



三人行传媒集团股份有限公司

(陕西省西安市高新区科技二路 72 号西安软件园唐乐阁 E401)

首次公开发行股票并上市 招股说明书

保荐机构（主承销商）



(注册地址：福州市湖东路 268 号)

发行概况

- 发行股票类型：人民币普通股（A股）
- 发行股数：本次发行不超过 1,726.67 万股，发行完成后，本次公开发行股票数量占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。
- 每股面值：1.00 元
- 每股发行价格：60.62 元
- 预计发行日期：2020 年 4 月 27 日
- 拟上市的证券交易所：上海证券交易所
- 发行后总股本：不超过 6,906.67 万股
- 本次发行前股东所持股份的流通限制及股东自愿锁定的承诺：
- 1、公司的控股股东西安多多、持股 5%以上股东西安众行承诺：（1）三人行在中国境内首次公开发行 A 股股票并在证券交易所上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票并上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。因公司进行权益分派等导致本企业直接持有公司的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。（2）公司上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的，则按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价（若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的，则按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整）低于发行价，本企业持有的公司股份的锁定期自动延长 6 个月。（3）本企业所持公司股份如在锁定期满两年内减持，减持价格不低于上市发行价，若上述期间公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为的，则上述价格将按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整。
 - 2、公司实际控制人钱俊冬和崔蕾承诺：（1）三人行在中国境内首次公开发行 A 股股票并在证券交易所上市之日起 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公司首次公开发行股票并上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。因公司进行权益分派等导致本人直接持有公司的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。（2）公司上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的，则按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价（若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、

除权的，则按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整) 低于发行价，本人持有的公司股份的锁定期自动延长 6 个月。(3) 本人所持股份如在锁定期满两年内减持，减持价格不低于上市发行价，若上述期间公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为的，则上述价格将按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整。(4) 上述承诺不因本人不再作为公司实际控制人而终止。

钱俊冬作为公司董事、高级管理人员同时承诺：在本人任职期间每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%，在离职后 6 个月内不转让本人直接或者间接持有的公司股份。

3、公司的自然人股东马勇、范兴红、韩小舟、吴德海、燕宁、王道远承诺：(1) 三人行在中国境内首次公开发行 A 股股票并在证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人已经直接或者间接持有的公司首次公开发行股票并上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。(2) 因三人行进行权益分派等导致本人持有三人行的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

4、公司的非自然人股东宁波君度、科大讯飞、北京天然道、共青城银汐、珠海光控、宿迁新锐扬、新疆诚维佳、深圳酷开、共青城安丰承诺：(1) 三人行在中国境内首次公开发行 A 股股票并在证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票并上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。(2) 因公司进行权益分派等导致本企业直接持有公司的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。(3) 如届时中国证监会对上述锁定期有其他要求，则上述锁定期将按照中国证监会有关规定和要求进行相应调整。

保荐人/主承销商： 兴业证券股份有限公司

招股说明书签署日期： 2020 年 4 月 23 日

发行人声明

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

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及其摘要中财务会计资料真实、完整。

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

中国证监会、其他政府部门对本次发行所做的任何决定或意见，均不表明其对发行人股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，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，由此变化引致的投资风险，由投资者自行负责。

投资者若对本招股说明书及其摘要存在任何疑问，应咨询自己的股票经纪人、律师、会计师或其他专业顾问。

目录

发行概况	1
发行人声明	3
目录.....	4
重大事项提示	10
一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺	10
二、关于稳定股价措施的预案.....	11
三、发行前控股股东、实际控制人、持股 5% 以上股东的减持意向的承诺	14
四、首次公开发行股票相关文件真实性、准确性、完整性的承诺.....	17
五、本次发行后的股利分配政策.....	20
六、关于填补被摊薄即期回报的措施和承诺.....	23
七、关于未履行承诺时的约束措施的承诺.....	26
八、滚存利润的分配安排.....	29
九、风险因素提示.....	29
十、审计截止日后的主要财务信息和经营状况.....	31
第一节 释义	33
第二节 概览	37
一、发行人简介.....	37
二、控股股东和实际控制人简介.....	39
三、发行人主要财务数据和指标.....	40
四、本次发行情况.....	41
五、募集资金主要用途.....	42
第三节 本次发行情况	43
一、发行基本情况.....	43
二、本次发行的有关当事人.....	44

三、公司与本次发行有关中介机构的关系.....	46
四、本次预计发行上市的重要日期.....	46
第四节 风险因素	47
一、经营风险.....	47
二、财务风险.....	49
三、法律风险.....	51
第五节 发行人基本情况	52
一、发行人基本资料.....	52
二、发行人改制重组情况.....	52
三、发行人股本形成及其变化情况和资产重组情况.....	56
四、历次验资情况及发行人设立时发起人投入资产的计量属性.....	70
五、发行人股东控制结构和组织结构.....	70
六、发行人控股、参股公司情况.....	73
七、发起人、持有公司 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况	80
八、发行人股本情况.....	87
九、发行人内部职工股情况.....	90
十、工会持股、职工持股会、信托持股、委托持股等情况.....	90
十一、发行人员工及其社会保障情况.....	90
十二、持有 5% 以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况.....	93
第六节 业务和技术	95
一、发行人的主营业务及设立以来的变化情况.....	95
二、发行人所处行业的基本情况.....	97
三、发行人在行业中的竞争地位.....	122
四、发行人主营业务具体情况.....	127
五、发行人的主要固定资产与无形资产情况.....	158

六、特许经营权.....	169
七、发行人研发情况.....	169
八、发行人境外生产经营及拥有资产情况.....	172
第七节 同业竞争与关联交易	173
一、独立性情况.....	173
二、同业竞争情况.....	174
三、关联方及关联关系.....	177
四、关联交易.....	182
五、关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....	188
六、规范和减少关联交易的措施.....	189
第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员	192
一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的的基本情况.....	192
二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况.....	196
三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员对外投资情况.....	196
四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员薪酬情况.....	197
五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况.....	198
六、董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员相互之间存在的亲属关系.....	199
七、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员所签定的协议和承诺.....	199
八、公司董事、监事、高级管理人员的任职资格.....	200
九、最近三年公司董事、监事与高级管理人员变动情况.....	200
第九节 公司治理	201
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....	201
二、公司战略、审计、提名、薪酬与考核委员会设置情况.....	208
三、近三年违法违规情况.....	209
四、资金占用和对外担保情况.....	210

五、公司内部控制制度情况.....	210
第十节 财务会计信息	211
一、发行人财务报表.....	211
二、财务报表审计意见.....	219
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....	221
四、重要会计政策和会计估计.....	222
五、税项.....	256
六、非经常性损益.....	258
七、最近一期末主要资产情况.....	259
八、最近一期末主要负债情况.....	262
九、所有者权益变动情况.....	264
十、现金流量情况.....	265
十一、期后事项、或有事项及其他重要事项.....	265
十二、主要财务指标.....	267
十三、资产评估情况.....	269
十四、历次验资情况.....	269
第十一节 管理层讨论与分析	270
一、财务状况分析.....	270
二、盈利能力分析.....	287
三、现金流量分析.....	311
四、重大资本性支出.....	314
五、公司审计截止日后的主要财务信息及经营状况.....	314
六、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析.....	315
七、股东未来分红回报分析.....	317
八、本次发行摊薄即期回报的测算及相关填补回报措施.....	318
第十二节 业务发展目标	320

一、公司未来发展规划.....	320
二、公司实现发展规划拟采取的措施.....	320
三、公司达成发展规划所依据的假设条件.....	321
四、公司实施发展规划所面临的困难.....	322
五、公司确保实现发展规划采用的方法或途径.....	322
六、业务发展计划与现有业务的关系.....	322
七、本次募集资金对实现上述业务发展目标的作用.....	322
第十三节 募集资金运用	324
一、募集资金投资项目概况.....	324
二、董事会对募集资金投资项目情况的可行性分析意见.....	325
三、募集资金投资项目具体情况.....	326
四、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响.....	333
第十四节 股利分配政策	334
一、发行前公司股利分配政策.....	334
二、最近三年股利分配情况.....	335
三、发行前滚存利润的分配安排.....	335
四、本次发行后的股利分配政策.....	335
第十五节 其他重要事项	340
一、信息披露制度及投资者关系负责部门及人员.....	340
二、重要合同.....	340
三、发行人对外担保的有关情况.....	344
四、发行人涉及的重大诉讼或仲裁事项.....	344
五、发行人控股股东等涉及的重大诉讼或仲裁事项.....	344
六、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况.....	344
第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明	345
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....	345

保荐机构（主承销商）声明.....	346
保荐机构董事长声明.....	347
保荐机构总经理声明.....	348
发行人律师声明.....	349
审计机构声明.....	350
资产评估机构声明.....	351
验资机构声明.....	352
第十七节 备查文件	353
一、备查文件.....	353
二、文件查阅时间.....	353
三、文件查阅地点.....	353

重大事项提示

本公司提醒投资者特别关注以下重大事项及风险，并认真阅读本招股说明书“风险因素”章节的全部内容。

一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

1、公司的控股股东西安多多、持股 5% 以上股东西安众行承诺：（1）三人行在中国境内首次公开发行 A 股股票并在证券交易所上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票并上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。因公司进行权益分派等导致本企业直接持有公司的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。（2）公司上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的，则按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整）均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价（若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的，则按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整）低于发行价，本企业持有的公司股份的锁定期自动延长 6 个月。（3）本企业所持公司股份如在锁定期满两年内减持，减持价格不低于上市发行价，若上述期间公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为的，则上述价格将按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整。

2、公司的实际控制人钱俊冬和崔蕾承诺：（1）三人行在中国境内首次公开发行 A 股股票并在证券交易所上市之日起 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公司首次公开发行股票并上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。因公司进行权益分派等导致本人直接持有公司的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。（2）公司上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的，则按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整）均低于

发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价（若因公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权的，则按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整）低于发行价，本人持有的公司股份的锁定期自动延长 6 个月。

（3）本人所持股份如在锁定期满两年内减持，减持价格不低于上市发行价，若上述期间公司发生派发股利、送红股、转增股本、增发新股或配股等除息、除权行为的，则上述价格将按照中国证监会、证券交易所有关规定进行相应调整。（4）上述承诺不因本人不再作为公司实际控制人而终止。

钱俊冬作为公司董事、高级管理人员同时承诺：在本人任职期间每年转让的股份不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%，在离职后 6 个月内不转让本人直接或者间接持有的公司股份。

3、公司的自然人股东马勇、范兴红、韩小舟、吴德海、燕宁、王道远承诺：

（1）三人行在中国境内首次公开发行 A 股股票并在证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本人已经直接或者间接持有的公司首次公开发行股票并上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。（2）因三人行进行权益分派等导致本人持有三人行的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。

4、公司的非自然人股东宁波君度、科大讯飞、北京天然道、共青城银汐、珠海光控、宿迁新锐扬、新疆诚维佳、深圳酷开、共青城安丰承诺：（1）三人行在中国境内首次公开发行 A 股股票并在证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的公司首次公开发行股票并上市前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。（2）因公司进行权益分派等导致本企业直接持有公司的股份发生变化的，仍应遵守上述规定。（3）如届时中国证监会对上述锁定期有其他要求，则上述锁定期将按照中国证监会有关规定和要求进行相应调整。

二、关于稳定股价措施的预案

本次发行前，公司及公司控股股东、董事及高级管理人员制定了上市后三年

内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的预案，本预案经公司第二届董事会第四次会议、2019年第一次临时股东大会审议通过，具体内容如下：

（一）本预案有效期及触发稳定股价措施日

1、本预案自公司股票上市之日起三年内有效。

2、在本预案有效期内，一旦公司股票出现连续二十个交易日收盘价均低于公司最近一期末经审计的每股净资产值（公司最近一期审计基准日后，因派息、送股、资本公积转增股本、增发、配股或缩股等事项导致公司净资产或股份总数发生变化的，则每股净资产相应进行调整，下同），非因不可抗力，则在符合相关法律法规、中国证监会相关规定及其他有约束力的规范性文件规定且公司股权分布符合上市条件的前提下，控股股东、本公司及董事（不含独立董事，下同）和高级管理人员等相关主体将启动稳定公司股价的措施。上述收盘价低于公司每股净资产的第二十个交易日为触发稳定股价措施日（简称“触发日”）。

3、触发日后，如股票收盘价连续十个交易日高于最近一期经审计的每股净资产，则可中止实施该次稳定股价措施，中止实施稳定股价措施后，如再次出现公司股票收盘价格连续二十个交易日低于公司最近一期经审计的每股净资产值的情况，则应继续实施上述稳定股价措施。

（二）稳定股价的措施

本预案具体包括三个阶段的稳定股价措施，具体如下：

1、公司回购本公司股份

公司董事会应在触发日次日起十个交易日内制订并公告公司稳定股价方案。公司稳定股价方案包括但不限于公司通过交易所集中竞价交易方式回购公司股票的方案，公司董事会应当综合考虑连续二十个交易日的收盘价的交易价格、公司净资产金额及公司现金流的实际可承受能力等因素，合理确定股份回购数量和回购资金总额上限。本方案须经股东大会审议通过后方可实施。

2、控股股东增持公司股份

如公司董事会未如期公告前述具体增持计划或明确表示未有增持计划，则控股股东在触发日次日起的五个交易日内，应就其是否有增持公司 A 股股票的具体计划书面通知公司并由公司进行公告；如董事会公告的公司稳定股价方案未能通过股东大会，在符合法律法规要求的前提下，控股股东应在公司稳定股价方案未能通过股东大会之日的次日起的十个交易日内制订并公告公司稳定股价方案，如有具体计划，应披露拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息。控股股东实施增持计划的资金来源为自筹，控股股东连续十二个月回购公司股份数量不超过公司股本总额的 2%。

3、公司的董事和高级管理人员增持公司股份

如控股股东未如期公告前述稳定股价方案，在符合法律法规要求的前提下，董事、高级管理人员应在董事会公告期限届满之日的次日起十个交易日内公告增持公司股票方案；如控股股东公告的增持计划实施期满但未实施，则董事、高级管理人员应在控股股东公告的增持计划实施期满日次日起十个交易日内公告增持公司股票方案。董事、高级管理人员应在公告后五个交易日内（如期间存在 N 个交易日限制董事、高级管理人员直接或间接买卖股票，则董事、高级管理人员增持期顺延为 N+5 交易日内）将以不低于上一年度从公司取得薪酬总额（税后）的 20% 用于增持公司股票。

（三）未能履行本预案的约束措施

1、如本公司董事会未能制订或实施需由公司实施的稳定股价方案，董事会应向投资者说明具体原因，公司根据法律法规的规定及监管部门的要求承担相应责任。

2、非因不可抗力，如控股股东未能提出或实施稳定股价的方案，所持股份锁定期自期满后延长六个月。

3、如董事、高级管理人员未能实施稳定股价的方案，本公司自未能履行约定义务当月起扣减相关当事人每月薪酬（税后）的 20%，直至累计扣减金额达到

应履行稳定股价义务的上一会计年度从本公司已取得薪酬总额（税后）的 20%。

4、如因公司股票上市地上市规则等证券监管法规规定（包括但不限于对于社会公众股股东最低持股比例的规定）等客观原因导致控股股东、公司、董事及高级管理人员在一定时期内无法履行其稳定股价义务的，相关责任主体可免于前述惩罚，但亦应积极采取其他措施稳定股价。

（四）其他事项

1、控股股东、公司、董事及高级管理人员在履行其稳定股价义务时，应符合相关法律法规、中国证监会相关规定及其他有约束力的规范性文件的规定，并履行相应的信息披露义务。

2、本预案需提交公司股东大会审议通过，且需经出席股东大会的股东所持有表决权股份总数的三分之二以上同意通过。

3、公司承诺并保证以同意本预案内容作为选任董事、高级管理人员的标准之一，要求新聘任的董事、高级管理人员履行公司发行上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺要求和本预案的相应要求。

三、发行前控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东的减持意向的承诺

（一）控股股东及持股 5%以上股东承诺

发行人控股股东西安多多、持股 5%以上股东西安众行，承诺如下：

1、本企业拟长期持有公司股票。如果在锁定期满后，本企业拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、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。

2、本企业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。本企业

在锁定期满后两年内减持公司股份的，减持价格不低于发行价（如公司上市后有派息、送股、资本公积转增股本、配股及增发等除权除息事项，发行价将相应进行调整）。

3、本企业所持有的股份锁定期届满后，本企业采取集中竞价交易方式或大宗交易方式减持公司股份的，应符合相关法律法规及上海证券交易所规则要求。

4、本企业采取集中竞价交易方式减持的，将在首次卖出公司股份的 15 个交易日前将减持计划（包括但不限于拟减持股份的数量、来源、减持时间区间、方式、价格区间、减持原因）以书面方式通知公司并由公司向交易所备案并予以公告，并按照法律、法规及交易所规定披露减持进展情况。本企业通过集中竞价交易以外的方式减持公司股份时，本企业将提前 3 个交易日将减持计划（包括但不限于拟减持股份的数量、来源、减持时间区间、方式、价格区间、减持原因）以书面方式通知公司并由公司向交易所备案并予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

5、因公司进行权益分派、减资缩股等导致其所持公司股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更。

6、如本企业违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股票，本企业承诺接受以下约束措施：1）将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明违反上述减持意向或法律强制性规定减持公司股票的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；2）持有的公司股份自违反上述减持意向或法律强制性规定减持公司股票之日起 6 个月内不得减持；3）因违反上述减持意向或法律强制性规定减持公司股票的收益归公司所有。

（二）实际控制人承诺

发行人的共同实际控制人钱俊冬和崔蕾，承诺如下：

1、我们拟长期持有公司股票。如果在锁定期满后，我们拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、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。

2、我们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。我们在锁定期满后两年内减持公司股份的，减持价格不低于发行价（如公司上市后有派息、送股、资本公积转增股本、配股及增发等除权除息事项，发行价将相应进行调整）。

3、我们所持有的股份锁定期届满后，我们采取集中竞价交易方式或大宗交易方式减持公司股份的，应符合相关法律法规及上海证券交易所规则要求。

4、我们采取集中竞价交易方式减持的，将在首次卖出公司股份的 15 个交易日前将减持计划（包括但不限于拟减持股份的数量、来源、减持时间区间、方式、价格区间、减持原因）以书面方式通知公司并由公司向交易所备案并予以公告，并按照法律、法规及交易所规定披露减持进展情况。我们通过集中竞价交易以外的方式减持公司股份时，我们将提前 3 个交易日将减持计划（包括但不限于拟减持股份的数量、来源、减持时间区间、方式、价格区间、减持原因）以书面方式通知公司并由公司向交易所备案并予以公告，并按照证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

5、因公司进行权益分派、减资缩股等导致其所持公司股份变化的，相应年度可转让股份额度做相应变更。

6、如我们违反上述承诺或法律强制性规定减持公司股票，我们承诺接受以下约束措施：1）将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明违反上述减持意向或法律强制性规定减持公司股票的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；2）持有的公司股份自违反上述减持意向或法律强制性规定减持公司股票之日起 6 个月内不得减持；3）因违反上述减持意向或法律强制性规定减持公司股票的收益归公司所有。

四、首次公开发行股票相关文件真实性、准确性、完整性的承诺

（一）发行人承诺

本公司保证本次发行并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，本公司对招股说明书的真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若本公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在中国证监会认定有关违法事实后 30 天内依法回购首次公开发行的全部新股。公司将及时制定股份回购的具体方案，提交董事会、股东大会审议，并进行公告。回购价格以公司股票发行价格和有关违法事实被中国证监会认定之日前 20 个交易日公司股票交易均价的孰高者确定；公司上市后发生除权除息事项的，上述发行价格及回购股份数量将予以相应调整。

若本公司招股说明书有虚假记载、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，公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，公司将按照投资者直接遭受的可测算的经济损失或有权机关认定的赔偿金额通过与投资者和解、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，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。

（二）发行人控股股东承诺

本企业保证发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本企业对招股说明书的真实性、准确性及完整性承担个别和连带的法律责任。

若公司招股说明书有虚假记载、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，本企业将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，将本着简化程序、积极协商、先行赔付、

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和解、通过第三方与投资者调解及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。

若违反承诺，本企业将依法承担相应赔偿责任；如本企业持有公司股份的，则本企业持有的发行人股份将不得转让，直至本企业实际履行上述承诺义务为止。

（三）发行人实际控制人承诺

本人保证发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对招股说明书的真实性、准确性及完整性承担个别和连带的法律责任。

若公司招股说明书有虚假记载、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。在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，将本着简化程序、积极协商、先行赔付、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和解、通过第三方与投资者调解及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。

若违反承诺，本人将依法承担相应赔偿责任；如本人持有公司股份或领取薪酬的，则本人持有的发行人股份将不得转让，同时公司有权暂时扣留应付本人的现金分红或薪酬，直至本人实际履行上述承诺义务为止。

（四）发行人董事、监事、高级管理人员的承诺

本人保证发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对招股说明书的真实性、准确性及完整性承担个别和连带的法律责任。

若公司首次公开发行招股说明书有虚假记载、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。在该等违法事

实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，将本着简化程序、积极协商、先行赔付、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和解、通过第三方与投资者调解及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。

若违反承诺，本人将依法承担相应赔偿责任；如本人持有公司股份或领取薪酬的，则本人持有的发行人股份将不得转让，同时公司有权暂时扣留应付本人的现金分红或薪酬，直至本人实际履行上述承诺义务为止。

上述承诺不因本人在公司的职务调整或离职而发生变化。

（五）证券服务机构的承诺

1、发行人保荐机构（主承销商）兴业证券股份有限公司承诺：

本公司为三人行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。

若因本公司为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔偿投资者损失。

2、发行人律师北京市中伦律师事务所承诺：

本所为三人行首次公开发行 A 股股票制作、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，并对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。

若因本所未能依照法律法规及行业准则的要求勤勉尽责、存在过错致使本所为发行人首次公开发行 A 股股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成直接经济损失的，本所将依生效的仲裁裁决书或司法判决书赔偿投资者损失。

3、发行人会计师立信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

如承诺人为发行人首次公开发行股票并上市制作、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，承诺人将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法赔偿投资者损失。

4、发行人评估机构北京中天华资产评估有限责任公司承诺：

本所为三人行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。

若因本公司为发行人首次公开发行股票事宜制作、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。

5、发行人验资机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

本所为三人行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。

若因本所为发行人首次公开发行股票事宜制作、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。

五、本次发行后的股利分配政策

公司于 2019 年 3 月 18 日召开的第二届董事会第四次会议和 2019 年 4 月 2 日召开的 2019 年第一次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》，本次发行后的股利分配政策如下：

（一）利润分配政策的基本原则

1、公司充分考虑对投资者的回报，每年按当年实现的可供分配利润的规定比例向股东分配股利；

2、公司制定分配方案时，以母公司报表中可供分配利润为依据。同时，为避免出现超分配的情况，公司以合并报表、母公司报表中可供分配利润孰低的原则来确定具体的利润分配比例；

3、公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，经营活动现金净流量连续两年为负时不进行当年度的利润分配；

4、公司优先采用现金分红的利润分配方式。

（二）利润分配具体政策

1、利润分配的形式：

公司采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配股利。但优先采用现金分红的利润分配方式。

2、公司现金分红的具体条件和比例：

除特殊情况外，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%，每年以现金方式分配的利润不少于 10%。

特殊情况是指下列情况之一：当年未盈利或累计未分配利润为负；当年实现的每股可供分配利润低于 0.1 元；当年现金流不足，实施现金分红将影响公司后续持续经营；公司未来十二个月内存在重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）；审计机构对公司该年度财务报告未出具标准无保留意见的审计报告。

上述重大投资计划或重大现金支出事项是指：公司未来十二个月内拟对外投资（包括股权投资、债权投资等）、收购资产或购买资产（指机器设备、房屋建筑物、土地使用权等有形或无形的资产）一次性或累计支出达到或超过人民币 3,000 万元。

公司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，并按照公司章程规定的程序，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。

（三）股票股利分配的条件

公司可以根据累计可供分配利润及现金流状况，在满足上述现金股利分配和公司股本规模合理的前提下，保持股本扩张与业绩增长相适应，采取股票股利等方式分配股利。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

（四）利润分配的期间间隔

在满足上述现金分红条件的情况下，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

（五）公司利润分配方案的决策机制及程序

公司每年利润分配方案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出并拟定，经全体董事过半数表决通过，且经二分之一以上独立董事同意后提交股东大会审议。在具体方案制订过程中，董事会应充分研究和论证公司现金分红的时机、条件、最低比例以及决策程序要求等事宜，通过多种渠道充分听取公众投资者、独立董事、监事及公司高级管理人员的意见。独立董事应对利润分配方案发表独立意见并公开披露。独立董事可以征集公众投资者的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对利润分配具体方案进行审议时，公司应当通过电话、传真、邮箱等多种渠道与股东特别是公众投资者进行沟通和交流，充分听取公众投资者的意见和诉求，并及时答复公众投资者关心的问题。审议利润分配方案采取现场投票和网络投票相结合的方式，为公众投资者提供便利。公司在审议利润分配具体方案时对中小投资者表决应当单独计票。

（六）利润分配政策的制定与调整机制

公司应保持股利分配政策的连续性、稳定性。公司将根据自身实际情况，并

结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见调整利润分配政策。

公司如因外部经营环境或者自身经营状况发生重大变化而需调整利润分配政策的，董事会应就有关公司利润分配政策及调整做专题讨论，并且经公司董事会、监事会审议通过后提交股东大会批准。调整后的利润分配方案不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

公司利润分配政策的制定与调整由公司董事会向公司股东大会提出。董事会提出的利润分配政策须经董事会过半数表决通过，独立董事应当对利润分配政策的制定或调整发表独立意见。

监事会对利润分配政策调整的议案进行表决时，应当经全体监事过半数审议通过。

股东大会对利润分配政策或其调整的议案进行表决时，应当由出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上表决通过，且对中小投资者的表决应当单独计票。

六、关于填补被摊薄即期回报的措施和承诺

公司对本次首次公开发行股票是否摊薄即期回报进行分析，提出了填补被摊薄即期回报的措施，同时相关承诺主体出具了承诺。上述事项已经发行人第二届董事会第四次会议和 2019 年第一次临时股东大会审议通过。具体情况如下：

（一）公司关于填补被摊薄即期回报的具体措施的承诺

公司为积极应对首次公开发行股票摊薄即期回报影响，及时填补每股收益回报，增强公司持续回报能力，充分保护本次发行完成后社会公众投资者的利益，拟采取提高日常运营效率、降低运营成本、提升经营业绩的措施，具体如下：

1、强化募集资金管理

公司股东大会已审议并通过了募集资金管理制度，募集资金到位后将及时存入公司董事会指定的专项账户，公司将严格按照有关管理制度使用募集资金，加强募集资金监督和管理，合理控制资金使用风险、提高使用效率。

2、加快募投项目投资进度

本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源，加快推进募投项目实施，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期效益，以增强公司盈利水平。本次募集资金到位前，为尽快实现募投项目盈利，公司拟通过多种渠道积极筹措资金，积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报被摊薄的风险。

3、提高本公司盈利能力和水平

公司将不断提升服务水平、扩大品牌影响力，提高本公司整体盈利水平。公司将积极推行成本管理，严控成本费用，提升公司利润水平。此外，公司将加大人才引进力度，通过完善员工薪酬考核和激励机制，增强对高素质人才的吸引力，为本公司持续发展提供保障。

4、强化投资者回报体制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求制订了《三人行传媒集团股份有限公司章程（草案）》和《股东未来三年分红回报规划》等文件，在符合前述法律法规规定的情形下，制定和执行持续稳定的现金分红方案，并在必要时进一步完善利润分配制度特别是现金分红政策，强化投资者回报机制。

公司承诺将积极履行填补被摊薄即期回报的措施，如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及理由，除因不可抗力或其他非归属于公司的原因外，将向公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

（二）控股股东关于填补被摊薄即期回报的具体措施的承诺

本企业不越权干预上市公司经营管理活动，不侵占上市公司利益。

本企业承诺严格履行其所作出的上述承诺事项，确保公司填补回报措施能够得到切实履行。如果本企业违反所作出的承诺或拒不履行承诺，本企业将按照《指

导意见》等相关规定履行解释、道歉等相应义务，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

（三）实际控制人关于填补被摊薄即期回报的具体措施的承诺

本人不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

本人承诺严格履行其所作出的上述承诺事项，确保公司填补回报措施能够得到切实履行。如果本人违反所作出的承诺或拒不履行承诺，本人将按照《指导意见》等相关规定履行解释、道歉等相应义务，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。

（四）董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的具体措施的承诺

为充分保护本次发行完成后社会公众投资者的利益，降低公司本次公开发行股票摊薄即期回报的影响，公司的董事、高级管理人员将忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益并承诺：

- 1、承诺忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益；
- 2、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；
- 3、承诺对本人职务消费行为进行约束；
- 4、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；
- 5、承诺在自身职责和权限范围内，全力促使公司董事会或者薪酬与考核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；
- 6、如果公司拟实施股权激励，承诺在自身职责和权限范围内，全力促使公司拟公布的股权激励行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；
- 7、在中国证监会、证券交易所另行发布摊薄即期回报填补措施及其承诺的

相关意见及实施细则后，如果公司的相关规定及本人承诺与该等规定不符时，本人承诺将立即按照中国证监会及证券交易所的规定出具补充承诺，并积极推进公司作出新的规定，以符合中国证监会及证券交易所的要求。

若本人违反上述承诺，给公司或者股东造成损失的，本人愿意：①在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；②依法承担对公司和/或股东的补偿责任；③无条件接受中国证监会和/或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，对本人作出的处罚或采取的相关监管措施。

七、关于未履行承诺时的约束措施的承诺

（一）公司关于未履行承诺时的约束措施的承诺

本公司承诺，本公司将严格履行关于公司首次公开发行股票招股说明书中披露的相关承诺事项，并严格遵守下列约束措施：

1、如本公司未履行相关承诺事项，本公司将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上及时披露未履行承诺的具体情况、原因并向股东和社会公众投资者道歉。

2、如本公司未履行相关承诺事项，未能依照承诺履行其中的义务或责任，本公司将及时提出合法、合理、有效的补救措施或替代性承诺，以尽可能保护本公司及其投资者的权益。

3、如果因本公司未履行相关承诺事项，未能依照承诺履行其中的义务或责任，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法向投资者赔偿相关损失：

（1）在证券监督管理部门或其他有权部门认定公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏后 30 日内，公司将启动赔偿投资者损失的相关工作。

（2）投资者损失根据与投资者协商确定的金额，或者依据证券监督管理部门、司法机关认定的方式或金额确定。

4、公司将对出现该等未履行承诺行为负有个人责任的董事、监事、高级管

理人员采取调减或停发薪酬或津贴等措施（如该等人员在公司领薪）。

（二）控股股东及持股 5%以上股东关于未履行承诺时的约束措施的承诺

本公司将严格履行在公司首次公开发行股票招股说明书中披露的承诺事项，并严格遵守下列约束措施：

1、本公司将依法履行三人行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项。

2、如果未履行三人行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，本公司将在三人行股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向三人行股东和社会公众投资者道歉。

3、如本公司未履行相关承诺事项，未能依照承诺履行其中的义务或责任，本公司将及时提出合法、合理、有效的补救措施或替代性承诺，以尽可能保护三人行及其投资的权益。如果因未履行三人行首次公开发行股票招股说明书披露的相关承诺事项给三人行或者其他投资者造成损失的，本公司将向三人行或者其他投资者依法承担赔偿责任。

4、为切实履行上述承诺，本公司同意采取如下措施保证上述承诺的实施：在违反上述承诺事实认定当年度及以后年度通过三人行所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任，且本公司持有的三人行股份在本公司履行完毕前述赔偿责任之前不得转让。

（三）实际控制人关于未履行承诺时的约束措施的承诺

本人将严格履行在公司首次公开发行股票招股说明书中披露的承诺事项，并严格遵守下列约束措施：

1、本人将依法履行三人行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项。

2、如果未履行三人行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，本人将在三人行股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向三人行股东和社会公众投资者道歉。

3、如本人未履行相关承诺事项，未能依照承诺履行其中的义务或责任，本人将及时提出合法、合理、有效的补救措施或替代性承诺，以尽可能保护三人行及其投资的权益，且违反相关承诺事项所得收益将归属三人行。如果因未履行三人行首次公开发行股票招股说明书披露的相关承诺事项给三人行或者其他投资者造成损失的，本人将向三人行或者其他投资者依法承担赔偿责任。

4、为切实履行上述承诺，本人同意采取如下措施保证上述承诺的实施：在违反上述承诺事实认定当年度及以后年度通过三人行所获分配的现金红利用于承担前述赔偿责任，且三人行有权停发本人应领取的薪酬、津贴并将其用于承担前述赔偿责任。本人直接/间接持有的三人行股份在本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让。

（四）董事、监事、高级管理人员关于未履行承诺时的约束措施的承诺

本人作为三人行传媒集团股份有限公司（以下简称“三人行”）的董事/监事/高级管理人员，将严格履行在公司首次公开发行股票的招股说明书中披露的承诺事项，并严格遵守下列约束措施：

1、本人将依法履行三人行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项。

2、如果未履行三人行首次公开发行股票招股说明书披露的承诺事项，本人将在三人行的大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向三行行的股东和社会公众投资者道歉。

3、如本人未履行相关承诺事项，未能依照承诺履行其中的义务或责任，本人将及时提出合法、合理、有效的补救措施或替代性承诺，以尽可能保护三人行及其投资的权益，且违反相关承诺事项所得收益将归属三人行。如果因未履行三人行首次公开发行股票招股说明书披露的相关承诺事项给三人行或者其他投资者造成损失的，本人将向三人行或者其他投资者依法承担赔偿责任。

4、为切实履行上述承诺，本人同意采取如下措施保证上述承诺的实施：在

违反上述承诺事实认定当年度及以后年度通过三人行所获分配的现金红利（如有）用于承担前述赔偿责任，且三人行有权停发本人应领取的薪酬、津贴并将其用于承担前述赔偿责任。本人直接/间接持有的三人行股份在本人履行完毕前述赔偿责任之前不得转让。

八、滚存利润的分配安排

根据公司 2019 年 3 月 18 日召开的第二届董事会第四次会议和 2019 年 4 月 2 日召开的 2019 年第一次临时股东大会决议，本次发行前的滚存利润由发行后的所有新老股东按其各自持股比例共享。

九、风险因素提示

（一）市场竞争加剧风险

目前，由于广告受众关注的信息热点频繁转换，营销信息的传播方式不断变化，以及媒介内容及载体的形式日益复杂，广告行业的市场竞争在逐渐加剧；另一方面，在这样的营销环境下，营销信息实现高效传播的难度越来越大，广告主对整合营销服务的需求越来越迫切。

虽然公司已发展成为我国广告行业内具有一定综合竞争优势的企业，能够为客户提供品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等全流程的整合营销服务，但由于我国广告行业的市场集中度相对较低，且科技进步造成营销环境复杂多变，如果公司未来不能持续满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求，则将面临市场竞争不断加剧的风险，对公司行业地位和经营业绩造成不利影响。

（二）综合毛利率下降风险

近年来，互联网媒体快速发展，已经成为主流的媒体形式之一。公司顺应行业趋势大力发展数字营销业务，收入规模及占比迅速提高；同时公司不断开拓不同行业的客户，造成报告期内综合毛利率有所下降。未来，随着互联网广告市场

规模的不断扩大，公司数字营销业务收入占比可能进一步提高，客户所处行业也将更加多样化，同时广告行业的市场竞争在不断加剧，因此公司综合毛利率存在继续下降的风险。

（三）客户集中风险

公司是从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，凭借专业的整合营销服务能力，已经在广告行业建立了较高的品牌知名度，得到了国民经济重要领域众多大型知名企业客户的长期认可，持续为其提供整合营销服务。公司主要客户包括中国电信、中国移动、中国联通等电信运营商领域客户，中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国人保集团等金融领域客户，京东、滴滴等互联网领域客户，伊利、农夫山泉、青岛啤酒等快速消费品领域客户等。由于上述客户均为各自领域内的大型知名企业，每个客户每年的营销预算规模较高，造成公司报告期内客户集中度较高。

虽然报告期内公司主要客户均具有较高的行业竞争地位和较强的抗风险能力，但如果未来其经营业绩产生波动导致其在营销方面的预算金额减少，或者其营销需求发生重大变化，可能会给公司的业务发展带来不利影响。

（四）经营业绩季节性波动风险

公司主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务。报告期内，公司的客户以大型电信运营商、国有金融企业及知名互联网企业为主，该类客户通常执行较为严格的采购制度，年度营销采购一般需要经过采购计划、立项、经费预算、审批、招标、评标、协议签署、营销投放等复杂流程。其中，采购计划、立项、预算、审批一般集中在上半年，招标、协议签署及最终投放则主要集中在下半年。由于其严格的内部控制制度，上述各项流程一般需要较长时间，导致该类客户在上半年的营销投放金额相对较低。同时，由于高校假期因素，为提高营销效果，客户通常选择在高校开学季进行校园媒体营销投放或开展营销活动。因此，受到客户采购流程及投放周期的影响，公司下半年收入明显高于上半

年，导致公司面临着经营业绩随季节波动的风险。

（五）行业政策变化风险

广告行业是我国现代服务业的重要组成部分之一，与国民经济重要领域的商品或服务的生产及消费密切相关。若广告主所处领域内的广告宣传法律法规或政策发生调整变化，可能会影响到该行业广告主的广告投放需求及营销行为。目前，我国广告相关主管部门推出了一系列鼓励政策，推动着我国广告行业的快速发展。如果未来广告相关的行业政策发生较大变动，将对整个广告行业的发展产生较大影响，并进而影响公司经营业绩。

（六）税收优惠风险

公司及子公司酷软科技于 2017 年被认定为高新技术企业，子公司橙色风暴于 2018 年被认定为高新技术企业，上述公司自被认定为高新技术企业年度起执行 15% 的所得税税率。同时，公司多家子公司享受增值税及其他企业所得税税收优惠，具体情况详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“五、税项”之“（二）税收优惠”。

若公司享有的上述税收优惠到期后不能续期，或国家未来对税收优惠政策进行调整，将会对公司的盈利能力产生一定不利影响。

十、审计截止日后的主要财务信息和经营状况

公司财务报告审计截止日为 2019 年 12 月 31 日。财务报告审计截止日至招股说明书签署日期间，公司经营活动正常、经营状况良好，经营模式、主要客户及供应商、税收政策未发生重大变化，采购规模与营业收入较上年同期保持增长，采购价格及销售价格未发生重大不利变化。

根据公司现有合同及客户营销计划，公司预计 2020 年一季度营业收入约 38,452.76 万元至 42,176.32 万元，较上年同期（未审数）增长 18.56% 至 30.04%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润约 2,795.48 万元至 3,124.84 万元，较上年同期（未审数）增长 65.57% 至 85.08%，上述数据不构成盈利预测和

业绩承诺。公司营业收入及扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润均较上年同期有所增长,主要系公司数字营销服务收入持续提升,盈利能力相应提高。

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列简称具有如下意义：

一、普通术语		
报告期/报告期内	指	2017年、2018年和2019年
报告期各期末	指	2017年末、2018年末和2019年末
三人行、公司、本公司、发行人、股份公司	指	三人行传媒集团股份有限公司，曾用名西安三人行传媒网络科技股份有限公司
三人行有限	指	西安三人行信息通讯有限公司，即三人行传媒集团股份有限公司的前身
橙色风暴	指	北京橙色风暴数字技术有限公司，曾用名北京橙色风暴文化传播有限公司
合肥三人行	指	合肥三人行教育科技有限公司
西安三人行	指	西安三人行广告传媒有限公司
众点广告	指	西安众点广告文化传播有限公司
盛浩科技	指	上海盛浩网络科技有限公司
陕西荣誉	指	陕西荣誉策划咨询有限公司，曾用名陕西荣誉科技发展有限公司
江西荣耀	指	江西荣耀传媒广告有限公司
武汉众行	指	武汉众行荣耀互动传媒有限公司
霍城众行	指	霍城众行传媒广告有限公司
酷软科技	指	西安酷软网络科技有限公司
川行网络	指	川行（天津）网络营销技术有限公司
橙叶投资	指	霍城橙叶股权投资有限合伙企业（有限合伙）
珠海冠融	指	珠海冠融股权投资基金中心（有限合伙）
广州分公司	指	三人行传媒集团股份有限公司广州分公司
北京分公司	指	三人行传媒集团股份有限公司北京分公司
西安多多	指	西安多多投资管理有限公司
西安众行	指	西安众行投资管理有限合伙企业
宁波君度	指	宁波梅山保税港区君度德瑞股权投资管理中心（有限合伙）
科大讯飞	指	科大讯飞股份有限公司
合肥讯飞	指	合肥讯飞数码科技有限公司
北京天然道	指	北京天然道兴融投资基金（有限合伙）
共青城银汐	指	共青城银汐投资管理合伙企业（有限合伙），曾用名西藏银汐企业管理合伙企业（有限合伙）
珠海光控	指	珠海光控众明产业投资基金合伙企业（有限合伙）

宿迁新锐扬	指	宿迁新锐扬股权投资合伙企业（有限合伙）
新疆诚维佳	指	新疆诚维佳创业投资合伙企业（有限合伙）
深圳酷开	指	深圳市酷开网络科技有限公司
共青城安丰	指	共青城安丰投资管理合伙企业（有限合伙）
北京睿享	指	北京睿享创业投资中心（有限合伙）
常棣投资	指	常棣投资有限公司（FRATERNITY INVESTMENT LIMITED）
SRX	指	SRX INVESTMENT LIMITED
WALLSTREET	指	WALLSTREET INTERNATIONAL LIMITED
CORNUCOPIA	指	CORNUCOPIA INVESTMENT LIMITED
霍城多多	指	霍城多多股权投资合伙企业（有限合伙）
杨凌三人行	指	杨凌三人行咨询策划管理中心（有限合伙）
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
中证登	指	中国证券登记结算有限责任公司
中证登北京分公司	指	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
兴业证券、保荐人、 保荐机构、主承销商	指	兴业证券股份有限公司
中伦	指	北京市中伦律师事务所
立信、立信会计师事 务所	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
《指导意见》	指	《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》
《公司章程》	指	《三人行传媒集团股份有限公司章程》
《公司章程(草案)》	指	《三人行传媒集团股份有限公司章程（草案）》
伊利集团	指	内蒙古伊利实业集团股份有限公司及其下属企业，如内蒙古伊利实业集团股份有限公司金山分公司、辽宁伊利乳业有限责任公司等
中国电信	指	中国电信集团有限公司及其下属企业，如中国电信股份有限公司、天翼电信终端有限公司等
中国移动	指	中国移动通信集团公司及其下属企业，如中国移动通信有限公司、咪咕音乐有限公司等
京东集团	指	北京京东世纪贸易有限公司及其下属企业，如重庆京东海嘉电子商务有限公司、北京京东金融科技控股有限公司等
国家体彩中心	指	国家体育总局体育彩票管理中心
派瑞威行	指	北京派瑞威行广告有限公司
字节跳动	指	字节跳动有限公司及其下属企业，如北京字节跳动科技有限公司、天津今日头条科技有限公司等
新浪	指	北京新浪互联信息服务有限公司及其下属企业，如北京新浪广

		告有限公司、上海新浪文化传媒有限公司等
爱奇艺	指	北京爱奇艺科技有限公司及其下属企业，如天津爱奇艺文化传媒有限公司、上海爱奇艺文化传媒有限公司北京分公司
乐视	指	乐视网信息技术（北京）股份有限公司及其下属企业，如乐融致新电子科技（天津）有限公司（目前该公司已不属于乐视下属企业）等
腾讯	指	腾讯控股有限公司及其下属企业，如北京腾讯文化传媒有限公司等
网易	指	网易公司及其下属企业，如北京网易传媒有限公司等
土豆文化	指	上海全土豆文化传播有限公司
道有道	指	道有道（北京）科技股份有限公司
云锐国际	指	北京云锐国际文化传媒有限公司
宁波骏成	指	宁波骏成网络技术有限公司
二、专业术语		
SPV	指	Special Purpose Vehicle，是特殊目的的载体也称为特殊目的机构/公司。
KOL	指	Key Opinion Leader（关键意见领袖）的英文缩写，即拥有更多、更准确的信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的行为有较大影响力的人
iBeacon	指	苹果公司于 2013 年 9 月发布的移动设备上配备的新功能。其工作方式是配备有低功耗蓝牙通信功能的设备使用蓝牙技术向周围发送该设备特有的 ID，接收到该 ID 的应用软件能够根据该 ID 采取行动
NFC	指	Near Field Communication（近场通信）的英文缩写，是一种新兴的技术，使用了 NFC 技术的设备（比如手机）可以在彼此靠近的情况下进行数据交换
Hadoop	指	一个能够对大量数据进行分布式处理的软件框架
移动互联网	指	在手机、平板电脑或其他便携式终端设备上实现的网络平台，目前已经发展成为介入互联网最便捷、最灵活的方式
互联网媒体	指	借助互联网这一信息传播渠道，以电脑、移动设备等为终端，以文字、声音、图像等形式传播信息的数字化传播媒介
传统媒体	指	相对于互联网媒体而言，以传统的传播方式向社会公众发布信息的媒体，主要包括报刊、户外、通信、广播、电视等传播媒介
社交媒体	指	是人们彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台，主要形式包括社交网站、微博、微信、博客、论坛、播客等。具有用户数量较大，用户粘性较高，信息传播速速较快的特点，已发展成为重要的信息传播渠道
数字营销	指	也被称为互联网营销，是以互联网（包括移动互联网）为传播载体的广告活动。如无特别说明，本招股说明书中所述的数字营销既包括基于电脑设备的广告活动，也包括基于移动设备的广告活动
整合营销	指	根据唐·E·舒尔茨的《整合营销传播》，整合营销系战略性业务流程，企业利用这一流程在一定时间内针对消费者、已有客户、潜在客户以及其他有针对性的内外相关受众来规划、发展、执行和评估品牌的传播活动，使之协调一致，可以衡量，并且具

		有说服力
策略	指	广告服务提供商以客户需求为出发点，基于对客户产品、服务、品牌内涵、发展战略、受众行为特点、媒体特点等诸多因素的深入理解，为客户量身定制的广告实施计划，是广告的纲领性指导，也是广告服务提供商的核心竞争力之一
创意	指	广告活动中的创造性思维，以策略为基础，是策略的具体表达，其目的是最终实现客户所希望达到的广告效果
刊例价	指	媒体关于广告资源的报价，价格水平一般与媒体的浏览量、媒体资源类别、行业地位等因素有关；媒体一般按照刊例价的一定折扣对外销售媒体资源
排期表	指	广告活动的详细执行方案，通常包括媒体名称、广告位置、广告形式、广告规格、刊例单价、投放日期及进度安排等具体信息
视频贴片广告	指	也称视频插片广告，即把广告内容打包到网络视频内容当中，在网络视频播放的前、中、后出现的视频广告
创意中插广告	指	围绕影视剧情进行策划、由影视作品中的演员出演，并以小剧场或番外形式出现的软性广告形式，时长一般在 30-60 秒之间
顶部通栏广告	指	画面横贯网络页面的广告形式，具有尺寸大、视觉冲击力强的特征，适合活动信息发布、产品推广、庆典等
画中画广告	指	又称跳出广告，指出现在原有网页上的广告图片，具有不易被忽略的特点，主要投放在网站的内容页面比如新闻、文章等
擎天柱广告	指	利用网站页面左右两侧的竖式广告位置而设计的广告形式，广告面积较大，广泛应用于品牌宣传、产品促销或者市场调查等领域
信息流广告	指	位于社交媒体用户的好友动态、资讯媒体或视听媒体内容流中的广告，形式包括图片、图文、视频等
4A	指	4A 系 American Association of Advertising Agencies (即美国广告协会) 的缩写，因名称里有四个单词以 A 字母开头，故简称 4A。后来世界各地大多以此为标准，再把美国的国家称谓改为各自所属地区的称谓，就形成了各地的 4A 称谓。4A 广告公司一般为规模较大的综合性广告公司

注：本招股说明书若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人简介

（一）发行人概况

中文名称：三人行传媒集团股份有限公司

英文名称：Three's Company Media Group Co., Ltd.

注册资本：5,180 万

法定代表人：钱俊冬

成立日期：2003 年 8 月 13 日

股份公司设立日期：2014 年 12 月 5 日

注册地址：陕西省西安市高新区科技二路 72 号西安软件园唐乐阁 E401

经营范围：信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务，限陕西省内经营）；广告设计、制作、代理、发布；平面设计；网络营销技术研发；计算机网络技术服务；企业信息及管理咨询；企业形象设计；市场调查；会展服务；公关活动策划；文化艺术交流活动组织策划（不含演出）；不动产租赁；电子产品、通讯产品、计算机软硬件及网卡的研制、销售、安装调试；电子产品通讯设备技术开发、维护、租赁；通信综合集成系统网络的设计、开发、安装；通信交换、终端设备的销售、安装、维修服务；通信器材及设备销售；通信工程建设施工；计算机网络工程开发、施工；网站建设及维护、承包网络工程、智能大厦综合布线工程；演出经纪；黄金制品的销售；机械与设备租赁。（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）

（二）发行人主营业务

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，主营业务包括数字营

销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务。

公司在洞察客户品牌的市场定位、发掘客户产品或服务的营销亮点的基础上，结合自身在数字营销、场景活动和校园媒体营销等业务领域的布局，为客户提供品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等全流程的整合营销服务，满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求。

目前，随着广告受众关注的信息热点频繁转换、营销信息的传播方式不断变化以及媒介内容及载体的形式日益复杂，营销信息实现高效传播的难度越来越大，广告主对整合营销服务的需求越来越迫切。公司通过全流程的整合营销服务，协同整合了媒体与场景、线上与线下等营销信息传播渠道，可以多场景、广覆盖、高效率地传播客户营销信息，协助客户实现吸引营销受众注意并促成购买行为、进而维持消费忠诚度的营销目标。

公司秉持“致力于成为国内领先的整合营销传播专家”的使命，凭借专业的整合营销服务能力，业务已覆盖全国大部分区域，在广告行业建立了较高的品牌知名度及市场地位，得到了国民经济重要领域众多大型知名企业客户的长期认可，持续为其提供整合营销服务。公司主要客户包括中国电信、中国移动、中国联通等电信运营商领域客户，中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国人保集团等金融领域客户，京东、滴滴等互联网领域客户，伊利、农夫山泉、青岛啤酒等快速消费品领域客户等。

公司系中国 4A 协会会员单位及中国广告协会互联网广告委员会常务委员单位，获得了中国广告协会“数字营销类一级广告企业”认证。近年来，公司获得多项广告行业奖项，包括长城奖“互动创意奖”、长城奖“媒介营销奖”、金网奖“互联网传播奖”、金网奖“场景营销奖”、金网奖“移动营销奖”、金网奖“体育营销奖”、金网奖“电商 O2O 奖”、金鼠标“创意传播奖”、金鼠标“社会化营销奖”、虎啸奖“营销创意奖”等。

二、控股股东和实际控制人简介

（一）控股股东的情况

西安多多直接持有发行人 18,316,112 股股份，占发行人总股本的比例为 35.36%，为发行人控股股东，其基本情况如下：

公司名称	西安多多投资管理有限公司	成立时间	2011年11月17日
注册资本	800万元	实收资本	800万元
注册地	陕西省西安市高新区鱼化街办天谷八路156号软件新城云汇谷A6西户2层G05		
经营范围	一般经营项目：投资管理及咨询（仅限以自有资产投资）；企业管理咨询、商务信息咨询。（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）（以上经营范围除国家规定的专控及前置许可项目）		
主营业务	主要从事股权投资		
统一社会信用代码	91610131583190239G		
法定代表人	崔蕾		
股东构成	股东名称	持股比例	
	钱俊冬	70.00%	
	崔蕾	30.00%	
	合计	100.00%	
主要财务数据 (经审计)	项目	2019.12.31	
	总资产(元)	47,480,826.83	
	净资产(元)	46,910,826.83	
	项目	2019年度	
	净利润(元)	25,073,406.59	

（二）实际控制人的情况

公司的实际控制人为钱俊冬和崔蕾，报告期内未发生变化。

钱俊冬直接持有发行人 8,425,500 股股份，占发行人的股本比例为 16.27%，同时作为西安多多的控股股东、西安众行的执行事务合伙人，通过西安多多、西安众行间接支配发行人股份表决权比例为 52.07%；崔蕾直接持有发行人 3,340,400 股股份，占发行人的股本比例为 6.45%，同时为西安多多的股东和西安众行的有限合伙人。钱俊冬与崔蕾为夫妻关系，两人合计支配的发行人股份表决

权比例为 74.79%，为发行人的共同实际控制人。

三、发行人主要财务数据和指标

发行人经审计的主要数据及财务指标如下：

（一）资产负债表（合并）主要数据

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产	83,464.14	64,157.49	51,800.78
非流动资产	1,490.14	1,406.81	397.78
资产合计	84,954.28	65,564.30	52,198.56
流动负债	45,914.71	39,117.03	31,974.35
非流动负债	1,400.00	400.00	1,400.00
负债合计	47,314.71	39,517.03	33,374.35
股东权益合计	37,639.57	26,047.27	18,824.21

（二）利润表（合并）主要数据

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	163,142.61	109,951.12	75,841.92
营业利润	22,873.50	14,797.87	11,813.04
利润总额	22,838.06	14,743.74	11,812.14
净利润	19,362.31	12,403.05	9,776.27
归属于母公司所有者的净利润	19,362.31	12,403.05	9,776.27
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	18,209.72	12,061.17	9,325.92

（三）现金流量表（合并）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	14,050.36	7,794.69	13,169.00
投资活动产生的现金流量净额	-318.14	-210.47	64.85
筹资活动产生的现金流量净额	-5,295.29	-4,477.14	-2,977.07
现金及现金等价物净增加额	8,436.93	3,107.09	10,256.77

（四）主要财务指标

公司最近三年的基本财务指标如下表所示：

财务指标	2019 年度 /2019.12.31	2018 年度 /2018.12.31	2017 年度 /2017.12.31
流动比率（倍）	1.82	1.64	1.62
速动比率（倍）	1.80	1.64	1.61
资产负债率（母公司）（%）	65.56	68.88	73.97
资产负债率（合并）（%）	55.69	60.27	63.94
归属于发行人股东的每股净资产（元）	7.27	5.03	3.63
应收账款周转率（次）	4.10	3.51	3.37
存货周转率（次）	217.20	444.15	209.15
息税折旧摊销前利润（万元）	23,455.23	15,195.67	12,418.00
归属于母公司所有者的净利润（万元）	19,362.31	12,403.05	9,776.27
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	18,209.72	12,061.17	9,325.92
利息保障倍数（倍）	77.43	71.22	61.18
每股经营活动现金流量净额（元/股）	2.71	1.50	2.54
每股净现金流量（元/股）	1.63	0.60	1.98
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例（%）	0.23	0.25	0.42

四、本次发行情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A 股）
- 2、每股面值：人民币 1.00 元
- 3、发行股数：公司本次拟公开发行股票数量不超过 1,726.67 万股，不低于发行后总股本的 25%。本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。
- 4、每股发行价：60.62 元
- 5、发行方式：采用网上向社会公众投资者定价发行的方式。
- 6、发行对象：在上海证券交易所开户的境内自然人、法人投资者（国家法律、法规禁止购买的除外）或中国证监会规定的其他对象。
- 7、承销方式：余额包销
- 8、预计募集资金总额：104,670.74 万元（未扣除发行费用）

五、募集资金主要用途

发行人首次公开发行股票募集资金总额扣除发行费用后的实际募集资金净额，将投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金 投资总额
1	数字整合营销服务体系扩建项目	24,020.41	22,170.55
2	场景活动服务体系扩建项目	13,928.35	12,855.70
3	校园媒体扩建项目	21,488.65	19,833.77
4	创意中心及业务总部建设项目	12,966.74	12,966.74
5	补充营运资金项目	31,000.00	31,000.00
合计		103,404.15	98,826.77

若本次实际募集资金净额不能满足拟投资项目的资金需求，公司将通过自有资金或者向银行等其他单位借款等方式解决资金缺口。若本次发行募集资金到位前，公司已利用自有资金或向银行等其他单位借款筹集的资金对拟投资项目进行了先期投入，则募集资金到位后，公司将以募集资金置换已投入的资金。

第三节 本次发行情况

一、发行基本情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A股）
- 2、每股面值：1.00元
- 3、发行股数：公司本次拟公开发行股票数量不超过1,726.67万股，不低于发行后总股本的25%。本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份
- 4、发行方式：采用网上向社会公众投资者定价发行的方式
- 5、每股发行价格：60.62元
- 6、发行市盈率：22.99倍
- 7、发行前每股净资产：7.27元（按发行前经审计的净资产除以发行前总股本计算）
- 8、预计发行后每股净资产：19.76元（按发行后净资产除以发行后总股本计算，其中发行后净资产按照发行前经审计的净资产和本次募集资金净额之和计算）
- 9、发行市净率：
8.34倍（按每股发行价格除以本次发行前每股净资产计算）；
3.07倍（按每股发行价格除以本次发行后每股净资产计算）。
- 10、发行对象：在上海证券交易所开户的境内自然人、法人投资者（国家法律、法规禁止购买的除外）或中国证监会规定的其他对象
- 11、承销方式：余额包销
- 12、预计募集资金总额：104,670.74万元（未扣除发行费用）
- 13、预计募集资金净额：98,826.77万元（扣除发行费用（不含税））
- 14、拟上市地点：上海证券交易所
- 15、发行费用概算（不包含增值税）：5,843.97万元；其中：承销及保荐费用4,530.00万元、审计费用（含验资费用）518.87万元、律师费用310.38万元、

与本次发行相关的信息披露等相关费用 436.79 万元、发行手续费用及其他费用 47.93 万元（以上费用以实际支出为准）。

二、本次发行的有关当事人

（一）发行人

发行人	三人行传媒集团股份有限公司
法定代表人	钱俊冬
住所	陕西省西安市高新区科技二路 72 号西安软件园唐乐阁 E401
电话	010-57648016
传真	010-57648019
董事会秘书	李达
网址	http://www.topsrx.com
电子邮箱	investors@topsr.com

（二）保荐人（主承销商）

保荐人（主承销商）	兴业证券股份有限公司
法定代表人	杨华辉
住所	福建省福州市湖东路 268 号
电话	021-20370631
传真	021-38565707
保荐代表人	张吉翔、谢雯
项目协办人	程宣启
项目经办人	朱萍、陈帅军、陈迪炯、蔡宇宁

（三）律师事务所

律师事务所	北京市中伦律师事务所
负责人	张学兵
住所	北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 33/36/37 层
电话	010-59572288
传真	010-65681838
经办律师	程劲松、陈凯
联系人	陈凯

(四) 会计师事务所

会计师事务所	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人	杨志国、朱建弟
住所	上海市黄浦区南京东路 61 号 4 楼
电话	010-68286868
传真	010-88210608
经办注册会计师	李长照、王志勇
联系人	李长照

(五) 资产评估机构

资产评估机构	北京中天华资产评估有限责任公司
负责人	李晓红
住所	北京市西城区车公庄大街 9 号院 1 号楼 1 单元 1303 室
电话	010-88395166
传真	010-88295661
经办资产评估师	赵俊斌、彭跃龙
联系人	赵俊斌

(六) 验资机构

验资机构	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人	杨志国、朱建弟
住所	上海市黄浦区南京东路 61 号 4 楼
电话	010-68286868
传真	010-88210608
经办注册会计师	李长照、王志勇
联系人	李长照

(七) 股票登记机构

股票登记机构	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
住所	上海市浦东新区陆家嘴东路 166 号
电话	021-38874800
传真	021-58754185

（八）申请上市的证券交易所

申请上市的证券交易所	上海证券交易所
住所	上海市浦东南路 528 号证券大厦
电话	021-68808888
传真	021-68804868

（九）保荐机构（主承销商）收款银行

保荐机构（主承销商） 收款银行	【】
户名	【】
账号	【】

三、公司与本次发行有关中介机构的关系

公司与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次预计发行上市的重要日期

1、发行公告刊登日期	2020 年 4 月 24 日
2、申购日期	2020 年 4 月 27 日
3、缴款日期	2020 年 4 月 29 日
4、股票上市日期	本次股票发行结束后将尽快申请在上海证券交易所主板上市

第四节 风险因素

投资者在评价发行人本次发行的新股时，除招股说明书提供的其他各项资料外，应特别认真地考虑本节所列的各项风险因素。下述风险因素可能直接或间接对发行人生产经营状况、财务状况和持续盈利能力产生不利影响。

一、经营风险

（一）市场竞争加剧风险

目前，由于广告受众关注的信息热点频繁转换，营销信息的传播方式不断变化，以及媒介内容及载体的形式日益复杂，广告行业的市场竞争在逐渐加剧；另一方面，在这样的营销环境下，营销信息实现高效传播的难度越来越大，广告主对整合营销服务的需求越来越迫切。

虽然公司已发展成为我国广告行业内具有一定综合竞争优势的企业，能够为客户提供品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等全流程的整合营销服务，但由于我国广告行业的市场集中度相对较低，且科技进步造成营销环境复杂多变，如果公司未来不能持续满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求，则将面临市场竞争不断加剧的风险，对公司行业地位和经营业绩造成不利影响。

（二）客户集中风险

公司是从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，凭借专业的整合营销服务能力，已经在广告行业建立了较高的品牌知名度，得到了国民经济重要领域众多大型知名企业客户的长期认可，持续为其提供整合营销服务。公司主要客户包括中国电信、中国移动、中国联通等电信运营商领域客户，中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国人保集团等金融领域客户，京东、滴滴等互联网领域客户，伊利、农夫山泉、青岛啤酒等快速消费品领域客户等。由于上述客户均为各自领域内的大型知名企业，每个客户每年的营销预算规模较高，造成公司报

告期内客户集中度较高。

虽然报告期内公司主要客户均具有较高的行业竞争地位和较强的抗风险能力，但如果未来其经营业绩产生波动导致其在营销方面的预算金额减少，或者其营销需求发生重大变化，可能会给公司的业务发展带来不利影响。

（三）媒体资源采购价格上涨风险

我国互联网媒体的集中度较高，优势媒体集中于少数几家媒体资源运营商。随着我国数字营销市场需求的持续快速增长，以及新技术的逐渐应用，优势媒体的市场份额及议价能力可能进一步提升，并推动互联网广告资源价格上涨。若将来互联网广告资源的价格水平持续上涨，且公司未能采取有效措施对其进行传导或消化，公司的经营业绩将受到不利影响。

（四）营销传播方式变化风险

随着科学技术的持续发展，新的科技手段不断应用于广告行业，新兴媒体资源呈现出蓬勃发展的趋势。在新的营销传播环境下，公司通过全流程的整合营销服务，协同整合了媒体与场景、线上与线下等营销信息传播渠道，可以多场景、广覆盖、高效率地传播客户营销信息。但如果公司不能持续、动态、及时把握营销传播方式快速变化的发展趋势，则难以长期、持续满足客户的营销需求，对公司盈利能力产生不利影响。

（五）人才流失风险

公司凭借专业的人才团队，在数字营销、场景活动和校园媒体营销等业务领域，为客户提供品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等全流程的整合营销服务。上述服务的质量和效果与从业人员的素质密切相关，虽然公司已经通过提供良好的薪酬待遇、合理的培训体系和晋升机制、开放的协作氛围来吸引和培养人才，但若不能持续保持良好的人才培养机制，公司将面临人才流失的风险，从而对公司的经营状况造成不利影响。

（六）经营业绩季节性波动风险

公司主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务。报告期内，公司的客户以大型电信运营商、国有金融企业及知名互联网企业为主，该类客户通常执行较为严格的采购制度，年度营销采购一般需要经过采购计划、立项、经费预算、审批、招标、评标、协议签署、营销投放等复杂流程。其中，采购计划、立项、预算、审批一般集中在上半年，招标、协议签署及最终投放则主要集中在下半年。由于其严格的内部控制制度，上述各项流程一般需要较长时间，导致该类客户在上半年的营销投放金额相对较低。同时，由于高校假期因素，为提高营销效果，客户通常选择在高校开学季进行校园媒体营销投放或开展营销活动。因此，受到客户采购流程及投放周期的影响，公司下半年收入明显高于上半年，导致公司面临着经营业绩随季节波动的风险。

二、财务风险

（一）综合毛利率下降风险

近年来，互联网媒体快速发展，已经成为主流的媒体形式之一。公司顺应行业趋势大力发展数字营销业务，收入规模及占比迅速提高；同时公司不断开拓不同行业的客户，造成报告期内综合毛利率有所下降。未来，随着互联网广告市场规模的不断扩大，公司数字营销业务收入占比可能进一步提高，客户所处行业也将更加多样化，同时广告行业的市场竞争在不断加剧，因此公司综合毛利率存在继续下降的风险。

（二）税收优惠风险

公司及子公司酷软科技于 2017 年被认定为高新技术企业，子公司橙色风暴于 2018 年被认定为高新技术企业，上述公司自被认定为高新技术企业年度起执行 15% 的所得税税率。同时，公司多家子公司享受增值税及其他企业所得税税收优惠，具体情况详见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“五、税项”之

“（二）税收优惠”。

若公司享有的上述税收优惠到期后不能续期，或国家未来对税收优惠政策进行调整，将会对公司的盈利能力产生一定不利影响。

（三）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 27,426.57 万元、35,310.28 万元和 44,248.86 万元，2018 年末和 2019 年末应收账款余额分别同比增长 28.74% 和 25.31%，应收账款余额较高且增速较快。报告期内，公司前五大客户主要为电信运营商、金融、快速消费品及互联网等行业的大型优质客户，资信良好，回款及时，各期末账龄在 1 年以内的应收账款余额占全部应收账款的比例均在 98% 以上，账龄较短，发生坏账的可能性较小。但如果未来客户因宏观经济、行业经营环境或自身经营情况发生变化而不能及时偿付公司部分或全部应收账款，将对公司经营业绩产生不良影响。

（四）净资产收益率下降的风险

报告期内，公司扣除非经常性损益后归属于普通股股东的加权平均净资产收益率分别为 55.34%、54.81% 和 57.19%。本次募集资金到位后，公司净资产将进一步增长，但募集资金投资项目产生效益需要一定时间，在本次募投项目产生效益之前，公司的净利润可能难以实现同比例增长。因此，如果募资资金到位当年，公司盈利增长幅度低于净资产的增长幅度，预计本次发行完成当年净资产收益率将进一步下降。

（五）经营活动现金流量净额下降的风险

公司数字营销业务规模较大，会形成较高的应收款项及应付款项，对公司营运资金周转能力要求较高。报告期内，公司客户回款良好，公司向供应商付款也较为及时，经营活动现金流量净额与净利润整体较为匹配。但如果未来客户因自身原因发生延迟付款甚至无法偿付公司款项的情形，则可能导致公司经营活动现金流量净额下降，对公司经营产生不利影响。

三、法律风险

（一）行业政策变化风险

广告行业是我国现代服务业的重要组成部分之一，与国民经济重要领域的商品或服务的生产及消费密切相关。若广告主所处领域内的广告宣传法律法规或政策发生调整变化，可能会影响到该行业广告主的广告投放需求及营销行为。目前，我国广告相关主管部门推出了一系列鼓励政策，推动着我国广告行业的快速发展。如果未来相关行业的广告政策发生较大变动，将对整个广告行业的发展产生较大影响，并进而影响公司经营业绩。

（二）经营场所物业租赁风险

目前公司未购置房产，办公场所均以租赁方式取得使用。若公司所租赁的房产到期不能正常续租或在租赁过程中发生出租方违约情况，则公司将不得不变更经营场所。虽然公司较容易租赁到新的办公用房，但搬迁过程中仍可能会对公司的正常经营产生一定影响。

（三）大股东对公司控制不当风险

本次发行前，钱俊冬和崔蕾合计支配的发行人股份表决权比例为 74.79%，是公司的实际控制人；本次发行后，钱俊冬和崔蕾仍然为公司的实际控制人。尽管自公司设立以来，尚未发生过实际控制人利用其控制地位侵害公司或其它股东利益的行为，且公司通过建立独立董事制度、关联交易决策制度等措施，在制度安排上能够防范实际控制人操控公司的情况发生，但未来实际控制人仍可能通过行使股东权利影响公司的经营决策，进而影响公司及其他股东的利益。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

中文名称：三人行传媒集团股份有限公司

英文名称：Three's Company Media Group Co., Ltd.

注册资本：5,180 万

法定代表人：钱俊冬

成立日期：2003 年 8 月 13 日

股份公司设立日期：2014 年 12 月 5 日

注册地址：陕西省西安市高新区科技二路 72 号西安软件园唐乐阁 E401

邮政编码：710075

电话号码：010-57648016

传真号码：010-57648019

网址：<http://www.topsrx.com>

电子信箱：investors@topsrx.com

二、发行人改制重组情况

（一）设立方式

1、发行人前身设立情况

发行人前身为三人行有限，其设立时的概况如下：

公司名称	西安三人行信息通讯有限公司	设立时间	2003 年 8 月 13 日
注册资本	50 万元	实收资本	50 万元
住所	西安市高新区高新一路创新大厦 N802 室		
经营范围	电子产品、通讯产品、计算机软硬件及网卡的研制、生产、销售；企业信息咨询、策划服务。		
注册号	6101012114722		
法定代表人	钱俊冬		

三人行有限设立时，工商登记的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
钱俊冬	30.00	60.00
崔蕾	20.00	40.00
合计	50.00	100.00

2、股份公司设立情况

发行人是由三人行有限整体变更设立的股份有限公司，原名西安三人行传媒网络科技股份有限公司，于2016年11月更名为三人行传媒集团股份有限公司。2014年11月17日，三人行有限召开股东会，全体股东一致同意作为发起人，以2014年9月30日为改制基准日，以经审计的三人行有限账面净资产值35,402,970.96元为基础，按1.011513456:1的比例折合为股份35,000,000股（每股面值人民币1元），整体变更为股份公司，股份公司注册资本为3,500万元，净资产扣除股本后的余额402,970.96元计入资本公积。

2014年12月5日，发行人在西安市工商行政管理局高新分局办理本次整体变更的工商变更登记手续并取得注册号为610131100016579的《营业执照》。

（二）发起人

三人行有限整体变更为股份有限公司时的发起人股东及其持股情况如下：

股东名称	股份数量（万股）	持股比例（%）
西安多多	1,371.30	39.18
西安众行	618.45	17.67
钱俊冬	601.65	17.19
北京睿享	350.00	10.00
崔蕾	261.10	7.46
合肥讯飞	157.50	4.50
范兴红	140.00	4.00
合计	3,500.00	100.00

（三）在改制设立发行人前后，主要发起人拥有的主要资产和实际从事的主要业务

改制设立发行人时，主要发起人为西安多多、西安众行、钱俊冬、北京睿享、

崔蕾。主要发起人在发行人改制设立前后，拥有的主要资产和实际从事的主要业务如下：

1、西安多多

在改制设立发行人前，发起人西安多多拥有的主要资产为持有三人行有限的股权，实际从事的主要业务为投资三人行有限。

改制设立发行人前后，发起人西安多多拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化。

2、西安众行

在改制设立发行人前，发起人西安众行拥有的主要资产为持有三人行有限的股权，实际从事的主要业务为投资三人行有限。

改制设立发行人前后，发起人西安众行拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化。

3、钱俊冬

在改制设立发行人前，发起人钱俊冬拥有的主要资产为持有三人行有限的股权、西安多多的股权、西安众行的合伙份额以及杨凌三人行的合伙份额等，其主要致力于三人行有限的经营、管理工作。

改制设立发行人前后，发起人钱俊冬拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化。

4、北京睿享

在改制设立发行人前，发起人北京睿享拥有的主要资产为持有三人行有限的股权，实际从事的主要业务为股权投资。

改制设立发行人前后，发起人北京睿享拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化。

5、崔蕾

在改制设立发行人前，发起人崔蕾拥有的主要资产为持有三人行有限的股权、西安多多的股权、西安众行的合伙份额以及杨凌三人行的合伙份额，其主要

工作为参与三人行有限的管理工作。

改制设立发行人前后，发起人崔蕾拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化，与钱俊冬作为公司的共同实际控制人。

（四）发行人成立时拥有的主要资产和实际从事的主要业务

发行人系由三人行有限整体变更设立，在改制设立时承继了三人行有限的全部资产与负债。公司主营业务系为客户提供整合营销服务。改制设立前后，发行人拥有的主要资产和实际从事的主要业务未发生重大变化。

（五）改制前原企业的业务流程、改制后公司的业务流程，以及原企业和公司业务流程间的联系

发行人由三人行有限整体变更设立，改制前后主营业务以及业务流程未发生重大变化。发行人相关业务流程可参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“四、发行人主营业务具体情况”的相关内容。

（六）发行人成立以来，在生产经营方面与主要发起人的关联关系及演变情况

发行人成立以来，主营业务独立于主要发起人，在生产经营方面不存在依赖主要发起人的情形。

关于发行人与关联方之间的交易具体情况可参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”。

（七）发起人出资资产的产权变更手续办理情况

发行人系三人行有限整体变更设立，三人行有限的全部资产、债务及人员由发行人承继，相关产权权属人已变更为发行人。

三、发行人股本形成及其变化情况和资产重组情况

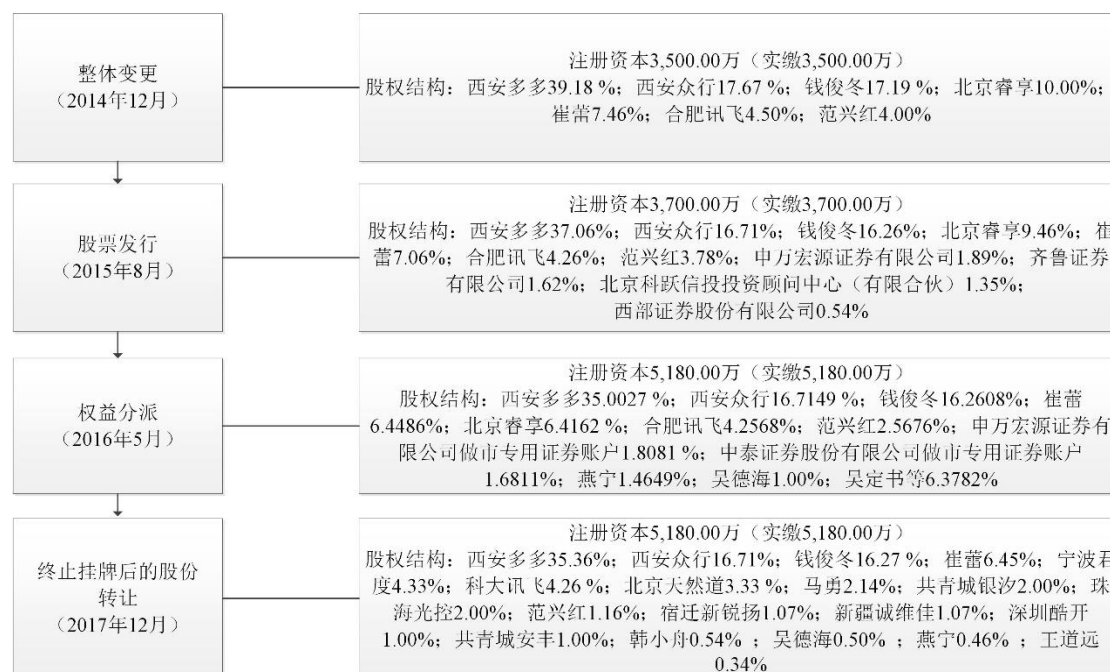
(一) 发行人设立以来股本形成及其变化

发行人设立以来股本形成及其变化如下：

有限公司阶段：



股份公司阶段：



1、2003年8月，三人行有限成立

三人行有限由钱俊冬和崔蕾共同出资设立，成立时注册资本为人民币 50.00 万元。2003年8月6日，西安金周有限责任会计师事务所出具“西金会验字(2003)第 226 号”《验资报告》，对三人行有限的设立出资予以验证。发行人 2003 年设立时的货币资金出资已足额缴纳，不存在出资不实等瑕疵。

2003 年 8 月 13 日，三人行有限取得西安市工商行政管理局核发的 6101012114722 号《企业法人营业执照》(2008 年 8 月 1 日，公司注册号由西安市工商行政管理局统一变更为 610131100016579 号)，法定代表人为钱俊冬。

三人行有限设立时股权结构如下表所示：

序号	股东名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	钱俊冬	30.00	30.00	60.00
2	崔蕾	20.00	20.00	40.00
	合计	50.00	50.00	100.00

2、2005年8月，三人行有限第一次增资

2005 年 7 月 19 日，三人行有限召开股东会，决议增加注册资本 250.00 万元，

其中钱俊冬出资 150.00 万元，崔蕾出资 100.00 万元，均为货币出资。增资后三人行有限注册资本为 300.00 万元。

2005 年 7 月 25 日，西安方兴有限责任会计师事务所出具“西方兴会验字（2005）第 1001 号”《验资报告》，验证截至 2005 年 7 月 22 日，三人行有限已收到钱俊冬、崔蕾缴纳的增资款合计 250.00 万元，变更后的注册资本和实收资本均为 300.00 万元。

2005 年 8 月 3 日，西安市工商行政管理局高新分局对该次增资事项予以变更登记。

本次增资完成后，三人行有限的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	钱俊冬	180.00	180.00	60.00
2	崔蕾	120.00	120.00	40.00
合计		300.00	300.00	100.00

3、2011 年 12 月，三人行有限第二次增资

2011 年 11 月 29 日，三人行有限召开股东会，决议增加注册资本 215.00 万元，均由西安多多以货币出资。增资后三人行有限公司注册资本为 515.00 万元。

2011 年 12 月 2 日，中瑞岳华会计师事务所出具“中瑞岳华陕验字（2011）第 328 号”《验资报告》，验证截至 2011 年 12 月 1 日，三人行有限已收到西安多多缴纳的增资款 215.00 万元，变更后的注册资本和实收资本均为 515.00 万元。

2011 年 12 月 6 日，西安市工商行政管理局高新分局对该次增资事项予以变更登记。

本次增资完成后，三人行有限的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	西安多多	215.00	215.00	41.75
2	钱俊冬	180.00	180.00	34.95
3	崔蕾	120.00	120.00	23.30
合计		515.00	515.00	100.00

4、2012年9月，三人行有限第三次增资

2012年8月30日，三人行有限召开股东会，决议增加注册资本300.00万元，均由西安多多以货币出资。增资后三人行有限注册资本为815.00万元。

2012年8月31日，中瑞岳华会计师事务所出具“中瑞岳华陕验字（2012）第020号”《验资报告》，验证截至2012年8月31日，三人行有限已收到西安多多缴纳的增资款300.00万元，变更后的注册资本和实收资本均为815.00万元。

2012年9月7日，西安市工商行政管理局高新分局对该次增资事项予以变更登记。

本次增资完成后，三人行有限的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	西安多多	515.00	515.00	63.19
2	钱俊冬	180.00	180.00	22.09
3	崔蕾	120.00	120.00	14.72
合计		815.00	815.00	100.00

5、2012年11月，三人行有限第四次增资

2012年11月6日，三人行有限召开股东会，决议增加注册资本185.00万元，均由西安众行以货币出资。增资后三人行有限注册资本为1,000.00万元。

2012年11月7日，中瑞岳华会计师事务所出具“中瑞岳华陕验字（2012）第025号”《验资报告》，验证截至2012年11月6日，三人行有限已收到西安众行缴纳的增资款185.00万元，变更后的注册资本和实收资本均为1,000.00万元。

2012年11月19日，西安市工商行政管理局高新分局对该次增资事项予以变更登记。

本次增资完成后，三人行有限的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	西安多多	515.00	515.00	51.50

序号	股东姓名或名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
2	西安众行	185.00	185.00	18.50
3	钱俊冬	180.00	180.00	18.00
4	崔蕾	120.00	120.00	12.00
合计		1,000.00	1,000.00	100.00

6、2013年9月，三人行有限第五次增资

(1) 增资情况

2013年8月6日，三人行有限召开股东会，同意公司增加注册资本47.1205万元，由合肥讯飞以918.00万元货币出资（其中47.1205万元计入注册资本，剩余870.8795万元计入资本公积）。该次增资价格19.48元/股由增资方与公司原股东协商确定并签订了《增资协议》。增资后三人行有限注册资本为1,047.1205万元。该次增资的原因系三人行有限当时存在补充发展资金的需求，且合肥讯飞作为外部投资者，看好三人行有限所处行业及公司的发展前景，故决定投资三人行有限，具有合理性。

2013年9月4日，陕西兴华会计师事务所有限责任公司出具“陕兴验字（2013）第156号”《验资报告》，验证截至2013年8月27日，三人行有限已收到合肥讯飞缴纳的增资款47.1205万元，超过认缴注册资本部分870.8795万元计入资本公积，变更后的注册资本和实收资本均为1,047.1205万元。

2013年9月11日，西安市工商行政管理局高新分局对该次增资事项予以变更登记。

本次增资完成后，三人行有限的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	西安多多	515.00	515.00	49.18
2	西安众行	185.00	185.00	17.67
3	钱俊冬	180.00	180.00	17.19
4	崔蕾	120.00	120.00	11.46
5	合肥讯飞	47.12	47.12	4.50

序号	股东姓名或名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
	合计	1,047.12	1,047.12	100.00

(2) 本次增资中的回购、业绩补偿约定及其解除

2013年7月5日，合肥讯飞与三人行有限、西安多多、钱俊冬、崔蕾、西安众行就上述增资事项签订《增资协议》及《<增资协议>补充协议》；2014年12月23日，前述各方签订了《关于修订增资协议及其补充协议之补充协议》。上述协议约定了回购和业绩补偿条款。

2016年7月15日，合肥讯飞与三人行有限、西安多多、钱俊冬、崔蕾、西安众行再次签订《<增资协议>之补充协议》，终止了前述《增资协议》、《<增资协议>补充协议》和《关于修订增资协议及其补充协议之补充协议》中约定的回购和业绩补偿特殊条款。相关各方的权利和义务已解除。上述特殊条款并未实际履行，终止特殊条款不会影响增资有效性，特殊条款的签订、执行和终止过程中不存在纠纷或潜在纠纷。

7、2014年4月，三人行有限第一次股权转让

(1) 股权转让情况

2013年10月8日，崔蕾与外部投资者范兴红签订《股权转让协议》，将其所持有的三人行有限4%的股权（对应41.8848万元出资额）以816.00万元转让给范兴红。该次股权转让价格19.48元/股为转让双方协商确定。三人行有限股东会已审议通过本次股权转让。该次股权转让的原因系范兴红作为外部投资者看好三人行有限所处行业及公司的发展前景，故进行股权转让，具有合理性。

2014年4月17日，西安市工商行政管理局高新分局对三人行有限该次股权转让事项予以变更登记。

上述股权转让后，三人行有限的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	西安多多	515.00	515.00	49.18
2	西安众行	185.00	185.00	17.67

序号	股东姓名或名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
3	钱俊冬	180.00	180.00	17.19
4	崔蕾	78.12	78.12	7.46
5	合肥讯飞	47.12	47.12	4.50
6	范兴红	41.88	41.88	4.00
	合计	1,047.12	1,047.12	100.00

(2) 本次股权转让中的回购约定及其解除

2013年10月8日，崔蕾与范兴红就股权转让事项签订《补充协议》，约定了回购特殊条款。

2016年7月4日，崔蕾与范兴红签署《终止协议》，终止了前述《补充协议》。相关各方的权利和义务已解除。上述特殊条款并未实际履行，终止特殊条款不会影响股权转让有效性，特殊条款的签订、执行和终止过程中不存在纠纷或潜在纠纷。

8、2014年9月，三人行有限第二次股权转让

(1) 股权转让情况

2014年9月26日，西安多多与北京睿享签订《股权转让协议》，将其所持三人行有限10%的股权（对应104.71205万元出资额）以1,200.00万元转让给北京睿享。该次股权转让价格11.46元/股为转让双方协商确定。2014年9月26日，三人行有限召开股东会审议通过本次股权转让。

该次股权转让的原因系北京睿享作为外部投资者看好三人行有限所处行业及公司的发展前景，同时发行人实际控制人钱俊冬短期内有个人资金使用需求，故进行股权转让，具有合理性。

2014年9月30日，西安市工商行政管理局高新分局对三人行有限该次股权转让事项予以变更登记。

上述股权转让后，三人行有限的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	认缴出资额 (万元)	实缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
1	西安多多	410.29	410.29	39.18
2	西安众行	185.00	185.00	17.67
3	钱俊冬	180.00	180.00	17.19
4	北京睿享	104.71	104.71	10.00
5	崔蕾	78.12	78.12	7.46
6	合肥讯飞	47.12	47.12	4.50
7	范兴红	41.88	41.88	4.00
合计		1,047.12	1,047.12	100.00

(2) 本次股权转让中的回购约定及其解除

2014年9月26日，北京睿享与西安多多、钱俊冬、崔蕾、西安众行就上述股权转让事项签订《补充协议》，约定了回购特殊条款。

2016年7月6日，北京睿享与西安多多、钱俊冬、崔蕾、西安众行签订《终止协议》，终止了前述《补充协议》。相关各方的权利和义务已解除。上述特殊条款并未实际履行，终止特殊条款不会影响股权转让有效性，特殊条款的签订、执行和终止过程中不存在纠纷或潜在纠纷。

9、2014年12月，整体变更为股份有限公司

发行人是由三人行有限整体变更设立的股份有限公司，原名西安三人行传媒网络科技股份有限公司，于2016年11月更名为三人行传媒集团股份有限公司。2014年11月17日，三人行有限召开股东会，全体股东一致同意作为发起人，以2014年9月30日为改制基准日，以经审计的三人行有限账面净资产值35,402,970.96元为基础，按1.011513456:1的比例折合为股份35,000,000股（每股面值人民币1元），整体变更为股份公司，净资产扣除股本后的余额402,970.96元计入资本公积。该出资已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》进行验证。

2014年12月5日，发行人在西安市工商行政管理局高新分局办理本次整体变更的工商变更登记手续并取得注册号为610131100016579的《营业执照》。

股份公司设立时股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	出资额 (万元)	持股比例 (%)	出资方式
1	西安多多	1,371.30	39.18	净资产
2	西安众行	618.45	17.67	净资产
3	钱俊冬	601.65	17.19	净资产
4	北京睿享	350.00	10.00	净资产
5	崔蕾	261.10	7.46	净资产
6	合肥讯飞	157.50	4.50	净资产
7	范兴红	140.00	4.00	净资产
合计		3,500.00	100.00	-

10、2015年4月，股转系统挂牌并公开转让

2015年3月26日，股转公司出具《关于同意西安三人行传媒网络科技股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函〔2015〕926号），同意公司股票在股转系统挂牌。

2015年4月21日起，三人行股票以协议转让方式在股转系统挂牌公开转让，证券简称为“三人行”，股票代码为832288.OC。

11、2015年8月，股票发行

经发行人2015年5月26日召开的第一届董事会第四次会议和2015年6月12日召开的2015年第二次临时股东大会审议通过《股票发行方案》，此次股票发行的价格为人民币14.88元/股，共发行股票2,000,000股。参与本次股票发行的认购方分别为申万宏源证券有限公司、齐鲁证券有限公司、北京科跃信投投资顾问中心（有限合伙）与西部证券股份有限公司。根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《验资报告》，截至2015年6月19日，三人行已收到四名认购方缴纳的认购款合计2,976.00万元。

2015年7月24日，股转公司出具《关于西安三人行传媒网络科技股份有限公司股票发行股份登记的函》（股转系统函〔2015〕4456号），确认本次股票发行的备案申请。

2015年8月6日，中证登北京分公司出具了《新增股份登记信息披露通知书》。

2015年8月21日，西安市工商行政管理局高新分局对该次股本变动情况予以变更登记。

股票发行完成后，三人行股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	西安多多	1,371.30	37.0622
2	西安众行	618.45	16.7149
3	钱俊冬	601.65	16.2608
4	北京睿享	350.00	9.4595
5	崔蕾	261.10	7.0568
6	合肥讯飞	157.50	4.2568
7	范兴红	140.00	3.7838
8	申万宏源证券有限公司	70.00	1.8919
9	齐鲁证券有限公司	60.00	1.6216
10	北京科跃信投投资顾问中心（有限合伙）	50.00	1.3514
11	西部证券股份有限公司	20.00	0.5405
合计		3,700.00	100.00

12、2015年8月，由协议转让变更为做市转让

2015年8月14日，股转公司出具《关于同意股票变更为做市转让方式的函》（股转系统函（2015）5423号），同意三人行股票自2015年8月18日起由协议转让方式变更为做市转让方式。由申万宏源证券有限公司、齐鲁证券有限公司与西部证券股份有限公司为发行人股票提供做市报价服务。

13、2016年5月，权益分派

2016年5月12日，三人行召开2015年年度股东大会审议通过《2015年度权益分派方案》：三人行以总股本37,000,000股为基数，以资本公积向全体股东每10股转增4股，派5.40元人民币现金，权益分派实施完成后，公司总股本增加至51,800,000股。本次权益分派股权登记日为2016年5月24日。

本次权益分派完成后，三人行股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	西安多多	1,813.14	35.0027
2	西安众行	865.83	16.7149
3	钱俊冬	842.31	16.2608
4	崔蕾	334.04	6.4486
5	北京睿享	332.36	6.4162
6	合肥讯飞	220.50	4.2568
7	范兴红	133.00	2.5676
8	申万宏源证券有限公司做市专用证券账户	93.66	1.8081
9	中泰证券股份有限公司做市专用证券账户	87.08	1.6811
10	燕宁	75.88	1.4649
11	吴德海	51.80	1.0000
12	吴定书	49.00	0.9459
13	江晖	49.00	0.9459
14	张昱	31.64	0.6108
15	俞锦康	28.70	0.5541
16	彭兴敏	28.00	0.5405
17	韩小舟	28.00	0.5405
18	西部证券股份有限公司做市专用证券账户	24.78	0.4784
19	陈静	21.00	0.4054
20	王道远	17.50	0.3378
21	张利英	14.00	0.2703
22	赵睿	14.00	0.2703
23	光大证券股份有限公司做市专用证券账户	7.14	0.1378
24	中国中投证券有限责任公司	6.16	0.1189
25	周启兰	4.48	0.0865
26	王寒风	3.92	0.0757
27	林涛	1.96	0.0378
28	姜飞	0.70	0.0135
29	曹瑞金	0.14	0.0027
30	陈立新	0.14	0.0027
31	荆明	0.14	0.0027

序号	股东姓名或名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
	合计	5,180.00	100.00

14、2016年7月，由做市转让变更为协议转让

2016年7月18日，股转公司出具《关于同意股票变更为协议转让方式的函》（股转系统函〔2016〕5334号），同意三人行股票自2016年7月20日起由做市转让方式变更为协议转让方式。

15、2017年6月，股票在股转系统终止挂牌

2017年6月9日，股转公司出具《关于同意三人行传媒集团股份有限公司终止股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函〔2017〕2812号），同意三人行股票自2017年6月13日起在股转系统终止挂牌。发行人的新三板挂牌过程、在挂牌期间的股份交易、在挂牌期间的董事会或股东大会决策、摘牌行为合法合规，在挂牌期间的信息披露不存在重大违法违规行为，不存在受到行政处罚的情形。

根据中证登北京分公司提供的证券持有人名册，截至2017年6月15日，三人行人的股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	西安多多	1,813.14	35.0027
2	西安众行	865.83	16.7149
3	钱俊冬	842.55	16.2654
4	霍城多多	569.80	11.0000
5	崔蕾	334.04	6.4486
6	北京睿享	228.06	4.4027
7	合肥讯飞	220.50	4.2568
8	范兴红	132.90	2.5656
9	燕宁	75.88	1.4649
10	吴德海	51.80	1.0000
11	韩小舟	28.00	0.5405
12	王道远	17.50	0.3378
	合计	5,180.00	100.00

霍城多多受让发行人股票的资金来源为自筹资金，持有的发行人股份合法、合规、有效，不存在委托、信托或以其他任何方式代持股权的情形。

16、终止挂牌后的股份转让

发行人股票在股转系统终止挂牌后至本招股书说明书签署日期间，发行人部分股东之间、部分股东与其他第三方之间的股份转让情况如下：

序号	转让方	受让方	转让股份数（股）	价格（元/股）	转让价款（万元）	协议签署日期	股份过户时间
1	霍城多多	宁波君度	1,726,520	28.96	5,000.00	2017/6/15	2017/12/4
2		马勇	1,110,288	28.96	3,215.39	2017/10/17	2017/12/12
3		珠海光控	1,035,912	28.96	3,000.00	2017/6/20	2017/12/1
4		共青城银汐	777,000	28.96	2,250.19	2017/12/24	2017/12/28
5		深圳酷开	518,000	28.96	1,500.13	2017/9/14	2017/12/15
6		共青城安丰	345,568	28.96	1,000.76	2017/9/19	2017/12/29
7		西安多多	184,712	28.96	534.93	2017/12/28	2017/12/29
8	北京睿享	北京天然道	1,726,520	28.96	5,000.00	2017/9/27	2017/12/19
9		新疆诚维佳	554,080	28.96	1,604.62	2017/11/1	2017/12/19
10	吴德海	宁波君度	259,000	28.96	750.06	2017/9/16	2017/12/20
11	合肥讯飞	科大讯飞	2,205,000	13.51	2,978.96	2017/7/5	2017/12/14
12	范兴红	宿迁新锐扬	555,144	28.96	1,607.70	2017/12/13	2017/12/14
13		共青城安丰	172,432	28.96	499.36	2017/9/19	2017/12/29
14	燕宁	宁波君度	259,000	28.96	750.06	2017/9/18	2017/12/14
15		共青城银汐	259,000	28.96	750.06	2017/12/24	2017/12/28

注：上述合肥讯飞向科大讯飞的股权转让价格 13.51 元/股系三人行终止挂牌前一交易日的收盘价，该笔转让价格与其他同期股权转让价格不同系因股权转让之时合肥讯飞系科大讯飞的全资子公司。

2017 年 12 月，霍城多多等部分股东出于优化发行人股权结构、尽早获取投资回报或自身有资金需求等原因，向看好发行人行业及公司发展前景的受让方进行了股份转让。

科大讯飞与合肥讯飞之间的股份转让，由于系母子公司之间的股份转让，故以三人行终止挂牌前一交易日的收盘价 13.51 元/股作为转让价格。除此之外，其他股东的股份转让价格均为 28.96 元/股；该价格系交易各方在自愿的基础上，综

合考虑了发行人的盈利能力以及未来发展前景等因素，经各方平等协商而达成，定价公允。

中证登已就上述转让办理了过户登记并分别出具了《证券过户登记确认书》。

上述股份转让完成后，三人行股权结构如下：

序号	股东姓名或名称	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
1	西安多多	1,831.61	35.36
2	西安众行	865.83	16.71
3	钱俊冬	842.55	16.27
4	崔蕾	334.04	6.45
5	宁波君度	224.45	4.33
6	科大讯飞	220.50	4.26
7	北京天然道	172.65	3.33
8	马勇	111.03	2.14
9	共青城银汐	103.60	2.00
10	珠海光控	103.59	2.00
11	范兴红	60.15	1.16
12	宿迁新锐扬	55.51	1.07
13	新疆诚维佳	55.41	1.07
14	深圳酷开	51.80	1.00
15	共青城安丰	51.80	1.00
16	韩小舟	28.00	0.54
17	吴德海	25.90	0.50
18	燕宁	24.08	0.46
19	王道远	17.50	0.34
合计		5,180.00	100.00

发行人现有股东均为适格股东，不存在“三类股东”；共同实际控制人钱俊冬、崔蕾为夫妻关系，钱俊冬、崔蕾、西安多多和西安众行构成一致行动关系，除此之外，发行人其他现有股东不存在亲属关系、委托持股、信托持股或一致行动关系；发行人现有股东不存在股权纠纷或潜在纠纷，与发行人及其相关方之间不存在对赌协议等特殊协议或安排；本次发行中介机构负责人及其签字人员未直

接或间接持有发行人股份。

（二）发行人重大资产重组情况

发行人设立以来不存在重大资产重组情况。

（三）发行人股权结构变化对业务连续性、控制权等方面的影响

报告期内，发行人主营业务未发生重大变化，系为客户提供整合营销服务。虽然发行人自成立以来股权结构曾发生变动，但并未对业务连续性以及控制权产生影响。

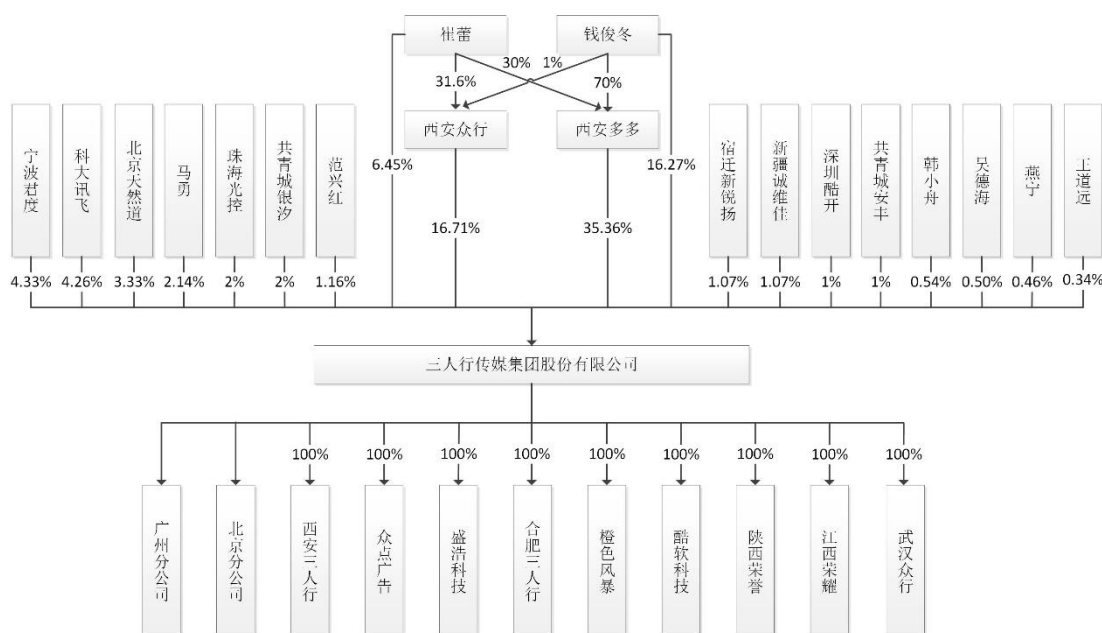
四、历次验资情况及发行人设立时发起人投入资产的计量属性

发行人设立以来的验资情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及其变化情况和资产重组情况”之“（一）发行人设立以来股本形成及其变化”。

五、发行人股东控制结构和组织结构

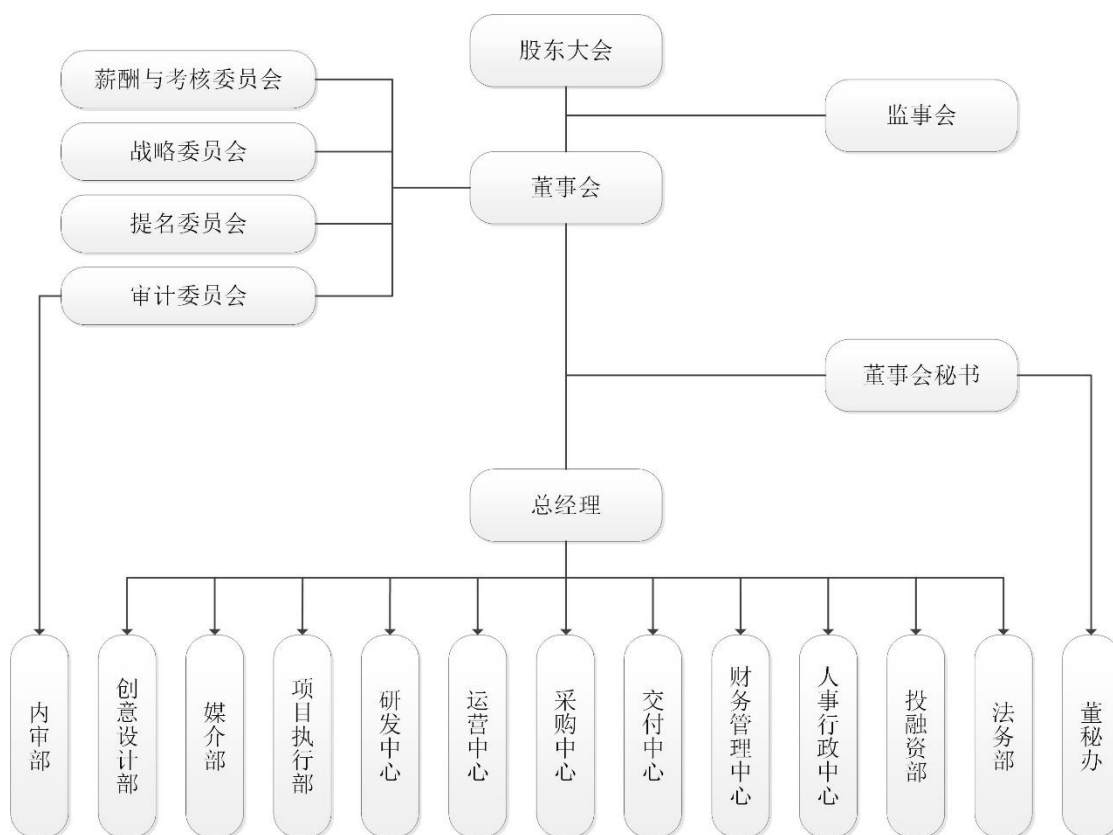
（一）发行人控制结构图

截至本招股说明书签署日，发行人控制结构图如下：



(二) 发行人组织结构图

截至本招股说明书签署日，发行人组织结构图如下：



发行人各部门的工作职责如下：

部门设置		主要职能
业务部门	创意设计部	为客户品牌形象和品牌传播策略提供创意方案、产出创意主题，并围绕核心创意主题进行文案、视频、漫画等创意内容的制作
	媒介部	负责与互联网媒体洽谈合作并进行媒体资源的下单采购；负责媒体投放数据的汇总统计，并针对相关数据进行运营分析，在此基础上进行媒体投放策略优化
	项目执行部	直接面对客户，为客户提供市场洞察、消费者洞察等营销洞察，并在此基础上为客户制定品牌策略、传播策略、媒体（包括线上及线下）投放策略，为客户提供媒介投放策划及投放执行、场景活动服务等整合营销服务，并负责项目执行后的结案、汇报，跟踪客户满意度
支持部门	运营中心	对公司经营管理的全过程进行计划执行和控制，通过业务监控、管理和支撑，积累各项业务数据，根据数据情况，对媒体开发和业务拓展提出建议；汇总业务执行数据，并向财务管理中心提报
	采购中心	制定公司采购战略及采购相关制度，以完成项目及成本控制为目标，制定采购计划，组织实施项目完成对采购支撑的要求，统筹协调相关资源，监督监管采购过程
	交付中心	负责全国线下媒体创新、媒体建设维护、校园媒体的渠道建设、媒体交付；并对校园场景活动创新、活动场地洽谈、场景活动交付执行进行统筹

部门设置		主要职能
	研发中心	负责公司广告投放系统、项目管理系统、媒体资源管理系统及数据分析系统等技术支撑系统的持续研发和升级；负责校园互联网产品的开发和运营；负责为公司 IT 系统搭建、信息化管理工作提供全面技术支持
职能部门	财务管理中心	负责公司财务报告与分析、财务预算、会计核算、税务筹划、资金管理、区域业绩核算；负责公司财务会计制度、财务管理办法的制定与实施
	人事行政中心	负责制定人力资源战略及规划，并根据业务开展的需求组织人力资源招聘、培训；负责公司企业文化的宣传和提升；负责公司日常行政事务管理
	董秘办	负责公司对外信息披露工作、投资者关系管理；保持与证券监督管理部门、证券交易所及证券服务机构的沟通和联系；负责跟踪公司投资和经营战略的执行情况、提供分析意见及改进建议，辅助制订公司发展战略规划；负责协调联络股东大会、董事会、监事会日常工作及会议组织等工作事宜
	法务部	研究公司生产经营管理相关的法律、法规、政策，对公司重要经营决策和重大经济活动提出法律意见，为公司日常经营管理提供法律保障
	投融资部	负责评价公司融资环境、制订投融资管理办法及相关风险指标；负责公司对外投资事项的尽职调查、前期论证和可行性研究及交易结构的设计
	内审部	主要负责公司内部审计和内控制度的制定和检查监督；审查公司及下属公司的财务收支和各项业务活动情况；评审内部控制体系的有效性和适当性

（三）公司分支机构

截至本招股说明书签署日，公司共有北京、广州两家分公司，具体情况如下：

1、北京分公司

北京分公司成立日期为 2017 年 3 月 14 日，统一社会信用代码号为 91110108MA00CKB66P，营业场所为北京市海淀区知春路 7 号致真大厦 C 座 12 层 03 室，经营范围为：设计、制作、代理、发布广告；技术开发、技术推广、技术转让；企业管理咨询；企业策划；市场调查；承办展览展示活动；会议服务；公共关系服务；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；销售电子产品、通讯产品、计算机、软件及辅助设备、机械设备（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动）。

2、广州分公司

广州分公司成立日期为 2016 年 12 月 1 日，统一社会信用代码号为 91440101MA59GFPE6P，营业场所为广州市天河区天河路 490 号 1401、1402，经营范围为：联系总公司业务（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）。

六、发行人控股、参股公司情况

（一）全资子公司

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 9 家全资子公司即橙色风暴、合肥三人行、西安三人行、众点广告、盛浩科技、陕西荣誉、江西荣耀、武汉众行和酷软科技。发行人及各子公司业务定位如下：

公司名称	业务定位
发行人	开展全国区域的数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务
橙色风暴	重点开展全国区域的数字营销服务、华北地区的校园媒体营销服务和场景活动服务
合肥三人行	重点开展华东地区的校园媒体营销服务和场景活动服务
西安三人行	重点开展西北地区的校园媒体营销服务和场景活动服务
众点广告	重点开展西北地区的校园媒体营销服务和场景活动服务
盛浩科技	重点开展上海地区的数字营销服务和场景活动服务
陕西荣誉	市场调查、监测服务
江西荣耀	媒介采购中心
武汉众行	媒介采购中心
酷软科技	软件开发与系统集成，为公司研发项目提供技术支持

1、橙色风暴

公司名称	北京橙色风暴数字技术有限公司	成立时间	2008 年 4 月 1 日
注册资本	1,000 万元	实收资本	1,000 万元
注册地	北京市海淀区知春路 7 号致真大厦 C 座 12 层 01 室		
经营范围	技术服务、技术推广、技术开发、技术转让、技术咨询；组织文化艺术交流活动(不含营业性演出)；承办展览展示活动；企业管理咨询；计算机系统服务；维修计算机；电脑动画设计；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；软件开发；企业策划；出租商业用房；版权转让、版权代理；版权贸易；影视策划；文艺创作；经济贸易咨询；公共关系服务；摄影扩印		

	服务；销售礼品、工艺品、通讯设备、计算机、软件及辅助设备、电子产品、通讯设备、服装鞋帽、针纺织品、卫生用品、化妆品、日用品、厨房用具、卫生间用具、首饰、家用电器、五金交电（不含电动自行车）、玩具、文化用品、体育用品、建筑材料、金属材料；电影发行；广播电视节目制作；电影摄制。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；电影发行、电影摄制、广播电视节目制作以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	
统一社会信用代码	91110108674295079L	
法定代表人	崔蕾	
主要财务数据 (经审计)	项目	2019.12.31
	总资产（元）	133,977,298.53
	净资产（元）	54,038,075.52
	项目	2019 年度
	净利润（元）	27,566,319.27

2、合肥三人行

公司名称	合肥三人行教育科技有限公司	成立时间	2007 年 4 月 9 日
注册资本	500 万元	实收资本	500 万元
注册地	合肥市政务区潜山路 188 号蔚蓝商务港城市广场 D 座 2105 室		
经营范围	国内广告策划、设计、制作、代理及发布；会议会展服务；营销及文化活动策划服务；展览展示；代理电信业务、手机及配件销售；标识标牌及文化产品的设计、制作；灯箱制作或安装；计算机网络技术服务、系统集成；网络设备安装与维护；计算机系统设计、网页设计；通信集成系统网络的设计、开发、安装；软件开发、销售与运营；从事计算机网络技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；网络工程；互联网信息服务(除专项许可)；影视动漫设计；通讯设备设计开发与销售；文艺创作与表演、演出业务的组织和承办；不动产租赁；喷绘写真物料制作；网站建设；音视频设备销售；多媒体系统工程设计、运行及维护；校园文化设施建设、设计、制作及安装；雕塑设计与制作；建筑设计、景观设计、室内外装修装饰工程。(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)		
统一社会信用代码	913401007998434383		
法定代表人	谢士春		
主要财务数据 (经审计)	项目	2019.12.31	
	总资产（元）	7,822,960.39	
	净资产（元）	6,375,305.48	
	项目	2019 年度	
	净利润（元）	170,693.91	

3、西安三人行

公司名称	西安三人行广告传媒有限公司	成立时间	2005年7月25日
注册资本	300万元	实收资本	300万元
注册地	陕西省西安市高新区科技二路72号软件园唐乐阁E401		
经营范围	广告设计、制作、代理、发布；工艺品、礼品设计、加工及销售；健身用品、包袋皮具、日用品销售；会议服务；文化艺术交流活动的组织、策划；企业形象设计、商务信息咨询；市场调查；计算机系统集成及设计（须经审批项目除外）、技术服务；计算机软件开发、销售；网页设计；网络设备安装与维护；票务代理；包装装潢印刷品印刷（限分支机构经营）。（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）		
统一社会信用代码	91610131775916575C		
法定代表人	张昊		
主要财务数据 (经审计)	项目	2019.12.31	
	总资产(元)	8,034,241.17	
	净资产(元)	5,210,312.53	
	项目	2019年度	
	净利润(元)	825,744.15	

4、众点广告

公司名称	西安众点广告文化传播有限公司	成立时间	2009年7月31日
注册资本	100万元	实收资本	100万元
注册地	陕西省西安市高新区科技二路72号软件园唐乐阁E401		
经营范围	广告的设计、制作、代理、发布（须经审批项目除外）；企业形象设计；商务会议服务；商品展示展览活动、礼仪庆典活动的策划；市场调查；计算机网络工程、装饰装修工程、土建工程施工及维护；工艺礼品、电子产品、健身用品、日用百货、五金交电、家用电器、建筑装饰材料的销售；企业管理咨询；企业营销策划；文化艺术交流活动的策划；电脑图文设计；计算机平面设计；景观亮化工程的设计、施工。（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）		
统一社会信用代码	91610131688996968J		
法定代表人	郭献维		
主要财务数据 (经审计)	项目	2019.12.31	
	总资产(元)	2,105,940.81	
	净资产(元)	1,864,398.45	
	项目	2019年度	
	净利润(元)	487,336.50	

5、盛浩科技

公司名称	上海盛浩网络科技有限公司	成立时间	2015年8月14日
注册资本	1,000万元	实收资本	1,000万元
注册地	上海市虹口区长阳路235号七层7929室		
经营范围	从事网络信息、计算机、系统集成科技专业领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理、发布各类广告，会展会务服务，电脑图文设计制作，文化艺术交流活动策划，创意服务，摄影摄像服务，自有设备租赁，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），商务咨询，实业投资，企业管理，企业管理咨询，企业形象策划，市场营销策划，园林古建筑建设工程专业施工；销售通信设备及相关产品，计算机、软件及辅助设备，工艺礼品，日用百货，包装材料。（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）		
统一社会信用代码	91310109351116419Y		
法定代表人	叶生根		
主要财务数据 (经审计)	项目	2019.12.31	
	总资产（元）	11,162,523.75	
	净资产（元）	10,591,423.84	
	项目	2019年度	
	净利润（元）	58,730.77	

6、陕西荣誉

公司名称	陕西荣誉策划咨询有限公司	成立时间	2006年4月24日
注册资本	100万元	实收资本	100万元
注册地	陕西省西安市高新区科技二路72号西安软件园唐乐阁E401		
经营范围	电子产品、通讯产品、计算机软硬件及网卡的研制、生产、销售、安装调试；计算机网络服务；计算机系统集成设计、安装及销售；网络设备安装与维护；计算机系统设计；网页设计；计算机技术服务与通信综合集成系统网络的设计、开发、安装；承包网络工程；市场调查；企业信息咨询、会展服务、营销及文化活动策划服务；文化教育交流、咨询、服务；印刷设计；产品资料宣传；工艺礼品、健身用品、包装用具、日用品销售；广告设计、制作、代理、发布。（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）		
统一社会信用代码	91610000786968047E		
法定代表人	谢士春		
主要财务数据 (经审计)	项目	2019.12.31	
	总资产（元）	2,340,303.72	
	净资产（元）	2,199,457.87	

	项目	2019 年度
	净利润（元）	698,241.85

7、江西荣耀

公司名称	江西荣耀传媒广告有限公司	成立时间	2016 年 12 月 28 日
注册资本	500 万元	实收资本	500 万元
注册地	江西省抚州市抚州高新技术产业开发区创业园标准公寓 B 栋 2 楼 33 号		
经营范围	广告设计、制作、代理、发布；平面设计；网络营销技术研发；计算机网络技术服务；企业信息及管理咨询；企业形象设计；市场调查；会展服务；公关活动策划；文化艺术交流活动组织策划（不含演出）；不动产租赁；电子产品、通讯产品、计算机软硬件及网卡的研制、销售、安装调试；电子产品通讯设备技术开发、维护、租赁；通信系统集成系统网络的设计、开发、安装；通信交换、终端设备的销售、安装、维修服务；通信器材及设备销售；通信工程施工；计算机网络工程开发、施工；网站建设及维护、承包网络工程、智能大厦综合布线工程；工艺品（文物除外）、健身器材（弩除外）、箱包皮具、日用百货销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
统一社会信用代码	91361003MA35N81HX0		
法定代表人	王蕾		
主要财务数据 （经审计）	项目	2019.12.31	
	总资产（元）	154,798,494.33	
	净资产（元）	9,897,347.04	
	项目	2019 年度	
	净利润（元）	3,182,748.75	

8、武汉众行

公司名称	武汉众行荣耀互动传媒有限公司	成立时间	2017 年 11 月 30 日
注册资本	1,000 万	实收资本	1,000 万
注册地	武汉市江汉区泛海国际 SOHO 城（一期）2 栋 17 层 2 室		
经营范围	文化艺术交流活动策划；设计、制作、发布、代理国内各类广告业务；企业管理咨询；会议会展服务；计算机软硬件的技术开发、技术咨询、技术转让；通讯工程设计与施工；工艺礼品、通讯设备（不含卫星电视广播地面接收设施）、计算机软硬件的批发兼零售；演出经纪（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营、经营期限、经营范围与许可证核定的一致）（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）		
统一社会信用代码	91420103MA4KX7001A		
法定代表人	张昊		
主要财务数据 （经审计）	项目	2019.12.31	
	总资产（元）	45,007,175.76	

	净资产（元）	12,236,788.37
	项目	2019 年度
	净利润（元）	1,457,446.08

9、酷软科技

公司名称	西安酷软网络科技有限公司	成立时间	2014 年 7 月 31 日
注册资本	600 万元	实收资本	600 万元
注册地	陕西省西安市高新区科技二路 72 号软件园唐乐阁 E401		
经营范围	计算机系统设计；网页设计；计算机系统集成；网络设备安装与维护；计算机技术服务与技术咨询；网络系统工程设计与施工；安防设备的安装与维护；计算机软硬件及配件的开发与销售；广告的设计、制作、代理、发布；智能设备的技术开发与销售；教学仪器设备、实验室成套设备、办公家具、教具的销售、安装和技术服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
统一社会信用代码	91610131311197082M		
法定代表人	王科委		
主要财务数据 (经审计)	项目	2019.12.31	
	总资产（元）	31,015,245.88	
	净资产（元）	10,347,864.76	
	项目	2019 年度	
	净利润（元）	1,422,748.67	

（二）报告期内参股的企业

报告期内，发行人曾经作为橙叶投资和珠海冠融的有限合伙人。橙叶投资和珠海冠融的现状如下：

1、橙叶投资

橙叶投资已于 2019 年 9 月 12 日注销，注销前的概况如下：

公司名称	霍城橙叶股权投资有限合伙企业（有限合伙）	成立时间	2017 年 1 月 17 日
出资额	3,000 万	退伙时间	2017 年 12 月 27 日
注册地	新疆伊犁州霍尔果斯经济开发区清水河配套园区企业服务中心 C422-009 室		
经营范围	从事对非上市企业的股权投资，通过认购非公开发行股票或者受让股权等方式持有上市公司股份以及相关咨询服务		
统一社会信用代码	91654023MA778N504J		
合伙人构成	合伙人名称	合伙人类型	持股比例

	北京橙叶投资基金管理有 限公司	普通合伙人	3.33%
	王世东	有限合伙人	96.67%
	合计	-	100.00%

2、珠海冠融

公司名称	珠海冠融股权投资基金中 心（有限合伙）	成立时间	2015年6月15日
出资额	2,015万元	退伙时间	2016年7月21日
注册地	珠海市横琴新区宝华路6号105室-3946		
经营范围	从事对未上市企业投资、对上市公司非公开发行的股票投资及相关服务；实业投资、项目投资、股权投资。（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）		
主营业务	主要从事股权投资		
统一社会 信用代码	9144040034542217XU		
合伙人构成	合伙人名称	合伙人类型	持股比例
	深圳前海冠融投资管理有 限公司	普通合伙人	49.63%
	彭程	有限合伙人	50.37%
	合计	-	100.00%

（三）报告期内注销的子公司

报告期内，根据发行人战略发展布局的考虑和分、子公司管理的需求，于2018年12月27日将川行网络注销，于2019年5月31日将霍城众行注销，注销前的概况如下：

1、川行网络

公司名称	川行（天津）网络营销技术 有限公司	成立时间	2016年6月20日
注册资本	1,000万元	实收资本	1,000万元
注册地	天津市武清开发区福源道北侧创业总部基地C01号楼766室		
经营范围	网络营销技术、计算机软硬件技术、网络信息技术、开发、转让、咨询服务，从事广告业务，公关活动策划，会议及展览展示服务，企业形象策划，企业管理咨询，商务信息咨询，市场营销策划，组织文化艺术交流活动（不含演出），基础软件服务，应用软件服务，计算机系统服务，电脑图文设计、制作，市场调查，工艺品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
统一社会 信用代码	91120222MA05K67E60		
法定代表人	郭献维		

主要财务数据 (未经审计)	项目	2018.11.30
	总资产(元)	10,498,887.03
	净资产(元)	10,635,629.10
	项目	2018年1-11月
	净利润(元)	-85,942.37

2、霍城众行

公司名称	霍城众行传媒广告有限公 司	成立时间	2016年11月11日
注册资本	200万元	实收资本	200万元
注册地	新疆伊犁州霍尔果斯经济开发区清水河配套园区(霍城县清水河开发区江苏工业园区北区)		
经营范围	广告设计、制作、代理、发布广告、公关活动策划; 承办展览展示活动、会议服务、创意服务、电子商务; 媒介代理; 企业形象策划、企业管理咨询、商务咨询、市场营销策划; 组织文化艺术交流活动(不含演出); 电脑图文设计、制作; 市场调查、市场信息咨询与调查。(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)		
统一社会 信用代码	91654023MA77782RXU		
法定代表人	郭献维		
主要财务数据 (未经审计)	项目	2019.4.30	
	总资产(元)	7,459,694.68	
	净资产(元)	7,461,092.63	
	项目	2019年1-4月	
	净利润(元)	-18.00	

七、发起人、持有公司5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

(一) 发起人基本情况

公司是由三人行有限整体变更而来, 其发起人为三人行有限的全体股东, 分别为西安多多、西安众行、钱俊冬、北京睿享、崔蕾、合肥讯飞和范兴红。

1、西安多多

其详细情况参见本招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东和实际控制人简介”的相关内容。

2、西安众行

公司名称	西安众行投资管理有限合伙企业	成立时间	2011年12月7日
认缴出资额	200万元	实际出资额	200万元
注册地	陕西省西安市高新区鱼化街办天谷八路156号软件新城云汇谷A6西户4层B区B03		
经营范围	一般经营项目：投资、投资咨询及投资管理服务。（不得以公开方式募集资金，仅限以自有资产投资和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）（以上经营范围除国家规定的专控及许可证项目）		
统一社会信用代码	916101315874040892		
执行事务合伙人	钱俊冬		
合伙人构成	合伙人名称	出资比例	
	钱俊冬	1.00%	
	崔蕾	30.89%	
	王川	21.02%	
	张昊	5.98%	
	郭献维	5.98%	
	陈胜	5.98%	
	李达	5.98%	
	王蕾	2.83%	
	叶生根	2.83%	
	代秀菊	1.73%	
	谢士春	1.41%	
	王科委	1.21%	
	张珊	0.81%	
	史润	0.81%	
	彭玉飞	0.81%	
	佟薇	0.81%	
	马南	0.81%	
	肖骋	0.81%	
	曹晋炆	0.81%	
张斌	0.81%		
谢娇	0.70%		
孙雄	0.65%		
隋经纬	0.58%		

	张海龙	0.49%
	余彦超	0.49%
	谢立尧	0.49%
	刘丹	0.49%
	徐伟	0.40%
	杨柳	0.40%
	李根	0.40%
	付前江	0.35%
	蒋运常	0.35%
	睢继东	0.32%
	蔡亮	0.23%
	高志军	0.23%
	魏旭文	0.06%
	邓业勤	0.06%
	合计	100.00%
主要财务数据 (未经审计)	项目	2019.12.31
	总资产(元)	15,079,732.82
	净资产(元)	13,030,025.78
	项目	2019 年度
	净利润(元)	11,261,938.81

西安众行的合伙人均为发行人核心骨干员工。

3、北京睿享

公司名称	北京睿享创业投资中心(有限合伙)	成立时间	2014年9月24日
认缴出资额	1,200万元	实缴出资额	1,200万元
住所	北京市石景山区苹果园南路23号2幢15号		
经营范围	项目投资；投资管理；投资咨询；企业管理咨询。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目,开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		
统一社会信用代码	91110107317919330C		
执行事务合伙人	北京睿享投资管理有限公司		

合伙人构成	股东名称	持股比例
	遵义致真投资管理中心（有限合伙）	90.00%
	北京睿享投资管理有限公司	10.00%
	合计	100.00%
主要财务数据 （未经审计）	项目	2019.12.31
	总资产（元）	15,209,426.35
	净资产（元）	12,110,087.48
	项目	2019 年度
	净利润（元）	-14,805.59

4、合肥讯飞

公司名称	合肥讯飞数码科技有限公司	成立时间	2006 年 4 月 18 日
注册资本	3,714.29 万元	实收资本	3,097.49 万元
住所	安徽省合肥市高新区望江西路 666 号讯飞大厦 1805、1807 室		
经营范围	计算机软硬件、语音数码产品、教学用具、通讯设备开发、生产、销售，技术服务；系统工程、信息服务；电子产品、计算机通讯设备研发、销售；手机、移动电话机的设计、开发、生产和服务；信息系统集成服务；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定或禁止进出口的商品和技术除外）。（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）		
统一社会信用代码	91340100786546282K		
法定代表人	胡郁		
股东构成	股东名称	持股比例	
	科大讯飞股份有限公司	70.00%	
	合肥霄鹏科技合伙企业(有限合伙)	23.00%	
	北京君燊智能科技合伙企业（有限合伙）	7.00%	
	合计	100%	
主要财务数据 （未经审计）	项目	2019.12.31	
	总资产（元）	227,362,686.29	
	净资产（元）	140,047,163.46	
	项目	2019 年度	
	净利润（元）	4,894,125.56	

5、自然人发起人

序号	姓名	性别	国籍	直接持股比例	身份证号码	是否拥有境外永久居留权	住所
1	钱俊冬	男	中国	16.27%	342623198006*****	否	西安市雁塔区高新路四十八号综合办公楼
2	崔蕾	女	中国	6.45%	372930198112*****	否	西安市雁塔区高新路四十八号综合办公楼
3	范兴红	男	中国	1.16%	513030197404*****	否	北京市海淀区定慧东里

(二) 持有发行人 5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署日，持有公司 5%以上股份的主要股东为西安多多、西安众行、钱俊冬和崔蕾。

1、西安多多

其详细情况参见本招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东和实际控制人简介”的相关内容。

2、西安众行

其详细情况参见本招股说明书本节之“七、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“(一)发起人基本情况”的相关内容。

3、自然人股东

持股 5%以上的自然人股东为钱俊冬和崔蕾，其详细情况参见本招股说明书本节之“七、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“(一)发起人基本情况”的相关内容。

(三) 控股股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况

1、控股股东的情况

公司的控股股东为西安多多，其详细情况参见本招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东和实际控制人简介”的相关内容。

2、实际控制人的情况

公司的实际控制人为钱俊冬和崔蕾，两人系夫妻关系，钱俊冬的详细情况参

见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的基本情况”之“(一)董事会成员”；崔蕾的详细情况参见本招股说明书本节之“七、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“(一)发起人基本情况”的相关内容。

(四) 控股股东和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，公司的控股股东不存在其他对外投资。公司实际控制人钱俊冬除控制发行人、西安多多、西安众行外，控制的其他企业还有常棣投资。报告期内，公司实际控制人曾经控制的企业霍城多多和杨凌三人行已注销。

1、常棣投资

英文名称	FRATERNITY INVESTMENT LIMITED	
成立时间	2015 年 8 月 7 日	
注册资本	100 万港元	
住所	香港湾仔骆克道 93-107 号利临大厦 19 楼	
股东构成以及控制情况	钱俊冬持股 100%	
经营范围	主要从事股权投资	
主要财务数据 (未经审计)	项目	2019.12.31
	总资产(港元)	166,706,386.55
	净资产(港元)	130,084,595.87
	项目	2019 年度
	净利润(港元)	5,583,534.31

常棣投资持有 SRX、WALLSTREET、CORNUCOPIA 三家公司 100% 股权。

上述三家全资子公司具体情况如下：

(1) SRX

英文名称	SRX INVESTMENT LIMITED	
成立时间	2015 年 7 月 10 日	
注册资本	5,000 万港元	
住所	香港湾仔骆克道 93-107 号利临大厦 19 楼	
股东构成以及控制情况	常棣投资持股 100%	

经营范围	主要从事股权投资	
主要财务数据 (未经审计)	项目	2019.12.31
	总资产(港元)	139,441,414.15
	净资产(港元)	75,963,750.93
	项目	2019 年度
	净利润(港元)	2,904,678.97

(2) WALLSTREET

英文名称	WALLSTREET INTERNATIONAL LIMITED	
成立时间	2015 年 7 月 10 日	
注册资本	5,000 万港元	
住所	香港湾仔骆克道 93-107 号利临大厦 19 楼	
股东构成以及控制情况	常棣投资持股 100%	
经营范围	主要从事股权投资	
主要财务数据 (未经审计)	项目	2019.12.31
	总资产(港元)	77,041,189.72
	净资产(港元)	66,425,344.57
	项目	2019 年度
	净利润(港元)	1,565,478.94

(3) CORNUCOPIA

英文名称	CORNUCOPIA INVESTMENT LIMITED	
成立时间	2015 年 7 月 13 日	
注册资本	5,000 万港元	
住所	香港湾仔骆克道 93-107 号利临大厦 19 楼	
股东构成以及控制情况	常棣投资持股 100%	
经营范围	主要从事股权投资	
主要财务数据 (未经审计)	项目	2019.12.31
	总资产(港元)	126,347,443.49
	净资产(港元)	126,292,486.77
	项目	2019 年度
	净利润(港元)	1,167,054.38

2、霍城多多

霍城多多的基本情况参见本招股书说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方及关联关系”之“（六）公司报告期内曾存在的其他关联方”之“2、报告期内实际控制人曾控制的其他法人或组织”。

3、杨凌三人行

杨凌三人行基本情况参见本招股书说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方及关联关系”之“（六）公司报告期内曾存在的其他关联方”之“2、报告期内实际控制人曾控制的其他法人或组织”。

（五）控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本次发行前，公司总股本为 5,180.00 万股。本次公开发行股票总量不超过 1,726.67 万股，占发行后总股本的 25.00%。本次发行股份均为新股，不涉及公司股东公开发售股份。本次发行前后公司股本结构如下表所示：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例 (%)	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
1	西安多多	1,831.61	35.36	1,831.61	26.52
2	西安众行	865.83	16.71	865.83	12.54
3	钱俊冬	842.55	16.27	842.55	12.20
4	崔蕾	334.04	6.45	334.04	4.84
5	宁波君度	224.45	4.33	224.45	3.25
6	科大讯飞	220.50	4.26	220.50	3.19
7	北京天然道	172.65	3.33	172.65	2.50

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例 (%)	持股数量 (万股)	持股比例 (%)
8	马勇	111.03	2.14	111.03	1.61
9	共青城银汐	103.60	2.00	103.60	1.50
10	珠海光控	103.59	2.00	103.59	1.50
11	范兴红	60.15	1.16	60.15	0.87
12	宿迁新锐扬	55.51	1.07	55.51	0.80
13	新疆诚维佳	55.41	1.07	55.41	0.80
14	深圳酷开	51.80	1.00	51.80	0.75
15	共青城安丰	51.80	1.00	51.80	0.75
16	韩小舟	28.00	0.54	28.00	0.41
17	吴德海	25.90	0.50	25.90	0.37
18	燕宁	24.08	0.46	24.08	0.35
19	王道远	17.50	0.34	17.50	0.25
20	社会公众股	-	-	1,726.67	25.00
合计		5,180.00	100.00	6,906.67	100.00

(二) 前十名股东

本次发行前，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量(万股)	持股比例(%)
1	西安多多	1,831.61	35.36
2	西安众行	865.83	16.71
3	钱俊冬	842.55	16.27
4	崔蕾	334.04	6.45
5	宁波君度	224.45	4.33
6	科大讯飞	220.50	4.26
7	北京天然道	172.65	3.33
8	马勇	111.03	2.14
9	共青城银汐	103.60	2.00
10	珠海光控	103.59	2.00
合计		4,809.86	92.86%

（三）公司前十名自然人股东及其在公司任职情况

本次发行前，公司共有 8 名自然人股东，其在发行人持股和任职情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例（%）	在发行人任职
1	钱俊冬	842.55	16.27	董事长兼总经理
2	崔蕾	334.04	6.45	总经理助理
3	马勇	111.03	2.14	-
4	范兴红	60.14	1.16	-
5	韩小舟	28.00	0.54	-
6	吴德海	25.90	0.50	-
7	燕宁	24.08	0.46	-
8	王道远	17.50	0.34	-
合计		1,443.24	27.86	-

（四）战略投资者情况

发行人股东中无战略投资者。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

截至本招股说明书签署日，发行人股东间的关联关系及关联股东的各自持股情况如下：

序号	股东名称	持股比例	关联关系
1	钱俊冬	16.27%	钱俊冬与崔蕾系夫妻关系，为公司的共同实际控制人
	崔蕾	6.45%	
2	钱俊冬	16.27%	钱俊冬持有西安多多 70%的股权，崔蕾持有西安多多 30%的股权
	崔蕾	6.45%	
	西安多多	35.36%	
3	钱俊冬	16.27%	钱俊冬系西安众行的普通合伙人，持有西安众行 1%的出资份额；崔蕾系西安众行的有限合伙人，持有西安众行 30.87%的出资份额
	崔蕾	6.45%	
	西安众行	16.71%	
4	科大讯飞	4.26%	吴德海系科大讯飞的党委书记、工会主席兼行政总监
	吴德海	0.50%	

除上述股东外，公司其他股东之间不存在关联关系。

（六）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

具体承诺内容详见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

九、发行人内部职工股情况

公司未曾发行过内部职工股。

十、工会持股、职工持股会、信托持股、委托持股等情况

公司未曾有工会持股、职工持股会、信托持股以及股东数量超过 200 人的情形。

十一、发行人员工及其社会保障情况

（一）员工基本情况

截至 2019 年末，公司及子公司共有员工 526 人。员工的专业结构、受教育程度及年龄分布情况如下：

1、员工专业构成情况

专业构成	人数（人）	占总人数比例
创意及技术人员	212	40.30%
项目执行人员	188	35.74%
业务支持人员	57	10.84%
行政及管理人员	69	13.12%
合计	526	100.00%

2、员工教育程度构成情况

文化程度	人数（人）	占总人数比例
硕士及以上	19	3.61%
本科	336	63.88%
大专及以下	171	32.51%
合计	526	100.00%

3、员工年龄分布情况

年龄	人数（人）	占总人数比例
45 岁以上	8	1.52%
30 到 45 岁	227	43.16%
30 岁以下	291	55.32%
合计	526	100.00%

4、近三年人员变动情况

2017 年至 2019 年，公司及子公司在册员工分别为 363 人、497 人和 526 人。

（二）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况

公司按照《中华人民共和国劳动合同法》等法律法规规定，与员工签署《劳动合同》，并按照《社会保险法》、《住房公积金管理条例》及地方法规规定为员工办理社会保险及住房公积金。报告期内，发行人及其子公司不存在劳务派遣用工的情况。

1、报告期各期社会保险和住房公积金的缴纳人数

统计日期	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
社会保险缴纳人数（人）	508	497	363
住房公积金缴纳人数（人）	508	497	363
员工总人数（人）	526	497	363
社会保险覆盖比例（%）	96.58	100.00	100.00
住房公积金覆盖比例（%）	96.58	100.00	100.00

截至 2019 年 12 月 31 日，公司少数员工未缴纳社会保险，主要原因包括：入职时已过当月社保缴纳时间、台籍员工等；少数员工未缴纳住房公积金，主要原因为：入职时已过当月公积金缴纳时间、台籍员工等。

2、相关部门出具的证明文件

发行人及现有分子公司中，橙色风暴、合肥三人行、武汉众行、酷软科技以及北京分公司取得了社会保险和住房公积金主管部门的确认文件。

发行人子公司西安三人行、盛浩科技、江西荣耀与霍城众行由于未开设社保及公积金账户，三人行由于部分员工户籍在异地等原因，故委托西安易才人力资

源顾问有限公司代缴社保与公积金，并由其提供社保与公积金人事代理服务的说明。发行人子公司川行网络由于未开设社保及公积金账户，北京分公司由于部分员工户籍在异地等原因，故委托北京任仕达企业管理有限责任公司代缴社保与公积金，并由其提供社保与公积金人事代理服务的说明。

报告期内，上述公司未受到过社会保险和住房公积金主管部门的行政处罚，也未发生与社会保险和住房公积金相关的诉讼、仲裁或其他纠纷。

3、实际控制人出具承诺

公司实际控制人钱俊冬、崔蕾作出如下承诺：三人行及其控股子公司自成立以来遵守国家及地方有关社会保险制度的法律、法规和其他规范性文件，并已为其员工足额缴纳社会保险和住房公积金。如因未足额缴纳社会保险或住房公积金，导致三人行及其控股子公司受到劳动及社会保障、住房公积金等有权机关处以的罚款、滞纳金、停业等处罚，或被要求补缴相应款项，承诺人愿承担连带赔偿责任，并以现金方式全额补偿三人行及其控股子公司。

（三）发行人现有薪酬制度及未来趋势

1、现有薪酬制度

发行人已建立适合自身特点、符合发展要求、能够有效促进创新的人才激励机制和员工薪酬制度。在提供员工基本收入保障的基础上，发行人建立了以竞争性、公平性、激励性、业绩导向性为基本原则的绩效考核体系，并与员工薪酬相挂钩。发行人全面推行骨干员工持股计划，将员工个人利益与公司整体利益相结合，从而增强团队的凝聚力和稳定性。报告期内，发行人各级别、各岗位员工的薪酬水平总体呈上升趋势，与发行人业务规模和利润水平变动趋势保持一致；发行人员工平均薪酬水平高于所在地的平均薪酬水平。

2、薪酬制度未来发展趋势

未来，发行人将在现有薪酬制度的基础上，结合劳动力市场环境、国家相关法规、自身经营状况等因素，更为科学合理地评估员工的工作成果，为员工提供

具备竞争力的薪酬政策和工资水平，鼓励员工创新，增强员工积极性，从而提高发行人整体竞争力，促进员工与公司共同发展。预计未来发行人经营发展正常，故薪酬制度和薪酬水平不会发生大幅不利变化。

十二、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况

（一）本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺

具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的流通限制和自愿锁定股份的承诺”。

（二）持有发行人 5%以上股份股东的持股及减持意向承诺

具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“三、发行前控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东的减持意向的承诺”。

（三）关于稳定股价措施的预案

具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“二、关于稳定股价措施的预案”。

（四）公司控股股东、董事、监事、高级管理人员对首次公开发行股票相关文件真实性、准确性、完整性的承诺

具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“四、首次公开发行股票相关文件真实性、准确性、完整性的承诺”之“（二）发行人控股股东承诺”和“（四）发行人董事、监事、高级管理人员的承诺”。

（五）董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的具体措施的承诺

具体内容详见本招股说明书之“重大事项提示”之“六、关于填补被摊薄即期回报的措施和承诺”之“（四）董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的具体措施的承诺”。

（六）关于避免同业竞争的承诺

具体内容详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争情况”之“（二）控股股东、实际控制人及持有公司 5%以上股份股东作出的避免同业竞争的承诺”。

（七）关于规范和减少关联交易的承诺

具体内容详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“六、规范和减少关联交易的措施”。

（八）实际控制人关于社保及住房公积金缴纳相关事项的承诺

具体内容详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十一、发行人员工及其社会保障情况”之“（二）发行人执行社会保障制度、住房制度改革、医疗制度改革情况”之“3、实际控制人出具承诺”。

第六节 业务和技术

一、发行人的主营业务及设立以来的变化情况

(一) 发行人主营业务基本情况

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务。

公司在洞察客户品牌的市场定位、发掘客户产品或服务的营销亮点的基础上，结合自身在数字营销、场景活动和校园媒体营销等业务领域的布局，为客户提供品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等全流程的整合营销服务，满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求。

目前，随着广告受众关注的信息热点频繁转换、营销信息的传播方式不断变化以及媒介内容及载体的形式日益复杂，营销信息实现高效传播的难度越来越大，广告主对整合营销服务的需求越来越迫切。公司通过全流程的整合营销服务，协同整合了媒体与场景、线上与线下等营销信息传播渠道，可以多场景、广覆盖、高效率地传播客户营销信息，协助客户实现吸引营销受众注意并促成购买行为、进而维持消费忠诚度的营销目标。

公司秉持“致力于成为国内领先的整合营销传播专家”的使命，凭借专业的整合营销服务能力，业务已覆盖全国大部分区域，在广告行业建立了较高的品牌知名度及市场地位，得到了国民经济重要领域众多大型知名企业客户的长期认可，持续为其提供整合营销服务。公司主要客户包括中国电信、中国移动、中国联通等电信运营商领域客户，中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国人保集团等金融领域客户，京东、滴滴等互联网领域客户，伊利、农夫山泉、青岛啤酒等快速消费品领域客户等。

公司系中国4A协会会员单位及中国广告协会互联网广告委员会常务委员单位，获得了中国广告协会“数字营销类一级广告企业”认证。近年来，公司获得

多项广告行业奖项，包括长城奖“互动创意奖”、长城奖“媒介营销奖”、金网奖“互联网传播奖”、金网奖“场景营销奖”、金网奖“移动营销奖”、金网奖“体育营销奖”、金网奖“电商 O2O 奖”、金鼠标“创意传播奖”、金鼠标“社会化营销奖”、虎啸奖“营销创意奖”、现代广告奖“AI 营销类金奖”、现代广告奖“整合营销类-营销效果类金奖”、现代广告奖“整合营销类-内容营销类金奖”、金印奖“创意奖”、金印奖“营销奖”等。

（二）发行人主营业务构成情况

报告期内，公司主营业务分类情况如下表所示：

单位：万元

服务类别	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
数字营销服务	140,271.45	85.98	88,663.99	80.64	55,188.04	72.92
其中：广告投放代理	136,241.88	83.51	84,459.60	76.82	54,106.89	71.49
广告方案策划与执行	4,029.57	2.47	4,204.39	3.82	1,081.15	1.43
场景活动服务	14,111.15	8.65	15,775.10	14.35	10,389.41	13.73
校园媒体营销服务	2,073.35	1.27	3,414.05	3.11	4,461.07	5.89
其他主营业务	6,686.66	4.10	2,097.97	1.91	5,647.56	7.46
合计	163,142.61	100.00	109,951.12	100.00	75,686.08	100.00

2017 年至 2019 年，公司主营业务收入年均复合增长率为 46.82%，业务规模呈现快速增长的趋势。

（三）发行人主营业务、主要服务的变化情况

报告期内，公司主营业务及主要服务未发生重大变化，系为客户提供整合营销服务。

公司设立之初主要开展高校校园领域的相关业务，经过不断发展，校园媒体营销服务及校园内的场景活动服务规模均逐渐扩大。随着营销经验的积累及营销服务能力的提升，公司为满足客户多场景营销传播的需求，逐渐开展校园外的社会媒体营销服务及场景活动服务，经营规模也越来越大。近年来，随着互联网尤

其是移动互联网的快速发展,具有较高信息传播效率及较广覆盖范围的新兴互联网媒体纷纷涌现,客户对数字营销的需求大幅提升。公司为顺应行业营销传播方式的变化趋势,在原有业务稳固发展的基础上,大力发展数字营销服务,拓宽服务范围,为客户提供覆盖了媒体与场景、线上与线下的全流程整合营销服务,进一步增强客户黏性。

二、发行人所处行业的基本情况

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业,所处行业为广告行业。根据国家统计局颁布的《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017),公司所处行业为“租赁和商务服务业”之“商务服务业”(L72);根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》(2012年修订),公司所处行业为“租赁和商务服务业”之“商务服务业”(L72);根据国家统计局颁布的《文化及相关产业分类(2018)》,公司所处行业为“创意设计服务”之“广告服务”。

(一) 行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规和政策

1、行业主管部门和行业监管体制

我国广告行业的政府监管部门主要为国家市场监督管理总局,行业自律组织主要为中国广告协会及中国商务广告协会。

(1) 行政主管部门

国家市场监督管理总局是我国广告行业的行政主管部门。国家市场监督管理总局下设广告监督管理司,是广告行业的全国最高行政管理机关,负责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。各省、自治区、直辖市的市场监督管理局下设广告监督管理处,各市、县市场监督管理部门也下设相应的广告监督管理机构,具体负责各地行政区域内的广告行业监督管理工作。

各级市场监督管理部门按地区主管本行政区域内的广告监督管理工作，对于符合广告公司设立条件的企业，颁发营业执照，明确经营范围；对于一些特殊行业，会同相关管理部门制定专项管理规定，明确特殊产品在广告发布过程中的广告内容、广告措辞及审核程序等方面的内容，加强对消费者的保护工作，规范广告行业的健康发展。

（2）其他监管部门

某些特殊产品的广告因其传播内容及广告主所处行业的特殊要求而受相关政府管理部门的监督管理，如药品的广告受到国家药品监督管理局的监督管理。

（3）行业自律组织

中国广告协会成立于 1983 年，主管单位是国家市场监督管理总局，其主办的《现代广告》是广告行业的权威期刊。作为联系政府管理部门及广告行业参与者的桥梁，中国广告协会的主要职责是在国家市场监督管理总局的指导下，按照国家有关方针、政策和法规，对广告行业进行指导、协调、服务、监督，促进广告行业的自我约束、自我完善，维护广告市场秩序，树立良好的行业风气。

中国商务广告协会成立于 1981 年，是我国第一个全国性广告行业社团组织，主要职责包括制定行业规范，加强行业自律，提高行业的整体文化修养和专业服务水平，树立广告行业良好的社会形象，促进并提高广告行业在国家发展战略中的地位和影响力，传承文化经典，缔造品牌价值，推动消费繁荣，传播善行公益等。中国商务广告协会下设的中国 4A 协会（中国商务广告协会综合代理专业委员会），是由在国内运作的大型国际广告公司，以及本土实力较强、规模较大的综合广告代理商共同组成的行业自律组织。

2、行业主要法律法规和政策

（1）主要法律法规

目前，我国广告行业主要法律法规如下：

序号	法律法规名称	生效时间	发文单位
1	《广告管理条例》	1987 年 12 月 1 日	国务院

序号	法律法规名称	生效时间	发文单位
2	《中华人民共和国广告法》	1995年2月1日	全国人民代表大会常务委员会
3	《食品广告发布暂行规定》	1996年12月30日	国家工商行政管理局
4	《广告语言文字管理暂行规定》	1998年3月1日	国家工商行政管理局
5	《医疗广告管理办法》	2007年1月1日	国家工商行政管理总局、卫生部
6	《房地产广告发布规定》	2016年2月1日	国家工商行政管理局
7	《互联网广告管理暂行办法》	2016年9月1日	国家工商行政管理总局
8	《广告发布登记管理规定》	2016年12月1日	国家工商行政管理总局

(2) 行业相关政策

1) 《中共中央关于认真学习宣传贯彻党的十九大精神的决定》

2017年11月1日，中共中央印发了《中共中央关于认真学习宣传贯彻党的十九大精神的决定》，要求在文化建设上，要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛，繁荣发展社会主义文艺，推动文化事业和文化产业发展。

2) 《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》

2017年5月7日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》，指出要优化文化产业结构布局，加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏、创意设计、3D和巨幕电影等新兴产业，推动出版发行、影视制作、工艺美术、印刷复制、广告服务、文化娱乐等传统产业转型升级，鼓励演出、娱乐、艺术品展览等传统业态实现线上线下融合，开发文化创意产品，扩大中高端文化供给，推动现代服务业发展。

3) 《广告业发展“十三五”规划》

2016年7月7日，国家工商行政管理总局印发了《广告业发展“十三五”规划》（工商广字〔2016〕132号），指出“十三五”时期广告行业要实现扩大产业规模、增强创新力、提升社会效益、深化行业改革、优化发展环境的目标，重点完成提升广告企业服务能力、优化产业结构、促进产业创新、推进广告产业融合发展、提升广告产业国际化水平等任务。同时，《广告业发展“十三五”规划》推出了市场准入政策、财税支持政策、投融资政策等相关配套政策，并重点

支持“互联网+广告”，对“互联网+广告”予以重点倾斜。

4) 《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》

2014年8月18日，中央全面深化改革领导小组第四次会议审议通过了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》，指出要以先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面的深度融合，实现优势互补，共同发展，重点打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。

5) 《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》

2014年3月14日，国务院印发了《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》，指出要加快数字内容产业发展，推动文化产品和服务的生产、传播以及消费的数字化、网络化进程，推动传统媒体和新兴媒体融合发展，提升先进文化互联网传播吸引力。

6) 《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013年修订）

2013年2月16日，国家发展和改革委员会发布了《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013年修订），将“商务服务业”中的“广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”作为鼓励类产业。

7) 《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》

2011年10月18日，中国共产党第十七届中央委员会审议通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，指出要构建现代文化产业体系，加快发展文化产业，构建结构合理、门类齐全、科技含量高、富有创意、竞争力强的现代文化产业体系，在重点领域实施一批重大项目，推进文化产业结构调整，发展壮大出版发行、影视制作、印刷、广告、演艺、娱乐、会展等传统文化产业，加快发展文化创意、数字出版、移动多媒体、动漫游戏等新兴文化产业，鼓励有实力的文化企业跨地区、跨行业、跨

所有制兼并重组，培育文化产业领域战略投资者。

8) 《文化产业振兴规划》

2009年7月22日，国务院常务会议审议通过了《文化产业振兴规划》，规划提出要以文化创意、影视制作、广告、文化会展等产业为重点，加大扶持力度，实现跨越式发展，要以降低准入门槛、加大政府投入、落实税收政策、加大金融支持、设立中国文化产业投资基金等政策措施推动文化产业发展。

9) 《关于促进广告业发展的指导意见》

2008年4月23日，国家工商行政管理总局、国家发展和改革委员会印发了《关于促进广告业发展的指导意见》（工商广字〔2008〕85号），指出广告业要加快行业结构调整，促进产业的专业化、规模化发展，提升广告策划、创意、制作的整体水平，以优势媒体集团为先导，形成布局合理、结构优化的广告产业体系，使广告业总体发展水平与社会和市场经济的发展水平相适应。

（二）行业现状及发展情况

1、广告及其分类

根据《中华人民共和国广告法》，广告指商品经营者或者服务提供者通过一定媒介和形式直接或者间接地介绍自己所推销的商品或者服务的活动。

根据广告发布所依托的媒体形式，广告可以分为报纸广告、杂志广告、广播广告、电视广告、户外广告和互联网广告等，其主要特点如下所示：

序号	广告分类	主要特点
1	报纸广告	广告受众接受度高，费用相对较低，但时效性短
2	杂志广告	印刷精美，广告表现力及重复阅读性较强，但受众接触频率有限
3	广播广告	以声音为主要传播手段，传播范围广泛且广告费用低廉，但广告信息保存性较差
4	电视广告	传播迅速，影响面大、受众广泛，但广告内容不宜保存和传阅
5	户外广告	表现形式丰富，视觉冲击较强，但可传递的信息有限
6	互联网广告	表现形式丰富，视觉冲击较强，传播具有灵活性、实时性

注：上述广告分类来源于国家工商行政管理总局编著的《广告业发展与监管》。

2、行业发展历程

(1) 全球广告行业的主要发展历程

19 世纪中叶以前，发布广告营销信息的载体主要为报纸、期刊等平面媒体，广告企业主要开展这些平面媒体的媒介代理服务。随着经济的不断发展，广告行业参与者逐渐增多并呈现日趋激烈的竞争趋势。为提升对广告主的服务水平，增强竞争能力，部分广告企业在开展媒介代理服务的基础上逐渐尝试提供更多样化的营销服务。1869 年，美国艾耶父子广告有限公司创建于美国费城，该公司在提供报纸广告媒介代理业务的同时，还向广告主提供市场调查、文案撰写、广告设计以及媒体建议和安排等服务，成为广告发展史上第一家现代意义上的广告公司。

20 世纪以来，全球商品经济繁荣发展，经济规模迅速增长，广告行业也进入了蓬勃发展时期。这一时期，随着科学技术的研发与应用，广播、电视、计算机、移动终端等电子化产品迅速普及，媒体形式呈现多样化的发展趋势，广告内容也日趋丰富多彩。在营销信息传播渠道多样化的背景下，单一营销传播手段难以满足广告主的全部营销需求，广告主倾向于利用多种媒体组合开展多场景营销传播，推动了广告行业的进一步发展。另一方面，全球产业分工与国际贸易的快速发展对经济结构变革产生了重大影响，导致广告企业之间的竞争加剧，为顺应新的竞争环境，广告行业发生了一系列的收购兼并事件，WPP 集团、阳狮集团、宏盟集团等实力雄厚的跨国广告集团在这一过程中逐渐发展壮大。随着大型广告集团的产生与发展，广告行业的策划服务能力与行业集中度均大幅提升。

(2) 我国广告行业的主要发展历程

改革开放以前，我国广告行业的市场规模较小，行业发展速度比较缓慢；随着党的十一届三中全会的召开，我国经济开始复苏，广告行业也随之复苏并快速发展。

改革开放至 1997 年，我国广告行业处于恢复和快速发展时期，广告行业市场规模迅速增长。这一阶段，大量广告企业纷纷成立，广告管理机构、行业组织

逐步建立起来，大量人员加入广告行业。随着广告企业和从业人员的快速增长，一批有实力的广告企业和高素质、专业化人才相继涌现出来，广告行业的服务水平快速提升。

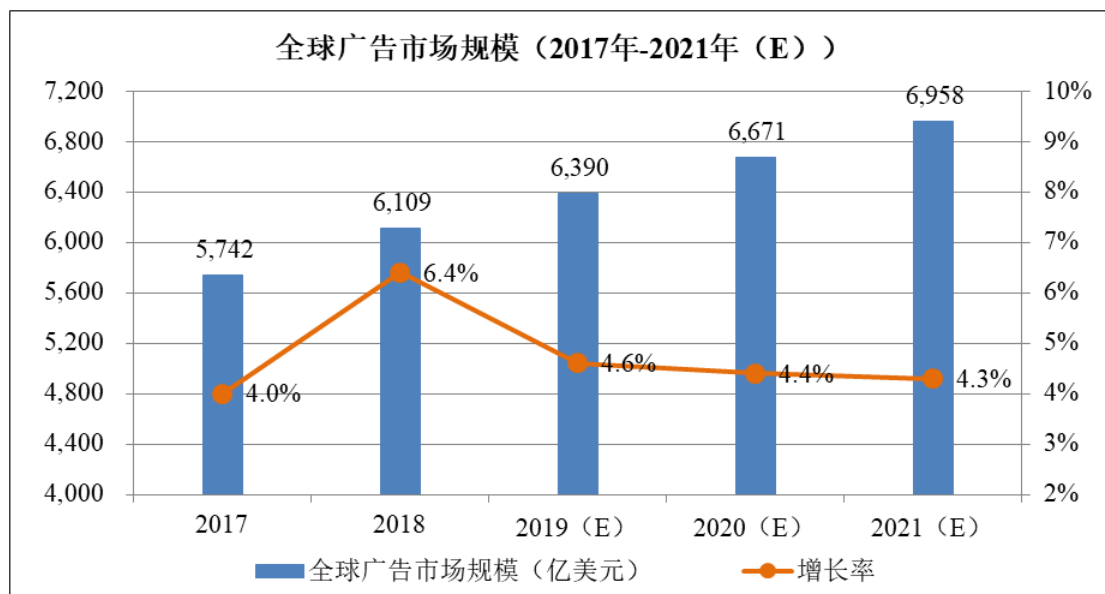
1998年至2009年，我国广告行业处于调整时期，广告行业市场规模增长速度放缓。这一阶段，随着我国加入WTO，国际4A广告公司在我国迅速发展，而本土广告企业的发展环境受到挤压，开始谋求向股份制、集团化的转型，并逐渐开展更加全面的营销服务。与此同时，广告主更加注重品牌的经营，对品牌营销的需求增长明显，推动了具有专业营销服务能力的广告公司发展壮大。

2010年至今，我国的广告行业再次进入繁荣发展时期，广告行业市场规模快速增长。这一阶段，国家陆续出台并实施了一系列重大发展战略，推动了经济的进一步向前发展，也为广告行业提供了广阔的发展空间。此外，随着互联网尤其是移动互联网的快速普及，具有更广传播覆盖范围及更高传播效率的新兴互联网媒体纷纷涌现，为营销信息的传播提供了更加便利的传播渠道，进一步推动了广告行业的快速发展。

3、全球广告行业市场规模

(1) 全球广告市场规模持续增长

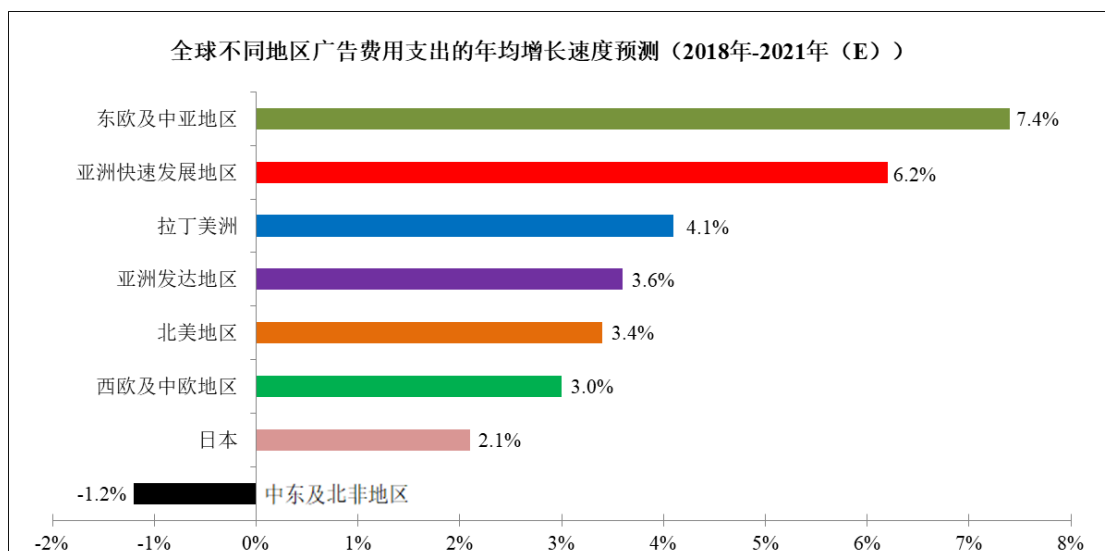
根据《Global Intelligence》的数据，2018年全球广告市场规模已达到创历史新高的6,109亿美元；2017年至2021年（预测），全球广告市场规模年均复合增长率将达4.9%，保持持续的增长趋势。2017年至2021年（预测），全球广告市场规模具体情况如下图所示：



数据来源：《Global Intelligence》，该杂志由阳狮集团下属的 ZenithOptimedia 定期发布，在全球范围内具有较强的权威性。

（2）部分亚洲地区广告市场规模迅速增长

虽然全球广告市场规模总体保持不断增长的趋势，但不同地区广告费用支出的年均增速存在明显差异。根据《Global Intelligence》的预测，2018年至2021年（预测），东欧及中亚地区是全球广告费用支出增长速度最快的地区，我国所处的亚洲快速发展地区系增长速度第二的地区。2018年至2021年（预测），全球不同地区广告费用支出的年均增长速度情况如下图所示：



数据来源：《Global Intelligence》

注：东欧及中亚地区包括俄罗斯、乌克兰、亚美尼亚、格鲁吉亚等；亚洲快速发展地区包括中国、印度、印度尼西亚、菲律宾等；拉丁美洲包括阿根廷、巴西、智利、哥伦比亚等；亚洲发达地区包括澳大利亚、新西兰、新加坡等；北美地区包括美国、加拿大；西欧及中欧

地区包括英国、德国、法国、意大利等；中东及北非地区包括埃及、以色列、卡塔尔、科威特等。

(3) 我国现有及新增广告支出均位列全球第二，市场空间广阔

根据《Global Intelligence》的数据，2018年及2021年（预测），全球广告费用支出前十名国家的广告市场规模合计分别为4,753亿美元及5,336亿美元，占全球广告市场规模的比例分别为77.8%及77.1%，全球广告行业的市场集中度较高。另一方面，2018年至2021年（预测），全球广告费用支出增长最多的前十名国家的广告市场规模增长合计为666亿美元，占全球新增广告市场规模的78.5%。其中，中国将新增广告费用支出87亿美元，占全球新增广告市场规模的10.3%，中国广告市场新增空间较大。2018年至2021年（预测），全球主要国家（地区）的广告费用支出及其变动情况如下表所示：

单位：亿美元

2018年全球广告费用支出前十名国家（地区）			2021年（预测）全球广告费用支出前十名国家（地区）			2018年至2021年（预测）全球广告费用支出增加额前十名国家（地区）		
序号	名称	金额	序号	名称	金额	序号	名称	金额
1	美国	2,297	1	美国	2,684	1	美国	387
2	中国	871	2	中国	958	2	中国	87
3	日本	432	3	日本	454	3	英国	38
4	英国	275	4	英国	313	4	印度	38
5	德国	249	5	德国	252	5	印度尼西亚	27
6	巴西	135	6	法国	151	6	日本	22
7	法国	133	7	巴西	148	7	法国	18
8	韩国	129	8	韩国	147	8	韩国	18
9	澳大利亚	124	9	澳大利亚	132	9	俄罗斯	17
10	加拿大	108	10	印度	127	10	墨西哥	14

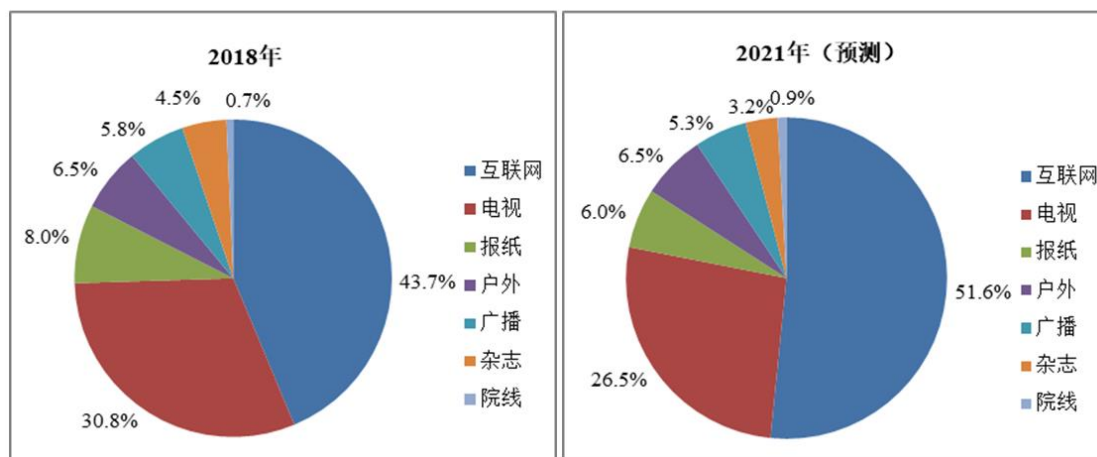
数据来源：《Global Intelligence》

(4) 不同媒体形式中，互联网广告份额最大且增速最快

虽然全球广告市场规模总体保持不断增长的趋势，但不同媒体占据的市场份额却分化明显，其中互联网媒体占据的市场份额增长最快。根据《Global Intelligence》的数据，2018年互联网媒体已成为全球广告市场投放份额最大的一

种媒体，且自 2018 年至 2021 年（预测），互联网媒体都将一直是全球广告市场投放份额最大的媒体。2018 年及 2021 年（预测），全球广告市场中不同媒体所占据的广告花费支出比例情况如下图所示：

2018 年及 2021 年（预测）不同媒体广告花费支出比例情况



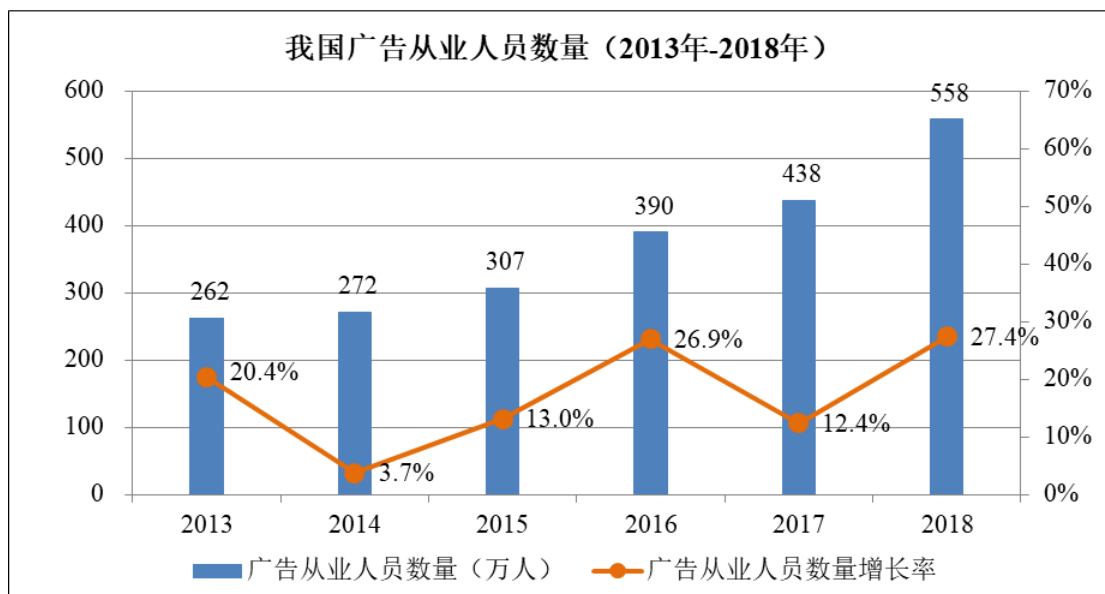
数据来源：《Global Intelligence》

4、我国广告行业市场规模

(1) 我国广告行业市场规模持续增长

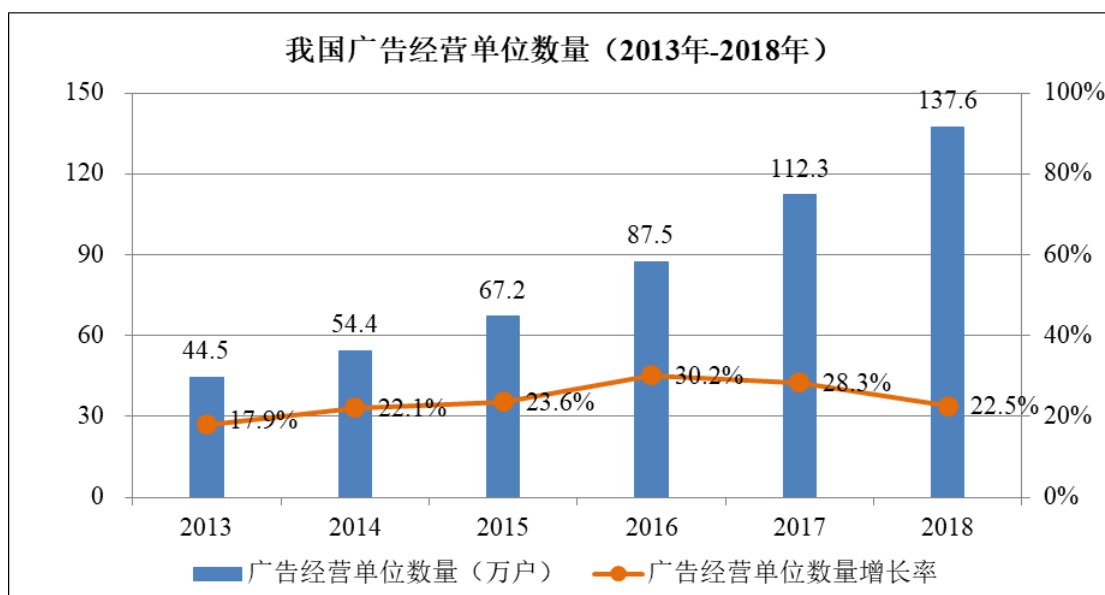
1) 广告从业人员及广告经营单位数量增长迅速

广告行业属于现代服务业，其发展与广告从业人员数量及广告经营单位数量具有密切关系，不断加入的人才及纷纷设立的广告公司能够直接促进广告行业的持续健康发展。根据《现代广告》、《中国市场监管报》（主管单位为国家市场监督管理总局）的数据，我国广告从业人员数量从 2013 年的 262 万人逐年增长到 2018 年的 558 万人，年均增长率达到了 16.31%。不断新进入的广告从业人员，尤其是具备较高素质的广告从业人员，提升了我国广告行业的整体服务水平，推动了广告行业高质量快速发展。2013 年至 2018 年，我国广告从业人员数量变化情况如下图所示：



数据来源：2013 年-2017 年数据来源于《现代广告》、2018 年数据来源于《中国市场监管报》

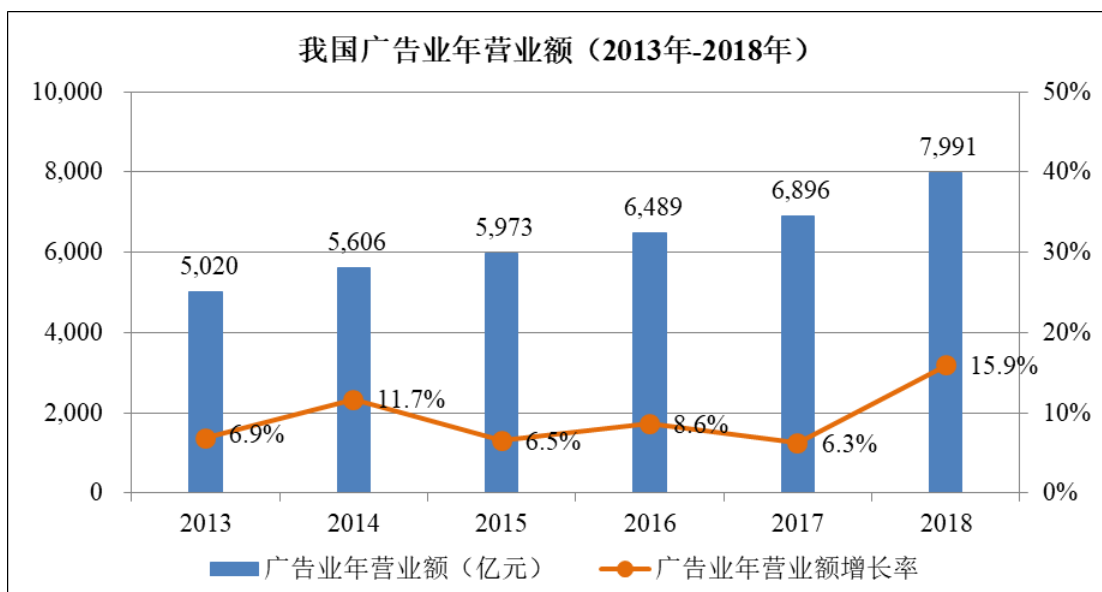
另一方面，我国广告经营单位数量也从 2013 年的 44.5 万户逐年增长至 2018 年的 137.6 万户，年均增长率达到了 25.30%，呈现快速增长的趋势。不断设立的广告经营单位拓宽了广告主对广告公司的选择范围，刺激了广告经营单位之间的不断竞争。广告公司为了在竞争加剧的行业背景下持续获得业务机会，不断提升服务质量，也推动了广告行业的持续健康发展。2013 年至 2018 年，我国广告经营单位数量变化情况如下图所示：



数据来源：2013 年-2017 年数据来源于《现代广告》、2018 年数据来源于中国市场监管报

2) 广告市场规模不断增长

随着我国商品经济持续繁荣，广告主宣传其品牌、产品或服务的需求持续提升，推动了广告行业市场规模的不断增长。随着新技术的应用，互联网尤其是移动互联网快速发展，门户网站、视频网站、社交媒体及移动搜索等互联网媒体纷纷涌现，具有更广泛的覆盖率，为营销传播信息传达给营销受众提供了更加便利的渠道，进一步刺激了广告主的营销需求，并推动着广告行业规模的进一步增长。根据《现代广告》、国家市场监督管理总局的数据，我国广告行业年营业额从2013年的5,020亿元逐年增长至2018年的7,991亿元，年均增长率达到9.74%，保持着较高的增长速度。2013年至2018年，我国广告业年营业额变化情况如下图所示：



数据来源：2013年-2017年数据来源于《现代广告》、2018年数据来源于国家市场监督管理总局

3) 广告主所处行业较为集中

根据《现代广告》、《中国市场监管报》的数据，2016年至2018年，食品、房地产、化妆品及卫生用品、汽车行业的广告主投放的广告金额持续排名前四位，合计投放金额分别为2,992亿元、3,029亿元及3,177亿元，占全部广告主投放金额的比例分别为46.12%、43.93%及39.76%，广告主所处行业较为集中。2016年至2018年，全国广告主合计投放广告金额按行业分类情况如下表所示：

单位：亿元

序号	项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	食品	949	11.87%	887	12.86%	861	13.27%
2	房地产	845	10.58%	804	11.66%	780	12.01%
3	化妆品及卫生用品	685	8.57%	679	9.84%	658	10.14%
4	汽车	698	8.74%	660	9.57%	694	10.69%
5	家用电器及电子产品	380	4.75%	342	4.96%	341	5.26%
6	药品	299	3.74%	292	4.24%	330	5.08%
7	酒类	286	3.58%	284	4.11%	249	3.83%
8	信息传播、软件及信息技术服务	310	3.87%	279	4.04%	268	4.14%
9	金融保险	297	3.72%	230	3.34%	212	3.27%
10	服装装饰珠宝首饰	211	2.64%	206	2.99%	179	2.76%
11	其他	3,032	37.94%	2,233	32.39%	1,918	29.55%
合计		7,991	100.00%	6,896	100.00%	6,489	100.00%

数据来源：2016 年-2017 年数据来源于《现代广告》、2018 年数据来源于《中国市场监管报》

(2) 发行人所处细分领域市场规模

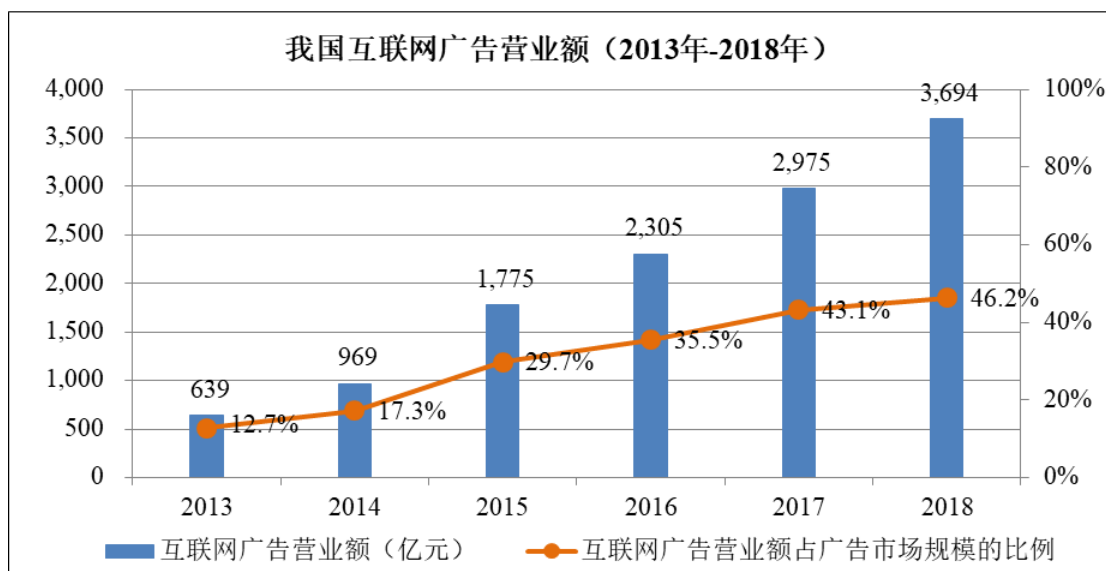
公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务，公司相关服务所处的细分领域市场规模及其发展趋势如下：

1) 数字营销市场规模增长迅速

近年来，互联网尤其是移动互联网快速发展，视频网站、社交媒体等具有较高信息传播效率及较广覆盖范围的新兴互联网媒体纷纷涌现。相较于传统媒体，互联网媒体具有信息可存储、可检索、可计量的优势和特点，能够更加紧密地贴近营销受众，与营销受众产生更强的互动性，为营销传播信息传达给营销受众提供了更加便利的渠道。因此，互联网媒体已逐渐发展成为主流的媒体形式，数字营销的市场规模也已超越电视、报纸、户外等传统媒体的市场规模，呈现快速增长的趋势。

根据《现代广告》、《中国市场监管报》的数据，我国互联网广告营业额从

2013 年的 639 亿元逐年增长至 2018 年的 3,694 亿元,年均增长率达到 42.04%,呈现高速增长的趋势。随着互联网广告细分领域的快速发展,我国互联网广告经营额占全部广告市场营业额的比例从 2013 年的 12.7%快速提升至 2018 年的 46.2%。2013 年至 2018 年,我国互联网广告营业额变化情况如下图所示:



数据来源: 2013 年-2017 年数据来源于《现代广告》、2018 年数据来源于中国市场监管报

2015 年,我国互联网广告经营额已超越电视媒体广告经营额,互联网广告成为我国广告行业市场规模最大的广告形式,且其行业领先趋势在 2016 年、2017 年及 2018 年得以持续保持。2018 年,我国互联网广告经营额已达到 3,694 亿元,是电视媒体、广播电台、报社广告、期刊社四类传统媒体营业额总额 2,054 亿元的 1.80 倍,互联网广告已成为我国广告行业发展的重要增长点。2015 年至 2018 年,我国广告行业年营业额按媒体形式划分情况如下:

单位: 亿元

项目	2018 年		2017 年		2016 年		2015 年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
互联网媒体	3,694	46.23%	2,975	43.10%	2,305	35.50%	1,775	29.70%
电视媒体	1,546	19.35%	1,234	17.90%	1,239	19.10%	1,147	19.20%
广播电台	313	3.91%	349	5.10%	359	5.50%	501	8.40%
报刊	137	1.71%	137	2.00%	173	2.70%	124	2.10%
期刊社	59	0.74%	65	0.90%	60	0.90%	72	1.20%
其他	2,243	28.07%	2,137	31.00%	2,353	36.30%	2,354	39.40%

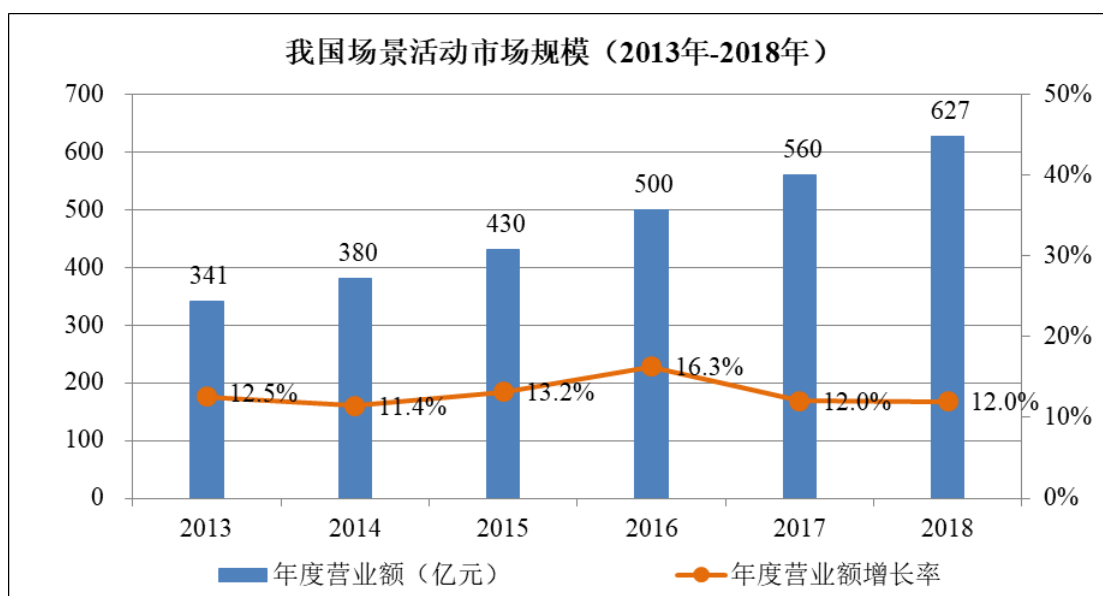
项目	2018年		2017年		2016年		2015年	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	7,991	100.00%	6,896	100.00%	6,489	100.00%	5,973	100.00%

数据来源：《现代广告》、《中国市场监管报》

2) 场景活动市场规模不断增长

场景活动亦被称为公共关系活动，系为创造良好的社会环境、争取公众舆论支持而采取的政策、行动和活动。具体而言，场景活动主要包括广告经营者为客户举办文艺赛事、节目、会展、路演以及会议、发布会或座谈会等各类活动。

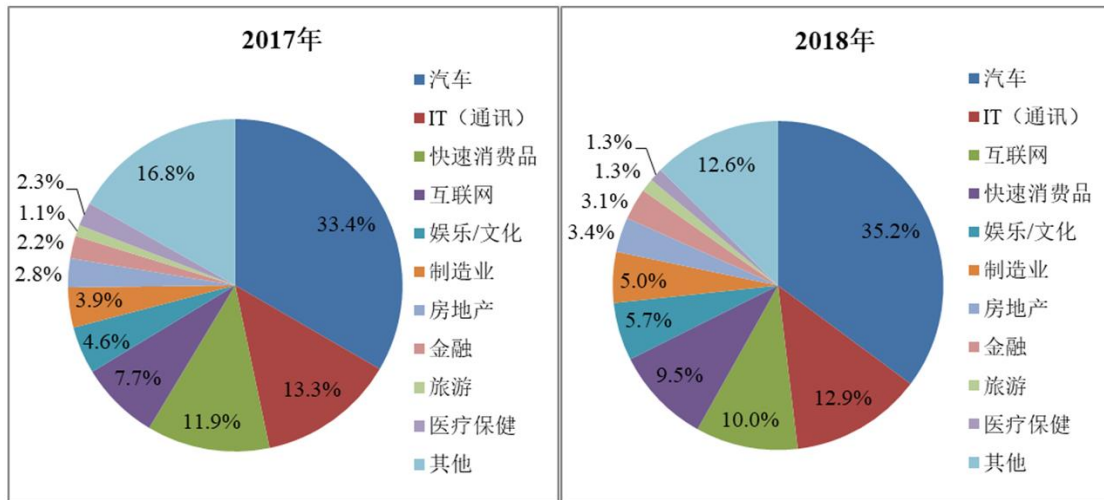
场景活动服务是我国现代服务业的组成部分之一，在国内宏观经济稳定发展的背景下，我国场景活动服务领域市场规模呈现出良好的增长趋势。随着科学技术的成熟与不断应用，各类新兴媒体蓬勃发展，场景活动与互联网营销等其他营销方式快速融合，以数字场景活动、娱乐场景活动及体育场景活动等为代表的新兴场景活动领域迅速发展，进一步促进了我国场景活动市场规模的不断增长。我国场景活动的市场年度营业额从2013年的341亿元不断增长至2018年的627亿元，年均复合增长率达到了12.95%，呈现出不断增长的趋势。2013年至2018年，我国场景活动市场规模变化情况如下图所示：



数据来源：中国国际公共关系协会（CIPRA）发布的《中国公共关系业2016年度调查报告》、《中国公共关系业2017年度调查报告》、《中国公共关系业2018年度调查报告》

另一方面，按场景活动举办者所处行业进行分类，2017年及2018年，汽车、IT（通讯）行业的广告主开展场景活动所花费的金额持续排名行业前二名，合计分别为262亿元及302亿元，占全部场景活动市场份额的比例分别为46.7%及48.1%。2017年及2018年，我国场景活动市场规模按举办者所处行业变化情况如下图所示：

我国场景活动市场份额



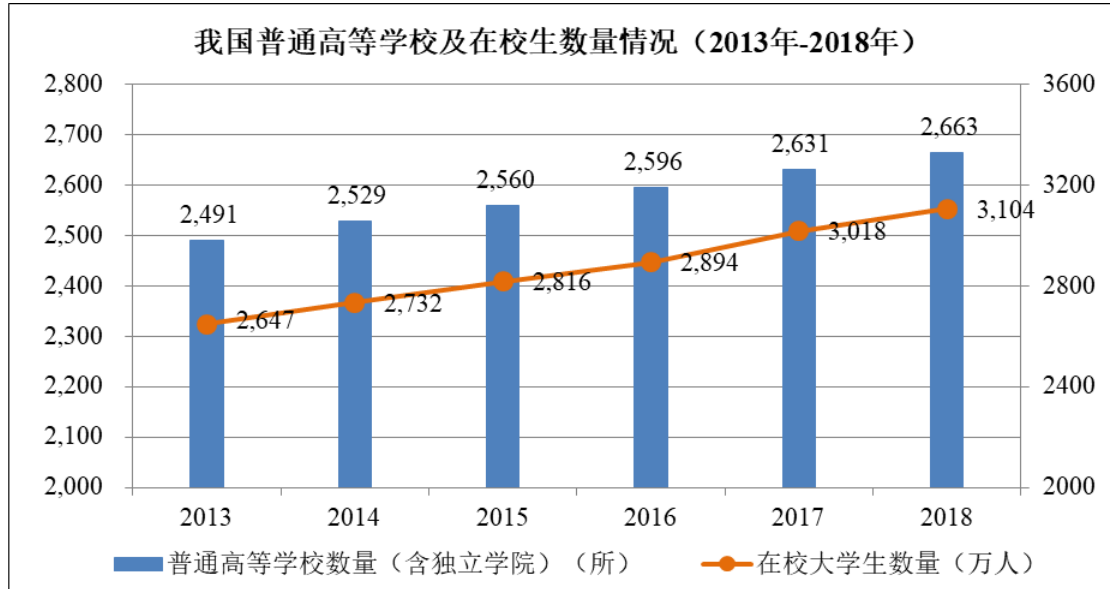
数据来源：《中国公共关系业 2017 年度调查报告》、《中国公共关系业 2018 年度调查报告》

3) 校园营销市场规模稳定可期

高校校园是在校大学生的主要学习、生活场所，具有一定的封闭性，能够将主要营销受众天然地限定于在校大学生。因此，校园媒体具有广告受众明确清晰的特点，有利于广告主对在校大学生开展针对性营销。另一方面，大学时期是大学生消费习惯和品牌意识养成的重要时期，大学生消费行为易受同学们消费习惯的影响，品牌意识较弱但可塑性较强，易于接受广告主的品牌宣传。因此，广告主越来越重视校园场景的营销信息投放，通过培养大学生的品牌意识并影响其消费习惯，推广产品或服务。

目前，尚未有校园媒体营销市场规模方面的行业权威统计数据，但是校园数量及在校大学生数量是影响广告主营销信息投放的重要因素，也是影响校园营销市场规模的重要因素。根据教育部公布的数据，2018年我国普通高等学校（含

独立学院) 合计 2,663 所, 较 2013 年增加了 172 所; 在校大学生 (含普通高等教育本专科学学生及研究生) 合计 3,104 万人, 较 2013 年增加了 457 万人。我国普通高等学校及在校大学生的数量均呈现逐年上升的趋势, 为校园营销市场的不断发展奠定了基础, 提供了充分的市场空间。2013 年-2018 年, 我国普通高等学校及在校大学生数量变化情况如下图所示:



数据来源: 教育部《全国教育事业发展统计公报》

随着我国高校校园数量及在校大学生数量逐渐增加, 以及国民经济不断发展, 大学生的消费能力越来越强, 广告主也逐渐认识到校园营销的重要性, 在校园推广其品牌、产品或服务的力度不断增强。以上多种因素共同推动了校园营销领域的不断发展, 我国校园营销市场规模稳定可期。

5、行业发展趋势

(1) 整合营销服务能力越来越重要

随着科学技术的不断发展, 新技术、新思维不断应用于广告行业, 视频、微博、微信等新兴媒体平台层出不穷, 短视频账号、微博号、微信公众号等自媒体快速发展, 使更多人能够方便、快捷地参与到媒体内容的制作与发布中, 推动了媒体内容的不断丰富, 热点营销话题的不断转换, 以及媒体形式和传播方式的多样化发展, 也使得营销受众注意力呈现分散化和碎片化的趋势特征。

同时, 大中型广告主一般由多个部门共同协作实施整体的营销战略方案, 为

为了更好地将公司营销战略方案与多样性、不断变化的媒体形式、传播方式、营销热点密切结合，提高营销方案实施效果，广告主对广告公司的整合营销服务能力的要求越来越高。

综上所述，具有较强整合营销服务能力的综合型广告传媒企业，由于能够为客户提供包括品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等服务在内的全流程整合营销服务，协助客户高效地实现跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务的营销推广，因此将具有较强的竞争优势、较高的行业地位和良好的发展前景。

(2) 创意策划能力不可或缺

随着我国商品经济的繁荣发展，同质化、可替代的产品种类迅速增多，广告主愈发难以富有成效地对其产品或服务进行差异化营销。为解决这一现实问题，广告主越来越倾向于选择具有较强创意策划能力的广告公司，以深入洞察其品牌的市场定位，发掘其产品或服务的营销亮点，创作具有特色的广告营销创意方案，吸引营销受众注意，提升营销传播效果。随着经济的进一步发展，可供消费者选择的产品或服务的种类将会更多，对形成优质广告作品至关重要的创意策划能力也将更加不可或缺。

(3) 政策支持广告行业的健康可持续发展

2017年11月1日，中共中央印发了《中共中央关于认真学习宣传贯彻党的十九大精神的决定》，要求在文化建设上，要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛，繁荣发展社会主义文艺，推动文化事业和文化产业发展。广告行业作为文化产业的一个重要组成部分，其发展也将受益于该决定的推出与落实。

2016年7月8日，国家工商总局发布《广告业发展“十三五”规划》，指出“十三五”时期广告业要加快专业化进程，提高广告创意、设计、制作水平，扩大服务领域，提升服务质量和效率；要扩大产业规模，使广告经营额年均增速达到或者超过国民经济年均增速，在国民经济中的比重继续提高；要打造具有国际化服务能力的大型广告企业集团，服务国家自主品牌建设，提高对自主品牌传

播的综合服务能力，争取能产生年广告经营额超千亿元的广告企业集团，能产生 20 个年广告经营额超百亿元、50 个年广告营业额超 20 亿元的广告企业。由此可见，国家政策大力支持广告企业提升服务质量，通过规模化发展，成长为更加专业的广告传播集团，进而提升广告行业的整体服务质量，推动整个行业的健康可持续发展。

(4) 行业集中度将逐步提高

根据《中国市场监管报》的数据，截至 2018 年末，我国广告经营单位数量达到了 137.6 万户，行业集中度相对较低。其中，具有较强资金储备、人才储备、客户储备以及媒体资源储备的大中型广告公司，在经营过程中普遍拥有较强的营销策划能力、客户获取能力及媒体资源采购能力，更容易获得业务机会，实现经营规模的不断增长。因此，广告行业的大中型企业在经营规模不断增长的同时，将逐步抢夺规模较小企业的市场份额，而部分广告公司之间也将在这一竞争过程中发生兼并收购行为。广告行业的大中型公司将通过内生增长与兼并收购相结合的方式，逐步扩大市场份额，并推动广告行业集中度不断提升。

(三) 行业竞争格局和市场化程度

我国广告行业的参与企业数量众多但规模普遍较小。小规模广告公司经营环境较为艰难，而具有较强资金储备、人才储备、客户储备以及媒体资源储备的大中型广告公司，能够通过资金、人才及规模等优势在行业竞争中获得持续发展，并保持一定的利润水平。目前，广告公司按竞争能力、业务范围等可以分为四类，具体情况如下：

1、国际 4A 广告公司。该类广告公司普遍拥有雄厚的资金实力，业务遍布全球主要地域，拥有众多大型客户尤其是大型跨国企业客户。国际 4A 广告公司拥有较强的国际视野，广告执业方式较为稳定，但对中国本土文化、人文习惯、消费特征的理解有待加深，一定程度上制约了其本土化营销方案的策划与执行。

2、国内 4A 广告公司。该类广告公司在经营发展过程中逐渐形成了更加符

合本土特色的经营模式，面对快速转换的媒体形式及热点营销话题，反应更迅速、传播策略更灵活、适应能力更强。另一方面，该类广告公司深耕于本土广告市场，更能深刻理解本土营销受众心理及营销环境，又通过不断吸纳拥有国际 4A 背景的专业人才，提升了整合营销服务水平，受到了越来越多的国内客户重视与选择，行业综合竞争力不断提升。

3、差异化竞争广告公司。该类广告公司通常致力于深耕广告行业链条的某些细分领域，如创意策划、媒体资源供给等，也能够在这些细分业务领域取得一定的经营业绩。但受限于业务范围，这类广告公司通常面临业务规模或盈利能力的瓶颈，较难形成全面的综合竞争优势。

4、区域性广告代理公司。该类广告公司主要从事一定区域内的广告代理业务，数量众多、竞争激烈，规模不大且盈利能力普遍不强。

（四）进入本行业的主要障碍

1、客户资源壁垒

客户资源是广告公司得以生存的根本，拥有大量稳定、优质的客户资源是广告公司不断发展壮大的基础。客户资源的积累依赖于广告公司的市场声誉、服务质量等因素，需要长时间的培育。由于客户尤其是大中型客户对广告公司的品牌声誉、专业能力、服务团队及服务经验等各方面的要求较高，广告行业的新进入者一般较难全面满足客户的上述要求，较难获得知名、优质客户的认可。因此，广告行业新进入企业面临着较高的客户资源壁垒。

2、媒体资源壁垒

优质媒体资源具有一定的稀缺性，通过优质媒体资源传播营销信息通常能取得更强的营销传播效果。因此，广告公司形成综合竞争力的前提之一是拥有获取大量优质媒体资源的能力。而媒体公司尤其是优质互联网媒体公司基于扩大销售规模、控制风险等因素，一般会通过专业的大中型广告代理公司对接广告主。新进入广告行业的企业由于专业能力及业务规模限制，较难在短时间内获取多样化

优质媒体资源，无法快速搭建覆盖面广泛的媒体资源网络，并开展跨媒体平台的营销信息传播。因此，媒体资源壁垒是广告行业的主要进入壁垒之一。

3、人才壁垒

广告行业的核心发展要素之一是高素质、复合型的人才团队。随着广告行业的不断发展，以往专业化分工的作业模式逐渐适应不了广告行业的整合营销发展趋势。广告行业的这一发展趋势，对从业人员的策略经验、创意经验、媒体整合经验等综合素质提出了全面化要求。从业人员不仅需要做到在某一领域的专业化，还需要熟悉及理解广告营销传播的全部流程，以提供更优质的品牌策略、创意策划、媒介策略制定等服务。但另一方面，全面熟悉广告营销各项业务的高素质、复合型人才较为稀缺，广告行业新进入者很难快速、大量招聘到该类人才。因此，广告行业新进入者将面临较高的人才壁垒。

4、品牌壁垒

目前，拥有良好品牌形象的广告公司数量较少，但这类广告公司通常可以凭借良好的品牌形象获取优质客户的信赖并获得大量的业务机会，也可以凭借良好的品牌形象吸引优秀人才的加盟，进一步提升行业综合竞争力。因此，具备良好品牌形象的广告公司通常具有良好的业务发展空间。但是，广告公司建立良好的品牌形象通常需要长时间的稳定经营，因此品牌壁垒对于广告行业新进入者而言是一项重要的壁垒。

5、资金壁垒

广告公司开展业务通常需要采购较多的媒体资源，而支付媒体资源采购款的时间与向客户收款的时间一般具有一定的时间差，所以广告公司尤其是大中型广告公司通常需要保持较多的营运资金。而广告行业新进入者拥有的资金储备通常较少，业务开展过程中面临的营运资金压力较大。因此，资金壁垒是广告行业新进入者面临的重要壁垒之一。

（五）影响行业发展的有利因素和不利因素

1、有利因素

（1）国家产业政策的扶持

2016年7月7日，国家工商行政管理总局印发了《广告产业发展“十三五”规划》，指出“十三五”时期我国广告行业面临创新发展的重大战略机遇，广告行业要扩大产业规模、增强创新力、提升社会效益、深化行业改革、优化发展环境，重点完成提升广告企业服务能力、优化产业结构、促进产业创新、推进广告产业融合发展、提升广告产业国际化水平等任务。同时，《广告业发展“十三五”规划》推出了市场准入政策、财税支持政策、投融资政策等相关配套政策，并对“互联网+广告”予以重点倾斜。国家产业政策的扶持为广告行业的长期健康稳定发展提供了政策保障。

（2）企业品牌宣传的需求提升

近年来，随着我国工业制造水平不断提升，工业体系逐渐完善，我国开始由“制造大国”向“制造强国”转型，品牌形象逐渐从“贴牌”向“自主品牌”升级，但国内企业的整体品牌形象仍与国际知名品牌存在一定差距。为了适应经济全球化的发展趋势，大中型企业越来越重视品牌建设，对品牌宣传的需求逐年提升，推动了对大中型广告公司的品牌策略、创意策划等专业营销服务的需求，有利于广告行业规模的不断增长。

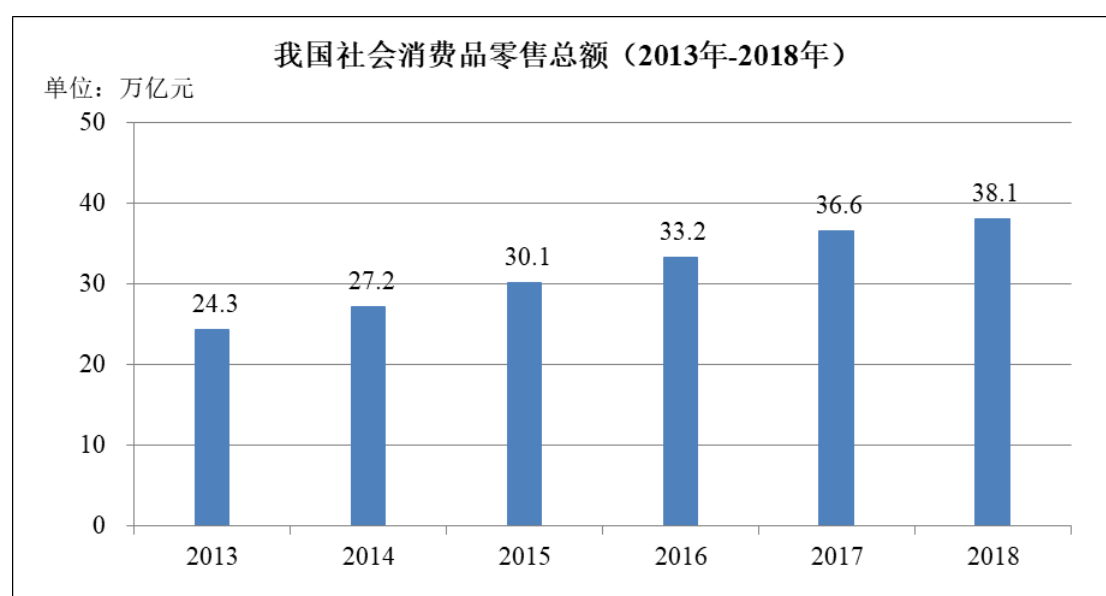
（3）媒体形式的多样化发展

随着技术进步，互联网尤其是移动互联网快速普及，视频、微博、微信等新兴媒体纷纷涌现。相较于传统门户网站类互联网媒体，新兴互联网媒体吸纳了更多的新思维、新技术，能够以内容分发等创新形式将更加丰富、生动的营销信息传播给营销受众，吸引营销受众注意，并使营销受众更容易参与到互联网营销的传播链条之中。不断涌现的新兴媒体为广告主提供了多样化的营销信息传播渠道，有利于刺激广告主的广告投放需求，并进一步推动广告行业规模的不断增长。

另一方面，不同媒体之间的传播内容、传播形式差异较大，相应的营销受众画像也存在较大的区别。随着热点媒体形式的不断转换，广告主越来越难以把握这些媒体及其营销受众的特点，也愈发需要广告公司提供更加专业的整合营销服务，提升营销信息传播效率。因此，媒体形式的多样化发展有利于具备较强整合营销服务能力的大中型广告公司抓住机遇，实现业务规模的快速提升。

（4）消费升级的发展机遇

广告行业的发展状况与经济发展水平及居民消费能力息息相关。随着我国经济的稳定增长，居民收入水平不断提高，居民越来越追求生活品质的改善，社会消费需求持续增长，消费升级趋势明显。在电信运营商、快速消费品、银行及电商等与居民日常生活关系密切的领域，广告主的广告预算也在不断增加，推动了广告行业市场规模的稳步增长。根据国家统计局公布的数据，我国社会消费品零售总额已从 2013 年的 24.3 万亿元增长至 2018 年的 38.1 万亿元，2013 年至 2018 年的年均增长率达到了 9.43%，保持较高的增长趋势。不断增长的社会消费品零售总额反映出居民消费能力的不断提升，并为广告行业的发展提供了源源不断的动力。2013 年至 2018 年，我国社会消费品零售总额如下图所示：



资料来源：国家统计局

2、不利因素

广告行业参与企业众多但大多规模较小，行业内的企业发展水平差异较大，

能够提供整合营销服务的大中型广告公司数量相对较少。广告行业的这一现状导致了低端市场缺乏规范的市场竞争秩序，竞争较为激烈，有些广告公司因此而降低服务品质，对整个广告市场的声誉及可持续发展造成了不良影响。

（六）行业周期性、季节性、区域性

1、周期性

广告行业的发展与国民经济的运行息息相关，具有一定的周期性。当经济处于快速发展时期，居民收入水平及消费能力不断增长，广告主的广告需求随之增长，并推动了广告行业的持续增长；而当经济陷入低谷时期，居民收入水平及消费能力的增幅也随之降低，广告主可能缩减广告预算，从而导致广告行业增长速度的整体放缓。另一方面，不同行业广告主的广告投放需求也因其行业所处的发展阶段不同而有所差异。对于成长阶段的行业，广告主为了抢占市场份额，将加大广告投放力度，该行业的广告投放量随之逐渐增加；对于成熟阶段的行业，由于市场份额基本已稳定，该行业的广告投放量也趋于稳定；对于衰退阶段的行业，广告主不断缩减甚至退出行业的经营，进而导致该行业的广告投放量逐渐减少。

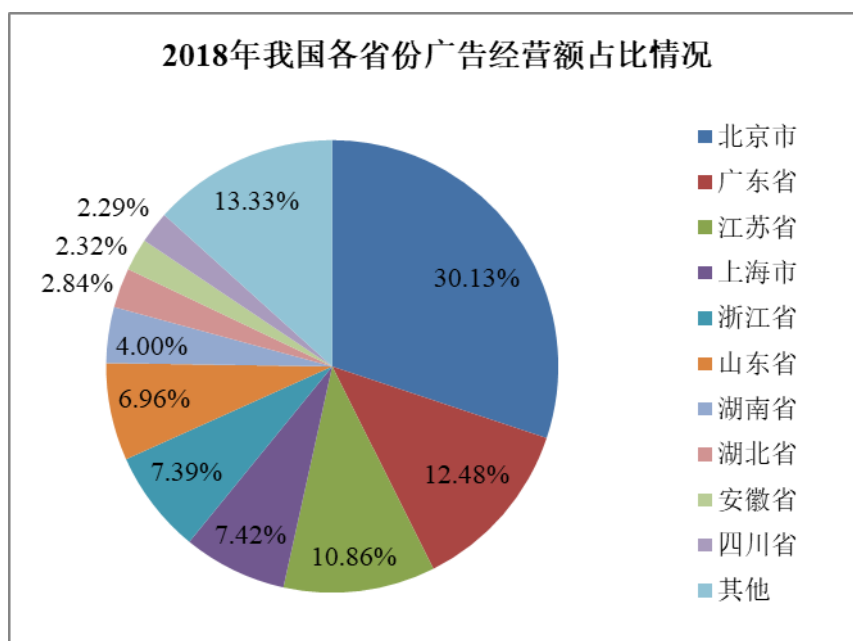
2、季节性

广告行业上半年的业务量通常低于下半年，呈现一定的季节性。一般而言，大多数广告主在年初时尚未完全确定广告预算，因此一季度时将控制广告投放规模；此外，上半年由于春节长假等原因，削弱了部分广告主的广告预算。随着年度内社会经济活动的持续开展，尤其是随着夏季快消品等领域的广告投放量提升，广告投放的规模将逐步增加。总体而言，广告行业的投放规模呈现下半年高于上半年的特点，具有一定的季节性。

3、区域性

广告行业的发展水平与经济发展水平及居民消费能力关系密切，因此通常经济较发达地区的广告行业发展水平也较高。我国的经济发展水平具有一定的区域性特征，京津冀、长三角及珠三角地区的经济发展水平较高，人均 GDP 及人均

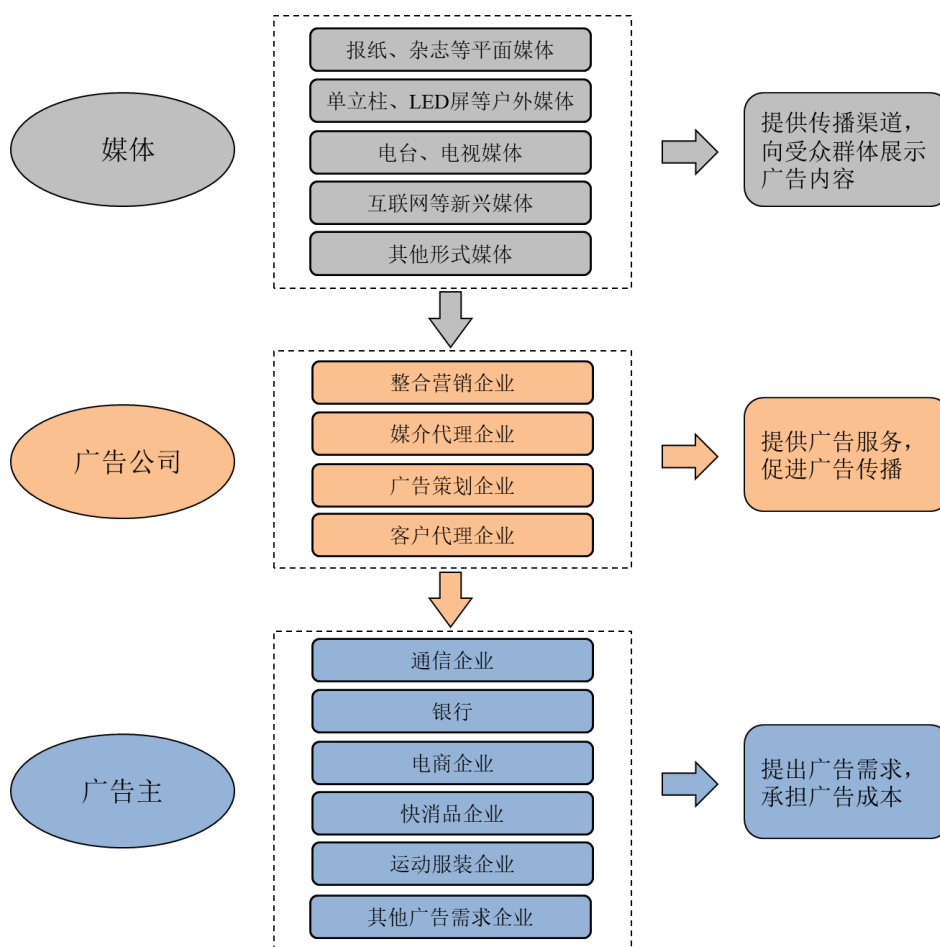
消费能力均领先于其他地区，这些地区的广告投放量也高于其他地区。根据《中国市场监管报》的数据，2018年全国广告经营额排名前3的省份分别为北京市、广东省及江苏省，广告经营额分别为2,408亿元、997亿元及868亿元，占全国广告经营额的比例合计达到53.47%。2018年，我国各省份的广告经营额占全国广告经营总额的比例情况如下图所示：



数据来源：《中国市场监管报》

（七）广告行业与上下游的关联性

广告行业参与者主要由广告主、广告公司及媒体组成，具有分工明确的专业体系，各参与者协同作业，共同促进广告行业的发展。产业链结构如下所示：



在广告行业产业链中，广告主是广告服务的最终需求方，是广告行业的利润源头，支撑了下游众多广告公司及媒体的生存发展。媒体是传播渠道提供者，使广告主的广告内容得以向广告受众传播。广告公司作为广告服务提供者，在广告行业产业链中居于枢纽地位，承担了整合广告主营销需求与媒体资源整合供给的双重职责；既需要了解广告主的需求，提供营销解决方案，又需要向媒体方采购媒体资源，投放广告主的广告内容。

三、发行人在行业中的竞争地位

(一) 发行人市场竞争地位

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，中国 4A 协会会员、中国广告协会互联网广告委员会常务委员单位，获得了中国广告协会“数字营销类一级广告企业”认证，在广告行业拥有较高的品牌知名度及市场地位。

公司凭借专业的整合营销服务能力，在数字营销、场景活动和校园媒体营销

等业务领域，为客户提供品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等全流程的整合营销服务，能够满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求，得到了国民经济重要领域众多大型知名企业客户的长期认可。公司主要客户包括中国电信、中国移动、中国联通等电信运营商领域客户，中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国人保集团等金融领域客户，京东、滴滴等互联网领域客户，伊利、农夫山泉、青岛啤酒等快速消费品领域客户等。

近年来，公司获得多项广告行业奖项，包括长城奖“互动创意奖”、长城奖“媒介营销奖”、金网奖“互联网传播奖”、金网奖“场景营销奖”、金网奖“移动营销奖”、金网奖“体育营销奖”、金网奖“电商 O2O 奖”、金鼠标“创意传播奖”、金鼠标“社会化营销奖”、虎啸奖“营销创意奖”、现代广告奖“AI 营销类金奖”、现代广告奖“整合营销类-营销效果类金奖”、现代广告奖“整合营销类-内容营销类金奖”、金印奖“创意奖”、金印奖“营销奖”等。

（二）发行人主要竞争对手

发行人是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务。其中，数字营销服务的同行业主要企业包括省广集团、华扬联众、蓝色光标、联创股份、利欧股份，场景活动服务领域的同行业主要企业包括蓝色光标、北京瀚海博联公关策划有限公司，校园媒体营销服务领域的同行业主要企业包括迪岸网络技术（上海）有限公司、南京妙策传媒有限公司。上述企业基本情况如下：

业务领域	竞争对手名称	竞争对手基本情况
数字营销服务	省广集团 (002400.SZ)	中国 4A 协会成员，主营业务为广告营销，提供传统媒介代理、数字营销、品牌管理、自有媒体运营、杂志发行等服务
	华扬联众 (603825.SH)	中国 4A 协会成员，主营业务包括互联网广告服务、买断式销售代理及影视节目服务
	联创股份 (300343.SZ)	广告相关主营业务包括数字营销、自媒体 IP 营销业务
	蓝色光标 (300058.SZ)	中国 4A 协会成员，主营业务包括公共关系咨询、广告投放、活动整合营销及电子商务销售服务

业务领域	竞争对手名称	竞争对手基本情况
	利欧股份 (002131.SZ)	中国 4A 协会成员，广告相关主营业务包括数字营销业务
场景活动 服务	蓝色光标 (300058.SZ)	中国 4A 协会成员，主营业务包括公共关系咨询、广告投放、活动整合营销及电子商务销售服务
	北京瀚海博联 公关策划有限 公司	主营业务包括会议营销、内容营销和数字渠道营销，能够为客户提供巡展、峰会等项目的规划、策划与执行服务
校园媒体 营销服务	迪岸网络技术 (上海)有限公 司	主要通过运营户外大牌、传统灯箱、滚动灯箱、LED、数码海报、展览展示等媒体向客户提供为户外媒体营销服务
	南京妙策传媒 有限公司	是一家融合校园安全知识宣传与品牌信息传播于一体的校园媒体机构，专注于中国高校户外媒体的开发、运营

注：以上信息来源于相关公司的定期报告、公司网站介绍等资料。

(三) 发行人竞争优势及劣势分析

1、发行人竞争优势

(1) 专业的整合营销服务能力

随着科技的进步，媒体内容不断丰富，热点营销话题频繁转换，媒体形式和传播方式多样化发展，使得营销受众注意力呈现分散化和碎片化的特征。而大中型广告主一般由多个部门共同协作实施整体的营销战略方案，为了更好地将公司营销战略方案与多样性、不断变化的媒体形式、传播方式、营销热点密切结合，提高营销方案实施效果，广告主对广告公司的整合营销服务能力的要求越来越高。

公司具有专业的整合营销服务能力，在洞察客户品牌的市场定位、发掘客户产品或服务的营销亮点的基础上，结合自身在数字营销、场景活动和校园媒体营销等业务领域的布局，能够为客户提供品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等全流程的整合营销服务，高效地满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求。

(2) 覆盖线上线下的媒体资源网络

公司协同整合了媒体与场景、线上与线下等营销信息传播渠道，可以多场景、广覆盖、高效率地传播客户营销信息，协助客户实现吸引营销受众注意并促成购买行为、进而维持消费忠诚度的营销目标。

在线下媒体资源方面，公司拥有数量众多、分布较为广泛的校园媒体资源网络。截至 2019 年末，公司校园媒体网络已覆盖全国 31 个省（自治区、直辖市）的 800 余所高校。依托分布较为广泛的校园媒体资源，公司能够为客户提供全国范围内目标受众精准的营销信息传播渠道，满足客户营销信息大范围、快速传播的营销需求。

在线上媒体资源方面，公司已与国内众多知名互联网媒体建立了良好的业务合作关系，包括字节跳动（运营今日头条、抖音等 APP）、腾讯、新浪（含新浪微博）、搜狐、网易、爱奇艺、优酷、人民网、凤凰网等国内众多知名互联网优势媒体。近年来，公司获得了字节跳动“2018 仓颉·高效传播奖”、今日头条“2017 年度优秀合作伙伴”、搜狐“TOP 品牌营销代理商伙伴大奖”、搜狐“智能数字营销创新大奖”、凤凰网“最佳媒介代理奖”等，在业内取得了良好的口碑和认可。在与媒体方的合作过程中，公司积累了丰富的媒体资源整合经验，有能力满足客户跨媒体投放数字营销信息的需求。

(3) 众多合作良好的知名客户

目前，公司凭借专业的整合营销服务能力，已经在广告行业建立了较高的品牌知名度，得到了国民经济重要领域众多大型知名企业客户的长期认可，持续为其提供整合营销服务。公司主要客户包括中国电信、中国移动、中国联通等电信运营商领域客户，中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国人保集团等金融领域客户，京东、滴滴等互联网领域客户，伊利、农夫山泉、青岛啤酒等快速消费品领域客户等。

公司的优质客户保证了业务的可持续性，同时公司凭借已经积累的优质客户营销案例不断开拓新客户资源，发掘新的业务机会，进一步拓展营销服务对象。

(4) 高素质的复合型人才团队

公司在经营过程中十分注重人才团队的建设，建立健全了符合公司特点的人才培养制度，自主培养了一批高素质的人才团队。此外，公司还积极通过对外招聘的方式提升员工整体素质水平，招聘了一批曾在奥美、电通、智威汤逊、群邑

集团等国际知名 4A 广告公司任职的专业人才。目前，公司建立了一支包括高层管理人员、中层业务骨干人员在内的高素质的人才队伍，在创意策划、内容制作、媒介策略及媒体资源采购等专业领域均有较强的复合型人才储备。

公司创始人、董事长兼总经理钱俊冬先生长期致力于广告行业，拥有丰富的经营及管理经验。公司管理层及核心业务骨干人员长期就职于公司，并通过西安众行持有公司股份，人才团队较为稳定。

公司业务骨干曾获得众多行业知名奖项，如法国戛纳广告节创意媒体类铜狮奖、法国戛纳广告节户外广告类铜狮奖、英国伦敦广告节设计类金奖、美国克里奥广告节设计类铜奖、亚太广告节设计类金奖、新加坡亚太广告节设计类金奖、艾菲实效奖金奖、长城奖金奖等，体现出公司人才队伍丰富的营销经验及较强的创意策划能力。

(5) 较高知名度的品牌形象

公司在不断发展过程中，通过优质的服务、高素质的人才团队获得了众多客户、供应商的信赖，在广告行业内建立了较高知名度的品牌形象。公司获得了中国广告协会“数字营销类一级广告企业”认证，并获得多项广告行业奖项，包括长城奖“互动创意奖”、长城奖“媒介营销奖”、金网奖“互联网传播奖”、金网奖“场景营销奖”、金网奖“移动营销奖”、金网奖“体育营销奖”、金网奖“电商 O2O 奖”、金鼠标“创意传播奖”、金鼠标“社会化营销奖”、虎啸奖“营销创意奖”、现代广告奖“AI 营销类金奖”、现代广告奖“整合营销类-营销效果类金奖”、现代广告奖“整合营销类-内容营销类金奖”、金印奖“创意奖”、金印奖“营销奖”等，体现了公司专业的整合营销服务能力和较强的品牌知名度。品牌形象已成为了公司的重要竞争优势。

2、公司的竞争劣势

与国际 4A 公司等具有全球竞争优势的广告公司相比，公司业务规模仍有较大提升空间。本次股票发行上市后，公司将通过募集资金投资项目的建设，扩大业务规模，缩小与国际 4A 公司之间的差距。

此外，虽然公司正处于快速发展时期，但融资渠道较为单一，目前主要通过自身经营积累以及银行借款满足营运资金需求。公司融资渠道的限制束缚了业务的发展。本次股票发行上市后，公司资本规模、融资能力等将得到改善，有利于促进业务的持续快速发展以及竞争能力的进一步提升。

四、发行人主营业务具体情况

（一）发行人主要服务情况

公司主要向客户提供数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务，能够为客户多场景、广覆盖、高效率地传播营销信息，满足其全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求。

1、数字营销服务

（1）主要服务内容

数字营销服务是指公司针对客户在互联网媒体上的营销传播需求，为客户提供以创意策划、媒介策略、媒体资源采购、营销效果评估为主要内容的专业化服务。公司数字营销服务按类别可以分为广告投放代理、广告方案策划与执行两类，其主要服务内容如下所示：

类别	主要服务项目	主要服务内容
广告投放代理	媒介策略	根据客户的营销需求提出媒介策略建议，并制定媒体资源传播组合方案
	媒体资源采购	与客户沟通广告内容及排期表，获得客户确认后，与媒体确定广告素材及排期表等要素，并进行采购
	营销效果评估	根据排期表进行广告投放，并向客户提供营销信息广告投放传播效果，并根据评估结果提出相应的优化建议
广告方案策划与执行	创意策划	了解客户需求，根据对广告受众的洞查为客户进行创意策划，制定营销方案
	媒介策略	根据客户的营销需求提出媒介策略建议，并制定媒体资源传播组合方案
	营销效果评估	根据营销方案执行情况，向客户提供营销信息传播效果评估服务，并根据评估结果提出相应的优化建议

1) 创意策划服务

创意策划服务是公司附加值较高的服务。公司依托高素质、专业化的创意人才团队，通过向客户提供创意策划服务，积累了丰富的创意策划经验。公司能够

深刻洞察客户的产品及其目标市场定位、广告受众心理行为和各媒体的特点，通过深入发掘广告主及其产品或服务的营销亮点，并结合社会热点话题，策划出既易于被营销受众接受又契合广告主产品或服务特色的营销创意方案，将广告主的产品或服务以鲜明的方式向广告受众展示。

2) 媒介策略服务

媒介策略服务是能够体现出公司对互联网媒体资源统筹安排能力的专业化服务。随着互联网媒体的多样化发展，新兴媒体层出不穷，不同媒体之间的营销信息传播特点各有不同，营销受众也分化明显，导致广告主越来越难以把握这些多样化媒体的特点。公司长期深耕于广告行业，具有洞悉各类互联网媒体特点并进行媒体资源整合的能力，能够根据客户品牌及其产品或服务的定位、营销受众及媒体资源的特点，策划出适合特定广告主的媒体资源整合方案，统筹营销信息在各互联网媒体上的投放安排，实现广告主产品或服务营销信息的快速高效传播。

3) 媒体资源采购服务

媒体资源采购服务是广告公司代理广告主的需求并向各类媒体采购媒体资源的服务，也是公司开展数字营销服务的重要内容之一。目前，公司已与字节跳动（运营今日头条、抖音等 APP）、腾讯、新浪（含新浪微博）、搜狐、网易、爱奇艺、优酷、人民网、凤凰网等国内主流知名互联网媒体建立了良好的业务合作关系，通过采购视频贴片广告、创意中插广告、顶部通栏广告、画中画广告、擎天柱广告、信息流广告等多种形式广告资源，满足客户多媒体渠道、多营销方式传播营销信息的需求。

4) 营销效果评估服务

营销效果评估服务是公司向客户反馈营销信息传播效果并提出优化建议的专业化服务。在广告投放代理及广告方案策划与执行服务中，公司通常根据与客户的约定，以周报、结案报告等形式向客户反馈营销信息的传播进程及投放分析结果，并根据投放分析结果，优化创意策划、广告投放内容、媒介策略等，提升

营销转化率。公司在提供营销效果评估服务过程中，通过对营销服务进行回顾、评估与总结提升，能够积累更多经验，进一步提升数字营销服务水平。

（2）实施案例

公司部分数字营销业务实施案例如下：

1) “上海电信新春传播三部曲”项目

2018年，在为中国电信股份有限公司上海分公司（以下简称“上海电信”）策划的“上海电信新春传播三部曲”项目中，公司提出“你爱的人，值得更好”的情感创意，通过描绘两代人的生活情境，呼吁年轻一代多与长辈交流，给父母关爱，引起大众的共鸣及反思，在此基础上导入电信“十全十美”产品。在媒体投放排期上，公司选取了元宵节这一传统团聚之日，为上海电信建立了有温度的品牌形象。该案例荣获2018年金网奖互联网传播奖金奖。营销传播画面如下：



2) “凯迪拉克 XTS 新车上市传播”项目

2018年，在为上汽通用汽车有限公司策划的“凯迪拉克 XTS 新车上市”项目中，公司设计了创意短视频、互动 H5 页面、植入游记文章等形式的营销创意方案，并通过微博等社交媒体的 KOL 进行传播，取得了良好的传播效果。该案例荣获2018年金网奖社会化营销奖银奖。营销传播画面如下：



3) “伊利谷粒多‘喝饱一起嗨’整合传播”项目

2018 年，在为伊利集团策划的“伊利谷粒多‘喝饱一起嗨’整合传播”项目中，公司结合伊利谷粒多面向年轻消费者的市场定位，选择了时下流行的短视频社交平台抖音作为营销媒体，打造“喝饱一起嗨”的主题传播活动。利用娱乐明星及 KOL 在社交平台的号召力，发起“扛饿魔性舞蹈挑战赛”，在天猫平台进行直播打造重点传播事件，并配合线下活动等共同打造传播矩阵，营销效果良好。营销传播画面如下：



2、场景活动服务

(1) 主要服务内容

公司的场景活动服务是指在文艺赛事、节目、会展、路演以及会议、发布会或座谈会等各种场景活动中，为客户提供创意策划、文案撰写、场地租赁、物料采购、活动现场管理协调等专业化服务。公司已积累了丰富的活动策划与执行经验，能够为客户设计出互动性、体验性及感染性较强的活动营销方案。通过在不同场景中植入客户品牌及产品服务信息，增强传播效果，满足广告主的品牌推广、产品营销等多样化营销需求；或者依托专业的会议组织及管理能力，圆满完成客户会议活动方案的执行工作，实现客户高标准的会议组织要求。

公司的场景活动服务满足了客户的品牌宣传与推广需求，部分项目如“天翼飞 Young 校园好声音歌手大赛项目”等已进入成熟的商业运作模式，客户会根据需要定期举办并持续开展市场推广活动，为公司带来了较为稳定的收入；另一方面，“与信仰对话”等项目还有利于宣传社会正能量、弘扬社会主义核心价值观，对社会舆论具有积极影响。

(2) 实施案例

公司与中国电信、中国移动、中国联通、中国工商银行等国内众多知名企业合作，提供了一系列的场景活动服务。报告期内，公司开展的部分场景活动服务案例如下所示：

序号	客户名称	活动名称
1	中国电信股份有限公司	天翼飞 Young 校园好声音歌手大赛、与信仰对话、飞 Young 创业英雄汇、暑期社会实践、天翼云杯云创业大赛
2	中国工商银行股份有限公司	工商银行杯金融创意设计大赛项目
3	中国移动通信有限公司	移动政企全年会议、移动政企场景活动类
4	中国移动通信集团江苏有限公司	动感地带手机嘉年华活动
5	咪咕音乐有限公司	咪咕移动音乐大赛、音为青春·2018 中国大学音乐超级联赛
6	中移互联网有限公司	城市微徒步、第五届百万青年创业就业计划校园合作推广、上海酷狗蘑菇 Y3 动漫音乐节活动
7	中国联合网络通信有限公司江苏省分公司	联通沃派大学生音乐超级联赛

序号	客户名称	活动名称
8	微梦创科网络科技(中国)有限公司	微博大灌篮高校篮球挑战赛
9	中国惠普有限公司	惠普梦工厂拓展、惠普梦工厂校园运营

1) “音为青春·2018 中国大学音乐超级联赛”项目

2018 年，公司为咪咕音乐有限公司策划实施了“音为青春·2018 中国大学音乐超级联赛”项目，吸引了全国 200 所高校超过 2,000 名选手报名参赛，历经 7 个月的赛事进程，经过海选、十强 PK 赛、训练营、半决赛、决赛等赛程，产生了较广的影响力，也对咪咕音乐的品牌宣传起到了显著的推动作用。目前，“中国大学音乐超级联赛”已经成为国内大学音乐赛事经典 IP，有助于校园原创音乐和优秀音乐人才的不断成长。该项目的活动场景画面如下：



2) “工商银行杯”全国大学生金融创意设计大赛项目

“工商银行杯”全国大学生金融创意设计大赛由中国工商银行主办，公司承办，包括赛事启动、作品征集、网络投票、作品评审及现场展示赛等环节，为大学生开展社会实践、参与金融创新，施展才华提供了广阔的平台。大学生参与该赛事，有利于增强创新意识，拓宽创新思维，培养创新能力。该项目的活动场景

画面如下：



3) “成都远洋太古里 5G 商业示范街揭幕仪式”项目

2018 年，公司为中国移动通信集团四川有限公司策划实施了“成都远洋太古里 5G 商业示范街揭幕仪式”项目，该商业示范街成为全国首个顶级 5G 商业示范街区，同时对客户的 5G 宣传工作产生了深远的影响，受到全国诸多媒体的关注，相关报道在 CCTV《中国新闻》播出。该项目的活动场景画面如下：



3、校园媒体营销服务

公司校园媒体营销服务主要包括校园公告栏、运动场围栏等校园媒体资源运营，以及在此基础上的创意策划等相关服务。

截至 2019 年末，公司已与全国 800 余所高校建立了良好的合作关系，占全国普通高等学校（含独立学院）总数的 33%（院校数量系截至 2018 年末数据）。公司构建了覆盖范围较为广泛的校园媒体网络，具有较强的校园媒体资源先发优势及规模优势。目前公司运营的校园媒体包括校园公告栏、校园运动场围栏，以及校园食堂餐桌桌贴、新生手册、校园内灯箱、车棚、休息座椅棚、候车亭等，覆盖了在校学生的课外活动、就餐及出行等多种场景，有能力满足客户在校园领

域多场景传播营销信息的需求。数量众多、品类丰富、分布较为广泛的校园媒体网络是公司在校园媒体营销领域的核心竞争力，目前公司在该领域已处于国内领先的市场竞争地位。

高校校园是在校学生的主要学习、生活场所，具有一定的封闭性。因此，校园媒体营销以高校校园为营销场景，能够将主要营销受众天然地限定于在校大学生，具有营销受众定位清晰、营销效果显著等优势。通过校园媒体渠道，广告主能够精准地向在校大学生传递产品信息、推广品牌内涵、开展营销活动，因此公司校园媒体营销服务需求良好。

公司在开展校园媒体营销服务的过程中，对校园媒体的所有广告内容都会采取严格的审核标准，反对脱离校园生活实际情况、不利于学生学习成才的广告进入校园，并要求广告内容有利于引导大学生适度节俭的消费观念，符合社会主义核心价值观。

公司校园媒体的主要类型及其特点如下：

（1）校园公告栏

校园公告栏主要采用上下排布的形式展示信息。其中，公告栏的上部区域用于商业运营，投放商业广告，展示广告主的营销内容；下部区域则主要用于宣传校园文化。公司运营的校园公告栏实例如下：



校园公告栏一般位于校园主要道路两侧、学生公寓周边和教学楼周边，广告受众主要是在校大学生。通过搭载新颖有趣、图文并茂、繁简适当的广告营销内容，校园公告栏能够将广告营销信息生动、全面、准确地传递给在校大学生，帮助广告主建立并强化品牌知名度、传递产品或服务信息。校园公告栏广告尤其适

合电信运营商、快速消费品、教育、运动等相关行业的广告主进行广告投放。截至 2019 年末，公司校园公告栏数量众多、分布较为广泛，能够满足客户跨地域、全国校园联动的营销需求。

（2）校园运动场围栏

公司通过在高校校园运动场围网区域设置大画幅广告展示牌，发布广告主的营销信息，开展校园运动场围栏营销服务。校园运动场围栏的广告形式分为单幅上画或者联幅上画，能够满足广告主的不同类型营销需求。公司运营的校园运动场围栏实例如下：



校园运动场围栏一般位于校园主干道旁，周围障碍物较少，属于视野开阔的公共区域，是在校大学生活动最为集中的场所之一，人流量较大，重复关注率较高。运动场围栏广告一般采用大面积的画幅、鲜明醒目的色彩展现品牌效果，形成强烈的视觉冲击，吸引营销受众的视觉停留，产生突出的广告效果，尤其适合运动、快消品、电信运营商、消费电子行业的广告投放。截至 2019 年末，公司校园运动场围栏广告牌数量众多、分布较为广泛，为公司深入开拓校园营销服务业务提供了必要的支撑。

（3）其他媒体形式

除校园公告栏、运动场围栏等主要校园媒体外，公司还运营着数量众多的校园食堂餐桌桌贴、新生手册、校园内灯箱、车棚、休息座椅棚、候车亭等媒体，拓宽了校园媒体网络，有利于为广告主提供全方位、多样化的营销服务。

校园食堂餐桌桌贴广告能够通过简洁、新颖、色彩鲜明的形式，大量、重复、集中地铺设在校园食堂各个餐桌桌面上，形成显著的视觉刺激效果，精准、直接、短距离、高频次地传达广告营销信息，有助于宣传广告主的品牌形象及产品信息。

新生手册是校园官方平面媒体，由学校发放录取通知书或新生报到时直接发放到新生手中，是新生入学报到时直接接触的重要刊物，内容一般涵盖了学习、饮食、出行、游玩、娱乐等全方位信息，具有感染力强、重复阅读率高、传播时效长的特点，是大学新生学习生活的重要行动指南。公司主要通过在新生手册中插入广告开展营销服务，新生手册中插入的广告主要面向新生，针对性更强。

灯箱广告以日光管或霓虹管为光源，以照相软片制作广告画面，广告作品的远视效果强烈，有利于吸引在校生的关注。

车棚、休息座椅棚、候车亭均为便利大学生和教职工生活出行的设施。在这些设施上搭载广告画面，用以广告宣传，有利于大学生在停车、休息、等待中细致地阅读广告内容。

公司运营的其他校园媒体画面如下：



其他媒体形式是公司校园媒体资源的重要补充,可以进一步拓宽广告主的营销信息传播渠道,多场景、全方位地推广品牌内涵、展示产品功能,有助于在校大学生详细了解营销信息,达到更好的营销效果。

4、其他主营业务

公司其他主营业务包括社交媒体营销服务、软件开发与系统集成业务。其中,社会传统媒体营销服务主要通过社区公告栏、机场大牌、地铁灯箱、道路标志牌、候车亭、广播等社会传统媒体开展。由于广告主的广告营销场景需求往往是多样化的,因此发行人在积极发展校园媒体营销服务之外,深入洞察客户需求,开拓了社会传统媒体营销服务,作为校园媒体营销服务的补充,以及为客户提供的整合营销服务的组成部分之一,从而增强与广告主的业务合作的稳定性。

软件开发与系统集成业务系子公司西安酷软根据客户需求,为客户提供网络技术开发、移动网络产品研发和教育信息化系统集成等服务,主要产品包括高校智慧迎新网上报到平台、科研项目综合管理移动平台、旅游景点定制移动应用、“班班通”多媒体交互式教学综合解决方案等。

(二) 发行人主要业务流程

公司主要向客户提供数字营销服务、场景活动服务及校园媒体营销服务,各服务的流程情况如下所示:

1、数字营销服务业务流程

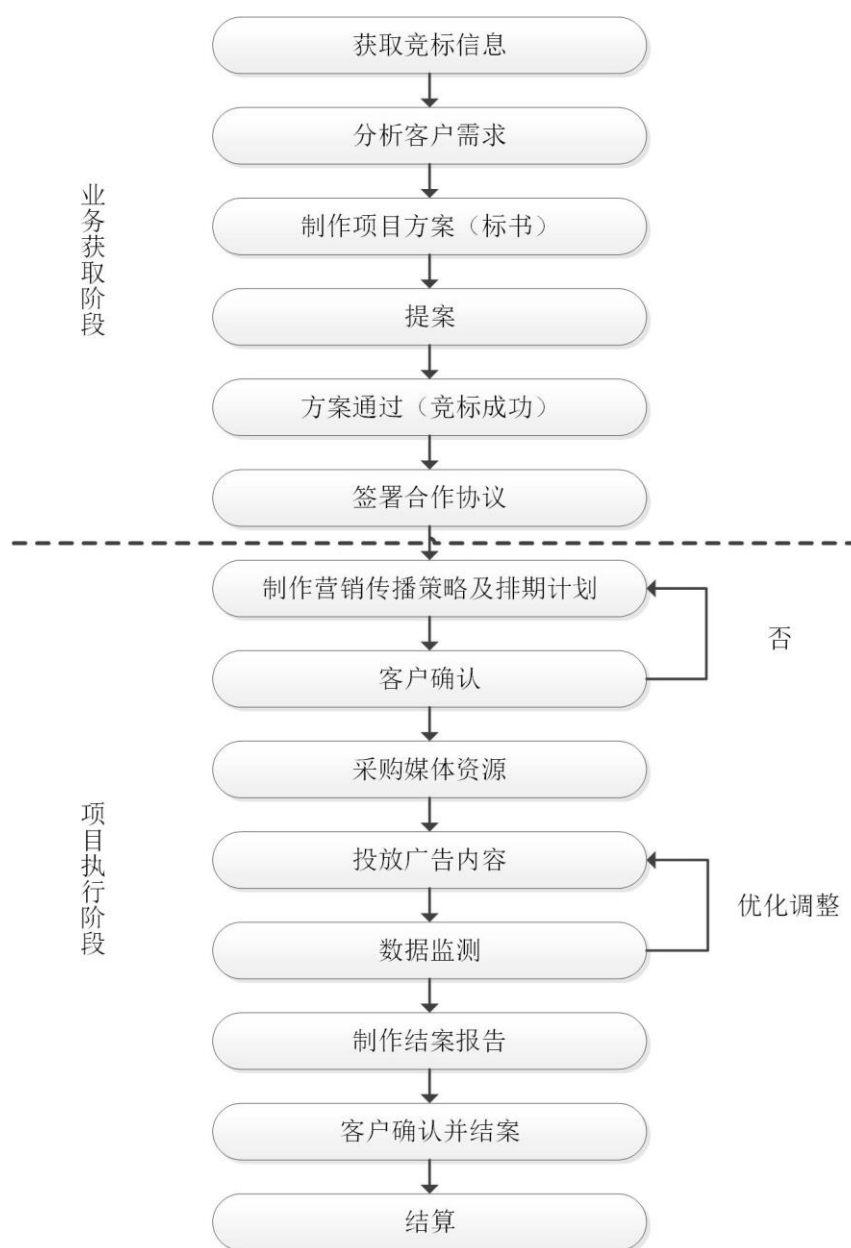
公司数字营销服务包括广告投放代理及广告方案策划与执行两类业务,具体业务流程如下:

(1) 广告投放代理业务流程

1) 竞标:公司主要通过招投标获得广告投放代理业务机会。在获得客户的公开招标信息或邀标邀请后,结合客户的产品情况、品牌定位、受众特点等因素制作项目方案,具体包括营销传播计划及媒体资源报价等内容。此后,公司根据制作的项目方案,向客户提案;

- 2) 中标：客户通过公司的项目方案后，与公司签署合作协议；
- 3) 制作营销传播策略：公司通常在客户执行具体的营销信息投放时，与客户协商制定媒体资源投放策略并形成排期表；
- 4) 采购媒体资源：客户确认排期表后，公司按照排期表进行媒体资源的采购，在相应媒体资源上投放营销信息；
- 5) 数据监测：在营销信息投放过程中，公司通常按照与客户的约定，进行数据监测，并依据数据监测结果向客户提出优化调整建议；
- 6) 结案：在营销信息投放结束后，公司根据与客户的约定，制作关于营销信息投放情况的结案报告，以便客户对广告投放效果进行评价。

公司广告投放代理业务的具体业务流程如下所示：



(2) 广告方案策划与执行业务流程

1) 竞标：公司主要通过招投标获得广告方案策划与执行业务机会。公司在获得客户的公开招标信息或邀标邀请后，结合客户的产品或服务情况、品牌定位、营销受众特点等因素，制作项目方案，具体包括营销营销创意策划安排、营销信息展示形式、项目报价等内容。此后，公司根据制作的项目方案，向客户提案；

2) 中标：客户通过公司的项目方案后，与公司签署合作协议；

3) 制作创意方案：公司通常根据客户需求并结合积累的项目经验，深入发掘客户的营销亮点，为客户进行营销创意及营销内容的策划与制作，在取得客户

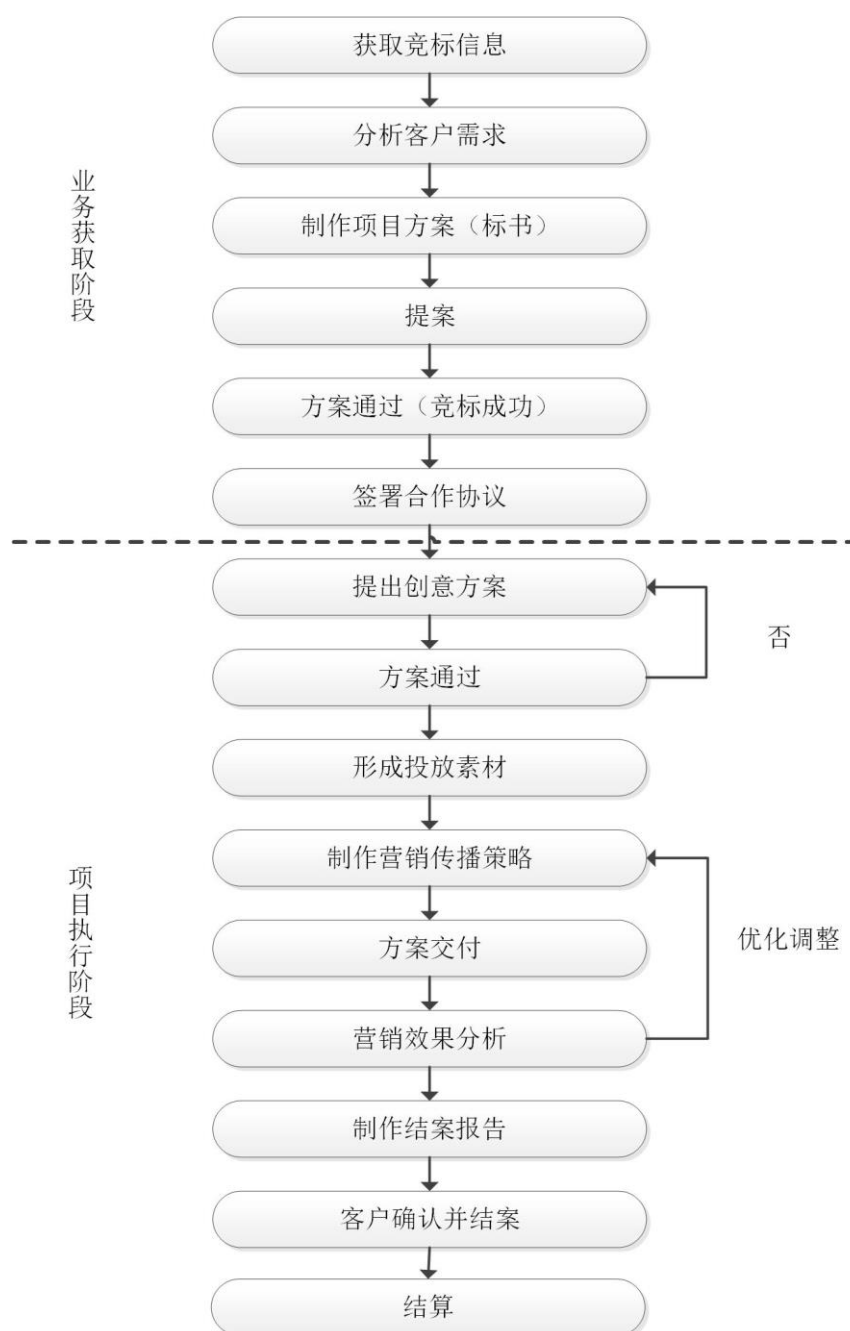
确认后形成投放素材；

4) 制作营销传播策略：公司通常根据营销内容的不同，为客户制定个性化的媒介资源投放策略并形成投放方案后向客户交付。此外，公司会根据部分客户需求，为其采购媒体资源并进行广告内容投放；

5) 效果评估：公司将根据客户的营销传播情况，进行营销效果分析，并向客户提出优化分析建议；

6) 结案：在营销信息投放结束后，公司根据与客户的约定，制作关于营销信息投放情况的结案报告，以便客户对广告投放效果进行评价，经客户确认后即可结案。

公司广告方案策划与执行业务的具体业务流程如下所示：



2、场景活动服务业务流程

1) 业务获取：公司通常需要充分调研项目信息，在深入了解客户诉求的基础上，通过招投标及商务洽谈相结合的方式获取客户的业务机会，通过签署合作协议确定双方的合作关系；

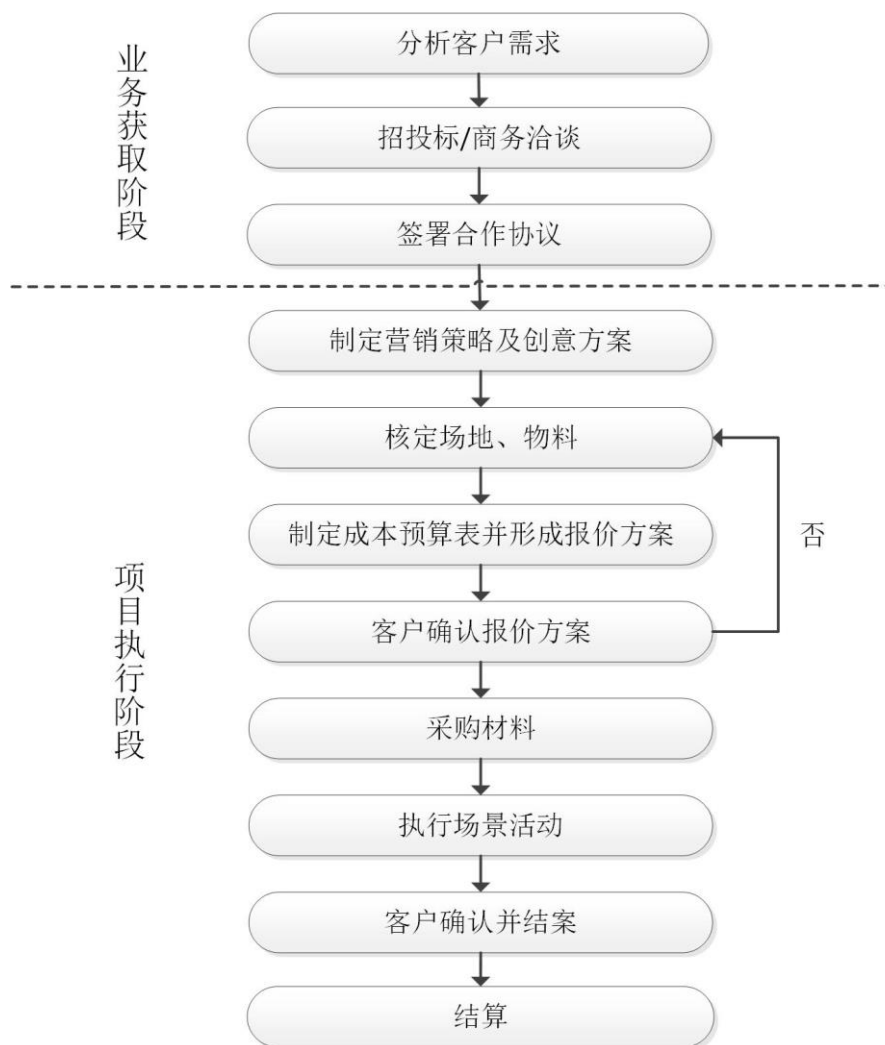
2) 制作活动方案：公司通常根据客户需求并结合积累的项目经验，提出营销策略及创意方案，并据此核定场地、物料等，形成活动报价方案，经过客户确认后形成具体的活动方案；

3) 采购物料：公司根据与客户确认后的活动方案，采购场景活动所需要的物料；

4) 执行活动：在活动执行的具体过程中，公司主要提供搭建/调试/彩排、现场接待、流程控制、后勤管理、人员管理、质量监控、应急处理、撤场与收尾等服务；

5) 结案：活动执行完毕后，经由客户确认后结案。

公司场景活动服务业务的具体业务流程如下所示：



发行人场景活动服务的核心环节均自主进行，具备持续开展业务的核心竞争优势。根据行业惯例及产业分工协作规律，上述业务的非核心环节存在采购第三方服务的情况，但不存在将主要业务环节整体外包的情况。

3、校园媒体营销服务业务流程

1) 业务获取：公司通常需要充分调研项目信息，在深入了解客户诉求的基础上，通过招投标及商务洽谈相结合的方式获取客户的业务机会，并通过签署合作协议确定双方的合作关系；

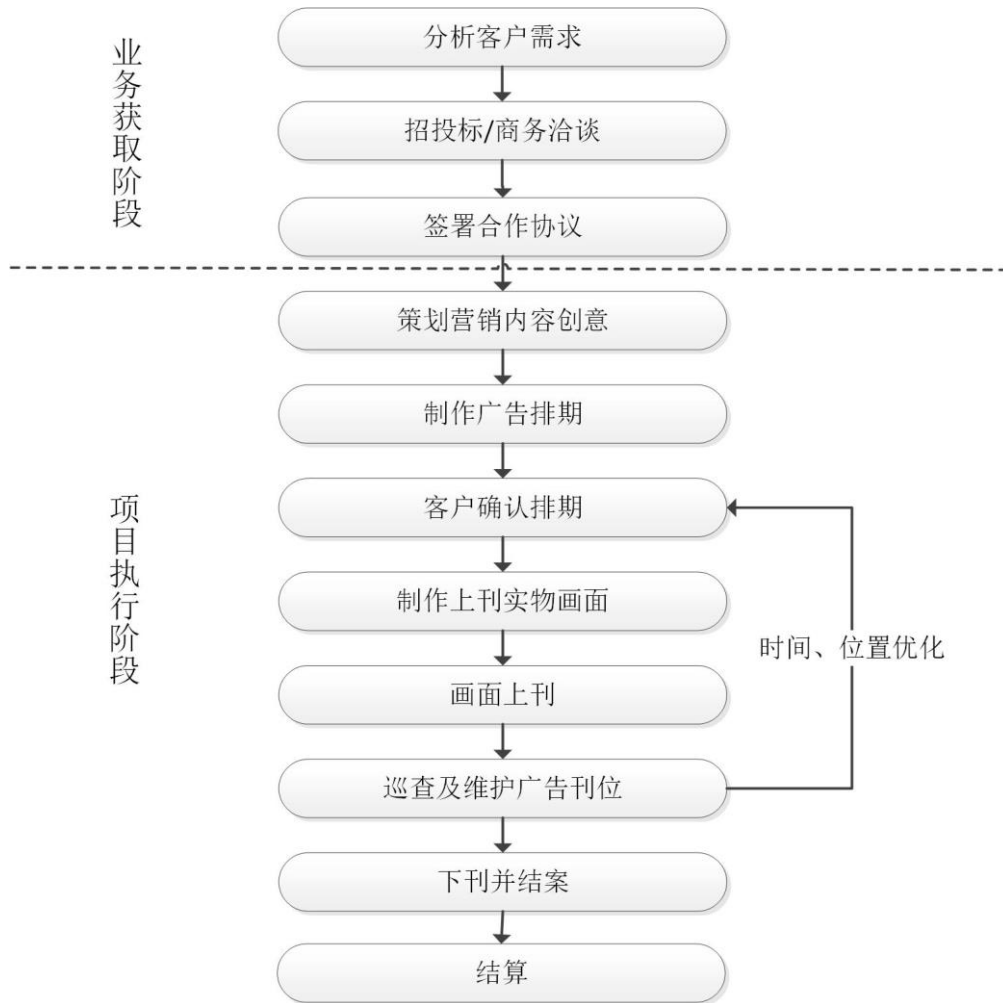
2) 制作创意及媒介策略：公司通常根据客户需求并结合积累的项目经验，策划营销内容创意，根据拟投放的媒体资源类型制作广告排期，经客户确认后，形成相应的广告投放计划；

3) 画面上刊：公司根据与客户约定制作上刊图文，并根据排期将广告图文刊登在校园公告栏、运动场围栏、餐桌桌贴等媒体上；

4) 巡刊及优化：在广告上刊后，公司会对上刊广告进行巡查及维护，确保广告内容能够保质保量的发布，并根据巡刊结果，及时对广告投放的时间、位置进行优化；

5) 结算：在广告投放完成后，公司会按照约定将广告图文下刊并开展结案工作。

公司校园媒体营销服务业务的具体业务流程如下所示：



发行人校园媒体营销服务的核心环节均自主进行，具备持续开展业务的核心竞争优势。根据行业惯例及产业分工协作规律，上述业务的非核心环节存在采购第三方服务的情况，但不存在将主要业务环节整体外包的情况。

（三）发行人主要经营模式

1、销售模式

公司主要采用直接销售的销售模式。公司具备专业的整合营销服务能力，以及线上线下广泛覆盖的媒体资源网络。在业务开拓过程中，公司能够深入发掘客户在数字营销、场景活动、校园媒体营销等领域中的不同营销需求，并通过部门间协作获取客户多种类型的营销业务机会，为客户提供整合营销服务，提升客户服务满意度与黏性。例如，公司为中国电信同时提供了数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务，为中国工商银行同时提供了数字营销服务和场景活动

服务，为伊利集团同时提供了数字营销服务和校园媒体营销服务，能够满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品推广的营销需求。

(1) 主要客户类型

公司的客户类型以直接客户为主。报告期内，直接客户占公司主营业务收入的比例分别为 98.09%、96.17% 及 98.12%，是公司收入的主要来源；公司在服务直接客户的同时，也会根据业务开拓情况向广告公司客户提供服务，以获得更多的业务机会。报告期内，公司主营业务收入按客户类别构成情况如下表所示：

单位：万元

客户类别	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
直接客户	160,077.54	98.12%	105,738.39	96.17%	74,229.02	98.07%
广告公司客户	3,065.07	1.88%	4,212.73	3.83%	1,457.06	1.93%
合计	163,142.61	100.00%	109,951.12	100.00%	75,686.08	100.00%

(2) 获得业务机会的方式

报告期内，发行人采用招投标为主、商务洽谈为辅的方式获取业务机会。其中，数字营销服务主要通过招投标方式获取业务机会，场景活动服务通过招投标及商务洽谈相结合的方式获取业务机会，校园媒体营销服务主要通过商务洽谈方式获取业务机会。

2017 年至 2019 年，发行人通过招投标方式获取的收入金额分别为 62,463.43 万元、98,386.98 万元及 151,492.24 万元，占当年营业收入的比例分别为 82.36%、89.48% 及 92.86%。对于招投标方式，招标信息的来源主要为客户在互联网上公开发布的招标信息及客户的招标邀请。目前，公司已成立了负责收集各类网站招投标信息的业务团队，及时发掘新的业务机会。公司在获得招标信息后，需要综合评估客户的广告内容与形式、所属行业、市场声誉、广告投放规模需求等关键信息，以选择符合公司客户标准的潜在客户。随后，公司组织竞标团队制作项目方案。竞标成功后，客户与公司签署期限一般为 1-2 年的年度合作协议或者单项合同。协议期满后，公司一般会再次通过招投标的方式获取客户的业务机会。

发行人在客户开发过程中，合法合规，不存在因不正当竞争、商业贿赂等行为受到行政处罚、立案侦查和诉讼的情形。

(3) 销售合同的签订模式

1) 数字营销服务

公司数字营销服务主要的销售合同签订模式如下：

①年度合作协议

公司与主要客户一般通过签署年度合作协议的方式确立合作关系。年度合作协议的主要内容通常包括合作期限、广告投放要求、定价机制、付款期限、付款方式、违约责任、争议解决等原则性条款，明确双方的合作关系及基本权利义务。

②项目协议

与公司签订年度合作协议后，部分客户在具体执行项目时，会与公司签署项目协议，约定具体项目的广告信息投放网站、合同金额、付款方式、违约责任、争议解决等条款。签署项目协议时，通常以附件的形式列出广告排期表。

③排期表

与公司签订年度合作协议后，部分客户在具体执行项目时，会直接与公司协商确定具体的广告发布活动排期表，详细列明拟投放的媒体名称、广告位置、广告形式、广告规格、刊例单价、折扣率、投放日期及进度安排等具体信息，约定广告投放的具体安排。

④单项合同

少量客户系通过与公司直接签订单项合同的方式建立业务关系。单项合同的内容一般包括服务内容、服务价格、合同金额、付款方式、违约责任、争议解决等条款。

2) 场景活动服务

公司通常与客户就具体的场景活动服务项目签署框架协议或单项服务协议。协议的内容一般包括方案策划、活动内容、地点、形式、场次及规模、活动管理、物料采购和结案等事宜，以及合同金额、付款方式、违约责任、争议解决等条款。

3) 校园媒体营销服务

公司通常与客户就具体的校园媒体营销服务项目签署单项服务协议。协议的内容主要包括广告发布内容、广告位置、广告发布监督、广告期限等事宜，以及合同金额、付款方式、违约责任、争议解决等条款。

(4) 各类服务的定价方法、收款政策

服务类别	定价方法
数字营销服务	
其中：广告投放代理	综合考虑项目的成本支出、客户所处行业、客户规模、客户声誉、回款账期、市场竞争程度等因素，并结合公司内部对项目利润水平的要求，在媒体资源刊例价的基础上，给予客户一定的折扣比例，以形成初步报价，经客户确认后，形成最终的服务价格
广告方案策划与执行	综合考虑项目的成本支出、客户所处行业、客户规模、客户声誉、回款账期、市场竞争程度等因素，并结合公司内部对项目利润水平的要求，以形成初步报价，经客户确认后，形成最终的服务价格
场景活动服务	综合考虑项目的成本支出、客户所处行业、客户规模、客户声誉、回款账期、市场竞争程度等因素，并结合公司内部对项目利润水平的要求，以形成初步报价，经客户确认后，形成最终的服务价格
校园媒体营销服务	综合考虑项目的成本支出、客户所处行业、客户规模、客户声誉、回款账期、市场竞争程度等因素，并结合公司内部对项目利润水平的要求，在校园媒体刊例价的基础上，给予客户一定的折扣比例，以形成初步报价，经客户确认后，形成最终的服务价格

发行人给予客户的收款政策主要由该客户的信用评级情况决定。

2、采购模式

对于数字营销服务及场景活动服务，公司采用以销定购的采购模式；对于校园媒体营销服务，公司主要通过自建的方式取得自有媒体资源，并依据客户需求向其他供应商采购部分校园媒体资源。

(1) 数字营销服务

公司数字营销服务的采购模式为以销定购，即根据客户的广告投放需求进行互联网媒体采购。公司主要通过商务洽谈的方式对外采购互联网媒体资源，主要包括字节跳动、新浪、网易、腾讯、爱奇艺等互联网媒体的视频贴片广告、创意中插广告、顶部通栏广告、画中画广告、擎天柱广告、信息流广告等多种形式广

告资源。公司通常与供应商采取协商确定的方式签订采购合同，合同类型包括年度合作协议、项目协议、排期表及单项合同等，具体情况如下：

1) 年度合作协议

对于采购金额较大的互联网媒体，公司一般通过与其签订年度合作协议确定合作关系。协议内容通常包括双方的合作内容、权利义务、定价原则、返利条件、价款支付、违约责任、争议解决等条款。

2) 项目协议

执行具体的广告投放时，公司会与部分供应商签署项目协议，约定广告类型、位置、期限、价格、价款支付等内容。通常，公司在与供应商签订项目协议的同时，以附件的形式列出排期表。

3) 排期表

执行具体的广告投放时，公司会与部分供应商直接协商确定排期表。排期表是公司与互联网媒体签署的采购信息确认文件，即具体的采购订单，通常包括广告投放涉及的媒体名称、广告位置、广告形式、广告规格、刊例单价、折扣率、投放日期及进度安排等信息。

4) 单项合同

针对一些客户的广告投放需求，公司也会和部分供应商直接签署单项采购合同，明确采购内容、价格和价款结算方式等，采购合同通常也包括排期表信息。

(2) 场景活动服务

公司场景活动服务主要采用以销定购的采购模式，根据与客户协商确定的场景活动方案，按需采购专业服务、物料、场地租赁等内容。公司主要通过商务洽谈的方式租赁场地并对外采购。

1) 专业服务采购

公司提供场景活动服务时，有部分服务需要由专业人员提供，如化妆、舞台美术、灯光、场地搭建等。公司通常根据历史合作经验和项目特殊需要，选取合适的供应商，并与之签订合作协议。

2) 物料采购

公司有时需要为客户提供展架、横幅、海报、地贴、画册等活动物料。由于公司业务遍布全国各地，且活动物料的品类较多，因此公司通常会基于成本考虑并在保证质量的条件下，选择合格供应商进行对外采购。

3) 场地租赁

公司向客户提供场景活动服务时，有时需要专门的场地以举办活动。公司一般根据活动的规模、性质、场地获取的便利性等因素，从外部供应商处租赁取得活动所需场地。

(3) 校园媒体营销服务

公司主要通过校园公告栏、运动场围栏等校园媒体开展校园媒体营销服务。此外，公司还向供应商采购相关广告图文印刷服务。

1) 媒体资源建设及采购

公司主要通过自建的方式获取自有媒体，一般在确定媒体形式及建设计划后，在高校校园进行媒体建设；若自有媒体资源不能满足客户需求，则通过商务洽谈的方式向其他供应商采购部分校园媒体资源。

2) 其他采购

公司在开展校园媒体营销服务时，会根据客户要求制作上刊画面。针对这类服务，公司通常采取以销定购的采购模式，同时基于经济性及便利性考虑，委托合格供应商进行广告图文的印刷，经公司验收合格后上刊发布广告内容。

3、返利情况

发行人在为客户提供数字营销服务时，存在从互联网媒体取得返利及向部分客户返还互联网媒体返利的情形。报告期内，互联网媒体给予发行人的返利政策主要为阶梯式返利政策，发行人给予客户的返利政策包括阶梯式和固定式返利政策。发行人从互联网媒体获取返利和向客户返还返利的情况符合行业惯例，返利金额符合与互联网媒体和客户约定的返利政策。返利的具体情况如下：

（1）互联网媒体返利

公司合作的互联网媒体的返利政策主要包括阶梯式返利政策和固定比例返利政策。其中，阶梯式返利模式的特点是互联网媒体提供的返利比例随着媒体资源采购金额的增加而增加，呈现阶梯式特征。对于提供阶梯式返利模式的互联网媒体，公司通过代理众多客户的广告投放需求，提升采购媒体资源的总金额，从而获得该类媒体较高比例的返利政策。此外，少部分互联网媒体的返利比例系与采购媒体资源金额无关的固定返利比例。

互联网媒体返利与公司采购金额密切相关，其性质属于商业折扣，将导致公司营业成本的减少。因此，公司在各月结转主营业务成本的同时，暂估相应的返利金额，冲减营业成本，同时减记互联网媒体的应付账款，并转出相应的进项税。

2017年至2019年，发行人从互联网媒体取得的返利金额不断提高，分别为10,225.76万元、20,345.22万元和41,584.16万元，主要系发行人媒体资源采购金额不断增加以及适用的返利比例整体有所提高，媒体返利与发行人媒体资源采购金额较为匹配。

（2）对客户返利返还

公司合作的部分客户会对公司取得的互联网媒体返利提出返还要求。对于存量客户，在确定返利返还政策时，客户一般会综合考虑当年广告投放规模及公司过往服务质量等因素，最终由客户与公司协商确定，并在年度合作协议中约定。对于新增客户，客户会在招投标时要求竞标公司对返利返还比例进行报价，公司会综合客户所处行业、声誉及广告投放规模等因素，并考虑公司的人力成本及财务投入情况，在标书中形成最终的返利返还报价；中标后，公司将与客户在合作协议中明确约定相应的返利返还政策。发行人向部分客户返利返还的情况符合行业惯例。

公司对客户的返利与客户营销投放金额密切相关，其性质属于商业折扣，将导致公司营业收入的减少。因此，公司在各月确认主营业务收入的同时，暂估相应的返利金额，冲减营业收入，同时减记客户的应收账款，并转出相应的销项税。

2017年至2019年，发行人向客户返还的返利金额不断增加，分别为4,605.90万元、9,839.62万元和21,323.74万元，主要是由于部分客户的营销投放金额不断增加，向客户返利返还与客户的营销投放金额较为匹配。

（四）发行人销售及主要客户情况

1、主营业务收入按类别构成情况

报告期内，公司主营业务包括数字营销服务、场景活动服务及校园媒体营销服务，具体分类情况如下所示：

单位：万元

服务类别	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
数字营销服务	140,271.45	85.98	88,663.99	80.64	55,188.04	72.92
其中：广告投放代理	136,241.88	83.51	84,459.60	76.82	54,106.89	71.49
广告方案策划与执行	4,029.57	2.47	4,204.39	3.82	1,081.15	1.43
场景活动服务	14,111.15	8.65	15,775.10	14.35	10,389.41	13.73
校园媒体营销服务	2,073.35	1.27	3,414.05	3.11	4,461.07	5.89
其他主营业务	6,686.66	4.10	2,097.97	1.91	5,647.56	7.46
合计	163,142.61	100.00	109,951.12	100.00	75,686.08	100.00

报告期内，公司主营业务收入分别为75,686.08万元、109,951.12万元及163,142.61万元，呈现快速增长的态势，主要系数字营销服务收入的大幅增加所致。报告期内，公司数字营销服务收入占主营业务收入总额的比重分别为72.92%、80.64%及85.98%。

2、主要客户情况

发行人与主要客户长期合作，自2004年开始与中国移动合作，自2008年开始与中国电信合作，自2013年开始与中国工商银行、京东集团合作，自2014年开始与中国农业银行合作，自2015年开始与伊利集团合作。报告期内，发行人主要通过招投标的方式获取主要客户，发行人向前五大客户销售情况如下所示：

期间	序号	客户名称	销售额 (万元)	占营业收入 比例
2019 年度	1	伊利集团	63,292.47	38.80%
	2	中国电信	24,497.01	15.02%
	3	中国移动	19,440.85	11.92%
	4	中国工商银行	8,742.10	5.36%
	5	中国农业银行	8,586.52	5.26%
	合计			124,558.94
2018 年度	1	伊利集团	25,684.23	23.36%
	2	中国电信	25,084.20	22.81%
	3	中国移动	20,623.46	18.76%
	4	京东集团	5,762.68	5.24%
	5	中国工商银行	5,702.88	5.19%
	合计			82,857.46
2017 年度	1	中国电信	30,413.65	40.10%
	2	中国移动	11,028.44	14.54%
	3	京东集团	8,854.64	11.68%
	4	中国工商银行	4,812.69	6.35%
	5	伊利集团	3,896.48	5.14%
	合计			59,005.90

注：上述客户系按同一控制下的合并口径统计。

发行人凭借专业的整合营销服务能力，为客户提供覆盖线上线下的营销传播服务，主要客户黏性较强。其中，伊利集团、中国电信、中国移动、中国工商银行为发行人报告期各期的前五大客户，京东集团为 2017 年及 2018 年的前五大客户，因此发行人主要客户的稳定性及可持续性较高。

报告期内，发行人不存在向前五大客户中任一单个客户销售比例超过 50% 或严重依赖于少数客户的情况。

3、报告期内客户直接或间接持有发行人股份情况

截至 2019 年末，发行人客户中国移动通信有限公司通过科大讯飞间接持有发行人 0.52% 股份，间接持股比例较小，对发行人无重大影响；发行人客户中国工商银行股份有限公司、中国电信集团有限公司、中国建设银行股份有限公司、

中国人民保险集团股份有限公司、招商银行股份有限公司通过多层股东间接持有北京天然道的出资份额，从而间接持有发行人股份比例均低于 0.01%，间接持股比例较小，对发行人无重大影响；发行人客户中国光大集团股份公司通过多层股东间接持有北京天然道、珠海光控的出资份额，从而间接持有发行人 0.66% 的股份，间接持股比例较小，对发行人无重大影响；发行人客户科大讯飞直接持有发行人 4.26% 的股份，但报告期内交易金额较小。

上述客户入股前后，发行人与其交易金额未发生重大变化，但存在一定的波动，主要受广告主营销需求变化的影响，系双方市场化招投标或者谈判的结果，与客户是否入股无关；客户入股前后，发行人与其交易价格及交易条件未发生重大变化。发行人与上述客户不存在以持有发行人股份作为双方合作的前提，不存在其他特殊协议安排。

（五）发行人采购及主要供应商情况

1、主要供应商情况

发行人一般选择互联网广告行业的主流媒体作为主要供应商，该类媒体市场影响力较大、营销受众面较广，能够满足大部分品牌广告主的市场营销需求。发行人主要通过商务洽谈的方式与主要供应商建立业务合作关系，与行业惯例一致。报告期内，公司向前五大供应商采购情况如下表所示：

期间	序号	供应商名称	采购金额 (万元)	占采购 金额比例
2019 年度	1	字节跳动	25,519.55	20.08%
	2	新浪	24,483.82	19.26%
	3	网易	8,010.09	6.30%
	4	爱奇艺	6,580.86	5.18%
	5	搜狐	6,490.44	5.11%
			合计	71,084.77
2018 年度	1	字节跳动	12,597.39	15.37%
	2	新浪	12,585.11	15.35%
	3	网易	5,701.81	6.96%

期间	序号	供应商名称	采购金额 (万元)	占采购 金额比例
	4	腾讯	4,760.74	5.81%
	5	爱奇艺	4,564.66	5.57%
	合计		40,209.71	49.05%
2017 年度	1	字节跳动	4,244.26	7.75%
	2	土豆文化	3,488.44	6.37%
	3	乐视	3,306.20	6.04%
	4	腾讯	3,110.15	5.68%
	5	爱奇艺	2,553.78	4.66%
	合计		16,702.83	30.51%

注：上述供应商按同一控制下的口径统计。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过 50% 的情况，不存在对个别供应商形成重大依赖的情形。

公司上述各主要供应商的基本情况如下：

(1) 字节跳动

字节跳动的基本情况如下：

公司名称	字节跳动有限公司
成立时间	2016 年 5 月
股权结构	张一鸣持股 98.81%；张利东持股 1.19%
实际经营业务	主要运营今日头条、抖音、西瓜视频等互联网媒体

注：上述信息来源于国家企业信用信息公示系统、公司网站等资料。

发行人与字节跳动的首次合作时间为 2016 年，并于报告期内持续开展业务合作。由于字节跳动未披露各期收入情况，因此无法比较发行人对其采购金额占其收入的比例情况。

(2) 新浪

新浪（SINA.O）系美国纳斯达克上市公司，其基本情况如下：

公司名称	新浪公司（Sina Corporation）（股票代码：SINA.O）
成立时间	1993 年 3 月
股权结构	New Wave MMXV Limited 持有已发行 11.4% 的普通股股份，持有已发行 100.00% 的 Class A 股份，合计拥有 56.3% 的投票权；Black Rock, Inc. 持有已发行 6.6% 的普通股股份，合计拥有 3.3% 的投票权；Schroder Investment Management North America Inc 持有已发行 5.7% 的普通股股份，合计拥有

	2.8%的投票权；其他股东合计持有已发行 76.3%的普通股份，合计拥有 37.6%的投票权
实际经营业务	主要运营门户网站新浪网、新浪移动和社交媒体微博等互联网媒体

注：上表数据来源为新浪 2018 年年报、公司网站等资料。

发行人与新浪的首次合作时间为 2017 年，并于报告期内持续发生业务往来。截至本招股说明书签署日，新浪尚未披露其 2019 年年度报告，而 2017 年及 2018 年，发行人对新浪采购占其营业收入的比例分别为 0.21% 及 0.90%，占比较低。

(3) 网易

网易（NTES.O）系美国纳斯达克上市公司，其基本情况如下：

公司名称	网易公司（NETEASE, INC.）（股票代码：NTES.O）
成立时间	1997 年 6 月
股权结构	Shining Globe International Limited/丁磊持有 45.5%的股份，Orbis Investment Management Limited and Orbis Asset Management Limited 持有 7.8%的股份，其他股东合计持有 46.7%的股份
实际经营业务	业务涵盖游戏、电商、新闻门户、邮箱、文化娱乐、在线教育、企业服务、工具应用等

注：上表数据来源为网易 2018 年年报、公司网站等资料。

发行人与网易的首次合作时间为 2016 年，并于报告期内持续发生业务往来。截至本招股说明书签署日，网易尚未披露其 2019 年年度报告，而 2017 年及 2018 年，发行人对网易采购占其营业收入的比例分别为 0.03% 及 0.08%，占比较低。

(4) 腾讯

腾讯（0700.HK）系香港联交所上市公司，其基本情况如下：

公司名称	腾讯控股有限公司（Tencent Holding Limited）（股票代码：0700.HK）
成立时间	1998 年 11 月
股权结构	MIH TC 持有 31.10%的股份，Advance Data Services Limited 直接及间接持有 8.61%的股份，其他股东合计持有 60.29%的股份
实际经营业务	运营微信与 QQ 等社交平台，为用户提供优质的新闻、视频、游戏、音乐、文学、动漫、影业等数字内容产品及相关服务

注：上表数据来源为腾讯 2019 年半年报、公司网站等资料。

发行人与腾讯的首次合作时间为 2016 年，并于报告期内持续发生业务往来。截至本招股说明书签署日，腾讯尚未披露其 2019 年年度报告，而 2017 年及 2018 年，发行人对腾讯采购占其营业收入的比例分别为 0.01% 及 0.02%，占比较低。

(5) 爱奇艺

爱奇艺 (IQ.O) 系美国纳斯达克上市公司, 其基本情况如下:

公司名称	爱奇艺股份有限公司 (iQIYI, Inc) (股票代码: IQ.O)
成立时间	2009 年 11 月
股权结构	Baidu Holdings 持有 0.4% 的 Class A 股份, 持有 100.00% 的 Class B 股份, 拥有 92.9% 的投票权; Xiaomi Ventures Limited 持有 15.4% 的 Class A 股份; Hillhouse Capital Management, Ltd. 持有 10.9% 的 Class A 股份
实际经营业务	主要运营爱奇艺视频等媒体平台, 已构建了包含电商、游戏、电影票等业务在内的视频商业生态

注: 上表数据来源为爱奇艺 2018 年年报、公司网站等资料。

发行人与爱奇艺的首次合作时间为 2016 年, 并于报告期内持续发生业务往来。截至本招股说明书签署日, 爱奇艺尚未披露其 2019 年年度报告, 而 2017 年及 2018 年, 发行人对爱奇艺采购占其营业收入的比例分别为 0.15% 及 0.18%, 占比较低。

(6) 搜狐

搜狐 (SOHU.O) 系美国纳斯达克上市公司, 其基本情况如下:

公司名称	搜狐网络有限责任公司 (Sohu.com Ltd) (股票代码: SOHU.O)
成立时间	1996 年 8 月
股权结构	张朝阳持有 24.83% 的股份, Photon Group Limited 持有 23.96% 的股份, Public Sector Pension Investment Board 持有 10.70% 的股份, Macquarie Investment Management Business Trust 持有 10.44% 的股份, Orbis Investment Management Ltd. 持有 7.60% 的股份, 其他股东合计持有 22.47% 的股份
实际经营业务	主要运营搜狐网、搜狐视频等媒体平台, 社交、搜索、人工智能、游戏等互联网平台

注: 上表数据来源为搜狐 2018 年年报、公司网站等资料。

发行人与搜狐的首次合作时间为 2016 年, 并于报告期内持续发生业务往来。截至本招股说明书签署日, 搜狐尚未披露其 2019 年年度报告, 而 2017 年及 2018 年, 发行人对搜狐采购占其营业收入的比例分别为 0.15% 及 0.22%, 占比较低。

(7) 土豆文化

土豆文化的基本情况如下:

公司名称	上海全土豆文化传播有限公司
成立时间	2011 年 9 月
股权结构	上海全土豆网络科技有限公司持股 100.00%

实际经营业务	经营、代理土豆网、土豆视频、优酷视频等互联网媒体
--------	--------------------------

注：上述信息来源于国家企业信用信息公示系统、公司网站等资料。

发行人与土豆文化的首次合作时间为 2016 年，并于报告期内持续发生业务往来。由于土豆文化未公开披露各期收入情况，因此无法比较发行人对其采购金额占其收入的比例情况。

(8) 乐视

乐视（300104.SZ）的基本情况如下：

公司名称	乐视网信息技术（北京）股份有限公司（股票代码：300104.SZ）
成立时间	2004 年 11 月
股权结构	贾跃亭持股 23.07%，天津嘉睿汇鑫企业管理有限公司持股 8.56%，其他股东合计持股 68.37%
实际经营业务	主要从事基于整个网络视频行业的付费会员及发行业务（包括付费业务、版权业务及电视剧发行收入）、广告业务（视频平台广告发布业务）和其他业务

注：上表数据来源为乐视 2018 年年报、2019 年季报、公司网站等资料。

发行人与乐视的首次合作时间为 2016 年。截至本招股说明书签署日，乐视尚未披露其 2019 年年度报告，而 2017 年及 2018 年，发行人对乐视采购占其营业收入的比例分别为 0.47% 及 0.85%，占比较低。

2、物料及第三方服务的采购情况

报告期内，发行人仅场景活动服务存在物料采购的情况，采购内容包括活动器材及消费品类、印刷喷绘类、展具展示类、美工制作类以及其他类。2017 年至 2019 年，物料采购总金额分别为 1,225.98 万元、2,482.98 万元及 1,900.35 万元，占发行人各期采购总额的比例较小，分别为 2.24%、3.03% 和 1.50%；物料采购总金额与各期的场景活动服务收入金额变动趋势较为一致，物料采购与当期项目的开展情况较为匹配。

报告期内，发行人数字营销服务、场景活动服务、校园媒体营销服务均存在采购第三方服务的情况。2017 年至 2019 年，第三方服务采购总金额分别为 6,146.58 万元、9,088.68 万元及 8,789.10 万元，占发行人各期采购总额的比例逐年下降，分别为 11.23%、11.09% 和 6.92%。其中，数字营销服务采购的第三方服务为内容制作服务，各期采购总金额分别为 44.72 万元、951.62 万元及 1,393.55

万元；场景活动服务采购的第三方服务包括活动现场服务、内容制作、车辆设备与场地租赁等，各期采购总金额分别为 5,389.55 万元、7,509.03 万元及 7,046.61 万元；校园媒体营销服务采购的第三方服务包括内容制作、上下刊及巡刊等，各期采购总金额分别为 712.31 万元、628.03 万元及 348.94 万元，金额较小。上述第三方服务采购金额与各类业务收入变动趋势较为一致，与当期项目开展情况较为匹配。

3、报告期内供应商直接或间接持有发行人股份情况

截至 2019 年末，发行人供应商北京爱奇艺科技有限公司通过深圳酷开间接持有发行人 0.04% 的股份，间接持股比例较小，对发行人无重大影响。

上述供应商入股前后，发行人与其交易金额、交易价格及交易条件未发生重大变化。发行人与上述供应商不存在以持有发行人股份作为双方合作的前提，不存在其他特殊协议安排。

五、发行人的主要固定资产与无形资产情况

（一）固定资产

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，固定资产主要为开展整合营销服务所必需的电子设备、运输设备及办公设备等。截至 2019 年 12 月 31 日，公司拥有的固定资产情况如下所示：

固定资产类别	原值（万元）	净值（万元）	成新率
运输设备	158.22	139.55	88.20%
电子设备	406.43	155.41	38.24%
办公设备	13.66	0.72	5.25%
合计	578.31	295.68	51.13%

（二）无形资产

1、无形资产构成情况

截至 2019 年 12 月 31 日，公司无形资产为外购的办公软件，具体情况如下所示：

无形资产类别	原值（万元）	净值（万元）
软件	383.31	87.14
合计	383.31	87.14

2、软件著作权

截至 2019 年 12 月 31 日，公司及子公司共拥有 80 项软件著作权，具体情况

如下：

序号	软件名称	证书编号	登记号	著作权人	首次发表日期	登记期	取得方式	权利范围
1	三人行卓越易行项目资金管理信息系统 V1.0	软著登字第 1342281 号	2016SR163664	三人行	2016/01/20	2016/07/01	原始取得	全部权利
2	多平台网络投票系统平台 V1.0	软著登字第 0396448 号	2012SR028412	三人行	2012/01/07	2012/04/12	原始取得	全部权利
3	多媒体短消息业务综合管理平台 V1.0	软著登字第 0396446 号	2012SR028410	三人行	2012/01/07	2012/04/12	原始取得	全部权利
4	安全电子邮件管理系统 V1.0	软著登字第 0396443 号	2012SR028407	三人行	2012/01/07	2012/04/12	原始取得	全部权利
5	协同办公管理系统 V1.0	软著登字第 0396440 号	2012SR028404	三人行	2012/02/16	2012/04/12	原始取得	全部权利
6	高校学籍成绩管理发布平台 V1.0	软著登字第 0396438 号	2012SR028402	三人行	2012/01/07	2012/04/12	原始取得	全部权利
7	远程电压监测信息管理系统 V1.0	软著登字第 0394422 号	2012SR026386	三人行	2012/01/07	2012/04/06	原始取得	全部权利
8	智臻会议会展 CRM 管理系统 V1.0	软著登字第 1760372 号	2017SR175088	三人行	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利
9	智臻互动显示媒体视频播放系统 V1.0	软著登字第 1760377 号	2017SR175093	三人行	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利

序号	软件名称	证书编号	登记号	著作权人	首次发表日期	登记期	取得方式	权利范围
10	智臻卓越跨屏数字广告管理云平台系统 V1.0	软著登字第 1760384 号	2017SR175100	三人行	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利
11	智臻全国校园巡讲巡展互动学习平台 V1.0	软著登字第 1760387 号	2017SR175103	三人行	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利
12	智臻大数据媒介综合信息分析平台 V1.0	软著登字第 1761840 号	2017SR176556	三人行	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利
13	智臻全国校园渠道服务管理系统 V1.0	软著登字第 1761923 号	2017SR176639	三人行	2016/05/21	2017/05/12	原始取得	全部权利
14	智臻媒体投放及活动执行项目管理系统 V1.0	软著登字第 1761932 号	2017SR176648	三人行	2016/05/21	2017/05/12	原始取得	全部权利
15	智臻卓越企业资金报告管理信息系统 V1.0	软著登字第 1761927 号	2017SR176643	三人行	2016/05/21	2017/05/12	原始取得	全部权利
16	智臻卓越数字整合营销服务平台 V1.0	软著登字第 1761958 号	2017SR176674	三人行	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利
17	智臻媒体资源综合管理平台系统 V1.0	软著登字第 1762111 号	2017SR176827	三人行	2016/05/21	2017/05/12	原始取得	全部权利
18	智臻互联网媒体广告智能监测系统 V1.0	软著登字第 1785366 号	2017SR200082	三人行	2016/06/09	2017/05/23	原始取得	全部权利
19	三人行项目管理信息系统 V1.0	软著登字第 1871781 号	2017SR286497	三人行	2016/03/01	2017/06/19	原始取得	全部权利
20	智臻大数	软著登字	2018SR1033062	三人	2018/10/15	2018/12/18	原始	全部

序号	软件名称	证书编号	登记号	著作权人	首次发表日期	登记期	取得方式	权利范围
	据媒介综合信息分析平台 V2.0	第 3362157 号		行			取得	权利
21	三人行媒体资源管理系统 V2.0	软著登字第 3350928 号	2018SR1021833	三人行	2018/09/01	2018/12/17	原始取得	全部权利
22	智臻校园数字阅读平台 V1.0	软著登字第 3350800 号	2018SR1021705	三人行	未发表	2018/12/17	原始取得	全部权利
23	高校 APP 综合平台 V1.1	软著登字第 0923688 号	2015SR036608	酷软科技	2014/12/01	2015/02/27	原始取得	全部权利
24	旅游导览系统 (Android 版) V1.0	软著登字第 0967429 号	2015SR080343	酷软科技	2013/04/10	2015/05/13	受让取得	全部权利
25	旅游导览系统 (iOS 版) V1.0	软著登字第 0967438 号	2015SR080352	酷软科技	2013/04/11	2015/05/13	受让取得	全部权利
26	移动校园系统 (Android 版) V1.0	软著登字第 0967434 号	2015SR080348	酷软科技	2014/03/05	2015/05/13	受让取得	全部权利
27	移动校园系统 (iOS 版) V1.0	软著登字第 1175260 号	2015SR288174	酷软科技	2014/03/12	2015/12/29	受让取得	全部权利
28	智慧迎新系统 V1.0	软著登字第 1193369 号	2016SR014752	酷软科技	未发表	2016/01/20	原始取得	全部权利
29	智酷流媒体智能化优化系统 V1.0	软著登字第 1761031 号	2017SR175747	酷软科技	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利
30	智酷数据库管理系统防火墙功能系统 V1.0	软著登字第 1761107 号	2017SR175823	酷软科技	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利
31	智酷企业网关	软著登字第 1761111	2017SR175827	酷软科技	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利

序号	软件名称	证书编号	登记号	著作权人	首次发表日期	登记期	取得方式	权利范围
	TR069 管理功能系统 V1.0	号						
32	智酷 ERP 移动客户端系统 V1.0	软著登字第 1761671 号	2017SR176387	酷软科技	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利
33	智酷数据库管理系统加密功能系统 V1.0	软著登字第 1762015 号	2017SR176731	酷软科技	2016/06/09	2017/05/12	原始取得	全部权利
34	智酷车载定位系统 V1.0	软著登字第 1794609 号	2017SR209325	酷软科技	2016/06/09	2017/05/25	原始取得	全部权利
35	智酷数据库管理系统审计功能系统 V1.0	软著登字第 1794775 号	2017SR209491	酷软科技	2016/06/09	2017/05/25	原始取得	全部权利
36	智酷煤矿数据监控云平台 V1.0	软著登字第 3354494 号	2018SR1025399	酷软科技	2018/04/15	2018/12/17	原始取得	全部权利
37	智酷学校智慧迎新综合管理系统 V2.0	软著登字第 3355176 号	2018SR1026081	酷软科技	2018/07/31	2018/12/17	原始取得	全部权利
38	大学生校园文化生活综合服务平台 ios 版 V1.0	软著登字第 1272247 号	2016SR093630	橙色风暴	2015/10/08	2016/05/04	原始取得	全部权利
39	大学生校园文化生活综合服务平台 (Android 版) V1.0	软著登字第 1226475 号	2016SR047858	橙色风暴	2015/10/08	2016/03/09	原始取得	全部权利
40	智成客户关系及公关管理平台系统 V1.0	软著登字第 1912260 号	2017SR326976	橙色风暴	2016/11/30	2017/06/29	原始取得	全部权利
41	智成策划类项目管	软著登字第	2017SR323639	橙色风暴	2016/06/01	2017/06/29	原始取得	全部权利

序号	软件名称	证书编号	登记号	著作权人	首次发表日期	登记期	取得方式	权利范围
	理及服务系统 V1.0	1908923号						
42	智成设计类项目管理及服务系统 V1.0	软著登字第 1910978号	2017SR325694	橙色风暴	2016/06/01	2017/06/29	原始取得	全部权利
43	智成全国行业市场竞品分析系统 V1.0	软著登字第 1908943号	2017SR323659	橙色风暴	2016/06/01	2017/06/29	原始取得	全部权利
44	智成消费者自助调查及分析系统 V1.0	软著登字第 1909935号	2017SR324651	橙色风暴	2016/11/30	2017/06/29	原始取得	全部权利
45	智成视频及平面广告测试评选比稿系统 V1.0	软著登字第 1909928号	2017SR324644	橙色风暴	2016/11/30	2017/06/29	原始取得	全部权利
46	智成全国校园活动赛事信息管理 & 发布平台 (IOS 版) V1.0	软著登字第 1909165号	2017SR323881	橙色风暴	2016/07/14	2017/06/29	原始取得	全部权利
47	智成互联网媒体资料存储及管理系统 V1.0	软著登字第 1909069号	2017SR323785	橙色风暴	2016/06/23	2017/06/29	原始取得	全部权利
48	智成全国网站数据监测及分析系统 V1.0	软著登字第 1909904号	2017SR324620	橙色风暴	2016/06/01	2017/06/29	原始取得	全部权利
49	智成媒体广告采购订单管理系统 V1.0	软著登字第 1909703号	2017SR324419	橙色风暴	2016/01/29	2017/06/29	原始取得	全部权利
50	校园信息传播平台 V1.0	软著登字第 1227867号	2016SR049250	合肥三人行	2015/11/25	2016/03/10	原始取得	全部权利
51	互联网平台策划设计管理系	软著登字第 1700057号	2017SR114773	合肥三人行	2016/11/20	2017/04/14	原始取得	全部权利

序号	软件名称	证书编号	登记号	著作权人	首次发表日期	登记期	取得方式	权利范围
	统 V1.0	号						
52	互联网媒介信息优化系统 V1.0	软著登字第 1700119 号	2017SR114835	合肥三人行	2016/11/20	2017/04/14	原始取得	全部权利
53	智慧校园活动执行管理系统 V1.0	软著登字第 1700159 号	2017SR114875	合肥三人行	2016/03/20	2017/04/14	原始取得	全部权利
54	智慧校园赛事信息化管理平台 V1.0	软著登字第 1700124 号	2017SR114840	合肥三人行	2016/03/20	2017/04/14	原始取得	全部权利
55	智慧校园赛事自助投票评选系统 V1.0	软著登字第 1700209 号	2017SR114925	合肥三人行	2016/07/25	2017/04/14	原始取得	全部权利
56	营销活动体验智能互动评估系统 V1.0	软著登字第 1700214 号	2017SR114930	合肥三人行	2016/07/25	2017/04/14	原始取得	全部权利
57	智慧校园媒体广告排期管理系统 V1.0	软著登字第 1700052 号	2017SR114768	合肥三人行	2016/05/18	2017/04/14	原始取得	全部权利
58	智慧校园媒体广告监测系统 V1.0	软著登字第 1700081 号	2017SR114797	合肥三人行	2016/05/18	2017/04/14	原始取得	全部权利
59	智慧校园消费行为数据分析系统 V1.0	软著登字第 1700206 号	2017SR114922	合肥三人行	2016/05/18	2017/04/14	原始取得	全部权利
60	电商营销活动及广告综合评估系统 V1.0	软著登字第 1705600 号	2017SR120316	合肥三人行	2016/10/15	2017/04/17	原始取得	全部权利
61	社会化媒体信息智能分析系统 V1.0	软著登字第 1705603 号	2017SR120319	合肥三人行	2016/10/15	2017/04/17	原始取得	全部权利
62	三人行创意图文素材存储编辑软件 V1.0	软著登字第 3616099 号	2019SR0195342	三人行	未发表	2019/02/28	原始取得	全部权利

序号	软件名称	证书编号	登记号	著作权人	首次发表日期	登记期	取得方式	权利范围
63	三人行商业客户智能分析系统 V1.0	软著登字第 3615248 号	2019SR0194491	三人行	未发表	2019/02/28	原始取得	全部权利
64	三人行数字营销期刊发布与员工学习系统 V1.0	软著登字第 3619884 号	2019SR0199127	三人行	未发表	2019/03/01	原始取得	全部权利
65	三人行移动互联网广告发布平台 V1.0	软著登字第 3619879 号	2019SR0199122	三人行	未发表	2019/03/01	原始取得	全部权利
66	智臻传播方案智能报告软件 V1.0	软著登字第 3619075 号	2019SR0198318	三人行	未发表	2019/02/28	原始取得	全部权利
67	智臻广告目标受众智能分析系统 V1.0	软著登字第 3621833 号	2019SR0201076	三人行	未发表	2019/03/01	原始取得	全部权利
68	智臻社会舆情跟踪和采集系统 V1.0	软著登字第 3619453 号	2019SR0198696	三人行	未发表	2019/02/28	原始取得	全部权利
69	智臻媒体广告数据存储系统 V1.0	软著登字第 3619452 号	2019SR0198695	三人行	未发表	2019/02/28	原始取得	全部权利
70	智臻社会化营销传播管理系统 V1.0	软著登字第 3616011 号	2019SR0195254	三人行	未发表	2019/02/28	原始取得	全部权利
71	智臻视频音频广告编辑软件 V1.0	软著登字第 3619079 号	2019SR0198322	三人行	未发表	2019/02/28	原始取得	全部权利
72	智臻数字营销项目管理信息系统 V1.0	软著登字第 3438150 号	2019SR0017393	三人行	2018/10/20	2019/01/07	原始取得	全部权利
73	智成校园迎新信息服务系统 V1.0	软著登字第 3513955 号	2019SR0093198	橙色风暴	2018/09/01	2019/01/25	原始取得	全部权利
74	智成网络活动投票	软著登字第	2019SR1361065	橙色风暴	未发表	2019/12/13	原始取得	全部权利

序号	软件名称	证书编号	登记号	著作权人	首次发表日期	登记期	取得方式	权利范围
	及评选系统 V1.0	4781822号						
75	智成广告物料采购及供应商报价评比系统 V1.0	软著登字第 4781907号	2019SR1361150	橙色风暴	2019/10/30	2019/12/13	原始取得	全部权利
76	智成场景活动同步会议播放系统 V1.0	软著登字第 4782187号	2019SR1361430	橙色风暴	未发表	2019/12/13	原始取得	全部权利
77	智酷校园 OA 办公系统 V1.0	软著登字第 4769732号	2019SR1348975	酷软科技	2019/08/25	2019/12/12	原始取得	全部权利
78	智酷校园教务管理考评系统 V1.0	软著登字第 4793119号	2019SR1372362	酷软科技	2019/11/05	2019/12/16	原始取得	全部权利
79	智酷微信业务推广活动管理系统 V1.1	软著登字第 4789602号	2019SR1368845	酷软科技	2019/10/25	2019/12/13	原始取得	全部权利
80	智酷校园多媒体课堂辅助教学系统 V1.0	软著登字第 4769759号	2019SR1349002	酷软科技	2019/10/15	2019/12/12	原始取得	全部权利

3、注册商标

截至 2019 年 12 月 31 日，公司及子公司共拥有 8 项注册商标，具体情况如下：

序号	商标内容	注册人	注册证号	专用权期限	核定范围	取得方式	他项权利
1		三人行	21256854	2018/01/14-2028/01/13	第 37 类	原始取得	无
2		三人行	8435850	2011/08/28-2021/08/27	第 38 类	原始取得	无
3		三人行	21249304	2018/01/14-2028/01/13	第 39 类	原始取得	无
4		三人行	16299825	2016/08/14-2026/08/13	第 41 类	原始取得	无

序号	商标内容	注册人	注册证号	专用权期限	核定范围	取得方式	他项权利
5		三人行	21249489	2018/01/14-2028/01/13	第41类	原始取得	无
6		三人行	16298052	2018/07/28-2028/07/27	第35类	原始取得	无
7		三人行	7526642	2011/10/28-2021/10/27	第35类	受让取得	无
8		西安三人行	9776822	2013/01/07-2023/01/06	第35类	原始取得	无

4、专利权

截至2019年12月31日，公司及子公司共拥有4项专利权，具体情况如下：

序号	专利类别	专利号	专利名称	专利权人	申请日期	公告日期	取得方式	他项权利
1	外观设计	ZL201230565413.6	阅报栏	三人行	2012/11/21	2013/09/25	原始取得	无
2	外观设计	ZL201530097488.X	阅报栏	三人行	2015/04/14	2015/12/09	原始取得	无
3	外观设计	ZL201530099170.5	阅报栏	三人行	2015/04/15	2015/12/09	原始取得	无
4	外观设计	ZL201530099208.9	阅报栏	三人行	2015/04/15	2015/12/09	原始取得	无

注：阅报栏即校园公告栏。

5、资质许可

发行人已按照我国相关法律法规的规定取得《营业执照》，以及针对1处自有户外标志牌的许可证，此外发行人还办理了其他资质许可证。报告期内，发行人已取得开展业务所必备的全部资质许可。

截至2019年12月31日，发行人现行有效的许可证情况如下表所示：

持有者	资质类型	证书编号	许可内容/认证范围	发证机关	有效期限
三人行	陕西省公路路政管理许可证	(宝鸡)局(扶风)许字(2019)年第(077)号	使用在S104线K83+700下行距公路边沟外沿9米处建筑控制区内设置的非公路标志牌	陕西省宝鸡公路管理局	2020/05/04
	印刷经营许可证	(雁)印证字2016-022号	其他印刷品印刷	西安市雁塔区文化体育局	2020/12/31

持有者	资质类型	证书编号	许可内容/认证范围	发证机关	有效期限
	营业性演出许可证	610000120217	演出组织、演出居间、演员代理、演出制作、演出代理、演出行纪、演出营销，演员签约，演员推广	陕西省文化厅	2020/11/05
	技术贸易资格证	市技资证 172422264号	N/A	西安市科学技术局	N/A
	增值电信业务经营许可证	陕B2-20110027	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含互联网信息服务）	陕西省通信管理局	2021/09/19
三人行广告	印刷经营许可证	（陕）印证字 618000833号	包装装潢、印刷品印刷	西安市文化广电新闻出版局	2020/03/31
众点广告	涉外调查许可证	陕统涉外证字第 201803号	陕西省	陕西省统计局	2021/07/18
	印刷经营许可证	（雁）印证字 2017-004号	其他印刷品印刷	西安市雁塔区文化体育局	2021/12/31
酷软科技	技术贸易资格证	市技资证 141591731号	N/A	西安市科学技术局	N/A

（三）租赁房产

截至2019年12月31日，公司及子公司共租赁办公房产10处，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	实际用途	租赁地址	租赁面积（m ² ）	租赁期限
1	三人行	西安软件园发展中心	办公	西安市高新区科技二路72号西安软件园唐乐阁E401	580.00	2018/01/15-2021/01/14
2	三人行	广州开发区投资集团有限公司	办公	广州市天河区天河路490号1401、1402自编一号房	469.15	2019/09/11-2022/09/10
3	三人行	黄建涛、屈丽	办公	成都市武侯区长益路13号1栋3单元12层1205号	166.93	2018/10/01-2020/09/30
4	三人行	张传福	办公	成都市武侯区长益路13号1栋3单元12层1206号	206.69	2018/10/01-2020/09/30
5	三人行	南京玥睿投资发展有限公司	办公	南京市淮海路金鑫巷9号华盈国际大厦四楼壁咚锵办公空间3号房间	30.00	2019/10/08-2020/04/07
6	三人行	深圳市服客师投资有限公司	办公	深圳市福田区车公庙天安创新科技广场B栋1111-C11	5.00	2019/08/05-2020/08/04

序号	承租方	出租方	实际用途	租赁地址	租赁面积 (m ²)	租赁期限
7	合肥三人行	戴亚男	办公	合肥市蜀山区潜山南路 188 号蔚蓝商务港城市广场 D 座 2105、2106、2107、2108 室	241.16	2018/10/25-2021/11/24
8	盛浩科技	上海新曹杨(集团)有限公司	办公	上海市普陀区金沙江路 980 号 11 楼西侧	727.35	2018/10/16-2020/10/15
9	橙色风暴	北京北航科技园有限公司	办公	北京市海淀区知春路七号致真大厦 C 座第 12 层	1,918.73	2014/12/10-2019/12/31, 2020/01/01-2022/12/31
10	江西荣耀	江西金凤凰文化产业投资有限公司	办公	江西省抚州市抚州高新技术产业开发区创业园标准公寓 B 栋 2 楼 33 号	62.80	2019/11/30-2021/10/31

六、特许经营权

截至 2019 年 12 月 31 日，公司无特许经营权。

七、发行人研发情况

(一) 发行人研发组织体系

随着互联网尤其是移动互联网的快速发展，具有较高信息传播效率及较广覆盖范围的新兴互联网媒体纷纷涌现，营销环境日益复杂化。公司为向客户持续提供专业的整合营销服务，已建立了包括营销理论、创意设计、媒介策略、技术开发等人才在内的综合研发团队，设立了研发中心具体负责研发方向选取、研发项目立项、研发成果测试等工作。

公司基于现有研发团队架构，结合历史研发项目实践，形成了适合公司特点的研发机制，以保障研发创新的可持续发展。

(二) 主要研发情况

近年来，公司根据行业的发展趋势以及业务开展过程中客户的实际需求，将提升媒体资源管理效率、提升创意能力、提升综合管理系统效率和优化广告投放及效果等作为主要研发方向。具体情况如下：

1、提升媒体资源管理效率

截至 2019 年末，公司在全国范围内运营着数量众多的校园公告栏、运动场

围栏以及食堂餐桌桌贴、校园内灯箱等多种形式的校园媒体。为实现全国校园媒体资源的集约化、高效化管理，公司建立了综合媒体资源管理系统，可以动态监测每一点位媒体资源使用状态，并对媒体网络排期情况进行集中管理。

公司已取得了针对媒体资源管理系统的多项研发成果，并将持续对媒体资源管理系统开展研发工作，未来规划将 iBeacon、NFC 等接口芯片置入校园公告栏等媒体中，打造全国校园布局的线下流量入口，并可以此为网络平台开展促销活动、互动营销、社交娱乐营销等多样化营销，更好地满足客户的整合营销需求。

公司为提升媒体资源管理效率，进行了持续的研发工作，形成了多项研发成果，相关软件著作权包括：智臻全国校园渠道服务管理系统 V1.0、智臻互动显示媒体视频播放系统 V1.0、智臻媒体资源综合管理平台系统 V1.0、三人行媒体资源管理系统 V2.0、智臻校园数字阅读平台 V1.0、智慧校园媒体广告排期管理系统 V1.0 及智慧校园媒体广告监测系统 V1.0 等。

2、提升创意能力

在公司业务开展过程中，专业的创意能力对业务机会的获取、营销方案的制订、营销信息的转化等至关重要。公司为提升创意能力水平，组织开展了专项研发项目，将艾菲实效奖（Effie Awards）、法国戛纳广告节（Cannes Lions）等国际知名广告奖项的获奖案例汇总并进行特征提取，对获奖广告题材、广告形式、传播渠道、投放目标市场等进行赋值分析，设置不同变量进行获奖归因研究，以此构建数据库，形成广告创意智能评价系统，对公司创意人员的广告提案进行智能评价并生成优化建议。此外，公司结合媒体投放经验及对各互联网媒体内容展示架构的研究，研发了基于图像识别和存储技术的广告资源综合搜寻系统，实现对广告素材、广告落地页、广告文案进行分行业、分媒体的实时精细搜索，一方面能够使公司创意人员迅速发现不同行业的优秀广告创意技巧，以促进自身创意技能提高，另一方面有助于帮助客户了解行业创意动态及竞品创意现状。

公司为提升创意能力水平，进行了持续的研发工作，形成了多项研发成果，相关软件著作权包括：智臻大数据媒介综合信息分析平台 V1.0、智臻互联网媒

体广告智能监测系统 V1.0、智成全国行业市场竞品分析系统 V1.0、智成视频及平面广告测试评选比稿系统 V1.0、智成全国网站数据监测及分析系统 V1.0 等。

3、提升综合管理系统效率

公司为提升项目执行的流程作业和内部控制水平，实现更高效的业务执行效率，持续研发、完善现有的项目管理系统、资金管理系统、客户关系管理系统、校园渠道管理系统、场景活动服务实施辅助系统等日常综合管理系统，通过相关系统的升级，不断提高业务开展过程中对关键控制节点的风险控制能力，优化项目执行流程，提升项目综合管理水平。

公司为提升综合管理系统效率，进行了持续的研发工作，形成了多项研发成果，相关软件著作权包括：智成客户关系及公关管理平台系统 V1.0、智成策划类项目管理及服务系统 V1.0、智成设计类项目管理及服务系统 V1.0、智成全国校园活动赛事信息管理及发布平台（IOS 版）V1.0、智慧校园活动执行管理系统 V1.0、智慧校园赛事自助投票评选系统 V1.0 等。

4、优化广告投放及效果

为优化广告投放过程及效果，公司组织开展了专项课题研究。一方面根据互联网广告投放的媒体监测和第三方出具的监测报告，获取广告投放的曝光、点击、购买等数据，并结合不同的投放位置、广告内容、广告形式、媒体属性进行综合分析，构建广告投放效果数据库；另一方面，通过对广告受众进行精准画像，对广告受众的多维属性进行全面分析，结合广告投放效果数据库对广告受众行为进行预测，以此为客户提供更优的媒介投放策略，取得更精准的营销效果。

公司为优化广告投放及效果，进行了持续的研发工作，形成了多项研发成果，相关软件著作权包括：智臻卓越数字整合营销服务平台 V1.0、智酷流媒体智能化优化系统 V1.0、互联网媒介信息优化系统 V1.0、电商营销活动及广告综合评估系统 V1.0、社会化媒体信息智能分析系统 V1.0、营销活动体验智能互动评估系统 V1.0 等。

（三）研发投入情况

报告期内，公司研发投入情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发投入	5,361.57	3,529.92	2,144.34
占营业收入的比重	3.58%	3.58%	3.18%

注：上表数据系母公司口径。

八、发行人境外生产经营及拥有资产情况

报告期内，公司未从事境外生产经营，也未在境外拥有资产。

第七节 同业竞争与关联交易

一、独立性情况

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，建立健全了公司法人治理结构，在资产、人员、财务、机构、业务等方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，具有完整独立的业务体系以及面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整情况

公司具有独立完整的业务体系，拥有与经营有关资产的所有权或者使用权，资产完整。公司不存在为公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情形，也不存在资产被公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业违规控制和占用而损害公司利益的情况。

（二）人员独立情况

公司建立了独立的劳动、人事、薪酬管理体系，独立招聘员工。公司建立了完善的公司法人治理结构，公司董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》的有关规定产生，公司的总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的企业中担任除董事、监事以外的其他职位，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中领取薪酬。公司财务人员均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职或领取薪酬。

（三）财务独立情况

公司在财务上规范运作、独立运行，设立了独立的财务管理中心，配备了独立的财务人员，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度。公司拥有独立的银行账户，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况；依法独立纳税，不存在与控股股东、实

际控制人及其控制的其他企业混合纳税的情况。

（四）机构独立情况

公司根据《公司法》等有关法律、法规及《公司章程》的规定，建立健全了股东大会、董事会、监事会并聘任了高级管理人员，制定了相应的议事规则和工作细则。公司根据业务发展需要设立了相关业务部门，各部门在职责范围内独立行使经营管理职权。公司在办公场所、机构设置、部门职能及人员配置方面均独立于公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。

（五）业务独立情况

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务。公司具有完整的业务体系，能够独立面向市场经营，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。

经核查，保荐机构认为发行人资产完整，人员、财务、机构和业务独立，具备独立经营的能力，发行人独立性情况真实、准确、完整。

二、同业竞争情况

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业，主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务。

公司的控股股东为西安多多，实际控制人为钱俊冬、崔蕾。截至本招股说明书签署日，实际控制人除控制公司及公司控股股东西安多多外，还控制西安众行、常棣投资。西安多多的基本情况详见本招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东和实际控制人简介”；西安众行的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控

制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”；常棣投资的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（四）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况”。

西安多多除持有公司的股权外，不从事其他业务，与发行人不存在同业竞争；西安众行为公司的员工持股平台，除了持有公司的股权外，不从事其他业务，与发行人不存在同业竞争。常棣投资主要经营股权投资业务，截至本招股说明书签署日，常棣投资的主要投资为通过 SRX、WALLSTREET 和 CORNUCOPIA 三家全资 SPV 持有中国康富国际租赁股份有限公司（833499.OC）2.87%的股份。中国康富国际租赁股份有限公司主要经营融资租赁业务，与发行人业务性质不同，与发行人不存在同业竞争。

公司实际控制人钱俊冬曾控制霍城多多与杨凌三人行。报告期内，霍城多多除曾持有发行人股权外，无其他实际经营活动，杨凌三人行自设立至注销未曾实际开展经营业务。霍城多多已于 2019 年 2 月 15 日注销，杨凌三人行已于 2017 年 9 月 7 日注销。

综上所述，报告期内，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争情况。

（二）控股股东、实际控制人及持有公司 5%以上股份股东作出的避免同业竞争的承诺

为避免未来可能发生的同业竞争，保护公司利益，公司控股股东西安多多，实际控制人钱俊冬、崔蕾及持有公司 5%以上其他股东西安众行做出了避免同业竞争的承诺。

本公司控股股东西安多多，持有公司 5%以上股份股东西安众行承诺如下：

1、本企业（含本企业控制的其他企业、组织或机构）目前没有从事任何与三人行（包括其全资或者控股子公司）主营业务或者主要产品相同、相似或者构

成竞争关系的业务；也未以自营、合营、联营或其它形式经营或为他人经营任何与三人行主营业务相同、相近或构成竞争的业务。

2、自承诺函签署之日起，在本企业直接或间接持有三人行股份（权益）的期间，本企业（含本企业控制的其他企业、组织或机构）不会直接或者间接地以任何方式（包括但不限于自营、合营或者联营）参与任何与三人行（包括其全资或者控股子公司）主营业务或者主要产品相同或者相似的、存在直接或者间接竞争关系的任何业务活动。

3、自承诺函签署之日起，若三人行将来开拓新的业务领域，而导致本企业（含本企业控制的其他企业、组织或机构）所从事的业务与三人行构成竞争，本企业（含本企业控制的其他企业、组织或机构）将终止从事该业务，或由三人行在同等条件下优先收购该业务所涉资产或股权（权益），或遵循公平、公正的原则将该业务所涉资产或股权转让给无关联关系的第三方。

4、如被证明未被遵守本承诺，本企业将向三人行赔偿一切直接和间接损失，且承担相应的法律责任。

本承诺函自出具之日起生效，并在本企业作为持有三人行 5% 以上股份的股东整个期间持续有效。

本企业以上本事项如有变化，本企业将立即通知三人行和三人行作为本次上市聘请的中介机构。因上述本事项发生变化而需要重新签署承诺函的，本企业将重新签署承诺函以替换本承诺函。

本企业在本承诺函中所述情况均客观真实，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。

本公司实际控制人钱俊冬、崔蕾承诺如下：

1、本人（含本人控制的其他企业、组织或机构）目前没有从事任何与三人行（包括其全资或者控股子公司）主营业务或者主要产品相同、相似或者构成竞争关系的业务；也未以自营、合营、联营或其它形式经营或为他人经营任何与三人行主营业务相同、相近或构成竞争的业务。

2、自承诺函签署之日起，在本人直接或间接持有三人行股份（权益）的期间，本人（含本人控制的其他企业、组织或机构）不会直接或者间接地以任何方式（包括但不限于自营、合营或者联营）参与任何与三人行（包括其全资或者控股子公司）主营业务或者主要产品相同或者相似的、存在直接或者间接竞争关系的任何业务活动。

3、自承诺函签署之日起，若三人行将来开拓新的业务领域，而导致本人（含本人控制的其他企业、组织或机构）所从事的业务与三人行构成竞争，本人（含本人控制的其他企业、组织或机构）将终止从事该业务，或由三人行在同等条件下优先收购该业务所涉资产或股权（权益），或遵循公平、公正的原则将该业务所涉资产或股权转让给无关联关系的第三方。

4、如被证明未被遵守本承诺，本人将向三人行赔偿一切直接和间接损失，且承担相应的法律责任。

本承诺函自出具之日起生效，并在本人作为三人行实际控制人的整个期间持续有效。

本人以上本事项如有变化，本人将立即通知三人行和三人行作为本次上市聘请的中介机构。因上述本事项发生变化而需要重新签署承诺函的，本人将重新签署承诺函以替换本承诺函。

本人在本承诺函中所述情况均客观真实，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。

三、关联方及关联关系

根据《公司法》及《企业会计准则》等规范性文件的有关规定，公司主要关联方情况如下：

（一）公司控股股东、实际控制人及持有公司5%以上股份的其他股东

截至本招股说明书签署日，西安多多直接持有公司35.36%的股份，为公司

的控股股东；公司的实际控制人为钱俊冬、崔蕾夫妇；公司控股股东、实际控制人的基本情况详见本招股说明书“第二节 概览”之“二、控股股东和实际控制人简介”。除公司控股股东、实际控制人外，持有公司 5%以上股份股东为西安众行，该公司直接持有公司 16.71%的股份，其基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”。

（二）公司控股股东、实际控制人控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人控制、共同控制或施加重大影响的其他企业为西安众行、常棣投资（包括 SRX、WALLSTREET 和 CORNUCOPIA），其中常棣投资的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（四）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况”。

（三）公司控制、共同控制、施加重大影响的企业

截至本招股说明书签署日，公司控制、共同控制、施加重大影响的企业详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股、参股子公司情况”。

（四）公司主要个人投资者、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

公司的主要个人投资者为钱俊冬、崔蕾夫妇。公司的董事、监事、高级管理人员基本情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员”之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的的基本情况”。

公司主要个人投资者、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员包括该等人员的配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女

及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

(五) 公司主要个人投资者、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制、共同控制或施加重大影响的其他法人或组织

序号	关联方名称	与公司关系
1	乌鲁木齐经济技术开发区锦鸿投资有限合伙企业	实际控制人崔蕾母亲袁爱姣持股 31%的企业
2	陕西国鼎环境工程有限公司	董事张昊配偶姐姐石小洁持股 60%的企业
3	西安悦荣国际旅行社有限责任公司	董事张昊配偶姐姐石小洁持股 100%的企业
4	吉林森工集团泉阳泉饮品有限公司	独立董事丁俊杰担任董事的企业
5	北京人寿保险股份有限公司	独立董事丁俊杰担任独立董事的企业
6	哇棒移动传媒股份有限公司	独立董事丁俊杰担任独立董事的企业
7	吉林森林工业股份有限公司	独立董事丁俊杰担任独立董事的企业
8	北京市普华律师事务所	独立董事刘守豹担任主任、合伙人
9	北京掌趣科技股份有限公司	独立董事刘守豹担任独立董事的企业
10	江西省通达房地产开发有限公司	独立董事刘守豹配偶刘春玲任执行董事、总经理且持股 13%的企业
11	北京信成国达燃气技术开发有限责任公司	独立董事刘守豹配偶刘春玲任经理且持股 70%的企业
12	琼海博鳌刘家小院置业中心	独立董事刘守豹配偶刘春玲任负责人，实际控制的企业
13	唐山晶玉科技股份有限公司	独立董事廖冠民担任董事的企业
14	南京冠石科技股份有限公司	独立董事廖冠民担任董事的企业
15	阿尔特汽车技术股份有限公司	独立董事廖冠民担任独立董事的企业
16	北京小桥网络科技有限公司	监事王蕾持股 20%的企业
17	河南同源天成科技有限公司	监事代秀菊配偶的母亲王金多持股 30%的企业
18	北京音孚沃世文化咨询有限公司	监事张珊配偶武暘担任执行董事的企业
19	武汉铁飞诚物流有限公司	财务总监陈胜配偶的姐妹赵慧敏持股 70%的企业
20	应城鑫海鹏商务信息咨询中心	财务总监陈胜配偶的姐妹赵慧敏任负责人且持股 100%的企业
21	广东多多基金管理合伙企业(有限合伙)	董事会秘书李达担任执行事务合伙人且持股 63.33%的企业
22	广东多多投资中心合伙企业(有限合伙)	董事会秘书李达通过广东多多基金管理合伙企业(有限合伙)间接持股 57.00%的企业
23	北京本源常棣投资管理有限公司	董事会秘书李达持股 25%的企业

（六）公司报告期内曾存在的其他关联方

1、报告期内曾持有公司 5%以上股份的其他股东

报告期内持有公司 5%以上股份的其他股东为北京睿享。北京睿享已于 2017 年 12 月 19 日将所持三人行股份对外转让，不再持有三人行股份，基本情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“七、发起人、持有公司 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）发起人基本情况”。

2、报告期内实际控制人曾控制的其他法人或组织

报告期内公司实际控制人曾控制的企业为霍城多多与杨凌三人行，具体情况如下：

（1）霍城多多

公司实际控制人钱俊冬曾担任霍城多多执行事务合伙人。该企业于 2019 年 2 月 15 日注销，基本情况如下：

公司名称	霍城多多股权投资合伙企业（有限合伙）	成立时间	2016 年 11 月 24 日
认缴出资额	1,000 万	注销时间	2019 年 2 月 15 日
注册地	新疆伊犁州霍尔果斯经济开发区清水河配套园区（霍城县清水河开发区江苏工业园北区）		
经营范围	从事对非上市企业的股权投资，通过认购非公开发行股票或者受让股权等方式持有上市公司股份以及相关咨询服务。		
统一社会信用代码	91654023MA777ALEX5		
执行事务合伙人	钱俊冬		

（2）杨凌三人行

公司实际控制人钱俊冬、崔蕾夫妇曾合计持有杨凌三人行 100% 出资份额，由钱俊冬担任其执行事务合伙人。该企业于 2017 年 9 月 7 日注销，基本情况如下：

公司名称	杨凌三人行咨询策划管理中心（有限合伙）	成立时间	2012 年 8 月 27 日
认缴出资额	100 万元	注销时间	2017 年 9 月 7 日
住所	陕西省杨凌示范区神农路 16 号创业大厦 317 室		
经营范围	企业信息咨询；印刷设计；产品资料宣传；工艺礼品、健身用品、包装用品、日用品的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可		

	开展经营活动)
统一社会信用代码	91610403054753219R
执行事务合伙人	钱俊冬

3、报告期内公司曾控股或参股的公司

报告期内，发行人曾经作为橙叶投资和珠海冠融的有限合伙人。2017年12月27日，发行人从橙叶投资退伙；2016年7月21日，发行人从珠海冠融退伙。橙叶投资及珠海冠融的基本情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股、参股公司情况”之“（二）报告期内参股的企业”。

公司报告期内曾控股的子公司为川行网络和霍城众行。川行网络已于2018年12月27日注销，霍城众行已于2019年5月31日注销，上述公司基本情况详见本招股说明书之“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股、参股公司情况”之“（三）报告期内注销的子公司”。

4、报告期内公司主要个人投资者、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员曾控制、共同控制或施加重大影响的其他法人或组织

序号	关联方名称	与公司关系
1	西安市雁塔区小芳亲情话吧	实际控制人钱俊冬姐姐钱小芳曾开设的企业
2	应城鸿发企业管理咨询服务中心（有限合伙）	董事郭献维配偶殷婷曾担任执行事务合伙人并持股90%的企业，现已注销
3	应城骏驰企业管理咨询中心（有限合伙）	董事郭献维配偶殷婷曾持股10%的企业，现已注销
4	天地升华（北京）国际文化传播有限公司	独立董事丁俊杰配偶程平曾任董事的企业
5	锦州康泰润滑油添加剂股份有限公司	独立董事廖冠民曾担任独立董事的企业

四、关联交易

（一）经常性关联交易

报告期内，公司除向董事、监事、高级管理人员发放薪酬外，不存在与关联方之间的日常性关联交易。公司向董事、监事、高级管理人员发放的薪酬情况如下所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
董事、监事、高级管理人员薪酬	1,000.66	827.83	580.88

（二）偶发性关联交易

报告期内，公司偶发性关联交易主要包括关联方为发行人进行的关联担保及关联方代付少量员工薪酬，具体情况如下：

1、关联担保

（1）截至 2019 年 12 月 31 日，发行人仍在履行的关联担保情况如下：

序号	债权人	合同类型	金额（元）	贷款期限	担保合同编号	担保方	反担保方
1	招商银行股份有限公司北京分行	借款合同	2,000,000.00	2019.3.8-2020.3.7	2019年小金中授字第001号	北京海淀科技企业融资担保有限公司	三人行、钱俊冬、崔蕾
						钱俊冬、崔蕾	无
2	中国建设银行股份有限公司西安高新技术产业开发区支行	借款合同	5,000,000.00	2019.3.29-2020.3.28	建陕开担保（2019）019号 建陕开保证金（2019）019号	安康市财信融资担保有限公司	钱俊冬、崔蕾
					建陕开保证（2019）019号	钱俊冬、崔蕾	无
3	西安高新新兴产业投资基金合伙企业（有限合伙）	借款合同	10,000,000.00	2019.4.19-2022.4.18	XJR-2017-019	三人行、钱俊冬、崔蕾、王川、张昊、郭献维、陈胜、睢继东	无
4	广发银行股份有限公司北京玉泉路支行	借款合同	10,000,000.00	2019.6.28-2020.6.26	（2019）京银授额字第000188号-担保01	钱俊冬	无
			10,000,000.00	2019.11.29-2020.6.26			
5	交通银行股份有限公司陕西省分行	借款合同	18,000,000.00	2019.7.19-2020.7.18	181907081-1	西安投融资担保有限公司	三人行、钱俊冬、崔蕾、陈胜、郭献维
					181907081-2	钱俊冬	无
					181907081-3	崔蕾	无
6	北京银行股份有限公司	借款	5,000,000.00	2019.9.17-2020.9.16	0570273-001	陕西省中小企业融	橙色风暴、钱俊冬、崔蕾

序号	债权人	合同类型	金额（元）	贷款期限	担保合同编号	担保方	反担保方
	司西安分行	合同				资担保有限公司	
					0570130-001	钱俊冬	无
					0570130-002	崔蕾	无
7	中国工商银行股份有限公司北京市分行	借款合同	2,000,000.00	2019.9.20-2020.9.16	0020001453-2019年营业（保）字0019号	北京首创融资担保有限公司	三人行、钱俊冬、崔蕾
					2019年（营业）个保字00364号	钱俊冬、崔蕾	无
8	北京银行股份有限公司西安分行	借款合同	15,000,000.00	2019.9.26-2020.9.25	0570612-001	西安创新融资担保有限公司	三人行、西安多多、三人行广告、橙色风暴、合肥三人行、武汉众行、钱俊冬、崔蕾、陈胜、郭献维、王川、张昊
					0570130-001	钱俊冬	无
					0570130-002	崔蕾	无

注：序号 1、3、5、7、8 借款合同相关的反担保情况参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十一、期后事项、或有事项及其他重要事项”之“（二）或有事项”。

（2）截至 2019 年 12 月 31 日，发行人已履行完毕的关联担保情况如下：

序号	担保起始日	债权人	担保合同编号	担保本金金额（万元）	担保方	反担保方	债务履行期限	担保是否已履行完毕
1	2016-3-9	西安投资控股有限公司	2015WH-质押字第 01 号	400.00	钱俊冬	无	五年期	履行完毕
2	2016-5-10	北京银行股份有限公司西安分行	0337296-001	1,100.00	西安创新融资担保有限公司	西安多多、西安三人行、钱俊冬、崔蕾	一年期	履行完毕
3	2016-12-6	中国邮政储蓄银行股份有限公司西安市分行	61012777100216110017	600.00	瀚华担保股份有限公司陕西分公司	西安众行、西安多多、钱俊冬、崔蕾	一年期	履行完毕
			61012777100216110017-1		钱俊冬、崔蕾	无		

序号	担保起始日	债权人	担保合同编号	担保本金金额 (万元)	担保方	反担保方	债务履行期限	担保是否已履行完毕
4	2017-3-9	中国邮政储蓄银行股份有限公司西安市分行	61012777100917030001	500.00	西安创新融资担保有限公司	西安多多、西安三人行、钱俊冬、崔蕾	一年期	履行完毕
5	2017-3-20	上海浦东发展银行股份有限公司西安分行	ZB7201201700000043 ZB7201201700000044	500.00	钱俊冬、崔蕾	无	一年期	履行完毕
6	2017-3-21	上海浦东发展银行股份有限公司西安分行	YB7201201728039001	500.00	西安创新融资担保有限公司	三人行、西安多多、西安三人行、钱俊冬、崔蕾	一年期	履行完毕
7	2017-3-22	交通银行股份有限公司陕西省分行	181702161-1	1,200.00	西安投融资担保有限公司	三人行、西安多多、钱俊冬、崔蕾、郭献维、陈胜	一年期	履行完毕
			181702161-2 181702161-3		钱俊冬、崔蕾	无		
8	2017-3-23	交通银行股份有限公司陕西省分行	181702162-1 181702162-2	200.00	钱俊冬、崔蕾	无	一年期	履行完毕
9	2017-8-25	中国邮政储蓄银行股份有限公司西安市分行	61012777100917070008	1,000.00	西安创新融资担保有限公司	三人行、西安多多、西安三人行、橙色风暴、合肥三人行、武汉众行、钱俊冬、崔蕾、王川、张昊、郭献维、陈胜	一年期	履行完毕
10	2017-12-8	招商银行股份有限公司北京分行	2017年小金中授字第107号	200.00	北京海淀科技企业融资担保有限公司	三人行、钱俊冬、崔蕾	一年期	履行完毕
					钱俊冬、崔蕾	无		
11	2017-6-29	北京银行股份有限公司西安分行	0407871-001	1,000.00	西安创新融资担保有限公司	三人行、西安多多、西安三人行、橙色风暴、合肥三人行、武汉众行、	二年期	履行完毕

序号	担保起始日	债权人	担保合同编号	担保本金金额 (万元)	担保方	反担保方	债务履行期限	担保是否已履行完毕
			0407871-002 0407871-003		钱俊冬、崔蕾	钱俊冬、崔蕾、王川、张昊、郭献维、陈胜 无		
12	2018-4-17	北京银行股份有限公司西安分行	0456031-001 0455778-002 0455778-003	500.00	陕西省中小企业融资担保有限公司 钱俊冬、崔蕾	橙色风暴、钱俊冬、崔蕾 无	一年期	履行完毕
13	2018-6-28	交通银行股份有限公司陕西省分行	181806201-1 181806201-2 181806201-3	1,800.00	西安投融资担保有限公司 钱俊冬、崔蕾	三人行、钱俊冬、崔蕾、郭献维、陈胜 无	一年期	履行完毕
14	2018-8-17	北京银行股份有限公司西安分行	0499184-001 0495181-002 0495181-003	1,000.00	西安创新融资担保有限公司 钱俊冬、崔蕾	三人行、西安多多、西安三人行、橙色风暴、合肥三人行、武汉众行、钱俊冬、崔蕾、王川、张昊、郭献维、陈胜 无	一年期	履行完毕
15	2018-9-29	中国邮政储蓄银行股份有限公司西安市分行	61012777100918090020	1,000.00	西安创新融资担保有限公司	三人行、西安多多、西安三人行、橙色风暴、合肥三人行、武汉众行、钱俊冬、崔蕾、王川、张昊、郭献维、陈胜	一年期	履行完毕
16	2019-11-8	交通银行股份有限公司陕西省分行	181911051-1 181911051-2 181911051-3	2,340.00	西安众行 崔蕾 钱俊冬	无	一年期	履行完毕
17	2019-11-28	交通银行股份有限公司	181911281-1	2,472.30	西安多多	无	一年期	履行完毕

序号	担保起始日	债权人	担保合同编号	担保本金金额 (万元)	担保方	反担保方	债务履 行期限	担保是否已 履行完毕
		公司陕西省分行						

注：担保起始日指首次提款日；履行债务期限指自首次提款日起计算的合同约定的债务期限。

2、关联方代付员工薪酬

2017年，公司实际控制人之一崔蕾曾存在为公司代付少量员工薪酬的情况，代付薪酬占当年营业成本及费用的比例分别为0.10%，占比较低，且已在财务报表中反映。公司已及时对上述情况进行了规范，2018年以来已不存在代付员工薪酬的情形。公司关联方代付员工薪酬的具体情况如下所示：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019年度	2018年度	2017年度
崔蕾	代付薪酬	-	-	62.89

自2018年以来发行人未再发生关联方代付薪酬或者其他关联方代为承担费用的情形，立信会计师事务所已出具《内部控制鉴证报告》（信会师报字[2020]第ZB10021号），发行人内部控制制度健全有效。

（三）关联方应收应付款项余额

单位：万元

项目名称	关联方	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
其他应付款	崔蕾	-	-	487.13

2017年末，公司其他应付关联方款项余额主要系应付实际控制人之一崔蕾为公司代付少量员工薪酬，公司已于2018年上半年对上述资金进行了归还，截至2019年12月31日，公司不存在对关联方的其他应付款。

（四）报告期内关联交易对发行人的影响

报告期内，公司关联交易主要包括关联方为公司提供担保及实际控制人为公司代付少量员工薪酬，代付员工薪酬的金额较小且相关资金往来已清理完毕，并已在财务报表中反映。因此，报告期内的关联交易未对公司造成重大不利影响。

五、关联交易制度的执行情况及独立董事意见

（一）报告期内关联交易制度的执行情况

公司业务经营系统独立、完整，不存在依赖关联方的情形。报告期内，公司的关联交易履行了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》

及《关联交易管理办法》等的有关规定，遵循公平、公正、合理的原则，关联交易定价公允，不存在损害公司及非关联股东利益的情形。

2019年4月2日，公司2019年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司报告期内关联交易事项的议案》，对公司2016年度、2017年度及2018年度关联交易的公允性、合理性进行了确认。

（二）独立董事意见

发行人独立董事就发行人报告期内发生的关联交易发表如下意见：

1、公司报告期内发生的关联交易未对公司的当期资产、利润造成重大不利影响，不会影响公司的独立性，符合相关法律法规和公司章程的规定。

2、对报告期内公司关联交易事宜无异议，不存在损害公司及其他股东利益的情况并予以确认。

六、规范和减少关联交易的措施

公司将尽量避免关联交易的发生。对于难以避免的关联交易，公司将严格按照国家现行法律、法规和规范性文件及《公司章程》、《关联交易管理办法》等有关规定，履行必要程序，遵循公平、公正、公开以及等价有偿的商业原则，不损害全体股东特别是中小股东的合法权益。

为规范今后与公司之间可能出现的关联交易，维护公司全体股东的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东、实际控制人、持有公司5%以上股份的其他股东及公司非独立董事、监事、高级管理人员分别均出具了《关于规范关联交易的承诺函》。

1、控股股东西安多多、持有公司5%以上股份的股东西安众行做出如下承诺：

（1）自本承诺函签署之日起，本企业将尽可能地避免和减少本企业和本企业控制的其他企业、组织或机构（以下简称“本企业控制的其他企业”）与三人行及其下属企业之间的关联交易。

(2) 对于无法避免或者因合理原因而发生的关联交易，本企业和本企业控制的其他企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及三人行公司章程的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，履行法定程序与三人行签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护三人行及其股东（特别是中小股东）的利益。

(3) 本企业保证不利用在三人行中的地位 and 影响，通过关联交易损害三人行及其股东（特别是中小股东）的合法权益。本企业和本企业控制的其他企业保证不利用本企业在三人行中的地位 and 影响，违规占用或转移三行人的资金、资产及其他资源，或违规要求三人行提供担保。

(4) 如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本企业将向三人行赔偿一切直接和间接损失，且承担相应的法律责任。

(5) 本承诺函自本企业签字盖章之日即行生效并不可撤销，并在三人行存续且本企业依照中国证监会或证券交易所相关规定被认定为三行人的关联方期间内有效。

2、实际控制人钱俊冬、崔蕾，以及公司非独立董事、监事、高级管理人员做出如下承诺：

(1) 自本承诺函签署之日起，本人将尽可能地避免和减少本人和本人控制的其他企业、组织或机构（以下简称“本人控制的其他企业”）与三人行及其下属企业之间的关联交易。

(2) 对于无法避免或者因合理原因而发生的关联交易，本人和本人控制的其他企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及三人行公司章程的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，履行法定程序与三人行签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护三人行及其股东（特别是中小股东）的利益。

(3) 本人保证不利用在三人行中的地位 and 影响，通过关联交易损害三人行及其股东（特别是中小股东）的合法权益。本人和本人控制的其他企业保证不利

用本人在三人行中的地位和影响，违规占用或转移三人行的资金、资产及其他资源，或违规要求三人行提供担保。

（4）如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本人将向三人行赔偿一切直接和间接损失，且承担相应的法律责任。

（5）本承诺函自本人签字之日即行生效并不可撤销，并在三人行存续且本人依照中国证监会或证券交易所相关规定被认定为三人行的关联方期间内有效。

第八节 董事、监事、高级管理人员与核心技术人员

一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的的基本情况

(一) 董事会成员

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名。截至本招股说明书签署日，董事会成员基本情况如下：

序号	姓名	在公司职务	提名人	任期
1	钱俊冬	董事长、总经理	西安多多	2018 年 4 月 3 日到 2021 年 4 月 2 日
2	王川	董事、副总经理、 核心技术人员	西安多多	2018 年 4 月 3 日到 2021 年 4 月 2 日
3	张昊	董事、副总经理	西安多多	2018 年 4 月 3 日到 2021 年 4 月 2 日
4	郭献维	董事	西安多多	2018 年 4 月 3 日到 2021 年 4 月 2 日
5	丁俊杰	独立董事	董事会	2018 年 4 月 3 日到 2021 年 4 月 2 日
6	刘守豹	独立董事	董事会	2018 年 4 月 3 日到 2021 年 4 月 2 日
7	廖冠民	独立董事	董事会	2018 年 4 月 3 日到 2021 年 4 月 2 日

钱俊冬先生，1980 年 6 月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，中欧国际工商学院 EMBA。2003 年创立三人行并担任公司执行董事兼总经理，现任公司董事长兼总经理。钱俊冬先生现任全国青联常委、全国大学生创业联盟副理事长、中国青年志愿者协会副秘书长；曾荣获第六届中国青年创业奖、第十三届安徽省青年五四奖章；被评为 2012 年全国就业创业优秀个人、2018 年陕西省优秀民营企业家、陕西省十大杰出青年。

王川先生，1977 年 5 月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，中欧国际工商学院 EMBA。曾在阳光卫视、北京广告有限公司、鹏远（北京）管理咨询有限公司、奥美世纪（北京）广告有限公司、北京泰弈传奇文化传播有限公司任职。2016 年加入三人行，现任公司董事兼副总经理。

张昊先生，1978 年 2 月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾在陕西移动西安周至分公司、陕西移动西安长安分公司、陕西移动西安金花分公司、陕西移动西安分公司任职。2016 年加入三人行，现任公司董事兼副总经理。

郭献维先生，1972年7月出生，中国籍，无境外永久居留权，专科学历。曾在陕西恩林伯特影视广告有限公司、陕西高格科工贸有限责任公司任职。2009年加入三人行，现任公司董事。

丁俊杰先生，1964年3月出生，中国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历，中国广告协会副会长、中国商务广告协会副会长。曾在北京广播学院新闻系、北京中传数广技术有限公司和北京小马奔腾文化传媒股份有限公司任职。现任中国传媒大学广告学院院长，中国传媒大学学术委员会副主任、教授、博士生导师，国家广告研究院院长，首都传媒经济研究基地（北京市哲学社会科学重点研究基地）主任，中国高等教育学会广告专业委员会理事长，吉林森工集团泉阳泉饮品有限公司董事，北京人寿保险股份有限公司独立董事，哇棒移动传媒股份有限公司独立董事。2018年4月至今，任三人行独立董事。

刘守豹先生，1967年1月出生，中国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历。曾在中国国际信托投资公司国际研究所、中视传媒股份有限公司、北京首都开发控股（集团）有限公司任职。现任北京市普华律师事务所主任及合伙人、北京市人大常委会立法咨询专家、对外经济贸易大学法学院校外研究生导师、晋商银行股份有限公司监事。2018年4月至今，任三人行独立董事。

廖冠民先生，1981年9月出生，中国籍，无境外永久居留权，博士研究生学历。曾在中央财经大学会计学院任讲师、副教授、教授和博士生导师。现任中国人民大学商学院教授、唐山晶玉科技股份有限公司董事、南京冠石科技股份有限公司董事、阿尔特汽车技术股份有限公司独立董事。2018年4月至今，任三人行独立董事。

（二）监事会成员

公司监事会由3名监事组成，每届任期三年。监事任期届满，连选可以连任。截至本招股说明书签署日，监事会成员基本情况如下：

序号	姓名	在公司职务	提名人	任期
1	代秀菊	监事会主席	西安多多	2018年4月3日到2021年4月2日

序号	姓名	在公司职务	提名人	任期
2	王蕾	职工监事	职工代表大会	2018年4月3日到2021年4月2日
3	张珊	监事、核心技术人员	西安多多	2018年4月3日到2021年4月2日

代秀菊女士，监事会主席，1977年2月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾在紫光集团有限公司、智存通科技（iQstor）北京有限公司、欧迪办公网络技术有限公司、欧迪办公网络技术有限公司北京分公司、古琦时装（北京）有限公司、北京益高亚太信息技术有限公司、北京泛鹏天地科技股份有限公司任职。2016年加入三人行，现任公司人事行政总监。

王蕾女士，职工代表监事，1983年12月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾在西安摩美广告传媒有限公司、北京艺泽润蕾文化传媒有限公司任职。2011年加入三人行，现任公司总经理助理兼华北区总经理。

张珊女士，监事，1983年12月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾在奥美世纪（北京）广告有限公司任职。2016年加入三人行，现任公司媒介部总监。

（三）高级管理人员

截至本招股说明书签署日，公司高级管理人员共5名，基本情况如下：

序号	姓名	在公司职务	任期
1	钱俊冬	董事长、总经理	2018年4月3日到2021年4月2日
2	王川	董事、副总经理、核心技术人员	2018年4月3日到2021年4月2日
3	张昊	董事、副总经理	2018年4月3日到2021年4月2日
4	陈胜	财务总监	2018年4月3日到2021年4月2日
5	李达	董事会秘书	2018年4月3日到2021年4月2日

钱俊冬先生，详细情况参见本招股说明书本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的的基本情况”之“（一）董事会成员”的相关内容。

张昊先生，详细情况参见本招股说明书本节之“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的的基本情况”之“（一）董事会成员”的相关内容。

王川先生，详细情况参见本招股说明书本节之“一、董事、监事、高级管理

人员与核心技术人员的基本情况”之“（一）董事会成员”的相关内容。

陈胜先生，1968年4月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，工商管理硕士学位。曾在湖北昌友置业股份有限公司、湖北会计师事务所、北京京都会计师事务所武汉分公司、中山大洋电机股份有限公司、湖北东峻实业集团、武汉爱民制药有限责任公司、武汉大禹阀门股份有限公司任职。2014年加入三人行，现任公司财务总监。

李达先生，1986年5月出生，中国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。曾在中国银河证券股份有限公司、四川省新万兴碳纤维复合材料有限公司任职。现任广东多多基金管理合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人、北京本源常棣投资管理有限公司监事。2017年加入三人行，现任公司董事会秘书。

（四）核心技术人员

公司核心技术人员为王川、王科委和张珊。

王川先生，曾在国际4A公司负责多个世界500强广告主的整合营销项目，对整合营销传播理论具有深刻的理解和丰富的实践经验，所负责的项目获得过多个知名奖项，如艾菲奖金奖、长城奖金奖、金网奖金奖、金瞳奖等。其他详细情况参见本节“一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的基本情况”之“（一）董事会成员”的相关内容。

王科委先生，1983年11月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。曾在西安云翼网络科技有限公司、西安袖意无线数码科技有限公司等公司任职。具有丰富的广告投放平台技术开发经验，精通数据结构和算法设计，擅长使用Hadoop对广告活动中的多维数据进行数据分析和处理。2014年加入三人行，现任子公司酷软科技总经理、首席技术官。

张珊女士，拥有多年国际4A公司的任职经历和媒介采买实施及运营的经验，擅长根据不同媒体、不同形式的广告投放数据进行媒介策略的优化，以及投放效果优化系统核心架构的设计。其他详细情况参见本节“一、董事、监事、高级管

理人员与核心技术人员的基本情况”之“（二）监事会成员”的相关内容。

二、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的直接或间接持有发行人股份情况如下：

序号	股东姓名	公司任职情况	直接持股	间接持股	对发行人的持股比例
1	钱俊冬	董事长、总经理	16.27%	24.92%	41.19%
2	王川	董事、副总经理、核心技术人员	-	3.51%	3.51%
3	张昊	董事、副总经理	-	1.00%	1.00%
4	郭献维	董事	-	1.00%	1.00%
5	代秀菊	监事会主席	-	0.29%	0.29%
6	王蕾	职工监事	-	0.47%	0.47%
7	张珊	监事、核心技术人员	-	0.14%	0.14%
8	陈胜	财务总监	-	1.00%	1.00%
9	李达	董事会秘书	-	1.00%	1.00%
10	王科委	核心技术人员	-	0.20%	0.20%

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的近亲属直接或间接持有发行人股份情况如下：

序号	股东姓名	近亲属关系	直接持股	间接持股	对发行人的持股比例
1	崔蕾	钱俊冬配偶	6.45%	15.77%	22.22%

除上述人员之外，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员及其近亲属未直接或间接持有公司股份。

三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员对外投资情况如下：

序号	姓名	在公司担任职务	对外投资	持股比例/持有份额
1	钱俊冬	董事长、总经理	西安众行	1.00%

序号	姓名	在公司担任职务	对外投资	持股比例/持有份额
			西安多多	70.00%
			常棣投资	100.00%
2	王川	董事、副总经理、核心技术人员	西安众行	21.02%
			广州敢二合一投资合伙企业(有限合伙)	10.00%
			北京复远股权投资基金管理中心(有限合伙)	2.51%
			中安星云软件技术(江苏)有限公司	2.14%
3	张昊	董事、副总经理	西安众行	5.98%
4	郭献维	董事	西安众行	5.98%
5	代秀菊	监事会主席	西安众行	1.73%
6	王蕾	职工监事	北京小桥网络科技有限公司	20.00%
			西安众行	2.83%
7	张珊	监事、核心技术人员	西安众行	0.81%
8	陈胜	财务总监	西安众行	5.98%
9	李达	董事会秘书	广东多多基金管理合伙企业(有限合伙)	63.33%
			北京本源常棣投资管理有限公司	25.00%
			西安众行	5.98%
10	王科委	核心技术人员	西安众行	1.21%

四、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员薪酬情况

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员最近一年从公司领取薪酬的情况如下：

序号	姓名	在公司担任职务	2019年度(万元)
1	钱俊冬	董事长、总经理	238.15
2	王川	董事、副总经理、核心技术人员	183.62
3	张昊	董事、副总经理	107.87
4	郭献维	董事	63.45
5	丁俊杰	独立董事	10.08
6	刘守豹	独立董事	10.08
7	廖冠民	独立董事	10.08
8	代秀菊	监事会主席	78.01
9	张珊	监事、核心技术人员	69.89

序号	姓名	在公司担任职务	2019 年度 (万元)
10	王蕾	职工监事	83.21
11	陈胜	财务总监	78.25
12	李达	董事会秘书	67.97
13	王科委	核心技术人员	35.33

注：丁俊杰、刘守豹、廖冠民于 2018 年 4 月被选聘为公司独立董事，在三人行领取独立董事津贴。

五、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况

序号	姓名	兼职单位	在兼职单位职务	兼职单位与公司关联关系
1	钱俊冬	西安多多	监事	控股股东
		西安众行	执行事务合伙人	持股超过 5% 的股东, 实际控制人控制的企业
		常棣投资	董事	实际控制人控制的企业
		橙色风暴	监事	子公司
		合肥三人行	监事	子公司
		陕西荣誉	监事	子公司
		酷软科技	执行董事	子公司
2	王川	北京分公司	负责人	分公司
3	张昊	武汉众行	执行董事兼总经理	子公司
		西安三人行	执行董事兼总经理	子公司
		广州分公司	负责人	分公司
4	郭献维	众点广告	执行董事兼总经理	子公司
5	丁俊杰	吉林森工集团泉阳泉饮品有限公司	董事	独立董事担任董事的企业
		哇棒移动传媒股份有限公司	独立董事	独立董事担任独立董事的企业
		北京人寿保险股份有限公司	独立董事	独立董事担任独立董事的企业
6	廖冠民	唐山晶玉科技股份有限公司	董事	独立董事担任董事的企业
		南京冠石科技股份有限公司	董事	独立董事担任董事的企业
		阿尔特汽车技术股份有限公司	独立董事	独立董事担任独立董事的企业
7	刘守豹	晋商银行股份有限公司	监事	无关联关系
		北京市普华律师事务所	主任、合伙人	独立董事担任主任及合伙人的企业
8	代秀菊	江西荣耀	监事	子公司

序号	姓名	兼职单位	在兼职单位职务	兼职单位与公司关联关系
9	王蕾	江西荣耀	执行董事兼总经理	子公司
10	李达	广东多多基金管理合伙企业 (有限合伙)	执行事务合伙人	高级管理人员控制的企业
		北京本源常棣投资管理有限 公司	监事	无关联关系
11	王科委	酷软科技	总经理兼首席技术 官	子公司

六、董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员相互之间存在的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

七、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员所签定的协议和承诺

截至本招股说明书签署日，公司与董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员均签订了聘用合同以及保密与竞业限制协议，除此之外公司未与董事、监事、高级管理人员以及核心技术人员签署其他协议。

公司董事、监事、高级管理人员均已承诺，已经了解与股票发行上市有关的法律法规，知悉上市公司及其董事、监事、高级管理人员的法定义务和责任。

公司实际控制人钱俊冬先生出具了避免同业竞争的承诺，具体内容详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“二、同业竞争情况”之“（二）控股股东、实际控制人及持有公司 5%以上股份股东作出的避免同业竞争的承诺”。

公司董事、监事、高级管理人员作出承诺的具体内容详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十二、持有 5%以上股份的主要股东以及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺及其履行情况”。

八、公司董事、监事、高级管理人员的任职资格

公司董事、监事及高级管理人员不存在违反中国法律关于董事、监事及高级

管理人员的任职资格规定的情形，符合相关法律、法规及规范性文件的规定。

九、最近三年公司董事、监事与高级管理人员变动情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员变动情况如下：

（一）董事

2018年4月3日，发行人召开2018年第一次临时股东大会，选举钱俊冬、郭献维、张昊、王川、丁俊杰、刘守豹和廖冠民为发行人第二届董事会董事；同日召开的第二届董事会第一次会议选举钱俊冬为董事长。

（二）监事

2018年4月3日，发行人召开2018年第一次临时股东大会，选举代秀菊、张珊为发行人第二届监事会股东监事，与同日召开的职工代表大会选举的职工监事王蕾共同组成公司第二届监事会。同日召开的第二届监事会第一次会议选举代秀菊为监事会主席。

（三）高级管理人员

2017年11月10日，公司董事会秘书、财务总监陈胜因公司内部分工调整申请辞去公司董事会秘书职务；2017年11月20日，公司召开第一届董事会第三十次会议，聘任李达为董事会秘书。

报告期内，公司核心管理团队保持稳定，董事、监事和高级管理人员的变化主要系公司内部分工调整、业务发展需要所致。最近三年公司董事、高级管理人员变动不构成重大变化，不会对公司经营产生重大不利影响，不会对本次发行上市构成实质性障碍。

第九节 公司治理

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度的建立健全情况

2014年12月2日，公司召开创立大会，审议通过了公司章程、《股东大会议事规则》，形成了健全的股东大会制度，符合中国证监会和上海证券交易所有关规定。

公司章程中规定了股东大会的职责、权限及股东大会会议的基本制度；同时，《股东大会议事规则》针对股东大会的召开程序制定了详细规则。

根据公司章程，股东大会的职权包括：

- （1）决定公司的经营方针和投资计划；
- （2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；
- （3）审议批准董事会的报告；
- （4）审议批准监事会报告；
- （5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；
- （8）对发行公司债券作出决议；
- （9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；
- （10）修改本章程；
- （11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；
- （12）审议批准本章程第四十五条规定的担保事项；

(13) 审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30% 的事项；

(14) 审议批准变更募集资金用途事项；

(15) 审议股权激励计划；

(16) 审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：

(1) 单笔担保额超过最近一期经审计净资产 10% 的担保；

(2) 公司及公司控股子公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计净资产的 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 5,000 万元；

(6) 对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

2、股东大会制度的运行情况

自股份公司设立以来，公司能够严格按照《公司章程》、《股东大会议事规则》及其他相关法律法规的要求召集、召开股东大会。股东大会严格遵守表决事项和表决程序的有关规定，审议股东大会职权范围内的事项，维护公司股东的合法权益。股东认真履行股东义务，依法行使股东权利。自股份公司设立以来，公司共召开 29 次股东大会，主要对《公司章程》的修订、公司治理结构相关制度的制订、年度报告、年度财务决算报告、首次公开发行的决策、募集资金投向、董事和监事的选举等重大事宜进行审议并决议。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度的建立健全情况

公司董事会对股东大会负责。目前，董事会由7名董事组成，其中独立董事3名；公司董事会设董事长1人，由董事会以全体董事的过半数选举产生。

根据公司章程，董事会的职权包括：

- （1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；
- （2）执行股东大会的决议；
- （3）决定公司的经营计划和投资方案；
- （4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；
- （5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；
- （6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；
- （7）拟订公司重大收购、收购公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；
- （8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；
- （9）决定公司内部管理机构的设置；
- （10）聘任或者解聘公司经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；
- （11）制订公司的基本管理制度；
- （12）制订本章程的修改方案；
- （13）管理公司信息披露事项；
- （14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；
- （15）听取公司经理的工作汇报并检查经理的工作；
- （16）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

2、董事会制度的运行情况

自股份公司设立以来，公司能够严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》及其他相关法律法规的规定召集、召开董事会，严格按照相关规定进行表决，维护了公司和股东的合法权益。公司全体董事能够遵守有关法律法规、《公司章程》及《董事会议事规则》的规定，勤勉尽责，独立履行其相应的权力、义务和责任。公司董事会运行规范、有效。自股份公司设立以来，公司共召开 39 次董事会会议，主要涉及管理人员任命、内部机构设置、基本制度制订、关联交易、内部控制的评价等事项进行审议并决议。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会制度的建立健全情况

公司设监事会，由 3 名监事组成，监事会设主席一人。监事会包括股东代表和公司职工代表，其中职工代表的比例不低于 1/3。监事会中的职工代表由公司职工代表大会选举产生。

根据公司章程，监事会行使下列职权：

- （1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；
- （2）检查公司财务；
- （3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；
- （4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；
- （5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行公司法规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；
- （6）向股东大会提出提案；
- （7）依照《公司法》第一百五十一条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；

(8) 发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

2、监事会制度的运行情况

公司监事会的召开、表决等事项能够严格按照《公司章程》、《监事会议事规则》及其他相关法律法规的规定进行。公司全体监事能够遵守有关法律法规、《公司章程》及《监事会议事规则》的规定，勤勉尽责，独立履行其相应的权力、义务和责任。自股份公司设立以来，公司监事会规范、有效运行，共召开 13 次监事会会议，在对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督、检查公司的财务等方面均发挥了积极作用，对公司重大生产经营决策、重大投资、董事会工作等重大事宜实施了有效监督。

(四) 独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事制度的建立健全情况

为了促进公司规范运作，维护公司利益，保障全体股东，特别是中小股东的合法权益不受侵害，公司参照中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》并根据《公司章程》的有关规定，制定了《独立董事制度》。

公司现有独立董事 3 名，分别为丁俊杰、刘守豹、廖冠民，其中廖冠民为会计专业人士。公司 7 名董事会成员中，有独立董事 3 名，占董事人数的三分之一以上。

独立董事除具有《公司法》和公司章程赋予董事的职权外，还享有以下特别职权：

(1) 重大关联交易（指公司拟与关联人达成的总额高于 300 万元或高于公司最近经审计净资产值的 5% 的关联交易）应由独立董事认可后，提交董事会讨论；独立董事作出判断前，可以聘请中介机构出具独立财务顾问报告，作为其判断的依据；

(2) 向董事会提议聘用或解聘会计师事务所；

(3) 向董事会提请召开临时股东大会；

- (4) 提议召开董事会；
- (5) 独立聘请外部审计机构和咨询机构；
- (6) 可以在股东大会召开前公开向股东征集投票权。

独立董事除履行上述职责外，还应当对公司以下事项向董事会或股东大会发表独立意见：

- (1) 提名、任免董事；
- (2) 聘任或解聘高级管理人员；
- (3) 公司董事、高级管理人员的薪酬；
- (4) 公司的股东、实际控制人及其关联企业对公司现有或新发生的总额高于三百万元或高于公司最近经审计净资产值的百分之五的借款或其他资金往来，以及公司是否采取有效措施回收欠款；
- (5) 独立董事认为可能损害中小股东权益的事项；
- (6) 中国证监会或证券交易所要求独立董事发表意见的事项。

独立董事就上述事项发表以下几类意见之一：同意；保留意见及其理由；反对意见及其理由；无法发表意见及其障碍。

2、独立董事制度的运行情况

报告期内，自独立董事制度设立以来，公司独立董事按照公司章程、《独立董事制度》等规定，履行了独立董事的应尽的职责。独立董事制度的建立，对完善治理结构和规范公司运作发挥了积极作用。

报告期内，独立董事在履行职权的过程中，按时出席董事会会议，了解公司的生产经营和运作情况，对相关议案发表了独立意见。

(五) 董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书制度的建立健全情况

根据《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》及公司章程等有关规定，公司制定了《董事会秘书工作细则》。董事会秘书是公司高级管

理人员，由董事会聘任或者解聘，对公司董事会负责。

董事会秘书的主要职责如下：

(1) 负责公司信息对外公布，协调公司信息披露事务，组织制订公司信息披露事务管理制度，督促公司和相关信息披露义务人遵守信息披露相关规定；

(2) 负责投资者关系管理，协调公司与证券监管机构、投资者、证券服务机构、媒体等之间的信息沟通；

(3) 组织筹备董事会会议和股东大会会议，参加股东大会、董事会会议、监事会会议及高级管理人员相关会议，负责董事会会议记录工作并签字；

(4) 负责公司信息披露的保密工作，在未公开重大信息泄露时，及时采取补救措施加以解释和澄清；

(5) 关注媒体报道并主动求证报道的真实性，督促公司董事会及时回复监管机构问询；

(6) 组织公司董事、监事和高级管理人员进行相关法律、行政法规及相关规范性文件的培训，协助前述人员了解各自在信息披露中的职责；

(7) 知悉公司董事、监事和高级管理人员违反法律、行政法规、部门规章、其他规范性文件、相关监管机构规定和公司章程时，或者公司作出或可能作出违反相关规定的决策时，应予以提醒；

(8) 负责公司股权管理事务，保管公司董事、监事、高级管理人员、控股股东及其董事、监事、高级管理人员持有公司股份的资料，并负责统计公司董事、监事、高级管理人员持股变动情况；

(9) 《公司法》、《证券法》及相关监管机构要求履行的其他职责。

2、董事会秘书制度的运行情况

自聘任董事会秘书以来，公司董事会秘书筹备了历次股东大会和董事会会议，确保公司股东大会和董事会会议依法召开并行使职权，及时向公司股东、董事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

二、公司战略、审计、提名、薪酬与考核委员会设置情况

根据上市公司治理规范性文件要求、《公司章程》及《董事会议事规则》，2018年4月3日，经公司第二届董事会第一次会议审议并通过，公司设立董事会战略委员会、审计委员会、提名委员会以及薪酬与考核委员会。审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会的成员中，独立董事应当占多数并且担任委员会召集人，审计委员会中至少应有一名独立董事是会计专业人士。

截至本招股说明书签署日，公司董事会专门委员会的构成如下表：

专门委员会名称	主任委员/召集人	成员
战略委员会	钱俊冬	钱俊冬、丁俊杰（独立董事）、王川
审计委员会	廖冠民	廖冠民（独立董事）、刘守豹（独立董事）、郭献维
提名委员会	刘守豹	刘守豹（独立董事）、丁俊杰（独立董事）、张昊
薪酬与考核委员会	丁俊杰	丁俊杰（独立董事）、廖冠民（独立董事）、钱俊冬

1、战略委员会

战略委员会的主要职责权限如下：

- （1）对公司中长期发展战略规划进行研究并提出建议；
- （2）对公司章程规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；
- （3）对公司章程规定须经董事会批准的重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；
- （4）对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；
- （5）对以上事项实施情况进行监督、检查；
- （6）董事会授权的其他事宜。

2、审计委员会

审计委员会的主要职责权限如下：

- （1）提议聘请或更换外部审计机构；
- （2）监督公司的内部审计制度及其实施；
- （3）负责内部审计与外部审计之间的沟通；

- (4) 审核公司的财务信息及其披露；
- (5) 审查公司的内控制度，对重大关联交易进行审计；
- (6) 公司董事会授予的其他事宜。

3、提名委员会

提名委员会的主要职责权限如下：

- (1) 根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；
- (2) 研究董事、经理人员的选择标准和程序，并向董事会提出建议；
- (3) 广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；
- (4) 对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议；
- (5) 对须提请董事会聘任的其他高级管理人员进行审查并提出建议；
- (6) 董事会授权的其他事宜。

4、薪酬与考核委员会

薪酬与考核委员会的主要职责权限如下：

- (1) 根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；
- (2) 薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；
- (3) 审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；
- (4) 负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；
- (5) 董事会授权的其他事宜。

三、近三年违法违规情况

报告期内，公司不存在重大违法违规情况，也不存在被相关主管机关行政处罚的情况。

四、资金占用和对外担保情况

（一）发行人报告期内资金被关联方占用的情况

报告期内，公司及其子公司不存在被关联方占用资金的情况。截至本招股说明书签署日，公司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况。

（二）发行人报告期内对关联方提供担保的情况

报告期内，发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

五、公司内部控制制度情况

根据公司财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，于内部控制评价报告基准日，不存在财务报告内部控制重大缺陷。董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据公司非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，于内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

2020年1月31日，立信就公司内部控制的有效性出具了《内部控制鉴证报告》（信会师报字[2020]第ZB10021号），认为：三人行按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于2019年12月31日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

第十节 财务会计信息

立信会计师事务所已对公司报告期内的资产负债表、利润表、现金流量表及股东权益变动表进行了审计，并出具了标准无保留意见《审计报告》（信会师报字[2020]第 ZB10019 号）。

本节财务会计数据及相关分析说明反映了公司最近三年经审计的财务状况、经营成果及现金流量，非经特别说明，均引自经审计的财务报告或依据该报告计算而来。

一、发行人财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：			
货币资金	322,028,032.77	243,000,715.17	211,342,819.22
应收票据	540,000.00	-	-
应收账款	437,178,880.81	349,360,194.30	269,310,500.46
预付款项	27,988,347.87	19,034,324.84	10,531,658.15
其他应收款	33,465,731.40	24,731,186.72	22,844,218.91
存货	9,823,823.17	1,839,963.88	1,856,770.04
其他流动资产	3,616,624.41	3,608,496.97	2,121,808.21
流动资产合计	834,641,440.43	641,574,881.88	518,007,774.99
非流动资产：			
长期应收款	5,322,096.83	6,737,644.32	-
固定资产	2,956,842.42	1,657,502.13	1,214,101.16
在建工程	-	-	-
无形资产	871,433.90	645,035.09	792,271.91
长期待摊费用	4,448,085.10	4,068,562.92	850,223.95

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
递延所得税资产	1,302,913.35	959,352.01	1,121,215.22
非流动资产合计	14,901,371.60	14,068,096.47	3,977,812.24
资产总计	849,542,812.03	655,642,978.35	521,985,587.23
流动负债：			
短期借款	67,000,000.00	39,000,000.00	30,500,000.00
应付票据	-	-	-
应付账款	300,810,410.43	256,956,478.62	213,768,211.20
预收款项	37,177,554.88	46,609,823.34	32,947,763.44
应付职工薪酬	16,251,058.25	13,971,329.00	9,040,200.06
应交税费	37,131,673.85	22,174,745.46	22,675,923.37
其他应付款	776,375.92	2,457,917.22	10,811,354.41
一年内到期的非流动 负债	-	10,000,000.00	-
流动负债合计	459,147,073.33	391,170,293.64	319,743,452.48
非流动负债：			
长期借款	-	-	10,000,000.00
长期应付款	14,000,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00
非流动负债合计	14,000,000.00	4,000,000.00	14,000,000.00
负债合计	473,147,073.33	395,170,293.64	333,743,452.48
股东权益：			
股本	51,800,000.00	51,800,000.00	51,800,000.00
资本公积	18,676,337.37	18,676,337.37	18,676,337.37
盈余公积	44,741,458.12	25,826,833.87	14,018,747.06
未分配利润	261,177,943.21	164,169,513.47	103,747,050.32
归属于母公司所有者 权益合计	376,395,738.70	260,472,684.71	188,242,134.75
所有者权益合计	376,395,738.70	260,472,684.71	188,242,134.75
负债和所有者权益总 计	849,542,812.03	655,642,978.35	521,985,587.23

2、合并利润表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业总收入	1,631,426,143.56	1,099,511,210.29	758,419,198.86
其中：营业收入	1,631,426,143.56	1,099,511,210.29	758,419,198.86

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
二、营业总成本	1,418,140,805.96	954,894,862.45	642,523,197.12
其中：营业成本	1,266,685,601.41	820,944,672.92	551,794,706.39
税金及附加	5,596,519.31	7,972,559.48	10,835,019.22
销售费用	106,894,471.36	89,250,915.22	54,523,009.73
管理费用	33,331,118.30	30,986,631.47	21,083,117.87
研发费用	2,287,686.63	3,513,813.16	1,855,831.73
财务费用	3,345,408.95	2,226,270.20	2,431,512.18
加：其他收益	18,221,512.16	4,956,571.43	4,236,194.30
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	1,369,429.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	1,369,429.00
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-2,924,796.73	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-1,465,818.68	-3,380,987.91
资产处置收益（损失以“-”号填列）	152,924.72	-128,398.71	9,783.76
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	228,734,977.75	147,978,701.88	118,130,420.89
加：营业外收入	156,942.26	-	965.46
减：营业外支出	511,276.10	541,343.83	10,000.00
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	228,380,643.91	147,437,358.05	118,121,386.35
减：所得税费用	34,757,589.92	23,406,808.09	20,358,707.26
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	193,623,053.99	124,030,549.96	97,762,679.09
持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	193,623,053.99	124,030,549.96	97,762,679.09
归属于母公司股东的净利润	193,623,053.99	124,030,549.96	97,762,679.09
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	193,623,053.99	124,030,549.96	97,762,679.09
归属于母公司所有者的综合收益总额	193,623,053.99	124,030,549.96	97,762,679.09

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,618,254,472.94	1,024,082,497.93	732,366,415.91
收到的税费返还	480,614.24	1,338,079.67	2,630,944.30
收到其他与经营活动有关的现金	39,996,290.60	14,560,696.83	5,724,366.28
经营活动现金流入小计	1,658,731,377.78	1,039,981,274.43	740,721,726.49
购买商品、接受劳务支付的现金	1,281,028,665.32	750,289,804.89	455,446,071.32
支付给职工以及为职工支付的现金	105,634,403.79	83,008,395.78	46,245,027.98
支付的各项税费	54,815,128.56	53,862,553.20	54,150,042.40
支付其他与经营活动有关的现金	76,749,584.95	74,873,599.70	53,190,569.12
经营活动现金流出小计	1,518,227,782.62	962,034,353.57	609,031,710.82
经营活动产生的现金流量净额	140,503,595.16	77,946,920.86	131,690,015.67
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	-	-	19,200,000.00
取得投资收益收到的现金	-	-	1,369,429.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	232,130.00	33,818.37	400,413.00
投资活动现金流入小计	232,130.00	33,818.37	20,969,842.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,413,510.33	2,138,474.36	1,121,384.78
投资支付的现金	-	-	19,200,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	3,413,510.33	2,138,474.36	20,321,384.78
投资活动产生的现金流量净额	-3,181,380.33	-2,104,655.99	648,457.22
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	-	-	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	115,123,000.00	43,000,000.00	51,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	10,000,000.00	-	1,000,000.00
筹资活动现金流入小计	125,123,000.00	43,000,000.00	52,000,000.00
偿还债务支付的现金	97,123,000.00	34,500,000.00	27,500,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付	79,988,090.33	52,214,614.06	51,949,745.74

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
的现金			
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	964,806.90	1,056,754.86	2,321,000.00
筹资活动现金流出小计	178,075,897.23	87,771,368.92	81,770,745.74
筹资活动产生的现金流量净额	-52,952,897.23	-44,771,368.92	-29,770,745.74
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	84,369,317.60	31,070,895.95	102,567,727.15
加：期初现金及现金等价物余额	237,013,715.17	205,942,819.22	103,375,092.07
六、期末现金及现金等价物余额	321,383,032.77	237,013,715.17	205,942,819.22

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：			
货币资金	271,655,975.76	174,749,313.79	139,545,314.72
应收票据	540,000.00	-	-
应收账款	368,844,530.27	283,151,910.54	236,397,832.20
预付款项	20,290,741.42	16,051,307.54	9,867,524.60
其他应收款	189,182,656.17	124,039,409.59	85,562,987.75
存货	9,823,823.17	1,839,963.88	1,741,470.04
其他流动资产	280.00	22,877.65	21,865.46
流动资产合计	860,338,006.79	599,854,782.99	473,136,994.77
非流动资产：			
长期股权投资	52,755,329.99	54,755,329.99	57,055,329.99
固定资产	454,001.40	567,854.20	288,714.56
在建工程	-	-	-
无形资产	792,598.94	645,035.09	584,682.12
商誉	-	-	-
长期待摊费用	2,992,860.80	1,637,119.66	571,865.23
递延所得税资产	1,047,658.96	769,783.35	882,201.67
其他非流动资产	-	-	-

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
非流动资产合计	58,042,450.09	58,375,122.29	59,382,793.57
资产总计	918,380,456.88	658,229,905.28	532,519,788.34
流动负债：			
短期借款	63,000,000.00	39,000,000.00	28,500,000.00
应付票据	-	-	-
应付账款	425,822,044.69	258,832,036.66	235,608,523.80
预收款项	36,580,386.61	45,366,417.55	31,662,908.08
应付职工薪酬	8,963,444.94	8,868,839.31	5,641,933.94
应交税费	27,031,554.92	16,951,412.85	15,742,083.74
其他应付款	26,663,542.06	70,337,957.73	62,771,965.67
一年内到期的非流动负债	-	10,000,000.00	-
其他流动负债	-	-	-
流动负债合计	588,060,973.22	449,356,664.10	379,927,415.23
非流动负债：			
长期借款	-	-	10,000,000.00
长期应付款	14,000,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
非流动负债合计	14,000,000.00	4,000,000.00	14,000,000.00
负债合计	602,060,973.22	453,356,664.10	393,927,415.23
股东权益：			
股本	51,800,000.00	51,800,000.00	51,800,000.00
资本公积	18,676,337.37	18,676,337.37	18,676,337.37
其他综合收益	-	-	-
盈余公积	44,741,458.12	25,826,833.87	14,018,747.06
未分配利润	201,101,688.17	108,570,069.94	54,097,288.68
所有者权益合计	316,319,483.66	204,873,241.18	138,592,373.11
负债和所有者权益总计	918,380,456.88	658,229,905.28	532,519,788.34

2、母公司利润表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	1,497,161,670.45	986,977,360.53	675,172,085.20

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
减：营业成本	1,230,013,791.80	795,410,148.36	550,259,143.63
税金及附加	4,375,610.54	6,072,390.12	8,475,371.63
销售费用	71,843,513.73	64,983,283.16	22,848,485.43
管理费用	15,950,118.90	19,052,019.15	14,529,469.33
研发费用	-	-	-
财务费用	3,589,639.98	2,423,504.07	2,576,401.13
加：其他收益	17,036,250.97	2,457,048.00	1,605,250.00
投资收益（损失以“-”号填列）	31,447,186.50	33,435,629.10	14,356,429.00
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	1,369,429.00
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-1,977,621.22		
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-801,485.62	-2,779,019.88
资产处置收益（损失以“-”号填列）	14,018.15	-44,289.98	30,977.86
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	217,908,829.90	134,082,917.17	89,696,851.03
加：营业外收入	57,324.60	-	837.00
减：营业外支出	510,000.11	536,835.89	10,000.00
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	217,456,154.39	133,546,081.28	89,687,688.03
减：所得税费用	28,309,911.91	15,465,213.21	12,044,563.65
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	189,146,242.48	118,080,868.07	77,643,124.38
持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	189,146,242.48	118,080,868.07	77,643,124.38
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-
六、综合收益总额	189,146,242.48	118,080,868.07	77,643,124.38

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量			
销售商品、提供劳务收到的现金	1,478,027,475.92	947,711,465.16	664,279,175.68
收到的税费返还	-	-	-

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收到其他与经营活动有关的现金	220,459,092.54	290,670,312.85	54,529,957.11
经营活动现金流入小计	1,698,486,568.46	1,238,381,778.01	718,809,132.79
购买商品、接受劳务支付的现金	1,119,293,059.81	748,672,521.62	441,553,437.57
支付给职工以及为职工支付的现金	65,881,611.57	50,625,923.37	13,460,391.24
支付的各项税费	45,123,196.36	39,081,702.62	38,893,839.78
支付其他与经营活动有关的现金	339,453,340.43	349,714,561.43	107,917,087.78
经营活动现金流出小计	1,569,751,208.17	1,188,094,709.04	601,824,756.37
经营活动产生的现金流量净额	128,735,360.29	50,287,068.97	116,984,376.42
二、投资活动产生的现金流量			
收回投资收到的现金	-	-	19,200,000.00
取得投资收益收到的现金	33,000,000.00	35,987,000.00	1,369,429.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	27,510.00	33,818.37	399,843.00
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	33,027,510.00	36,020,818.37	20,969,272.00
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	2,720,934.33	1,325,079.35	483,262.55
投资支付的现金	-	7,700,000.00	34,500,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	2,720,934.33	9,025,079.35	34,983,262.55
投资活动产生的现金流量净额	30,306,575.67	26,995,739.02	-14,013,990.55
三、筹资活动产生的现金流量			
吸收投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	111,123,000.00	43,000,000.00	49,000,000.00
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	10,000,000.00	-	1,000,000.00
筹资活动现金流入小计	121,123,000.00	43,000,000.00	50,000,000.00
偿还债务支付的现金	97,123,000.00	32,500,000.00	27,500,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	79,908,792.61	52,109,054.06	51,945,661.57
支付其他与筹资活动有关的现金	884,481.38	1,056,754.86	2,321,000.00
筹资活动现金流出小计	177,916,273.99	85,665,808.92	81,766,661.57

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
筹资活动产生的现金流量净额	-56,793,273.99	-42,665,808.92	-31,766,661.57
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	102,248,661.97	34,616,999.07	71,203,724.30
加：期初现金及现金等价物余额	168,762,313.79	134,145,314.72	62,941,590.42
六、期末现金及现金等价物余额	271,010,975.76	168,762,313.79	134,145,314.72

二、财务报表审计意见

（一）审计意见

立信会计师事务所对公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日合并及母公司资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了编号为信会师报字[2020]第 ZB10019 号的标准无保留意见《审计报告》。

立信会计师事务所认为：“后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了三人行 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度的合并及母公司经营成果和现金流量”。

（二）关键审计事项

关键审计事项是立信会计师事务所根据职业判断，认为分别对 2017 年度、2018 年度及 2019 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，立信会计师事务所不对这些事项单独发表意见。

立信会计师事务所在审计中识别出的关键审计事项汇总如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
（一）收入的确认	
收入确认的会计政策详情及收入的分析请	立信会计师事务所就收入确认实施的审计

<p>参阅财务报表附注“三、重要会计政策和会计估计注释（二十四）收入”所述的会计政策及附注“五、合并财务报表项目附注（二十六）营业收入和营业成本”。</p> <p>三人行财务报表附注列示，2017年度、2018年度、2019年度营业收入分别为75,841.92万元、109,951.12万元、163,142.61万元，主要为数字营销收入。</p> <p>营业收入为利润表的重要科目，三人行营业收入每年增长均较快，收入的确认对财务报表影响较为重大。故立信会计师事务所将收入确认识别为关键审计事项。</p>	<p>程序包括：</p> <p>（1）了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性并执行了内控测试的程序；</p> <p>（2）通过与管理层的访谈，了解和评估了三人行的收入确认政策；执行细节测试，从收入的会计记录和业务记录中选取样本，核对业务相关的合同、销售发票、广告排期表、验收单等，评价相关收入确认是否符合企业会计准则的要求；关注资产负债表日前后的样本是否被记录于恰当的会计期间；</p> <p>（3）结合业务市场情况对收入和毛利执行分析，包括2017年度、2018年度、2019年度可比期间的销售收入、毛利率波动分析，各月度销售收入的波动分析；判断收入金额是否出现异常波动的情况；</p> <p>（4）对主要客户执行函证程序，以确认收入及期末应收余额等信息，并对期后回款进行了查验。</p>
<p>（二）应收账款的可收回性</p>	
<p>请参阅财务报表附注“三、重要会计政策及会计估计注释（十）金融工具”所述的会计政策及附注“五、合并财务报表项目注释（三）应收账款”。</p> <p>2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日三人行财务报表中应收账款的原值分别为27,426.57万元、35,310.28万元、44,248.86万元，坏账准备分别为495.52万元、374.26万元、530.97万元。</p> <p>三人行管理层在确定应收账款预计可收回金额时需要评估相关客户的信用情况，包括可获抵押或质押物状况以及实际还款情况等因素。</p> <p>由于三人行管理层在确定应收账款预计可收回金额时需要运用重大会计估计和判断，且影响金额重大，为此立信会计师事务所确定应收账款的可收回性为关键审计事项。</p>	<p>立信会计师事务所就应收账款的可收回性实施的审计程序包括：</p> <p>（1）了解、评估并测试管理层对应收账款账龄分析以及确定应收账款坏账准备相关的内部控制。</p> <p>（2）分析应收账款坏账准备计提，对于管理层按照信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款，评价管理层确定的坏账准备计提比例是否合理；</p> <p>（3）获取坏账准备计提表，检查计提方法是否按照坏账政策执行；重新计算坏账计提金额是否准确；</p> <p>（4）复核管理层对应收账款进行减值测试的相关考虑及客观证据，关注管理层是否充分识别已发生减值的项目；</p> <p>（5）实施函证程序，并将函证结果与管理层记录的金额进行了核对；</p> <p>（6）结合期后回款情况检查，评价管理层坏账准备计提的合理性。</p>

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

1、编制基础

发行人以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”），以及中国证监会《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》的披露规定编制财务报表。

2、持续经营

发行人自报告期末起至少12个月内具备持续经营能力，无影响持续经营能力的重大事项。公司现正常经营，以持续经营为基础编制的财务报表是合理的。

（二）合并报表范围及变化情况

报告期内，发行人合并财务报表范围如下：

子公司名称	是否纳入合并财务报表范围		
	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
橙色风暴	是	是	是
合肥三人行	是	是	是
西安三人行	是	是	是
众点广告	是	是	是
盛浩科技	是	是	是
陕西荣誉	是	是	是
江西荣耀	是	是	是
武汉众行	是	是	是
霍城众行 ^注	否	是	是
酷软科技	是	是	是
川行网络 ^注	否	否	是

注：川行网络已于2018年12月27日完成注销，霍城众行传媒广告有限公司已于2019年5月31日注销。

四、重要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则和方法

1、销售商品收入确认的一般原则

- （1）发行人已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
- （2）发行人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；
- （3）收入的金额能够可靠地计量；
- （4）相关的经济利益很可能流入发行人；
- （5）相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

2、让渡资产使用权收入确认的一般原则

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，按照下列情况分别确定让渡资产使用权收入金额：

- （1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定；
- （2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、提供劳务收入确认的一般原则

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

(1) 已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；

(2) 已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

4、具体原则

(1) 数字营销服务

1) 广告投放代理：该业务按与客户签订的合同及客户确认的排期表，在互联网上进行广告投放，并按客户确认的排期表分期确认收入。

2) 广告方案策划与执行：该业务根据与客户签订的合同，为客户提供常年服务的，在约定的服务期间分期确认收入；为客户提供单项服务的，在项目完成并交付客户使用时确认收入。

(2) 场景活动服务：该业务按与客户签订合同的约定，以服务提供完毕或商品移交，并经客户验收后确认收入。

(3) 校园媒体营销服务：该业务按与客户签订的合同及客户确认的排期，在校园媒体上发布广告，并按客户确认的排期分期确认收入。

(4) 软件开发与系统集成业务：该业务在软件或系统集成产品交付客户并经其验收后确认收入。

(二) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：发行人在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中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。

非同一控制下企业合并：发行人在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期

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

为企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（三）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

发行人合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，合并范围包括本公司及全部子公司均纳入合并财务报表。

2、合并程序

发行人以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。发行人编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与发行人一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与发行人不一致的，在编制合并财务报表时，按发行人的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公

司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

(1) 增加子公司或业务

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

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，发行人按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

(2) 处置子公司或业务

1) 一般处理方法

在报告期内，发行人处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的

收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，发行人按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因其他投资方对子公司增资而导致发行人持股比例下降从而丧失控制权的，按照上述原则进行会计处理。

2) 分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- ①这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- ②这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- ③一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- ④一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

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

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在

丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

(3) 购买子公司少数股权

发行人因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的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。

(4) 不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期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自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的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。

(四) 现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将发行人库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

(五) 金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

(1) 自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

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

业务模式是以收取合同现金流量为目标且合同现金流量仅为对本金和以未

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

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

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

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

1) 该项指定能够消除或显著减少会计错配。

2) 根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

3) 该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

(2) 2019年1月1日前适用的会计政策

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

(1) 自2019年1月1日起适用的会计政策

1) 以摊余成本计量的金融资产

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

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

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

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

3) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

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

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

4) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

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

终止确认时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

5) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

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

终止确认时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

6) 以摊余成本计量的金融负债

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

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

(2) 2019年1月1日前适用的会计政策

1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

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

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

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

2) 持有至到期投资

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

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

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

3) 应收款项

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

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

4) 可供出售金融资产

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

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

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

5) 其他金融负债

按其公允价值和和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

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

风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 所转移金融资产的账面价值；

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

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

(1) 终止确认部分的账面价值；

(2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

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

4、金融负债终止确认条件

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

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

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

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

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

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

6、金融资产减值的测试方法及会计处理方法

（1）自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

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

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

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

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

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

本公司按照类似信用风险特征对金融资产进行组合，分组的标准包括客户所在地理区域、客户评级、担保物、客户类型、逾期天数以及账龄等。根据其自身实际情况进行适当的分组。

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

对于租赁应收款、公司通过销售商品或提供劳务形成的长期应收款，本公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于包含重大融资成分的应收账款、租赁应收款和通过销售商品提供劳务形成的长期应收款，公司选择采用一般金融资产的减值方法，即按照自初始确认后信用风险是否已显著增加分别按照相当于未来 12 个月的预期信用损失（阶段一）或整个存续期的预期信用损失（阶段二和阶段三）计量损失准备。

（2）2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，发行人于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

1) 可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

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确认后发生的事项有关的，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。

2) 应收款项坏账准备

期末如果有客观证据表明应收款项发生减值,则将其账面价值减记至可收回金额,减记的金额确认为资产减值损失,计入当期损益。可收回金额是通过对其未来现金流量(不包括尚未发生的信用损失)按原实际利率折现确定,并考虑相关担保物的价值(扣除预计处置费用等)。原实际利率是初始确认该应收款项时计算确定的实际利率。短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小,在确定相关减值损失时,不对其预计未来现金流量进行折现。

①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:单笔金额大于 100.00 万元。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法:如有客观证据表明其已发生减值,按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备,计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项,将其归入相应组合计提坏账准备。

②按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

对于单项金额非重大的应收款项,与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合,根据以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收账款组合的实际损失率为基础,结合现时情况确定本期各项组合计提坏账准备的比例,据此计算本期应计提的坏账准备。

确定组合的依据	
组合 1	合并范围内关联方
组合 2	除组合 1、组合 3 及单项金额重大并已单项计提坏账准备的应收款项和房租押金之外,其余应收款项按账龄划分组合
组合 3	房租押金
按组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	个别认定法
组合 2	账龄分析法
组合 3	按固定比率 5% 计提坏账准备

组合中,采用账龄分析法计提坏账准备的:

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
6 个月以内(含 6 个月)	0.50%	0.50%

6个月-1年（含1年）	5%	5%
1-2年（含2年）	30%	30%
2-3年（含3年）	50%	50%
3年以上	100%	100%

③单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

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

3) 持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（六）存货

1、存货的分类

库存商品、项目执行过程中未结转的项目成本、低值易耗品等。

2、发出存货的计价方法

存货在取得时按实际成本计价，领用和发出时按个别认定法计价。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计

提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

低值易耗品和包装物采用一次摊销法。

（七）持有待售资产

发行人将同时满足下列条件的非流动资产或处置组划分为持有待售类别：

1、根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，在当前状况下即可立即出售；

2、出售极可能发生，即发行人已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。有关规定要求发行人相关权力机构或者监管部门批准后方可出售的，已经获得批准。

（八）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。发行人与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为发行人的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。发行人能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为发行人联营企业。

2、初始投资成本的确定

(1) 企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

(2) 其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确定。

3、后续计量及损益确认方法

(1) 成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

(2) 权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。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差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；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差额，计入当期损益。

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，分别确认投资收益和其他综合收益，同时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享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。公司与联营企业、合营企业之间发生投出或出售资产的交易，该资产构成业务的，按照本招股说明书“第十节 财务会计信息”“四、重要会计政策和会计估计”之“（二）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”和“（三）合并财务报表的编

制方法”中披露的相关政策进行会计处理。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

(3) 长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致发行人持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，

其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

（九）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

公司对投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产—出租用建筑物采用与发行人固定资产相同的折旧政策，出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策执行。

（十）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、折旧方法

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

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产

所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

固定资产类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
办公设备	年限平均法	3	5.00	31.67
运输设备	年限平均法	4-10	5.00	9.50-23.75
电子设备	年限平均法	3-5	5.00	19.00-31.67

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

公司与租赁方所签订的租赁协议条款中规定了下列条件之一的，确认为融资租入资产：

- （1）租赁期满后租赁资产的所有权归属于发行人；
- （2）公司具有购买资产的选择权，购买价款远低于行使选择权时该资产的公允价值；
- （3）租赁期占所租赁资产使用寿命的大部分；
- （4）租赁开始日的最低租赁付款额现值，与该资产的公允价值不存在较大的差异。

公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费。

（十一）在建工程

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出，作为固定资产的入账价值。所建造的固定资产在工程已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按发行人固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不

调整原已计提的折旧额。

（十二）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

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

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

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

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

（十三）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为

基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

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

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项目	预计使用寿命（年）	依据
经营权	3-5	合同约定
软件	3-5	可使用寿命

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核，本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

3、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

- （1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；
- （2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；
- （3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其

有用性；

(4) 有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

(5) 归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

开发阶段的支出，若不满足上列条件的，于发生时计入当期损益。研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

(十四) 长期资产减值

长期股权投资、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

商誉和使用寿命不确定的无形资产至少在每年年度终了进行减值测试。

发行人进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。在将商誉的账面价值分摊至相关的资产组或者资产组组合时，按照各资产组或者资产组组合的公允价值占相关资产组或者资产组组合公允价值总额的比例进行分摊。公允价值难以可靠计量的，按照各资产组或者资产组组合的账面价值占相关资产组或者资产组组合账面价值总额的比例进行分摊。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资

产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十五）长期待摊费用

发行人发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销，对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，在确定时将该项目的摊余价值全部计入当期损益。

（十六）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

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

发行人为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为发行人提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划

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

除基本养老保险外，本公司还依据国家企业年金制度的相关政策建立了企业年金缴费制度（补充养老保险）/企业年金计划。本公司按职工工资总额的一定比例向当地社会保险机构缴费/年金计划缴费，相应支出计入当期损益或相关资产成本。（2）设定受益计划

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

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

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

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

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

3、辞退福利的会计处理方法

发行人在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，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

（十七）预计负债

1、预计负债的确认标准

与诉讼、债务担保、亏损合同、重组事项等或有事项相关的义务同时满足下列条件时，发行人确认为预计负债：

- （1）该义务是发行人承担的现时义务；
- （2）履行该义务很可能导致经济利益流出发行人；
- （3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、各类预计负债的计量方法

发行人预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

发行人在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

发行人清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

（十八）股份支付

1、股份支付的种类及会计处理

股份支付是公司为了获取职工提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

（1）以权益结算的股份支付

股票期权计划为用以换取职工提供服务的权益结算的股份支付，以授予职工的权益工具在授予日的公允价值计量。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益

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，相应增加资本公积。

(2) 以现金结算的股份支付

股票增值权计划为以现金结算的股份支付，按照公司承担的以发行人股份数量为基础确定的负债的公允价值计量。该以现金结算的股份支付须完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期的每个资产负债表日以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用，相应增加负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

2、权益工具公允价值的确定方法

对于授予职工的股份，其公允价值按公司股份的市场价格计量，同时考虑授予股份所依据的条款和条件（不包括市场条件之外的可行权条件）进行调整。

对于授予职工的股票期权，通过期权定价模型估计所授予的期权的公允价值。

3、确认可行权权益工具最佳估计的依据

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

4、修改和终止股份支付计划的处理

如果股份支付计划的修改增加了所授予的权益工具的公允价值，应按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加。

如果股份支付计划的修改增加了所授予的权益工具的数量，应将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加。

如果按照有利于职工的方式修改可行权条件，如缩短等待期、变更或取消业绩条件（而非市场条件），公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果以减少股份支付公允价值总额的方式或其他不利于职工的方式修改条款和条件，仍应继续对取得的服务进行会计处理，如同该变更从未发生，除非取

消了部分或全部已授予的权益工具。

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

（十九）政府补助

1、类型

政府补助，是发行人从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指发行人取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2、确认时点

发行人能够满足政府补助所附条件，且能够收到政府补助时，确认为政府补助。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司

日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

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

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

（二十）递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的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）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当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，且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、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（二十一）租赁

1、经营租赁会计处理

（1）公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

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

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

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

2、融资租赁会计处理

（1）融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。公司发生的初始直接费用，计入租入资产价值。

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

（二十二）重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》、《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》。

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于 2017 年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于 2017 年度及以后期间的财务报表。发行人执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) 在利润表中新增分别列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”。比较数据相应调整。	2017 年持续经营净利润金额 97,762,679.09 元。
(2) 在利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目。比较数据相应调整。	2017 年营业外收入减少 30,977.86 元，营业外支出减少 21,194.10 元，资产处置收益增加 9,783.76 元。
(3) 与本公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。比较数据不调整。	2017 年其他收益发生额 4,236,194.30 元。

财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。发行人执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) “应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	调增“长期应付款”2018年金额4,000,000.00元,2017年金额4,000,000.00元。
(2) 在利润表中新增“研发费用”项目,将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示;在利润表中财务费用项下新增“其中:利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	调减“管理费用”2018年金额3,513,813.16元,2017年金额1,855,831.73元,重分类至“研发费用”。

2、重要会计估计变更

发行人报告期内无重要会计估计变更事项。

(二十三) 新收入准则的影响

2017年财政部修订后的《企业会计准则第14号——收入》(以下简称“新收入准则”)不会对公司报告期各年的合并财务报表主要财务指标产生影响,也不会对公司的收入确认会计政策、业务模式、合同条款、收入确认等方面产生影响。

根据修订后的《企业会计准则第14号——收入》第十一条规定:“满足下列条件之一的,属于在某一时段内履行履约义务;否则,属于在某一时点履行履约义务,①客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益;②客户能够控制企业履约过程中在建的商品”;第十二条规定:“对于在某一时段内履行的履约义务,企业应当在该段时间内按照履约进度确认收入”。

公司在向客户提供广告投放代理营销服务的同时,客户即获得营销投放所带来的相关利益,且客户可以通过监测、效果评估等方式对投放过程进行控制,因此广告投放代理属于在某一时段内履行履约义务,应按履约进度确认收入,即按排期表分期确认收入,收入确认的具体原则未发生变化;公司在向客户提供服务前能够控制相关服务,是主要责任人,仍应按照总额法确认收入;此外,公司根据与客户的合同约定,向部分客户进行返利返还,返利返还与客户营销投放金额

密切相关，其性质属于与投放金额相关的商业折扣，因此仍应冲减当期收入。

综上所述，新收入准则实施后，公司主要收入确认会计政策未发生变化。

五、税项

（一）主要税种和税率

税种	计税依据	税率		
		2019 年度	2018 年度	2017 年度
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%、9%、10%、13%、16%	6%、10%、11%、16%、17%	3%、6%、11%、17%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税计征	5%、7%	5%、7%	5%、7%
教育费附加	按实际缴纳的增值税计征	3%	3%	3%
地方教育费附加	按实际缴纳的增值税计征	2%	2%	2%
企业所得税	按应纳税所得额计征	25%、20%、15%	25%、20%、15%	25%、20%、15%

（二）税收优惠

1、公司于 2017 年 10 月 18 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、陕西省地方税务局颁发的高新技术企业证书（证书编号：GR201761000321），有效期三年。根据国家税收政策，公司自 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间享受高新技术企业所得税税收优惠，企业所得税税率为 15%。

2、公司全资子公司橙色风暴于 2018 年 9 月 10 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的高新技术企业证书（证书编号：GR201811003779），有效期三年。根据国家税收政策，橙色风暴自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间享受高新技术企业所得税税收优惠，企业所得税税率为 15%。

3、公司全资子公司酷软科技于 2017 年 10 月 18 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、陕西省地方税务局颁发的高新技术企业证书

（证书编号：GR201761000166），有效期三年。根据国家税收政策，酷软科技自2017年1月1日至2019年12月31日期间享受高新技术企业所得税税收优惠，企业所得税税率为15%。

4、公司全资子公司酷软科技属于双软企业，符合《财政部 国家税务总局关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》（财税〔2012〕27号）规定，酷软科技自2014年为获利年度，2014年和2015年各项指标符合政策规定，可以享受企业所得税免税政策，2016年至2018年可以享受减半征收企业所得税政策。

5、公司全资子公司酷软科技于2015年3月2日起被认定为软件企业，据《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发〔2011〕4号），以及《财政部 国家税务总局关于软件产品增值税政策的通知》（财税〔2011〕100号），自2015年3月3日起，酷软科技销售自行开发生产的软件产品，经主管税务部门审核后，实际税负超过3%的部分实行即征即退。

6、根据《财政部 税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2017〕43号）规定，自2017年1月1日至2019年12月31日，将小型微利企业的年应纳税所得额上限由30万元提高至50万元，对年应纳税所得额低于50万元（含50万元）的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。公司子公司众点广告、陕西荣誉符合上述规定，2017年按20%的税率缴纳企业所得税。

7、根据《财政部 税务总局关于进一步扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》（财税〔2018〕77号）规定，自2018年1月1日至2020年12月31日，年应纳税所得额低于100万元（含100万元）的小型微利企业，其所得减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。公司子公司合肥三人行、西安三人行、众点广告、陕西荣誉符合上述规定，2018年按20%的税率缴纳企业所得税。

8、根据《财政部 国家税务总局关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区

企业所得税优惠政策的通知》（财税[2011]112号）的规定，2010年1月1日至2020年12月31日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展企业所得税优惠目录》范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。公司子公司霍城众行符合上述规定，于2016年11月23日在霍城县国家税务局完成备案，自2016年1月1日至2020年12月31日期间享受企业所得税减免优惠。

9、根据《财政部 国家税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号），自2019年1月1日至2021年12月31日，企业所得税对小型微利企业年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；公司子公司西安三人行、合肥三人行、盛浩科技、陕西荣誉、众点广告符合上述规定，2019年按减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；公司子公司酷软科技、武汉众行符合上述规定，2019年按减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。

六、非经常性损益

立信会计师事务所对公司报告期内的非经常性损益明细表进行了审核，出具了编号为信会师报字[2020]第ZB10022号的《非经常性损益及净资产收益率和每股收益的专项审核报告》。公司报告期内非经常性损益主要为收到的政府补助款，具体内容如下表：

单位：元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
非流动资产处置损益	152,924.72	-128,398.71	1,379,212.76
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	13,787,973.80	4,956,571.43	4,236,194.30
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	-

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
受托经营取得的托管费收入	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-354,333.84	-541,343.83	-9,034.54
其他符合非经常性损益定义的损益项目	-	-	-
小计:	13,586,564.68	4,286,828.89	5,606,372.52
所得税影响额	2,060,723.15	867,973.51	1,102,903.63
少数股东权益影响额	-	-	-
合计:	11,525,841.53	3,418,855.38	4,503,468.89
归属于母公司股东的净利润	193,623,053.99	124,030,549.96	97,762,679.09
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	182,097,212.46	120,611,694.58	93,259,210.20

公司的非经常性损益扣除项符合有关规定，非经常性损益的确认符合会计制度和会计准则的规定，相关的法律文件和批准程序满足收益确认的要求。

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，扣除所得税影响后的归属于母公司股东的非经常性损益分别为 450.35 万元、341.89 万元和 1,152.58 万元，占同期归属于母公司股东净利润的比例分别为 4.61%、2.76%和 5.95%，非经常性损益对公司盈利能力影响较小。扣除非经常性损益后，公司在 2017 年度、2018 年度和 2019 年度归属于母公司股东净利润的金额分别为 9,325.92 万元、12,061.17 万元和 18,209.72 万元，具有持续盈利能力，并符合《首次公开发行股票并上市管理办法》对公司盈利能力的要求。

七、最近一期末主要资产情况

（一）货币资金

截至 2019 年 12 月 31 日，公司货币资金情况如下：

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日
库存现金	114,617.11
银行存款	321,268,415.66
其他货币资金	645,000.00

项目	2019年12月31日
合计	322,028,032.77

其中，其他货币资金明细如下：

单位：元

项目	2019年12月31日
履约保函保证金存款	200,000.00
质量保证金存款	445,000.00
合计	645,000.00

（二）应收票据

截至2019年12月31日，公司应收票据情况如下：

单位：元

类别	2019年12月31日
银行承兑汇票	540,000.00

截至2019年12月31日，公司已背书尚未到期的商业承兑汇票为1,251.25万元。

（三）应收账款

截至2019年12月31日，公司应收账款情况如下：

单位：元

类别	账面原值	坏账准备	账面净值
应收账款	442,488,593.66	5,309,712.85	437,178,880.81

（四）预付款项

截至2019年12月31日，公司预付款项情况如下：

单位：元

账龄	2019年12月31日
1年以内	26,785,392.83
1至2年	797,416.55
2至3年	377,358.49
3年以上	28,180.00
合计	27,988,347.87

（五）其他应收款

截至 2019 年 12 月 31 日，公司其他应收款情况如下：

单位：元

类别	账面原值	坏账准备	账面净值
其他应收款	37,457,460.13	3,991,728.73	33,465,731.40

（六）存货

截至 2019 年 12 月 31 日，公司存货情况如下：

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	账面价值
库存商品	24,675.39	-	24,675.39
项目成本	9,799,147.78	-	9,799,147.78
合计	9,823,823.17	-	9,823,823.17

（七）长期应收款

截至 2019 年 12 月 31 日，公司长期应收款情况如下：

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日		
	账面余额	坏账准备	账面价值
分期收款销售商品	5,322,096.83	-	5,322,096.83
合计	5,322,096.83	-	5,322,096.83

（八）固定资产

截至 2019 年 12 月 31 日，公司固定资产构成情况如下表：

单位：元

项目	账面原值	折旧年限 (年)	累计折旧	减值准备	账面价值
运输设备	1,582,194.02	4-10	186,662.21	-	1,395,531.81
电子设备	4,064,330.74	3-5	2,510,194.69	-	1,554,136.05
办公设备	136,614.00	3	129,439.44	-	7,174.56
合计	5,783,138.76	-	2,826,296.34	-	2,956,842.42

（九）无形资产

截至 2019 年 12 月 31 日，公司无形资产情况如下：

单位：元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	净值
软件	3,833,096.05	2,961,662.15	-	871,433.90
合计	3,833,096.05	2,961,662.15	-	871,433.90

（十）长期待摊费用

截至 2019 年 12 月 31 日，公司长期待摊费用情况如下：

单位：元

账龄	2019 年 12 月 31 日
装修费	1,450,221.08
校园公告栏	2,997,864.02
合计	4,448,085.10

八、最近一期末主要负债情况

（一）短期借款

截至 2019 年 12 月 31 日，短期借款的具体情况如下：

单位：元

项目	2019 年 12 月 31 日
保证借款	47,000,000.00
抵押借款	20,000,000.00
合计	67,000,000.00

（二）应付账款

截至 2019 年 12 月 31 日，公司应付账款的具体情况如下：

单位：元

账龄	2019 年 12 月 31 日
1 年以内（含 1 年）	300,039,269.63
1-2 年（含 2 年）	59,531.90
2-3 年（含 3 年）	142,619.75

账龄	2019年12月31日
3年以上	568,989.15
合计	300,810,410.43

(三) 预收款项

截至2019年12月31日，预收款项的具体情况如下：

单位：元

账龄	2019年12月31日
1年以内（含1年）	37,144,054.88
1至2年（含2年）	-
2至3年（含3年）	-
3年以上	33,500.00
合计	37,177,554.88

(四) 应付职工薪酬

截至2019年12月31日，应付职工薪酬的具体情况如下：

单位：元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
短期薪酬	13,393,210.15	98,165,736.63	95,903,478.80	15,655,467.98
离职后福利-设定提存计划	578,118.85	8,360,166.92	8,342,695.50	595,590.27
合计	13,971,329.00	106,525,903.55	104,246,174.30	16,251,058.25

(五) 应交税费

截至2019年12月31日，应交税费的具体情况如下：

单位：元

项目	2019年12月31日
增值税	16,599,147.57
企业所得税	18,073,938.76
个人所得税	1,156,560.44
城市维护建设税	62,526.23
教育费附加	44,661.57
印花税	125,885.90
文化事业建设费	999,881.16

项目	2019年12月31日
水利建设基金	69,072.22
合计	37,131,673.85

（六）其他应付款

截至2019年12月31日，其他应付款的具体情况如下：

单位：元

项目	2019年12月31日
应付股利	-
保证金及押金	194,241.06
代收代付款	582,134.86
合计	776,375.92

（七）长期应付款

截至2019年12月31日，长期应付款的具体情况如下：

单位：元

项目	2019年12月31日
专项应付款	14,000,000.00
合计	14,000,000.00

九、所有者权益变动情况

报告期内，公司合并口径所有者权益情况如下表：

单位：元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
股本	51,800,000.00	51,800,000.00	51,800,000.00
资本公积	18,676,337.37	18,676,337.37	18,676,337.37
盈余公积	44,741,458.12	25,826,833.87	14,018,747.06
未分配利润	261,177,943.21	164,169,513.47	103,747,050.32
归属于母公司所有者权益合计	376,395,738.70	260,472,684.71	188,242,134.75
少数股东权益	-	-	-
所有者权益合计	376,395,738.70	260,472,684.71	188,242,134.75

十、现金流量情况

报告期内，公司合并口径现金流量情况如下表：

单位：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	140,503,595.16	77,946,920.86	131,690,015.67
投资活动产生的现金流量净额	-3,181,380.33	-2,104,655.99	648,457.22
筹资活动产生的现金流量净额	-52,952,897.23	-44,771,368.92	-29,770,745.74
现金及现金等价物净增加额	84,369,317.60	31,070,895.95	102,567,727.15
期末现金及现金等价物余额	321,383,032.77	237,013,715.17	205,942,819.22

十一、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

公司于 2020 年 1 月 15 日向中国邮政储蓄银行股份有限公司西安市分行借款 1,000.00 万元，贷款期限为 12 个月。西安创新融资担保有限公司为公司上述借款本息提供连带责任保证担保。同时，公司以软件著作权“智臻卓越数字整合营销服务平台 V1.0”向西安创新融资担保有限公司提供质押反担保。同时，西安三人行、橙色风暴、合肥三人行、武汉众行、西安多多、钱俊冬、崔蕾、王川、张昊、郭献维、陈胜向西安创新融资担保有限公司提供保证反担保；崔蕾向西安创新融资担保有限公司提供房产抵押反担保。

上述资产负债表日后事项未对公司财务状况、盈利能力及持续经营产生重大影响。

（二）或有事项

公司子公司橙色风暴于 2019 年 3 月 8 日向招商银行股份有限公司北京分行借款 200.00 万元，贷款期限为 12 个月。北京海淀科技企业融资担保有限公司、钱俊冬、崔蕾为上述借款本息提供连带责任保证担保。同时，公司、钱俊冬、崔

蕾向北京海淀科技企业融资担保有限公司提供连带责任保证反担保。

公司于2019年4月19日取得西安高新新兴产业投资基金合伙企业(有限合伙)的产业扶持引导基金1,000.00万元,资金使用期限为3年。公司以部分应收账款提供质押担保;王川、张昊、陈胜提供房产抵押担保;钱俊冬、崔蕾、王川、张昊、陈胜、郭献维、睢继东提供无限连带责任保证。

公司于2019年7月19日向交通银行股份有限公司陕西省分行借款1,800.00万元,期限至2020年7月18日。西安投融资担保有限公司、钱俊冬、崔蕾为公司上述借款本息提供连带责任保证担保。同时,公司以部分应收账款向西安投融资担保有限公司提供质押反担保;钱俊冬、崔蕾、郭献维、陈胜向西安投融资担保有限公司提供连带责任保证反担保。

公司于2019年9月17日向北京银行股份有限公司西安分行借款500.00万元,期限为自首次提款日起12个月。陕西省中小企业融资担保有限公司、钱俊冬、崔蕾为公司上述借款本息提供连带责任保证担保。同时橙色风暴、钱俊冬、崔蕾向陕西省中小企业融资担保有限公司提供连带责任保证反担保。

公司子公司橙色风暴于2019年9月20日向中国工商银行股份有限公司北京市分行借款200.00万元,借款期限为自实际提款日起12个月。北京首创融资担保有限公司、钱俊冬、崔蕾为上述借款本息提供连带责任保证担保。同时,公司、钱俊冬、崔蕾向北京首创融资担保有限公司提供连带责任保证反担保。

公司于2019年9月26日向北京银行股份有限公司西安分行借款1,500.00万元,期限为自首次提款日起12个月。西安创新融资担保有限公司、钱俊冬、崔蕾为公司上述借款本息提供连带责任保证担保。同时公司、西安多多、西安三人行、橙色风暴、合肥三人行、武汉众行、钱俊冬、崔蕾、王川、张昊、郭献维、陈胜向西安创新融资担保有限公司提供连带责任保证反担保;崔蕾向西安创新融资担保有限公司提供房产抵押反担保。

截至2019年12月31日,除上述情况外,公司不存在其他重大或有事项。

（三）其他重要事项

截至 2019 年 12 月 31 日，公司不存在应披露的其他重要事项。

十二、主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2019 年度 /2019.12.31	2018 年度 /2018.12.31	2017 年度 /2017.12.31
流动比率（倍）	1.82	1.64	1.62
速动比率（倍）	1.80	1.64	1.61
资产负债率（母公司）（%）	65.56	68.88	73.97
资产负债率（合并）（%）	55.69	60.27	63.94
归属于发行人股东的每股净资产（元）	7.27	5.03	3.63
应收账款周转率（次）	4.10	3.51	3.37
存货周转率（次）	217.20	444.15	209.15
息税折旧摊销前利润（万元）	23,455.23	15,195.67	12,418.00
归属于母公司所有者的净利润 （万元）	19,362.31	12,403.05	9,776.27
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的 净利润（万元）	18,209.72	12,061.17	9,325.92
利息保障倍数（倍）	77.43	71.22	61.18
每股经营活动现金流量净额 （元/股）	2.71	1.50	2.54
每股净现金流量（元/股）	1.63	0.60	1.98
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产 的比例（%）	0.23	0.25	0.42

注：上述财务指标，若无特别说明，均以合并口径计算，计算各期每股指标时股数均取报告期末股份公司股本数，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=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率=负债总额/资产总额
- 4、无形资产（不含土地使用权）占净资产的比例=无形资产（不含土地使用权）/公司股东权益
- 5、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
- 6、存货周转率=营业成本/存货平均余额
- 7、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息费用+固定资产折旧+长期待摊费用摊销+无形资产摊销
- 8、利息保障倍数=(利润总额+利息费用)/利息费用
- 9、每股经营活动现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末普通股股份总数
- 10、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末普通股股份总数

（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，公司的净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润	报告期间	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	60.80	3.74	3.74
	2018年度	56.37	2.39	2.39
	2017年度	58.01	1.89	1.89
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	57.19	3.52	3.52
	2018年度	54.81	2.33	2.33
	2017年度	55.34	1.80	1.80

注1：加权平均净资产收益率= $P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$ ，其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。报告期发生同一控制下企业合并的，计算加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从报告期期初起进行加权；计算扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产从合并日的次月起进行加权。计算比较期间的加权平均净资产收益率时，被合并方的净利润、净资产均从比较期间期初起进行加权；计算比较期间扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率时，被合并方的净资产不予加权计算（权重为零）。

注2：基本每股收益= $P0 \div S$ ， $S = S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k$ ，其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M0 为报告期月份数；M_i 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

注3：稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$ ，其中，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。

十三、资产评估情况

发行人原名西安三人行传媒网络科技股份有限公司，是由西安三人行信息通讯有限公司整体变更设立的股份有限公司。2014年11月17日，三人行有限召开股东会，全体股东一致同意作为发起人，以2014年9月30日为改制基准日，以经审计的三人行有限账面净资产值35,402,970.96元为基础，按1.011513456:1的比例折合为股份3,500万股（每股面值人民币1元），整体变更为股份公司，股份公司注册资本为3,500万元，净资产扣除股本后的余额402,970.96元计入资本公积。

三人行有限截至2014年9月30日的净资产已经评估，评估方法为资产基础法，净资产账面价值为3,540.29万元，评估值为4,292.74万元，评估增值率为21.25%。发行人未以评估结果进行调账。

十四、历次验资情况

公司历次验资情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人股本形成及其变化情况和资产重组情况”之“（一）发行人设立以来股本形成及其变化”。

第十一节 管理层讨论与分析

一、财务状况分析

(一) 资产构成及变动分析

报告期内，公司经营规模不断扩大，盈利水平明显提高，资产总额呈快速增长态势，2018年末和2019年末资产总额同比增长率分别为25.61%和29.57%。

报告期各期末，公司资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
流动资产	83,464.14	98.25	64,157.49	97.85	51,800.78	99.24
非流动资产	1,490.14	1.75	1,406.81	2.15	397.78	0.76
合计	84,954.28	100.00	65,564.30	100.00	52,198.56	100.00

流动资产方面，报告期各期末，公司流动资产快速增加，占资产总额的比例较高，分别为99.24%、97.85%和98.25%，主要是因为报告期内公司经营状况较好，营业收入快速增长，盈利能力持续提高，各期末货币资金及应收账款等流动资产相应增加。

非流动资产方面，2018年末非流动资产规模有所上升，系因长期应收款和长期待摊费用增加所致；2019年末非流动资产规模基本稳定。

1、流动资产分析

公司的流动资产主要由货币资金、应收账款、预付款项和其他应收款构成，报告期各期末，上述四项金额合计占流动资产总额的比例均在98%以上，占比较为稳定。报告期各期末，公司流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
货币资金	32,202.80	38.58	24,300.07	37.88	21,134.28	40.80

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
应收票据	54.00	0.06	-	-	-	-
应收账款	43,717.89	52.38	34,936.02	54.45	26,931.05	51.99
预付款项	2,798.83	3.35	1,903.43	2.97	1,053.17	2.03
其他应收款	3,346.57	4.01	2,473.12	3.85	2,284.42	4.41
存货	982.38	1.18	184.00	0.29	185.68	0.36
其他流动资产	361.66	0.43	360.85	0.56	212.18	0.41
合计	83,464.14	100.00	64,157.49	100.00	51,800.78	100.00

(1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金的构成情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
库存现金	11.46	13.90	33.29
银行存款	32,126.84	23,687.47	20,561.00
其他货币资金	64.50	598.70	540.00
合计	32,202.80	24,300.07	21,134.28

公司货币资金主要为银行存款，报告期各期末占比均在 97% 以上。

2018 年末和 2019 年末公司货币资金同比增长率分别为 14.98% 和 32.52%，主要系公司业务规模不断增长，盈利能力较强，各期末货币资金相应增加。

2017 年末、2018 年末、2019 年末其他货币资金余额分别为 540.00 万元、598.70 万元和 64.50 万元，系公司在业务执行过程中，根据合同约定提供的履约保函保证金存款和质量保证金存款。

(2) 应收账款

报告期各期末，应收账款的情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
账面余额	44,248.86	35,310.28	27,426.57
坏账准备	530.97	374.26	495.52
账面价值	43,717.89	34,936.02	26,931.05

1) 应收账款变动与营业收入变动趋势相符

报告期各期末，公司应收账款余额呈逐年上升趋势，与公司业务发展规模变动趋势相符。报告期内，公司营业收入增长与应收账款增长的对比情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度
应收账款余额	44,248.86	35,310.28	27,426.57
营业收入	163,142.61	109,951.12	75,841.92
应收账款余额占营业收入比重	27.12%	32.11%	36.16%

2017 年末、2018 年末和 2019 年末，应收账款余额占营业收入比重分别为 36.16%、32.11%和 27.12%，呈逐年下降趋势，应收账款规模合理。

2) 应收账款账龄主要在 1 年以内，坏账准备计提充分

报告期各期末，公司应收账款账龄具体情况如下表所示：

单位：万元

账龄	坏账准备计提比例 (%)	2019.12.31			2018.12.31			2017.12.31		
		金额	占比 (%)	坏账准备	金额	占比 (%)	坏账准备	金额	占比 (%)	坏账准备
6 个月以内 (含 6 个月)	0.50	42,407.70	95.84	212.04	34,086.91	96.54	170.43	23,191.48	84.56	115.96
6 个月至 1 年 (含 1 年)	5.00	1,149.28	2.60	57.46	746.30	2.11	37.32	3,843.06	14.01	192.15
1-2 年 (含 2 年)	30.00	470.03	1.06	141.01	392.45	1.11	117.74	259.16	0.94	77.75
2-3 年 (含 3 年)	50.00	202.78	0.46	101.39	71.69	0.20	35.84	46.41	0.17	23.21
3 年以上	100.00	19.07	0.04	19.07	12.93	0.04	12.93	86.46	0.32	86.46
合计	-	44,248.86	100.00	530.97	35,310.28	100.00	374.26	27,426.57	100.00	495.52

报告期各期末，账龄为 6 个月以内 (含 6 个月) 的应收账款余额占全部应收账款的比例分别为 84.56%、96.54%和 95.84%，账龄为 1 年以内的应收账款占全部应收账款的比例均在 98%以上。

报告期各期末，公司坏账准备金额分别为 495.52 万元、374.26 万元和 530.97 万元，坏账准备计提充分。2018 年末，应收账款余额上升，而坏账准备金额有所下降，主要系账龄 6 个月以内 (含 6 个月) 的应收账款占比进一步提高，而 6

个月至1年（含1年）的应收账款占比有所下降。

3) 应收账款坏账准备计提政策与可比公司相比较为谨慎

由于公司客户主要为电信运营商、金融、快速消费品和互联网等行业的知名企业，客户信用良好，且与公司保持长期合作的关系，形成坏账的风险较小。经与可比公司比较，公司坏账准备计提政策较为谨慎。具体情况如下：

账龄	坏账准备计提比例（%）						发行人
	省广集团 (002400.SZ)	华扬联众 (603825.SH)	蓝色光标 (300058.SZ)	华媒控股 (000607.SZ)	联创股份 (300343.SZ)	利欧股份 (002131.SZ)	
3个月以 (含3个月)	0.50	5.00	0.00	0.00	0.00	0.50	0.50
3-6个月 (含6个月)			2.00	5.00	5.00		
6个月-1年 (含1年)							
1-2年 (含2年)	10.00	10.00	30.00	10.00	20.00	10.00	30.00
2-3年 (含3年)	20.00	20.00	100.00	20.00	50.00	20.00	50.00
3-4年 (含4年)	100.00	100.00		50.00	100.00	100.00	100.00
4-5年 (含5年)				80.00			
5年以上				100.00			

分众传媒（002027.SZ）应收账款坏账准备计提比例（%）	
账龄	应收账款计提比例
0-30天	0.00
31-210天	5.00
211-300天	30.00
301-390天	40.00
391天以上	75.00

数据来源：可比公司2018年年度报告。

4) 应收账款前五名客户均为知名客户

报告期各期末，公司应收账款期末余额前五名客户情况如下：

单位：万元

日期	客户名称	期末余额	占应收账款期末余额 比重 (%)
2019.12.31	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	12,899.82	29.15
	中国电信股份有限公司	5,323.04	12.03
	中国农业银行股份有限公司	3,513.55	7.94
	中国建设银行股份有限公司	3,464.22	7.83
	广西京东新杰电子商务有限公司	2,905.54	6.57
	合计	28,106.16	63.52
2018.12.31	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	7,697.04	21.80
	中国电信股份有限公司	4,648.51	13.16
	中国农业银行股份有限公司	2,343.39	6.64
	中移互联网有限公司	1,633.27	4.63
	中国移动通信集团四川有限公司	1,523.42	4.31
	合计	17,845.62	50.54
2017.12.31	中国电信股份有限公司	4,810.85	17.54
	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	3,499.59	12.76
	青岛啤酒股份有限公司	2,110.03	7.69
	中国农业银行股份有限公司	1,815.41	6.62
	北京京东世纪贸易有限公司	1,740.43	6.35
	合计	13,976.31	50.96

注：以上数据均为按客户法人单体口径统计。

报告期各期末，公司前五大客户的应收账款余额占应收账款总额的比例分别为 50.96%、50.54% 和 63.52%，主要债务人资信状况良好且均为知名客户。

截至 2019 年 12 月 31 日，应收账款余额中无应收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份股东的款项。

（3）预付款项

公司预付款项主要系采购媒介、服务及物料等的预付款项。报告期各期末，预付款项具体情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	增长率(%)	金额	增长率(%)	金额	增长率(%)
预付款项	2,798.83	47.04	1,903.43	80.73	1,053.17	272.84

2018年末，预付款项余额同比增加850.27万元，增幅为80.73%，主要系随着数字营销业务规模的不断扩大，预付的媒体资源采购款进一步增加。2019年末，预付款项余额同比增加895.40万元，增幅为47.04%，主要系预付的上市中介费用及媒体资源采购款增加。

报告期各期末，公司预付款项的账龄主要为一年以内，具体如下：

单位：万元

账龄	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
1年以内	2,678.54	95.70	1,829.88	96.14	1,004.68	95.40
1-2年	79.74	2.85	62.99	3.31	42.28	4.01
2-3年	37.74	1.35	4.36	0.23	3.39	0.32
3年以上	2.82	0.10	6.21	0.33	2.82	0.27
小计	2,798.83	100.00	1,903.43	100.00	1,053.17	100.00

截至2019年12月31日，公司预付款项余额中不存在预付持有公司5%（含5%）以上表决权股份股东的款项。

（4）其他应收款

报告期各期末，其他应收款的情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
账面余额	3,745.75	2,749.04	2,496.76
坏账准备	399.17	275.92	212.34
账面价值	3,346.57	2,473.12	2,284.42

公司其他应收款主要由保证金及押金、员工备用金等构成。其他应收款账面余额的具体构成情况如下：

单位：万元

款项性质	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
保证金及押金	3,521.67	94.02	2,505.80	91.15	2,319.94	92.92
员工备用金	68.10	1.82	127.43	4.64	65.30	2.62
代垫款	78.68	2.10	38.51	1.40	31.53	1.26
其他	77.30	2.06	77.30	2.81	80.00	3.20
合计	3,745.75	100.00	2,749.04	100.00	2,496.76	100.00

报告期各期末，其他应收款的增加主要系随着公司业务规模的迅速扩大，相应的履约保证金增加所致。公司业务开展过程中，与部分客户、供应商签订的合同中约定了一定金额的履约保证金，由于年末合同尚未执行完毕，故形成其他应收款。

(5) 存货

公司存货主要为库存商品及未结转的项目成本。报告期各期末，公司存货账面余额具体情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
库存商品	2.47	0.25	-	-	-	-
项目成本	979.91	99.75	184.00	100.00	185.68	100.00
合计	982.38	100.00	184.00	100.00	185.68	100.00

2017年末、2018年末和2019年末的存货余额主要系部分场景活动服务项目已发生相关项目费用，但由于客户尚未验收，公司未确认收入，因此亦未结转相应成本。

报告期各期末，存货不存在明显减值迹象，故未计提存货跌价准备。

(6) 其他流动资产

公司其他流动资产主要为待抵扣进项税、预付的房租及物业费等。报告期各期末，其他流动资产具体情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
待抵扣进项税	173.27	211.97	4.42
房租、物业费等	188.40	148.88	207.76
合计	361.66	360.85	212.18

2、非流动资产分析

报告期内，公司非流动资产主要由长期应收款、固定资产、无形资产、长期待摊费用及递延所得税资产构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
长期应收款	532.21	35.72	673.76	47.89	-	-
固定资产	295.68	19.84	165.75	11.78	121.41	30.52
无形资产	87.14	5.85	64.50	4.59	79.23	19.92
长期待摊费用	444.81	29.85	406.86	28.92	85.02	21.37
递延所得税资产	130.29	8.74	95.94	6.82	112.12	28.19
合计	1,490.14	100.00	1,406.81	100.00	397.78	100.00

(1) 长期应收款

公司长期应收款系发生分期收款销售业务产生，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
长期应收款	532.21	673.76	-

公司2018年末和2019年末的长期应收款系软件开发与系统集成业务发生分期收款销售，合同总金额为857.99万元。根据合同约定，客户在安装完成并验收合格后分五年等额付款，发行人以五年同期银行贷款利率作为折现率对未来收款进行折现确认销售收入并形成长期应收款。

(2) 固定资产

公司固定资产包括电子设备、运输设备和办公设备，具体情况如下：

单位：万元

固定资产	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
原值	578.31	100.00	495.95	100.00	426.98	100.00
电子设备	406.43	70.28	351.53	70.88	244.78	57.33
运输设备	158.22	27.36	130.76	26.37	130.76	30.62
办公设备	13.66	2.36	13.66	2.75	51.45	12.05
累计折旧	282.63	100.00	330.20	100.00	305.57	100.00
电子设备	251.02	88.82	193.67	58.65	145.94	47.76
运输设备	18.67	6.60	123.77	37.48	121.64	39.81
办公设备	12.94	4.58	12.76	3.87	38.00	12.43
固定资产账面价值	295.68	100.00	165.75	100.00	121.41	100.00
电子设备	155.41	52.56	157.86	95.24	98.84	81.41
运输设备	139.55	47.20	6.99	4.22	9.12	7.51
办公设备	0.72	0.24	0.90	0.54	13.46	11.08

报告期各期末，公司固定资产主要系办公用电子设备。2017年末至2019年末，固定资产原值逐年增加，主要系公司随着员工人数增加而购入办公用电子设备所致。公司固定资产使用状况良好，未发现减值的迹象，因此未计提固定资产减值准备。

发行人所属行业主要采取轻资产的运营模式，固定资产占比总体较小。

(3) 无形资产

公司无形资产包括广告媒体经营权和软件。报告期各期末，公司的无形资产构成情况如下：

单位：万元

无形资产	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
原值	383.31	100.00	334.57	100.00	476.27	100.00
软件	383.31	100.00	334.57	100.00	290.07	60.90
广告媒体经营权	-	-	-	-	186.20	39.10
累计摊销	296.17	100.00	270.07	100.00	397.05	100.00

无形资产	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
软件	296.17	100.00	270.07	100.00	223.26	56.23
广告媒体经营权	-	-	-	-	173.79	43.77
无形资产账面价值	87.14	100.00	64.50	100.00	79.23	100.00
软件	87.14	100.00	64.50	100.00	66.81	84.33
广告媒体经营权	-	-	-	-	12.41	15.67

上述广告媒体经营权主要为公司竞得的公开拍卖的户外媒体经营权，包括地下通道广告牌和户外单立柱广告牌等；软件主要系公司外购的办公软件、软件著作权。

2018年，广告媒体经营权陆续到期，导致公司无形资产原值减少。2019年无形资产原值有所增加，系本年增加办公类软件所致。

公司无形资产未出现减值迹象，故未计提减值准备。

(4) 长期待摊费用

公司长期待摊费用为校园公告栏建设成本及办公室装修费的摊销余额。报告期各期末，长期待摊费用具体明细如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
装修费	145.02	239.64	13.75
校园公告栏	299.79	167.21	71.27
合计	444.81	406.86	85.02

2018年末，长期待摊费用余额大幅增加，主要系公司对多处办公场所进行装修，同时新建校园公告栏所致。2019年末，长期待摊费用余额有所增加，系新建校园公告栏所致。

(5) 递延所得税资产

报告期内，公司递延所得税资产系提取坏账准备形成的暂时性差异，占比较低，影响较小。报告期内各期末，递延所得税资产具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	930.14	130.29	650.18	95.94	707.86	112.12
合计	930.14	130.29	650.18	95.94	707.86	112.12

（二）负债结构分析

公司负债以流动负债为主。报告期各期末，公司的负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
流动负债	45,914.71	97.04	39,117.03	98.99	31,974.35	95.81
非流动负债	1,400.00	2.96	400.00	1.01	1,400.00	4.19
合计	47,314.71	100.00	39,517.03	100.00	33,374.35	100.00

1、流动负债分析

公司流动负债主要为应付账款、预收款项、短期借款和应交税费等。报告期各期末，上述四项合计占比分别为 93.79%、93.24%和 96.29%。报告期内，公司流动负债构成如下：

单位：万元

流动负债	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	金额	占比（%）
短期借款	6,700.00	14.59	3,900.00	9.97	3,050.00	9.54
应付账款	30,081.04	65.52	25,695.65	65.69	21,376.82	66.86
预收款项	3,717.76	8.10	4,660.98	11.92	3,294.78	10.30
应付职工薪酬	1,625.11	3.54	1,397.13	3.57	904.02	2.83
应交税费	3,713.17	8.09	2,217.47	5.67	2,267.59	7.09
其他应付款	77.64	0.17	245.79	0.63	1,081.14	3.38
一年内到期的非流动负债	-	-	1,000.00	2.56	-	-
合计	45,914.71	100.00	39,117.03	100.00	31,974.35	100.00

2018 年末及 2019 年末，公司流动负债分别同比增长 22.34%和 17.38%，主要系公司业务快速扩张导致采购量大幅增长，应付账款相应增加所致。

(1) 短期借款

公司短期借款主要为保证借款，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
保证借款	4,700.00	3,900.00	2,850.00
信用借款	-	-	200.00
抵押借款	2,000.00	-	-
合计	6,700.00	3,900.00	3,050.00

截至 2019 年 12 月 31 日，公司未发生到期无法偿付银行借款的情况。

(2) 应付账款

报告期各期末，公司应付账款主要为应付供应商的媒体资源采购款，余额分别为 21,376.82 万元、25,695.65 万元和 30,081.04 万元。应付账款余额持续增加，主要系随着数字营销业务规模的持续扩大，公司从媒体供应商的采购规模增加所致。

报告期各期末，公司向供应商的付款进度正常，账龄在 1 年以内的应付账款余额占比分别为 99.12%、98.99% 和 99.74%。应付账款余额具体账龄分布情况如下：

单位：万元

账龄	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内 (含 1 年)	30,003.93	99.74	25,436.84	98.99	21,188.00	99.12
1-2 年 (含 2 年)	5.95	0.02	123.92	0.48	50.68	0.24
2-3 年 (含 3 年)	14.26	0.05	8.03	0.03	36.39	0.17
3 年以上	56.90	0.19	126.86	0.49	101.75	0.48
合计	30,081.04	100.00	25,695.65	100.00	21,376.82	100.00

截至 2019 年 12 月 31 日，应付账款余额中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份股东的款项。

(3) 预收款项

预收款项主要系公司向客户预收的广告投放款。报告期各期末，预收款项账龄主要为1年以内，具体账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1年以内 (含1年)	3,714.41	99.91	4,551.51	97.65	3,195.45	96.99
1至2年 (含2年)	-	-	60.86	1.31	38.31	1.16
2至3年 (含3年)	-	-	-	-	61.02	1.85
3年以上	3.35	0.09	48.62	1.04	-	-
合计	3,717.76	100.00	4,660.98	100.00	3,294.78	100.00

(4) 应付职工薪酬

2018年末及2019年末，公司应付职工薪酬余额有所增加，具体如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
短期薪酬	1,565.55	1,339.32	873.41
离职后福利-设定提存计划	59.56	57.81	30.61
合计	1,625.11	1,397.13	904.02

2018年末及2019年末，应付职工薪酬余额均快速增长，主要原因系随着业务规模的不断扩大，公司员工人数及薪酬水平增长所致。

(5) 应交税费

公司应交税费主要为应交企业所得税、应交增值税等，具体如下：

单位：万元

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
企业所得税	1,807.39	48.68	1,417.42	63.92	929.20	40.98
增值税	1,659.91	44.70	426.67	19.24	1,034.91	45.64
个人所得税	115.66	3.11	205.87	9.28	83.17	3.67
文化事业建设费	99.99	2.69	140.03	6.31	92.53	4.08
印花税	12.59	0.34	21.01	0.95	9.87	0.44

项目	2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
水利建设基金	6.91	0.19	5.32	0.24	19.63	0.87
城市维护建设税	6.25	0.17	0.63	0.03	57.23	2.52
教育费附加	4.47	0.12	0.52	0.02	41.06	1.81
防洪费	-	-	-	-	0.00	0.00
合计	3,713.17	100.00	2,217.47	100.00	2,267.59	100.00

2018 年末应交增值税较上年末有所减少，主要系当期 12 月可抵扣增值税进项税金额较高所致；应交企业所得税增加 488.23 万元，主要系营业收入规模进一步扩大所致。

2019 年末应交企业所得税有所增加，主要系公司盈利能力进一步增强，利润总额进一步增加所致；应交增值税有所增加，主要系营业收入规模进一步扩大所致。

(6) 其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款包括保证金及押金、关联方代付款及其他代收代付款，具体如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
保证金及押金	19.42	196.45	545.56
关联方代付款	-	-	487.13
其他代收代付款	58.21	49.34	48.44
合计	77.64	245.79	1,081.14

2017 年末，其他应付款余额较高，主要系为确保合同履行，公司向部分客户收取的履约保证金；2018 年末及 2019 年末，因部分合同到期，公司归还相应保证金，余额减少。

关联方代付款系公司应付实际控制人崔蕾的款项，详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易”之“（三）关联方应收应付款项余额”。

(7) 一年内到期的非流动负债

报告期各期末，公司一年内到期的非流动负债系一年内到期的长期借款，具体如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
一年内到期的长期借款	-	1,000.00	-
合计	-	1,000.00	-

上述一年内到期的长期借款系公司于 2017 年 6 月 29 日从北京银行取得的 2 年期借款，已于 2019 年 6 月 28 日到期。

2、非流动负债分析

公司非流动负债包括长期借款和长期应付款，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
长期借款	-	-	1,000.00
长期应付款	1,400.00	400.00	400.00
合计	1,400.00	400.00	1,400.00

2017 年末长期借款余额为 1,000.00 万元，系公司从北京银行取得的 2 年期借款。

2017 年末及 2018 年末，长期应付款余额均为 400.00 万元，系公司从西安投资控股有限公司取得的产业发展资金，使用期限为五年；2019 年末，长期应付款余额增加 1,000.00 万元，系新增从西安高新新兴产业投资基金合伙企业（有限合伙）取得的产业扶持引导资金，使用期限为三年。

报告期内，公司不存在已到期未偿还的长期借款或长期应付款。

(三) 偿债能力分析

1、公司偿债能力分析

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

财务指标	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率（倍）	1.82	1.64	1.62

财务指标	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
速动比率（倍）	1.80	1.64	1.61
资产负债率（母公司，%）	65.56	68.88	73.97
资产负债率（合并报表，%）	55.69	60.27	63.94
财务指标	2019 年度	2018 年度	2017 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	23,455.23	15,195.67	12,418.00
利息保障倍数（倍）	77.43	71.22	61.18

公司存货余额较小，故速动比率与流动比率基本一致。报告期各期末，速动比率与流动比率均大于 1，总体处于较高水平，表明公司具有较强的短期偿债能力。

2017 年末至 2019 年末，母公司口径及合并口径资产负债率逐年下降，公司偿债能力逐年增强。2017 年至 2019 年，公司息税折旧摊销前利润持续增加，2018 年及 2019 年分别同比增长 22.37% 和 54.94%；利息保障倍数保持较高水平，各期盈利能充分满足债务利息的偿付需要，偿债能力较强。

2、可比上市公司对比分析

公司主要偿债能力指标与可比上市公司对比情况如下：

可比公司	项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
分众传媒 (002027.SZ)	流动比率（倍）	N/A	3.41	2.85
	速动比率（倍）	N/A	3.41	2.85
	资产负债率（合并，%）	N/A	24.31	32.12
蓝色光标 (300058.SZ)	流动比率（倍）	N/A	1.02	1.05
	速动比率（倍）	N/A	1.02	1.05
	资产负债率（合并，%）	N/A	61.95	62.08
华媒控股 (000607.SZ)	流动比率（倍）	N/A	1.42	1.40
	速动比率（倍）	N/A	1.39	1.37
	资产负债率（合并，%）	N/A	34.68	37.37
省广集团 (002400.SZ)	流动比率（倍）	N/A	1.63	1.54
	速动比率（倍）	N/A	1.63	1.54
	资产负债率（合并，%）	N/A	40.20	46.95
华扬联众	流动比率（倍）	N/A	1.23	1.24

可比公司	项目	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
(603825.SH)	速动比率 (倍)	N/A	1.18	1.21
	资产负债率 (合并, %)	N/A	78.38	74.39
联创股份 (300343.SZ)	流动比率 (倍)	N/A	1.45	1.54
	速动比率 (倍)	N/A	1.42	1.50
	资产负债率 (合并, %)	N/A	43.50	27.05
利欧股份 (002131.SZ)	流动比率 (倍)	N/A	1.55	1.24
	速动比率 (倍)	N/A	1.46	1.15
	资产负债率 (合并, %)	N/A	50.79	42.58
平均值	流动比率 (倍)	N/A	1.67	1.55
	速动比率 (倍)	N/A	1.64	1.52
	资产负债率 (合并, %)	N/A	47.69	46.08
发行人	流动比率 (倍)	1.82	1.64	1.62
	速动比率 (倍)	1.80	1.64	1.61
	资产负债率 (合并, %)	55.69	60.27	63.94

数据来源: Wind 资讯、上市公司定期报告。

注: 截至本招股说明书签署日, 可比上市公司尚未披露 2019 年年报数据。

2017 年末及 2018 年末, 公司流动比率和速动比率与可比公司平均水平基本一致。

公司资产负债率高于可比公司平均水平, 主要系公司业务规模持续快速扩大, 经营性应付项目较高, 相比上市公司的融资渠道, 发行人主要依赖于银行短期借款和经营性负债来平衡资金的收支; 而可比公司均为已上市公司, 融资渠道多样, 总资产规模较大。本次募集资金到位后, 发行人资产负债率预计将显著降低。

报告期内, 公司负债主要是由正常经营过程中产生的应付账款、预收款项等无息债务构成, 债务成本较低; 同时, 公司的主要客户为电信运营商、金融、快速消费品和互联网等行业的知名客户, 资信状况良好, 报告期内回款情况良好, 为公司保持运营资金正常周转提供了保障。

（四）资产周转能力分析

1、公司资产周转能力分析

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

财务指标	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次）	4.10	3.51	3.37

报告期内，公司应收账款周转率持续提高，并处于较高水平；公司客户质量较高，资信良好，应收账款回收风险较低。

2、可比上市公司的对比情况

公司应收账款周转率与可比上市公司对比情况如下：

单位：次

可比公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
分众传媒（002027.SZ）	N/A	3.73	4.67
蓝色光标（300058.SZ）	N/A	3.82	2.74
华媒控股（000607.SZ）	N/A	4.76	4.14
省广集团（002400.SZ）	N/A	5.03	4.49
华扬联众（603825.SH）	N/A	2.92	2.78
联创股份（300343.SZ）	N/A	1.89	1.72
利欧股份（002131.SZ）	N/A	2.81	3.00
平均值	N/A	3.57	3.36
发行人	4.10	3.51	3.37

数据来源：Wind 资讯、上市公司定期报告。

注：截至本招股说明书签署日，可比上市公司尚未披露 2019 年年报数据。

2017 年末及 2018 年末，公司应收账款周转率与可比公司平均水平基本一致。

二、盈利能力分析

（一）营业收入分析

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业。报告期内，公司把握行业发展趋势，凭借专业的整合营销服务能力，协同整合了媒体与场景、线上与线下等营销信息传播渠道，能够多场景、广覆盖、高效率地传播客户营销信息，

满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求，协助客户实现吸引营销受众注意并促成购买行为、进而维持消费忠诚度的营销目标，因此营业收入实现快速增长，2018年和2019年分别同比增长44.97%和48.38%。公司营业收入情况如下：

单位：万元

服务类别	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
主营业务收入	163,142.61	100.00	109,951.12	100.00	75,686.08	99.79
其他业务收入	-	-	-	-	155.84	0.21
合计	163,142.61	100.00	109,951.12	100.00	75,841.92	100.00

公司主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务等，2017年至2019年，占营业收入的比重分别为99.79%、100.00%和100.00%，主营业务突出。公司其他业务收入主要为转租部分办公场所取得的收入。

1、主营业务收入分析

公司主营业务按类型分类，主要包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务。报告期内，数字营销服务收入规模及占比持续快速提高，2017年至2019年，占主营业务收入的比重分别为72.92%、80.64%和85.98%，已成为公司的主要收入来源；场景活动服务收入规模整体呈增长趋势；校园媒体营销服务处于国内领先地位。具体情况如下：

单位：万元

服务类别	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
数字营销服务	140,271.45	85.98	88,663.99	80.64	55,188.04	72.92
其中：广告投放代理	136,241.88	83.51	84,459.60	76.82	54,106.89	71.49
广告方案策划与执行	4,029.57	2.47	4,204.39	3.82	1,081.15	1.43
场景活动服务	14,111.15	8.65	15,775.10	14.35	10,389.41	13.73
校园媒体营销服务	2,073.35	1.27	3,414.05	3.11	4,461.07	5.89
其他主营业务	6,686.66	4.10	2,097.97	1.91	5,647.56	7.46
合计	163,142.61	100.00	109,951.12	100.00	75,686.08	100.00

公司其他主营业务收入主要包括社交媒体营销服务、软件开发与系统集成业务等，报告期内占比较小。其中，社会传统媒体营销服务主要系通过社区公告栏、机场大牌、地铁灯箱、道路标志牌、候车亭、广播等社会传统媒体开展。软件开发与系统集成业务系子公司西安酷软根据客户需求，为客户提供网络技术开发、移动网络产品研发和教育信息化系统集成等服务，主要产品包括高校智慧迎新网上报到平台、科研项目综合管理移动平台、旅游景点定制移动应用、“班班通”多媒体交互式教学综合解决方案等。

(1) 数字营销是公司主营业务收入的主要来源

随着互联网应用的快速发展，微博、微信、短视频、直播等新型互联网媒体不断涌现。互联网媒体通过更加精准、及时地定位受众群体，提高广告主产品与服务的曝光率及广告投放的转化率，逐渐成为一种主流的媒体资源形式，数字营销市场规模也随之呈现高速增长态势。公司积极把握数字营销行业发展机遇，持续增强自身的跨媒体资源整合能力，凭借在校园媒体营销服务和场景活动服务领域积累的深厚的行业经验、丰富的客户资源以及良好的市场口碑，实现了数字营销服务的高速发展。报告期内，公司数字营销服务收入由 2017 年的 55,188.04 万元增长至 2019 年的 140,271.45 万元，是主营业务收入的主要来源。

1) 广告投放代理收入规模持续快速增长

广告投放代理包括公司为客户提供的媒介策略、媒体资源采购、营销效果评估等服务。报告期内，公司广告投放代理收入规模持续快速增长，2018 年和 2019 年分别同比增长 56.10% 和 61.31%。

①国家产业政策的支持以及互联网行业和信息技术的飞速发展，为公司广告投放代理业务的发展创造了良好的外部条件

2016 年 7 月，国家工商总局正式印发了《广告产业发展“十三五”规划》，特别强调要探索广告业经营的新模式，以“互联网+广告”创新媒介形式，形成不同性质和领域间的媒介联动发展；支持广告业与互联网产业融合发展，规范数字广告程序化交易管理，建立新的数字广告生态；鼓励广告业以“互联网+广告”

为核心，实现跨媒介、跨平台、跨终端整合服务。

随着互联网产业的成熟以及互联网用户规模的扩大，网络经济规模持续增长，互联网媒体的营销价值迅速提升，相应带动广告主在互联网领域的广告投放热情。根据《现代广告》、《中国市场监管报》统计的数据，2015年-2018年，我国互联网广告营业额增长了108.11%，年均增长率为27.67%，呈现高速增长的趋势；2018年，我国互联网广告经营额已达到3,694亿元，是电视媒体、广播电台、报社广告、期刊社四类传统媒体营业额总额的1.80倍；互联网广告经营额占全部广告市场营业额的比例从2015年的29.70%快速提升至2018年的46.23%，是我国广告行业市场规模最大的一种广告形式。

此外，近年来我国信息技术创新和应用水平大幅提升，大数据等新兴技术快速兴起和发展，并不断向其他产业融合。大数据使得互联网广告投放更为精准，带来了广阔的市场需求。

②公司长期积累的营销服务经验和客户资源是广告投放代理业务快速发展的重要基础

经过长期发展，公司在营销服务领域积累了丰富的行业经验，并通过高效、及时、高质量的服务与较多大型优质客户建立了良好且紧密的业务关系。公司依托广泛、深入的客户资源和丰富的运营商、金融、消费品等行业营销服务经验，并基于对互联网广告行业和技术发展趋势的良好判断，快速布局互联网广告产业，吸引原有的线下客户通过公司进行互联网营销投放，满足客户跨媒体、多渠道的整合营销需求，带来广告投放代理业务规模快速增长。

③公司较强的媒体资源整合能力是广告投放代理业务快速发展的深层动力

媒体资源对广告投放的最终实现具有重大影响，广告公司需要具备优秀的媒体资源整合能力并与终端媒体保持长期稳定的合作关系，才能为客户提供全面、优质的营销服务。公司已与今日头条、微博、网易、腾讯、爱奇艺、搜狐、新浪、优酷土豆、凤凰网等国内众多知名互联网优势媒体建立了良好的业务合作关系，形成了多场景、跨平台的媒体资源整合能力，为公司广告投放代理业务规模的持

续增长提供了充足动力。

2) 广告方案策划与执行收入规模突破性增长，收入占比逐步提高

随着我国商品经济的繁荣发展，同质化、可替代的产品种类迅速增多，广告主愈发难以富有成效地对其产品或服务进行差异化营销，对形成优质广告作品至关重要的创意策划能力在广告行业中的重要性也将越来越强。为解决这一现实问题，广告主越来越倾向于选择具有较强创意策划能力的广告公司，以深入洞察其品牌的市场定位，发掘其产品或服务的营销亮点，创作具有特色的广告营销创意方案，吸引营销受众注意，提升营销传播效果。

报告期内，公司凭借专业的创意策划能力，为客户提供了包括品牌策略、创意策划、媒介策略等在内的广告方案策划与执行服务，公司的市场声誉和品牌影响力不断提升，该业务收入也快速增长，从 2017 年的 1,081.15 万元，增长至 2019 年的 4,029.57 万元，年均复合增长率为 93.06%。

(2) 场景活动服务收入整体呈现增长态势

公司的场景活动服务是指在文艺赛事、节目、会展、路演以及会议、发布会或座谈会等各种场景活动中，为客户提供创意策划、文案撰写、场地租赁、物料采购、活动现场管理协调等专业化服务。公司经过不断的积累，能够为客户设计出互动性、体验性及感染性较强的活动营销方案，通过在不同场景中植入客户品牌及产品服务信息，增强传播效果，满足广告主的品牌推广、产品营销等多样化营销需求；或者依托专业的会议组织及管理能力，圆满完成客户会议活动方案的执行工作，实现客户高标准的会议组织要求。

2017 年至 2019 年，公司场景活动服务收入规模分别为 10,389.41 万元、15,775.10 万元和 14,111.15 万元，整体呈现增长态势。2018 年，场景活动服务收入同比大幅增长，主要因为：

1) 经过对全国校园媒体资源的长期深耕，公司形成了优质的客户资源和较为广泛的渠道优势，并积累了深厚的大型活动策划服务经验，报告期内公司与原有客户保持了良好的合作关系；同时，部分客户的大型场景活动具有一定的持续

性。2018 年公司依托上述优势和业务特点，进一步加深与扩大同主要原有客户的合作力度，来自主要原有客户的收入有较高增长；

2) 公司进一步提高了场景活动服务的策划和执行能力，并加强对新客户的拓展力度，在 2018 年获取了一批优质新客户，如微梦创科网络科技（中国）有限公司（即微博的运营主体）、中国惠普有限公司等知名客户，扩大了收入来源。

(3) 公司在校园媒体营销服务领域处于领先地位

公司创业早期，即以校园公告栏、运动场围栏等校园媒体为切入点，深入开拓校园媒体资源。经过不断的发展积累，截至 2019 年末，公司校园媒体网络已覆盖全国 31 个省（自治区、直辖市）的 800 余所高校，具有较为明显的先发优势及规模优势。数量众多、品类多样、分布较为广泛的校园媒体是公司在校园媒体营销领域的核心竞争力。目前公司在校园媒体营销服务领域已处于国内领先地位。

报告期内，公司校园媒体营销服务收入金额有所下降，主要是由于公司虽然已经具有一定的校园媒体资源优势，但在全国范围内仍有较多校园媒体宣传点位尚待布局，因此有时还不能完全满足客户在特定校园媒体宣传点位的营销投放需求。

2、前五大客户情况

报告期内，公司前五大客户收入金额及占比如下：

期间	序号	客户名称	销售额（万元）	占营业收入比例
2019 年度	1	伊利集团	63,292.47	38.80%
	2	中国电信	24,497.01	15.02%
	3	中国移动	19,440.85	11.92%
	4	中国工商银行	8,742.10	5.36%
	5	中国农业银行	8,586.52	5.26%
			合计	124,558.94
2018 年度	1	伊利集团	25,684.23	23.36%
	2	中国电信	25,084.20	22.81%
	3	中国移动	20,623.46	18.76%

期间	序号	客户名称	销售额（万元）	占营业收入比例
	4	京东集团	5,762.68	5.24%
	5	中国工商银行	5,702.88	5.19%
	合计		82,857.46	75.36%
2017 年度	1	中国电信	30,413.65	40.10%
	2	中国移动	11,028.44	14.54%
	3	京东集团	8,854.64	11.68%
	4	中国工商银行	4,812.69	6.35%
	5	伊利集团	3,896.48	5.14%
	合计		59,005.90	77.80%

注：上述客户系按同一控制下的合并口径统计。

报告期内，公司前五大客户销售收入占营业收入的比重分别为 77.80%、75.36%和 76.35%，较为稳定。公司不存在向单个客户的销售比例超过营业收入 50%，或严重依赖于少数客户的情况。

（二）营业成本分析

1、营业成本随营业收入的增长而增长

报告期内，随着公司营业收入的增长，营业成本也相应增长。2018 年及 2019 年，营业成本分别同比增长 48.78%和 54.30%。公司营业成本结构如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	营业成本	比重（%）	营业成本	比重（%）	营业成本	比重（%）
主营业务成本	126,668.56	100.00	82,094.47	100.00	55,033.00	99.73
其他业务成本	-	-	-	-	146.47	0.27
合计	126,668.56	100.00	82,094.47	100.00	55,179.47	100.00

报告期内，公司主营业务突出，主营业务成本是公司营业成本的主要部分。

2、主营业务成本的具体构成

报告期内，发行人主营业务成本构成主要包括媒体资源成本、项目执行成本、材料成本、内容制作服务成本和自有媒体摊销成本。其中，媒体资源成本是主营业务成本最主要的构成部分，2017 年至 2019 年，媒体资源成本占主营业务成本的比重分别为 83.98%、83.63%和 90.18%，占比呈上升趋势，主要系数字营销业

务规模的迅速扩大引起的互联网媒体采购成本增加。具体情况如下：

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 (%)
媒体资源成本	114,234.16	90.18	68,658.59	83.63	46,217.66	83.98
项目执行成本	6,289.47	4.97	7,409.45	9.03	5,800.32	10.54
材料成本	1,900.35	1.50	2,482.98	3.02	1,225.98	2.23
内容制作服务成本	2,995.75	2.37	2,806.20	3.42	1,235.22	2.24
自有媒体摊销成本	309.96	0.24	73.59	0.09	235.88	0.43
其他成本	938.87	0.74	663.65	0.81	317.94	0.58
合计	126,668.56	100.00	82,094.47	100.00	55,033.00	100.00

注：其他成本主要为软件开发与系统集成业务中对外采购的电脑等硬件设备。

发行人的营业成本中未包含人工费用，人工费用全部作费用化处理。

发行人最主要的业务包括数字营销服务中的广告投放代理服务、场景活动服务、校园媒体营销服务。主要业务的具体成本构成如下：

(1) 广告投放代理服务的成本 99%以上为媒体资源成本

报告期内，发行人广告投放代理服务的成本构成情况如下：

单位：万元

成本类型	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
媒体资源成本	109,728.12	99.41	66,234.48	99.77	41,975.22	99.95
内容制作服务成本	647.97	0.59	150.47	0.23	21.68	0.05
合计	110,376.09	100.00	66,384.95	100.00	41,996.89	100.00

广告投放代理服务成本包括媒体资源成本和内容制作服务成本。其中，媒体资源成本为发行人采购互联网媒体资源的成本，内容制作服务成本包括视频拍摄、画面美工、成果展示等成本。

报告期内，广告投放代理服务的成本中媒体资源成本占比均为 99%以上，占比较为稳定。

(2) 场景活动服务成本主要为项目执行成本

报告期内，发行人场景活动服务的成本构成情况如下：

单位：万元

成本类型	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
项目执行成本	5,609.04	61.56	6,727.61	60.80	4,378.45	64.44
材料成本	1,900.35	20.86	2,482.98	22.44	1,225.98	18.04
内容制作服务成本	1,602.20	17.58	1,854.59	16.76	1,190.50	17.52
合计	9,111.59	100.00	11,065.18	100.00	6,794.92	100.00

场景活动服务成本包括项目执行成本、材料成本和内容制作服务成本。其中，项目执行成本包括场地搭建、场所及设备租赁、现场服务及差旅等成本，材料成本包括活动器材及消费品、印刷喷绘、展具展示等物料成本，内容制作服务成本主要包括视频制作、美工等成本。

报告期内，场景活动服务成本构成较为稳定。其中，项目执行成本占比在 60%-64% 左右，材料成本占比在 18%-22% 左右，内容制作服务成本占比在 17% 左右。

(3) 校园媒体营销服务成本主要为项目执行成本和媒体资源成本

报告期内，发行人校园媒体营销服务的成本构成情况如下：

单位：万元

成本类型	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
项目执行成本	353.91	44.47	623.06	51.83	712.31	43.96
媒体资源成本	328.55	41.28	510.16	42.44	730.19	45.06
自有媒体摊销成本	113.37	14.25	68.79	5.72	177.99	10.98
合计	795.83	100.00	1,202.01	100.00	1,620.48	100.00

校园媒体营销服务成本包括项目执行成本、媒体资源成本和自有媒体摊销成本。其中，项目执行成本包括营销宣传材料的制作、上下刊及巡刊维护等费用，媒体资源成本包括外采的校园公告栏、运动场围栏等校园媒体资源成本，自有媒体摊销成本主要为发行人自有的校园公告栏摊销。

（三）毛利规模持续快速增长

2017年至2019年，公司毛利金额分别为20,662.45万元、27,856.65万元和36,474.05万元，2018年及2019年的增长率分别为34.82%和30.93%，呈快速增长态势。公司毛利按业务类型构成明细情况如下：

单位：万元

业务类别		2019年度		2018年度		2017年度	
		金额	比重(%)	金额	比重(%)	金额	比重(%)
主营业务毛利	数字营销服务	28,415.58	77.91	20,183.46	72.45	12,784.53	61.87
	其中：广告投放代理	25,865.79	70.92	18,074.65	64.88	12,109.99	58.61
	广告方案策划与执行	2,549.79	6.99	2,108.81	7.57	674.54	3.26
	场景活动服务	4,999.57	13.71	4,709.92	16.91	3,594.49	17.40
	校园媒体营销服务	1,277.52	3.50	2,212.04	7.94	2,840.59	13.75
	其他主营业务	1,781.38	4.88	751.23	2.70	1,433.46	6.94
	小计	36,474.05	100.00	27,856.65	100.00	20,653.07	99.95
其他业务毛利		-	-	-	-	9.38	0.05
合计		36,474.05	100.00	27,856.65	100.00	20,662.45	100.00

2017年至2019年，随着数字营销服务规模的不断扩大，其逐渐成为公司毛利的主要来源，占公司毛利的比重分别为61.87%、72.45%和77.91%。

（四）综合毛利率分析

1、综合毛利率与业务结构密切相关

2017年至2019年，公司综合毛利率分别为27.24%、25.34%和22.36%，综合毛利率变动主要系收入构成变化所致。报告期内，各业务类型毛利率对综合毛利率的贡献如下表所示：

单位：%

项目	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	毛利率	收入占比	毛利贡献率	毛利率	收入占比	毛利贡献率	毛利率	收入占比	毛利贡献率
数字营销服务	20.26	85.98	17.42	22.76	80.64	18.36	23.17	72.77	16.86
其中：广告投放代理	18.99	83.51	15.85	21.40	76.82	16.44	22.38	71.34	15.97
广告方案策划与执行	63.28	2.47	1.56	50.16	3.82	1.92	62.39	1.43	0.89
场景活动服务	35.43	8.65	3.06	29.86	14.35	4.28	34.60	13.70	4.74
校园媒体营销服务	61.62	1.27	0.78	64.79	3.11	2.01	63.68	5.88	3.75
其他主营业务	26.64	4.10	1.09	35.81	1.91	0.68	25.38	7.45	1.89
其他业务	-	-	-	-	-	-	6.02	0.21	0.01
综合毛利率	22.36	100.00	22.36	25.34	100.00	25.34	27.24	100.00	27.24

公司综合毛利率与各业务的比重紧密相关。报告期内，公司数字营销服务收入规模实现快速增长，收入占比由 2017 年的 72.77% 逐年提升至 2019 年的 85.98%。由于数字营销服务的毛利率与场景活动服务、校园媒体营销服务的毛利率相比相对较低，故其收入占比的迅速上升拉低了公司的综合毛利率水平。

2、各业务类型毛利率变动分析

公司各类主营业务中，数字营销服务中的广告投放代理的毛利率相对较低，而数字营销服务中的广告方案策划与执行、校园媒体营销服务的毛利率相对较高。公司各类主营业务毛利率情况如下表所示：

单位：%

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
数字营销服务	20.26	22.76	23.17
其中：广告投放代理	18.99	21.40	22.38
广告方案策划与执行	63.28	50.16	62.39
场景活动服务	35.43	29.86	34.60
校园媒体营销服务	61.62	64.79	63.68
其他主营业务	26.64	35.81	25.38
主营业务毛利率	22.36	25.34	27.29
其他业务毛利率	-	-	6.02
综合毛利率	22.36	25.34	27.24

报告期内，公司各类主营业务毛利率变化的具体情况如下：

(1) 数字营销服务毛利率分析

1) 广告投放代理业务的毛利率变化系客户所处行业分布变化引起

2017年至2019年，广告投放代理业务的毛利率分别为22.38%、21.40%和18.99%。2019年毛利率较低，主要由于来自毛利率较低快速消费品行业的收入占比提升。

2) 广告方案策划与执行对创意要求较高，故毛利率相对较高

公司提供的广告方案策划与执行以创意为核心，需要公司基于对广告主及其产品与服务的深入洞察，发掘客户产品或服务的营销亮点，提出营销创意，策划出既契合广告主产品与服务特色又易于被营销受众群体接受的广告营销创意方案，属于有针对性的差异化、个性化服务，且对创意策划团队的专业技能、行业经验等要求较高，具有较高的人才壁垒，因此毛利率相对较高。

公司2017年至2019年广告方案策划与执行毛利率分别为62.39%、50.16%和63.28%。2018年毛利率较低，主要是由于客户行业分布变化以及部分行业毛利率变化所致。

(2) 场景活动服务毛利率波动主要系部分行业毛利率变化所致

2017年至2019年，场景活动服务毛利率分别为34.60%、29.86%和35.43%。2018年场景活动服务毛利率较低，主要系运营商行业客户的毛利率下降所致。

(3) 校园媒体营销服务所依赖的较多自有媒体已摊销完毕，毛利率相对较高

校园媒体营销服务主要系发行人利用校园公告栏、运动场围栏等校园媒体资源为客户提供营销服务，发行人的校园媒体主要为自有媒体，且较多校园媒体已摊销完毕，成本较低，因此该业务的毛利率较高。

2017年至2019年，校园媒体营销服务毛利率分别为63.68%、64.79%和61.62%，毛利率相对稳定。

3、与可比公司的毛利率比较

报告期内，公司广告投放代理业务毛利率与可比公司平均水平相比存在差

异，主要系客户所处行业分布不同所致；公司其他业务毛利率与可比公司的毛利率平均水平较为一致。

(1) 数字营销服务

1) 受客户行业分布差异影响，公司广告投放代理业务毛利率与可比公司平均水平存在差异

对比可比公司，省广集团（002400.SZ）的数字营销业务、华扬联众（603825.SH）的广告投放代理业务和蓝色光标（300058.SZ）的数字营销业务、联创股份（300343.SZ）的数字营销/广告代理业务、利欧股份（002131.SZ）的媒介代理服务与公司的广告投放代理业务较为相似，毛利率对比如下：

单位：%

公司名称/代码	业务类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
省广集团（002400.SZ）	数字营销	N/A	16.39	16.14
华扬联众（603825.SH）	广告投放代理业务/互联网广告服务注	N/A	11.90	9.45
蓝色光标（300058.SZ）	全案广告代理/数字营销/数据科技业务	N/A	20.75	16.17
联创股份（300343.SZ）	数字营销/广告代理	N/A	17.24	26.29
利欧股份（002131.SZ）	媒介代理服务	N/A	6.98	10.79
可比公司平均		N/A	14.65	15.77
三人行	广告投放代理	18.99	21.40	22.38

数据来源：Wind 资讯、上市公司定期报告。

注：华扬联众 2018 年年报将广告投放代理业务和广告策划与制作合并为互联网广告服务披露，未单独披露广告投放代理业务毛利率，此处用互联网广告服务的毛利率进行分析；截至本招股说明书签署日，可比上市公司尚未披露 2019 年年报数据。

报告期内，公司广告投放代理业务的客户行业分布包括电信运营商、金融、互联网、快速消费品等行业；而根据可比公司公开披露的资料，其客户行业分布包括汽车、快速消费品、电子商务、IT、广告等行业。由于不同行业客户的毛利率存在较大差异，故公司广告投放代理业务的毛利率与可比公司平均水平存在差异。

2) 2017 年及 2018 年广告方案策划与执行业务毛利率与可比公司较为接近

对比可比公司，华扬联众（603825.SH）的广告策划与制作服务、利欧股份

(002131.SZ) 的数字营销服务与公司的广告方案策划与执行业务较为相似，毛利率对比如下：

单位：%

公司名称/代码	业务类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
华扬联众 (603825.SH)	广告策划与制作服务	N/A	N/A ^注	52.03
利欧股份 (002131.SZ)	数字营销服务	N/A	57.74	62.16
可比公司平均		N/A	57.74	57.10
三人行	广告方案策划与执行	63.28	50.16	62.39

数据来源：Wind 资讯、上市公司定期报告。

注：华扬联众 2018 年年报将广告投放代理业务和广告策划与制作合并为互联网广告服务披露，未单独披露广告策划与制作服务毛利率；截至本招股说明书签署日，可比上市公司尚未披露 2019 年年报数据。

(2) 场景活动服务毛利率与可比公司平均水平较为一致

对比可比公司，蓝色光标 (300058.SZ) 的服务业务和华媒控股 (000607.SZ) 的广告及策划业务与公司的场景活动服务较为相近。2017 年及 2018 年，公司场景活动服务毛利率与可比公司平均水平及变动趋势较为一致。

单位：%

公司名称/代码	业务类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
蓝色光标 (300058.SZ)	服务业务	N/A	25.36	41.07
华媒控股 (000607.SZ)	广告及策划业务	N/A	25.65	33.75
可比公司平均		N/A	25.51	37.41
三人行	场景活动服务	35.43	29.86	34.60

数据来源：Wind 资讯、上市公司定期报告。

注：截至本招股说明书签署日，可比上市公司尚未披露 2019 年年报数据。

(3) 校园媒体营销服务毛利率与可比公司较为一致

对比可比公司，分众传媒 (002027.SZ) 与公司校园媒体营销服务的业务模式较为相似，毛利率对比如下：

单位：%

公司名称/代码	业务类型	2019 年度	2018 年度	2017 年度
分众传媒 (002027.SZ)	综合毛利率	N/A	66.21	72.72
三人行	校园媒体营销服务毛利率	61.62	64.79	63.68

数据来源：Wind 资讯、上市公司定期报告。

注：截至本招股说明书签署日，可比上市公司尚未披露 2019 年年报数据。

2018 年，公司校园媒体营销服务毛利率与可比公司毛利率较为一致。2017 年公司毛利率低于可比公司毛利率，主要系公司为加大校园运动场围栏市场布局，增加了该类资源采购数量，成本有所上升所致。

（五）期间费用分析

报告期内，公司发生的期间费用及其占营业收入的比例情况如下：

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 (%)
销售费用	10,689.45	6.55	8,925.09	8.12	5,452.30	7.19
管理费用	3,333.11	2.04	3,098.66	2.82	2,108.31	2.78
研发费用	228.77	0.14	351.38	0.32	185.58	0.24
财务费用	334.54	0.21	222.63	0.20	243.15	0.32
期间费用合计	14,585.87	8.94	12,597.76	11.46	7,989.34	10.53

2017 年至 2019 年，公司期间费用随着业务规模的扩大而呈现持续增长态势。

1、销售费用分析

报告期内，公司销售费用主要由职工薪酬构成，各年度公司销售费用明细如下：

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 (%)
职工薪酬	8,909.68	83.35	7,307.60	81.88	4,244.56	77.85
招待费	493.82	4.62	453.06	5.08	452.76	8.30
差旅交通费	379.31	3.55	387.84	4.35	293.15	5.38
投标宣传支出	402.31	3.76	363.11	4.07	191.81	3.52
房租物业费	302.84	2.83	261.39	2.93	113.51	2.08
办公支出	151.59	1.42	106.04	1.19	121.79	2.23
摊销折旧支出	17.75	0.17	14.93	0.17	12.93	0.24
维修费	18.34	0.17	6.73	0.08	16.06	0.29
其他	13.81	0.13	24.39	0.27	5.73	0.11

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
合计	10,689.45	100.00	8,925.09	100.00	5,452.30	100.00

(1) 职工薪酬

2017 年至 2019 年，销售费用中职工薪酬总额持续增加，一方面系随着公司营业收入快速增长，业务规模持续扩大，公司不断加大人员投入，扩大了业务团队规模，计入销售费用薪酬的人员数量持续增加；另一方面系公司为吸引优秀的广告行业人才，人均薪酬有所增加。

(2) 与可比上市公司比较

报告期内，同行业可比公司销售费用率对比情况如下：

公司简称	销售费用率 (%)		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度
分众传媒 (002027.SZ)	N/A	16.02	16.63
蓝色光标 (300058.SZ)	N/A	4.19	7.50
华媒控股 (000607.SZ)	N/A	7.53	6.28
省广集团 (002400.SZ)	N/A	4.52	5.85
华扬联众 (603825.SH)	N/A	3.41	6.44
联创股份 (300343.SZ)	N/A	4.47	4.22
利欧股份 (002131.SZ)	N/A	3.89	4.15
可比公司平均	N/A	6.29	7.30
三人行	6.55	8.12	7.19

数据来源：Wind 资讯、上市公司定期报告；截至本招股说明书签署日，可比上市公司尚未披露 2019 年年报数据。

2017 年及 2018 年，公司销售费用率与可比公司平均水平较为一致。

2、管理费用分析

报告期内，公司管理费用主要由职工薪酬、房租物业水电费等构成，2017 年、2018 年及 2019 年上述两项占比合计分别为 52.09%、65.98% 和 65.21%。各年度公司管理费用明细如下：

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 (%)
职工薪酬	1,561.92	46.86	1,318.80	42.56	680.37	32.27
房租物业水电费	611.51	18.35	725.85	23.42	417.87	19.82
办公费	210.54	6.32	199.12	6.43	209.75	9.95
招待费	300.47	9.01	268.07	8.65	165.11	7.83
差旅费	237.49	7.13	248.23	8.01	134.86	6.40
维修费	79.92	2.40	66.22	2.14	65.56	3.11
折旧	66.52	2.00	53.46	1.73	60.26	2.86
中介费	156.79	4.70	47.42	1.53	106.98	5.07
无形资产摊销	26.10	0.78	46.81	1.51	78.38	3.72
其他	81.86	2.46	124.69	4.02	189.18	8.97
合计	3,333.11	100.00	3,098.66	100.00	2,108.31	100.00

(1) 职工薪酬

2018 年及 2019 年职工薪酬金额持续增加，一方面系为满足业务规模扩大而带来的管理需求，公司管理人员数量相应增加；另一方面系由于公司业绩持续向好，为激励管理人员，管理人员平均薪酬有所增加。

(2) 房租物业水电费

2018 年，因公司人员规模进一步增加，公司将前期转租的部分办公场所收回自用，并新增租赁多处办公场所，故造成房租物业水电费 2018 年持续增加。

(3) 与可比上市公司比较

报告期内，发行人与同行业可比公司的管理费用率对比情况如下：

公司简称	管理费用率 (%)		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度
分众传媒 (002027.SZ)	N/A	2.83	2.51
蓝色光标 (300058.SZ)	N/A	3.87	6.14
华媒控股 (000607.SZ)	N/A	9.83	8.94
省广集团 (002400.SZ)	N/A	1.98	1.82
华扬联众 (603825.SH)	N/A	1.41	1.39

公司简称	管理费用率 (%)		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度
联创股份 (300343.SZ)	N/A	3.77	3.30
利欧股份 (002131.SZ)	N/A	3.79	3.86
可比公司平均	N/A	3.93	3.99
发行人	2.04	2.82	2.78

数据来源：Wind 资讯、上市公司定期报告。

注：可比公司的管理费用率均已剔除研发费用；截至本招股说明书签署日，可比上市公司尚未披露 2019 年年报数据。

2017 年及 2018 年，公司管理费用率略低于同行业平均水平，一方面因为公司数字营销业务收入占比较高，而数字营销业务中单个客户的营销投放量通常较大，边际管理成本更低；另一方面，公司拥有的固定资产和无形资产较少，相应的折旧、摊销费用较低；此外，公司主要业务均与广告业务相关，业务之间的协同性较高，便于管理，需要的管理人员相对较少，而部分可比上市公司存在非广告类业务。

3、研发费用分析

2017 年至 2019 年，公司研发费用金额分别为 185.58 万元、351.38 万元和 228.77 万元。

4、财务费用分析

报告期内，公司财务费用明细如下：

单位：万元

类别	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息支出	298.81	209.97	196.27
减：利息收入	75.78	77.55	39.81
汇兑损失	0.01	-	-
减：汇兑收益	-	-	-
其他	111.50	90.21	86.69
合计	334.54	222.63	243.15

2018 年，公司财务费用基本稳定。2019 年财务费用有所增加，主要系当期借款增加，导致利息支出增加所致。

（六）信用减值损失

2019 年度，公司发生的信用减值损失明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度
坏账准备	292.48
合计	292.48

（七）资产减值损失

2017 年至 2019 年，公司发生的资产减值损失明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账准备	-	146.58	338.10
合计	-	146.58	338.10

公司根据最新《企业会计准则》及相关会计制度的规定，结合自身实际情况制定了应收款项坏账准备、存货跌价准备、固定资产减值准备等资产减值准备的计提政策。

报告期内，公司按照谨慎性原则计提应收账款及其他应收款的坏账准备。除此之外，公司不存在资产减值的情形，未计提其他资产减值准备。公司资产减值损失随坏账准备的计提而变动。

（八）其他收益

报告期内，公司其他收益明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
政府补助	1,378.80	495.66	423.62
进项税加计抵减	443.35	-	-
合计	1,822.15	495.66	423.62

其中，政府补助均为与收益相关的政府补助。报告期内，公司取得的政府补助明细如下：

单位：万元

序号	补助项目	金额	文件依据
2019 年度			
1	江西省抚州市高新区财政补贴	48.06	《江西抚州国家高新技术产业园文化产业入园协议》
2	合肥市蜀山区财政国库支付中心财政奖励	10.00	《蜀山区人民政府办公室关于印发 2017 年蜀山区促进新型工业化发展政策实施细则等 9 个实施细则的通知》
3	国家高新技术企业奖励	10.00	《陕西省财政厅关于下达 2019 年第三批省级财政科技计划项目补助经费的通知》（陕财办教〔2019〕150 号）
4	西安市 2019 年度支持企业融资发展资金（上市奖励）	104.00	《西安市人民政府金融工作办公室 西安市财政局 关于开展 2019 年度支持企业融资发展资金（上市奖励）申报工作的通知》（市金融发〔2018〕49 号）
5	西安高新区 2018 年度三次创业系列优惠政策-企业上市补贴	400.00	《西安高新区管委会关于落实 2018 年度高新区三次创业系列政策（第一批）的公示》
6	西安高新区 2018 年度三次创业系列优惠政策-鼓励民营企业开展产业链配套协作	100.00	
7	办公用房补贴、经营贡献奖励等政策性扶持基金	85.44	《武汉市江汉区支持设立三人行华中区总部合作协议书》
8	2018 年度西安市总部企业奖励	207.17	西安市投资合作局《关于发放 2018 年度总部企业奖励的通知》
9	高新区突出贡献企业奖励	30.00	《中共西安高新区工委 西安高新区管委会关于表彰 2018 年度西安高新区突出贡献企业的决定》（高新党发〔2019〕60 号）
10	稳岗补贴	1.13	北京市人力资源和社会保障局、北京市财政局、北京市发展和改革委员会、北京市经济和信息化委员会《关于失业保险支持企业稳定岗位有关问题的通知》（京人社就发〔2015〕186 号）
11	贷款贴息	15.00	《2018 年 7 月-12 月科技金融贷款企业贴息受理通知》
12	2019 年西安市文化产业发展政策补贴资金	100.00	《2019 年西安市文化产业发展专项资金申报指南》
13	西安科技局科技技术成果转化奖励	7.74	《关于对拟获得 2018 年度西安市技术转移输出方后补助单位进行公示的通知》
14	第二届西安市文化创意产业十佳人物奖励款	5.00	《中共西安市委宣传部关于表彰第二届西安市文化创意产业”

序号	补助项目	金额	文件依据
			“十佳企业”“十佳人物”的决定》市宣发〔2019〕48号
15	2019年陕西省级文化产业发展专项资金补贴	250.00	《2019年全省文化产业发展专项资金项目申报指南》
16	武汉市统计平台新增报表企业奖励	5.00	武汉市人民政府关于印发武汉市加快服务业高质量发展若干政策的通知》（武政规〔2019〕1号）
17	个税返还	0.25	-
合计		1,378.80	-
2018年度			
1	江西省抚州市高新区财政补贴	132.97	《江西抚州国家高新技术产业园文化产业入园协议》
2	上市备案高新区奖励一期	50.00	《西安国家自主创新示范区关于金融支持产业发展的若干政策》
3	西安高新区补贴款	26.81	《西安国家自主创新示范区关于金融支持产业发展的若干政策》实施细则
4	西安高新区技术贸易奖励政策补贴	45.00	《西安国家自主创新示范区关于鼓励企业自主创新的若干政策》
5	西安高新区支持大企业申报高企奖励政策补贴	15.00	《西安国家自主创新示范区关于鼓励企业自主创新的若干政策》
6	西安高新区核心人才补贴政策补贴	3.00	《西安国家自主创新示范区关于加快高层次人才聚集的若干政策》
7	西安高新技术产业开发区信用服务中心技术贸易奖励	35.00	《西安国家自主创新示范区关于鼓励企业自主创新的若干政策》
8	高新区高新技术企业奖励	6.00	《西安国家自主创新示范区关于鼓励企业自主创新的若干政策》
9	高新区雏鹰企业研发费用补贴	30.00	《西安国家自主创新示范区科技企业梯度培育政策》
10	高新区优秀雏鹰企业奖励	20.00	《西安国家自主创新示范区科技企业梯度培育政策》
11	陕西省科技厅重大科技项目的奖励	30.00	《关于征集2018年度陕西省重大科技创新专项资金项目(陕西省科技企业培育计划项目)的通知》（陕科发[2017]16号）
12	西安十佳文创企业奖金	30.00	中共西安市委宣传部《关于表彰2017年度全市文化创意产业“十佳企业”、“十佳人物”的决定》

序号	补助项目	金额	文件依据
13	国家和市级高新技术企业首次认定市级奖励	20.00	《西安市科学技术局关于对2017年度首次认定的高新技术企业进行奖励补助的通知》
14	陕西省重点上市后备企业奖励补贴	20.00	西安市金融办《2017年西安市鼓励企业上市发展专项资金申报指南》
15	2017年度西安市高新区优秀双创企业的奖金	10.51	中共西安高新区委、西安高新区管委会《关于表彰2017年度西安高新区突出贡献企业的决定》
16	合肥市高新企业培育款	10.00	合肥市科技局《关于公示合肥市2017年度市级高新技术企业拟认定名单的通知》
17	陕西省科学技术厅高企省级奖励	10.00	西安市高新区创新发展局《获得2017年度国家级高新技术企业奖励的通知》
18	天津市武清区财政补贴	0.88	川行网络与天津市武清区黄花店镇企业服务中心签订的《协议书》
19	中共西安高新技术产业开发区工作委员会补助	0.38	中共西安高新区非公党建工委关于印发《西安高新区非公经济和社会组织党组织党费返还有关规定》的通知
20	合肥市蜀山区财政国库支付中心财政奖励	0.10	-
合计		495.66	-
2017年度			
1	江西省抚州市高新区财政补贴	221.55	《江西抚州国家高新技术产业园文化产业入园协议》
2	2016年高新区融资贴息补贴款	77.03	西安高新区信用服务中心《西安高新区2016年度企业优惠扶持政策申报受理通知》、西安市高新区信用服务中心《关于“2016年度加快创新驱动发展系列政策”拨付资金的通知（第一批）》、《西安高新区管委会关于促进科技与金融结合的若干政策》
3	2016年度陕西省重点上市后备企业补助	50.00	西安市政府金融办《关于做好2016年省市重点上市挂牌后备企业申报工作的通知》
4	天津市武清区财政补贴	41.54	川行网络与天津市武清区黄花店镇企业服务中心签订的《协议书》
5	2016年西安高新区战略新兴企业表彰奖励	32.50	西安高新区管委会《关于2016年度西安高新区突出贡献企业表彰名单的公示》

序号	补助项目	金额	文件依据
6	2016年驰（著）名商标奖励	1.00	西安市政府办公厅《西安市实施名牌战略扶持企业创驰（著）名商标奖励资金管理辦法》
合计		423.62	-

（九）投资收益

报告期内各年度，公司取得的投资收益明细如下：

单位：万元

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	136.94
合计	-	-	136.94

2017年的投资收益为136.94万元，系公司当年自橙叶投资退伙取得的投资收益。

（十）营业外收支分析

1、营业外收入分析

2017年度和2019年度，公司的营业外收入分别为0.10万元和15.69万元，2018年无营业外收入。具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业外收入	15.69	-	0.10
合计	15.69	-	0.10

2019年的营业外收入主要为以前年度多缴纳的所得税退回及从供应商取得的优秀合作奖励。

2、营业外支出分析

报告期内，公司营业外支出金额较小，主要为公益性捐赠支出。公司营业外支出的明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公益性捐赠支出	51.00	53.00	1.00
其他	0.13	1.13	-

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
合计	51.13	54.13	1.00

（十一）所得税费用

1、所得税费用

报告期内，公司所得税费用明细如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期所得税费用	3,510.12	2,324.49	2,016.88
递延所得税费用	-34.36	16.19	18.99
合计	3,475.76	2,340.68	2,035.87

2018 年及 2019 年公司当期所得税费用有所提高，主要系营业收入增长导致的利润总额有所增加。

2、所得税费用与会计利润的关系

报告期各年度，公司所得税费用与会计利润关系的情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	22,838.06	14,743.74	11,812.14
按法定税率计算的所得税费用	3,425.71	2,402.46	2,123.33
子公司适用不同税率的影响	2.12	-92.00	-137.60
调整以前期间所得税的影响	-	-	-
非应税收入的影响	-	-	-20.54
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	47.93	30.23	70.69
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-	-	-
所得税费用	3,475.76	2,340.68	2,035.87

（十二）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益主要为政府补助。2017 年、2018 年和 2019 年，归属于母公司股东的非经常性损益净额分别为 450.35 万元、341.89 万元和 1,152.58 万元，占各年度归属于母公司股东净利润的比例分别为 4.61%、2.76%

和 5.95%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 9,325.92 万元、12,061.17 万元和 18,209.72 万元。报告期内，公司非经常性损益对经营成果不构成重大影响。

非经常性损益构成明细详见“第十节 财务会计信息”之“六、非经常性损益”。

三、现金流量分析

报告期内，公司的现金流量基本情况如下所示：

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	14,050.36	7,794.69	13,169.00
投资活动产生的现金流量净额	-318.14	-210.47	64.85
筹资活动产生的现金流量净额	-5,295.29	-4,477.14	-2,977.07
现金及现金等价物净增加额	8,436.93	3,107.09	10,256.77

（一）经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动现金流量的具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	161,825.45	102,408.25	73,236.64
收到的税费返还	48.06	133.81	263.09
收到的其他与经营活动有关的现金	3,999.63	1,456.07	572.44
经营活动现金流入小计	165,873.14	103,998.13	74,072.17
购买商品、接受劳务支付的现金	128,102.87	75,028.98	45,544.61
支付给职工以及为职工支付的现金	10,563.44	8,300.84	4,624.50
支付的各项税费	5,481.51	5,386.26	5,415.00
支付的其他与经营活动有关的现金	7,674.96	7,487.36	5,319.06
经营活动现金流出小计	151,822.78	96,203.44	60,903.17
经营活动产生的现金流量净额	14,050.36	7,794.69	13,169.00

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入关系如下表：

单位：万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
销售商品、提供劳务收到的现金	161,825.45	102,408.25	73,236.64
营业收入	163,142.61	109,951.12	75,841.92
销售商品、提供劳务收到的现金/ 营业收入	99.19%	93.14%	96.56%

2017年至2019年，公司销售商品、提供劳务收到的现金占同期营业收入的比重整体呈上升趋势，主要系公司加强了应收账款管理力度。2017年至2019年，公司销售商品、提供劳务收到的现金合计数与营业收入合计数的比值为96.71%，较为合理。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的关系如下表：

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	14,050.36	7,794.69	13,169.00
净利润	19,362.31	12,403.05	9,776.27
经营活动产生的现金流量净额/ 净利润	72.57%	62.84%	134.70%

2017年至2019年，公司经营活动产生的现金流量净额合计数与净利润合计数的比值为84.29%，较为合理。

综上所述，报告期内公司营业收入回款良好，经营活动现金流量较为健康。

（二）投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生现金流量情况如下表：

单位：万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
收回投资收到的现金	-	-	1,920.00
取得投资收益收到的现金	-	-	136.94
处置固定资产、无形资产和其他长期资产 收回的现金净额	23.21	3.38	40.04
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流入小计	23.21	3.38	2,096.98
购建固定资产、无形资产和其他长期资产 支付的现金	341.35	213.85	112.14
投资支付的现金	-	-	1,920.00

项目	2019年度	2018年度	2017年度
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
投资活动现金流出小计	341.35	213.85	2,032.14
投资活动产生的现金流量净额	-318.14	-210.47	64.85

2017年，公司投资活动现金流量主要系公司对外投资产生。2018年及2019年，公司投资活动现金流主要系购建电脑等电子设备和新建校园公告栏等支付的现金。

(三) 筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2019年度	2018年度	2017年度
取得借款收到的现金	11,512.30	4,300.00	5,100.00
收到其他与筹资活动有关的现金	1,000.00	-	100.00
筹资活动现金流入小计	12,512.30	4,300.00	5,200.00
偿还债务支付的现金	9,712.30	3,450.00	2,750.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	7,998.81	5,221.46	5,194.97
支付的其他与筹资活动有关的现金	96.48	105.68	232.10
筹资活动现金流出小计	17,807.59	8,777.14	8,177.07
筹资活动产生的现金流量净额	-5,295.29	-4,477.14	-2,977.07

2017年筹资活动现金流入主要为取得借款收到的现金5,100.00万元，筹资活动现金流出主要为偿还短期及长期借款本金支付的现金2,750.00万元及分配2016年现金股利支付的现金4,998.70万元。

2018年筹资活动现金流入主要为取得借款收到的现金4,300.00万元，筹资活动现金流出主要为偿还短期及长期借款本金支付的现金3,450.00万元及分配2017年现金股利支付的现金5,011.49万元。

2019年筹资活动现金流入主要为取得借款收到的现金11,512.30万元及产业发展资金1,000.00万元，筹资活动现金流出主要为偿还借款本金支付的现金9,712.30万元及分配股利支付的现金7,700.00万元。

四、重大资本性支出

（一）报告期内重大资本性支出情况

公司主要资本性支出是根据公司经营需要，建设校园公告栏及购置固定资产而发生的支出。报告期内，公司发生的资本性支出情况如下：

单位：万元

项 目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
建设校园公告栏	245.94	153.86	42.96
购置固定资产	221.39	122.98	77.21
购置无形资产	48.74	44.50	16.99
合计	516.07	321.34	137.16

（二）未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金拟投资项目外，发行人无其他可预见的重大资本性支出。本次发行募集资金拟投资项目详细情况可参见“第十三节 募集资金运用”。

五、公司审计截止日后的主要财务信息及经营状况

（一）审计截止日后的经营状况

财务报告审计截止日至招股说明书签署日期间，公司经营活动正常、经营状况良好，经营模式、主要客户及供应商、税收政策未发生重大变化，采购规模与营业收入较上年同期保持增长，采购价格及销售价格未发生重大不利变化。

（二）2020 年一季度业绩预计情况

根据公司现有合同及客户营销计划，公司预计 2020 年一季度营业收入约 38,452.76 万元至 42,176.32 万元，较上年同期（未审数）增长 18.56%至 30.04%；扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润约 2,795.48 万元至 3,124.84 万元，较上年同期（未审数）增长 65.57%至 85.08%，上述数据不构成盈利预测和

业绩承诺。公司营业收入及扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润均较上年同期有所增长，主要系公司数字营销服务收入持续提升，盈利能力相应提高。

六、公司财务状况和盈利能力的未来趋势分析

（一）公司整体财务状况和盈利能力

1、公司具有较强的偿债能力

报告期各期末，公司速动比率与流动比率处于较高水平，负债主要是由正常经营过程中产生的应付账款及预收款项等无息债务构成，债务成本较低；报告期内公司利息保障倍数较高，未发生到期无法偿付银行借款的情况；公司主要客户均为知名客户，资信良好，其应收账款回款及时，为公司保持运营资金正常周转提供了保障。因此，公司财务稳健，具有较强的偿债能力。

2、盈利能力持续增强

报告期内，公司主营业务包括数字营销服务、场景活动服务和校园媒体营销服务等，主营业务突出，营业收入及归属于母公司股东的净利润实现持续快速增长。非经常性损益占各年度归属于母公司股东净利润的比例较小，对经营成果不构成重大影响。

（二）公司未来趋势分析

1、政策支持为行业发展提供了良好的外部条件

近年来，国家出台了一系列政策推动广告行业发展。《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》、《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》、《广告业发展“十三五”规划》和《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》等一系列政策相继提出加快产业融合发展、优化产业结构升级、提升广告产业国际化水平。国家出台的上述产业政策不断支持着广告行业的健康可持续发展。

2、公司所处各细分领域市场规模均不断增长

数字营销方面，近年来，互联网尤其是移动互联网快速发展，视频网站、社交媒体等具有较高信息传播效率及较广覆盖范围的新兴互联网媒体纷纷涌现。相较于传统媒体，互联网媒体具有信息可存储、可检索、可计量的特点，能够更加紧密地贴近营销受众，与营销受众产生更强的互动性，为营销传播信息传达给营销受众提供了更加便利的渠道。因此，互联网媒体已逐渐发展成为主流的媒体形式，数字营销的市场规模也已超越电视、报纸、户外等传统媒体的市场规模，呈现快速增长的趋势。

场景活动方面，随着科学技术的成熟与不断应用，各类新兴媒体蓬勃发展，场景活动与互联网营销等其他营销方式快速融合，以数字场景活动、娱乐场景活动及体育场景活动等为代表的新兴场景活动领域迅速发展，进一步促进了我国场景活动市场规模的不断增长。

校园营销方面，校园媒体具有广告受众明确清晰的特点，有利于广告主对在校大学生开展针对性营销，同时大学时期是大学生消费习惯和品牌意识养成的重要时期，因此，广告主越来越重视校园场景的营销信息投放。我国普通高等学校及在校大学生的数量均呈现逐年上升的趋势，为校园营销市场的不断发展奠定了基础，提供了充分的市场空间。

3、公司主要人才团队和客户较为稳定

目前，公司已建立了一支包括高层管理人员、中层业务骨干人员在内的高素质、复合型的人才队伍，在创意策划、内容制作、媒介策略及媒体资源采购等方面均有较强的人才储备。公司管理层及核心业务骨干人员长期就职于公司，并通过西安众行持有公司股份，人才团队较为稳定，为公司业务发展提供了有力保障。未来，公司将通过更有效的激励方式，吸引更多行业内优秀人才加入公司，从而提升公司的竞争优势。

公司凭借专业的整合营销服务能力，已经在广告行业建立了较高的品牌知名度，得到了国民经济重要领域众多大型知名企业客户的长期认可，持续为其提供

整合营销服务。公司已与主要客户形成了良好的业务合作关系，报告期内主要客户较为稳定，保证了业务的可持续性。公司将通过不断提升全流程的整合营销服务能力，进一步加强与原有客户的合作并发掘新的业务机会。

综上，公司偿债能力保持较强水平、盈利能力持续提升、市场规模持续增长、产业政策环境良好。在本次公开发行完成后，公司总资产及净资产将增加，财务结构得到优化；随着募集资金投资项目的逐步实施，各项主营业务销售及服务网络将更加完善，业务流程将更加顺畅，运营效率将进一步提高，公司核心竞争力将不断增强，盈利能力将进一步提升。

七、股东未来分红回报分析

（一）未来分红回报规划

发行人上市后的股利分配政策详见本招股书之“重大事项提示”之“五、本次发行后的股利分配政策”。

（二）分红回报规划的合理性分析

公司在制定发行后的股利分配政策时已充分考虑以下因素：

1、公司的盈利能力

报告期内，公司归属于母公司的净利润（扣除非经常性损益）分别为 9,325.92 万元、12,061.17 万元和 18,209.72 万元，公司盈利能力较强。

2、公司的经营活动现金流状况

2017 年末至 2019 年末，公司经营活动产生的现金流量净额分别 13,169.00 万元、7,794.69 万元和 14,050.36 万元，经营活动产生的现金流量较为充裕，能够支撑合理的现金分红回报。

3、公司的资金需求情况

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目的投资支出，预计本次募集资金可以满足该部分资本性支出的资

金需求。

综上所述，公司未来分红回报规划充分考虑了公司客观实际经营情况、未来投资资金需求情况，具有可行性。

（三）已履行的决策程序

上市后适用的《公司章程（草案）》已经 2019 年 3 月 18 日召开的公司第二届董事会第四次会议以及 2019 年 4 月 2 日召开的公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过。

八、本次发行摊薄即期回报的测算及相关填补回报措施

（一）本次募集资金到位当年每股收益变化情况

公司本次拟向社会公开发行股票数量为 1,726.67 万股，占发行后总股本的比例为 25%，公司股本将由 5,180.00 万股增加到 6,906.67 万股。本次募集资金到位前公司每股收益情况如下：

财务指标	2019年度	2018年度	2017年度
扣除非经常性损益前的基本每股收益（元/股）	3.74	2.39	1.89
扣除非经常性损益后的基本每股收益（元/股）	3.52	2.33	1.80

本次发行完成后，公司净资产及股本规模将有所上升，而募集资金投资项目产生收益需要一定时间，在上述项目产生收益之前，公司的净利润可能难以实现同步大幅增长。如果募集资金到位当年，公司盈利增长幅度低于股本扩张幅度，预计本次发行完成当年扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的每股收益将被摊薄。

（二）本次募集资金的必要性和合理性

本次发行募集资金投资项目的必要性和合理性分析参见本招股说明书“第十三节 募集资金运用”之“三、募集资金投资项目具体情况”之“（二）募集资金投资项目建设的必要性与可行性分析”相关内容。

（三）填补被摊薄即期回报的承诺

公司填补被摊薄即期回报的承诺详见本招股说明书“重大事项提示”之“六、关于填补被摊薄即期回报的措施和承诺”。

第十二节 业务发展目标

一、公司未来发展规划

公司秉持“致力于成为国内领先的整合营销传播专家”的使命，经过不断的发展，在洞察客户品牌的市场定位、发掘客户产品或服务的营销亮点的基础上，结合自身在数字营销、场景活动和校园媒体营销等业务领域的布局，为客户提供品牌策略、创意策划、内容制作、媒介策略、广告投放、活动执行、效果评估及优化等全流程的整合营销服务，满足客户在全国范围内跨媒体、多渠道的品牌曝光和产品或服务推广的营销需求。

目前，我国已出台多项政策支持广告行业的健康可持续发展，广告行业的市场规模也在不断增长。公司将抓住广告行业的这一发展机遇，提高管理效率，提升客户服务水平，扩大业务规模，不断增强公司的行业竞争力和市场地位。

二、公司实现发展规划拟采取的措施

公司将围绕业务发展目标，通过扩建销售及服务网络、扩建升级业务及管理信息化系统、加强人才储备建设等方式，全面提升服务能力与管理效率，增强数字营销服务、场景活动服务及校园媒体营销服务的业务规模，持续为客户提供专业的整合营销服务，增强客户黏性。未来三年，公司拟通过如下措施实现发展规划：

1、扩建销售及服务网络

北京、上海、广州、西安、武汉等城市作为我国经济发展水平较高的城市，拥有大批优质客户和广阔的业务发展空间。为实现业务的快速发展，公司计划扩建位于这些城市的销售及服务网络，在增强客户服务能力的同时，发掘新的优质客户资源，争取更大的市场空间，保持公司的竞争优势。

2、扩建升级业务及管理信息化系统

随着公司数字营销服务、场景活动服务及校园媒体营销服务领域的不断发

展，公司相关业务的人力执行水平已经逐步满足不了业务发展的需要。为提升业务执行效率，公司将建设业务信息化平台，通过信息化平台收集、整理、分析业务数据，为制定营销策略、执行营销方案等提供技术支持。此外，随着公司业务规模的不断发展，内部管理系统的优化升级已成为日渐突出的需求，公司计划未来三年对管理系统进行全面的优化升级，优化管理流程，提升服务水平。

3、加强人才储备建设

公司急需在业务规模快速扩张的同时加强人才储备建设，吸引更多行业内的专业人才和复合型人才加入公司。此外，为增强公司的凝聚力，公司已建立并将坚持执行更加科学合理的招聘选拔体系和培训体系，建立更加有效的绩效考核制度和激励机制，从制度方面保障人力资源储备建设，为公司的快速发展奠定人才基础。

4、围绕核心业务的并购

公司为进一步加快业务发展，未来将适时选择相关业务板块具备一定业务基础的有潜力的企业进行并购，如经营优势媒体资源或拥有先进广告营销技术的相关企业，实现公司的外延式发展，增强公司的盈利能力与服务水平，提升公司在广告行业内的竞争优势与行业地位。

三、公司达成发展规划所依据的假设条件

1、国内宏观经济及公司所处的广告行业环境均未发生重大变化，不存在对公司发展产生重大影响的不可抗力现象；

2、公司经营过程中所遵循的法律、法规和行业政策无重大变化；

3、公司所处的行业上下游稳定发展，不会对公司经营产生重大不利影响；

4、公司能够保持现有管理团队的稳定性，公司人员结构保持一定的稳定性与连续性，公司管理层无重大决策失误；

5、公司本次发行上市能够顺利完成，募集资金能够及时足额到位，公司拟投资的项目能够按计划执行并能够产生预定的收益；

6、不存在其他不可抗力 and 不可预见的因素造成的重大不利影响。

四、公司实施发展规划所面临的困难

1、公司制定的上述业务发展规划需要大量资金支持，但目前公司的融资渠道单一，资金实力不足将成为制约公司实施上述发展规划的主要因素；

2、公司制定的上述业务规划最终要依靠专业人才执行，而广告行业优秀的人才数量有限，公司若不能够吸引足够多的人才加盟，将成为制约公司实施上述发展规划的重要因素。

五、公司确保实现发展规划采用的方法或途径

1、积极推进公司上市事宜。通过首次公开发行股票并上市，公司将募集资金，解决实施发展规划所面临资金实力不足的问题。

2、加强公司人员建设。为了吸引广告行业优秀人才加入公司，并不断增强员工忠诚度，公司计划通过建立更加有效的绩效考核制度和激励机制、提高员工薪酬和福利待遇、丰富企业文化等多种措施，加强公司的人才建设，确保公司拥有实施发展规划所必需的人才团队基础。

六、业务发展规划与现有业务的关系

公司上述业务发展规划是以公司现有业务为基础，基于公司主营业务稳定发展和募集资金投资项目如期完成，并结合行业现状和未来发展趋势，经过审慎决策后制定的，符合公司的发展战略目标。公司上述业务发展规划的顺利实施将有利于扩大业务规模，提升客户服务和运营管理水平，增强市场竞争力，提高盈利能力。

七、本次募集资金对实现上述业务发展目标的作用

本次募集资金为公司实现上述业务发展目标提供了必要的资金保障，保证了公司扩大业务规模、提高管理效率和提升客户服务水平等业务计划的顺利开展，有利于增强公司员工的凝聚力，吸引优秀人才加盟并提升竞争优势，保持公司在

数字营销服务、场景活动服务及校园媒体营销服务中的优势地位，进一步提高公司的市场竞争力和可持续发展能力。

第十三节 募集资金运用

一、募集资金投资项目概况

(一) 预计募集资金数额

公司本次拟向社会公众公开发行不超过 1,726.67 万股人民币普通股(A 股), 募集资金总额将根据实际公开发行的股票数量及发行价格确定, 扣除发行费用后的实际募集资金净额将全部用于公司的主营业务相关项目。

(二) 募集资金投资项目

经公司 2019 年第一次临时股东大会审议批准, 本次公开发行募集资金总额扣除发行费用后的实际募集资金净额, 将投资于以下项目:

单位: 万元

序号	项目名称	投资总额	募集资金投资总额	备案情况
1	数字整合营销服务体系扩建项目	24,020.41	22,170.55	已备案
2	场景活动服务体系扩建项目	13,928.35	12,855.70	已备案
3	校园媒体扩建项目	21,488.65	19,833.77	已备案
4	创意中心及业务总部建设项目	12,966.74	12,966.74	已备案
5	补充营运资金项目	31,000.00	31,000.00	-
合计		103,404.15	98,826.77	-

若本次实际募集资金净额不能满足拟投资项目的资金需求, 公司将通过自有资金或者向银行等其他单位借款等方式解决资金缺口。若本次发行募集资金到位前, 公司已利用自有资金或向银行等其他单位借款筹集的资金对拟投资项目进行了先期投入, 则募集资金到位后, 公司将以募集资金置换已投入的资金。

(三) 募集资金投资项目符合国家产业政策及相关法律法规的说明

公司是专业从事整合营销服务的综合型广告传媒企业, 主营业务包括数字营销服务、场景活动服务及校园媒体营销服务。根据《产业结构调整指导目录(2011年本)》(2013年修订)之“三十二、商务服务业”之“7、广告创意、广告策划、广告设计、广告制作”, 公司主营业务为鼓励类。公司本次募集资金全部用

于主营业务相关项目。

除补充营运资金项目外，公司其他募集资金投资项目均已取得相关政府部门的备案；根据《中华人民共和国环境影响评价法》、《建设项目环境影响评价分类管理名录（2018年修订）》，并结合募集资金投资项目的建设内容和规模，公司募集资金投资项目不属于建设项目环境影响评价范围，无需环境保护部门出具审批意见；公司募集资金投资项目均不涉及新增用地，无需取得相关主管部门的许可。

公司本次公开发行募集资金将全部用于主营业务，不存在持有交易性金融资产和可供出售金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资的计划，也不存在直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司的计划。

保荐机构及发行人律师认为，公司本次募集资金投资项目符合国家产业政策，募集资金的运用合法、合规，项目的实施不存在法律障碍。

（四）募集资金专项存储制度的建立及执行情况

2019年4月2日，公司召开2019年第一次临时股东大会，审议通过了《三人行传媒集团股份有限公司募集资金管理办法》，规定公司实行募集资金专户存储制度。公司融资所募集的资金应独立存放于公司董事会决定的为本次融资而开设的专用账户内，公司应当在募集资金到位后1个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。公司将严格执行上述制度的规定管理和使用募集资金。

二、董事会对募集资金投资项目情况的可行性分析意见

2019年3月18日，公司第二届董事会第四次会议审议通过了《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及可行性的议案》，认为本次募集资金投资项目与现有业务关系密切，是公司现有业务的扩展，与公司现有的业务规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应。募集资金投资项目的实施可以强化公司的市场开拓能力与深度服务客户的能力，有利于提升公司的市场竞争力与行业地位。

三、募集资金投资项目具体情况

(一) 募集资金投资项目的建设内容

1、数字整合营销服务体系扩建项目

本项目主要包括扩建销售及服务网络、扩建数字营销平台等，具体情况如下所示：

单位：万元

序号	项目	投资金额
1	扩建销售及服务网络	18,649.71
2	扩建数字营销平台	926.80
3	基本预备费	391.53
4	铺底流动资金	4,052.37
合计		24,020.41

本项目计划分3年实施完毕，合计投资金额24,020.41万元，其中22,170.55万元来源于募集资金。

(1) 扩建销售及服务网络

目前，公司数字营销业务主要围绕我国经济较为发达的城市展开，这些城市拥有大批优质客户和广阔的业务发展空间。因此，公司拟通过扩建销售及服务网络规模，把握行业发展机遇，构建覆盖全国重点城市的数字营销服务网络体系，提高对原有客户资源的深度服务能力，同时发掘新的优质客户资源，争取更大的市场空间，实现数字营销业务的快速发展，提高盈利能力。

(2) 扩建数字营销平台

公司拟扩建的数字营销平台包括数字营销效果监测评估系统、精准营销大数据分析系统和数字营销项目数据管理系统。其中，数字营销效果监测评估系统能够获取、汇集、分析广告投放数据，形成媒体投放效果评价报告，方便客户在广告投放过程中的实时监测，及时发现投放中存在的问题并进行优化，提升广告投放效率；精准营销大数据分析系统能够解决数据分析、竞价处理问题，能够精准定位目标受众，进而提升广告投放的针对性；数字营销项目数据管理系统主要针

对公司数字营销部门对项目数据的管理需求，通过对项目流程进行信息化管理，提升业务管理效率。

2、场景活动服务体系扩建项目

本项目主要包括扩建销售及服务网络、升级媒体投放及场景活动营销管理系统等，具体情况如下所示：

单位：万元

序号	项目	投资金额
1	扩建销售及服务网络	11,565.23
2	升级场景活动营销管理系统	103.20
3	基本预备费	233.37
4	铺底流动资金	2,026.55
合计		13,928.35

本项目计划分3年实施完毕，合计投资13,928.35万元，其中12,855.70万元来源于募集资金。

(1) 扩建销售及服务网络

为获取更多场景活动服务方面的客户群体及市场份额，保持业务规模的快速扩张，进一步提升市场竞争力，公司拟扩建销售及服务网络，增强业务团队服务能力。同时协同公司其他业务部门，为客户提供具有竞争力的整合营销方案，满足广告主不断提升的整合营销服务的需求，增强公司在行业内的竞争力。

(2) 升级场景活动管理系统

公司拟升级的场景活动管理系统主要解决公司大型场景活动或多项场景活动执行过程中面临的人力、物力、时间、资金和媒体管理等问题。通过该系统，公司可以整理、选择与调配场景活动项目各环节涉及的物料、设备、人员等资源要素，确保场景活动的顺利执行，可以整理、汇总公司执行的活动数据，为客户提供更有针对性的活动策划和服务。

3、校园媒体扩建项目

本项目主要包括建设校园媒体、扩建销售及服务网络、扩建校园广告营销平

台等，具体情况如下所示：

单位：万元

序号	项目	投资金额
1	建设校园媒体	16,590.00
2	扩建销售及服务网络	2,353.82
3	扩建校园广告营销平台	536.20
4	基本预备费	389.60
5	铺底流动资金	1,619.03
合计		21,488.65

本项目计划分3年实施完毕，合计投资21,488.65万元，其中19,833.77万元来源于募集资金。

（1）建设校园媒体

公司拟新建校园公告栏、校园快递柜、校园互动屏、校园停车棚、校园休息椅等校园媒体，增强公司与校园之间的合作，顺应校园营销市场媒体形式的多样化发展方向，提升公司校园媒体的数量及覆盖区域，满足更多客户投放广告的需求，进一步加强公司在校园营销领域的竞争优势。

（2）扩建销售及服务网络

为扩展公司客户群体及市场份额，进一步提升公司市场竞争力，公司拟扩建销售及服务网络，为校园媒体的扩建提供支撑，并通过配备相关的业务团队，增强公司的校园媒体客户开拓能力及营销策划能力，进一步提升公司服务客户的能力。

（3）扩建校园广告营销平台系统

公司拟扩建的校园广告营销平台系统包括校园媒体实时管控系统及数字显示媒体投放管理系统。其中，校园媒体实时管控系统能够收集、汇总全国的校园媒体信息，公司可以据此实时掌握各媒体的使用情况、空刊情况、合作媒体等数据，并能够进一步分析、汇总媒体销售数据，总结出客户对不同媒体资源的偏好及其变化趋势，为公司的媒体建设及使用提供参考；数字显示媒体投放管理系统主要针对数字广告的跨屏投放及内容管理，通过云存储，将各类数字广告内容进

行汇集和统一管理，简化数字广告在实体媒体的跨屏投放流程。

4、创意中心及业务总部建设项目

本项目主要包括创意中心及业务总部建设、系统建设等。本项目的投资概算情况如下所示：

单位：万元

序号	项目	投资金额
1	创意中心及业务总部建设	12,200.90
2	系统建设	511.60
3	基本预备费	254.25
合计		12,966.74

本项目计划分 2 年实施完毕，合计投资 12,966.74 万元，本项目的投资资金全部来源于募集资金。

(1) 创意中心及业务总部建设

广告创意对广告营销效果的影响程度越来越高，公司为了适应这一变化趋势，拟建设创意中心，进一步增强公司的创意策划能力，提升市场竞争力及市场地位。此外，为了解决公司业务规模迅速扩大，办公人员快速增长带来的人均办公面积不足的问题，公司拟建设业务总部，作为办公地点使用，并可以向客户展示公司的良好形象，获得更多的业务机会。

(2) 系统建设

公司拟开展的系统建设包含两部分内容，一部分为开发运营管理云平台系统、客户关系管理系统和商业智能系统等信息化系统，另一部分为开发创意云系统。公司拟开发的运营管理云平台系统、客户关系管理系统和商业智能系统能够保证公司业务流程的顺畅和可视化，并能够通过对公司运营和业务数据的整理与分析，为公司经营决策提供参考；公司拟开发的创意云系统能够有效提升公司的创意效率和水平，为公司业务快速扩张提供有力支撑。

5、补充营运资金项目

公司拟募集资金 31,000.00 万元用于补充营运资金。公司业务覆盖数字营销

服务、场景活动服务及校园媒体营销服务，目前各项业务规模迅速扩大，尤其是数字营销服务业务的规模更是呈现快速增长趋势。随着公司业务的快速发展，公司需要维持一定数量的营运资金，以应对业务规模持续扩大对资金的需求，保持公司业务的可持续发展。

（二）募集资金投资项目建设的必要性与可行性分析

1、募集资金投资项目建设的必要性分析

（1）有助于增强公司行业竞争力

随着信息技术的发展，新的营销媒体形式不断涌现，单一媒体形式的广告营销或场景活动已逐渐满足不了广告主的需求，各种媒体形式呈现“融合”的趋势。公司募集资金投资项目的实施将有效增强各业务板块的服务能力，提升整合营销策划水平，有利于更好的满足广告主整合营销服务需求，增强公司在行业内的竞争力与品牌知名度。

（2）有助于提升客户服务能力

公司专注于广告行业，已经在广告行业建立了较高的品牌知名度，得到国民经济重要领域众多大型知名企业客户的长期认可，持续为其提供整合营销服务。公司主要客户包括中国电信、中国移动、中国联通等电信运营商领域客户，中国工商银行、中国农业银行、中国建设银行、中国人保集团等金融领域客户，京东、滴滴等互联网领域客户，伊利、农夫山泉、青岛啤酒等快速消费品领域客户等。随着公司业务的不断扩展，现有服务能力的不足已成为制约公司进一步发展的重要障碍。募集资金投资项目的实施将有助于公司满足客户多场景营销需求，进一步提升公司的客户服务能力。

（3）有助于引进高素质广告人才

优秀的广告创意常常会带来良好的营销效果，广告创意对广告企业的作用也越来越重要。因此，公司需要在业务规模快速扩张的同时加强创意人才团队的建设，增强人才储备。随着募集资金投资项目的实施，公司将吸引更多行业内高素

质、复合型人才的加入，为业务的持续快速增长提供必要的人员团队保障，向广告主提供更多创造性的营销解决方案，增强发行人的核心竞争力与品牌影响力。

(4) 有助于提升公司项目管理效率

随着公司业务的快速发展，业务量快速提升，公司需要升级、扩建系统平台以提高执行效率、避免执行疏漏。高效、完善的系统平台有利于公司进行大量的业务结算、进度管理、归类和统计工作，为公司的业务拓展提供支撑。随着募集资金投资项目的实施，公司将升级或扩建业务相关系统平台，通过信息化的方式提升项目管理效率。

(5) 有助于缓解资金压力

公司业务覆盖数字营销服务、场景活动服务及校园媒体营销服务，目前各项业务规模增长迅速，其中数字营销服务的业务规模更是呈现快速增长趋势。随着公司业务的发展，对资金的需求也快速提高，公司的资金周转面临较大的压力。公司募集资金投资项目的实施将满足业务发展的资金需求，有利于业务规模的持续增长。

2、募集资金投资项目建设的可行性分析

(1) 有力的国家产业政策支持

2008年4月23日，国家工商行政管理总局和国家发展和改革委员会联合颁布《关于促进广告业发展的指导意见》，提出“把促进广告业又好又快发展，作为一项紧迫而长期的战略任务”；2012年4月11日，国家工商行政管理总局发布《关于推进广告战略实施的意见》，制定了到2020年要把我国建设成为广告创意、策划、设计、制作、发布、管理水平达到或接近国际先进水平的国家的战略目标，支持广告产业不断创新媒介方式、拓宽发布渠道，形成传统媒介与新兴媒介的优势互补与联动发展；2016年7月8日，国家工商总局发布《广告产业发展“十三五”规划》，规划指出要“建设形态灵活、技术先进、具有竞争力的融合性广告媒体”，同时“鼓励广告业以‘互联网+广告’为核心，实现跨媒介、跨平台、跨终端整合服务”。有力的国家产业政策为公司的募集资金投资项目的

实施提供了良好的政策保障。

(2) 广阔的市场发展空间

近年来，随着国民经济不断增长，国民消费能力逐渐提升，以及视频媒体、微博、微信等新兴媒体快速普及，广告主加大了对广告营销的投入，我国广告行业的市场规模不断发展壮大。根据《现代广告》、国家市场监督管理总局的数据，2018年全国广告经营额达到7,991亿元，2013年至2018年间，我国广告市场规模的年均增长速度为9.74%，呈现出持续增长的趋势。广告行业具有广阔的市场发展空间，持续增长的广告市场规模为公司募集资金投资项目的实施提供了难得的机遇。

(3) 丰富的项目经验保障

公司长期深耕广告行业，主要业务包括数字营销服务、场景活动服务及校园媒体营销服务。公司主要为客户提供包括品牌策略、创意策划、内容制作、社会化媒体运营、媒介策略、媒体资源采购、效果评估、校园媒体资源运营及场景活动方案的策划与执行等全流程整合营销服务。在不断的发展过程中，公司已经积累了丰富的广告行业服务经验，拥有一批稳定的大型优质客户，包括通讯、金融、快速消费品、电子商务等领域的知名企业，建立了行业内的品牌知名度。公司丰富的项目经验为募集资金投资项目的实施提供了必要的保障，为进一步拓展业务规模奠定了良好的基础。

(4) 良好的管理团队保障

公司在不断发展壮大的过程中，建立起了一整套科学有效的人才管理和培养机制，培养了一支专业、高效、具有活力的管理团队，拥有较高的行业视野，能够通过丰富的管理经验指导员工行为，推进公司发展。公司良好的管理团队可以为募集资金投资项目提供必要的管理经验支持，有利于募集资金投资项目的顺利实施。

（三）募集资金投资项目备案情况和环境保护情况

公司数字整合营销服务体系扩建项目、场景活动服务体系扩建项目、校园媒体扩建项目及创意中心及业务总部建设项目均已在相关政府部门进行了备案。

公司募集资金投资项目均不涉及加工生产，对环境的影响较小，符合国家相关环保标准和要求。

四、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

（一）有利于优化公司财务结构

本次募集资金到位后，公司总资产及净资产将增加，有利于扩大公司的营运资金规模，为公司开展更多的业务提供必要的资金支持，增强公司的风险抵抗能力。此外，公司的资产负债率水平也将有所下降，有利于优化公司的财务结构。

（二）有利于增强公司盈利能力

本次募集资金到位后，随着募集资金投资项目的逐步实施，公司的主营业务收入及营业利润等都将进一步增长，有利于增强公司的盈利能力。

第十四节 股利分配政策

一、发行前公司股利分配政策

（一）发行人现行股利分配政策

根据《公司章程》的规定，公司的利润分配政策为可以现金或股票方式分配股利。公司可以进行中期现金分红，最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

（二）利润分配的顺序

根据有关法律法规和公司章程的规定，公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10% 列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50% 以上的，可以不再提取。

公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。但公司章程规定不按持股比例分配的除外。

股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。

公司持有的本公司股份不参与分配利润。

2、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的 25%。

二、最近三年股利分配情况

根据 2016 年 5 月 12 日公司 2015 年年度股东大会会议审议通过《关于 2015 年度利润分配预案的议案》。公司利润分配方案为：以公司 2015 年年末总股本 37,000,000 股为基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 4 股，每 10 股派发现金红利 5.40 元，共派发红利 1,998.00 万元。

根据 2017 年 6 月 28 日公司 2017 年第六次临时股东大会审议通过《关于 2016 年度利润分配的议案》。公司利润分配方案为：以公司 2016 年末总股本 5,180 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 9.65 元（含税），共计派发红利 4,998.70 万元。

根据 2018 年 4 月 3 日公司 2017 年年度股东大会会议审议通过《关于 2017 年度利润分配方案》。公司利润分配方案为：以公司 2017 年末总股本 51,800,000 股为基数，每 10 股派 10 元现金红利（含税），共派送现金红利 5,180.00 万元。

根据 2019 年 3 月 29 日公司召开 2018 年年度股东大会审议通过关于《2018 年度利润分配方案》的议案。公司利润分配方案为：公司拟按 2018 年末总股本 51,800,000 股为基数，每 10 股派 15 元现金红利（含税），共派送现金红利 7,700.00 万元。

截至本招股说明书签署日，前述股利分配方案涉及的应付股利均已支付完毕。

三、发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2019 年 3 月 18 日召开的第二届董事会第四次会议和 2019 年 4 月 2 日召开的 2019 年第一次临时股东大会决议，本次发行前的滚存利润由发行后的所有新老股东按其各自持股比例共享。

四、本次发行后的股利分配政策

公司于 2019 年 3 月 18 日召开的第二届董事会第四次会议和 2019 年 4 月 2 日召开的 2019 年第一次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草

案)》，本次发行后的股利分配政策如下：

（一）利润分配政策的基本原则

1、公司充分考虑对投资者的回报，每年按当年实现的可供分配利润的规定比例向股东分配股利；

2、公司制定分配方案时，以母公司报表中可供分配利润为依据。同时，为避免出现超分配的情况，公司以合并报表、母公司报表中可供分配利润孰低的原则来确定具体的利润分配比例；

3、公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展，经营活动现金净流量连续两年为负时不进行当年度的利润分配；

4、公司优先采用现金分红的利润分配方式。

（二）利润分配具体政策

1、利润分配的形式：

公司采用现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式分配股利。但优先采用现金分红的利润分配方式。

2、公司现金分红的具体条件和比例：

除特殊情况外，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%，每年以现金方式分配的利润不少于 10%。

特殊情况是指下列情况之一：当年未盈利或累计未分配利润为负；当年实现的每股可供分配利润低于 0.1 元；当年现金流不足，实施现金分红将影响公司后续持续经营；公司未来十二个月内存在重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）；审计机构对公司该年度财务报告未出具标准无保留意见的审计报告。

上述重大投资计划或重大现金支出事项是指：公司未来十二个月内拟对外投资（包括股权投资、债权投资等）、收购资产或购买资产（指机器设备、房屋建

筑物、土地使用权等有形或无形的资产) 一次性或累计支出达到或超过人民币 3,000 万元。

公司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, 并按照公司章程规定的程序, 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。

(三) 股票股利分配的条件

公司可以根据累计可供分配利润及现金流状况, 在满足上述现金股利分配和公司股本规模合理的前提下, 保持股本扩张与业绩增长相适应, 采取股票股利等方式分配股利。采用股票股利进行利润分配的, 应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

(四) 利润分配的期间间隔

在满足上述现金分红条件的情况下, 原则上每年度进行一次现金分红, 公司董事会可以根据公司盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

(五) 公司利润分配方案的决策机制及程序

公司每年利润分配方案由公司管理层、董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出并拟定, 经全体董事过半数表决通过, 且经二分之一以上独立董事同意后提交股东大会审议。在具体方案制订过程中, 董事会应充分研究和论证公司现金分红的时机、条件、最低比例以及决策程序要求等事

宜，通过多种渠道充分听取公众投资者、独立董事、监事及公司高级管理人员的意见。独立董事应对利润分配方案发表独立意见并公开披露。独立董事可以征集公众投资者的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对利润分配具体方案进行审议时，公司应当通过电话、传真、邮箱等多种渠道与股东特别是公众投资者进行沟通和交流，充分听取公众投资者的意见和诉求，并及时答复公众投资者关心的问题。审议利润分配方案采取现场投票和网络投票相结合的方式，为公众投资者提供便利。公司在审议利润分配具体方案时对中小投资者表决应当单独计票。

公司股东大会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2个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（六）利润分配政策的制定与调整机制

公司应保持股利分配政策的连续性、稳定性。公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见调整利润分配政策。

公司如因外部经营环境或者自身经营状况发生重大变化而需调整利润分配政策的，董事会应就有关公司利润分配政策及调整做专题讨论，并且经公司董事会、监事会审议通过后提交股东大会批准。调整后的利润分配方案不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

公司利润分配政策的制定与调整由公司董事会向公司股东大会提出。董事会提出的利润分配政策须经董事会过半数表决通过，独立董事应当对利润分配政策的制定或调整发表独立意见。

监事会对利润分配政策调整的议案进行表决时，应当经全体监事过半数审议通过。

股东大会对利润分配政策或其调整的议案进行表决时，应当由出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的2/3以上表决通过，且对中小投资者的表决应当单独计票。

第十五节 其他重要事项

一、信息披露制度及投资者关系负责部门及人员

为加强公司信息披露工作的管理，规范公司信息披露行为，公司根据《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所股票上市规则》和中国证监会的有关规定，制定了《信息披露管理办法》和《投资者关系管理办法》，其中明确规定：董事会秘书负责协调和组织公司信息披露事项，包括建立信息披露制度、接待来访、回答咨询、联系股东，向投资者提供公司公开披露的资料等，促使公司及时、合法、真实和完整地进行信息披露。

公司设立董秘办作为负责信息披露和投资者关系的部门，该部门的负责人为李达，咨询电话是 010-57648016，电子信箱是 investors@topsrx.com。公司互联网网址是 <http://www.topsrx.com>。

二、重要合同

（一）销售合同

截至 2019 年 12 月 31 日，发行人与主要客户签订的正在履行的重大销售合同如下：

1、公司与内蒙古伊利实业集团股份有限公司签订协议，为其提供互联网广告服务，合同服务期限为：2019 年 4 月 1 日-2020 年 3 月 31 日。

2、公司与中国建设银行股份有限公司签订协议为其提供互联网广告服务，合同期限为：2019 年 3 月 1 日-2020 年 12 月 31 日。

3、子公司橙色风暴与中国移动通信有限公司签订协议为其提供互联网短视频类广告发布服务，合同期限为：2019 年 9 月 25 日-2020 年 6 月 30 日。

4、子公司橙色风暴与中国移动通信有限公司签订协议为其提供互联网新闻资讯 APP 类广告发布服务，合同期限为：2019 年 9 月 25 日-2020 年 6 月 30 日。

5、公司与中国光大银行股份有限公司签订协议为其提供发布媒体广告服务，

合同期限为：2019年12月17日-2020年12月31日。

（二）采购合同

截至2019年12月31日，发行人与主要供应商签订的正在履行的重大采购合同如下：

1、公司、江西荣耀、武汉众行、橙色风暴与上海爱奇艺文化传媒有限公司、上海爱奇艺文化传媒有限公司北京分公司、上海爱奇艺文化传媒有限公司广州分公司、海南爱奇艺文化传媒有限公司、天津爱奇艺文化传媒有限公司签订协议，约定在其平台进行广告投放，期限为：2019年1月1日-2020年3月31日。

2、公司、江西荣耀、武汉众行与北京网易传媒有限公司签订协议，约定由其提供广告发布服务，期限为：2019年4月1日-2020年3月31日。

3、公司与北京众鸣世纪科技有限公司签订协议，约定在其平台进行广告发布，期限为：2019年4月1日-2020年3月31日。

(三) 银行借款合同及其担保合同

截至 2019 年 12 月 31 日，发行人正在履行的银行借款合同及其担保合同如下表所示：

序号	债权人	合同类型	金额（元）	贷款期限	担保合同编号	担保方	反担保方
1	招商银行股份有限公司北京分行	借款合同	2,000,000.00	2019.3.8-2020.3.7	2019年小金中授字第001号	北京海淀科技企业融资担保有限公司	三人行、钱俊冬、崔蕾
						钱俊冬、崔蕾	无
2	中国建设银行股份有限公司西安高新技术产业开发区支行	借款合同	5,000,000.00	2019.3.29-2020.3.28	建陕开担保（2019）019号 建陕开保证金（2019）019号	安康市财信融资担保有限公司	钱俊冬、崔蕾
						建陕开保证（2019）019号	钱俊冬、崔蕾
3	西安高新新兴产业投资基金合伙企业（有限合伙）	借款合同	10,000,000.00	2019.4.19-2022.4.18	XJR-2017-019	三人行、钱俊冬、崔蕾、王川、张昊、郭献维、陈胜、睢继东	无
4	广发银行股份有限公司北京玉泉路支行	借款合同	10,000,000.00	2019.6.28-2020.6.26	（2019）京银授额字第000188号-担保01	钱俊冬	无
			10,000,000.00	2019.11.29-2020.6.26			
5	交通银行股份有限公司陕西省分行	借款合同	18,000,000.00	2019.7.19-2020.7.18	181907081-1	西安投融资担保有限公司	三人行、钱俊冬、崔蕾、陈胜、郭献维
					181907081-2	钱俊冬	无
					181907081-3	崔蕾	无
6	北京银行股份有限公司西安分行	借款合同	5,000,000.00	2019.9.17-2020.9.16	0570273-001	陕西省中小企业融资担保有限公司	橙色风暴、钱俊冬、崔蕾
					0570130-001	钱俊冬	无
					0570130-002	崔蕾	无

序号	债权人	合同类型	金额(元)	贷款期限	担保合同编号	担保方	反担保方
7	中国工商银行股份有限公司北京市分行	借款合同	2,000,000.00	2019.9.20-2020.9.16	0020001453-2019年营业(保)字0019号	北京首创融资担保有限公司	三人行、钱俊冬、崔蕾
					2019年(营业)个保字00364号	钱俊冬、崔蕾	无
8	北京银行股份有限公司西安分行	借款合同	15,000,000.00	2019.9.26-2020.9.25	0570612-001	西安创新融资担保有限公司	三人行、西安多多、三人行广告、橙色风暴、合肥三人行、武汉众行、钱俊冬、崔蕾、陈胜、郭献维、王川、张昊
					0570130-001	钱俊冬	无
					0570130-002	崔蕾	无

注：序号 1、3、5、6、7、8 借款合同相关的反担保情况参见本招股说明书“第十节 财务会计信息”之“十一、期后事项、或有事项及其他重要事项”之“（二）或有事项”。

三、发行人对外担保的有关情况

截至 2019 年 12 月 31 日，发行人无对外提供担保的情况。

四、发行人涉及的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，发行人无任何对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项。

五、发行人控股股东等涉及的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东、实际控制人、控股子公司以及公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

发行人控股股东西安多多，实际控制人钱俊冬、崔蕾最近三年无重大违法行为。

六、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及刑事诉讼的情况

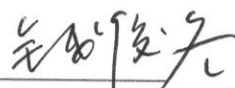
截至本招股说明书签署之日，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员未曾有受到刑事诉讼的情况。

第十六节 董事、监事、高级管理人员及有关中介机构声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

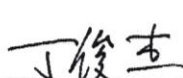
全体董事签名：

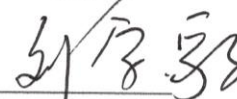

钱俊冬

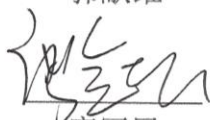

王川


张昊


郭献维


丁俊杰


刘守豹


廖冠民

全体监事签名：


代秀菊


王蕾


张珊

全体非董事高级管理人员签名：


陈胜


李达



三人行传媒集团股份有限公司


2020年 4月 23日

保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书及其摘要进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

法定代表人： 
杨华辉

保荐代表人： 
张吉翔


谢 雯

项目协办人： 
程宣启



兴业证券股份有限公司

2020年4月23日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读三人行传媒集团股份有限公司招股说明书及其摘要的全部内容，确认招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书及其摘要真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长： 
杨华辉



2020年4月23日

保荐机构总经理声明

本人已认真阅读三人行传媒集团股份有限公司招股说明书及其摘要的全部内容，确认招股说明书及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书及其摘要真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：



刘志辉



2020年4月23日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要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及其摘要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，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人： 
张学兵

经办律师：  
程劲松 陈 凯

北京市中伦律师事务所

2020年 4月 23日

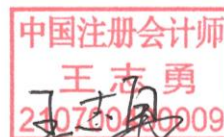
审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本所出具的审计报告、内部控制鉴证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发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证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。

签字注册会计师：

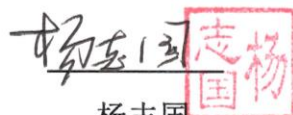


李长照



王志勇

会计师事务所负责人：



杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）



2020年04月23日

资产评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书及其摘要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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人： 李晓红

李晓红

签字注册资产评估师： 赵俊斌 彭跃龙

赵俊斌

彭跃龙



北京中天华资产评估有限责任公司

2020年4月23日

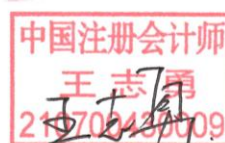
验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书及其摘要，确认招股说明书及其摘要与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要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、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：




李长照



王志勇

会计师事务所负责人：

杨志国 

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

会计师事务所

2020年04月23日



第十七节 备查文件

一、备查文件

- (一) 发行保荐书及发行保荐工作报告；
- (二) 财务报表及审计报告；
- (三) 盈利预测报告及审核报告；
- (四) 内部控制鉴证报告；
- (五) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (六) 法律意见书及律师工作报告；
- (七) 公司章程（草案）；
- (八) 中国证监会核准本次发行的文件；
- (九) 其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅时间

每周一至周五上午 9:30-11:30，下午 1:30-4:00。

三、文件查阅地点

发行人：	三人行传媒集团股份有限公司
办公地点：	北京市海淀区知春路 7 号致真大厦 C 座 12 层
联系电话：	010-57648016
传真：	010-57648019
联系人：	李达
保荐机构 (主承销商)：	兴业证券股份有限公司
办公地点：	福建省福州市湖东路 268 号
联系电话：	021-20370631
传真：	021-38565707
联系人：	张吉翔、谢雯