产品列报为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，本公司将该项理财产品公允价值变动扣除所得税影响后的金额人民币 135,254.80 元自其他综合收益转出至留存收益。

将金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比如下：

单位：万元

原金融工具准则（2018 年 12 月 31 日）			新金融工具准则（2019 年 1 月 1 日）		
项目	计量类别	账面价值	项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本（贷款和应收款项）	56,320.37	货币资金	摊余成本	56,320.37
应收账款	摊余成本（贷款和应收款项）	66,963.78	应收账款	摊余成本	66,963.78
其他应收款	摊余成本（贷款和应收款项）	14,720.85	其他应收款	摊余成本	14,720.85
其他流动资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益（债务工具）	14,039.61	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益（准则要求）	14,039.61
可供出售金融资产	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益（权益工具）	416.27	其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	416.27
其他非流动资产	摊余成本（贷款和应收款项）	953.00	其他非流动资产	摊余成本	953.00

将原金融资产账面价值调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新金融资产账面价值的调节如下：

单位：万元

	按原金融工具准则列示的账面价值（2018 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值（2019 年 1 月 1 日）
摊余成本				
货币资金				

	按原金融工具准则列示的账面价值 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值 (2019年1月1日)
按原金融工具准则列示的余额和按新金融工具准则列示的余额	56,320.37	-	-	56,320.37
应收款项				
按原金融工具准则列示的余额	82,637.63	-	-	-
减：转出至以公允价值计量且其变动计入其他综合收益（新金融工具准则）		-		
重新计量：预期信用损失准备			-	
按新金融工具准则列示的余额	-	-	-	82,637.63
以摊余成本计量的总金融资产	138,959.00	-	-	138,959.00

单位：万元

	按原金融工具准则列示的账面价值 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值 (2019年1月1日)
以公允价值计量且其变动计入当期损益				
交易性金融资产				
按原金融工具准则列示的余额	-			
加：自其他流动资产（原金融工具准则）转入		14,039.61	-	
按新金融工具准则列示的余额				14,039.61
以公允价值计量且其变动计入当期损益的总金融资产	-	14,039.61	-	14,039.61

单位：万元

项目	按原金融工具准则列示的账面价值 (2018年12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工具准则列示的账面价值 (2019年1月1日)
以公允价值计量且其变动计入其他综合收益				
其他权益工具投资				
按原金融工具准则列示的余额	-			
加：自其他流动资产转入		416.27		
重新计量：由成本计量变为公允价值计量			-	

项目	按原金融工具 准则列示的账 面价值 (2018年12月 31日)	重分类	重新 计量	按新金融工 具准则列示 的账面价值 (2019年1 月1日)
按新金融工具准则列示的余额				416.27
<b>可供出售金融资产</b>				
按原金融工具准则列示的余额	416.27			
减：转出至指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益（新金融工具准则）		-416.27	-	
按新金融工具准则列示的余额				-
其他流动资产				
按原金融工具准则列示的余额	14,039.61			
减：转出至按照要求必须分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益（新金融工具准则）		-14,039.61	-	
按新金融工具准则列示的余额				-
<b>以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的总金融资产</b>	<b>14,455.88</b>	<b>-14,039.61</b>	<b>-</b>	<b>416.27</b>

(iii) 采用“预期信用损失”模型的影响

“预期信用损失”模型适用于本公司下列项目：

以摊余成本计量的金融资产；

“预期信用损失”模型不适用于权益工具投资。

将原金融工具减值准备期末金额调整为按照新金融工具准则的规定进行分类和计量的新损失准备的调节如下：

单位：万元

计量类别	按原金融工具 准则计提损失 准备(2018年 12月31日)	重分类	重新计量	按新金融工 具准则计提损失 准备(2019年1 月1日)
<b>贷款和应收款项（原金融工具准则）/以摊余成本计量的金融资产（新金融工具准则）</b>				
应收账款	2,524.63	-	-	2,524.63
其他应收款	164.10	-	-	164.10
其他非流动资产	41.71	-	-	41.71
<b>总计</b>	<b>2,730.43</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2,730.43</b>

## （二）重要会计估计变更

报告期内公司无重要会计估计变更。

## 七、税项

### （一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	6%、8%、10%
城市维护建设税	按实际缴纳流转税计征	7%
教育费附加	按实际缴纳流转税计征	3%
地方教育费附加	按实际缴纳流转税计征	2%
企业所得税	按应纳税所得额计征	注 1

注 1： 本公司及各主要子公司使用的所得税税率如下：

公司名称	2019 年	2018 年	2017 年
易点天下网络科技股份有限公司	15%	15%	25%
西安点告	15%	15%	15%
西安广知	15%	15%	15%
华艺世嘉	25%	25%	25%
星合之星	15%	25%	25%
香港 Click*	16.5%	16.5%	16.5%
Cloud Star*	16.5%	16.5%	16.5%
Click Tech 株式会社**	30.62%	29.74%	29.97%

注\*：香港 Click 及 Cloud Star 公司根据香港特别行政区相关规定执行 16.5% 利得税税率。

注\*\*：Click Tech 株式会社 2019 年根据日本相关规定执行 30.62%（2018 年：29.74%、2017 年：29.97%）企业所得税税率。

### （二）税收优惠

1、根据《财政部国家税务总局海关总署关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58 号）第二条，自 2011 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按 15% 的税率征收企业所得税。鼓励类产业企业是指以《西部地区鼓励类产业目录》中规定的产业项目为主营业务，且其主营业务收入占企业收入总额 70% 以上的企业。西安广知 2017 年

度、本公司及西安广知 2018 年度及 2019 年度符合优惠事项规定的条件减按 15% 税率征收企业所得税。

2、西安点告于 2017 年 12 月 4 日取得陕西省科学技术厅、陕西省财政厅、陕西省国家税务局和陕西省地方税务局颁发《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201761000870，有效期为 3 年。西安点告 2017 年度、2018 年度及 2019 年度企业所得税减按 15% 税率征收。

3、星合之星于 2019 年 10 月 15 日取得北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局颁发《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201911003264，有效期为 3 年。星合之星 2019 年度企业所得税减按 15% 税率征收。

4、根据《财政部国家税务总局关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》财税（2016）36 号附件 4 第一条第（三）款，向境外单位提供的完全在境外消费的研发服务适用增值税零税率。西安点告向境外公司提供信息技术外包服务适用增值税零税率。

5、根据 2018 年 6 月 15 日国家税务总局印发的《国家税务总局关于修改部分税收规范性文件的公告》（国家税务总局公告 2018 年第 31 号），明确境内单位向境外单位提供技术咨询服务、信息技术服务的跨境服务，免征增值税。本公司、西安广知及星合之星获得相关政府部门的审核批准，并于 2017 年度、2018 年度及 2019 年度适用上述跨境免征增值税的优惠政策。

## 八、分部信息

本公司只设有一个经营分部。主营业务分产品和分地区的情况列示如下：

### （一）主营业务分产品

公司主要业务为效果广告服务、头部媒体账户管理服务和品牌广告服务，具体情况如下

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比

效果广告服务	243,027.52	97.52%	191,759.66	96.93%	178,871.87	99.41%
头部媒体账户管理服务	2,260.90	0.91%	1,745.23	0.88%	1,053.03	0.59%
品牌广告服务	3,922.24	1.57%	4,336.92	2.19%	-	-
<b>合计</b>	<b>249,210.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>197,841.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,924.90</b>	<b>100.00%</b>

## （二）主营业务分地区

报告期内，公司主营业务收入按地区分类如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
欧洲	49,132.83	19.72%	30,699.79	15.52%	17,745.29	9.86%
亚洲	105,838.65	42.47%	73,200.32	37.00%	107,928.38	59.99%
北美洲	81,211.69	32.59%	86,389.26	43.67%	41,489.51	23.06%
南美洲	6,834.37	2.74%	2,374.40	1.20%	5,730.45	3.18%
其他	6,193.12	2.49%	5,178.04	2.62%	7,031.27	3.91%
<b>合计</b>	<b>249,210.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>197,841.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,924.90</b>	<b>100.00%</b>

注：1、以上地区按所投放的流量媒体所属地区确认。2、其他主要包括大洋洲、非洲等。

## 九、非经常性损益

根据中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益[2008]》的规定，非经常性损益是指与公司正常经营业务无直接关系，以及虽与正常经营业务相关，但由于其性质特殊和偶发性，影响报表使用人对公司经营业绩和盈利能力作出正确判断的各项交易和事项产生的损益。

报告期内，公司经发行人会计师核验的非经常性损益明细表如下：

单位：万元

	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置收益	4.54	124.41	-84.27
计入当期损益的政府补助	3,290.46	525.35	334.23
理财产品的收益	654.55	927.37	97.64
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.58	-2.33	-0.66

	2019 年度	2018 年度	2017 年度
小计	3,950.13	1,574.81	346.94
所得税影响额	-591.92	-207.23	-75.15
少数股东权益影响额（税后）	-	-	-
合计	3,358.22	1,367.58	271.79

## 十、主要财务指标

### （一）财务指标

主要财务指标	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动比率（倍）	2.40	2.94	2.58
速动比率（倍）	2.40	2.94	2.58
资产负债率（母公司）	2.44%	0.24%	1.96%
资产负债率（合并）	39.58%	32.64%	37.94%
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.23%	0.24%	0.19%
归属于母公司股东的每股净资产（元）	3.11	2.84	2.51
主要财务指标	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货周转率（次）	不适用	不适用	不适用
应收账款周转率（次）	3.02	3.30	3.19
息税折旧摊销前利润（万元）	29,051.91	23,667.04	35,153.26
归属于母公司股东的净利润（万元）	24,074.47	19,258.56	26,049.67
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	20,716.26	17,890.98	25,777.88
利息保障倍数（倍）	1,361.93	580.67	39.05
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.61	-0.09	0.95
每股净现金流量（元）	0.55	-0.10	-0.83

注：上述财务指标的具体计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债；
- 2、速动比率=速动资产/流动负债；
- 3、资产负债率=总负债/总资产；
- 4、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额；
- 5、存货周转率=营业成本/存货平均净值；
- 6、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+长期待摊费用摊销+无形资产摊销；
- 7、利息保障倍数=(税前利润+利息支出)/利息支出；
- 8、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额；
- 9、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加/(减少)额/期末股本总额；
- 10、归属于公司普通股股东的每股净资产=期末净资产/期末股本总额；

11、无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例=无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）/期末净资产。

## （二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）有关规定，公司加权净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润	期间	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2019年度	19.17%	0.61	0.61
	2018年度	17.97%	0.49	0.49
	2017年度	24.29%	0.66	0.66
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2019年度	16.50%	0.52	0.52
	2018年度	16.69%	0.45	0.45
	2017年度	24.04%	0.65	0.65

注：净资产收益和每股收益计算方法如下：

### 1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=P0/S

$$S=E0+NP\div 2+Ei\times Mi\div M0-Ej\times Mj\div M0\pm Ek\times Mk\div M0$$

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 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；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 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；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

### 2、基本每股收益

基本每股收益=P0/S

$$S=S0+S1+Si\times Mi\div M0-Sj\times Mj\div M0-Sk$$

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

### 3、稀释每股收益

稀释每股收益=P1/（S0+S1+Si×Mi÷M0-Sj×Mj÷M0-Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

## 十一、期后事项、承诺及或有事项及其他重要事项

### （一）资产负债表日后事项

新型冠状病毒感染的肺炎疫情于 2020 年 1 月在全国爆发以来，对肺炎疫情的防控工作正在全国范围内持续进行。本公司将继续密切关注肺炎疫情发展情况，评估和积极应对其对本公司财务状况、经营成果等方面的影响。截至本招股说明书出具日，未出现肺炎疫情对公司产生重大不利影响的情况，此外本公司亦无其他重大资产负债表日后事项。

### （二）承诺及或有事项

#### 1、经营租赁承担

根据不可撤销的有关房屋经营租赁协议，本公司于报告期内各年末以后应支付的最低租赁付款额如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
1 年以内（含 1 年）	857.04	922.27	659.20
1 年以上 2 年以内（含 2 年）	680.44	400.96	505.10
2 年以上 3 年以内（含 3 年）	680.44	-	126.44
3 年以上	275.90	-	-
合计	2,493.83	1,323.22	1,290.75

### （三）其他重要事项

截至本招股说明书披露日，公司不存在应披露的其他重要事项。

## 十二、财务状况分析

公司主要从事营销推广服务，在进行财务状况及盈利能力分析时，结合行业相关性、业务结构相似性等标准，分别选取蓝色光标（300058.SZ）和汇量科技（1860.HK）作为可比公司。

蓝色光标是一家在中国大陆为企业品牌管理服务的企业，主要提供品牌传播、产品推广、危机管理、活动管理、数字媒体营销、企业社会责任等一体化

的链条式服务。

汇量科技为全球的移动应用开发者提供移动广告及移动分析服务。2018 年移动广告收入占比 99.99%。

上述两家公司均为从事互联网营销服务的公司，盈利模式较为相似，故选定为可比公司，但两家公司在具体业务内容、结构，以及收入和资产规模上与公司均存在一定差异，故可能导致部分财务指标存在较大差异。

## （一）资产结构及变动分析

截至 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 12 月 31 日，公司资产结构如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
<b>流动资产</b>						
货币资金	78,143.24	38.24%	56,320.37	33.68%	60,164.36	37.45%
应收账款	91,800.34	44.92%	66,963.78	40.04%	49,212.72	30.63%
预付款项	1,597.46	0.78%	5,752.10	3.44%	1,985.33	1.24%
其他应收款	19,451.99	9.52%	14,720.85	8.80%	19,610.92	12.21%
其他流动资产	1,655.11	0.81%	15,554.78	9.30%	23,529.24	14.64%
<b>流动资产合计</b>	<b>192,648.14</b>	<b>94.27%</b>	<b>159,311.87</b>	<b>95.26%</b>	<b>154,502.57</b>	<b>96.16%</b>
<b>非流动资产</b>						
可供出售金融资产	-	-	416.27	0.25%	528.53	0.33%
其他权益工具投资	486.17	0.24%	-	-	-	-
长期股权投资	7,116.27	3.48%	3,753.92	2.24%	3,097.03	1.93%
固定资产	633.19	0.31%	813.76	0.49%	622.91	0.39%
无形资产	284.86	0.14%	275.57	0.16%	192.16	0.12%
长期待摊费用	554.55	0.27%	742.17	0.44%	566.29	0.35%
递延所得税资产	981.34	0.48%	850.41	0.51%	691.99	0.43%
其他非流动资产	1,652.72	0.81%	1,080.10	0.65%	466.06	0.29%
<b>非流动资产合计</b>	<b>11,709.09</b>	<b>5.73%</b>	<b>7,932.20</b>	<b>4.74%</b>	<b>6,164.97</b>	<b>3.84%</b>
<b>资产总计</b>	<b>204,357.23</b>	<b>100.00%</b>	<b>167,244.08</b>	<b>100.00%</b>	<b>160,667.53</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，随着公司业务规模不断扩张，公司资产规模也随之不断增长，从2017年末的160,667.53万元增长至2019年末的204,357.23万元，主要原因为公司经营情况良好，各期盈利留存部分的持续投入导致资产规模稳步增加。

公司资产主要由流动资产构成，报告期内，流动资产占总资产比例分别为96.16%、95.26%和94.27%。公司流动资产主要为货币资金和应收账款，非流动资产主要为长期股权投资等。

## 1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
库存现金	0.03	24.24	4.83
银行存款	78,143.21	56,296.13	60,159.52
<b>合计</b>	<b>78,143.24</b>	<b>56,320.37</b>	<b>60,164.36</b>
其中：存放在境外的款项总额	49,100.08	11,546.52	27,348.19

2017年末、2018年末和2019年末，公司的货币资金余额分别为60,164.36万元、56,320.37万元和78,143.24万元，公司货币资金以银行存款为主。2019年末公司货币资金增加，主要由于公司经营活动产生现金增加导致。

## 2、应收账款

### （1）应收账款增长变动分析

报告期各期末，公司应收账款及其变动情况如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日/ 2019年度	2018年12月31日/ 2018年度	2017年12月31日/ 2017年度
应收账款余额	95,573.82	69,488.41	50,446.48
较上期末增长率	37.54%	37.75%	-19.27%
营业收入	249,312.26	197,862.39	179,924.90
占营业收入比例	38.33%	35.12%	28.04%

随着业务整体快速发展，公司各期末应收账款基本保持平稳，占营业收入比例分别为28.04%、35.12%和38.33%，逐年上升主要由于2019年末部分客户应

收账款增加较大，如（1）应收第一大阿里巴巴中，主要的交易主体 Alibaba.com Singapore E-Commerce Private Limited 账期为开票后 60 天，公司对其 2019 年余额为 18,829.06 万元，但该客户为公司 2019 年 6 月新发展的客户，交易金额仅为 7 个月的收入，所以应收账款余额占当年收入比例较大；（2）应收第四大 Candymobi Information Technology Co., Limited 2019 年末应收账款余额为 6,413.70 万元，2019 年交易额为 9,568.41 万元，应收账款余额占当年收入比例 67.03%，占比较高主要由于公司与该公司的交易主要集中在四季度，第四季度收入为 6,143.62 万元，占全年收入比例 64.21%，该公司信用期为 90 天，所以 2019 年末余额占全年收入比例较高。

公司的客户主要为电商类、应用类、娱乐类等互联网公司，公司与客户合作较好，客户还款能力较有保证。整体应收账款周转速度在 3 次/年左右，各年年末账龄在 1 年以内的款项在 90%以上，随着业务规模的扩大，公司营业收入不断增长，应收账款规模也有所增长。

## （2）应收账款账龄情况分析

报告期内公司的应收账款账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一年以内	87,124.86	91.16%	63,474.55	91.35%	47,394.77	93.95%
一到二年	6,178.27	6.46%	4,508.10	6.49%	2,991.94	5.93%
二到三年	2,255.25	2.36%	1,504.69	2.17%	53.07	0.11%
三年以上	15.45	0.02%	1.07	0.00%	6.70	0.01%
合计	<b>95,573.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>69,488.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>50,446.48</b>	<b>100.00%</b>

随着业务规模的扩大，公司应收账款增长明显，90%以上均为 1 年以内款项。

## （3）应收账款计提坏账准备分析

报告期各期末公司应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

2019 年 12 月 31 日	账面余额		坏账准备	
	金额	占比	金额	计提比例
按单项计提坏账准备	686.88	1%	686.88	100%

<b>按组合计提坏账准备</b>				
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	94,886.94	99%	3,086.61	3%
<b>合计</b>	<b>95,573.82</b>	<b>100%</b>	<b>3,773.49</b>	<b>4%</b>
<b>2018年12月31日</b>	<b>账面余额</b>		<b>坏账准备</b>	
	<b>金额</b>	<b>占比</b>	<b>金额</b>	<b>计提比例</b>
单项金额重大并单独计提坏账准备	-	-	-	-
<b>按组合计提坏账准备</b>				
账龄组合	68,931.48	99%	1,967.70	3%
单项金额虽不重大但单独计提坏账准备	556.93	1%	556.93	100%
<b>合计</b>	<b>69,488.41</b>	<b>100%</b>	<b>2,524.63</b>	<b>4%</b>
<b>2017年12月31日</b>	<b>账面余额</b>		<b>坏账准备</b>	
	<b>金额</b>	<b>占比</b>	<b>金额</b>	<b>计提比例</b>
单项金额重大并单独计提坏账准备	-	-	-	-
<b>按组合计提坏账准备</b>				
账龄组合	50,446.48	100%	1,233.76	2%
单项金额虽不重大但单独计提坏账准备	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>50,446.48</b>	<b>100%</b>	<b>1,233.76</b>	<b>2%</b>

## (4) 主要应收账款情况

报告期内各期末，公司应收账款前五名情况如下表：

单位：万元

<b>2019年12月31日</b>					
序号	单位名称	金额	账龄	占比	是否关联方
1	Alibaba Group	19,101.89	1年以内	19.99%	否
2	Parbat Hong Kong Limited	8,270.14	1年以内	8.65%	否
3	ChicV International Holding Limited	6,684.58	1年以内	6.99%	否
4	Candymobi Information Technology Co., Limited	6,413.70	1年以内	6.71%	否
5	Zenith (Hong Kong) Media Group Limited	4,145.48	1年以内及1至2年	4.34%	否
	<b>合计</b>	<b>44,615.80</b>		<b>46.68%</b>	
<b>2018年12月31日</b>					
序号	单位名称	金额	账龄	占比	是否关联方
1	ChicV International Holding Limited	7,522.55	1年以内	10.83%	否

2	Parbat Hong Kong Limited	5,958.19	1 年以内	8.57%	否
3	郑州易赛诺信息技术有限公司	4,339.20	1 年以内	6.24%	否
4	Zenith (Hong Kong) Media Group Limited	3,857.41	1 年以内	5.55%	否
5	Zoetop Business Co., Limited	3,059.31	1 年以内	4.40%	否
	合计	<b>24,736.66</b>	□	<b>35.59%</b>	
<b>2017 年 12 月 31 日</b>					
序号	单位名称	金额	账龄	占比	是否关联方
1	ChicV International Holding Limited	8,523.24	1 年以内及 1 至 2 年	16.90%	否
2	Bytedance	3,086.18	1 年以内	6.12%	否
3	Everyo Click Limited	2,566.74	1 年以内	5.09%	否
4	NIP (Hong Kong) Limited	2,478.64	1 年以内及 1 至 2 年	4.91%	否
5	Ryuk 株式会社	2,031.59	1 年以内	4.03%	否
	合计	<b>18,686.39</b>		<b>37.05%</b>	

注：已对同一控制下主体的应收账款金额合并披露。

报告期各期末，公司账龄 1 年以内应收账款余额占比均在 90%以上，资产质量良好。

### 3、预付款项

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司的预付款项分别为 1,985.33 万元、5,752.10 万元和 1,597.46 万元，主要为预付流量采购款。公司预付款产生的原因主要为公司为获取部分优质流量资源，以预付的形式开展合作。

### 4、其他应收款

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司的其他应收款分别为 19,610.92 万元、14,720.85 万元和 19,451.99 万元，占总资产比重分别为 12.21%、8.80%和 9.52%。报告期各期末，其他应收款明细如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收利息	-	95.43	-
其他	19,451.99	14,625.41	19,610.92
合计	<b>19,451.99</b>	<b>14,720.85</b>	<b>19,610.92</b>

2018 年末应收利息余额主要为应收定期存款利息 90.16 万元和七天通知存款

利息 5.27 万元。

报告期各期末，其他应收款中其他款项按关联方分类明细如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收关联方	424.89	5,777.50	5,775.75
应收第三方	19,190.71	9,012.01	14,117.27
<b>小计</b>	<b>19,615.60</b>	<b>14,789.51</b>	<b>19,893.02</b>
减：坏账准备	163.61	164.10	282.10
<b>合计</b>	<b>19,451.99</b>	<b>14,625.41</b>	<b>19,610.92</b>

2017 年和 2018 年末，应收关联方款项主要为应收吉宏股份头部媒体账户管理服务（广告销售代理服务）所产生的款项。

报告期各期末，其他应收款中其他款项按性质分类明细如下：

单位：万元

款项性质	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应收广告销售代理业务代收款	18,984.77	12,436.17	17,955.82
Paypal 余额	36.65	1,557.48	1,233.86
股权转让款	-	570.28	217.69
押金及保证金	455.07	-	-
备用金	6.46	136.74	86.18
其他	132.64	88.83	399.47
<b>小计</b>	<b>19,615.60</b>	<b>14,789.51</b>	<b>19,893.02</b>
减：坏账准备	163.61	164.10	282.10
<b>合计</b>	<b>19,451.99</b>	<b>14,625.41</b>	<b>19,610.92</b>

应收广告销售代理业务代收款产生的原因为：头部媒体账户管理服务业务中，由于易点天下的收入为代理佣金收入，收益来源为平台返点，该业务中的应向广告主所收取的款项来源于代其向头部媒体平台支付的广告投放成本费用，而非由易点天下自身运营所产生的应收款项，考虑其性质为代收款项，计入其他应收款核算，具体业务模式可参见本招股书“第六节 业务和技术”之（四）主要经营模式”。

Paypal 余额款项主要为公司通过第三方支付平台 Paypal 与供应商结算时，公司在 Paypal 账户中余额。

2019 年末押金及保证金主要为公司在日本的房租押金 360.50 万元，将于 1 年内到期。

2018 年末应收股权转让款余额为应收处置上海创奖慧信息科技有限公司股权款项及应收处置 Finnov Private Limited 股权款项。

2017 年 12 月 31 日应收股权转让款余额为应收处置子公司 One Click 股权款项及应收处置星合之星股权款项。

报告期各期末，其他应收款账龄分析如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
1 年以内（含 1 年）	18,928.39	14,552.02	19,703.99
1 年至 2 年（含 2 年）	687.21	237.50	189.02
小计	<b>19,615.60</b>	<b>14,789.51</b>	<b>19,893.02</b>
减：坏账准备	163.61	164.10	282.10
合计	<b>19,451.99</b>	<b>14,625.41</b>	<b>19,610.92</b>

公司其他应收款账龄主要在 1 年以内。

其他应收款按坏账准备计提方法分类情况如下：

单位：万元

□类别	2019 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	比例	
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备					
-组合 2 第三方支付平台 Paypal 未提现余额	36.65	0.19%	-	-□	36.65
-组合 4 应收广告销售代理业务代收款	18,984.77	96.78%	121.81	0.64%	18,862.95
-组合 5 其他	594.18	3.03%	41.80	7.03%	552.38
合计	<b>19,615.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>163.61</b>	<b>0.83%</b>	<b>19,451.99</b>
□类别	2018 年 12 月 31 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	比例	
单项金额重大并单独计提了坏账准备的应收账款	-□	-□	-□	-□	-□

按组合计提坏账准备*					
-组合2 第三方支付平台 Paypal 未提现余额	1,557.48	10.53%	-	-□	1,557.48
-组合4 应收广告销售代理业务代收款	12,436.17	84.09%	154.69	1.24%	12,281.48
-组合5 其他	795.85	5.38%	9.41	1.18%	786.45
单项金额不重大并单独计提了坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>14,789.51</b>	<b>100.00%</b>	<b>164.10</b>	<b>1.11%</b>	<b>14,625.41</b>
<b>2017年12月31日</b>					
□类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	比例	
单项金额重大并单独计提了坏账准备的应收账款	-□	-□	-□	-□	-□
按组合计提坏账准备*					
-组合2 第三方支付平台 Paypal 未提现余额	1,233.86	6.20%	-	-	1,233.86
-组合4 应收广告销售代理业务代收款	17,955.82	90.26%	275.07	1.53%	17,680.75
-组合5 其他组合	703.34	3.54%	7.03	1.00%	696.31
单项金额不重大并单独计提了坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>19,893.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>282.10</b>	<b>1.42%</b>	<b>19,610.92</b>

截至报告期各期末，其他应收款余额前五名情况如下：

单位：万元

2019年12月31日				
序号	单位名称	金额	账龄	占比
1	坚果动力在线娱乐有限公司	1,892.24	1年以内	9.65%
2	Joyo Technology Pte. Ltd.	1,321.62	1年以内	6.74%
3	PT. Uangme Fintek Indonesia	1,152.45	1年以内	5.88%
4	吉宏股份	1,094.71	1年以内	5.58%
5	Buguniao Technology (HK) Co., Limited	776.37	1年以内	3.96%
	<b>合计</b>	<b>6,237.39</b>		<b>31.81%</b>
2018年12月31日				
序号	单位名称	金额	账龄	占比
1	吉宏股份	5,777.50	1年以内	39.06%

2	Paypal	1,557.48	1 年以内	10.53%
3	Clicksmobi Media Limited	1,100.48	1 年以内	7.44%
4	Mena Mobile Limited	989.71	1 年以内	6.69%
5	Modicon Limited	636.43	1 年以内	4.30%
	合计	10,061.60	□	68.02%
<b>2017 年 12 月 31 日</b>				
序号	单位名称	金额	账龄	占比
1	吉宏股份	5,768.64	1 年以内	29.00%
2	郑州易赛诺信息技术有限公司	3,073.68	1 年以内	15.45%
3	Parbat Hongkong Limited	2,150.24	1 年以内	10.81%
4	Paypal	1,233.86	1 年以内	6.20%
5	西安竹乐网络科技有限公司	1,188.36	1 年以内	5.97%
	合计	13,414.79	□	67.43%

截至 2019 年末，公司其他应收款前五大款项均为应收头部媒体账户管理服务业务代收款。

## 5、其他流动资产

2017 年末、2018 年末和 2019 年末，公司的其他流动资产分别为 23,529.24 万元、15,554.78 万元和 1,655.11 万元，占总资产比例分别为 14.64%、9.30%和 0.81%。

报告期各期末，公司其他流动资产具体情况如下所示：

单位：万元

公司名称	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
理财产品	-	14,039.61	22,091.55
预缴企业所得税	479.31	604.46	834.76
预缴其他税费	731.17	910.71	602.93
待返还进项税	444.63	-	-
合计	1,655.11	15,554.78	23,529.24

2017 年末和 2018 年末，公司其他流动资产主要为购买的理财产品余额，公司购买的理财产品主要为结构性存款。2019 年末，公司其他流动资产主要为预缴企业所得税、预缴其他税费和待返还进项税，其中待返还进项税为子公司西安点告的待退税金额。

## 6、可供出售金融资产和其他权益工具投资

2017年末和2018年末，公司可供出售金融资产具体情况如下所示：

单位：万元

项目□	2018年12月31日		
	账面余额	减值准备	账面价值
可供出售权益工具		□	□
- 按公允价值计量的	416.27	-	416.27
- 按成本计量的	-	-	-
<b>合计</b>	<b>416.27</b>	<b>-</b>	<b>416.27</b>
项目□	2017年12月31日		
	账面余额	减值准备	账面价值
可供出售权益工具		□	□
- 按公允价值计量的	223.60	-	223.60
- 按成本计量的	304.93	-	304.93
<b>合计</b>	<b>528.53</b>	<b>-</b>	<b>528.53</b>

### (1) 按公允价值计量的可供出售金融资产

单位：万元

□项目	2018年12月31日	2017年12月31日
权益工具的成本	334.23	168.80
公允价值	416.27	223.60
累计计入其他综合收益的公允价值变动金额	82.04	54.81

截至2017年12月31日和2018年12月31日，按公允价值计量的可供出售金融资产为公司持有的01VC Poseidon Fund基金的3.7%份额。根据投资经营协议，公司无实际参与01VC Poseidon Fund基金的经营和财务决策，不具有重大影响，故将其作为可供出售金融资产核算。

于2019年1月1日，根据新金融工具准则，公司选择将该权益投资指定为以公允价值计量且变动计入其他综合收益的金融资产，列示为其他权益工具投资。

截至2019年12月31日，其他权益工具投资为486.17万元，全部为公司持有的01VC Poseidon Fund基金的份额，其中权益工具成本为334.23万元，计入其他综合收益的累计利得151.94万元。

## (2) 按成本计量的可供出售金融资产

2017年末及2018年末,公司按成本计量的可供出售金融资产具体情况如下:

单位:万元

□被投资单位	2018年增减变动金额					在被投资单位持股比例(%)
	年初余额	追加投资	减少投资	其他综合收益	年末余额	
Finnov Private Limited	304.93	-	-308.81	3.88	-	-

单位:万元

被投资单位	2017年增减变动金额					在被投资单位持股比例(%)
	年初余额	追加投资	减少投资	其他综合收益	年末余额	
Finnov Private Limited	323.73	-	-	-18.80	304.93	7.44
Lotus.F 株式会社	411.64	-	-400.65	-10.99	-	-
合计	735.37	-	-400.65	-29.79	304.93	

公司以成本计量的可供出售金融资产主要为持有的非上市股权投资,这些投资没有活跃市场报价,其公允价值合理估计数的变动区间较大,且各种用于确定公允价值估计数的概率不能合理地确定,因此其公允价值不能可靠的计量。

由于香港 Click 持有 FINNOV 股权低于 20%,且无重大影响。因此本公司将该项投资分类为可供出售金融资产。2018年4月11日本公司将该投资以 46.67 万美元价格转让给第三方 Cyber Carrier Capital Limited。

One Click 持有 Lotus.F 72%的股权,但未对其实施控制。该项投资为非上市股权投资,没有活跃市场报价,且公司投资时该公司尚处于初创阶段。因此其公允价值不能可靠的计量,以成本计量该项可供出售金融资产。2017年6月,本公司处置 One Click 后不再持有 Lotus.F 股权。

## 7、长期股权投资

报告期各期末,公司长期股权投资情况如下所示:

单位:万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
对联营企业的投资	7,639.09	4,319.65	3,635.64
减:减值准备	-522.82	-565.74	-538.62

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
合计	7,116.27	3,753.92	3,097.03

报告期各期末，公司的长期股权投资均系对联营企业的投资，采用权益法核算。

2019年末，公司长期股权投资具体情况如下：

单位：万元

被投资单位	年初余额	本年增减变动金额						年末余额	减值准备年末余额
		追加投资	减少投资	权益法下确认的投资收益	其他综合收益	其他权益变动	计提减值准备		
APP CM	-	-	-	-	-	-	-	-	522.82
安奇智联	2,750.61	-	-2,750.61	-	-	-	-	-	-
Xender	-	2,750.61	-	-287.82	97.74	222.44	-	2,782.97	-
Wolves	1,003.31	-	-	-407.69	11.93	-	-	607.54	-
Capfront Technologies Private Limited	-	861.15	-	147.72	15.36	339.24	-	1,363.46	-
科思通	-	200.00	-200.00	-	-	-	-	-	-
Bidease	-	2,759.40	-	-423.42	26.31	-	-	2,362.29	-
合计	3,753.92	6,571.16	-2,950.61	-971.21	151.34	561.68	-	7,116.27	522.82

2018年末，公司长期股权投资具体情况如下：

单位：万元

被投资单位	年初余额	本年增减变动金额						年末余额	减值准备年末余额
		追加投资	减少投资	权益法下确认的投资收益	其他综合收益	其他权益变动	计提减值准备		
APP CM	-	-	-	-	-	-	-	-	514.35
上海创奖慧信息科技有限公司	118.55	-	-87.89	-30.65	-	-	-	-	-
安奇智联	2,978.48	-	-	-227.87	-	-	-	2,750.61	-
Smart Gain Tech Limited	-	-	-	-	-	-	-	-	51.39
Wolves	-	992.61	-	-25.24	35.93	-	-	1,003.31	-
合计	3,097.03	992.61	-87.89	-283.76	35.93	-	-	3,753.92	565.74

2017年末，公司长期股权投资具体情况如下：

单位：万元

被投资单位	年初余额	本年增减变动金额						年末余额	减值准备年末余额
		追加投资	减少投资	权益法下确认的投资收益	其他综合收益	其他权益变动	计提减值准备		
APP CM	558.90	-	-	-37.97	-14.92	-	-506.00	-	489.69
上海创奖慧信息科技有限公司	187.74	-	-	-69.19	-	-	-	118.55	-
安奇智联	1,792.17	1,000.00	-	35.74	-	150.57	-	2,978.48	-
Smart Gain Tech Limited	-	50.64	-	-0.09	-	-	-50.55	-	48.92
<b>合计</b>	<b>2,538.80</b>	<b>1,050.64</b>	<b>-</b>	<b>-71.51</b>	<b>-14.92</b>	<b>150.57</b>	<b>-556.55</b>	<b>3,097.03</b>	<b>538.62</b>

2016年2月，香港 Click 以 90.00 万美元（折合人民币 597.81 万元）对 APP-CM 株式会社（简称“APP CM”）进行增资，增资完成后持股比例为 24.73%。本公司向 APP CM 派出一名董事，可对其可实施重大影响，因此以权益法进行后续计量。截至 2017 年 12 月 31 日，APP CM 持续亏损且无改善迹象，公司对其全额计提减值准备。

2016 年 9 月，西安点告以人民币 1,820.00 万元向第三方西安龙颖网络科技有限公司收购安奇智联 15% 股权。2017 年 3 月 17 日，西安点告向安奇智联注资人民币 1,000.00 万元，并获得其 1.89% 股权。本公司向安奇智联派出一名董事，可对其实施重大影响，因此以权益法进行后续计量。2017 年 9 月，安奇智联进行新一轮融资后，西安点告持股比例由 16.89% 被稀释至 16.39%。

2018 年 9 月，安奇智联的公司架构发生变化，Xender Technologies Limited（简称“Xender”）成为安奇智联的控股公司，按约定安奇智联原股东所持有的安奇智联的股权将按比例转换为对 Xender 的股权。2019 年 2 月，西安点告退出对安奇智联的持股，由本公司另一子公司香港 Click 以人民币 2,820.00 万元等额美元获得 Xender 16.39% 的股权，交易完成后，本公司对安奇智联合计持股比例仍为 16.39%。2019 年 3 月，Xender 进行新一轮融资后，香港 Click 持股比例被稀释至 16.06%。

2018 年 10 月，香港 Click 以 150.00 万美元（折合人民币 992.61 万元）对 Wolves Fight Co., Limited（简称“Wolves”）进行增资，增资完成后持股比例为 20%。公司向 Wolves 派出一名董事，可对其实施重大影响，因此以权益法进行

后续计量。

2019年1月，香港 Click 以 1,248,314.46 美元（折合人民币 8,611,497.30 元）对 Capfront Technologies Private Limited（以下简称“Capfront”）进行增资，增资完成后持股比例为 22.63%。本公司可对其实施重大影响，因此以权益法进行后续计量。

2019年2月，西安点告以人民币 200.00 万元对深圳科思通信息科技有限公司（简称“科思通”）进行增资。2019年9月，由于其业务发展未达预期，西安点告将其持有的科思通全部股权转让给原股东。

2019年5月，香港 Click 以美元 400 万（折合人民币 2,759.40 万元）对 Bidease Group Inc.（简称“Bidease”）进行增资，增资完成后持股比例为 37.43%。本公司向 Bidease 派出一名董事，可对其实施重大影响，以权益法进行后续计量。

2016年4月，西安点告向上海隆慧投资管理有限公司及新获（厦门）投资有限公司收购上海创奖慧信息科技有限公司（以下简称“上海创奖慧”）25%股权，公司以权益法进行后续计量。由于其发展未达预期，2018年8月，西安点告将其持有的上海创奖慧全部股权以人民币 250.00 万元转让给原股东。

2016年7月，香港 Click 与 Eternal Galaxy Limited 注册成立了 Smart Gain Tech Limited（简称“启骏科技”），持股比例为 60%。后续由于公司战略调整后续分别于 2017 年和 2019 年将持有的 35%和 25%的股权转予 Eternal Galaxy Limited。

## 8、固定资产

2017年12月31日、2018年12月31日和2019年12月31日公司固定资产金额分别为 622.91 万元、813.76 万元和 633.19 万元，占总资产比例分别为 0.39%、0.49%和 0.31%。报告期内，公司的固定资产主要为运输设备和办公设备等，具体构成情况如下所示：

单位：万元

2019年12月31日			
项目	原值	账面价值	账面价值占比
办公设备	1,086.61	606.11	55.78%

运输设备	38.22	27.08	70.85%
<b>合计</b>	<b>1,124.83</b>	<b>633.19</b>	<b>56.29%</b>
<b>2018年12月31日</b>			
<b>项目</b>	<b>原值</b>	<b>账面价值</b>	<b>账面价值占比</b>
办公设备	1,059.83	779.42	73.54%
运输设备	38.22	34.34	89.85%
<b>合计</b>	<b>1,098.05</b>	<b>813.76</b>	<b>74.11%</b>
<b>2017年12月31日</b>			
<b>项目</b>	<b>原值</b>	<b>账面价值</b>	<b>账面价值占比</b>
办公设备	721.80	605.97	83.95%
运输设备	17.50	16.95	96.86%
<b>合计</b>	<b>739.30</b>	<b>622.91</b>	<b>84.26%</b>

报告期内，公司一直采取轻资产运营模式，资产结构中以流动资产为主，公司账面固定资产主要为办公设备，账面净值较小。

报告期内，公司固定资产使用状态良好，不存在长期闲置情况，不存在因损毁、长期闲置等原因导致可收回金额低于账面价值的情形。

报告期内，公司固定资产不存在抵押、担保等受限情况。

## 9、无形资产

报告期各期末，公司无形资产构成情况如下所示：

单位：万元

<b>2019年12月31日</b>			
<b>项目</b>	<b>原值</b>	<b>账面价值</b>	<b>账面价值占比</b>
办公软件	471.05	284.86	60.47%
<b>合计</b>	<b>471.05</b>	<b>284.86</b>	<b>60.47%</b>
<b>2018年12月31日</b>			
<b>项目</b>	<b>原值</b>	<b>账面价值</b>	<b>账面价值占比</b>
办公软件	380.33	275.57	72.45%
<b>合计</b>	<b>380.33</b>	<b>275.57</b>	<b>72.45%</b>
<b>2017年12月31日</b>			
<b>项目</b>	<b>原值</b>	<b>账面价值</b>	<b>账面价值占比</b>
办公软件	201.88	170.46	84.44%

软件著作权	26.81	21.70	80.95%
合计	228.69	192.16	84.03%

公司无形资产主要是著作权和办公软件。报告期内公司无形资产规模保持稳定。

### 10、长期待摊费用

2017年12月31日、2018年12月31日和2019年12月31日公司长期待摊费用金额分别为566.29万元、742.17万元和554.55万元，占总资产比例分别为0.35%、0.44%和0.27%。报告期内公司长期待摊费用全部为经营租入固定资产改良支出。

### 11、递延所得税资产

2017年末、2018年末和2019年末，公司递延所得税资产分别为691.99万元、850.41万元和981.34万元，占总资产比例分别为0.43%、0.51%和0.48%。

报告期各期末，递延所得税资产和递延所得税负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	可抵扣或应纳税暂时性差异（应纳税暂时性差异以“-”号填列）	递延所得税资产/负债（负债以“-”号填列）	可抵扣或应纳税暂时性差异（应纳税暂时性差异以“-”号填列）	递延所得税资产/负债（负债以“-”号填列）	可抵扣或应纳税暂时性差异（应纳税暂时性差异以“-”号填列）	递延所得税资产/负债（负债以“-”号填列）
<b>递延所得税资产：</b>						
资产减值准备	4,297.65	697.71	2,978.26	487.90	2,011.82	331.84
可抵扣亏损	1,727.26	287.62	1,448.64	362.16	1,481.31	370.33
无形资产摊销	93.10	13.96	52.04	7.81	15.71	2.36
递延收益	31.44	4.72	70.32	10.55	16.92	4.23
<b>小计</b>	<b>6,149.45</b>	<b>1,004.00</b>	<b>4,549.26</b>	<b>868.42</b>	<b>3,525.76</b>	<b>708.76</b>
互抵金额	-	22.66	-	18.00	-	16.77
互抵后的金额	-	981.34	-	850.41	-	691.99
<b>递延所得税负债：</b>						
海外子公司利润	6,021.51	612.99	3,915.38	398.59	2,436.88	248.07

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	可抵扣或应纳税暂时性差异（应纳税暂时性差异以“-”号填列）	递延所得税资产/负债（负债以“-”号填列）	可抵扣或应纳税暂时性差异（应纳税暂时性差异以“-”号填列）	递延所得税资产/负债（负债以“-”号填列）	可抵扣或应纳税暂时性差异（应纳税暂时性差异以“-”号填列）	递延所得税资产/负债（负债以“-”号填列）
其他权益工具投资	137.36	22.66	-	-	-	-
可供出售金融资产公允价值变动	-	-	112.72	18.00	94.31	16.77
<b>小计</b>	<b>6,158.87</b>	<b>635.65</b>	<b>4,028.10</b>	<b>416.59</b>	<b>2,531.19</b>	<b>264.85</b>
互抵金额	-	22.66	-	18.00	-	16.77
互抵后的金额	-	612.99	-	398.59	-	248.07

资产减值准备可抵扣暂时性差异系计提应收账款、其他应收款坏账准备和长期股权投资减值所产生。

可抵扣亏损暂时性差异系华艺世嘉、星合之星等公司亏损所产生的，公司预计可在未来年度扣除。

无形资产摊销可抵扣暂时性差异系公司无形资产摊销年限与税法摊销年限差异产生。账面上，无形资产-办公软件按5年进行摊销，与税法规定的10年摊销年限存在差异。

递延收益可抵扣暂时性差异系公司获得的政府补助所产生。

海外子公司利润应纳税暂时性差异系子公司香港 Click 和 Cloud Star 的净利润所产生。

## 12、其他非流动资产

报告期内，公司其他非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
押金及保证金	508.94	994.70	406.11
待抵扣增值税	85.28	127.10	69.73
其他	1,086.71	-	21.55
<b>小计</b>	<b>1,680.93</b>	<b>1,121.81</b>	<b>497.39</b>

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
减：减值准备	28.21	41.71	31.34
合计	<b>1,652.72</b>	<b>1,080.10</b>	<b>466.06</b>

公司其他非流动资产主要由押金及保证金、待抵扣增值税等组成。2018年末，押金及保证金增加主要由于日本子公司新增房租押金 348.10 万元所致。其他非流动资产减值准备主要为押金及保证金减值准备。

## （二）负债结构及变动分析

报告期各期末，公司负债结构及变动情况如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
<b>流动负债</b>						
短期借款	-	-	100.00	0.18%	115.80	0.19%
应付账款	40,463.99	50.02%	32,144.28	58.88%	27,835.37	45.67%
预收款项	1,840.26	2.27%	1,608.42	2.95%	1,416.16	2.32%
应付职工薪酬	1,600.05	1.98%	1,037.38	1.90%	4,219.91	6.92%
应交税费	9,500.42	11.74%	4,891.52	8.96%	6,741.32	11.06%
其他应付款	26,841.44	33.18%	14,340.27	26.27%	19,539.04	32.06%
<b>流动负债合计</b>	<b>80,246.16</b>	<b>99.20%</b>	<b>54,121.88</b>	<b>99.14%</b>	<b>59,867.60</b>	<b>98.22%</b>
<b>非流动负债</b>						
长期借款	-	0.00%	-	0.00%	821.20	1.35%
递延收益	31.44	0.04%	70.32	0.13%	16.92	0.03%
递延所得税负债	612.99	0.76%	398.59	0.73%	248.07	0.41%
<b>非流动负债合计</b>	<b>644.43</b>	<b>0.80%</b>	<b>468.91</b>	<b>0.86%</b>	<b>1,086.19</b>	<b>1.78%</b>
<b>负债合计</b>	<b>80,890.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>54,590.79</b>	<b>100.00%</b>	<b>60,953.79</b>	<b>100.00%</b>

2017年末、2018年末及2019年末，公司负债总额分别为60,953.79万元、54,590.79万元和80,890.60万元。其中公司流动负债主要由应付账款、应交税费等构成。公司非流动负债规模相对较小，主要是递延所得税负债和递延收益等。

### 1、短期借款

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
----	-------------	-------------	-------------

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
保证借款	-	100.00	115.80
合计	-	100.00	115.80

公司短期借款主要用于补充流动资金。

2017年12月31日，公司借款为子公司日本 Click 发生的借款，该借款已于2018年偿还。

2018年12月31日，公司借款为子公司西安点告发生的借款，该借款已于2019年偿还。

## 2、应付账款

报告期各期末，公司应付账款情况如下：

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流量采购款	40,463.99	32,144.28	27,835.37
合计	40,463.99	32,144.28	27,835.37

公司应付流量采购款主要为应付头部流量媒体的采购款项。报告期各期末，公司无账龄超过1年的重要应付账款。

## 3、预收款项

2017年末、2018年末和2019年末，公司预收款项分别为1,416.16万元、1,608.42万元和1,840.26万元，均为预收广告推广服务款项，报告期内各期末的预收款项占总负债的比例在2%左右，占比较小。

报告期各期末，公司无账龄超过1年的重要预收款项。

## 4、应付职工薪酬

2017年末、2018年末和2019年末，公司的应付职工薪酬分别为4,219.91万元、1,037.38万元和1,600.05万元，占各期末总负债的比重分别为6.92%、1.90%和1.98%。

公司应付职工薪酬主要为公司计提的员工工资、奖金、津贴、补贴、社会保险等。2018年应付职工薪酬余额减少，主要由于2018年末公司员工奖金减少所致。2019年应付职工薪酬余额增加，主要由于相对2018年末，应付奖金金额增

加 328.93 万元。

## 5、应交税费

2017 年末、2018 年末和 2019 年末，公司的应交税费分别为 6,741.32 万元、4,891.52 万元和 9,500.42 万元，占各期末总负债的比重分别为 11.06%、8.96%和 11.74%。

公司应交税费主要为应交企业所得税和增值税。2018 年末较 2017 年末应交税费减少 1,849.80 万元，主要是因为公司应交企业所得税下降 1,750.18 万元所致。2019 年末较 2018 年末增加了 4,608.90 万元，主要因为公司应缴企业所得税增加 3,328.58 万元和应交个人所得税增加 1,669.03 万元所致，其中应缴企业所得税的增加主要由于公司预缴所得税较少，应交个人所得税增加主要由于公司分红后代扣代缴个人所得税增加所致。

## 6、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
应付利息	-	0.55	0.29
应付股利	0.06	0.06	-
其他	26,841.38	14,339.66	19,538.75
<b>合计</b>	<b>26,841.44</b>	<b>14,340.27</b>	<b>19,539.04</b>

其他款项按性质分类明细情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
广告销售代理应付款	24,798.23	13,504.89	17,428.13
应付服务费	1,517.35	372.06	1,231.55
应付采购款	113.47	199.34	174.39
应付房租款	78.80	55.83	197.87
代扣代缴员工社保公积金	25.25	60.19	66.82
押金	48.53	30.55	57.70
其他	259.75	116.80	382.29
<b>合计</b>	<b>26,841.38</b>	<b>14,339.66</b>	<b>19,538.75</b>

报告期各期末，公司的其他应付款主要为广告销售代理应付款、应付服务费、应付采购款、应付房租款等款项。其中广告销售代理应付款为公司头部媒体账户管理服务业务下，应付供应商的流量采购款项。应付服务费主要为：2017年主要是应付视频制作合同费660万元，应付视频广告技术费270万元，和应付服务器费用的300万元；2018年主要是应付日本诉讼律师费248万元，应付服务器费用124万元等，2019年主要是应付服务器费用684.15万元，应付中介服务费833.20万元。应付采购款主要为公司应付装修及空调设备、公关费用等。

报告期内公司无账龄超过1年的重要其他应付款。

## 7、递延收益

2017年末、2018年末和2019年末，公司的递延收益分别为16.92万元、70.32万元和31.44万元，占负债比例分别为0.03%、0.13%和0.04%。

报告期各期末，递延收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年 12月31日	2018年 12月31日	2017年 12月31日
高新区创新创业优秀示范单位表彰-车辆奖励	9.92	13.42	16.92
陕西省重大科技创新专项资金项目	-	30.00	-
西安高新区突出贡献企业表彰 - 电子设备奖励	4.95	6.19	-
西安市高新区突出贡献企业 - 车辆奖励	16.58	20.72	-
合计	31.44	70.32	16.92

## 8、递延所得税负债

报告期各期末，公司的递延所得税负债分别为248.07万元、398.59万元和612.99万元，占负债总额的比例分别为0.41%、0.73%和0.76%。报告期各期末递延所得税负债明细参见本节之“十二、财务状况分析”之“（一）资产结构及变动分析”之“11、递延所得税资产”。

## （三）所有者权益情况

单位：万元

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
股本	39,638.42	39,638.42	39,638.42
资本公积	54,901.30	54,339.62	56,196.82

其他综合收益	3,094.35	1,888.23	-13.25
盈余公积	5,171.75	3,423.34	2,715.31
未分配利润	20,660.82	13,363.68	758.91
归属于母公司股东权益合计	123,466.63	112,653.29	99,296.20
少数股东权益	-	-	417.54
<b>股东权益合计</b>	<b>123,466.63</b>	<b>112,653.29</b>	<b>99,713.75</b>

2018 年末，公司资本公积减少了 1,857.19 万元，主要为公司收购子公司少数股东权益导致股本溢价减少。2019 年末，公司资本公积增加了 561.68 万元，主要为公司参股公司 2019 年增资后，公司享有的净资产变动而导致的其他资本公积增加。

#### （四）偿债能力分析

##### 1、公司偿债能力指标

报告期内，公司偿债能力指标如下：

主要财务指标	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度	2017 年 12 月 31 日/2017 年度
流动比率（倍）	2.40	2.94	2.58
速动比率（倍）	2.40	2.94	2.58
资产负债率（合并）	39.58%	32.64%	37.94%
息税折旧摊销前利润（万元）	29,051.91	23,667.04	35,153.26
利息保障倍数	1,361.93	580.67	39.05

报告期内公司流动比率和速动比率呈稳中有增的趋势，流动资产和速动资产对流动负债有较好的覆盖，公司短期偿债能力较好。

报告期内各期末公司资产负债率基本保持平稳且保持较低的水平，公司长期偿债能力良好。

相比 2017 年，2018 年营业利润有所下降，导致息税折旧摊销前利润也有所下降，但由于公司 2018 年借款规模下降，相应利息费用下降较多，导致利息保障倍数上升。

报告期内，公司货币资金充足，不存在影响日常运营的偿债风险。公司不存在对正常生产经营活动有重大影响的或有负债，面临的债务偿还风险较低。

综上所述，公司经营状况良好，具备较强的偿债能力。公司信用状况良好，未发生过无法偿还到期债务的情形。

## 2、同行业可比上市公司情况

公司主要从事互联网营销推广服务，在进行财务状况及盈利能力分析时，结合行业相关性、业务结构相似性等标准，分别选取蓝色光标（300058.SZ）和汇量科技（1860.HK）作为可比公司。

报告期内，公司与同行业可比上市公司偿债能力指标对比情况如下：

项目	公司名称	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
流动比率	蓝色光标	未披露	1.02	1.05
	汇量科技	1.86	1.67	1.08
	平均值	未披露	1.35	1.07
	本公司	2.40	2.94	2.58
速动比率	蓝色光标	未披露	0.97	0.99
	汇量科技	1.61	1.27	0.83
	平均值	未披露	1.12	0.91
	本公司	2.40	2.94	2.58
资产负债率	蓝色光标	未披露	61.95%	62.08%
	汇量科技	47.99%	42.96%	71.73%
	平均值	未披露	52.46%	66.91%
	本公司	39.58%	32.64%	37.94%

注：可比公司数据引自其年报或年度业绩公告、Wind 资讯。蓝色光标 2019 年年报尚未披露，下同。

由上可见，报告期各期末，公司流动比率、速动比率高于同行业上市公司均值，资产负债率低于同行业上市公司均值。

## （五）资产周转能力分析

### 1、公司资产周转能力指标

报告期内，公司资产周转能力情况如下：

财务指标	2019 年度	2018 年度	2017 年度
存货周转率（次）	不适用	不适用	不适用
应收账款周转率（次）	3.02	3.30	3.19

公司主要从事互联网营销推广服务，该业务模式不产生存货，存货周转率的分析不适用。

报告期各期，应收账款周转率整体呈稳中有升的趋势，符合自身业务的特点。

## 2、同行业可比上市公司情况

公司与同行业可比公司应收账款周转能力指标对比情况如下：

项目	公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率	蓝色光标	未披露	3.82	2.74
	汇量科技	2.74	3.89	3.61
	平均值	未披露	3.86	3.18
	本公司	3.02	3.30	3.19

注：可比公司数据引自其年报或年度业绩公告、Wind 资讯。

2017 年和 2018 年，公司的应收账款周转率与同行业可比上市公司均值差异不大，2019 年公司应收账款周转率略高于汇量科技。

## 十三、盈利能力分析

报告期内，公司经营成果情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	249,312.26	197,862.39	179,924.90
营业利润	28,538.23	23,244.40	34,082.41
利润总额	28,538.81	23,242.08	34,081.75
净利润	24,074.47	19,132.12	26,489.55
归属于母公司股东净利润	24,074.47	19,258.56	26,049.67
扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润	20,716.26	17,890.98	25,777.88

### （一）营业收入分析

#### 1、营业收入构成

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
主营业务	249,210.66	99.96%	197,841.81	99.99%	179,924.90	100.00%
其他业务	101.60	0.04%	20.58	0.01%	-	-
合计	<b>249,312.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>197,862.39</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,924.90</b>	<b>100.00%</b>

报告期内公司收入持续增长，其中 2018 年度和 2019 年度相比上年的收入增长率分别为 9.97%和 26.00%。

报告期内公司收入主要来自主营业务，各年主营业务收入占比均在 99%以上。主营业务收入主要系互联网广告推广服务销售收入。2018 年及 2019 年其他业务收入主要系易点天下对外出租房屋所产生的的收入。

## 2、主营业务收入构成

### （1）按产品类别分类

报告期内，公司主营业务收入按产品分类如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
效果广告服务	243,027.52	97.52%	191,759.66	96.93%	178,871.87	99.41%
头部媒体账户管理服务	2,260.90	0.91%	1,745.23	0.88%	1,053.03	0.59%
品牌广告服务	3,922.24	1.57%	4,336.92	2.19%	-	-
合计	<b>249,210.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>197,841.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,924.90</b>	<b>100.00%</b>

报告期内公司主营业务收入主要来自于营销推广服务收入，包括效果广告服务收入、头部媒体账户管理服务收入和品牌广告服务收入。

#### ①效果广告服务收入

效果广告服务按照投放的媒体平台流量规模可分为头部流量媒体和中长尾流量媒体。头部流量媒体流量较大，转化效果较好，但投放成本较高，中长尾流量媒体流量较小，转化效果低于头部流量媒体，但投放成本较小。一般的，头部流量媒体平台拥有自己的广告投放管理系统，广告营销公司在投放效果广告服务时，需要在这些媒体平台上开立账户并开展业务。

报告期内，公司效果广告服务收入按流量媒体类型分类构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
头部流量媒体广告收入	176,657.64	72.69%	108,094.69	56.37%	33,627.09	18.80%
中长尾流量媒体广告收入	66,369.89	27.31%	83,664.97	43.63%	145,244.78	81.20%
合计	<b>243,027.52</b>	<b>100.00%</b>	<b>191,759.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>178,871.87</b>	<b>100.00%</b>

注：公司合作的头部流量媒体包括 Google, Facebook, Twitter, 字节跳动和 Pinterest 等。

报告期内公司效果广告服务收入逐年增加，一方面由于受下游客户业务量上涨影响，广告投放收入增加，其中对相比 2017 年，2018 年 Parbat HongKong Limited 收入增加 12,970.74 万元，对 Fightsong 株式会社收入增加 8,156.99 万元，相比 2018 年，2019 年 Parbat HongKong Limited 收入增加 15,655.82 万元，阿里巴巴收入增加 34,809.10 万元；另一方面，公司积极拓展市场，增加了部分新客户，2018 年新增 Tencent Music Entertainment Hong Kong Limited 产生收入 3,120.49 万元，2019 年新增 Zhongyun HK Limited 产生收入 5,185.84 万元，Wolves 产生收入 2,386.70 万元。

报告期内，公司头部流量媒体广告收入占效果广告服务收入的比例分别为 18.80%、56.37%和 72.69%，中长尾流量媒体广告收入占效果广告服务收入的比例分别为 81.20%、43.63%和 27.31%，效果广告服务收入的结构变动较大。其中，公司头部流量媒体广告收入分别为 33,627.09 万元、108,094.69 万元和 176,657.64 万元，头部流量媒体广告收入呈现增长趋势，公司中长尾流量媒体广告收入分别为 145,244.78 万元、83,664.97 万元和 66,369.89 万元，中长尾流量媒体广告收入呈现下降趋势。主要原因为：

A. 受益于下游行业和公司所处行业的高速增长，公司头部流量媒体广告收入实现快速增长

随着中国互联网以及移动互联网的高速发展，中国“一带一路”倡议的实施以及越来越多的中国企业出海，公司服务的下游客户所在行业，例如电商、互联网工具、游戏等行业，均处于高速发展态势。

B. 随着广告营销行业发展，越来越多的广告主关注投放广告的透明度和转化效果

随着广告营销行业的发展，基于对广告转化效果、广告投放平台对自身品牌影响等方面的考虑，越来越多的广告主更加关注投放广告的透明度。头部媒体效果营销中，广告主可选定头部媒体进行广告投放，透明度较高，而中长尾媒体效果营销中，不同媒体间的广告样式、受众群体差异较大，导致转化效果低于头部媒体效果营销，通常广告主无法获知广告最终投放的平台，透明度较低。因此，部分广告主更趋向于头部媒体效果营销，投放方式由中长尾媒体效果营销转向头部媒体效果营销。其中，Bytedance 2017 年主要在中长尾流量媒体投放，当年中长尾流量媒体投放产生收入 23,148.41 万元，占其当年广告投放产生的收入比例为 99.47%，2018 年度主要在头部流量媒体投放，头部流量媒体投放产生收入 10,648.70 万元，占其当年广告投放产生的收入比例为 62.58%。

### ②头部媒体账户管理服务

报告期内，公司头部媒体账户管理服务收入分别为 1,053.03 万元、1,745.23 万元和 2,260.90 万元。头部媒体账户管理服务确认的收入主要来自于广告平台返点与公司向广告主返点的净额，报告期内头部媒体账户管理服务收入呈现增长趋势，主要由于公司头部媒体客户业务量增加所致。

### ③品牌广告

公司自 2018 年开始发展品牌广告业务，2018 年和 2019 年品牌广告业务收入分别为 4,336.92 万元和 3,922.24 万元，品牌广告收入略有下降。公司品牌广告业务收入主要来自于 Zenith (Hong Kong) Media Group Limited 及其关联方，2018 年和 2019 年，来自于 Zenith (Hong Kong) Media Group Limited 及其关联方的收入分别为 3,983.89 万元和 3,256.75 万元，2019 年度收入下降主要由于 Zenith (Hong Kong) Media Group Limited 及其关联方自身结算的业务量下降所致。

## （2）按地区分类

报告期内，公司主营业务收入按地区分类如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
欧洲	49,132.83	19.72%	30,699.79	15.52%	17,745.29	9.86%
亚洲	105,838.65	42.47%	73,200.32	37.00%	107,928.38	59.99%

北美洲	81,211.69	32.59%	86,389.26	43.67%	41,489.51	23.06%
南美洲	6,834.37	2.74%	2,374.40	1.20%	5,730.45	3.18%
其他	6,193.12	2.49%	5,178.04	2.62%	7,031.27	3.91%
<b>合计</b>	<b>249,210.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>197,841.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,924.90</b>	<b>100.00%</b>

注：1、以上地区按所投放的媒体流量所属地区确认。2、其他主要包括大洋洲、非洲等。

公司业务主要来自于亚洲、北美洲、欧洲等，其中亚洲收入主要来自于中国、韩国、日本、印度等国家，北美洲收入主要来自于美国、加拿大等国家，欧洲收入主要来自于英国、德国等国家。

2018 年度来自于亚洲的收入减少，主要由于 2017 年部分亚洲地区流量价格较低，娱乐类客户（如 Bytedance）、工具类客户（如 Cheetah Technology Corporation Limited）当年主要在亚洲国家投放，而 2018 年上述广告主转向北美洲等地区的头部流量媒体投放，如娱乐类客户（Bytedance）2018 年广告推广策略调整，转为推广海外产品，从 Google 及 Facebook 等大媒体购买美国及欧洲流量，导致亚洲区域投放量降低。2019 年度来自于亚洲的收入增加，主要由于代理类客户 Parbat HongKong Limited、游戏类 Newque Tech Limited、娱乐类客户 Tencent Music Entertainment Hong Kong Limited 增加印度尼西亚、日本、韩国、泰国、印度等国家的投放。

2018 年度来自于北美洲的收入增加较大，主要由于一方面电商类客户随着北美洲投放效果较好，增加了广告投放预算，投放量增加，另一方面工具类客户 2018 年转投北美洲头部流量媒体。公司 2018 年前五大客户均主要投放北美市场。

### （3）按下游客户分类

报告期内，公司主营业务收入按下游客户类型分类如下：

单位：万元

下游行业	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
电商类	126,187.03	50.63%	57,596.24	29.11%	28,629.37	15.91%
娱乐类	42,843.18	17.19%	59,218.06	29.93%	64,220.37	35.69%
应用类	26,655.97	10.70%	17,377.51	8.78%	35,779.12	19.89%
代理类及其他	53,524.49	21.48%	63,650.00	32.17%	51,296.04	28.51%
<b>合计</b>	<b>249,210.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>197,841.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,924.90</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，电商类客户收入呈现持续增加的趋势。受近年来欧洲和北美地区消费红利的影响，电商类客户整体加大了广告投放需求。2019 年度电商类客户收入增加了 68,590.79 万元，一方面因为电商类客户投放规模整体增长，另一方面公司 2019 年与阿里巴巴合作较好，当年产生收入 37,403.31 万元。

娱乐类客户主要包括游戏、视频等客户类型。相比 2018 年，娱乐类客户 2019 年收入下降了 16,374.88 万元，主要原因：①游戏类产品通常生命周期较短，所以客户持续投放的需求较弱，新的游戏产品的开发和新客户的拓展情况均对收入产生影响。2019 年公司拓展的游戏类客户较少；②公司视频类客户主要为 Bytedance 等客户，2018 年 Bytedance 的收入为 17,015.87 万元，2019 年因客户战略调整，未在公司进行广告投放。

应用类客户主要包括工具类、生活服务类、社交类等客户类型，应用类客户一般在产品取得初期会大力推广产品，获得足够用户后会降低产品推广需求。2019 年应用类客户收入增加了 9,278.46 万元，主要由于工具类客户投放需求增加所致。其中猎豹集团 2017 年工具类推广较多收入约 2,300 万，获取较多用户后推广下降。公司整体收入规模逐年上升，但 2018 年获取的应用类客户相对减少，2019 年应用类客户投放需求增加，其中 Candymobi Information Technology Co., Limited 增加约 7,600 万，导致 2019 年应用类客户收入增加。

### 3、主营业务收入季节性波动

报告期内，公司主营业务收入随季节变动情况如下：

单位：万元

季度	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	43,801.46	17.58%	43,450.08	21.96%	32,513.47	18.07%
第二季度	55,906.01	22.43%	37,676.94	19.04%	40,327.14	22.41%
第三季度	60,020.24	24.08%	48,682.80	24.61%	47,736.25	26.53%
第四季度	89,482.95	35.91%	68,031.99	34.39%	59,348.04	32.98%
合计	<b>249,210.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>197,841.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>179,924.90</b>	<b>100.00%</b>

受到广告主年度营销预算规划的影响，公司营业收入表现出一定的季节性波动特征，下半年收入高于上半年，主要原因系下半年的感恩节、圣诞节、新年等传统节日以及“双十一”“黑色星期五”等购物节带动了消费需求的上升，进而

刺激了广告主的营销推广意愿。报告期内，公司下半年收入占全年收入比例分别为 59.52%、58.99%和 59.99%。

#### 4、第三方回款

报告期各期，公司第三方回款的金额分别为 10,972.55 万元、7,028.31 万元和 17,720.89 万元，占公司当年因业务产生的交易流水<sup>5</sup>的比例分别为 4.56%、2.74%和 5.10%。第三方回款的原因主要包括同一集团统一付款、境外客户指定付款和个体户或自然人客户本人或通过家庭约定由直系亲属回款等，具体明细如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	2017 年
集团统一付款	6,436.58	2,325.13	504.67
通过约定由客户关联自然人或其直系亲属回款	2,355.94	1,321.07	6,956.31
通过专业支付服务平台等其他第三方付款	8,928.38	3,382.12	3,511.58
合计	17,720.89	7,028.31	10,972.55

经核查，保荐机构和发行人会计师认为，（1）第三方回款真实，不存在虚构交易或调节账龄情形；（2）报告期各期，公司第三方回款的金额分别为 10,972.55 万元、7,028.31 万元和 17,720.89 万元，占公司当年因业务产生的交易流水的比例分别为 4.56%、2.74%和 5.10%，占比较低；（3）第三方回款的原因合理，具有必要性及商业合理性；（4）发行人及与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排；（5）公司境外销售涉及境外第三方，其代付行为具备商业合理性，公司不存在违法违规行为；（6）报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷；（7）签订合同时已明确约定由其他第三方代购买方付款的交易安排具有合理原因；（8）资金流、实物流与合同约定及商业实质一致。

## （二）营业成本分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比

<sup>5</sup> 包括公司营业收入以及已收和应收当年产生的头部媒体管理账户业务代收款

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
主营业务	202,497.64	99.96%	154,208.83	99.99%	126,548.45	100.00%
其他业务	84.40	0.04%	20.53	0.01%	-	-
合计	<b>202,582.03</b>	<b>100.00%</b>	<b>154,229.36</b>	<b>100.00%</b>	<b>126,548.45</b>	<b>100.00%</b>

## 1、按产品类别分类

报告期内，公司主营业务成本分产品类别分类如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	成本	占比	成本	占比	成本	占比
效果广告服务	198,813.26	98.18%	150,764.61	97.77%	126,484.68	99.95%
头部媒体账户管理服务	47.54	0.02%	46.37	0.03%	63.77	0.05%
品牌广告服务	3,636.84	1.80%	3,397.85	2.20%	-	-
合计	<b>202,497.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>154,208.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>126,548.45</b>	<b>100.00%</b>

公司主营业务成本主要为效果广告服务成本，效果广告服务成本变动趋势与收入变动趋势保持一致。

## 2、主营业务成本明细情况

报告期内，公司主营业务成本按性质分类如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流量采购	196,519.83	97.05%	148,595.35	96.36%	119,471.21	94.41%
人工成本	2,877.41	1.42%	2,516.38	1.63%	3,547.28	2.80%
服务器	2,475.97	1.22%	2,144.93	1.39%	2,666.03	2.11%
技术服务	450.21	0.22%	736.49	0.48%	361.33	0.29%
房租	174.22	0.09%	215.69	0.14%	502.60	0.40%
合计	<b>202,497.64</b>	<b>100.00%</b>	<b>154,208.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>126,548.45</b>	<b>100.00%</b>

公司主营业务成本包括流量采购成本、人工成本、服务器成本等。其中流量采购成本占比较高，报告期内，流量采购成本占主营业务成本比例分别为 94.41%、96.36%和 97.05%。

相比 2017 年，2018 年人工成本下降了 1,030.90 万元，下降幅度为 29.06%，主要由于 2018 年公司业绩完成度低于 2017 年，员工年终奖较低导致。

技术服务费主要为公司支付的第三方质量检测平台费用、网络代理服务费 etc 费用。

### （三）毛利及毛利率分析

#### 1、综合毛利率情况

报告期内，公司毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
主营业务	46,713.02	18.74%	43,632.98	22.05%	53,376.45	29.67%
其他业务	17.20	16.93%	0.05	0.24%	-	-
<b>综合毛利率</b>	<b>46,730.22</b>	<b>18.74%</b>	<b>43,633.03</b>	<b>22.05%</b>	<b>53,376.45</b>	<b>29.67%</b>

2017 年度、2018 年度及 2019 年度，公司综合毛利率分别为 29.67%、22.05% 和 18.74%，综合毛利率变动主要是主营业务毛利率变动导致的，报告期内公司主营业务毛利率变动主要是由于公司业务结构变动导致。

#### 2、主营业务毛利率情况

##### （1）毛利

报告期内，公司主营业务分产品毛利情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
效果广告服务	44,214.26	94.65%	40,995.05	93.95%	52,387.19	98.15%
头部媒体账户管理服务	2,213.36	4.74%	1,698.85	3.89%	989.26	1.85%
品牌广告服务	285.40	0.61%	939.08	2.15%	-	0.00%
<b>合计</b>	<b>46,713.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>43,632.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>53,376.45</b>	<b>100.00%</b>

报告期内效果广告服务贡献的毛利占比较高，占主营业务毛利的 90% 以上，是公司的主要盈利来源。

##### （2）毛利率

报告期内公司分产品类别的毛利率情况如下：

产品类别	2019 年度	2018 年度	2017 年度
效果广告服务	18.19%	21.38%	29.29%
头部媒体账户管理服务	97.90%	97.34%	93.94%
品牌广告服务	7.28%	21.65%	-
<b>主营业务毛利率</b>	<b>18.74%</b>	<b>22.05%</b>	<b>29.67%</b>

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 29.67%、22.05%和 18.74%，毛利率呈现下降趋势。

#### ①效果广告服务毛利率

报告期内，效果广告服务按流量媒体规模分类毛利率情况如下：

项目	2019 年	2018 年	2017 年
头部流量媒体	9.29%	7.86%	7.31%
中长尾流量媒体	41.88%	38.84%	34.38%
<b>效果广告服务</b>	<b>18.19%</b>	<b>21.38%</b>	<b>29.29%</b>

报告期内，头部流量媒体毛利率分别为 7.31%、7.86%和 9.29%，呈现上升的趋势。2019 年公司头部流量媒体毛利率增加，主要由于一方面公司与部分 Facebook 的代理商达成战略合作，获得的返点比例提升，另一方面，公司部分毛利率较高的客户广告投放规模增大所致。

报告期内，中长尾流量媒体毛利率分别为 34.38%、38.84%和 41.88%，呈现上升的趋势。2018 年毛利率提高主要由于公司 2018 年运营策略调整，对媒体实行分级管理，提高了规模较小的媒体渠道成本控制。2019 年毛利率提高主要由于公司运营策略调整效果进一步显现。

报告期内，效果广告服务毛利率分别为 29.29%、21.38%和 18.19%，呈现逐年下降的趋势，主要由于公司头部媒体收入占比逐年提升，而头部媒体业务毛利率较低所致。

#### ②头部媒体账户管理服务毛利率

报告期内，头部媒体账户管理服务毛利率分别为 93.94%、97.34%和 97.90%。头部媒体账户管理服务确认的收入主要来自于广告平台的返点与公司向广告主提供返点的净额，成本主要来自于分摊的公共费用，2017 年头部媒体账户管理

服务收入占头部流量媒体收入比例高于 2018 年和 2019 年度，因此分摊的成本总量较高，导致毛利率较低。

### ③品牌广告服务毛利率

公司自 2018 年开展品牌广告服务业务，2018 年和 2019 年品牌广告服务的毛利率分别为 21.65%和 7.28%，2019 年毛利率下降较大，主要由于品牌广告的主要客户 Zenith (Hong Kong) Media Group Limited 及其关联方的业务毛利率下降，2018 年和 2019 年其毛利率分别为 20.33%和 6.49%，2019 年毛利率较低主要由于该客户的终端客户 2019 年因广告交付标准未沟通一致导致广告主实际结算金额低于预期导致。

### 3、同行业可比上市公司毛利率比较

报告期内，公司与同行业可比上市公司毛利率变化趋势一致，具体情况如下表所示：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
蓝色光标	未披露	11.72%	18.20%
汇量科技	23.74%	22.52%	26.48%
<b>平均毛利率</b>	<b>未披露</b>	<b>17.12%</b>	<b>22.34%</b>
本公司	18.74%	22.05%	29.67%

注：可比公司数据引自其年报或年度业绩公告、Wind 资讯。

和同行业上市公司相比，公司的毛利率高于同行业上市公司，变动趋势与同行业基本一致。公司的业务结构、投放技术、投放经验等因素对公司毛利率均有影响，因此各可比公司之间毛利率有差异。

其中，公司效果营销广告毛利率与同行业可比公司对比分析如下：

报告期内，公司效果营销广告与同行业可比公司每日互动（300766.SZ）的对比情况如下：

公司	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
每日互动	移动互联网营销服务	未披露	48.98%	63.20%
易点天下	效果广告服务	18.19%	21.38%	29.29%
其中：	中长尾流量媒体广告	41.88%	38.84%	34.38%

注：因每日互动主要业务包括提供开发者服务、精准营销服务和各垂直领域的大数据服务，其移动互联网营销服务业务与公司具有可比性。但移动互联网营销服务仅为其一部分业务，

2017年和2018年，该部分业务占其营业收入的比例分别为32.59%和19.72%，占比较低，导致资产状况情况与公司有较大差异，因此未将每日互动列为可比公司。

报告期内，公司效果广告服务毛利率低于每日互动，主要由于：①公司头部流量媒体广告业务毛利率较低，报告期内，公司头部流量媒体广告毛利率分别为7.31%、7.86%和9.29%，拉低了效果营销广告的综合毛利率；②每日互动精准营销服务主要由每日互动直接面向终端APP进行广告投放，因此利润率较高。

#### （四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用构成及占营业收入比重情况如下：

单位：万元

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	5,920.38	2.37%	6,524.02	3.30%	6,013.85	3.34%
管理费用	9,193.66	3.69%	10,055.65	5.08%	7,802.14	4.34%
研发费用	3,991.42	1.60%	3,596.82	1.82%	2,640.26	1.47%
财务费用	-590.58	-0.24%	-707.04	-0.36%	1,139.60	0.63%
合计	<b>18,514.88</b>	<b>7.43%</b>	<b>19,469.44</b>	<b>9.84%</b>	<b>17,595.84</b>	<b>9.78%</b>

报告期内，公司期间费用占同期营业收入的比重基本保持稳定，2019年略有下降，主要由于销售费用率和管理费用率略有下降。

##### 1、销售费用

###### （1）销售费用构成和变动分析

报告期内，公司销售费用的明细如下：

单位：万元

项目	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本	3,717.52	62.79%	3,528.98	54.09%	2,771.57	46.09%
商务拓展费	209.57	3.54%	931.31	14.28%	554.08	9.21%
差旅费	846.74	14.30%	860.97	13.20%	640.56	10.65%
广告宣传费	126.29	2.13%	295.44	4.53%	1,298.00	21.58%
业务招待费	277.63	4.69%	239.51	3.67%	170.69	2.84%
会展费	145.09	2.45%	230.34	3.53%	325.76	5.42%
租金及物业费	427.60	7.22%	273.77	4.20%	157.17	2.61%

折旧和摊销费用	12.94	0.22%	9.16	0.14%	1.04	0.02%
其他	156.99	2.65%	154.54	2.37%	94.99	1.58%
<b>合计</b>	<b>5,920.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,524.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,013.85</b>	<b>100.00%</b>

2017年、2018年和2019年，公司销售费用占营业收入的比例分别为3.34%、3.30%、和2.37%，销售费用增长与公司营业收入的增长趋势相比略有下降。

销售费用主要由人工成本、差旅费及商务拓展费等组成。

相比2018年，2019年销售费用减少了603.64万元，减少比例为9.25%，主要由于商务拓展费减少了721.74万元所致。公司商务拓展费主要发生在欧洲、北美等区域，2019年公司根据市场变化，减少了上述区域的市场拓展，因此商务拓展费减少。

相比2017年，2018年销售费用增加了510.17万元，增长比例为8.48%，主要由于人工成本、差旅费、商务拓展费增加，同时广告宣传费减少导致的。2018年人工成本增加757.41万元，主要由于公司2018年平均人数增加所致。2018年商务拓展费增加了377.23万元，主要由于为拓展海外业务，2018年公司聘请的海外顾问公司数量增加，导致商务拓展费用增加。2018年广告宣传费减少了1,002.56万元，主要由于2017年公司发生了较多企业宣传费用，包括与宁波成功多媒体通信有限公司发生的网页制作服务费400万元，视频设计费300万元，与湖南天天向上网络技术有限公司发生的宣传费用190万元等，而2018年无此类费用发生。

## （2）销售费用率与可比上市公司对比情况

公司名称	销售费用率		
	2019年度	2018年度	2017年度
蓝色光标	未披露	4.19%	7.50%
汇量科技	1.99%	1.79%	2.06%
<b>平均值</b>	<b>未披露</b>	<b>2.99%</b>	<b>4.78%</b>
本公司	2.37%	3.30%	3.34%

注：可比公司数据引自其年报或年度业绩公告、Wind资讯。

由上表可见，公司销售费用率处于同行业中间水平，其中2017年低于同行业可比上市公司均值，2018年高于同行业可比公司均值。

公司与同行业公司的销售费用均主要为人工成本、差旅费、广告宣传费等，其销售费用率的差异主要体现在以上费用的差异上，由于各公司的销售区域有所差异，相应人员工资、市场拓展费用存在差别，综合导致销售费用金额及销售费用率存在波动。

## 2、管理费用

### （1）管理费用构成和变动分析

报告期内，公司管理费用的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本	4,833.63	52.58%	4,037.15	40.15%	4,304.99	55.18%
专业服务费	2,400.44	26.11%	3,625.22	36.05%	1,598.38	20.49%
折旧和摊销费用	478.00	5.20%	375.09	3.73%	174.11	2.23%
租金及物业费	418.20	4.55%	419.42	4.17%	348.72	4.47%
服务器租赁费	56.98	0.62%	58.51	0.58%	46.65	0.60%
办公费	403.31	4.39%	641.95	6.38%	405.65	5.20%
差旅费	322.37	3.51%	297.59	2.96%	296.60	3.80%
业务招待费	166.86	1.81%	126.51	1.26%	176.79	2.27%
会议费	21.18	0.23%	94.60	0.94%	35.53	0.46%
其他	92.69	1.01%	379.62	3.78%	414.71	5.32%
<b>合计</b>	<b>9,193.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>10,055.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,802.14</b>	<b>100.00%</b>

公司管理费用主要为人工成本、专业服务费、办公费等。

相比 2018 年，公司 2019 年管理费用减少了 861.99 万元，减少比例为 8.57%，主要由于专业服务费减少 1,224.78 万元所致。2019 年专业服务费减少主要由于公司 2018 年为筹备香港上市支付相关中介服务费 1,387.25 万元。

相比 2017 年，公司 2018 年管理费用增加了 2,253.51 万元，增长比例为 28.88%，主要由于专业服务费及办公费增加所致。2018 年专业服务费增加了 2,026.84 万元，主要由于公司 2018 年筹备香港上市，增加中介服务费所致。2018 年办公费增加了 236.29 万元，主要由于办公软件使用费增加所致。

### （2）管理费用与可比上市公司对比情况

报告期内，公司管理费用率与同行业可比上市公司比较情况如下：

公司名称	管理费用率		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度
蓝色光标	未披露	3.87%	5.80%
汇量科技	10.24%	8.26%	9.16%
平均值	未披露	<b>6.06%</b>	<b>7.48%</b>
本公司	3.69%	5.08%	4.34%

注：可比公司数据引自其年报或年度业绩公告、Wind 资讯。

由上表可见，公司管理费用率处于同行业中间水平，低于行业平均水平。

### 3、研发费用

#### （1）研发费用构成和变动分析

报告期内，公司研发费用主要项目情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本	3,378.44	84.64%	2,790.18	77.57%	1,690.46	64.03%
服务器租赁费	405.79	10.17%	420.38	11.69%	518.22	19.63%
租金及物业费	131.63	3.30%	129.59	3.60%	131.79	4.99%
其他	75.57	1.89%	256.67	7.14%	299.79	11.35%
合计	<b>3,991.42</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,596.82</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,640.26</b>	<b>100.00%</b>

公司重视技术研发和升级，报告期内研发投入不断增加，研发费用呈持续上升趋势。

公司研发费用主要由人工成本、服务期租赁费等费用组成。

相比 2018 年，公司 2019 年研发费用增加了 394.60 万元，增长比例 10.97%，主要由于人工 2019 年人工成本增加，主要由于一方面研发人员平均人数增加，另一方面 2019 年公司支付的奖金较高所致。

相比 2017 年，2018 年研发费用增加了 956.56 万元，增长比例 36.23%，主要由于人工成本增加，同时服务器租赁费下降综合导致的。2018 年人工成本增加 1,099.73 万元，主要系公司研发人员数量增加所致。2018 年服务器租赁费下降了 97.84 万元，主要由于随着公司与供应商的合作深入，2018 年合作价格有所

优惠。

## （2）研发费用与可比上市公司对比情况

公司名称	研发费用率		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度
蓝色光标	未披露	0.28%	0.87%
汇量科技	7.04%	6.72%	6.05%
平均值	未披露	3.50%	3.46%
本公司	1.60%	1.82%	1.47%

注：可比公司数据引自其年报或年度业绩公告、Wind 资讯。

报告期内，公司研发费用率低于可比公司平均值。营销推广行业内，各公司结合自身的业务性质、投放质量、结算需求等因素开展研发活动，所以各公司研发费用率差异较大。

## 4、财务费用

报告期各期，公司财务费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
贷款的利息支出	20.97	40.10	895.80
存款的利息收入	-444.07	-623.26	-965.16
净汇兑（收益）/亏损	-305.41	-284.52	999.45
其他财务费用	137.93	160.64	209.51
合计	<b>-590.58</b>	<b>-707.04</b>	<b>1,139.60</b>

报告期内公司的财务费用主要为利息支出、利息收入、汇兑（收益）/损失和手续费等其他财务费用。

## （五）利润表其他项目分析

### 1、资产减值损失和信用减值损失

报告期内，公司的资产减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款	-	2,192.45	904.95
其他应收款	-	-127.30	291.46

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
长期股权投资	-	-	556.55
其他非流动资产	-13.69	9.71	31.82
合计	-13.69	2,074.86	1,784.78

报告期内，公司的资产减值损失主要系应收款项的坏账损失、长期股权投资减值损失和其他流动资产减值损失。

2019 年度，根据新金融工具准则的要求，公司将应收账款及其他应收款的坏账损失计入信用减值损失科目核算，2019 年公司发生信用减值损失 2,582.86 万元。

## 2、其他收益

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
与日常活动相关的政府补助	3,290.46	525.35	334.23
个税手续费返还	43.25	6.17	0.98
进项税加计扣除	42.06	-	-
合计	3,375.77	531.53	335.21

报告期内，公司计入损益的政府补助情况如下：

单位：万元

2019 年度	
种类	金额
西安市投资合作局 2018 年度总部企业奖励	1,038.64
2019 年第一批西安独角兽企业培育计划项目补助	1,000.00
2018 年度“三次创业”系列优惠政策（第二批）-独角兽种子企业认定奖励	300.00
拟上市企业 2018 年度高新区三次创业系列政策补助	0.10
2018 年商贸领域创业创新建设类补助	300.00
西安高新技术产业开发区房租补贴	261.64
2019 年西安市服务业综合改革试点专项资金计划	112.00
2018 年度陕西省支持文化产业发展项目专项资金	100.00
2018 年全国软件百强奖励资金	100.00
西安高新区 2018 年度突出贡献企业	30.00
陕西省 2018 年度技术创新引导计划项目资金	30.00
2019 年第三批省级财政科技计划项目补助	5.00

2019 年度西安市企业研发投入奖励	4.20
西安市高新区突出贡献企业-车辆折旧	3.50
西安高新技术产业开发区突出贡献企业表彰-车辆折旧	4.14
西安高新技术产业开发区突出贡献企业表彰-电子设备	1.24
<b>合计</b>	<b>3,290.46</b>
<b>2018 年度</b>	
<b>种类</b>	<b>金额</b>
西安市外向型经济软件和服务外包产业发展外汇增量专项补贴	16.90
西安外经贸发展专项资金外汇结汇排名补助	82.85
西安市外向型经济软件和服务外包产业发展新增人员培训专项补贴	11.25
西安市 2017 年“5211 计划”市级引进人才补助	10.00
国家级高新技术企业认定奖励	10.00
陕西省科学技术厅新认定高新技术企业奖励	5.00
西安高新区三次创业系列优惠政策补贴	213.76
西安市高新区突出贡献企业-车辆折旧	3.50
西安市发改委服务业综合改革专项资金项目	63.00
陕西省促进企业在多层次资本市场发展奖励补助	50.00
西安市文化创意产业十佳企业	30.00
西安高新技术产业开发区突出贡献企业表彰-现金及储值卡	23.09
国家级高新企业认定奖励	6.00
<b>合计</b>	<b>525.35</b>
<b>2017 年度</b>	
<b>种类</b>	<b>金额</b>
西安高新区软件新城产业聚集专项资金房租补贴	55.37
陕西省外经贸发展专项资金承接国际服务外包项目	60.00
西安财政局外向型经济发展专项奖金	29.15
西安高新技术产业开发区加快创新驱动发展补贴	17.63
西安留学回国人员创新创业扶持项目	3.00
2017 年西安鼓励上市发展专项资金	100.00
西安市高新区突出贡献企业-现金	32.50
西安市高新区突出贡献企业-车辆折旧	0.58
西安新增规模以上服务业企业奖励	20.00
西安市科技计划项目奖励	10.00
西安加快创新驱动发展系列政策奖励	6.00

合计	334.23
----	--------

### 3、投资收益

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
权益法核算的长期股权投资损失	-971.21	-283.76	-71.51
处置长期股权投资产生的投资收益 / （损失）	13.10	162.11	-
处置子公司产生的投资损失	-	-	-41.35
理财产品产生的投资收益	654.55	927.37	97.64
合计	-303.56	805.72	-15.22

报告期内公司的投资收益主要为按权益法确认的长期股权投资收益、处置长期股权投资产生的投资收益/（损失）和理财产品产生的投资收益。

权益法核算的长期股权投资损失具体情况详见本节“十二、财务状况分析”之“（一）资产结构及变动分析”之“7、长期股权投资”。

2017 年处置长期股权投资产生的投资收益/（损失）主要为 2017 年 6 月，本公司子公司 Dream Invest Limited 与第三方 Cyber Carrier Capital Limited 签订股权转让协议，将其持有的 One Click 100% 股权以 53.63 万美元（折合人民币 363.33 万元）转让给 Cyber Carrier Capital Limited，本公司由于丧失对 One Click 的控制权而产生的投资损失为人民币 41.35 万元，列示在合并财务报表的投资收益项目中。

2018 年 8 月，西安点告将其持有的上海创奖慧全部股权以人民币 250.00 万元转让给上海隆慧投资管理有限公司，投资处置收益为人民币 162.11 万元。

公司 2019 年权益法核算的长期股权投资损失主要包括投资 Wolves Fight Co., Limited 确认投资损失 407.69 万元，投资 Capfront Technologies Private Limited 确认投资收益 147.72 万元，投资 Xender Technologies Limited 确认投资损失 287.82 万元，投资 Bidease 确认投资损失 423.42 万元。

### 4、营业外收入

报告期内，公司营业外收入分别为 0 万元、3.44 万元和 3.77 万元。报告期内公司的营业外收入均计入非经常性损益。

## 5、营业外支出

报告期内公司营业外支出明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
滞纳金及罚款	0.28	5.52	0.67
其他	2.91	0.24	-
<b>合计</b>	<b>3.19</b>	<b>5.77</b>	<b>0.67</b>

报告期内营业外支出均已计入非经常性损益。

## 6、所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
按税法及相关规定计算的当期所得税	4,320.88	4,099.00	7,445.90
递延所得税的变动	81.69	10.95	146.30
汇算清缴差异调整	61.77	-	-
<b>合计</b>	<b>4,464.34</b>	<b>4,109.95</b>	<b>7,592.20</b>

## （六）非经常性损益对公司盈利的影响

报告期内，公司非经常性损益的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置收益 / （损失）	4.54	124.41	-84.27
计入当期损益的政府补助	3,290.46	525.35	334.23
理财产品的收益	654.55	927.37	97.64
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.58	-2.33	-0.66
<b>小计</b>	<b>3,950.13</b>	<b>1,574.81</b>	<b>346.94</b>
所得税影响额	-591.92	-207.23	-75.15
少数股东权益影响额	-	-	-
<b>合计</b>	<b>3,358.22</b>	<b>1,367.58</b>	<b>271.79</b>

报告期内，公司非经常性损益主要为计入当期损益的政府补助、理财产品的投资收益、非流动资产处置收益/（损失）等。2017 年度、2018 年度和 2019 年

度，公司扣除所得税影响的归属于母公司股东的非经常性损益分别为 271.79 万元、1,367.58 万元和 3,358.22 万元，占净利润的比例分别为 1.03%、7.15%和 13.95%。非经常性损益占公司净利润比例较低，对公司盈利能力不构成重大影响。

## 十四、现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
经营活动现金流入小计	326,152.49	256,447.27	243,845.43
经营活动现金流出小计	301,999.53	259,926.57	206,288.01
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>24,152.95</b>	<b>-3,479.31</b>	<b>37,557.42</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
投资活动现金流入小计	91,297.86	98,677.37	12,241.56
投资活动现金流出小计	79,894.26	91,339.17	36,529.80
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>11,403.60</b>	<b>7,338.20</b>	<b>-24,288.24</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
筹资活动现金流入小计	5,300.00	2,511.00	994.97
筹资活动现金流出小计	19,752.30	11,513.11	45,000.32
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-14,452.30</b>	<b>-9,002.11</b>	<b>-44,005.34</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>718.62</b>	<b>1,299.22</b>	<b>-2,095.46</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加/减少额</b>	<b>21,822.87</b>	<b>-3,843.99</b>	<b>-32,831.62</b>

### （一）经营活动产生的现金流量分析

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 190,391.11 万元、184,426.98 万元和 227,643.94 万元，公司营业收入分别为 179,924.90 万元、197,862.39 万元和 249,312.26 万元，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入差异不大。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润调节关系及差异情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
----	---------	---------	---------

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	24,074.47	19,132.12	26,489.55
加：资产减值准备	2,569.17	2,074.86	1,784.78
固定资产折旧	221.12	183.32	111.60
无形资产摊销	81.43	75.04	28.78
长期待摊费用摊销	189.58	126.51	35.33
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失	8.56	37.70	42.92
财务费用	88.34	393.96	868.53
投资（收益）/损失	303.56	-805.72	15.22
递延所得税资产的（增加）/减少	-130.92	-158.43	116.78
递延所得税负债的增加	214.40	150.51	61.81
经营性应收项目的增加	-28,016.68	-18,647.27	-9,929.79
经营性应付项目的增加/（减少）	24,549.92	-6,041.91	17,931.91
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>24,152.95</b>	<b>-3,479.31</b>	<b>37,557.42</b>

公司经营活动产生的现金流量净额分别为 37,557.42 万元、-3,479.31 万元和 24,152.95 万元。2018 年，公司经营活动产生的现金流量净额为负，主要由于：

（1）购买商品、接受劳务支付的现金大幅增加，主要由于 2018 年度公司大型媒体推广业务收入增加。Google、Facebook 等大型媒体供应商对付款周期有较强的议价能力，公司为获取更好的商业条款（如返点）和更加优惠流量采购成本，以预付款形式支付部分流量采购成本，导致购买商品、接受劳务支付的现金大幅增加。（2）支付给职工以及为职工支付的现金流出较 2017 年度增加，主要由于公司 2017 年度业绩大幅增加，期末计提年终奖同比增加较大且在 2018 年度发放，导致现金流出增幅较大。（3）支付的各项税费现金流出 2018 年较 2017 年增加，主要是由于缴纳所得税影响所致。2017 年度业务超额完成，利润大幅增加，企业所得税同比增加，2017 年第四季度所得税于 2018 年支付所致。（4）2018 年之前，公司对应收账款回款催收不及时，导致应收账款回款较慢。

## （二）投资活动产生的现金流量

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司投资活动产生的现金流量净额分别为 -24,288.24 万元、7,338.20 万元和 11,403.60 万元。2017 年度，公司投资活动产生的现金流量净额为负，主要由于公司购买理财产品支付的现金金额较大所致。

2018 年度和 2019 年度，公司投资活动产生的现金流量主要由于赎回理财产品收到现金所致。

### （三）筹资活动产生的现金流量

2017 年度、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-44,005.34 万元、-9,002.11 万元和-14,452.30 万元。报告期内公司筹资活动产生的现金流量净额为负，主要由于公司偿还银行借款及分配股利所致。

## 十五、首次公开发行股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响及公司采取措施

### （一）本次发行对即期回报摊薄的影响

本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司的资金实力大幅增强，同时公司总股本和净资产均有较大幅度的增长，后续募集资金投资项目的效益将逐步体现，公司的净利润将有所增加，但由于募集资金投资项目的实施需要一定的时间周期，相关效益的实现也需要一定的时间，因此短期内公司的每股收益和净资产收益率等指标存在被摊薄的风险。

### （二）本次公开发行融资的必要性和合理性

近年来，国家出台了打造网络强国、一带一路、“互联网+”行动等一系列政策，为易点天下业务发展及拓展海外业务营造了良好的发展空间。

面对良好的市场环境，公司需要抓住移动互联网发展机遇，加大研发投入力度，提高研发效率，持续保持技术优势，开发符合行业发展趋势和客户需求的产品，积极开拓市场，提高公司的客户体验、技术支持能力，实现公司经济效益、社会效益、业务规模及综合竞争力的不断提升。

尽管公司业务在过去 3 年保持了高速增长且盈利能力较强，但在市场竞争下，公司目前资本规模难以满足公司长期发展的需求。选择首次公开发行股票进行融资，一方面能够有效增强公司资本实力；另一方面通过募集资金投资项目的实施，将进一步提升公司盈利能力、核心竞争力和可持续发展能力。

### （三）本次募集资金投资项目与现有业务的关系以及公司相关资源储备情况

近年来，公司一直从事营销推广服务，本次募投项目围绕公司现有的主营业务进行，是公司依据未来发展规划作出的战略性安排，以进一步增强公司的核心竞争力和盈利能力。其中，程序化广告平台升级项目旨在对现有业务平台进行优化升级，进一步提升公司效果广告营销服务的精准度和转化效果；研发中心建设项目有助于提升公司的整体研发能力和技术创新水平，增强公司核心竞争力；补充流动资金有利于保证公司生产经营所需资金，从而优化公司的资产负债结构并降低财务风险。

本次募投项目的实施将推动公司现有业务向更高层次发展，旨在通过不断完善现有业务模式，巩固公司现有的地位，增强公司的核心竞争力，全面提升公司的综合竞争实力，有利于公司业务规模的发展和行业地位的不断提升。

### （四）公司应对本次发行摊薄即期回报采取的措施

公司对本次发行摊薄即期回报拟采取的措施详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于被摊薄即期回报填补措施的承诺”。

### （五）关于保障中小投资者合法利益的承诺

公司对本次发行摊薄即期回报拟采取的措施详见本招股说明书“重大事项提示”之“三、关于被摊薄即期回报填补措施的承诺”。

### （六）保荐机构核查意见

保荐机构认为：公司已结合自身经营情况，基于客观假设，对即期回报摊薄情况进行了合理预计。同时，考虑到本次公开发行时间的不可预测性和未来市场竞争环境变化的可能性，公司已披露了本次公开发行的必要性和合理性、本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系、公司从事募投项目在人员、技术、市场等方面的储备情况，制订了切实可行的填补即期回报措施，董事、高级管理人员作出了相应承诺，符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发[2013]110号）中关于保护中小投资者合法权益

的精神。

## 十六、报告期实际股利分配情况及发行后的股利分配政策

### （一）报告期实际股利分配情况

2017年9月15日，公司2017年第三次临时股东大会审议通过了《2017年半年度利润分配的议案》，拟以股权登记日（2017年9月26日）的总股本为基数，向全体股东每10股派10元人民币现金红利（含税）。本次股利于2017年9月27日发放完毕。

2017年9月30日，公司2017年第四次临时股东大会审议通过了《关于资本公积转增股本的议案》，拟以股权登记日（2017年10月18日）的总股本为基数，向全体股东每10股以资本公积金转增40股，合计转增317,107,328股。本次股利于2017年10月19日发放完毕。

2017年11月16日，公司2017年第五次临时股东大会审议通过了《2017年第三季度利润分配的议案》，拟以股权登记日（2017年11月24日）的总股本为基数，向全体股东每10股派4元人民币现金红利（含税）。本次股利于2017年11月27日发放完毕。

2018年9月23日，公司2018年临时股东大会审议通过了《2018年1-8月份利润分配的议案》，以2018年9月23日股东大会在册股东为基数，向全体股东每10股派1.5元人民币现金红利（含税）。本次股利于2018年11月14日发放完毕。

2019年12月17日，公司2019年第三次临时股东大会审议通过了《2019年第三季度利润分配的议案》，拟以2019年12月16日股东大会在册股东为基数，向全体股东每10股派3.8元人民币现金红利（含税）。本次股利于2019年12月26日发放完毕。

### （二）本次发行后的股利分配政策

公司第三届董事会第七次会议审议通过了《关于制定〈易点天下网络科技股份有限公司章程（草案）〉的议案》，该议案已经公司2020年第二次临时股东大会审议通过。根据《易点天下网络科技股份有限公司章程（草案）》，公司发行上

市后的主要股利分配政策详见本招股说明书“重大事项提示”之“五、本次发行上市后的股利分配政策”。

## 十七、本次发行完成前滚存利润的分配安排

经本公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过，如公司经中国证监会核准首次公开发行股票并在创业板上市，公司首次公开发行股票前的滚存利润的分配方案为：本次发行完成后，全体新老股东按照发行后的股份比例共同享有公司本次发行以前的滚存未分配利润。

## 第十节 募集资金运用

### 一、募集资金投资概况

#### （一）募集资金投资项目

公司本次向社会公众公开发行股票不超过 75,501,745 股新股，实际募集资金扣除发行费用后的净额全部用于投资与主营业务相关的项目及补充主营业务发展所需的流动资金。经公司第三届董事会第七次会议、2020 年第二次临时股东大会审议批准，本次募集资金拟用于以下项目：

序号	项目名称	总投资额 (万元)	募集资金投入金额 (万元)	审批文号
1	程序化广告平台升级项目	89,207.80	89,207.80	2019-610161-72-03-062312
2	研发中心建设项目	15,000.00	15,000.00	2019-610161-72-03-063250
3	补充流动资金	20,000.00	20,000.00	-
合计		<b>124,207.80</b>	<b>124,207.80</b>	-

注：上述募集资金运用计划仅是对拟投资项目募集资金使用的整体安排，其实际投入时间将按募集资金的实际到位时间和项目进展情况作适当调整。

上述项目预计投资总额为人民币 124,207.80 万元，募集资金投入总额为人民币 124,207.80 万元，资金缺口由公司自筹解决。如未发生重大的不可预测的市场变化，本次公开发行股票所募集资金将按照以上项目进行投资。

本次发行募集资金到位前，公司可根据各项目的实际进度，以自有资金或银行借款等支付项目所需款项；本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关制度要求使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自有资金、银行借款以及支付项目剩余款项。

如本次公开发行实际募集资金净额超过项目预计募集资金投入总额的，超过部分用于补充与公司主营业务有关的流动资金；如实际募集资金净额少于上述项目预计募集资金投入总额的，不足部分由公司自筹资金解决。

#### （二）募集资金投向符合国家产业政策等法律法规情况的说明

公司本次发行募集资金投资项目均已履行了相应的备案等手续，符合国家产

业政策、环境保护等法律、法规和规章规定。本次发行股票募集资金投资项目是公司主营业务的进一步发展及补充，有助于增强公司研发团队实力，提升服务质量，增强公司的核心竞争力，强化公司在互联网广告行业的优势。

保荐机构和发行人律师认为：发行人本次募集资金投资项目已经有权政府部门备案和发行人内部批准，符合国家产业政策、环境保护相关法律、法规和规章规定。

### （三）募集资金专项存储制度的建立和执行情况

公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过了《关于修订〈易点天下网络科技股份有限公司募集资金管理制度（草案）〉的议案》。该办法对于公司募集资金专户存储、使用、投资项目变更、管理和监督等进行了具体规定。本次募集资金到位后，将存放在董事会指定的专项账户，在保荐机构和证券交易所监督下严格按照计划使用，确保募集资金使用合法合规。

### （四）董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

#### 1、董事会意见

公司第三届董事会第七次会议、2020 年度第二次临时股东大会审议通过了《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》。经过审慎分析、论证，董事会认为：本次发行股票募集资金投资项目围绕公司主营业务展开，符合公司的发展战略。本次募集资金数额和投资项目是根据公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力测算的，有利于提高公司主营业务盈利能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力。因此，本次发行股票募集资金运用具有可行性。

#### 2、募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应的依据

##### （1）募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模相适应

公司作为企业国际化智能营销服务商，主营业务是为客户提供全球营销推广服务，报告期各期实现主营业务收入分别为 179,924.90 万元、197,841.81 万元和 249,210.66 万元。自设立以来，公司始终坚持以技术驱动发展，持续进行互联网

广告技术的开发投入，专注于为客户提供更为优质的服务。因此，募集资金数额和投资项目是与公司现有生产经营规模相适应的。

## （2）募集资金数额和投资项目与公司现有财务状况相适应

报告期内公司业务健康发展、财务状况良好。为进一步满足未来互联网广告市场的需求，保持市场竞争力，保持技术优势，公司拟建设“程序化广告平台升级项目”和“研发中心建设项目”，以加强技术研发团队的实力，进一步提升公司的盈利能力，优化公司的财务状况。因此，公司募集资金金额和投资项目是与公司现有财务状况相适应的。

## （3）募集资金数额和投资项目与公司现有技术水平相适应

公司高度重视科技创新和技术投入，已经建立了完善的持续创新体系，包括以业务需求为导向的创新机制、市场化的激励机制以及完善的人才培养机制。同时，公司已取得数十项软件著作权，正在申请多个专利，并储备了多个在研项目，在行业内具备较强的技术优势。因此，募集资金数额和投资项目是与公司现有技术水平相适应的。

## （4）募集资金数额和投资项目与公司管理能力相适应

公司专注为广告主及互联网媒体提供优质的、高效的互联网广告服务，拥有经验丰富的管理团队。目前，公司管理层深耕互联网广告行业，了解互联网广告前沿技术走向，使得公司的技术研发和服务得以紧跟经营战略和市场变化。因此，募集资金数额和投资项目是与公司管理能力相适应的。

## （五）募集资金投资项目对同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目的顺利实施有利于扩大公司的业务规模、提升公司的服务水平，完善公司的研发实力，增强公司的竞争优势，实施后不会导致公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业产生同业竞争，不会对公司的独立性产生不利影响。

## （六）募集资金投入不会导致公司生产经营模式发生变化

本次募集资金投资项目建成实施后，公司的资产规模和业务规模将有显著的提升，但生产经营模式不会发生变化。

## 二、募集资金投资项目建设的必要性和可行性

### （一）本次募集资金投资项目必要性分析

#### 1、扩大经营规模，提升服务能力

互联网广告市场的快速发展将会导致行业格局的重塑，只有抓住行业成长的窗口期，迅速扩大规模、持续占领市场份额，才能保持和强化公司的竞争优势，在市场竞争中持续具备竞争力。经过多年的行业耕耘，公司目前在移动互联网营销领域已具有较强的综合服务能力，积累了大量业务实践经验。基于行业迅速发展的趋势，公司需要在现有业务基础上，扩大经营规模，提高服务能力，获得更大的市场份额。

#### 2、进一步巩固和提高公司技术竞争优势

随着大数据、人工智能、云计算技术的高速发展和行业渗透，新的竞争环境使互联网广告技术的重要性越来越突出，只有借助高效智能的技术系统，才能更好应对行业的新挑战，更全面、更准确地完成广告主个性化的营销目标并控制广告投放的成本。

为了适应移动互联网时代新技术更新的速度和趋势，为客户提供更为精准、高效的广告服务，公司必须加大研发投入，向着自动化、精细化、智能化的方向发展，提升现有广告投放能力，提升用户流量转化的能力，将公司在移动互联网广告领域已经获得的优势继续保持和扩大，增强核心竞争力，确保公司在这一关键技术领域内始终具有竞争优势。

#### 3、提升公司综合服务能力，满足不断增多的客户业务需求

目前，公司已经建立了较为完善的业务流程，搭建了功能完善的服务体系，可以满足现有业务的正常开展。但由于效果广告投放需要对接众多渠道和媒体，而不同渠道媒体在广告形态、效果价值评估、用户规模、用户群体特性、用户地域覆盖等众多因素上均存在差异，加之不同行业、不同类型客户对营销结果的要求不尽相同，因此，公司必须不断强化自身在广告主管理、媒体资源管理、用户画像管理等方面的服务能力，持续优化和提升自身综合服务能力，满足未来一段时间公司现有客户新增业务以及新客户业务的顺利开展，保障公司业务的可持续

发展。

#### **4、增强公司的盈利能力**

随着移动互联网技术的进步，互联网广告技术日趋复杂，互联网广告服务企业面临更大的挑战，越来越需要通过智能化的系统平台管理复杂的数据和提高决策效率。公司的募投项目有助于增强公司的技术实力，提升业务效率，从而为客户提供更为优质的服务，增强公司的综合竞争力与盈利能力。

## **（二）本次募集资金投资项目可行性分析**

### **1、公司雄厚的技术实力是项目顺利实施的重要基础**

作为企业国际化智能营销服务商，公司凭借多年的技术积累、专业的运营经验和完善的服务体系，筑建了一定的竞争优势壁垒。公司利用人工智能、云计算及大数据技术，通过自主研发的智能化系统平台实现移动互联网广告的精准投放，并且通过丰富的定制化服务辅助系统为客户提供更具针对性的解决方案，更好的服务跨境电商、移动应用、游戏等各种业务场景。公司多年的技术实践经验和积累是募投项目顺利实施的重要基础。

### **2、高质量的技术团队和规范的研发机制为项目建设提供了有力保障**

公司在过去的研发过程中，培养出了一批综合实力强、稳定可靠的技术研发骨干，能够最大限度地提高整个技术团队的研发及创新效率。公司十分注重研发团队管理，建立了良好的人才培养机制，具体包括推行新员工入职培训、在职人员业务培训等多个人才培养提升计划。

同时，公司拥有规范的研发实施流程、详细可行的实施计划，从初级测试、全面综合调试、商业化应用发布等每一个研发环节都有充分的计划，对从研发到实施的每个阶段都能够实施有效的控制。综上，公司拥有高质量的技术团队和规范的研发机制，加之对行业技术特点和发展趋势的理解，为公司的发展和项目建设提供了强有力的保障。

### **3、优质的媒体资源和客户资源为项目实施提供了有利条件**

媒体资源作为互联网广告的最终载体，广告主更倾向于与拥有更多优质媒体资源的广告服务商建立合作关系，以得到更好的推广效果。经过多年的不断积累，

公司目前已经和全球知名的媒体资源平台建立了长期稳定的合作关系。此外，公司也积累了大量优质的广告主资源，例如阿里巴巴、腾讯、网易、字节跳动、快手、爱奇艺等。综上所述，优质的媒体资源和客户资源为公司未来持续经营和盈利奠定了坚实的资源基础，同时为募投项目的顺利实施提供了有利条件。

#### **4、良好的品牌形象保障项目的顺利实施**

公司秉持“科技让世界变得更平”的美好愿景，通过不断的技术创新成功的帮助一批国内、外企业实现了快速全球化布局与发展，广告营销效果受到了电商企业、移动应用开发者、游戏公司等各细分领域客户的广泛认可好评。凭借技术优势与深刻的行业认知，公司在全球互联网广告行业内树立了良好的品牌形象。公司良好的品牌形象为募投项目的实施奠定了良好的品牌基础，使得产品和服务更易被市场接受和认可，保障本项目的顺利实施。

### **三、本次募集资金投资项目的具体情况**

#### **（一）程序化广告平台升级项目**

##### **1、项目概况**

程序化广告平台升级项目将对公司现有广告平台系统进行优化升级，同时引进专业的高素质人才团队，强化公司在广告主及广告合约管理、广告预算智能分配、全球媒体资源管理、用户画像管理、精准广告投放、效果数据追踪和反馈优化等方面的服务能力，进一步提升公司广告营销的精准度和转化效果，巩固和强化公司核心竞争优势，扩大市场占有率。

##### **2、项目建设内容及投资概算**

本项目计划总投资 89,207.80 万元，其中办公场所租金 3,186.45 万元，服务器租金 5,092.33 万元，人工成本 62,640.00 万元，铺底流动资金 18,289.03 万元。项目实施主体为易点天下，项目建设地点位于西安，项目建设期 3 年。

具体资金使用计划如下：

单位：万元

序号	项目名称	投资进度			
		T+1	T+2	T+3	合计
1	办公场所租赁	1,062.15	1,062.15	1,062.15	3,186.45
2	服务器租金	1,060.85	1,664.78	2,366.70	5,092.33
3	人工成本	15,660.00	20,880.00	26,100.00	62,640.00
4	铺底流动资金	7,315.61	7,315.61	3,657.81	18,289.03
合计		25,098.61	30,922.54	33,186.66	89,207.80

### 3、项目备案情况

本项目已履行了备案程序，公司取得了西安高新区行政审批服务局出具的编号为 2019-610161-72-03-062312 的陕西省企业投资项目备案确认书。

### 4、采取的环保措施以及环保设备和资金投入情况

本项目建设不属于重度污染行业，项目建设也不存在土建施工。公司经营符合环保要求，公司在经营发展过程中十分重视环境保护工作。公司在项目设计、建设和经营中贯彻可持续发展战略，采取了有效的防治措施。

### 5、项目实施进展安排

项目由公司组织实施，相关办公场所租赁及装修、设备采购、安装调试、人员招聘、项目开发将在 3 年内完成。项目实施进度如下：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
办公场所租赁及装修												
服务器租赁及安装调试												
人员招聘及培训												
平台升级建设												

## （二）研发中心建设项目

### 1、项目概况

在互联网行业出海发展浪潮呈现高速发展的当下，为进一步提升公司的互联网营销智能化水平，保持公司行业技术优势，公司拟建设研发中心，通过招聘优

秀的人才组建专业团队，同时购置研发所需硬件设备及应用软件，集中开展智能创意素材系统、智能运营系统等课题的研发，以提升公司研发能力和技术创新水平，提高公司的核心竞争力，促进公司业务的全面持续发展。

## 2、项目建设内容及投资概算

本项目计划总投资 15,000.00 万元，其中 IT 设备购置 3,800.00 万元，研发人工成本 11,200.00 万元。项目实施主体为易点天下，项目建设地点位于西安，项目建设期 3 年。

具体资金的使用计划如下：

序号	项目名称	投资进度			
		T+1	T+2	T+3	合计
1	IT 设备购置	1,520.00	1,520.00	760.00	3,800.00
2	研发人工成本	2,400.00	4,000.00	4,800.00	11,200.00
合计		3,920.00	5,520.00	5,560.00	15,000.00

## 3、项目备案情况

本项目已履行了备案程序，公司取得了西安高新区行政审批服务局出具的编号为 2019-610161-72-03-063250 的陕西省企业投资项目备案确认书。

## 4、采取的环保措施以及环保设备和资金投入情况

本项目建设不属于重度污染行业，项目建设也不存在土建施工。公司经营符合环保要求，公司在经营发展过程中十分重视环境保护工作。公司在项目设计、建设和经营中贯彻可持续发展战略，采取有效的防治措施。

## 5、项目实施进展安排

项目由公司组织实施，相关办公场所租赁及装修、设备采购、安装调试、人员招聘、项目开发将在 3 年内完成。项目实施进度如下：

项目	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
设备询价、采购												
人员招聘及培训												
新技术的性能评价及应用研究												

### （三）补充流动资金

#### 1、项目概况

根据公司业务发展规划和对营运资金的需求，公司拟使用本次募集资金20,000.00万元用于补充流动资金，公司将根据募集资金到位时公司的流动资金需求量做相应调整。补充流动资金有利于保证公司生产经营所需资金、进一步优化资产负债结构及降低财务风险，增强公司的市场竞争力，为公司未来的战略发展提供支持。

#### 2、补充流动资金的管理

公司将严格按照募集资金管理制度的规定，将流动资金存入董事会决定的专户管理。由公司董事会根据公司发展战略及实际经营需求审慎进行统筹安排，该等资金将全部用于公司的主营业务，具体用途由董事会审议后确定，必要时需经公司股东大会审议批准。公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所颁布的有关规定以及公司的募集资金管理制度，根据业务发展的需要使用该项流动资金。在具体资金使用过程中，将严格按照公司财务管理制度和资金审批权限进行。同时，公司在进行流动资金使用时，将在科学预算和合理调度的基础上，合理安排资金的使用方向、进度和数量，保障募集资金的安全和使用效率，并保障不断提高股东收益。

#### 3、对公司财务状况及经营成果的影响

本次募集资金补充流动资金后，无法在短期内产生经济效益，因此在短期内面临净资产收益率等财务指标下降的风险。但长期来看，补充流动资金有利于进一步推进公司主营业务的发展、改善公司的资产质量，提升公司偿债能力与资产流动性，实现公司的稳步健康发展，对公司的生产经营具有积极意义。

#### 4、对提升公司核心竞争力的作用

本次募集资金补充流动资金后，将为公司持续快速发展提供有力支持。同时公司将进一步提高核心技术产品的研发投入并扩大市场竞争优势，提升公司的研发和创新能力，进一步增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，推动公司的长远发展。

## 四、募集资金运用对公司财务状况和经营成果的影响

### （一）募集资金运用对公司财务状况的影响

#### 1、对公司财务结构的影响

本次发行后，公司资产总额、净资产规模都将增加，公司的资产负债结构亦将会得到进一步优化。公司未来将继续顺应高速发展的市场需求，公司资产规模的扩大将有助于抗风险能力的提升；资产负债率的降低，将有助于公司进一步使用财务杠杆，提升公司的发展速度。

#### 2、对每股净资产和净资产收益率的影响

本次募集资金到位后，公司的净资产及每股净资产将大幅提高。在募集资金到位初期，由于各投资项目尚处于投入期，收益还未实现，公司净资产收益率在短期内将有所降低。随着募集资金投资项目的建设完成，公司的盈利能力会得到提升，净资产收益率也会随之提高。同时，净资产增加将使公司股票的内在价值有较大幅度的提高，增强公司资金规模和实力，提升公司后续持续融资能力和抗风险能力。

### （二）募集资金运用对公司经营成果的影响

本次募集资金投资项目实施后，公司研发支出将会进一步增加，虽然研发支出增加对公司利润水平存在一定影响，但总体上公司业务经营规模将随之进一步扩大，形成更明显的规模优势，服务效率和品质得到进一步提升，利润总额及净利润水平也将明显增加，提升公司的盈利水平和核心竞争力。

长期来看，募集资金投资项目的建设完成将有利于实现公司的战略目标，增强公司的核心竞争力，使公司在未来的市场竞争中获得更大的竞争优势，巩固并提升公司的行业地位。

## 第十一节 其他重要事项

### 一、重要合同

截至本招股说明书签署日，公司正在履行的，对公司的生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同如下：

#### （一）销售合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行的重大销售合同主要如下：

序号	合同名称	客户名称	公司名称	合同期限/生效日期
1	Online Targeting Service Agreement Supplemental Agreement	Alibaba.com Singapore E-Commerce Private Limited	香港 Click	2019.5.20-2020.5.30
2	协议	ChicV International Holding Limited	香港 Click	2018.1.1-2020.12.31
3	协议	Parbat Hongkong Limited	香港 Click	2018.1.1 生效，提前 48 小时通知可终止合同
4	Insertion Order	Zoetop Business Co., Limited	香港 Click	2015.11.1 生效，提前 48 小时通知可终止合同
5	Insertion Order	Candymobi Information Technology Co., Limited	香港 Click	2018.9.1 生效，提前 48 小时通知可终止合同

上述合同均就双方合作的主要条款作出约定，具体交易金额根据实际发生情况结算。

#### （二）采购合同

截至本招股说明书签署日，本公司正在履行的重大采购合同主要如下：

序号	合同名称	供应商名称	公司名称	合同期限/生效日期
1	China Partner Capability Fund Program Agreement	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	香港 Click	2020.1.1-2020.12.31
2	代理商数据推广商务合作协议	湖北今日头条科技有限公司	西安广知	2020.1.1-2020.12.31
3	媒体平台网络推广代理服务合同	Hongkong Zoom Interactive Network Marketing Technology Limited	香港 Click	2020.1.1-2020.12.31
4	合同	Yino (Hongkong)	香港 Click	2019.4.1 生效，提前

序号	合同名称	供应商名称	公司名称	合同期限/生效日期
		Digital Technology Co., Limited		7 个工作日通知可解除合同
5	广告发布合同	Bluefocus International Limited	香港 Click	2020.1.1-2020.12.31

框架合同均就双方合作的主要条款作出约定，具体交易金额根据实际发生情况结算。

## 二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司无对外担保。

## 三、重大诉讼、仲裁及其他情况

### （一）公司及其控股子公司的重大诉讼、仲裁情况

截至本招股说明书签署日，公司及其控股子公司尚未了结的诉讼、仲裁情况如下：

#### 1、日本 Click 诉讼事项

2018 年 9 月，原日本 Click 代表取缔役半沢龙之介因合同纠纷在日本向日本 Click 提起诉讼，要求被告根据 2017 年 5 月签署的协议向半沢龙之介支付 500 万人民币及相应利息、违约金 1 亿日元及相应利息。

2019 年 7 月，日本 Click 就上述案件向半沢龙之介提起反诉，主张：由于半沢龙之介在担任日本 Click 代表取缔役期间，违反日本公司法的相关规定，在未经股东同意的情况下，将自己的薪酬提高，由此要求其返还与正常薪酬之间的差额及相应利息。

截至本招股说明书签署日，上述案件尚在审理过程中。

根据向日本代理诉讼律师的函证，日本 Click 按照原告诉求赔偿的概率小于 50%，因此上述诉讼案件不会对公司经营活动产生重大不利影响。

#### 2、西安广知仲裁事项

由于杭州斑马电子商务有限公司（以下简称“杭州斑马”）未按照合同约定向公司支付广告投放费用，2019 年 8 月，西安广知向上海国际经济贸易仲裁委

员会（上海国际仲裁中心）申请在上海进行仲裁，要求杭州斑马支付投放费用4,968,594.25元以及根据合同约定适用的滞纳金，并承担仲裁费用。

上海国际经济贸易仲裁委员会（上海国际仲裁中心）于2019年8月28日出具了“（2019）沪贸仲字第13618号”《SDC20190782<协议>（2019.3.5）争议仲裁案受理通知》，正式受理本案；后于2019年10月18日组成仲裁庭，2019年11月21日第一次开庭审理本案。本案的裁决期限原为2020年2月17日，根据适用的仲裁规则，上述期限已延长。

截至本招股说明书签署日，上述仲裁案件尚未结案，双方正在协商和解过程中。

鉴于公司是仲裁的申请人，仲裁双方正在协商和解过程中，因此上述仲裁案件不会对公司经营活动产生重大不利影响。

截至本招股说明书签署日，除上述事项外，公司不存在对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

## **（二）公司控股股东、实际控制人及公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的重大诉讼、仲裁及其他情况**

公司控股股东、实际控制人及公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均不存在尚未了结的或可预见的对公司产生影响的重大诉讼、仲裁事项。

公司控股股东、实际控制人最近三年内不存在重大违法行为。

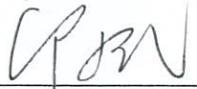
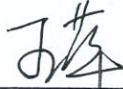
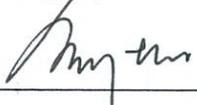
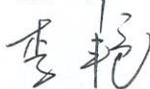
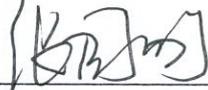
公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均未涉及刑事诉讼。

## 第十二节 有关声明

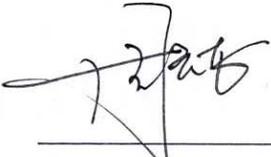
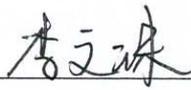
### 一、本公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

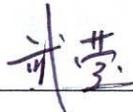
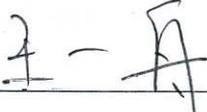
公司全体董事签名：

 邹小武	 孙凤正	 王萍
 程华杰	 俞喆	 李艳
 冯轶	 张国昀	 张蒙

公司全体监事签名：

 陈文凯	 周云龙	 李文珠
--	--	--

其他高级管理人员签名：

 武莹	 王一舟	 杨晓鸥
---	--	--

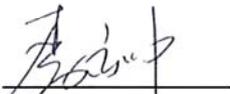
易点天下网络科技股份有限公司

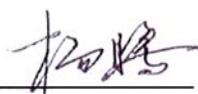


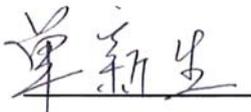
2020年4月7日

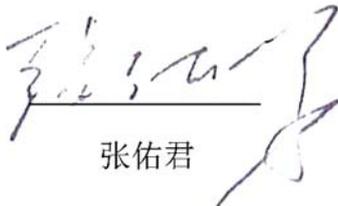
## 保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，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、完整性和及时性承担相应的法律责任。

保荐代表人：  
  
李亦中

  
杨 腾

项目协办人：  
  
单新生

法定代表人：  
  
张佑君

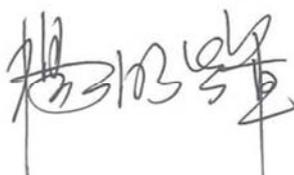


2020年4月7日

## 保荐机构总经理声明

本人已认真阅读易点天下网络科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：

  
\_\_\_\_\_  
杨明辉

2020年4月7日

## 保荐机构董事长声明

本人已认真阅读易点天下网络科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：

  
张佑君



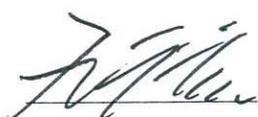
中信证券股份有限公司

2020年4月7日

## 发行人律师声明

本所及经办律师已阅读《易点天下网络科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股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，并对招股说明书引用法律意见书和律师工作报告的内容的真实性、准确性、完整性和及时性承担相应的法律责任。

经办律师：

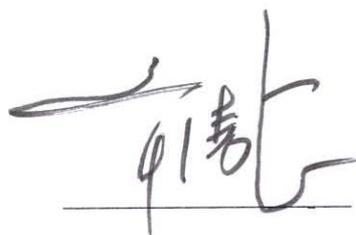


孔 瑾



裘晓磊

律师事务所负责人：



章靖忠



2020年4月7日



KPMG Huazhen LLP  
 8th Floor, KPMG Tower  
 Oriental Plaza  
 1 East Chang An Avenue  
 Beijing 100738  
 China  
 Telephone +86 (10) 8508 5000  
 Fax +86 (10) 8518 5111  
 Internet kpmg.com/cn

毕马威华振会计师事务所  
 (特殊普通合伙)  
 中国北京  
 东长安街1号  
 东方广场毕马威大楼8层  
 邮政编码: 100738  
 电话 +86 (10) 8508 5000  
 传真 +86 (10) 8518 5111  
 网址 kpmg.com/cn

### 关于易点天下网络科技股份有限公司 招股说明书的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读易点天下网络科技股份有限公司首次公开发行股票招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制审核报告及经本所核验的非经常性损益明细表无矛盾之处。本所及签字注册会计师对易点天下网络科技股份有限公司在招股说明书中引用的审计报告、内部控制审核报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股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：

卢鹏鹏



徐晓明



会计师事务所负责人签名：

邹俊



毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）

2020年4月7日

## 评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的沪申威评报字(2012)第 377 号报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师：

（已离职）

居 莺

（已离职）

倪红元

评估机构负责人：



马丽华

上海申威资产评估有限公司



## 上海申威资产评估有限公司

### 关于签字注册资产评估师居莺、倪红元离职的说明

上海申威资产评估有限公司（以下简称“本机构”）于2012年12月6日出具了《武汉孚曼机械有限公司拟股份制改制项目资产评估报告》（沪申威评报字（2012）第377号），签字注册资产评估师为居莺、倪红元（其注册资产评估师证书编号分别为31110003、31050001）。

居莺、倪红元已分别于2014年12月、2013年3月从本机构离职，因此无法在本机构出具的“承担资产评估业务的机构关于易点天下网络科技股份有限公司（曾用名为：湖北高曼重工股份有限公司、武汉孚曼机械有限公司）招股说明书的声明”上签字。

特此说明。

评估机构负责人：



马丽华

上海申威资产评估有限公司



## 验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股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、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

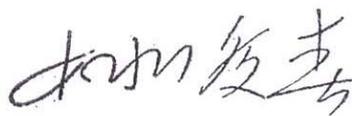
（已离职）

（已离职）

金建海

揭慧芳

会计师事务所负责人：



姚庚春

中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所



2020年4月7日

## 中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所 关于签字会计师金建海、揭慧芳离职的说明

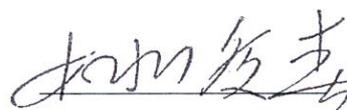
中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所（转制前名称为：中兴财光华会计师事务所有限公司上海分所，以下简称“本所”）于2012年12月22日出具了湖北高曼重工股份有限公司（筹）验资审计项目 No. ZXHS0007 号《验资报告》，签字注册会计师为金建海、揭慧芳（其注册会计师证书编号分别为310000612268、360100150042）。

金建海、揭慧芳已分别于2017年4月、2019年3月从本所离职，因此无法在本所出具的“承担验资业务的机构关于易点天下网络科技股份有限公司（更名前为：湖北高曼重工股份有限公司）招股说明书的声明”上签字。

本所（即中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所）系由原中兴财光华会计师事务所有限公司上海分所经相关部门批准转制而成。原中兴财光华会计师事务所有限公司上海分所的相关执业资格及其相关责任由转制后的中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所承继。

特此说明。

会计师事务所负责人：



姚庚春

中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）上海分所



2020年4月7日

## 第十三节 附件

### 一、备查文件

- （一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- （二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （三）发行人控股股东、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告（如有）；
- （六）盈利预测报告及审核报告（如有）；
- （七）内部控制审核报告；
- （八）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （九）法律意见书及律师工作报告；
- （十）公司章程（草案）；
- （十一）中国证监会核准本次发行的文件；
- （十二）其他与本次发行有关的重要文件。

### 二、查阅时间

本次股票发行承销期内，除法定节假日以外的每日上午 9:30-11:30，下午 14:00-16:00。

### 三、查阅地点

发行人：易点天下网络科技股份有限公司
电话：029-85221569
联系人：王萍

地址：西安市高新区天谷八路 156 号软件新城研发基地二期 A3-1 西 101 室

保荐人（主承销商）：中信证券股份有限公司