

股票代码：300785

股票简称：值得买



北京值得买科技股份有限公司

Beijing Zhidemai Technology Co., Ltd.

(北京市丰台区汽车博物馆东路 1 号院 3 号楼 33 层 3801)

向不特定对象发行可转换公司债券

募集说明书

(修订稿)

保荐机构（主承销商）



第一创业证券承销保荐有限责任公司

(北京市西城区武定侯街 6 号卓著中心 10 层)

二〇二三年二月

声 明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺募集说明书及其他信息披露资料不存在任何虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性及完整性承担相应的法律责任。

公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证募集说明书中财务会计资料真实、完整。

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。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，证券依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责。投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担证券依法发行后因发行人经营与收益变化或者证券价格变动引致的投资风险。

重大事项提示

公司特别提示投资者对下列重大事项给予充分关注，并仔细阅读本募集说明书中有关风险因素的章节。

一、关于本次可转债发行符合发行条件的说明

根据《证券法》《发行注册管理办法》等相关法律法规规定，公司本次向不特定对象发行可转换公司债券符合法定的发行条件。

二、可转换公司债券投资风险

可转换公司债券是一种兼具债券性质和股权性质的投资工具，交易条款比较复杂，需要投资者具备一定的专业知识。投资者购买本次可转债前，请认真研究并了解相关条款，以便作出正确的投资决策。

三、关于公司本次发行的可转换公司债券的信用评级

本次可转换公司债券经中证鹏元资信评估股份有限公司评级，根据其出具的《北京值得买科技股份有限公司 2022 年向不特定对象发行可转换公司债券信用评级报告》（中鹏信评【2022】第 Z【1515】号 01），值得买主体信用等级为 AA-，本次可转换公司债券信用等级为 AA-，评级展望稳定。

在本期债券的存续期内，中证鹏元资信评估股份有限公司每年将对公司主体和本次可转债进行一次跟踪信用评级，公司无法保证其主体信用评级和本次可转债的信用评级在债券存续期内不会发生负面变化。若资信评级机构调低公司主体信用评级、本次可转债的信用评级，则可能对债券持有人的利益造成一定影响。

四、关于公司本次发行可转换公司债券不提供担保

公司本次发行的可转债未提供担保措施。如果可转债存续期间出现对公司经营管理和偿债能力有重大负面影响的事件，可转债可能因未提供担保而增加兑付风险。

五、本公司的股利分配政策和现金分红比例

（一）公司现行利润分配政策

根据《公司章程》的规定，公司的利润分配政策如下：

1、公司利润分配原则

（1）公司应充分考虑对投资者的回报，每年应当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，公司应当以合并报表、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；

（2）公司的利润分配政策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，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力；

（3）公司董事会、监事会和股东大会对利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事和公众投资者的意见；

（4）公司优先采用现金分红的利润分配方式；

（5）按照法定顺序分配利润的原则，坚持同股同权、同股同利的原则。

2、利润分配的具体内容

（1）利润分配的形式

公司利润分配可采取现金、股票、现金与股票相结合或者法律、法规允许的其他方式，具备现金分红条件的，应当优先采用现金分红的利润分配方式。公司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。

（2）现金分红的条件

在满足下列条件时，可以进行现金分红：

①公司该年度实现的可供分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金等后所余的税后利润）为正值（按母公司报表口径）；

②公司累计可供分配利润为正值（按母公司报表口径）；

③审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

④公司无重大投资计划或重大现金支出等事项（募集资金项目除外）发生。重大投资计划或重大现金支出是指：**A.公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且绝对值达到 5,000 万元；B.公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的 30%。**

（3）现金分红的比例和期间间隔

在满足现金分红条件的情况下，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。

公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，按照公司章程的规定，提出差异化的利润分配方案：

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%。

公司在实际分红时具体所处阶段，由公司董事会根据具体情形确定。

公司原则上在每年年度股东大会审议通过后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

（4）股票股利分配的条件

在公司经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保足额现金股利分配的前提下，提出股票股利分配预案。

（5）决策程序和机制

公司每年利润分配预案由公司董事会结合本章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟定，并经董事会审议通过后提交股东大会审议批准。董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。股东大会审议利润分配方案时，公司应为股东提供网络投票方式，通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。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。

如公司当年盈利且满足现金分红条件、但董事会未按照既定利润分配政策向股东大会提交利润分配预案的，应当在定期报告中说明原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事发表独立意见。

（二）最近三年利润分配情况

1、2021 年度利润分配方案

公司于 2022 年 5 月 18 日召开 2021 年度股东大会，审议通过《2021 年度利润分配预案》：以实施权益分派股权登记日登记的公司总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 7 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股，合计派发现金 62,120,975.00 元，以公积金转增股本 44,372,125 股。公司 2021 年度利润分配方案已实施完毕。

2、2020 年度利润分配方案

2021 年 5 月 19 日，公司召开 2020 年度股东大会审议通过了《2020 年度利润分配预案》，以实施权益分派股权登记日登记的公司总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.50 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股，合计派发现金 39,974,965.20 元。公司 2020 年度利润分配方案已实施完毕。

3、2019 年度利润分配方案

公司于 2020 年 5 月 8 日召开 2019 年度股东大会，审议通过了《2019 年度利润分配预案》，2019 年度利润分配预案如下：以 2019 年 12 月 31 日公司总股本 53,333,334 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5.50 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股。因公司实施了 2020 年限制性股票激励计划首次授予，导致公司股本总额发生变化，总股本由 53,333,334 股增至 53,917,634 股，因此此次权益分派将根据公司 2019 年度股东大会审议通过的“现金分红总额不变、资本公积金转增股本总额不变”的原则进行调整：以公司现有总股本 53,917,634 股为基数，向全体股东每 10 股派 5.440397 元人民币现金（含税），同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4.945815 股，合计派发现金 29,333,333.70 元，以公积金转增股本 26,666,667 股。公司 2019 年度利润分配方案已实施完毕。

4、公司最近三年现金分红情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合并报表归属于母公司所有者的净利润	17,952.56	15,678.65	11,902.93
现金分红（含税）	6,212.10	3,997.50	2,933.33
当年现金分红占合并报表归属于母公司所有者的净利润的比例	34.60%	25.50%	24.64%
最近三年累计现金分配合计	13,142.93		
最近三年年均可分配利润	15,178.05		
最近三年累计现金分配利润占年均可分配利润的比例	86.59%		

六、特别风险提示

本公司提请投资者仔细阅读本募集说明书“风险因素”全文，并特别注意以下风险。

（一）经营管理风险

1、拓展新用户及现有用户流失的风险

存量博弈的互联网时代，持续不断的优质内容供应是公司吸引用户并留住用户的核心手段之一，也是继续扩大行业影响力和业务规模的关键所在。未来，如果不建立更为严格的内容审核和发布标准来保证内容质量，将无法提供有竞争力的服务或者受其他市场和竞争因素的影响，将有可能导致用户增长不及预期或现有用户的流失，从而对公司的运作和营业收入造成不利影响。

2、系统稳定性及网络安全风险

公司的日常运营有赖于健全的预防机制、具备监控和应变能力的网络平台，公司虽设有专门的运维团队负责维护日常运营，但由于用户习惯、电商季节性促销等原因，公司网络平台的访问量短时间内会有较大波动的可能，系统稳定性面临一定的挑战。如果运维团队不能及时对访问量进行预估、适时对网络资源进行弹性扩容、发现故障追根溯源等，不能提高平台的稳定性，将有可能出现网络平台不能正常访问、影响用户体验的情形。此外，公司也会受到来自互联网上广泛存在的病毒、木马、网络入侵、系统攻击等安全威胁。由于网络空间的复杂性，互联网相关技术的开源、开放性和互联网信息传播的媒体性，如果没有先进的技术手段和相应的资金进行保障，公司的信息安全管理团队可能没有办法及时识别风险，导致公司业务不能持续稳定运行。

3、创作者流失风险

优秀的内容创作者日益成为公司最重要的资源之一，公司目前正在积极打造基于创作者的内容生态。与此同时，外部环境竞争激烈，各大内容平台都在争抢优质的内容创作者，公司面临优质内容创作者流失的风险。

4、新业务拓展风险

报告期内，基于全新的发展战略，公司在强化原有业务核心竞争力的基础上，不断孵化创新业务，例如消费类 MCN、商品与媒体匹配的全链路服务、代运营服务、品牌营销等。这些新业务面临较为复杂的外部环境，一方面，行业入局者不断涌入，可供用户或者客户选择的机会越来越多，不能有效满足用户或者客户多元化和差异化的需求，将可能使公司丧失优势；另一方面，也面临头部品牌自建线上运营团队的风险。

5、客户集中风险

报告期内，公司前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例分别为 68.47%、62.27%、54.84%和 56.87%，客户集中度相对较高。随着行业竞争加剧及客户需求调整，若公司发生主要客户流失、主要客户订单下降等情况，则公司的经营业绩将会受到影响。

（二）财务风险

1、人力成本上升的风险

由于公司规模不断扩大以及战略升级需要，人员规模快速上升，同时受到地区平均工资调整、市场竞争环境变化等因素的影响，公司人力成本增长较快。2019年、2020年、2021年及2022年1-9月，公司职工薪酬分别为25,674.38万元、30,836.43万元、47,216.75万元及34,842.79万元，2019至2021年的年复合增长率达35.61%。未来，不断上涨的人力成本将可能对公司经营业绩造成不利影响。

2、应收账款余额增长较快的风险

2019年末、2020年末、2021年末及2022年9月末，公司应收账款余额分别为20,828.69万元、26,527.29万元、44,818.55万元及40,479.97万元，整体呈较快增长态势。2021年公司进行战略升级，新增业务例如代运营服务、品牌营销等对营业收入的贡献度不断提升，应收账款随之增长。虽然公司与主要客户建立了长期良好的合作关系，并制定了相关应收账款管理制度控制应收账款回收风险，但若宏观经济环境发生重大不利变化，或发行人客户资信状况、经营情况出现恶化，导致应收账款无法及时收回，将可能给公司带来坏账风险，对公司整体运营产生不利影响。

3、毛利率下降的风险

2019年度、2020年度、2021年度及2022年度1-9月，公司综合毛利率分别为71.57%、67.33%、57.13%及51.35%，报告期内公司毛利率呈现下降趋势，主要原因为：1、公司扩大运营人员规模，同时员工待遇水平有所提高，职

工薪酬增长；2、随着公司业务的不断深入和多元化，公司对技术服务和 IT 资源的依赖程度不断提高，导致技术成本增加；3、客户举办活动的需求不断上升，导致活动成本增加；4、公司自 2021 年起实施战略升级，新开展的运营服务、商品销售服务和品牌营销服务的毛利率均低于传统的信息推广业务和互联网效果营销业务，拉低公司整体毛利率。公司毛利率水平存在下降的风险，对公司的盈利能力会造成一定的不利影响。

4、利润下滑的风险

报告期内，公司营业收入分别为 66,202.92 万元、90,956.61 万元、140,314.06 万元及 81,525.95 万元，公司利润总额分别为 12,980.13 万元、17,683.28 万元、20,064.62 万元及 2,922.60 万元，同时根据《北京值得买科技股份有限公司 2022 年度业绩预告》，预计 2022 年归属于上市公司股东的净利润较上年同期下降 47.08%至 55.44%。2022 年国内疫情反复，消费行业受影响较大，公司在广告发布服务和营销服务板块布局的多项服务相关收入增速放缓，同时信息推广成本和互联网效果营销成本增加，导致 2022 年盈利水平下降。公司未来的发展受宏观经济、产业政策、新冠疫情等外部因素以及公司自身的技术创新、市场开拓、内部控制等内部因素综合影响。若未来出现市场需求放缓或公司不能持续保持和提高市场竞争力，则可能导致业绩持续下滑的可能，从而对公司利润造成不利影响。

5、经营活动现金流量下滑的风险

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 13,004.60 万元、16,675.52 万元、9,480.82 万元和-599.80 万元，最近一年一期有所下滑，且最近一期经营性现金流为负。随着公司业务规模的持续增长和 2021 年以来新业务拓展力度加大，公司职工薪酬等人力成本增加明显，应收账款余额增长较快，而目前处于孵化期的新业务毛利率低于传统核心业务，由此导致公司经营活动现金流下降。为抓住市场机遇，增强公司核心竞争力，公司未来将继续围绕消费内容、营销服务和消费数据三大核心业务板块增加投入。如果未来公司业务拓展不及预期，或应收账款无法及时收回，公司经营活动现金流量存在继续下滑的风险，并对公司日常经营稳定性造成不利影响。

6、商誉减值风险

2021年末及2022年9月末，公司商誉账面价值均为4,407.50万元，系收购黑光科技、易合博略及北京世研形成。公司根据《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，在每年年度终了进行减值测试。2021年末，公司对黑光科技、易合博略及北京世研资产组的商誉进行测试后，核心商誉均未发生减值。2022年1-9月，黑光科技、易合博略及北京世研净利润分别为-230.74万元、-158.64万元及-52.24万元，均处于亏损状态。如果未来公司对被收购公司的业务整合和管理调整等效果不达预期，或被收购公司所处行业不景气、因市场开拓不利导致自身业务下降或者其他因素导致未来经营状况和盈利能力未达预期，则公司存在商誉减值的风险，从而对公司当期损益造成不利影响。

（三）募投项目实施风险

1、募集资金投资项目实施风险

本次募集资金投资项目充分考虑了公司经营发展战略与公司的技术、市场等因素，进行了充分的论证，募投项目均符合国家产业政策和行业发展趋势，具备良好的发展前景。但在项目投资的实施过程中，可能会受到外部政策环境变化、行业景气度等不可预见因素的影响，造成项目施工不能按期进行、投资超支等风险的发生。

2、募投项目达不到预期效益风险

本次募集资金投资项目的效益测算是基于项目行业政策以及市场环境、市场需求等因素合理预计业务收入而做出的。实际经营中，项目的行业政策、市场环境可能发生变化，因此，本次募集资金投资项目存在预期效益不能完全实现的风险。如果募投项目无法实现预期收益，则募投项目折旧、费用支出的增加可能导致公司利润出现一定程度的下滑。

3、新增固定资产折旧导致的利润下滑风险

本次募集资金投资项目建设完成后，公司固定资产将大幅增加，根据公司目前的固定资产折旧政策计算，在项目建设达到预定可使用状态后，公司每年折旧

费用将大幅增加。如果募集资金投资项目不能按照原定计划实现预期经济效益，则公司新增固定资产折旧费用将对业绩产生一定的不利影响。

目 录

声 明.....	1
重大事项提示	2
一、关于本次可转债发行符合发行条件的说明	2
二、可转换公司债券投资风险	2
三、关于公司本次发行的可转换公司债券的信用评级	2
四、关于公司本次发行可转换公司债券不提供担保	2
五、本公司的股利分配政策和现金分红比例	3
六、特别风险提示	6
目 录.....	12
第一节 释 义	16
第二节 本次发行概况.....	20
一、公司基本情况	20
二、本次发行基本情况	21
三、承销方式及承销期	33
四、发行费用	33
五、承销期间的停牌、复牌及可转债上市的时间安排	34
六、本次发行证券的上市流通	34
七、本次发行的有关机构	34
八、发行人与本次发行有关人员之间的关系	36
第三节 风险因素.....	37
一、与本次可转换公司债券相关的风险	37
二、宏观经济及行业风险	40
三、经营管理风险	41
四、财务风险	43
五、法律风险	46
六、募投项目实施风险	47
第四节 发行人基本情况	49

一、发行人股本结构及前十名股东持股概况	49
二、公司组织结构图及对其他企业的重要权益投资情况	50
三、公司的控股股东及实际控制人基本情况	51
四、公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员最近三年作出的重要承诺及履行情况	53
五、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况	71
六、公司所处行业的基本情况	81
七、公司主营业务的具体情况	94
八、公司的技术与研发情况	105
九、公司主要资产情况	109
十、公司经营资质及特许经营权情况	115
十一、公司上市以来发生的重大资产重组情况	117
十二、公司境外生产经营情况	117
十三、公司报告期内分红情况	118
十四、公司最近三年债券发行情况	123
第五节 合规经营与独立性	124
一、合规经营情况	124
二、相关主体被证券监管部门和交易所处罚或采取监管措施的情况	124
三、控股股东、实际控制人对公司的资金占用及接受公司担保情况	124
四、同业竞争情况	124
五、关联方、关联关系及关联交易	126
第六节 财务会计信息与管理层分析	137
一、财务报告情况	137
二、最近三年及一期财务报表	137
三、最近三年及一期的主要财务指标及非经常性损益明细表	149
四、会计政策变更、会计估计变更及会计差错更正	152
五、财务状况分析	159
六、经营成果分析	188
七、现金流量分析	206

八、资本性支出分析	210
九、技术创新分析	210
十、重大对外担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项情况	210
十一、本次发行的影响	211
第七节 本次募集资金运用	213
一、本次发行募集资金使用计划	213
二、董事会会议前投入情况	213
三、募集资金投资项目的基本情况及可行性分析	214
四、公司关于募集资金投资项目的资源储备情况	237
五、关于主营业务与募集资金投向的合规性	239
六、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响	240
第八节 历次募集资金运用	242
一、最近五年内募集资金运用的基本情况	242
二、前次募集资金的实际使用情况	245
三、前次募集资金投资项目实现效益情况	252
四、前次募集资金结余及节余募集资金使用情况	254
五、会计师对于发行人前次募集资金使用情况专项报告的结论性意见 ..	255
六、本次发行募集资金规模具有合理性	255
第九节 声明	256
一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明	256
二、发行人控股股东、实际控制人声明	259
三、保荐人及其保荐代表人声明	260
四、发行人律师声明	262
五、会计师事务所声明	263
六、发行人债券信用评级机构声明	264
七、发行人董事会声明	265
第十节 备查文件	268
附件	269
附件一 境内注册商标	269

附件二 境外注册商标.....	321
附件三 专利	322
附件四 计算机软件著作权.....	323
附件五 作品著作权	332
附件六 域名	335

第一节 释义

在本募集说明书中，除非文义另有所指，下列简称具有以下涵义：

一般名词释义		
发行人、公司、值得买	指	北京值得买科技股份有限公司
什么值得买	指	发行人旗下的内容平台（www.smzdm.com）及相应的移动应用
本次发行、本次向不特定对象发行可转债、本次发行可转债	指	北京值得买科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券
募集说明书、本募集说明书	指	《北京值得买科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书》
控股股东、实际控制人	指	隋国栋
国脉创新	指	北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）
共青城尚麒	指	共青城尚麒投资管理合伙企业（有限合伙）
无忧直购	指	青岛无忧直购网络科技有限公司，系公司全资子公司
星罗、星罗创想	指	青岛星罗创想网络科技有限公司，系公司控股子公司
逢食科技	指	天津逢食科技有限公司，系公司全资子公司
优讯创想	指	青岛优讯创想信息技术有限公司，系公司全资子公司
多元通道	指	北京多元通道网络科技有限公司，系公司全资子公司
聚禾臻源	指	北京聚禾臻源营销策划有限公司，系公司全资子公司
聚值传媒	指	北京聚值传媒科技有限公司，系公司全资子公司
华夏风物	指	华夏风物（北京）科技有限公司（曾用名北京物饶科技有限公司），系公司全资子公司
海南值选	指	海南值选科技有限公司，系公司全资子公司
北京值元	指	北京值元数字科技有限公司（曾用名北京数值信息有限公司），系公司全资子公司
海南数值	指	海南数值科技有限公司，系公司全资子公司
知港科技	指	北京知港科技有限公司，系公司全资子公司
北京值享	指	北京值享数字科技有限公司，系公司全资子公司
星盟、星盟网络	指	天津星盟网络科技有限公司，系公司全资子公司
有桐、有桐科技	指	北京有桐科技有限公司，系公司全资子公司
有助、有助科技	指	北京有助科技有限公司，系公司控股子公司
值得买杭州	指	值得买科技（杭州）有限公司，系公司全资子公司
北京漫鱼	指	北京漫鱼国际旅行社有限公司，系公司全资子公司
趋优科技	指	海南趋优科技有限公司，系公司全资子公司

星云新知	指	北京星云新知文化传媒有限公司，系公司全资子公司
万象映生	指	北京万象映生科技有限公司，系公司全资子公司
易合博略	指	北京易合博略品牌咨询有限公司，系公司控股子公司
北京世研	指	北京世研信息咨询有限公司，系公司控股子公司
有助通达	指	北京有助通达科技有限公司，系有助科技全资子公司
黑光科技	指	黑光（厦门）科技有限公司，系有助科技全资子公司
万旺鑫	指	厦门万旺鑫贸易有限公司，系有助科技全资子公司
星享直购、星惠直购	指	天津星享直购网络科技有限公司、天津星惠直购网络科技有限公司，均系星罗创想全资子公司
优享直购	指	天津优享直购网络科技有限公司，系无忧直购全资子公司
海报沃斯	指	海报沃斯（北京）科技有限公司，系公司控股子公司
好有言周	指	北京好有言周科技有限公司，系公司控股子公司
红毛猩猩	指	红毛猩猩（深圳）科技有限公司，系公司参股公司
股东大会	指	北京值得买科技股份有限公司股东大会
董事会	指	北京值得买科技股份有限公司董事会
监事会	指	北京值得买科技股份有限公司监事会
《公司章程》	指	《北京值得买科技股份有限公司章程》
本次募集资金	指	本次向不特定对象发行可转换公司债券所募集的资金
深交所	指	深圳证券交易所
创业板	指	深圳证券交易所创业板
A股	指	人民币普通股
交易日	指	深圳证券交易所的正常营业日
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则》
《发行注册管理办法》	指	《创业板上市公司证券发行注册管理办法（试行）》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
保荐机构、主承销商、一创投行	指	第一创业证券承销保荐有限责任公司
发行人律师	指	北京市中伦律师事务所
发行人会计师、中审众环	指	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）
报告期	指	2019年、2020年、2021年和2022年1-9月
元、万元、亿元	指	人民币元、万元、亿元
专业名词或术语释义		

App、移动客户端	指	应用程序（Application，简称 App），指智能手机的第三方应用程序
月平均活跃用户数	指	每月内至少访问一次网站、移动应用或小程序的独立用户，该项数据来自于第三方数据平台神策分析、友盟和百度智能小程序平台；该数值为全年 12 月的算数平均。（神策分析：神策分析为网站提供数据统计服务，可以对目标网站进行访问数据统计和分析，并提供多种参数供网站所有者使用。友盟：第三方大数据服务提供商，为客户提供全业务链数据应用解决方案，包括基础统计、运营分析，数据决策和数据业务等，帮助企业实现数据化运营和管理。百度智能小程序平台：给媒体、企业、政府等组织提供百度小程序接入、开发、发布及数据查看的服务平台。2021 年 1 月 1 日起网站统计数据服务商由 Google Analytics 切换为神策分析，历史数据无法回溯故未调整，两者数据存在较小差异。）
联盟平台	指	集合媒体资源组成联盟，通过联盟平台帮助电商、品牌商等实现信息推广服务，并按照相应的实际推广效果向媒体支付费用的平台形式
确认 GMV	指	净交易额（Net Gross Merchandise Volume，简称确认 GMV），指统计周期内与联盟平台数据接口对接或电商导购客户结算时，扣除用户下单后未支付或退换货等因素影响后的交易金额
CPS	指	Cost Per Sale，简称 CPS，是按实际交易额收取佣金的计费方式
启动次数	指	启动指用户打开应用。一次启动的结束，Android 端以应用安全退出或后台运行超过 30 秒计，iOS 端以应用安全退出或退至后台运行计。该项数据来自于第三方数据平台友盟
单用户平均每日启动次数	指	用户日均启动次数的年平均值
新媒体	指	新媒体涵盖了所有数字化的媒体形式。包括所有数字化的传统媒体、网络媒体、移动端媒体、数字电视、数字报刊杂志等
新媒体营销	指	利用新媒体平台进行营销的模式
互联网营销	指	基于互联网平台，利用信息技术与工具满足公司与客户之间交换概念、产品及服务的过程，通过在线活动创造、宣传、传递客户价值，并对客户关系进行管理，以达到一定营销目的的新型营销活动。其实质是将产品信息广告化与信息化，并以数字的形式呈现在网上
互联网广告	指	广告主基于互联网所投放的广告
精准营销	指	充分利用各种新媒体，将营销信息推送到比较准确的受众群体中，从而既节省营销成本，又能起到最大化的营销效果
广告主	指	为推销自身的商品或服务，自行或者委托他人设计、制

		作、投放广告的企业、其他经济组织或个人
大数据	指	一种规模大到在获取、存储、管理、分析方面大大超出了传统数据库软件工具能力范围的数据集合，具有海量的数据规模、快速的数据流转、多样的数据类型和价值密度低四大特征
数据挖掘	指	通过数理模型的方式，从存放在数据库、数据仓库或其它信息库中的大量数据中获取有效的、新颖的、潜在有用的、最终可理解的数据关系及逻辑的过程，从而实现相关联的数据不同维度的内容输出
UGC	指	用户贡献内容（User-Generated Content，简称 UGC）
PGC	指	编辑贡献内容（Professional Generated Content）
BGC	指	商家贡献内容（Business Generated Content）
MGC	指	机器贡献内容（Machine Generated Content）
单篇内容平均互动次数	指	单篇内容产生的互动量的年平均值（互动的类型包含点赞、点不值、评论、收藏、点赞、打赏及分享）

本募集说明书所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。本募集说明书任何表格中若出现总数与表格所列数值总和不符，均为采取四舍五入所致。

第二节 本次发行概况

一、公司基本情况

中文名称	北京值得买科技股份有限公司
英文名称	Beijing Zhidemai Technology Co., Ltd.
注册地址	北京市丰台区汽车博物馆东路1号院3号楼33层3801
注册资本	133,033,935 元人民币
成立时间	2011年11月10日
股票简称	值得买
股票代码	300785.SZ
股票上市地	深圳证券交易所
办公地址	北京市丰台区诺德中心二期11号楼37层-39层
法定代表人	隋国栋
统一社会信用代码	91110106585840012D
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；广告发布；社会经济咨询服务；市场调查（不含涉外调查）；计算机系统服务；数据处理服务；国内货物运输代理；以自有资金从事投资活动；摄影扩印服务；技术进出口；货物进出口；进出口代理；计算机软硬件及辅助设备零售；通信设备销售；电子产品销售；文具用品零售；日用品销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；珠宝首饰零售；机械设备销售；家用电器销售；服装服饰零售；鞋帽零售；化妆品零售；钟表销售；针纺织品销售；汽车零配件零售；体育用品及器材零售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；组织文化艺术交流活动；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；人工智能应用软件开发；人工智能基础软件开发；数字内容制作服务（不含出版发行）；租赁服务（不含许可类租赁服务）；数字文化创意软件开发；网络技术服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：演出经纪；食品销售；基础电信业务；网络文化经营；第三类医疗器械经营。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
联系电话	010-56640901
传真	010-56640901
邮政编码	100160
互联网地址	www.zhidemai.com
电子邮箱	ir@zhidemai.com

二、本次发行基本情况

（一）本次发行履行的内部程序

本次可转债发行方案于 2022 年 9 月 6 日经公司第三届董事会第十三次会议决议，于 2022 年 11 月 15 日经公司 2022 年第二次临时股东大会审议通过。

本次发行尚需经深圳证券交易所审核通过，并经中国证监会同意注册。

（二）本次可转债基本发行条款

1、发行证券的种类

本次发行证券的种类为可转换为公司 A 股股票的可转换公司债券。本次可转换公司债券及未来转换的 A 股股票将在深圳证券交易所创业板上市。

2、发行规模

本次拟发行可转换公司债券募集资金总额不超过人民币 55,000.00 万元（含本数），具体发行规模由公司股东大会授权董事会在上述额度范围内确定。

3、票面金额和发行价格

本次发行的可转换公司债券每张面值为人民币 100 元，按面值发行。

4、债券期限

本次发行的可转换公司债券的存续期限为自发行之日起 6 年。

5、债券利率

本次发行的可转换公司债券票面利率的确定方式及每一计息年度的最终利率水平，由公司股东大会授权董事会在发行前根据国家政策、市场状况和公司具体情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

6、还本付息的期限和方式

本次发行的可转换公司债券采用每年付息一次的付息方式，到期归还未转股的可转换公司债券本金和最后一年利息。

（1）年利息计算

年利息指可转换公司债券持有人按持有的可转换公司债券票面总金额自可转换公司债券发行首日起每满一年可享受的当期利息。年利息的计算公式为： $I=Bxi$ 。

I：指年利息额；

B：指本次发行的可转换公司债券持有人在计息年度（以下简称“当年”或“每年”）付息债权登记日持有的可转换公司债券票面总金额；

i：指可转换公司债券当年票面利率。

（2）付息方式

①本次发行的可转换公司债券采用每年付息一次的付息方式，计息起始日为可转换公司债券发行首日。

②付息日：每年的付息日为本次可转换公司债券发行首日起每满一年的当日。如该日为法定节假日或休息日，则顺延至下一个工作日，顺延期间不另付息。每相邻的两个付息日之间为一个计息年度。转股年度有关利息和股利的归属等事项，由公司董事会根据相关法律法规及深圳证券交易所的规定确定。

③付息债权登记日：每年的付息债权登记日为付息日的前一交易日，公司将在付息日之后的五个交易日内支付当年利息。在付息债权登记日前（包括付息债权登记日）已转换或已申请转换为 A 股股票的可转换公司债券，公司不再向其持有人支付本计息年度及以后计息年度的利息。

④可转换公司债券持有人所获利息收入的应付税项由可转换公司债券持有人承担。

7、转股期限

本次发行的可转换公司债券转股期限自可转换公司债券发行结束之日起满六个月后的第一个交易日起至可转换公司债券到期日止。

8、转股价格的确定及其调整

（1）初始转股价格的确定依据

本次发行的可转换公司债券初始转股价格不低于募集说明书公告日前二十个交易日公司 A 股股票交易均价（若在该二十个交易日内发生过因除权、除息引起股价调整的情形，则对调整前交易日的交易均价按经过相应除权、除息调整后的价格计算）和前一个交易日公司 A 股股票交易均价，具体初始转股价格提请公司股东大会授权公司董事会在本次发行前根据市场和公司状况与保荐机构（主承销商）协商确定。

其中：前二十个交易日公司股票交易均价=前二十个交易日公司股票交易总额÷该二十个交易日公司股票交易总量；

前一个交易日公司股票交易均价=前一个交易日公司股票交易额÷该日公司股票交易量。

（2）转股价格的调整方式及计算公式

在本次发行之后，若公司发生派送红股、转增股本、增发新股（不包括因本次发行的可转换公司债券转股而增加的股本）、配股以及派发现金股利等情况，将按下述公式进行转股价格的调整（保留小数点后两位，最后一位四舍五入）：

派送红股或转增股本： $P1=P0/(1+n)$ ；

增发新股或配股： $P1=(P0+Axk)/(1+k)$ ；

上述两项同时进行： $P1=(P0+Axk)/(1+n+k)$ ；

派送现金股利： $P1=P0-D$ ；

上述三项同时进行： $P1=(P0-D+Axk)/(1+n+k)$ 。

其中： $P1$ 为调整后转股价； $P0$ 为调整前转股价； n 为派送红股或转增股本率； A 为增发新股或配股价； k 为增发新股或配股率； D 为每股派送现金股利。

当公司出现上述股份和/或股东权益变化情况时，将依次进行转股价格调整，并在深圳证券交易所网站或中国证券监督管理委员会指定的上市公司信息披露

媒体上刊登相关公告，并于公告中载明转股价格调整日、调整办法及暂停转股时期（如需）。当转股价格调整日为本次发行的可转换公司债券持有人转股申请日或之后，转换股份登记日之前，则该持有人的转股申请按发行人调整后的转股价格执行。

当公司可能发生股份回购、合并、分立或任何其他情形使发行人股份类别、数量和/或股东权益发生变化从而可能影响本次发行的可转换公司债券持有人的债权利益或转股衍生权益时，发行人将视具体情况按照公平、公正、公允的原则以及充分保护本次发行的可转换公司债券持有人权益的原则调整转股价格。有关转股价格调整内容及操作办法将依据届时国家有关法律法规、证券监管部门和深圳证券交易所的相关规定来制订。

9、转股价格的向下修正条款

（1）修正权限与修正幅度

在本次发行的可转换公司债券存续期间，当公司股票在任意连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价格低于当期转股价格的 **85%**时，公司董事会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会表决。该方案须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过方可实施。股东大会进行表决时，持有本次发行可转换公司债券的股东应当回避。修正后的转股价格应不低于该次股东大会召开日前二十个交易日公司股票交易均价和前一个交易日的公司股票交易均价。

若在前述三十个交易日内发生过转股价格调整的情形，则在调整日前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，在转股价格调整日及之后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。

（2）修正程序

公司向下修正转股价格时，公司须在深圳证券交易所或中国证监会指定的上市公司信息披露媒体上刊登相关公告，公告修正幅度、股权登记日及暂停转股期间（如需）等相关信息。从股权登记日后的第一个交易日（即转股价格修正日），开始恢复转股申请并执行修正后的转股价格。

若转股价格修正日为转股申请日或之后，转换股份登记日之前，该类转股申请应按修正后的转股价格执行。

10、转股股数确定方式

本次发行的可转换公司债券持有人在转股期内申请转股时，转股数量的计算公式为： $Q=V/P$ 。

其中： Q 为转股数量，并以去尾法取一股的整数倍； V 为可转换公司债券持有人申请转股的可转换公司债券票面总金额； P 为申请转股当日有效的转股价。

可转换公司债券持有人申请转换成的股份须是整数股。转股时不足转换为一股的可转换公司债券余额，公司将按照深圳证券交易所、证券登记机构等部门的有关规定，在可转换公司债券持有人转股当日后的五个交易日内以现金兑付该部分可转换公司债券的票面余额及其所对应的当期应计利息。

11、赎回条款

（1）到期赎回条款

在本次发行的可转换公司债券期满后五个交易日内，公司将赎回全部未转股的可转换公司债券，具体赎回价格由股东大会授权董事会根据发行时市场情况与保荐机构（主承销商）协商确定。

（2）有条件赎回条款

在本次发行的可转换公司债券转股期内，当下述情形的任意一种出现时，公司有权决定按照债券面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的可转换公司债券：

①在本次发行的可转换公司债券转股期内，如果公司股票连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价格不低于当期转股价格的 130%（含 130%）。

②当本次发行的可转换公司债券未转股余额不足 3,000 万元时。

当期应计利息的计算公式为： $IA=B \times i \times t / 365$

IA ：指当期应计利息；

B: 指本次发行的可转换公司债券持有人持有的可转换公司债券票面总金额；

i: 指可转换公司债券当年票面利率；

t: 指计息天数，即从上一个付息日起至本计息年度赎回日止的实际日历天数（算头不算尾）。

若在前述三十个交易日内发生过转股价格调整的情形，则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。

12、回售条款

（1）有条件回售条款

在本次发行的可转换公司债券最后两个计息年度，如公司股票在任何连续三十个交易日的收盘价格低于当期转股价的 70%时，可转换公司债券持有人有权将其持有的可转换公司债券全部或部分按债券面值加上当期应计利息的价格回售给公司。

若在上述交易日内发生过转股价格因发生派送红股、转增股本、增发新股（不包括因本次发行的可转换公司债券转股而增加的股本）、配股以及派发现金股利等情况而调整的情形，则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，在调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。如果出现转股价格向下修正的情况，则上述“连续三十个交易日”须从转股价格调整之后的第一个交易日起按修正后的转股价格重新计算。

本次发行的可转换公司债券最后两个计息年度，可转换公司债券持有人在每个计息年度回售条件首次满足后可按上述约定条件行使回售权一次，若在首次满足回售条件而可转换公司债券持有人未在公司届时公告的回售申报期内申报并实施回售的，该计息年度不应再行使回售权，可转换公司债券持有人不能多次行使部分回售权。

（2）附加回售条款

若公司本次发行的可转换公司债券募集资金运用的实施情况与公司在募集

说明书中的承诺情况相比出现重大变化，且该变化被中国证监会或深圳证券交易所认定为改变募集资金用途的，可转换公司债券持有人享有一次回售的权利。可转换公司债券持有人有权将其持有的可转换公司债券全部或部分按债券面值加上当期应计利息的价格回售给公司。持有人在附加回售条件满足后，可以在公司公告后的附加回售申报期内进行回售，该次附加回售申报期内不实施回售的，不能再行使附加回售权。

当期应计利息的计算公式为： $IA=B \times i \times t / 365$

IA：指当期应计利息；

B：指本次发行的可转换公司债券持有人持有的将回售的可转换公司债券票面总金额；

i：指可转换公司债券当年票面利率；

t：指计息天数，即从上一个付息日起至本计息年度回售日止的实际日历天数（算头不算尾）。

13、转股后有关股利的归属

因本次发行的可转换公司债券转股而增加的发行人股票享有与原股票同等的权益，在股利发放的股权登记日下午收市后登记在册的所有普通股股东（含因可转换公司债券转股形成的股东）均参与当期股利分配并享有同等权益。

14、发行方式及发行对象

本次可转换公司债券的具体发行方式由公司股东大会授权董事会与保荐机构（主承销商）协商确定。本次可转换公司债券的发行对象为持有中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司证券账户的自然人、法人、证券投资基金、符合法律规定的其他投资者等（国家法律、法规禁止者除外）。

15、向原股东配售的安排

本次发行的可转债向公司原股东优先配售，原股东有权放弃优先配售权。具体优先配售数量、比例由公司股东大会授权董事会在本次发行前根据市场情况与保荐机构（主承销商）协商确定，并在本次可转债的发行公告中予以披露。

本次可转债给予原股东优先配售后的余额及原股东放弃认购优先配售的金额，将通过网下对机构投资者发售及/或通过深圳证券交易所系统网上发行，余额由承销商包销。具体发行方式由股东大会授权董事会与保荐机构（主承销商）在发行前协商确定。

16、债券持有人会议相关事项

公司制定了《北京值得买科技股份有限公司可转换公司债券持有人会议规则》（以下简称“债券持有人会议规则”），主要内容如下：

（1）可转债债券持有人的权利

①依照法律法规、《公司章程》的相关规定及《募集说明书》的相关约定参与或委托代理人参与债券持有人会议并行使表决权；

②根据《募集说明书》约定的条件将所持有的本次可转债转为公司股份；

③根据《募集说明书》约定的条件办理所持有的本次可转债的回售；

④根据法律法规的相关规定及《募集说明书》的相关约定转让、赠与或质押其所持有的本次可转债；

⑤根据《募集说明书》约定的期限和方式要求公司偿付所持有的本次可转债的本金和利息；

⑥依照法律法规、《公司章程》的相关规定及《募集说明书》的相关约定享有其作为债券持有人的信息知情权；

⑦法律法规及《公司章程》《募集说明书》所赋予的其作为公司债权人的其他权利。

（2）可转债债券持有人的义务

①遵守公司本次可转债发行条款的相关规定；

②依其所认购的可转债数额缴纳认购资金；

③遵守债券持有人会议形成的有效决议；

④除法律法规规定及《募集说明书》约定的条件外，不得要求公司提前偿付本次可转债的本金和利息；

⑤依据法律法规、《公司章程》规定及《募集说明书》约定应当由本次可转债持有人承担的其他义务。

（3）债券持有人会议的权限范围

①当公司提出变更《募集说明书》约定的方案时，对是否同意公司的建议作出决议，但债券持有人会议不得作出决议同意公司不支付本次可转债债券本息、变更本次可转债债券利率和期限、取消《募集说明书》中的赎回或回售条款等；

②当公司未能按期支付本次可转债本息时，对是否同意相关解决方案作出决议，对是否通过诉讼等程序强制公司和保证人（如有）偿还债券本息作出决议，对是否参与公司的整顿、和解、重组或者破产的法律程序作出决议；

③当公司减资（因股权激励回购股份导致的减资除外）、合并、分立、解散或者申请破产时，对是否接受公司提出的建议，以及行使债券持有人依法享有的权利方案作出决议；

④当保证人或者担保物（如有）发生重大不利变化时，对行使债券持有人依法享有权利的方案作出决议；

⑤当发生对债券持有人权益有重大影响的事项时，对行使债券持有人依法享有权利的方案作出决议；

⑥对变更、解聘债券受托管理人作出决议；

⑦在法律规定许可的范围内对本规则的修改作出决议；

⑧法律法规和规范性文件规定应当由债券持有人会议作出决议的其他情形。

（4）债券持有人会议的召开情形

在本次可转债存续期内，当出现以下情形之一时，应当召集债券持有人会议：

①公司拟变更本次可转债《募集说明书》的约定；

②公司不能按期支付本次可转债的本息；

③公司减资（因股权激励回购股份导致的减资除外）、合并、分立、解散或者申请破产；

④保证人（如有）或担保物（如有）发生重大变化；

⑤发生其他影响债券持有人重大权益的事项；

⑥根据法律法规、中国证监会、深圳证券交易所及本规则的规定，应当由债券持有人会议审议并决定的其他事项。

（5）债券持有人会议的提议

下列机构或人士可以提议召开债券持有人会议：

①公司董事会提议；

②单独或合计持有本次可转债未偿还债券面值总额 10%以上的债券持有人书面提议；

③债券受托管理人；

④法律法规、中国证监会规定的其他机构或人士。

17、本次募集资金用途

本次发行可转债拟募集资金总额不超过人民币 55,000.00 万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟投入募集资金金额
1	数字内容平台项目	38,845.40	27,411.90
2	商品数智化管理平台项目	21,651.70	11,492.70
3	补充流动资金项目	16,095.40	16,095.40
合计		76,592.50	55,000.00

若本次可转债发行后实际募集资金净额少于上述项目募集资金拟投入总额，差额部分将由公司通过自有资金或其他融资方式解决。本次发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自有资金或其它方式筹集的资金先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。

在上述募集资金投资项目的范围内，公司董事会可根据项目的进度、资金需求等实际情况，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

18、募集资金管理及存放账户

公司已建立募集资金管理相关制度，本次发行可转换公司债券的募集资金须存放于公司董事会指定的募集资金专项账户中，具体开户事宜将在发行前由公司董事会（或由董事会授权人士）确定。

19、担保事项

本次发行的可转换公司债券不提供担保。

20、评级事项

本次可转换公司债券经中证鹏元资信评估股份有限公司评级，根据其出具的《北京值得买科技股份有限公司 2022 年向不特定对象发行可转换公司债券信用评级报告》（中鹏信评【2022】第 Z【1515】号 01），值得买主体信用等级为 AA-，本次可转换公司债券信用等级为 AA-，评级展望稳定。

21、本次发行方案的有效期

公司本次向不特定对象发行可转换公司债券方案的有效期为十二个月，自发行方案经股东大会审议通过之日起计算。

（三）预计募集资金量（含发行费用）及募集资金净额

本次可转债预计募集资金总额不超过人民币 55,000 万元（含 55,000 万元），募集资金净额将扣除发行费用后确定。

（四）本次可转债的受托管理人

根据公司与一创投行签署的《北京值得买科技股份有限公司可转换公司债券受托管理协议》（以下简称“受托管理协议”），公司聘任一创投行作为本次可转债的受托管理人，并同意接受一创投行的监督。在本次可转债存续期内，一创投行应当勤勉尽责，根据相关法律法规、募集说明书、受托管理协议的规定，行使权利和履行义务。投资者认购或持有本次可转债视作同意一创投行作为本次可转

债的受托管理人，并视作同意受托管理协议的相关约定。

（五）违约情形、责任及争议解决

根据公司与一创投行签署的受托管理协议，对违约情形、责任及争议解决约定如下：

1、违约情形

以下任一事件均构成公司在受托管理协议和本期可转债项下的违约事件：

（1）发行人未能按照募集说明书或其他相关约定，按期足额偿还本次可转债的本金（包括但不限于分期偿还、债券回售、债券赎回、债券置换、债券购回、到期兑付等，下同）或应计利息（合称还本付息），但增信机构或其他主体已代为履行偿付义务的除外；

（2）发行人触发募集说明书中有关约定，导致发行人应提前还本付息而未足额偿付的，但增信机构或其他主体已代为履行偿付义务的除外；

（3）本次可转债未到期，但有充分证据证明发行人不能按期足额支付债券本金或利息，经法院判决或仲裁机构仲裁，发行人应提前偿还债券本息且未按期足额偿付的；

（4）在本次可转债存续期间内，发行人发生解散、注销、吊销、停业、清算、丧失清偿能力、被法院指定接管人或已开始相关的诉讼程序，或被法院裁定受理破产申请的；

（5）任何适用的现行或将来的法律法规、规则、规章、判决，或政府、监管、立法或司法机构或权力部门的指令、法令或命令，或上述规定的解释的变更导致发行人在《债券受托管理协议》或本次可转债项下义务的履行变得不合法。

2、违约责任的承担方式

发生上述所列违约事件时，发行人应当承担相应的违约责任，包括但不限于按照本次可转债募集说明书的约定向债券持有人及时、足额支付本金和或利息以及迟延支付本金和或利息产生的罚息、违约金等，并就受托管理人因公司违约事件承担相关责任造成的损失予以赔偿。

同时，本次可转债的违约责任的承担方式将符合可转债存续期内有效的法律、法规以及中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。

3、争议解决机制

本次可转债受中国法律管辖，并根据中国法律进行解释。

与本次可转债有关的任何争议应首先通过争议各方之间的友好协商解决。如果在任何一方向另一方送达要求就前述争议进行协商解决的通知之日起 30 个工作日内未能得以解决，则任何一方有权将该争议提交中国国际经济贸易仲裁委员会北京总会（“贸仲”）在北京进行仲裁（且提交争议的仲裁机构仅应为贸仲）。仲裁裁决应是终局的，对争议各方均有约束力。在争议解决过程中，除争议事项外，争议各方有权继续行使本次可转债发行及存续期的其他权利，并应履行其他义务。

三、承销方式及承销期

本次发行由主承销商以余额包销方式承销。本次可转债发行的承销期自【】年【】月【】日至【】年【】月【】日。

四、发行费用

序号	项目名称	金额（万元）
1	承销及保荐费用	【】
2	律师费用	【】
3	会计师费用	【】
4	资信评级费用	【】
5	发行手续费	【】
6	信息披露及路演推介宣传费	【】
合计		【】

上述费用均为预计费用，承销费和保荐费将根据《承销及保荐协议》中相关条款及最终发行情况确定，其他发行费用将根据实际情况确定。

五、承销期间的停牌、复牌及可转债上市的时间安排

交易日	日期	事项	停牌安排
T-2日	【】	刊登募集说明书及摘要、《发行公告》《网上路演公告》	正常交易
T-1日	【】	网上路演；原A股股东优先配售股权登记日、网下申购日	正常交易
T日	【】	刊登《发行方案提示性公告》；原A股股东优先配售日（缴付足额资金）；网上申购日	正常交易
T+1日	【】	刊登《网上发行中签率及网下发行配售结果公告》；网上申购摇号抽签	正常交易
T+2日	【】	刊登《网上中签结果公告》；网上中签缴款日；如网下申购保证金小于网下配售金额，不足部分需于当日17:00之前足额补足；如网下申购保证金大于网下配售金额，超过部分于当日退款	正常交易
T+3日	【】	保荐机构（主承销商）根据网上网下资金到账情况确定最终配售结果和包销金额	正常交易
T+4日	【】	刊登《发行结果公告》；募集资金划至发行人账户	正常交易

上述日期为交易日。如相关监管部门要求对上述日程安排进行调整或遇重大突发事件影响发行，主承销商将及时公告，修改发行日程。

六、本次发行证券的上市流通

本次发行结束后，所有投资者均无持有期限限制，公司将尽快申请可转换公司债券在深圳证券交易所挂牌上市交易。

七、本次发行的有关机构

（一）发行人：北京值得买科技股份有限公司

法定代表人	隋国栋
办公地址	北京市丰台区诺德中心二期11号楼37层-39层
联系人	柳伟亮
电话	010-56640901
传真	010-56640901

（二）保荐机构（主承销商）：第一创业证券承销保荐有限责任公司

法定代表人	王芳
办公地址	北京市西城区武定侯街6号卓著中心10层
保荐代表人	刘宁、吴震雄
项目协办人	张思琪
项目组成员	张茜
电话	010-63212001
传真	010-66030102

（三）律师事务所：北京市中伦律师事务所

负责人	张学兵
办公地址	北京市朝阳区金和东路20号院正大中心3号楼南塔22-31层
签字律师	邓磊、潘经锐、吴瑶
联系人	潘经锐、吴瑶
电话	0755-33256463、0755-33256473
传真	0755-33206888

（四）会计师事务所：中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）

负责人	石文先
办公地址	武汉市武昌区东湖路169号2-9层
签字注册会计师	杨旭、谭慧娟
联系人	杨旭、谭慧娟
电话	0731-84129538
传真	0731-84129378

（五）资信评级机构：中证鹏元资信评估股份有限公司

法定代表人	张剑文
办公地址	深圳市福田区深南大道7008号阳光高尔夫大厦3楼
签字评级人员	刘玮、毛燕月
联系人	延骁威
电话	13521285516

传真	0755-82872090
----	---------------

（六）申请上市的证券交易所：深圳证券交易所

办公地址	深圳市福田区莲花街道福田区深南大道2012号
电话	0755-88668888
传真	0755-82083295

（七）证券登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

办公地址	广东省深圳市福田区深南大道2012号深圳证券交易所广场22-28层
电话	0755-21899999
传真	0755-21899000

（八）收款银行：招商银行股份有限公司北京分行金融街支行

账户名称	第一创业证券承销保荐有限责任公司
开户银行	【】
银行账号	【】

八、发行人与本次发行有关人员之间的关系

公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

第三节 风险因素

一、与本次可转换公司债券相关的风险

（一）可转债到期不能转股的风险

本次发行的可转换公司债券自发行结束之日起满六个月后可以转为公司股票。公司股票价格不仅会受到公司盈利水平和发展态势的影响，还会受到宏观经济形势、国家产业政策、投资者偏好、投资项目的预期收益等因素的影响。如果因公司股票价格低迷或者未达到债券持有人预期等原因，导致可转债未能在转股期内转股，公司则需对未转股的可转债偿付本金和利息，从而增加公司的财务费用和生产经营压力。

（二）可转债价格波动的风险

可转换公司债券作为一种复合型衍生金融产品，兼具债券属性和股票属性。其二级市场的价格受市场利率、票面利率、债券剩余期限、转股价格、上市公司股票价格、赎回条款、回售条款、向下修正条款及投资者的预期等多重因素的影响。因此，可转换公司债券在流通的过程中，价格波动较为复杂，甚至可能出现异常波动。投资者必须充分认识价格波动风险，以及可转债产品的特殊性，以便作出正确的投资决策。

（三）本息兑付风险

在可转债存续期限内，公司需对未转股的可转债偿付利息及到期时兑付本金。并且，若投资者行使回售权，则公司将在短时间内面临较大的现金支出压力。受国家政策、市场环境等不确定因素的影响，如公司经营活动未能实现预期的回报，进而使公司不能从预期的还款来源获取充足的资金，将影响公司对可转债本息兑付，以及对投资者回售要求的承兑能力。

（四）利率风险

本次可转换公司债券采用固定利率的付息方式，市场利率的变动不会影响投资者每期的利息收入，但会对可转债的投资价值产生影响。存续期内，当市场利率上升时，可转债的价值可能会相应降低，导致投资者遭受损失。

（五）可转债存续期内转股价格向下修正条款不实施或修正幅度不确定的风险

本次发行设置了公司转股价格向下修正条款：

在本次发行的可转换公司债券存续期间，当公司股票在任意连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价格低于当期转股价格的 85%时，公司董事会有权提出转股价格向下修正方案并提交公司股东大会表决。该方案须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过方可实施。股东大会进行表决时，持有本次发行可转换公司债券的股东应当回避。修正后的转股价格应不低于该次股东大会召开日前二十个交易日公司股票交易均价和前一个交易日的公司股票交易均价。

若在前述三十个交易日内发生过转股价格调整的情形，则在调整日前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，在转股价格调整日及之后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。

可转债存续期内，在满足可转债转股价格向下修正条件的情况下，发行人董事会仍可能基于公司的实际情况、股价走势、市场因素等多重考虑，不提出转股价格向下调整方案，或董事会虽提出了与投资者预期相符的转股价格向下修正方案，但该方案未能通过股东大会的批准。因此，存续期内可转债持有人可能面临转股价格向下修正条款不能实施的风险。

（六）可转债未担保的风险

公司本次向不特定对象发行的可转债未设定担保，提请投资者注意本次可转债可能因未设定担保而存在兑付风险。

（七）转股后摊薄即期回报的风险

本次发行募集资金投资项目从项目实施到收益的实现需要一定的周期，短期内无法完全实现项目效益。而同时，如果可转债持有人在转股期开始后的较短期间内将大部分或全部可转债转换为公司股票，公司将面临当期每股收益和净资产收益率被摊薄的风险。

（八）提前赎回的风险

本次可转换公司债券设置了有条件赎回条款：

在本次发行的可转换公司债券转股期内，当下述情形的任意一种出现时，公司有权决定按照债券面值加当期应计利息的价格赎回全部或部分未转股的可转换公司债券：

1、在本次发行的可转换公司债券转股期内，如果公司股票连续三十个交易日中至少有十五个交易日的收盘价格不低于当期转股价格的 130%（含 130%）。

2、当本次发行的可转换公司债券未转股余额不足 3,000 万元时。

当期应计利息的计算公式为： $IA=B \times i \times t / 365$

IA：指当期应计利息；

B：指本次发行的可转换公司债券持有人持有的可转换公司债券票面总金额；

i：指可转换公司债券当年票面利率；

t：指计息天数，即从上一个付息日起至本计息年度赎回日止的实际日历天数（算头不算尾）。

若在前述三十个交易日内发生过转股价格调整的情形，则在调整前的交易日按调整前的转股价格和收盘价格计算，调整后的交易日按调整后的转股价格和收盘价格计算。

可转债的存续期内，在相关条件满足的情况下，如果公司行使了上述有条件赎回条款，可能促使本次可转债的投资者提前转股，从而导致投资者面临投资期

限缩短、丧失未来预期利息收入的风险。

（九）信用评级变化的风险

中证鹏元资信评估股份有限公司对本次可转换公司债券进行了评级，公司主体信用等级为 AA-，本次可转换公司债券信用等级为 AA-，评级展望稳定。

在本期债券的存续期内，中证鹏元资信评估股份有限公司每年将对公司主体和本次可转债进行一次跟踪信用评级，公司无法保证其主体信用评级和本次可转债的信用评级在债券存续期内不会发生负面变化。若资信评级机构调低公司主体信用评级、本次可转债的信用评级，则可能对债券持有人的利益造成一定影响。

二、宏观经济及行业风险

（一）宏观经济风险

公司所处的行业为互联网信息服务行业。由于互联网信息服务行业属于服务行业，容易因宏观经济的影响而引起互联网广告和其他增值业务的收入出现一定程度的波动。在疫情仍面临不确定性的当下，这种风险发生的可能性会显著提升。当上游电商、品牌方需求较大幅度下滑或下游消费者需求萎缩，企业的盈利可能大幅下降，市场需求可能萎缩，企业可能没有足够的资金去购买互联网增值服务，从而会影响到互联网信息服务行业的需求。此外，互联网增值服务受到国家相关法律、法规及政策的监管，监管政策的变动也可能导致公司经营业务受到影响。

（二）行业竞争加剧的风险

随着电商内容化、内容场景化、形式视频化、分发智能化、创作全民化的行业大趋势，内容行业尚处于快速发展阶段，行业竞争者不断涌入造成对用户流量的竞争更为激烈，平台留住用户的难度不断加大。此外，随着流量成本的增加，很多电商、品牌商都在加强内容营销，并开始自建内容平台。这些因素的存在将进一步加剧行业的竞争。公司未来将面临行业竞争可能进一步加剧的市场风险，如果公司不能准确把握市场需求以及适应市场竞争状况的变化，可能会降低公司竞争优势，行业地位、市场份额可能下降，对未来公司持续发展产生不利影响。

（三）电商政策变化的风险

公司的部分收入为电商导购佣金收入和互联网效应营销平台收入，这项业务收入是公司与阿里巴巴、京东等电商企业的联盟平台或其他第三方联盟平台进行对接，按照所发布商品的实际交易额收取佣金。作为电商行业领军企业，公司与该类电商平台的业务合作关系稳定，但存在对主要客户依赖的风险。公司对于电商企业联盟平台及其他第三方联盟平台的佣金政策控制力度有限，包括享有佣金的商品、佣金比例等。若上述联盟平台政策调整，如降低各品类佣金比例、取消部分商品佣金等，公司的佣金业务收入将面临下降的风险。

（四）内容平台政策变化的风险

报告期内，针对抖音、快手等新型的内容平台，公司拓展了消费类 MCN、商品与媒体匹配的全链路服务、代运营服务、品牌营销等业务。上述平台正处于发展的初期，为应对不断变化的竞争环境，平台政策变化相对频繁。公司如果无法及时跟上平台政策的调整，可能会对新业务的拓展带来不利影响；另一方面平台在产业链上具有相对较强的话语权，如果平台政策调整，例如改变内容分发策略、降低达人佣金比例、取消部分商品佣金等，公司的上述新业务将面临收入下降的风险。

三、经营管理风险

（一）拓展新用户及现有用户流失的风险

存量博弈的互联网时代，持续不断的优质内容供应是公司吸引用户并留住用户的核心手段之一，也是继续扩大行业影响力和业务规模的关键所在。未来，如果不建立更为严格的内容审核和发布标准来保证内容质量，将无法提供有竞争力的服务或者受其他市场和竞争因素的影响，将有可能导致用户增长不及预期或现有用户的流失，从而对公司的运作和营业收入造成不利影响。

（二）系统稳定性及网络安全风险

公司的日常运营有赖于健全的预防机制、具备监控和应变能力的网络平台，公司虽设有专门的运维团队负责维护日常运营，但由于用户习惯、电商季节性促销等原因，公司网络平台的访问量短时间内会有较大波动的可能，系统稳定性面临一定的挑战。如果运维团队不能及时对访问量进行预估、适时对网络资源进行弹性扩容、发现故障追根溯源等，不能提高平台的稳定性，将有可能出现网络平台不能正常访问、影响用户体验的情形。此外，公司也会受到来自互联网上广泛存在的病毒、木马、网络入侵、系统攻击等安全威胁。由于网络空间的复杂性，互联网相关技术的开源、开放性和互联网信息传播的媒体性，如果没有先进的技术手段和相应的资金进行保障，公司的信息安全管理团队可能没有办法及时识别风险，导致公司业务不能持续稳定运行。

（三）创作者流失风险

优秀的内容创作者日益成为公司最重要的资源之一，公司目前正在积极打造基于创作者的内容生态。与此同时，外部环境竞争激烈，各大内容平台都在争抢优质的内容创作者，公司面临优质内容创作者流失的风险。

（四）新业务拓展风险

报告期内，基于全新的发展战略，公司在强化原有业务核心竞争力的基础上，不断孵化创新业务，例如消费类 MCN、商品与媒体匹配的全链路服务、代运营服务、品牌营销等。这些新业务面临较为复杂的外部环境，一方面，行业入局者不断涌入，可供用户或者客户选择的机会越来越多，不能有效满足用户或者客户多元化和差异化的需求，将可能使公司丧失优势；另一方面，也面临头部品牌自建线上运营团队的风险。

（五）规模扩大的管理风险

随着公司业务的不断发展，公司经营规模持续扩大，员工数量逐步增长，这对公司的经营决策、管理体系、组织架构、战略规划、资源优化配置等方面都提

出了更高的要求。如果公司管理水平不能及时适应规模扩张带来的更高要求，将有可能影响公司的长远发展。

（六）技术风险

随着行业的快速发展，技术升级的周期越来越短，对互联网企业的技术要求也越来越高，需要公司具备快速的技术更新能力。此外，新的技术在不断更好地满足用户需求和降低运营成本的同时，也对互联网企业的经营管理提出了更高的要求。只有及时跟进互联网技术的革新，不断加大对新技术的研发投入，满足用户更新的、更广泛的需求，才能在激烈的市场竞争中生存。虽然公司一直紧跟行业发展动态和市场需求，不断改进并开发新的技术，但是随着技术的不断进步，若未来公司未能根据市场和用户习惯的变化趋势，投入足够的资源进行新技术的研发，或出现新技术的研发不及时或失败的情形，将会对公司产品创新和业务模式升级造成影响，进而影响公司的成长性。

（七）客户集中风险

报告期内，公司前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例分别为 68.47%、62.27%、54.84%和 56.87%，客户集中度相对较高。随着行业竞争加剧及客户需求调整，若公司发生主要客户流失、主要客户订单下降等情况，则公司的经营业绩将会受到影响。

四、财务风险

（一）人力成本上升的风险

由于公司规模不断扩大以及战略升级需要，人员规模快速上升，同时受到地区平均工资调整、市场竞争环境变化等因素的影响，公司人力成本增长较快。2019年、2020年、2021年及2022年1-9月，公司职工薪酬分别为 25,674.38 万元、30,836.43 万元、47,216.75 万元及 34,842.79 万元，2019至2021年的年复合增长率达 35.61%。未来，不断上涨的人力成本将可能对公司经营业绩造成不利影响。

（二）所得税优惠政策到期的风险

公司于 2020 年 10 月 21 日取得北京市《高新技术企业证书》，证书编号为 GR202011001634，有效期为 3 年。根据《中华人民共和国企业所得税法》的相关规定，公司 2020 年度、2021 年度及 2022 年度按 15% 的优惠税率缴纳企业所得税。发行人子公司星罗创想于 2021 年 11 月 4 日获得青岛市高新技术企业证书，证书编号为 GR202137100690。根据《中华人民共和国企业所得税法》的相关规定，星罗创想 2021 年度、2022 年度及 2023 年度按 15% 的优惠税率缴纳企业所得税。上述税收优惠到期后，如公司不能继续被认定为高新技术企业，可能导致公司的税务成本有所上升，从而对公司的经营业绩产生一定的影响。

（三）应收账款余额增长较快的风险

2019 年末、2020 年末、2021 年末及 2022 年 9 月末，公司应收账款余额分别为 20,828.69 万元、26,527.29 万元、44,818.55 万元及 40,479.97 万元，整体呈较快增长态势。2021 年公司进行战略升级，新增业务例如代运营服务、品牌营销等对营业收入的贡献度不断提升，应收账款随之增长。虽然公司与主要客户建立了长期良好的合作关系，并制定了相关应收账款管理制度控制应收账款回收风险，但若宏观经济环境发生重大不利变化，或发行人客户资信状况、经营情况出现恶化，导致应收账款无法及时收回，将可能给公司带来坏账风险，对公司整体运营产生不利影响。

（四）毛利率下降的风险

2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年度 1-9 月，公司综合毛利率分别为 71.57%、67.33%、57.13% 及 51.35%，报告期内公司毛利率呈现下降趋势，主要原因为：1、公司扩大运营人员规模，同时员工待遇水平有所提高，职工薪酬增长；2、随着公司业务的不断深入和多元化，公司对技术服务和 IT 资源的依赖程度不断提高，导致技术成本增加；3、客户举办活动的需求不断上升，导致活动成本增加；4、公司自 2021 年起实施战略升级，新开展的运营服务、商品销售服务和品牌营销服务的毛利率均低于传统的信息推广业务和互联网效

果营销业务，拉低公司整体毛利率。公司毛利率水平存在下降的风险，对公司的盈利能力会造成一定的不利影响。

（五）利润下滑的风险

报告期内，公司营业收入分别为 66,202.92 万元、90,956.61 万元、140,314.06 万元及 81,525.95 万元，利润总额分别为 12,980.13 万元、17,683.28 万元、20,064.62 万元及 2,922.60 万元，同时根据《北京值得买科技股份有限公司 2022 年度业绩预告》，预计 2022 年归属于上市公司股东的净利润较上年同期下降 47.08%至 55.44%。2022 年国内疫情反复，消费行业受影响较大，公司在广告发布服务和营销服务板块布局的多项服务相关收入增速放缓，同时信息推广成本和互联网效果营销成本增加，导致 2022 年盈利水平下降。公司未来的发展受宏观经济、产业政策、新冠疫情等外部因素以及公司自身的技术创新、市场开拓、内部控制等内部因素综合影响。若未来出现市场需求放缓或公司不能持续保持和提高市场竞争力，则可能导致业绩持续下滑的可能，从而对公司经营造成不利影响。

（六）经营活动现金流量下滑的风险

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 13,004.60 万元、16,675.52 万元、9,480.82 万元和-599.80 万元，最近一年一期有所下滑，且最近一期经营性现金流为负。随着公司业务规模的持续增长和 2021 年以来新业务拓展力度加大，公司职工薪酬等人力成本增加明显，应收账款余额增长较快，而目前处于孵化期的新业务毛利率低于传统核心业务，由此导致公司经营活动现金流下降。为抓住市场机遇，增强公司核心竞争力，公司未来将继续围绕消费内容、营销服务和消费数据三大核心业务板块增加投入。如果未来公司业务拓展不及预期，或应收账款无法及时收回，公司经营活动现金流量存在继续下滑的风险，并对公司日常经营稳定性造成不利影响。

（七）商誉减值风险

2021 年末及 2022 年 9 月末，公司商誉账面价值均为 4,407.50 万元，系收购黑光科技、易合博略及北京世研形成。公司根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，在每年年度终了进行减值测试。2021 年末，公司对黑光科技、易合博略及北京世研资产组的商誉进行测试后，核心商誉均未发生减值。2022 年 1-9 月，黑光科技、易合博略及北京世研净利润分别为-230.74 万元、-158.64 万元及-52.24 万元，均处于亏损状态。如果未来公司对被收购公司的业务整合和管理调整等效果不达预期，或被收购公司所处行业不景气、因市场开拓不利导致自身业务下降或者其他因素导致未来经营状况和盈利能力未达预期，则公司存在商誉减值的风险，从而对公司当期损益造成不利影响。

五、法律风险

（一）经营资质相关的风险

目前，公司及子公司已获得包括《电信与信息服务业务经营许可证》在内的与公司业务有关的资质证书。尽管如此，仍不排除未来可能由于相关资质要求提高、行业监管政策变化等因素使公司出现相关经营资质被暂停、无法持续或及时获得、需要增加有关支出以持续满足资质条件或获取新的经营资质等情形，从而可能对公司的业务经营造成不利影响。

（二）商标保护不全面的风险

公司拥有的商标等知识产权是公司核心竞争力的重要组成部分，近年公司已陆续申请了什么值得买、SMZDM 等相关组合的商标注册，公司主商标“什么值得买 SMZDM 及图”目前已取得商标注册证书。尽管如此，公司仍存在商标保护不全面的风险。

（三）广告内容不符合监管要求的风险

国家有关监管部门对广告内容有相应的监管规定，若公司广告客户违反相关

规定，则公司可能承担客户的连带责任、罚款、停止相关广告投放、公告道歉、吊销营业执照等处罚。尽管目前公司选择的广告客户均为知名度较高、信誉较好的企业，但随着公司业务规模的扩大，如果不严格按照广告内容及合同审查制度对客户在公司平台上投放的广告内容进行审核，仍存在可能因广告内容违反相关规定导致公司受到罚款、行政处罚，或招致公司形象受损、广告客户流失和广告收入下降等风险。

（四）公司因用户个人信息保护不当所面临的法律及用户流失风险

作为互联网信息服务提供者，公司在经营过程中会获取用户的手机号码、家庭住址、身份证号等个人信息。根据国家相关法律法规的规定，公司收集、使用用户个人信息应当遵循合法、正当、必要的原则，并对用户个人信息的安全负责，不得泄露、篡改、毁损、出售或者非法向他人提供用户个人信息等。若由于内部管理或外部原因造成用户信息的泄露，公司将会面临承担相应法律责任以及用户投诉和用户流失的风险。

六、募投项目实施风险

（一）募集资金投资项目实施风险

本次募集资金投资项目充分考虑了公司经营发展战略与公司的技术、市场等因素，进行了充分的论证，募投项目均符合国家产业政策和行业发展趋势，具备良好的发展前景。但在项目投资的实施过程中，可能会受到外部政策环境变化、行业景气度等不可预见因素的影响，造成项目施工不能按期进行、投资超支等风险的发生。

（二）募投项目达不到预期效益风险

本次募集资金投资项目的效益测算是基于项目行业政策以及市场环境、市场需求等因素合理预计业务收入而做出的。实际经营中，项目的行业政策、市场环境可能发生变化，因此，本次募集资金投资项目存在预期效益不能完全实现的风

险。如果募投项目无法实现预期收益，则募投项目折旧、费用支出的增加可能导致公司利润出现一定程度的下滑。

（三）新增固定资产折旧导致的利润下滑风险

本次募集资金投资项目建设完成后，公司固定资产将大幅增加，根据公司目前的固定资产折旧政策计算，在项目建设达到预定可使用状态后，公司每年折旧费用将大幅增加。如果募集资金投资项目不能按照原定计划实现预期经济效益，则公司新增固定资产折旧费用将对业绩产生一定的不利影响。

第四节 发行人基本情况

一、发行人股本结构及前十名股东持股概况

（一）公司股本结构

截至2022年9月30日，公司总股本为133,033,935股，具体股权结构如下：

股份性质	股份数量（股）	所占比例
一、有限售条件股份	57,769,637	43.42%
1、国家持股	-	-
2、国有法人持股	-	-
3、其他内资持股	57,766,050	43.42%
其中：境内法人持股	-	-
境内自然人持股	57,766,050	43.42%
4、外资持股	3,587	0.00%
其中：境外法人持股	-	-
境外自然人持股	3,587	0.00%
二、无限售条件股份	75,264,298	56.58%
三、股份总数	133,033,935	100.00%

注：2022年12月14日，公司回购注销2020年限制性股票激励计划部分首次授予及预留部分授予限制性股票47,404股，本次回购注销完成后，公司总股本由133,033,935股减少至132,986,531股。

（二）前十名股东持股情况

截至2022年9月30日，公司前十名股东持股情况如下：

单位：股

序号	股东名称	股东性质	持股总数	持股比例	持有有限售条件股份数量
1	隋国栋	境内自然人	51,814,151	38.95%	38,860,613
2	刘峰	境内自然人	14,912,934	11.21%	11,184,700
3	刘超	境内自然人	9,532,442	7.17%	7,149,332
4	北京国脉创新投资管理中心（有限合伙） ^注	境内非国有法人	8,967,489	6.74%	-
5	共青城尚麒投资管理合伙企业（有限合伙）	境内非国有法人	3,575,745	2.69%	-

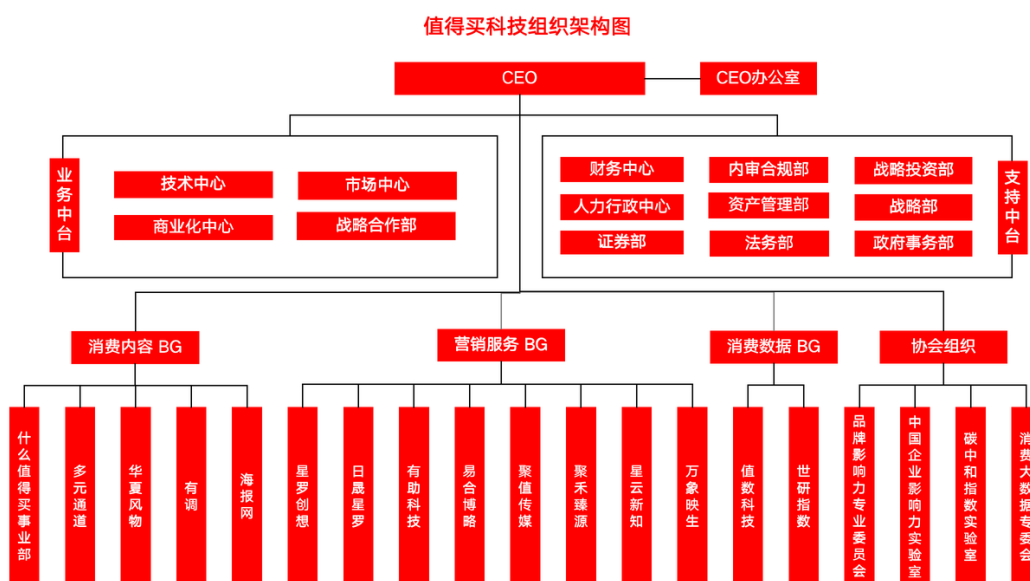
序号	股东名称	股东性质	持股总数	持股比例	持有有限限售条件股份数量
6	江唯娜	境内自然人	784,766	0.59%	-
7	侯恒斌	境内自然人	666,750	0.50%	-
8	中国工商银行股份有限公司—广发中证传媒交易型开放式指数证券投资基金	其他	618,273	0.46%	-
9	国泰君安证券资管—山东铁路发展基金有限公司—国君资管2765单一资产管理计划	其他	506,299	0.38%	-
10	梁慧君	境内自然人	390,245	0.29%	-
合计			91,769,094	68.98%	57,194,645

注：2022年11月3日、2022年11月7日，北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）分别与受让方赖星宇、质权人中国银河证券股份有限公司签署《股份转让协议》《股份转让协议之补充协议》，经三方协商一致，北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）以协议转让方式向赖星宇转让其持有公司的3,591,900股股份（占公司总股本的2.70%），本次转让完成后，北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）持有公司股权比例降低至4.04%。

二、公司组织结构图及对其他企业的重要权益投资情况

（一）公司组织结构图

截至本募集说明书签署日，公司组织结构图如下：



（二）公司重要子公司基本情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司重要子公司¹情况如下：

单位：万元

序号	公司名称	成立时间	注册资本	实收资本	直接或间接合计持股比例	主营业务	主要经营地
1	青岛星罗创想网络科技有限公司	2016/7/18	1,875	1,500	80.20%	互联网及相关服务	青岛胶州
2	华夏风物(北京)科技有限公司	2020/3/20	1,000	-	100.00%	互联网及相关服务	北京
3	北京有助科技有限公司	2020/3/16	1,000	-	80.00%	互联网及相关服务	北京
4	北京有桐科技有限公司	2020/4/9	100	-	100.00%	互联网及相关服务	北京
5	天津星盟网络科技有限公司	2020/11/24	100	-	100.00%	互联网及相关服务	天津

公司重要子公司最近一年经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计的主要财务数据如下：

单位：万元

序号	公司名称	2021 年末/2021 年度			
		总资产	净资产	营业收入	净利润
1	青岛星罗创想网络科技有限公司	12,908.81	3,002.15	24,614.27	1,298.22
2	华夏风物（北京）科技有限公司	556.73	-1,871.38	79.47	-1,354.49
3	北京有助科技有限公司	8,388.54	-870.48	7,245.93	-779.07
4	北京有桐科技有限公司	98.77	-1,887.47	37.85	-1,236.61
5	天津星盟网络科技有限公司	9,291.95	-614.75	34,769.93	-614.75

三、公司的控股股东及实际控制人基本情况

（一）公司股权控制关系

截至本募集说明书签署日，隋国栋先生直接持有公司 51,814,151 股股份，并通过国脉创新间接控制公司 5,375,589 股股份，合计控制公司 57,189,740 股股份，控股比例为 43.00%，为值得买控股股东和实际控制人。

¹ 最近一年占发行人主营业务收入或净利润 5%以上的子公司认定为重要子公司。

（二）控股股东、实际控制人基本情况

隋国栋先生，1983 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于同济大学，硕士学位。隋国栋先生曾任北京知德脉信息技术有限公司执行董事、经理，杭州世净科技有限公司监事；现任广东顺德艾瑞克林电器科技有限公司监事、北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）执行事务合伙人、杭州世净科技有限公司董事长、北京鼎合泰来科技有限公司执行董事、深圳市烧麦网络科技有限公司董事、天津云趣新媒体科技有限公司董事、北京畅效科技有限公司执行董事。现任公司董事长、首席执行官。

（三）控股股东和实际控制人所持股份的权利限制及权属纠纷

截至本募集说明书签署日，公司控股股东、实际控制人隋国栋先生及其一致行动人所持股份质押情况如下：

单位：万股

股东名称	持股总数	质押股份数量	占其所持股份比例	占公司总股本比例	质权人
隋国栋	5,181.42	1,584.86	30.59%	11.92%	海通证券股份有限公司
国脉创新	537.56	-	-	-	-
合计	5,718.97	1,584.86	27.71%	11.92%	-

除上述情形外，隋国栋先生持有的公司股份不存在其他冻结或者其他有争议的情况。

（四）控股股东和实际控制人报告期内的变化情况

报告期内，公司控股股东、实际控制人未发生变更。

（五）控股股东和实际控制人对其他企业的投资情况

控股股东、实际控制人投资的其他企业详见本募集说明书“第五节 合规经营与独立性”之“五、关联方、关联关系及关联交易”之“（一）关联方”之“2、发行人的控股股东、实际控制人直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织”。

四、公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员最近三年作出的重要承诺及履行情况

(一) 报告期内过往承诺履行情况

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
首次公开发行或再融资时所作承诺	隋国栋	其他承诺	公司控股股东、实际控制人就保障公司填补即期回报措施的切实履行作出如下承诺：（1）不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。（2）本承诺出具日后至公司本次发行完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。（3）本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。若本人违反上述承诺或拒不履行承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。	2020/4/30	长期	截至本募集说明书签署日，承诺人严格信守承诺，未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	程贤权、李楠、刘超、刘峰、柳伟亮、那昕、邱玉栋、隋国栋、温小杰、张君	其他承诺	公司董事、高级管理人员就保障公司填补即期回报措施的切实履行作出如下承诺：（1）本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；（2）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；（3）本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；（4）本人承诺由董事会或薪酬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；（5）如公司未来实施股权激励，本人承诺股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；（6）本承诺出具日后至公司本次发行实施完毕前，若中国证监会作出关	2020/4/30	长期	截至本募集说明书签署日，承诺人严格信守承诺，未出现违反承诺的情况。

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			于填补回报措施及其承诺的其他新监管规定的,且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时,本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺;(7)本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。若本人违反上述承诺或拒不履行承诺,将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉,给公司或者投资者造成损失的,本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。			
首次公开发行或再融资时所作承诺	刘超、刘峰、隋国栋	股份限售承诺	1、自公司股票上市之日起36个月内,不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份,也不由公司回购该部分股份。2、公司上市后6个月内如股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价,或者上市后6个月期末收盘价低于发行价,本人持有的公司股票的锁定期自动延长6个月。3、在公司首次公开发行股票上市之日起6个月内本人申报离职的,自申报离职之日起18个月内不转让本人直接持有的公司股份;在公司首次公开发行股票上市之日起第7个月至第12个月之间本人申报离职的,自申报离职之日起12个月内不转让本人直接持有的公司股份;因公司进行权益分派等导致本人直接持有公司股份发生变化的,仍将遵守上述承诺。自本人离职信息向深圳证券交易所申报之日起6个月内,本人增持的公司股份也将予以锁定。4、除遵守前述锁定期外,在本人担任公司董事、高级管理人员期间,每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的25%。本人离职后半年内,不转让本人所持有的公司股份。本人不因职务变更或离职等主观原因而放弃履行上述承诺。如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定,按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。	2019/7/15	2022/7/15	承诺人已履行完毕,未出现违反承诺的情况。

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
首次公开发行或再融资时所作承诺	北京国脉创新投资管理中心(有限合伙)	股份限售承诺	自公司股票上市之日起 36 个月内, 不转让或者委托他人管理本单位直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份, 也不由公司回购该部分股份。如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定, 按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。	2019/7/15	2022/7/15	承诺人已履行完毕, 未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	程贤权、李楠、柳伟亮、那昕、温小杰、张君	股份限售承诺	1、在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内本人申报离职的, 自申报离职之日起 18 个月内不转让本人直接持有的公司股份; 在公司首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间本人申报离职的, 自申报离职之日起 12 个月内不转让本人直接持有的公司股份; 因公司进行权益分派等导致本人直接持有公司股份发生变化的, 仍将遵守上述承诺。自本人离职信息向深圳证券交易所申报之日起 6 个月内, 本人增持的公司股份也将予以锁定。2、除遵守前述锁定期外, 在本人担任公司董事、高级管理人员期间, 每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%。本人离职后半年内, 不转让本人所持有的公司股份。本人不因职务变更或离职等主观原因而放弃履行上述承诺。如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定, 按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署日, 承诺人严格信守承诺, 未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	陈艳、豪斯巴依尔、张梅	股份限售承诺	1、在公司首次公开发行股票上市之日起 6 个月内本人申报离职的, 自申报离职之日起 18 个月内不转让本人直接持有的公司股份; 在公司首次公开发行股票上市之日起第 7 个月至第 12 个月之间本人申报离职的, 自申报离职之日起 12 个月内不转让本人直接持有的公司股份; 因公司进行权益分派等导致本人直接持有公司股份发生变化的, 仍将遵守上述承诺。自本人离职信息向深圳证券交易所申报之日起 6 个月内, 本人增持的公司股份也将予以锁定。2、除遵	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署日, 承诺人严格信守承诺, 未出现违反承诺的情况。

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			守前述锁定期外,在本人担任公司监事期间,每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%。本人离职后半年内,不转让本人所持有的公司股份。本人不因职务变更或离职等主观原因而放弃履行上述承诺。如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定,按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。			
首次公开发行或再融资时所作承诺	刘超、刘峰	股份减持承诺	<p>1、本人将严格遵守本人关于所持公司股票锁定期及转让的有关承诺。2、本人作为公司股东,对公司未来发展充满信心,锁定期满后在一定时间内将继续长期持有公司股份,如本人锁定期满后拟减持公司股份,将通过法律法规允许的方式并在符合以下条件的前提下进行:(1)自本人股份锁定期满后 2 年内减持的,减持价格不低于发行价格,若公司股票期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的,减持价格将进行除权除息相应调整;(2)若本人在公司上市后持有发行人 5%以上股份,自本人股份锁定期满后 2 年内减持的,减持股份总数将不超过本人合计所持公司股份总数的 80%。如根据本人作出的其他公开承诺需延长股份锁定期的,上述期限相应顺延;(3)若本人在公司上市后持有 5%以上股份,则本人将在减持公司股票时提前 3 个交易日予以公告;(4)本人在 3 个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数,不超过公司股份总数的 1%。3、若本人在 6 个月内减持过公司股票,通过证券公司、基金管理公司定向资产管理等方式购买的公司股票 6 个月内不减持。4、如因本人未履行相关承诺导致发行人或其投资者遭受经济损失的,本人将向公司或其投资者依法予以赔偿;若本人因未履行相关承诺而取得不当收益的,则该等收益全部归公司所有。</p>	2019/7/15	2024/7/15	截至本募集说明书签署日,承诺人严格信守承诺,未出现违反承诺的情况。

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
首次公开发行或再融资时所作承诺	北京国脉创新投资管理中心(有限合伙)	股份减持承诺	<p>1、本单位将严格遵守本单位关于所持公司股票锁定期及转让的有关承诺，本单位作为公司股东，对公司未来发展充满信心，锁定期满后在一定时间内将继续长期持有公司股份，如本单位锁定期满后拟减持公司股份，将通过法律法规允许的方式并在符合以下条件的前提下进行：（1）自本单位股份锁定期满后2年内减持的，减持价格不低于发行价格，若公司股票期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，减持价格将进行除权除息相应调整；（2）若本单位在公司上市后持有发行人5%以上股份，自本单位股份锁定期满后2年内减持的，减持股份总数将不超过本单位合计所持公司股份总数的90%。如根据本单位作出的其他公开承诺需延长股份锁定期的，上述期限相应顺延；（3）若本单位在公司上市后持有5%以上股份，则本单位将在减持公司股票时提前3个交易日予以公告；（4）本单位在3个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数，不超过公司股份总数的1%。2、若本单位在6个月内减持过公司股票，通过证券公司、基金管理公司定向资产管理等方式购买公司股票的，通过上述方式购买的本公司股票6个月内不减持。3、如因本单位未履行相关承诺导致发行人或其投资者遭受经济损失的，本单位将向公司或其投资者依法予以赔偿；若本单位因未履行相关承诺而取得不当收益的，则该等收益全部归公司所有。</p>	2019/7/15	2024/7/15	截至本募集说明书签署日，承诺人严格信守承诺，未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	隋国栋	股份减持承诺	<p>1、本人将严格遵守本人关于所持公司股票锁定期及转让的有关承诺。2、本人作为公司控股股东，对公司未来发展充满信心，锁定期满后在一定时间内将继续长期持有公司股份，如本人锁定期满后拟减持公司股份，将通过法律法规允许的方式并在符合以下条件的前提下进行：（1）自本人股份锁定期满后2年内减持的，减持价</p>	2019/7/15	2024/7/15	截至本募集说明书签署日，承诺人严格信守承诺，未出现违反

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			格不低于发行价格,若公司股票期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的,减持价格将进行除权除息相应调整;(2)自本人股份锁定期满后2年内减持的,2年内转让的公司股份数量合计不超过本人减持前所持有的公司股份数量的50%。如根据本人作出的其他公开承诺需延长股份锁定期的,上述期限相应顺延;(3)若本人在公司上市后持有公司5%以上股份,则本人将在减持公司股票时提前3个交易日予以公告;(4)本人在3个月内通过证券交易所集中竞价交易减持股份的总数,不超过公司股份总数的1%。3、若本人在6个月内减持过公司股票,通过证券公司、基金管理公司定向资产管理等方式购买的公司股票6个月内不减持。4、如因本人未履行相关承诺导致公司或其投资者遭受经济损失的,本人将向发行单位或其投资者依法予以赔偿;若本人因未履行相关承诺而取得不当收益的,则该等收益全部归公司所有。			承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	发行人	股份回购承诺	若招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对判断本公司是否符合法律、法规、规范性文件规定的首次公开发行股票并在创业板上市的发行条件构成重大、实质影响的,本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。具体措施为:在中国证监会对本公司作出正式的行政处罚决定并认定本公司存在上述违法行为后,本公司将依法启动回购股份的程序,回购价格按本公司首次公开发行的发行价格并加算银行同期存款利息确定,回购股份数按本公司首次公开发行的全部新股数量确定,并按法律、法规、规范性文件的相关规定办理手续。	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署日,承诺人严格信守承诺,未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所	隋国栋	股份回购承诺	若招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对判断发行人是否符合法律、法规、规范性文件规定的首次公开发行股票并在创业板上市的发行条件构成重大、实质影响的,本人将依法回	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署日,承诺人严

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
作承诺			购首次公开发行时由本公司公开发售的全部股份。具体措施为：在中国证监会对发行人作出正式的行政处罚决定并认定发行人存在上述违法行为后，本人将依法启动回购股份的程序，回购价格按发行人首次公开发行的发行价格并加算银行同期存款利息确定，回购股份数按本公司首次公开发行的全部新股数量确定，并按法律、法规、规范性文件的相关规定办理手续。			格信守承诺，未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	程贤权、李楠、刘超、刘峰、柳伟亮、那昕、隋国栋、温小杰、张君	关于同业竞争、关联交易、资金占用方面的承诺	截至本承诺函出具日，本人及本人控制的其他企业不存在以任何形式占用北京值得买科技股份有限公司及其子公司资金的情况。本人承诺：自承诺函出具日起，本人及本人控制的其他企业亦将不会以任何方式占用北京值得买科技股份有限公司及其子公司的资金。	2017/7/23	长期	截至本募集说明书签署日，承诺人严格信守承诺，未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	隋国栋	关于同业竞争、关联交易、资金占用方面的承诺	（1）本人目前未在与发行人或其控股企业业务相同或相似的其他公司或者经济组织中担任职务。（2）本人单独及/或共同控制的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。（3）自签署本承诺函之日起，本人单独及/或共同控制的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，也不会： （a）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；（b）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或者可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；（c）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或者可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。（4）作为发行人之控股股东、	2017/7/23	长期	截至本募集说明书签署日，承诺人严格信守承诺，未出现违反承诺的情况。

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			实际控制人，不会利用股东身份、股东根据相关法律法规及公司章程享有的权利及获知的信息，包括但不限于发行人及其下属企业的商业秘密，从事或通过所控制的企业从事损害或可能损害发行人及其下属企业的利益的业务或活动。（5）本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给发行人及其下属企业造成的一切损失、损害和开支。			
首次公开发行或再融资时所作承诺	陈艳、程贤权、豪斯巴依尔、李楠、刘超、刘峰、柳伟亮、那昕、温小杰、张君、张梅	关于同业竞争、关联交易、资金占用方面的承诺	（1）截止本承诺函出具之日，除已经披露的情形外，本人（包括本人所控制的公司）与发行人之间不存在其他关联交易。本人（包括本人所控制的公司）将善意履行作为发行人董事、监事、高级管理人员的义务，不利用本人的地位影响发行人的独立性、故意促使发行人对与本人（包括本人所控制的公司）的任何关联交易采取任何行动、故意促使发行人的股东大会、董事会或监事会做出侵犯其他股东合法权益的决议。如果发行人必须与本人（包括本人所控制的公司）发生任何关联交易，则本人承诺将促使上述交易按照公平合理和正常商业交易的条件进行，本人（包括本人所控制的公司）将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。（2）本人（包括本人所控制的公司）将严格和善意地履行与发行人签订的各种关联交易协议。本人（包括本人所控制的公司）承诺将不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。（3）本人对上述承诺的真实性及合法性负全部法律责任，如果本人（包括本人所控制的公司）违反上述声明、保证与承诺，并造成发行人经济损失的，本人同意赔偿相应的损失。（4）本声明、保证与承诺将持续有效，直至本人不再作为发行人的董事、监事、高级管理人员。	2017/3/28	长期	截至本募集说明书签署日，承诺人严格信守承诺，未出现违反承诺的情况。

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
首次公开发行或再融资时所作承诺	隋国栋	关于同业竞争、关联交易、资金占用方面的承诺	(1) 截止本承诺函出具之日, 除已经披露的情形外, 本人(包括本人所控制的公司)与发行人之间不存在其他关联交易。本人(包括本人所控制的公司)将善意履行作为发行人控股股东、实际控制人的义务, 不利用本人的地位影响发行人的独立性、故意促使发行人与本人(包括本人所控制的公司)的任何关联交易采取任何行动、故意促使发行人的股东大会、董事会或监事会做出侵犯其他股东合法权益的决议。如果发行人必须与本人(包括本人所控制的公司)发生任何关联交易, 则本人承诺将促使上述交易按照公平合理和正常商业交易的条件进行, 本人(包括本人所控制的公司)将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。	2017/3/28	长期	截至本募集说明书签署日, 承诺人严格信守承诺, 未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	隋国栋	IPO 稳定股价承诺	1、本人严格按照《北京值得买科技股份有限公司关于稳定股价的预案》的相关要求, 全面履行在稳定股价预案项下的各项义务和责任。2、如本人届时持有公司的股票, 本人将在审议股份回购议案的股东大会中就相关股份回购议案投赞成票。3、在启动股价稳定措施的前提条件满足时, 如本人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施, 本人同意采取下列约束措施: ①本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉; ②本人将在前述事项发生之日起 10 个交易日内, 停止在公司领取股东分红(如有), 直至本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时止。	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署日, 承诺人严格信守承诺, 未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	发行人	IPO 稳定股价承诺	1、公司严格按照《北京值得买科技股份有限公司关于稳定股价的预案》的相关要求, 全面履行在稳定股价预案项下的各项义务和责任。2、在启动股价稳定措施的前提条件满足时, 如公司未按照上	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署日, 承诺人严

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
作承诺			述预案采取稳定股价的具体措施,公司同意采取下列约束措施:①公司将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉;②公司将立即停止发放公司董事、高级管理人员的薪酬(如有)或津贴(如有)及股东分红(如有),直至公司按本预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。③公司将立即停止制定或实施重大资产购买、出售等行为,以及增发股份、发行公司债券以及重大资产重组等资本运作行为,直至公司按本预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕。④如因相关法律、法规对于社会公众股股东最低持股比例的规定导致公司在一定时期内无法履行回购义务的,公司可免于前述惩罚,但亦应积极采取其他措施稳定股价。			格信守承诺,未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	程贤权、李楠、刘超、刘峰、柳伟亮、那昕、温小杰、张君	IPO 稳定股价承诺	1、本人严格按照《北京值得买科技股份有限公司关于稳定股价的预案》的相关要求,全面履行在稳定股价预案项下的各项义务和责任。2、如本人届时持有公司的股票,本人将在审议股份回购议案的股东大会中就相关股份回购议案投赞成票。3、在启动股价稳定措施的前提条件满足时,如本人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施,本人同意采取下列约束措施:①本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉;②本人将在前述事项发生之日起 10 个工作日内,停止在公司领取薪酬(如有)或津贴(如有)及股东分红(如有),直至本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时止	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署日,承诺人严格信守承诺,未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再	隋国栋	其他承诺	控股股东和实际控制人关于发行人取得资质前开展业务的兜底承诺:发行人实际控制人隋国栋已出具书面承诺:若北京值得买科技	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
融资时所作承诺			股份有限公司因在其取得 ICP 证前开展网络广告业务而遭受监管部门行政处罚或者其他需承担法律责任的情形,本人将全额承担因此而需支付的罚款及/或其他赔偿费用,保证北京值得买科技股份有限公司不因此遭受任何损失。发行人实际控制人隋国栋已出具书面承诺:若北京值得买科技股份有限公司因在其取得《互联网药品信息服务资格证书》前开展互联网药品信息服务而遭受监管部门行政处罚或者其他需承担法律责任的情形,本人将全额承担因此而需支付的罚款及/或其他赔偿费用,保证北京值得买科技股份有限公司不因此遭受任何损失			日,承诺人严格信守承诺,未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	陈艳、程贤权、豪斯巴依尔、李楠、刘超、刘峰、柳伟亮、那昕、隋国栋、温小杰、张君、张梅	其他承诺	董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺:1、本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益,也不采用其他方式损害公司利益;2、本人承诺对本人的职务消费行为进行约束;本人承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动;3、本人承诺全力支持董事会或薪酬委员会制定薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩的董事会和股东大会议案,并愿意投票赞成(若有投票权)该等议案;4、本人承诺全力支持拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩的董事会和股东大会议案,并愿意投票赞成(若有投票权)该等议案;5、本承诺出具日后至公司首次公开发行股票并上市完毕前,中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺明确规定时,且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时,本人承诺届时将按照中国证监会规定出具补充承诺;6、本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺,若本人违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的,本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署日,承诺人严格信守承诺,未出现违反承诺的情况。

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
首次公开发行或再融资时所作承诺	发行人	其他承诺	<p>1、保证募集资金规范、有效使用，实现项目预期效益。本次发行募集资金到账后，公司董事会将开设募集资金专项账户，并与开户银行、保荐机构签订募集资金三方监管协议，确保募集资金专款专用。同时，公司将严格遵守资金管理制度和《募集资金管理制度》的规定，在进行募集资金项目投资时，履行资金支出审批手续；明确各控制环节的相关责任，按投资计划申请、审批、使用募集资金，并对使用情况进行内部检查与考核。</p> <p>2、提高公司日常运营效率，降低公司运营成本为达到募投项目的预期回报率，公司将加强内部运营控制，完善投资决策程序，设计合理的资金使用方案，努力提高资金的使用效率。其次，公司将持续改进生产流程，建立现代化及信息化的管理方式，通过对采购、生产、销售等环节的质量控制，提高资产运营效率。同时，公司将建立相应机制，确保公司各项制度的严格执行，加强对董事、高级管理人员职务消费的约束，达到降低公司运营成本的目标。</p> <p>3、保证募投项目实施效果，加快募投项目投资进度。公司已充分做好了募投项目前期的可行性分析工作，对募投项目所涉及行业进行了深入的了解和分析，结合行业趋势、市场容量、技术水平以及公司自身原材料、产能等基本情况，最终拟定了项目规划。本次发行募集资金到账后，公司将按计划确保募投项目建设进度，加快推进募投项目实施，争取募投项目早日投产并实现预期效益。</p> <p>4、完善利润分配政策。公司详细规定了利润分配原则、利润分配方式、现金分红的条件、利润分配的比例和期间间隔、利润分配方案的制定和决策机制、利润分配方案的实施、利润分配政策的修订程序。公司优先采用现金分红进行利润分配，且公司每年以现金方式分配的利润不低于合并口径当年实现的可供分配利润的 20%，同时公司制定了《关于公司上市后三年内的</p>	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署日，承诺人严格信守承诺，未出现违反承诺的情况。

承诺事由	承诺方	承诺类型	承诺内容	承诺时间	承诺期限	履行情况
			具体股利分配计划》。			
首次公开发行或再融资时所作承诺	程文；共青城尚麒投资管理合伙企业(有限合伙)	股份限售承诺	自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本单位直接或间接持有的公司公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。如果中国证监会和深圳证券交易所对上述股份锁定期另有特别规定，按照中国证监会和深圳证券交易所的规定执行。	2019/7/15	2020/7/15	承诺人已履行完毕，未出现违反承诺的情况。
首次公开发行或再融资时所作承诺	刘超；刘峰；隋国栋	其他承诺	公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员承诺：严格遵守《公司法》等有关法律法规和公司章程的规定，不自营或者为他人经营与本公司同类的业务或者从事损害本公司利益的活动。	2019/7/15	长期	截至本募集说明书签署日，承诺人严格信守承诺，未出现违反承诺的情况。
股权激励承诺	发行人	其他承诺	公司承诺不为激励对象依 2020 年限制性股票激励计划获取有关限制性股票提供贷款以及其他任何形式的财务资助，包括为其贷款提供担保。	2020/4/7	2025/5/21	截至本募集说明书签署日，承诺人严格信守承诺，未出现违反承诺的情况。

（二）本次可转债发行相关承诺

1、填补即期回报措施切实履行的承诺

公司控股股东、实际控制人及公司全体董事、高级管理人员就保障公司填补即期回报措施的切实履行作出如下承诺：

（1）公司控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人作出如下承诺：

“①不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

②本承诺出具日后至公司本次发行完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

③本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。若本人违反上述承诺或拒不履行承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

（2）公司董事、高级管理人员的承诺

公司董事、高级管理人员作出如下承诺：

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

②本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

③本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

④本人承诺由董事会或薪酬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；

⑤如公司未来实施股权激励，本人承诺股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

⑥本承诺出具日后至公司本次发行实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺；

⑦本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。若本人违反上述承诺或拒不履行承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

2、公司控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东及发行人董事、监事、高级管理人员关于避免短线交易的承诺

（1）公司控股股东、实际控制人的减持计划及承诺

①公司控股股东、实际控制人的减持计划

公司于 2023 年 2 月 13 日披露《北京值得买科技股份有限公司关于控股股东、实际控制人减持股份预披露的公告》，公告内容如下：

“持有公司股份 51,814,151 股（占本公司总股本比例 38.96%）的控股股东、实际控制人隋国栋先生计划在自本公告披露之日起十五个交易日后的 6 个月内以集中竞价方式减持本公司股份不超过 1,329,865 股（占本公司总股本比例 1.00%）；计划在自本公告披露之日起三个交易日后的 6 个月内以大宗交易方式减持本公司股份不超过 2,659,731 股（占本公司总股本比例 2.00%）。”

②公司控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人隋国栋先生作出如下承诺：

“①如公司启动本次可转债发行，本人将按照《证券法》《可转换公司债券管理办法》等相关规定，根据本次可转债发行时的市场情况及资金安排决定是否参与认购公司本次发行的可转债，并严格履行相应信息披露义务。若公司启动本次可转债发行之日与本人及本人配偶、父母、子女最后一次减持公司股票日期间隔不满六个月（含六个月）的，本人及本人配偶、父母、子女将不参与认购公司本次发行的可转债。”

②如届时本人决定认购公司本次发行的可转换公司债券的，本人将以自有或自筹资金参与本次可转债认购；如届时本人成功认购取得公司本次发行的可转债，本人及本人的配偶、父母、子女将严格遵守《证券法》《可转换公司债券管理办法》等法律、法规和规范性文件的规定，在本次发行的可转债认购后六个月内（含六个月）不减持公司股票和本次发行的可转债，并遵守证监会和深圳证券交易所的其他相关规定。

③若本人或本人的配偶、父母、子女违反上述承诺而减持公司股票或可转债的，由此所得收益归公司所有，本人将依法承担由此产生的法律责任。”

（2）公司控股股东、实际控制人的一致行动人的承诺

公司控股股东、实际控制人隋国栋先生的一致行动人北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）作出如下承诺：

“①如公司启动本次可转债发行，本企业将按照《证券法》《可转换公司债券管理办法》等相关规定，根据本次可转债发行时的市场情况及资金安排决定是否参与认购公司本次发行的可转债，并严格履行相应信息披露义务。若公司启动本次可转债发行之日与本企业最后一次减持公司股票之日期间间隔不满六个月（含六个月）的，本企业将不参与认购公司本次发行的可转债。

②如届时本企业决定认购公司本次发行的可转换公司债券的，本企业将以自有或自筹资金参与本次可转债认购；如届时本企业成功认购取得公司本次发行的可转债，本企业将严格遵守《证券法》《可转换公司债券管理办法》等法律、法规和规范性文件的规定，在本次发行的可转债认购后六个月内（含六个月）不减持公司股票和本次发行的可转债，并遵守证监会和深圳证券交易所的其他相关规定。

③若本企业违反上述承诺而减持公司股票或可转债的，由此所得收益归公司所有，本企业将依法承担由此产生的法律责任。”

（3）公司持有 5%以上自然人股东的减持计划及承诺

①公司持有 5%以上自然人股东的减持计划

公司于 2022 年 11 月 25 日披露《北京值得买科技股份有限公司关于董事、高级管理人员减持股份预披露的公告》，公告如下：

A. 持有公司股份 14,912,934 股（占公司总股本比例 11.21%）的董事、高级管理人员刘峰先生计划在自公告披露之日起十五个交易日后的 6 个月内以集中竞价方式减持本公司股份不超过 1,330,339 股（占本公司总股本比例 1.00%）；计划在自本公告披露之日起三个交易日后的 6 个月内以大宗交易方式减持本公司股份不超过 2,397,894 股（占本公司总股本比例 1.80%）。

B. 持有公司股份 9,532,442 股（占本公司总股本比例 7.17%）的董事刘超先生计划在自本公告披露之日起十五个交易日后的 6 个月内以集中竞价方式减持本公司股份不超过 1,330,339 股（占本公司总股本比例 1.00%）；计划在自本公告披露之日起三个交易日后的 6 个月内以大宗交易方式减持本公司股份不超过 1,052,771 股（占本公司总股本比例 0.79%）。

②公司持有 5%以上自然人股东的承诺

公司持有 5%以上自然人股东刘峰先生、刘超先生作出如下承诺：

“如公司启动本次可转债发行，本人将按照《证券法》《可转换公司债券管理办法》等相关规定，根据本次可转债发行时的市场情况及资金安排决定是否参与认购公司本次发行的可转债，并严格履行相应信息披露义务。若公司启动本次可转债发行之日与本人及本人配偶、父母、子女最后一次减持公司股票日期间隔不满六个月（含六个月）的，本人及本人配偶、父母、子女将不参与认购公司本次发行的可转债。

如届时本人决定认购公司本次发行的可转换公司债券的，本人将以自有或自筹资金参与本次可转债认购；如届时本人成功认购取得公司本次发行的可转债，本人及本人的配偶、父母、子女将严格遵守《证券法》《可转换公司债券管理办法》等法律、法规和规范性文件的规定，在本次发行的可转债认购后六个月内（含六个月）不减持公司股票和本次发行的可转债，并遵守证监会和深圳证券交易所的其他相关规定。

若本人或本人的配偶、父母、子女违反上述承诺而减持公司股票或可转债的，

由此所得收益归公司所有，本人将依法承担由此产生的法律责任。”

（4）公司非独立董事、监事及高级管理人员的承诺

公司非独立董事、监事及高级管理人员作出如下承诺：

“如公司启动本次可转债发行，本人将按照《证券法》《可转换公司债券管理办法》等相关规定，根据本次可转债发行时的市场情况及资金安排决定是否参与认购公司本次发行的可转债，并严格履行相应信息披露义务。若公司启动本次可转债发行之日与本人及本人配偶、父母、子女最后一次减持公司股票的最后一次减持日期间隔不满六个月（含六个月）的，本人及本人配偶、父母、子女将不参与认购公司本次发行的可转债。

如届时本人决定认购公司本次发行的可转换公司债券的，本人将以自有或自筹资金参与本次可转债认购；如届时本人成功认购取得公司本次发行的可转债，本人及本人的配偶、父母、子女将严格遵守《证券法》《可转换公司债券管理办法》等法律、法规和规范性文件的规定，在本次发行的可转债认购后六个月内（含六个月）不减持公司股票和本次发行的可转债，并遵守证监会和深圳证券交易所的其他相关规定。

若本人或本人的配偶、父母、子女违反上述承诺而减持公司股票或可转债的，由此所得收益归公司所有，本人将依法承担由此产生的法律责任。”

（5）公司独立董事的承诺

公司独立董事作出如下承诺：

“截至本承诺出具之日，本人未直接或间接持有公司股票。

本人不存在参与认购公司本次发行可转债的计划或安排；本人亦不会委托其他主体参与认购公司本次发行可转债。

本人自愿作出上述承诺并接受承诺约束，若本人违反上述承诺，本人将依法承担由此产生的法律责任。”

五、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员任职基本情况

截至本募集说明书签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的基本情况如下表所示：

姓名	性别	职务	本届任期起始日	本届任期终止日
隋国栋	男	董事长	2021/10/14	2024/10/14
		首席执行官	2021/10/18	2024/10/14
刘峰	男	董事	2021/10/14	2024/10/14
		首席技术官	2021/10/18	2024/10/14
刘超	男	董事	2021/10/14	2024/10/14
		内审部门负责人	2021/10/18	2024/10/14
邱玉栋	男	董事	2021/10/14	2024/10/14
		执行总裁	2021/10/18	2024/10/14
黄生	男	独立董事	2021/10/14	2024/10/14
曲凯	男	独立董事	2021/10/14	2024/10/14
肖土盛	男	独立董事	2021/10/14	2024/10/14
张梅	女	监事会主席	2021/10/14	2024/10/14
丰志华	男	监事	2021/10/14	2024/10/14
豪斯巴依尔	男	职工监事	2021/10/14	2024/10/14
李楠	女	首席财务官	2021/10/18	2024/10/14
柳伟亮	男	董事会秘书、战略副总裁	2021/10/18	2024/10/14
易铎	男	技术总监	-	-
王西平	男	技术总监	-	-

（二）现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简历

1、董事

隋国栋先生，1983 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于同济大学，硕士学位。隋国栋先生曾任北京知德脉信息技术有限公司执行董事、经理，

杭州世净科技有限公司监事；现任广东顺德艾瑞克林电器科技有限公司监事、北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）执行事务合伙人、杭州世净科技有限公司董事长、北京鼎合泰来科技有限公司执行董事、深圳市烧麦网络科技有限公司董事、天津云趣新媒体科技有限公司董事、北京畅效科技有限公司执行董事、经理、天津国脉创客企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人、北京千络畅达科技有限公司执行董事、北京千络悦旅科技有限公司执行董事。现任公司董事长、首席执行官。

刘峰先生，1982年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于山东理工大学，学士学位。刘峰先生现任北京鼎合泰来科技有限公司监事、桂林云祈文化旅游发展有限公司监事、天津国脉智德企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人、红毛猩猩（深圳）科技有限公司董事、北京畅效科技有限公司监事。现任公司董事、首席技术官。

刘超先生，1986年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于哈尔滨师范大学，学士学位。刘超先生曾任公司首席运营官、首席用户体验官、首席营销官，曾任天津国脉创客企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人，现任天津国脉多元企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人。现任公司董事、内审部门负责人。

邱玉栋先生，1975年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于扬州大学税务学院，学士学位。邱玉栋先生曾任嘉兴市麦包包网络科技有限公司董事、首席财务官、首席运营官、首席执行官，海尔集团日日顺网上商城首席执行官，现任天津国脉创德企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人。现任公司董事、执行总裁。

黄生先生，1977年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于北京大学获学士学位，剑桥大学获硕士学位，华盛顿大学（圣路易斯）获博士学位。黄生先生曾任北京大学教育基金会项目官员、新加坡管理大学李光前商学院金融学助理教授。现任中欧国际工商学院副教授、国新文化控股股份有限公司独立董事、永丰银行（中国）有限公司独立董事、广州朗国电子科技股份有限公司独立董事。现任公司独立董事。

曲凯先生，1970年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于西南政法学院，本科学历。曲凯先生曾任吉林省土地管理局、长春市房地产律师事务所、北京京融律师事务所、北京市中银律师事务所、北京凯文律师事务所；现任北京国枫律师事务所合伙人，福建夜光达科技股份有限公司独立董事、康平科技(苏州)股份有限公司独立董事、北京恒合信业股份有限公司独立董事、福建省青山纸业股份有限公司独立董事。现任公司独立董事。

肖土盛先生，1987年出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于上海财经大学，博士学位。曾任香港中文大学公司治理中心研究助理、康奈尔大学公派访问学者、深圳市兆新能源股份有限公司独立董事；现任中央财经大学会计学院副教授、管理会计系系主任、牙木科技股份有限公司独立董事。现任公司独立董事。

2、监事

张梅女士，1974年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于中国人民大学，硕士学位。曾任盛拓传媒财务及法务总监、北京盛拓优讯信息技术有限公司董事、宿迁市值宝文化传播有限公司监事、天津国脉智容企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人。现任公司监事会主席。

丰志华先生，1988年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于清华大学，硕士学位。曾任京东管培生、战略&投资分析师，现任北京菜农网络科技有限公司经理、执行董事。现任公司监事。

豪斯巴依尔先生，1985年生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于内蒙古农业大学。豪斯巴依尔先生历任公司软件 PHP 高级开发工程师、运维工程师、服务器运维经理、技术中心高级总监。现任公司职工监事。

3、高级管理人员

公司首席执行官隋国栋先生、执行总裁邱玉栋先生、首席技术官刘峰先生简历详见本节“五、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（二）现任董事、监事及高级管理人员简历”之“1、董事”。

李楠女士，1976年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于北京工商

大学，硕士学位。李楠女士曾任铁狮门投资咨询（上海）有限公司中国区财务总监、珠海横琴阅江投资顾问有限公司财务总监；现任天津国脉智新企业管理中心（有限合伙）执行事务合伙人。现任公司首席财务官。

柳伟亮先生，1985 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于北京大学，硕士学位。柳伟亮先生曾任雅堂汇宾（北京）信息科技有限公司执行董事、经理，京东集团股份有限公司发展战略部战略分析师、高级经理。现任公司董事会秘书兼战略副总裁。

4、其他核心人员

易铎先生，1979 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于北京工业大学，大专学历。易铎先生曾任北京中观网网络信息技术有限公司技术经理、北京智德点康电子商务有限公司软件开发工程师、CG 群组开发组长、架构师等职务。现任公司技术总监。

王西平先生，1980 年出生，中国国籍，无永久境外居留权，毕业于青岛科技大学。王西平先生曾任青岛网星电子商务有限公司程序员、青岛驿通未来科技有限公司项目开发经理。现任公司技术总监。

（三）现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

截至本募集说明书签署日，除在发行人及其子公司任职之外，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外兼职的情况如下：

姓名	其他单位名称	在其他单位担任的职务
隋国栋	北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人
	广东顺德艾瑞克林电器科技有限公司	监事
	杭州世净科技有限公司	董事长
	北京鼎合泰来科技有限公司	执行董事
	深圳市烧麦网络科技有限公司	董事
	天津云趣新媒体科技有限公司	董事
	北京畅效科技有限公司	执行董事、经理
	天津国脉创客企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人
	北京千络畅达科技有限公司	执行董事

姓名	其他单位名称	在其他单位担任的职务
	北京千络悦旅科技有限公司	执行董事
刘峰	北京鼎合泰来科技有限公司	监事
	桂林云祈文化旅游发展有限公司	监事
	天津国脉智德企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人
	红毛猩猩（深圳）科技有限公司	董事
	北京畅效科技有限公司	监事
刘超	天津国脉多元企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人
邱玉栋	天津国脉创德企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人
黄生	中欧国际工商学院	副教授
	国新文化控股股份有限公司	独立董事
	永丰银行（中国）有限公司	独立董事
	广州朗国电子科技股份有限公司	独立董事
曲凯	北京国枫律师事务所	合伙人
	福建省青山纸业股份有限公司	独立董事
	福建夜光达科技股份有限公司	独立董事
	康平科技（苏州）股份有限公司	独立董事
	北京恒合信业技术股份有限公司	独立董事
肖土盛	中央财经大学	副教授
	牙木科技股份有限公司	独立董事
丰志华	北京菜农网络科技有限公司	执行董事、经理
李楠	天津国脉智新企业管理中心（有限合伙）	执行事务合伙人

（四）董事、监事、高级管理人员薪酬情况

2021 年度，公司现任董事、监事、高级管理人员薪酬情况如下表所示：

单位：万元

姓名	职务	从公司获得的税前报酬总额
隋国栋	董事长、首席执行官	146.28
刘峰	董事、首席技术官	118.06
刘超	董事、内审部门负责人	127.28
邱玉栋	董事、执行总裁	139.31
黄生	独立董事	1.46
曲凯	独立董事	1.46

姓名	职务	从公司获得的税前报酬总额
肖土盛	独立董事	1.46
张梅	监事会主席、副总裁	102.79
丰志华	监事、数据中心高级总监	82.64
豪斯巴依尔	职工监事、副总裁	84.98
李楠	首席财务官	126.69
柳伟亮	董事会秘书兼战略副总裁	98.42

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员持股情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司现任董事、监事、高级管理人员直接持有发行人股份情况如下：

单位：股

姓名	职务	持股数量	持股比例
隋国栋	董事长、首席执行官	51,814,151	38.95%
刘峰	董事、首席技术官	14,912,934	11.21%
刘超	董事	9,532,442	7.17%
邱玉栋	董事、执行总裁	105,368	0.08%
柳伟亮	董事会秘书、战略副总裁	56,047	0.04%
李楠	首席财务官	49,321	0.04%
丰志华	监事	11,769	0.01%

（六）最近三年董事、监事及高级管理人员及其他核心人员变动情况

1、董事变动情况

报告期初，公司董事会成员如下：

姓名	任职情况
隋国栋	董事长
刘峰	董事兼首席技术官
刘超	董事兼首席用户体验官
那昕	董事兼首席执行官、首席营销官
余振波	董事
刘小如	董事兼首席运营官

姓名	任职情况
张君	独立董事
程贤权	独立董事
温小杰	独立董事

2019年7月26日，公司披露了《北京值得买科技股份有限公司关于董事、高级管理人员辞职的公告》，刘小如女士因个人家庭原因申请辞去公司董事兼首席运营官，余振波先生因个人原因申请辞去公司董事，上述董事、高级管理人员辞职后不再担任公司任何职务。

2019年8月19日，公司召开2019年第三次临时股东大会，审议通过了《关于变更公司注册地址、变更经营范围、调整董事会成员人数及修订<公司章程>的议案》，公司董事会成员人数由9人调整至7人。

2021年10月14日，公司召开2021年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司董事会换届选举第三届董事会非独立董事候选人的议案》《关于公司董事会换届选举第三届董事会独立董事候选人的议案》，选举隋国栋先生、刘峰先生、刘超先生、邱玉栋先生为公司第三届董事会非独立董事，选举黄生先生、曲凯先生、肖土盛先生为公司第三届董事会独立董事。本次董事会换届完成后，公司第二届董事会董事那昕先生不再担任公司董事及下设专门委员会职务，离任后不在公司担任其他职务；公司第二届董事会独立董事张君先生、程贤权先生、温小杰先生不再担任公司独立董事及董事会下设各专门委员会职务，离任后不在公司担任其他职务。

2021年10月18日，公司召开第三届董事会第一次会议，审议通过了《关于选举公司第三届董事会董事长的议案》，选举隋国栋先生担任公司董事长。

2、监事变动情况

报告期初，公司监事会成员如下：

姓名	任职情况
陈艳	监事会主席兼副总裁
张梅	监事兼法务总监
豪斯巴依尔	职工监事兼运维副总监

2021年9月29日，公司披露了《北京值得买科技股份有限公司关于选举产生第三届监事会职工监事的公告》，公司于2021年9月22日召开了职工代表大会。经与会职工代表审议，会议选举豪斯巴依尔先生为公司第三届监事会职工监事，并经公司内部公示期满无异议。

2021年10月14日，公司召开2021年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司监事会换届选举第三届监事会非职工监事候选人的议案》，选举张梅女士、丰志华先生为公司第三届监事会非职工监事。本次监事会换届完成后，公司第二届监事会监事陈艳女士不再担任公司监事职务。

3、高级管理人员变动情况

报告期初，公司高级管理人员如下：

姓名	任职情况
那昕	董事兼首席执行官、首席营销官
刘峰	董事兼首席技术官
李楠	首席财务官
刘小如	董事兼首席运营官
柳伟亮	董事会秘书兼高级战略总监

2019年7月26日，公司披露了《北京值得买科技股份有限公司关于董事、高级管理人员辞职的公告》，刘小如女士因个人家庭原因申请辞去公司董事兼首席运营官，辞职后不再担任公司任何职务。

2020年3月30日，公司披露了《北京值得买科技股份有限公司关于高级管理人员辞职的公告》，那昕先生因个人原因申请辞去公司首席执行官、首席营销官职务，辞职后继续担任公司董事和战略委员会委员职务；同日，公司披露了《北京值得买科技股份有限公司关于聘任首席执行官的公告》，公司于2020年3月30日召开了第二届董事会第十四次会议并审议通过了《关于聘任首席执行官的议案》，聘任隋国栋先生担任公司首席执行官。

2020年4月27日，公司披露了《北京值得买科技股份有限公司关于聘任执行总裁的公告》《北京值得买科技股份有限公司关于聘任首席营销官的公告》，公司于2020年4月27日召开第二届董事会第十七次会议并审议通过了《关于

聘任公司执行总裁的议案》《关于聘任公司首席营销官的议案》，聘任邱玉栋先生担任公司执行总裁，聘任刘超先生担任公司首席营销官。

2021年10月18日，公司披露了《北京值得买科技股份有限公司关于董事会、监事会完成换届选举及聘任高级管理人员、内审部门负责人、证券事务代表的公告》，公司于2021年10月18日召开第三届董事会第一次会议并审议通过了《关于聘任公司高级管理人员的议案》，聘任隋国栋先生担任首席执行官，聘任邱玉栋先生担任执行总裁，聘任刘峰先生担任首席技术官，聘任李楠女士担任首席财务官，聘任柳伟亮先生担任董事会秘书、战略副总裁。本次高级管理人员换届完成后，刘超先生不再担任公司首席营销官、首席用户体验官职务，其离任后仍继续担任公司董事、内审部门负责人。

4、其他核心人员变动情况

报告期内，公司其他核心人员未发生变动。

（七）公司对董事、高级管理人员及其他员工的激励情况

1、2020年限制性股票激励计划（草案）审议情况

公司分别于2020年4月7日和2020年4月23日召开第二届董事会第十五次会议和2020年第一次临时股东大会，审议通过了《关于〈北京值得买科技股份有限公司2020年限制性股票激励计划（草案）〉及其摘要的议案》《关于〈北京值得买科技股份有限公司2020年限制性股票激励计划实施考核管理办法〉的议案》《关于提请股东大会授权董事会办理公司2020年限制性股票激励计划有关事项的议案》，同意公司向89名激励对象授予63.61万股限制性股票，并预留15.90万股限制性股票，合计权益79.51万股。

2、2020年限制性股票激励计划授予情况

（1）向激励对象首次授予限制性股票

2020年5月21日，公司召开第二届董事会第十九次会议和第二届监事会第十四次会议，审议通过了《关于向激励对象首次授予限制性股票的议案》，认为《北京值得买科技股份有限公司2020年限制性股票激励计划（草案）》规定

的授予条件已经成就，同意确定 2020 年 5 月 21 日为首次授予日，授予 89 名激励对象 63.61 万股限制性股票，授予价格为 72.79 元/股。公司董事会确定本次激励计划的授予日后，在资金缴纳、授予限制性股票过程中，8 名激励对象因个人原因自愿放弃认购部分公司拟授予的限制性股票，合计 5.18 万股。因此，公司本次激励计划首次实际申请办理授予登记的限制性股票数量为 58.43 万股。

根据中审众环出具的“众环验字（2020）110003 号”《验资报告》，截至 2020 年 5 月 27 日，公司收到本次限制性股票的增资款 42,531,197.00 元，其中新增注册资本 584,300.00 元，其余 41,946,897.00 元计入资本公积。

2020 年 6 月 12 日，本次授予的限制性股票完成登记过户事项并上市，公司股本变更为 53,917,634 股。

（2）向激励对象授予预留限制性股票

2021 年 1 月 29 日，公司第二届董事会第二十九次会议与第二届监事会第二十一次会议审议通过了《关于向激励对象授予预留限制性股票的议案》，根据 2020 年第一次临时股东大会的授权，确定 2021 年 1 月 29 日为预留授予日，向 35 名激励对象授予预留 132,750 股限制性股票。公司董事会确定本次激励计划的预留授予日后，在资金缴纳、授予限制性股票过程中，3 名激励对象因个人原因自愿放弃认购部分公司拟授予的预留限制性股票，合计 5,500 股。因此，公司本次激励计划部分预留限制性股票实际申请办理授予登记的数量为 127,250 股。

根据中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）于 2021 年 3 月 11 日出具的《北京值得买科技股份有限公司验资报告》（众环验字（2021）1100007 号），截至 2021 年 3 月 8 日，公司已收到由吕友仲等 35 名激励对象以货币资金形式缴纳的增资款合计人民币 5,932,395.00 元，其中新增注册资本（股本）人民币 127,250.00 元，其余人民币 5,805,145.00 元计入资本公积。

本次股权激励限制性股票的预留授予日为 2021 年 1 月 29 日，授予股份的上市日期为 2021 年 3 月 25 日。

六、公司所处行业的基本情况

（一）发行人所处行业

根据中国证监会《上市公司行业分类指引》，公司所处行业属于“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“I64 互联网和相关服务”。

（二）行业主管部门、行业监管体制和主要法规政策

1、行业主管部门和行业监管体制

公司所处行业主管部门以工业和信息化部为主，行业自律性组织包括中国互联网协会和中国软件行业协会。

（1）工业和信息化部

中华人民共和国工业和信息化部作为互联网信息服务行业的行政主管部门，主要负责制订互联网信息服务行业的产业政策、产业标准和产业规划，对行业的发展进行宏观调控，总体把握互联网信息服务内容。各省、自治区、直辖市设立的通信管理局对互联网信息服务业务实施政府监督管理职能。

（2）国家互联网信息办公室

国家互联网信息办公室主要负责落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理。

（3）中国互联网协会

中国互联网协会以及各地互联网协会作为行业的自律性组织，其主要作用是组织制定并实施行业规范和自律公约，维护国家信息安全，维护行业整体利益；协调行业与政府主管部门的交流与沟通；促进行业内的交流和合作。

（4）中国软件行业协会

中国软件行业协会是软件行业内部的指导、协调机构，主要职能为从事软件产业及市场研究，对会员单位的公共服务、行业自律管理以及代表会员向政府部门提出产业发展建议等。

此外，中华人民共和国公安部、中华人民共和国商务部、中华人民共和国文化部、中华人民共和国国家新闻出版广电总局相关部门在各自职责范围内对互联网行业信息内容实施监管。

2、主要产业政策和法规

（1）主要法律法规

法律法规类别	相关法律法规名称	出台机构	主要内容
互联网通用	《互联网信息服务管理办法》（2000年）	国务院	完善了互联网信息服务监管体系，并将互联网信息服务划分为经营性及非经营性，其中经营性互联网信息服务提供商必须取得互联网信息服务增值电信业务经营许可证（即“ICP”）。
	《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》（2011年）	工信部	规范互联网信息服务的市场秩序，保护互联网信息服务提供者和用户的合法权益，促进互联网行业的健康发展。
	《移动互联网应用程序信息服务管理规定》（2016年）	国家网信办	加强对移动互联网应用程序信息服务的规范管理，明确了网民在使用移动互联网信息服务中的合法权益。
	《信息网络传播权保护条例》（2013年修订）	国务院	包括合理使用、法定许可、避风港原则、版权管理技术等一系列内容，区分了著作权人、图书馆、网络服务商、读者各自可以享受的权益，网络传播和使用都有法可依，形成一个相互依存、相互作用、相互影响的“对立统一”关系，很好地体现了产业发展与权利人利益、公众利益的平衡，为产业加速发展做好了法律准备。
	《互联网文化管理暂行规定》（2017年）	文化部	加强对互联网文化的管理，保障互联网文化单位的合法权益，促进我国互联网文化健康、有序地发展。
	《中华人民共和国消费者权益保护法》（2013年）	全国人大常委会	旨在保护消费者合法权益，维护公平竞争的社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展。
网络安全	《中华人民共和国网络安全法》（2016年）	全国人大常委会	制定了保证网络安全，维护网络空间主权和国家安全、社会公共利益的相关法律规定。
	《关于加强网络信息保护的決定》（2012年）	全国人大常委会	完善了信息安全及隐私安全的法律保护机制。
	《信息安全技术个人信息安全规范》（2018年）	全国信息安全标准化委员会	指定标准并规范了开展收集、保存、使用、共享、转让、公开披露等个人信息处理活动应遵循的原则和安全要求，适用于规范

			各类组织个人信息处理活动，也适用于主管监管部门、第三方评估机构等组织对个人信息处理活动进行监督、管理和评估。
	《互联网安全保护技术措施规定》（2005年）	公安部	对于防范计算机病毒、网络入侵和攻击破坏等危害网络安全的事件制定了明确完善的应对机制，并要求相关各方应保存至少60天内的网络身份信息。
个人隐私保护	《中华人民共和国个人信息保护法》（2021年）	全国人大常委会	自然人的个人信息受法律保护，任何组织、个人不得侵害自然人的个人信息权益。国家网信部门负责统筹协调个人信息保护工作和相关监督管理工作。国务院有关部门依照本法和有关法律、行政法规的规定，在各自职责范围内负责个人信息保护和监督管理工作。
	《电信和互联网用户个人信息保护规定》（2013年）	工信部	对于电信业与互联网信息行业的用户个人隐私数据的采集及使用予以规范，同时指出个人隐私数据范围包括姓名、生日、身份证号、住址、电话号码。
互联网电子商务	《电子商务法》（2018年）	全国人大常委会	关系消费者生命健康的商品或者服务，电商平台经营者对平台内经营者的资质资格未尽到审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，依法承担相应的责任。
	《互联网广告管理暂行办法》（2016年）	国家工商管理总局（现国家市场监督管理总局）	从互联网广告定性、行业自律、特殊类广告发布规则、可识别性、广告合同、互联网广告各主体的法律责任等方面对互联网的性质、主体、行为、罚则等做出科学全面规定。
知识产权保护	《计算机软件著作权登记办法》（2002年）	国家版权局	增强我国信息产业的创新能力和竞争能力，国家著作权行政管理部门鼓励软件登记，并对登记的软件予以重点保护。
	《互联网著作权行政保护办法》（2005年）	国家版权局、国信息产业部（现工信部）	为加强互联网信息服务活动中信息网络传播权的行政保护，规范行政执法行为，进一步完善对互联网著作权的保护机制。
	《中国互联网络信息中心域名注册实施细则》（2012年修订）	中国互联网信息中心	规范互联网域名的注册、使用及管理的法规制度。

（2）主要产业政策

序号	时间	法律法规名称	颁布单位	主要内容
1	2022年	《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026年）》	工业和信息化部 教育部 文化和旅游部 国家广播电视总局 国家体育总局	重点促进包含内容生产、近眼显示、渲染处理、感知交互等核心关键技术的突破，促进创新能力显著提升。到2026年，三维化、虚实融合沉浸影音关键技术重点突破，新一代适人化虚拟现实终端产品不断丰富，产业生态进一步完善，虚拟现实在经济社会重要行业领域实现规模化应用。
2	2022年	《“十四五”数字经济发展规划》	国务院	建设高速泛在、天地一体、云网融合、智能敏捷、绿色低碳、安全可控的智能化综合性数字信息基础设施。到2025年，数字经济核心产业增加值占GDP比重达到10%，数据要素市场体系初步建立，产业数字化转型迈上新台阶，数字产业化水平显著提升，数字化公共服务更加普惠均等，数字经济治理体系更加完善。
3	2021年	《“十四五”大数据产业发展规划》	工信部	提出“十四五”时期，大数据产业发展要以推动高质量发展为主题，以供给侧结构性改革为主线，以释放数据要素价值为导向，围绕夯实产业发展基础，着力推动数据资源高质量、技术创新高水平、基础设施高效能，围绕构建稳定高效产业链，着力提升产业供给能力和行业赋能效应，统筹发展和安全，培育自主可控和开放合作的产业生态，打造数字经济发展新优势。到2025年，我国大数据产业测算规模突破3万亿元，创新力强、附加值高、自主可控的现代化大数据产业体系基本形成。
4	2021年	《“十四五”电子商务发展规划》	商务部、网信办	到2025年，我国电子商务高质量发展取得显著成效。电子商务新业态新模式蓬勃发展，企业核心竞争力大幅增强，网络零售持续引领消费增长，高品质的数字化生活方式基本形成。电子商务与一二三产业加速融合，全面促进产业链供应链数字化改造，成为助力传统产业转型升级和乡村振兴的重要力量。到2025年我国电子商务交易额达到46万亿元，全国网上零售额17万亿元，相关从业人员达到7000万人。到2035年，电子商务成为我国经济实力、科技实力和综合国力大幅跃升的重要驱动力，成为人民群众不可或缺的生产生活方

序号	时间	法律法规名称	颁布单位	主要内容
				式，成为推动产业链供应链资源高效配置的重要引擎，成为我国现代化经济体系的重要组成部分，成为经济全球化的重要动力。
5	2021年	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	全国人大	迎接数字时代，激活数据要素潜能，推进网络强国建设，加快建设数字经济、数字社会、数字政府，以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革。充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎。
6	2020年	《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》	国务院	支持互联网平台企业向线下延伸拓展，加快传统线下业态数字化改造和转型升级，发展个性化定制、柔性化生产，推动线上线下消费高效融合、大中小企业协同联动、上下游全链条一体发展。引导实体企业更多开发数字化产品和服务，鼓励实体商业通过直播电子商务、社交营销开启“云逛街”等新模式。
7	2020年	《关于支持新业态新模式健康发展，激活消费市场带动扩大就业的意见》	发改委	培育产业平台化发展生态、加快传统企业数字化转型步伐、打造跨越物理边界的“虚拟”产业园和产业集群，发展基于新技术的“无人经济”。
8	2020年	《关于推进“上云用数赋智”行动培育新经济发展实施方案》	发改委	大力发展数字经济新业态，深入推进数字化转型，加快数字产业化和产业数字化，助力构建现代化产业体系。
9	2020年	《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》	国务院	培育数字经济新产业、新业态和新模式，支持构建农业、工业、交通、教育、安防、城市管理、公共资源交易等领域规范化数据开发利用的场景。
10	2020年	《关于促进消费扩容提质加快形成强大国内市场的实施意见》	发改委	鼓励线上线下融合等新消费模式发展。完善“互联网+”消费生态体系，鼓励建设“智慧商店”、“智慧街区”、“智慧商圈”，促进线上线下互动、商旅文体协同。
11	2019年	《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》	发改委	从国家层面对发展平台经济做出规范，提出依法查处平台企业滥用市场支配地位、扰乱市场竞争秩序的情况的违法行为，维护市场竞争秩序，保证平台经济的持续健康发展

序号	时间	法律法规名称	颁布单位	主要内容
12	2017年	《关于推动数字文化产业创新发展的指导意见》	文化部	推进数字文化产业与相关产业融合发展。推进数字文化产业与先进制造业、消费品工业融合发展，与信息业、旅游业、广告业、商贸流通业等现代服务业融合发展，与实体经济深度融合。
13	2017年	《信息产业发展指南》	工信部	大力发展工业互联网，推动产业协同创新；组织开展工业互联网试点示范，建设公共服务平台和管理平台，强化基础设施建设，全面打造低时延、高可靠、广覆盖的工业互联网。
14	2016年	《国家信息化发展战略纲要》	国务院	提出以信息化驱动现代化为主线，以建设网络强国为目标，着力增强国家信息化发展能力，提高信息化应用水平，优化信息化发展环境。

（三）行业近三年在新技术、新产业、新业态、新模式方面的发展情况和未来发展趋势

在全球疫情反复、内外部不确定性增加的形势下，以国内大循环为主体的新发展格局加速形成，扩内需、促消费成为经济稳增长的“压舱石”。在疫情影响下，用户的活动空间和日常消费持续向线上转移，推动了网络零售产业在商品供给、交易方式、品牌营销、专业服务和消费数据等领域产生结构性变化。

1、网购用户保持高位增长，网络零售成为消费扩容重要力量

疫情进一步促进了用户线上消费习惯的养成，下沉市场、老年群体用户加速拥抱互联网，网络购物用户规模保持稳定增长，为网络购物注入新的活力。截至2022年6月，我国网络购物用户规模达8.41亿，占网民整体的80.0%。

在稳增长为核心的形势下，我国网络零售市场近两年保持10%以上的增速，成为推动消费扩容的重要力量。国家统计局数据显示，2021年，全国网上零售额达13.1万亿元，同比增长14.1%，增速比上年加快3.2个百分点。其中，实物商品网上零售额10.8万亿元，首次突破10万亿元，同比增长12.0%，占社会消费品零售总额的比重为24.5%，对社会消费品零售总额增长的贡献率为23.6%。

2、用户分配更多时间在线上，广告主投放预算向互联网广告倾斜

防疫管控下，居民户外活动场景受限，居家和室内活动时段变多，用户在网上花费的时间显著增加。Quest Mobile 监测数据显示，2021 年 12 月，用户人均每日移动端在线时长达到 403.3 分钟，较 2019 年 12 月增长近 40 分钟。同时，互联网技术的升级创新了网络营销模式，精准投放、内容种草、短视频等方式能够达成更优质的传播效果，推动广告主将更多的广告预算向网络广告倾斜。Quest Mobile 预测，2021 年中国互联网广告市场规模将达到 6,550.1 亿元，同比增长 20.4%，在广告市场中占比达到 64.4%；到 2023 年，中国互联网广告市场规模预计将达到 7,924.8 亿元。

3、直播电商完成商业闭环，市场规模高速增长催生新的商业生态

以抖音、快手为代表的直播/短视频平台崛起重塑了中国互联网流量格局。《第 50 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2022 年 6 月，我国网络直播用户规模达到 7.16 亿，其中，电商直播用户规模为 4.69 亿，较 2021 年 12 月增长 533 万，占网民整体的 44.6%。消费者对直播互动性、社交性、娱乐性特点的认知加深，以及直播带货给观众提供了更优惠的价格、更直观的介绍、更高度的信任，使越来越多的用户接受在直播间购物的消费方式。在平台侧，抖音、快手两大平台将经营重点转向平台内成交，打通供应链选品、主播对接、流量投放、站内交易到支付、物流在内的履约环节，通过构建站内成交闭环，提高用户购物体验。

直播电商通过 KOL 推荐、算法匹配等方式，大幅提升了交易效率，成为网络购物领域增长最快的细分市场。据艾瑞咨询预测，2021 年，中国直播电商市场规模预计达到 2.27 万亿，同比增长 83.3%；到 2023 年，直播电商市场规模预计将达到 4.91 万亿。在高增长背后，直播电商从供应链选品、MCN 合作、品牌自播、账号运营、店铺运营、流量投放到售后服务，组织模式与运营逻辑都有别于传统电商。由此 MCN 机构、代运营服务商应运而生，成为帮助品牌实现品效合一的新型合作伙伴，围绕直播电商服务形成新的商业生态。

4、新消费品牌批量涌现，品牌精细化运营产生多元化营销需求

在中国人均可支配收入增加、中产阶层扩容、消费人群代际更替，以及中国供应链和商业新基建逐步完善等综合因素作用下，在食品饮料、美妆护肤、服饰鞋包、母婴亲子、宠物等主流消费赛道，崛起一大批新消费品牌，塑造了当代年轻人的新生活方式。据德勤统计，仅 2021 上半年就有 40 家中国消费品企业上市，区别于在传统电商平台上成长起来的创业品牌以销量为导向，新消费品牌更重视品牌价值塑造，通过社交媒体推广、短视频营销、KOL 种草等多元营销方式组合，公域、私域一体化运营，以 DTC（品牌直连用户销售）思维构建自身竞争壁垒。2021 下半年，新消费赛道进入调整期，对品牌精细化运营和投放产出提出更高要求，将在品牌策划、内容运营、MCN 合作、用户数据中台、智能投放、线上线下融合乃至虚拟偶像代言等层面产生更深层次服务需求。

5、品质消费供给极大丰富，消费内容与消费决策工具价值凸显

随着供给侧结构性改革的持续深入，消费数据洞察开始在各个垂直产业内用于指导新品研发和供应链改造，极大丰富了更具性价比、聚焦用户细分需求的消费供给。消费者面对繁复的商品常常感到无所适从，在此背景下，消费内容与消费决策工具价值凸显。

在消费内容层面，社区图文、短视频、直播等内容形式取代商品详情页，成为品牌与用户互动和建立情感连接的载体，KOL 种草、用户自发传播对消费者决策施加更强的影响力。消费内容平台通过强大的内容分发能力推动供需匹配逻辑从“人找货”向“货找人”转变，在消费产业链上的地位不断提升。

在决策工具层面，面对无处不在的营销广告和庞大的同类商品 SKU，消费者每天都在接触新的品牌、了解产品细节、比较产品价格，在购物过程中需要新决策工具提高消费决策效率，享受每一次消费体验。

6、消费数据在多场景落地应用，数据服务成为消费科技核心方向之一

“东数西算”工程的全面实施进一步完善大数据产业基础设施，降低数据处理和应用成本，推动大数据从单纯的技术体系向着与实体经济结合、真正挖掘和发挥数据价值的方向发展。在消费领域，基于大数据分析的消费者洞见已从支持

产品和营销策略转变为消费品公司整体战略的核心组成部分，通过在产品、服务、营销和销售互动中加入数据采集点，优化产品、服务方面的消费者体验以及内部运营效率，如 C2M 新品设计、营销精准投放、分布式仓储以及会员的全生命周期运营。在消费类企业的数据服务诉求下，数据源、数据中台、数据决策应用、数据安全等类型的服务商在消费科技领域中的价值开始被认可和重视。

（四）行业竞争格局及主要竞争企业

1、行业竞争格局与进入壁垒

按照运营模式和服务方式的不同，可以将电商导购细分为内容类导购和价格类导购。其中内容类导购主要通过内容吸引用户并促使用户前往第三方电商、品牌商官网完成交易，代表企业如本公司运营的什么值得买等；价格类导购主要通过比价、返利等方式吸引用户并促使用户前往第三方电商、品牌商官网完成交易，代表企业有返利科技等。

电商类导购企业拥有一定的品牌壁垒、用户壁垒与规模壁垒，而且经营模式与面向目标群体的多样化趋势非常明显，不同竞争者往往朝不同方向发展，在各自服务的电商和细分消费群体内深耕细作，行业参与者的增加促进了行业整体的多元性，提高了行业整体的服务质量和对消费者的吸引力。行业参与者之间合作大于竞争，可共同推动行业进步与发展。

随着我国互联网行业的高速发展，互联网的产业渗透率不断提高，互联网营销服务市场规模也随之不断增长。伴随着 5G、人工智能、大数据技术的不断发展，新的营销模式也应运而生，广告营销的侧重点也逐渐发生转变，网络广告已成为广告产业的重要组成部分。而在直播带货、短视频种草潮流的蜂拥下，互联网广告与营销的边界得到更加深入的融合与拓展，各大直播和短视频平台已逐步成为内容营销行业的重要参与者，凭借优质、精准的内容推荐，成为流量规模增长的主要驱动。行业竞争者的不断涌入使得对用户流量的竞争更为激烈，公司未来将面临进一步加剧的行业竞争。

2、主要竞争企业

（1）返利

返利科技主要通过“返利”APP、网站和小程序提供导购服务、广告推广服务、平台技术服务及其他服务，合作伙伴涵盖了包括天淘宝、京东、苏宁易购、唯品会、考拉海购、拼多多等在内的知名电商。返利网主要栏目包括超级返、淘宝返利、商城返利等。



（2）小红书

小红书是主要针对女性消费者的社区化导购和电商平台，主要构成部分包括自营跨境电商、第三方品牌授权/直营、UGC（用户创造内容）的分享社区。平台通过明星入驻方式吸引用户，用户通过短视频、图文等形式记录生活，内容覆盖时尚穿搭、彩妆护肤、美食、运动、读书、电影、母婴等。



（五）发行人市场地位与竞争优势

1、公司的市场地位

公司提供信息推广服务的合作伙伴主要包括京东、阿里巴巴、拼多多、抖音等头部电商平台，以及耐克、宝洁、欧莱雅、华硕等国内外品牌商。2021年，什么值得买导向电商、品牌商的净交易额（确认GMV）达到218.36亿，同比增长7.76%。

公司运营的什么值得买现已成为国内用户数量最为庞大、活跃度领先的消费内容平台之一。2021年度，什么值得买移动客户端APP单用户平均每日启动次数达到9.15次、移动端客户端APP单用户平均每日停留时长达到12.37分钟、内容互动总次数243,132.23万次、月平均活跃用户数为3,738.91万人，用户继续保持稳健增长。

2、公司的竞争优势

（1）用户群体优势

自成立以来，公司始终坚持以消费内容为核心的发展战略，打造了互联网上独特的消费内容社区，为更多用户提供高效、精准、专业的消费决策支持，并基于此形成深层次的互动关系。经过多年的用心经营和积累，公司积累了一批高黏性、高质量、高活跃度的用户群体和有价值、有温度的消费内容。公司拥有的庞大且高质量的用户群体，以及领先的用户活跃度和互动性已经成为核心竞争优势之一，这一优势将继续推动公司快速发展以及不断完善在各个业务的布局。

（2）优质内容优势

公司自成立以来就非常重视内容生态体系的建设，持续提升优质内容的数量和质量。经过多年的积累，公司的内容体系已经形成了较为良性的循环，推动公司内容规模、用户规模、客户规模以及盈利规模不断增长，具备了较强的网络效应。与此同时，公司通过孵化、签约等模式布局消费类 MCN 业务，在抖音、快手、小红书等其他平台培育有影响力的消费类 IP 账号，强化内容制作能力以及商业和供应链资源，扩大公司消费内容在全网的影响力。

（3）品牌口碑优势

公司自运营“什么值得买”消费内容社区以来，始终坚持“价值驱动”的经营理念，持续不断地向用户推荐高性价比的商品、高质量的消费类内容，逐渐成为值得用户信赖的消费参谋和消费决策工具。凭借在用户中的良好口碑，公司用户规模和消费领域的影响力日益提高。公司用户基数大、用户质量高等优势已经获得了众多电商、品牌商的认可，公司通过消费内容社区“什么值得买”及消费类 MCN 共同构建消费内容板块，形成了覆盖站内到站外面向用户的消费内容体系，和面向客户的整合营销体系，助力电商以及品牌商实现品效合一。

（4）技术优势

通过多年的实践和积累，公司已经研发并储备了多项核心技术和自主知识产权。公司技术研发部门能紧随行业技术发展潮流，持续优化提升系统的稳定性，不断挖掘、提炼技术核心，提升公司的技术水平，同时积极探索和实践实时数据

及离线数据融合、数据湖等前沿技术，提高数据流转效率。截至 2022 年 9 月末，公司及下属子公司共拥有 2 项外观专利、10 项发明专利、228 项软件著作权、40 项经登记的作品著作权，技术优势更加突出。

（5）管理优势

公司核心管理团队具备丰富的行业经验、敏锐的洞察力和高效的执行力，在发展战略、新业务规划、资源整合、人才培养等方面经验丰富，在夯实公司原有业务的基础上，瞄准未来发展机遇，不断孵化消费类 MCN、商品与媒体匹配的全链路服务、代运营服务、品牌营销等创新业务。报告期内，公司进一步完善治理结构和内控制度，不断深化公司管理制度及管理模式的改革，通过优化资源配置，实施专业化整合，逐步打造强有力的中台支撑体系，不断完善创新业务孵化和激励机制，夯实管理基础，提升管理水平。

（6）人才优势

公司一直十分重视外部人才引进与内部人才培养。在发展过程中，公司聚集了一批来自国内外重点大学的互联网、计算机、大数据等领域的专业人才。公司充分关注员工成长，重视核心人才队伍建设，经过多年的积累，沉淀了一批专业化、高素质的管理、技术人才，建立了合理的人才梯队，为公司长远、稳定发展提供了强有力的人力资源保证。公司人力资源管理体系相对完善，持续优化的人力资源管理制度为员工职业发展提供公平的价值实现平台。公司注重对员工的服务与关怀，提升员工服务体验，打造有温度、有归属感的工作环境。

（六）发行人所处行业与上、下游行业之间的关联性，以及影响行业发展的有利因素及不利因素

1、行业特有的经营模式及盈利模式

电商导购行业的用户为各类消费者，客户为各类电商和品牌商，主要盈利模式为“电商导购佣金收入+广告展示收入”。

电商导购企业通过不同的手段获取用户，并以此为基础向电商、品牌商提供信息推广服务。该信息推广服务的收入方式包含电商导购佣金收入和广告展示收

入两部分。其中电商导购佣金收入是指通过将用户引流至电商、品牌商，根据用户实际完成交易金额的一定比例，从电商、品牌商处获取的收入；广告展示收入是指通过在网站或移动客户端提供广告展示位，为电商、品牌商提供营销服务获取的收入。

2、影响行业发展的有利因素

（1）国家政策加大支持力度

根据《“十四五”数字经济发展规划》，数字经济是继农业经济、工业经济之后的主要经济形态，是以数据资源为关键要素，以现代信息网络为主要载体，以信息通信技术融合应用、全要素数字化转型为重要推动力，促进公平与效率更加统一的新经济形态。国家政策的推进和不断完善，不仅可以规范网络购物市场，也为电子商务及导购行业的可持续发展提供了更为宽松的环境。合理的约束措施加上有利的支持政策为导购行业的发展提供了指引与保障，营造了良好的成长空间。伴随着我国产业数字化的持续深入，第三产业渗透率不断提高，互联网相关产业作为第三产业的重要组成部分，在数字经济快速发展的背景下，未来市场空间广阔。

（2）互联网基础设施的完善和技术进步

互联网行业的发展依赖于网络基础设施的完善和科学技术的进步。伴随着我国互联网基础设施建设的不断完善，行业已进入成熟发展阶段。根据 CNNIC 发布的《第 50 次中国互联网网络发展统计状况报告》，截至 2022 年 6 月，我国网民规模已突破 10 亿人，达到 10.51 亿人，互联网普及率达到了 74.4%，较上年增长了 2.6 个百分点。

同时，随着我国智能手机行业的不断发展，我国智能手机的普及率仍处于持续增长阶段，网民对于手机上网依赖性也进一步的加强。《第 50 次中国互联网网络发展状况统计报告》显示，截至 2022 年 6 月，我国手机网民规模为 10.47 亿，较 2021 年 12 月新增手机网民 1,785 万，网民中使用手机上网的比例为 99.6%，进一步带动了电子商务和导购行业的发展。

3、影响行业发展的不利因素

（1）宏观经济形式对互联网信息服务行业的影响

公司所处的行业为互联网信息服务行业。由于互联网信息服务行业属于服务行业，容易受到宏观经济的影响。宏观经济波动将引起互联网广告和其他增值业务的收入出现一定程度的波动。当经济处于低迷时期，企业的盈利可能大幅下降，市场需求可能萎缩，企业可能没有足够的资金去购买互联网增值服务，从而会影响到互联网信息服务行业的需求。

（2）市场竞争不断趋于激烈

由于行业发展潜力巨大，吸引了众多资金进入该行业，行业竞争者不断涌入，其中不乏经营模式完全模仿公司的跟随者，更多市场竞争者的加入将使得对用户流量的争夺更为激烈。同时由于用户选择的增多，企业获取并留住用户的难度增加，也对行业内企业的产品创新、运营管理、技术研发等各方面都提出了更高的要求。

七、公司主营业务的具体情况

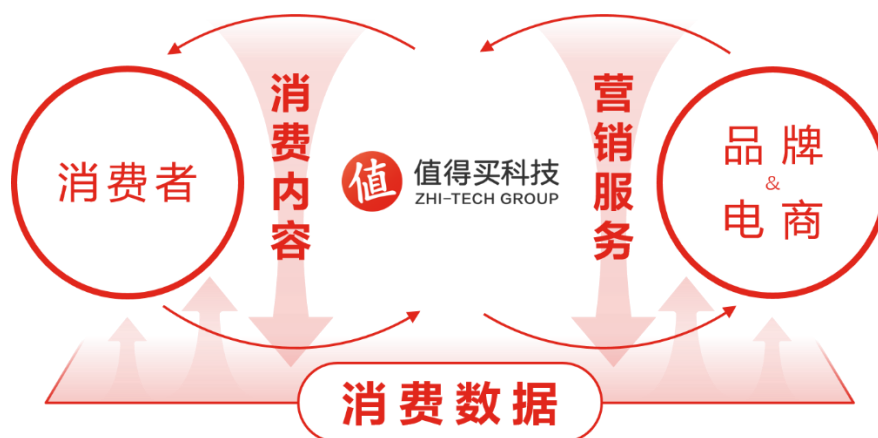
（一）发行人主营业务

公司的主营业务是运营消费内容社区“什么值得买”，包含“什么值得买”网站（www.smzdm.com）及相应的移动应用，为电商、品牌商等提供信息推广服务，并以此为延伸提供互联网效果营销平台服务、代运营服务、消费类MCN、品牌营销服务、消费数据产品与服务等。

什么值得买是一个集导购、媒体、工具、社区属性为一体的消费领域门户型网站服务平台，以高质量的消费类内容向用户介绍高性价比、好口碑的商品及服务，为用户提供高效、精准、中立、专业的消费决策支持。同时，什么值得买也是电商、品牌商等获取用户、扩大品牌影响力的重要渠道。

近几年得益于消费内容在吸引用户、留住用户、增加用户黏性、传递品牌价值、提升用户归属感以及满足用户高层次精神需求等方面的巨大价值，电商和品牌商对消费内容的需求度、重视度和投入度都在日益增加。基于这样的背景以及

公司十年来在消费内容领域的积累，为抓住内容重塑消费产业格局的巨大行业机会，自 2021 年开始，公司进行了全面的战略升级：在坚持以消费内容为核心的基础上，深入布局消费内容、营销服务和消费数据三大核心板块，从而不断提升电商/品牌商（B 端）和用户（C 端）之间的连接效率，推动公司长期稳定发展，实现更远的社会价值。



（二）发行人主要业务模式

2021 年以来，公司围绕消费内容、营销服务和消费数据三大核心业务板块，在继续强化“什么值得买”核心竞争力的同时，重点推进了消费类 MCN、商品与媒体匹配的全链路服务、代运营服务、品牌营销服务、消费数据产品与服务等新业务方向的孵化。

具体来看，三大业务板块核心业务模式如下：

1、消费内容板块

近年来，一方面，伴随线上商品的日益丰富及内容产业的不断发展，海量的商品信息增加了消费者的决策成本，提高了消费者的决策难度，因此消费者需要更加高效地获取有效的商品信息，以提高消费决策效率；另一方面，随着电商行业竞争的日益加剧，线上获客成本不断攀升，电商平台更加注重流量的精细化运营及优质流量的渠道资源，同时品牌商更加关注品效合一的营销效果。

公司继续发挥在消费内容领域的先发优势，加强内容生态建设、提升消费内容的广度和深度，帮助用户、内容创作者及 KOL 高效、专业、专注地产出高质

量的消费内容，为消费者及品牌方提供类型多元化、质量专业化、数量规模化、场域多样化的优质内容。公司通过消费内容社区“什么值得买”及消费类 MCN 共同构建消费内容板块，形成了覆盖站内到站外面向用户的消费内容体系，和面向客户的整合营销体系，助力电商以及品牌商实现品效合一。

（1）消费内容社区“什么值得买”

“什么值得买”是一个由用户驱动的消费内容社区，通过用户对每一种值的分享，让来自用户的真实声音帮助更多用户，实现良性循环。目前，“什么值得买”已经形成了用户驱动的消费内容创作生态，积累了一批高黏性、高质量、高活跃度的用户群体和有价值、有温度的消费内容。2022 年上半年，站内来自于用户贡献的内容（UGC）发布量占比达到了 70%以上，用户每天不断在平台上分享实用的购物攻略、专业的评测报告、真实的晒物体验、开箱视频以及精选的新品资讯等内容，为更多用户的日常购物决策提供辅助，并以此获得认同与价值共鸣，形成基于兴趣的深层次互动关系。



图：“什么值得买”消费内容生态

建立在优质用户群体与优质消费内容的基础上，公司通过“什么值得买”为电商、品牌商等提供信息推广服务。根据收费方式的不同，该收入分为电商导购佣金收入和广告展示收入两部分：其中电商导购佣金收入是指通过公司网站和移动应用直接展示电商、品牌商等客户的相关商品或服务信息，将用户引流至电商、品牌商官网，根据用户实际完成交易金额的一定比例向电商、品牌商等获取的收入；广告展示收入是指通过在公司网站和移动应用为电商、品牌商等客户提供广

告展示等营销服务，从电商、品牌商等客户获取的收入。



图：“值得买”盈利模式

（2）消费类 MCN

在新的消费内容生态下，基于对消费的深度理解，公司积极布局消费类 MCN 业务，通过孵化、签约等模式，在抖音、快手、小红书等外部平台打造有影响力的专业消费类 IP 账号矩阵，扩大公司消费内容在全网的影响力。

公司的消费类 MCN 业务通过旗下子公司多元通道开展，多元通道专注于垂直品类的消费内容，致力于在全网构建具有影响力的消费内容账号矩阵。该类内容账号矩阵立足于满足用户丰富的消费需求和多元化的消费场景，通过孵化自有账号与签约外部账号相结合的方式，与公司内部的内容专家以及外部达人等展开合作，为其提供包含培训、内容创意及制作、供应链资源、法务、公关等在内的服务支持，帮助其在国内主要短视频、电商平台进行内容推广，扩大粉丝规模。在此基础上，多元通道通过旗下账号为品牌商提供信息推广和品牌营销服务实现商业化变现。该类收入体现为信息推广收入和品牌营销收入。



2、营销服务板块

随着移动互联网以及短视频、直播等业态的发展，消费内容呈现出了巨大的价值，很多新兴品牌借助对内容营销的有效运用而快速崛起，很多传统品牌也在

积极思考如何在内容时代焕发新活力的崭新命题。

基于多年来建立起的对消费内容的理解和电商、品牌商等客户资源的积累，公司依托于消费内容社区“什么值得买”和消费类 MCN 业务构建的站内外流量体系，深入布局营销服务板块，通过内容为电商、品牌商赋能，帮助他们抓住内容时代的巨大红利，实现跨越式发展。

营销服务板块主要为电商、品牌商提供三类服务：

（1）商品与媒体匹配的全链路服务

商品与媒体匹配的全链路服务主要由公司旗下子公司星罗负责。

星罗收录了来自于天猫、京东、苏宁、拼多多、抖音等平台的众多商家资源，并通过对接海量的媒体资源，实现精准的人货匹配，助力商家的高效推广，助力媒体的高效变现。此外，星罗自成立以来非常重视在技术领域的投入，致力于打造基于技术驱动的商品与媒体匹配的全链路服务平台，既帮助达人解决带货时对高品质商品及服务的需求，又帮助电商和品牌商找到精准的用户群体，为品牌及商家提供包括抖音、快手、微博、社群、导购 APP 在内的全渠道带货服务，为品牌及商家在全渠道整合营销上带来成果、效率等多维度的全面提升。

星罗开展的商品与媒体匹配的全链路服务，通过为各类媒体提供电商、品牌商等广告主的需求信息收取一定的服务费。该类收入体现为互联网效果营销平台收入。

（2）代运营服务

代运营服务主要由旗下子公司星罗和有助负责，一方面，星罗和有助依托公司在消费领域和内容创作方面的积累，通过将电商代运营和内容代运营两种能力有机结合，能够帮助品牌商制定全盘布局的立体化运营策略；另一方面，与单一代运营服务商可参照的运营数据相比，星罗和有助可以依托公司的大数据资源和能力支撑前端高效运转，还可以结合品牌商自身资源数据，为其一对一制定运营策略，提升品牌的销售效率。

具体而言，星罗和有助可以为电商及品牌商提供如下的服务内容：

①天猫、京东、拼多多等主流电商平台的全域电商运营,包括品牌线上传播、线上店铺运营、商品销售等在内;

②为抖音、快手等平台的品牌商提供包括官方账号建设及代运营、直播代运营、新媒体小店代运营、营销策划、达人营销、商业投放、巨量引擎科学营销(云图分析及应用)等在内的全域内容运营。

根据结算方式的不同,公司的代运营服务可以分为服务费模式和商品零售模式。服务费模式下,公司向客户提供店铺、账号等的运营管理服务,收入体现为运营服务费收入;商品零售模式下,公司在第三方电商平台开立店铺,向用户直接销售商品,收入体现为商品销售收入。

(3) 品牌营销服务

新流量时代,品牌和其他组织开始探索传统电商、直播电商、私域营销、线下门店在内的全渠道布局。面向不同渠道消费者决策链路,品牌和其他组织需要重新制定营销策略、整合营销资源,过程中会面临营销策略不清晰、流量投放效果差、营销组织效率低、资源整合成本高等痛点。

面对品牌和其他组织的多元化营销需求,公司基于深厚行业积淀、完整的业务布局和优质内容能力,协同公司资源,为品牌和其他组织提供从品牌咨询、营销策划、互动营销、KOL 对接、内容制作、精准投放到效果监测等覆盖线上线下的定制化营销解决方案,满足客户从内容到口碑、从流量到销量、从种草到拔草、从传播策略到媒介采买的全方位需求,帮助品牌和其他组织在消费者决策链路的每个关键节点建立交互触点,实现营销闭环。

公司通过为品牌和其他组织提供品牌营销服务获得收入,该类收入体现为品牌营销收入。

3、消费数据板块

公司自成立以来就非常重视在数据领域的投入,基于对全网商品的深度理解,通过对“什么值得买”平台海量消费内容的结构化整理和加工,构建起聚合商品物理属性、销售属性、SKU (Stock Keeping Unit, 库存量单位)/SPU (Standard Product Unit, 标准化产品单元) 关系等信息的商品数据库和品牌数据库。

未来，公司将逐步沉淀来自于消费内容业务板块和营销服务业务板块的更多数据资源，形成更加丰富的涵盖人、货、场、媒等多种维度的底层数据体系，这些数据将在提升“什么值得买”平台结构化展示商品信息的能力和提升搜索与推荐内容分发的效率，以及在对外输出消费数据产品与服务等方面发挥重要作用。



（三）发行人主要采购模式

公司业务经营过程中的主要采购成本包括云服务费、软件使用费、硬件设备采购、技术服务费和广告宣传费等，各项采购均依照《采购管理制度》进行。具体而言，公司各部门根据业务发展需要，拟定采购服务方案后，根据金额分级进入相应的审批流转环节。其中非常规办公类采购由需求部门制定供应商筛选标准，选择合格供应商谈判，经批准后签订项目服务合同，财务部门负责监督并把控其中的风险；常规类办公采购通过审批后转交行政部门执行采购，财务部门负责审核。公司采购部门在采购过程中建立了供应商档案，并依据《采购管理制度》的要求，按照相应的审批权限和流程进行采购活动。

（四）发行人主要产品和服务的销售情况

1、公司主要服务的规模情况及用户使用情况

报告期内，什么值得买主要服务的规模及用户使用情况如下表所示：

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
净交易额（确认GMV，亿元）	133.55	218.36	202.64	151.07

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
用户贡献量（万篇）	1,008.02	1,125.80	774.63	432.00
月平均活跃用户数（万人）	3,739.72	3,738.91	3,363.61	2,951.28
累计注册用户数（万人）	2,550.98	2,247.70	1,627.16	1,115.83
移动端 App 累计激活量（万次）	6,239.83	5,700.22	4,817.11	3,601.05
App 端单个用户平均每日启动次数（次）	8.62	9.15	9.48	8.66

注：月活跃用户为全年月活跃用户的平均值，移动端激活量为截至当期期末的累计值。

2、公司营业收入构成情况

报告期内，公司的主营业务收入构成情况按业务类型列示如下：

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
信息推广收入	39,874.37	48.91	76,169.85	54.29	57,244.46	62.94	44,876.78	67.79
互联网效果营销平台收入	26,092.89	32.01	38,127.05	27.17	33,564.99	36.90	21,260.15	32.11
运营服务费收入	9,253.55	11.35	13,484.97	9.61	-	-	-	-
品牌营销收入	2,050.02	2.51	7,403.67	5.28	-	-	-	-
商品销售收入	4,133.85	5.07	5,041.49	3.59	-	-	-	-
其他收入	121.27	0.15	87.04	0.06	147.17	0.16	65.99	0.10
合计	81,525.95	100.00	140,314.06	100.00	90,956.61	100.00	66,202.92	100.00

3、公司主要客户

报告期内，按同一实际控制人口径统计，公司向前五大客户的销售金额及占主营业务收入比例情况如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占比
2022年1-9月			
1	京东集团	重庆京东海嘉电子商务有限公司 北京京东世纪贸易有限公司 广西京东尚佑传媒有限公司 北京京东世纪信息技术有限公司 广西京东金鸿信息服务有限公司	26,600.12 32.63%
2	阿里巴巴集团	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 杭州无尾熊电子商务有限公司	11,509.25 14.12%

序号	客户名称		销售金额	占比
		浙江阿里巴巴通信技术有限公司 浙江天猫技术有限公司 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 浙江天猫供应链管理有限公司		
3	天津蓝标博众文化传媒有限公司		4,736.76	5.81%
4	泾舟楫之（上海）网络科技有限公司		2,171.45	2.66%
5	广州宝洁有限公司		1,349.05	1.65%
合计			46,366.67	56.87%
2021 年度				
1	京东集团	重庆京东海嘉电子商务有限公司 北京京东世纪贸易有限公司 北京东方博远营销策划有限公司 广西京东新杰电子商务有限公司 广西京东金鸿信息服务有限公司 上海京东到家元信信息技术有限公司 广西京东尚佑传媒有限公司 北京京东世纪信息技术有限公司 京东星宇电竞（北京）文化传播有限公司	39,670.51	28.27%
2	阿里巴巴集团	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 杭州无尾熊电子商务有限公司 浙江天猫供应链管理有限公司 浙江阿里巴巴通信技术有限公司 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	18,638.85	13.28%
3	广州唯品会电子商务有限公司		9,330.39	6.65%
4	天津蓝标博众文化传媒有限公司		6,365.76	4.54%
5	泾舟楫之（上海）网络科技有限公司		2,941.25	2.10%
合计			76,946.77	54.84%
2020 年度				
1	京东集团	重庆京东海嘉电子商务有限公司 上海京东到家元信信息技术有限公司 广西京东新杰电子商务有限公司 广西京东尚佑传媒有限公司 北京京东尚科信息技术有限公司	28,606.25	31.45%
2	阿里巴巴集团	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 考拉海购（杭州）科技有限公司 浙江天猫供应链管理有限公司 浙江天猫技术有限公司 杭州无尾熊电子商务有限公司 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	16,976.92	18.66%

序号	客户名称	销售金额	占比
	支付宝(中国)网络技术有限公司		
3	蓝标集团	天津蓝标博众文化传媒有限公司 多盟睿达科技（中国）有限公司 北京蓝色光标数据科技股份有限公司	3,948.89 4.34%
4	上海络程网络技术有限公司	3,729.84	4.10%
5	小米集团	北京小米移动软件有限公司 北京小米移动软件有限公司 小米通讯技术有限公司 小米科技有限责任公司	3,377.92 3.71%
合计		56,639.82	62.27%
2019 年度			
1	京东集团	重庆京东海嘉电子商务有限公司 江苏京东信息技术有限公司	17,886.99 27.02%
2	阿里巴巴集团	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 考拉海购（杭州）科技有限公司 浙江天猫技术有限公司 浙江天猫供应链管理有限公司 淘宝中国控股有限公司 浙江阿里巴巴通信技术有限公司 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 支付宝(中国)网络技术有限公司	14,378.08 21.72%
3	蓝标集团	天津蓝标博众文化传媒有限公司 多盟睿达科技（中国）有限公司 北京蓝色光标数据科技股份有限公司 蓝色光标电子商务（上海）有限公司 霍尔果斯博众文化传媒有限公司	7,551.87 11.41%
4	上海络程网络技术有限公司	2,886.01	4.36%
5	阳狮集团	上海李奥贝纳广告有限公司 盛世长城国际广告有限公司 北京明思力公关顾问有限公司	2,623.71 3.96%
合计		45,326.66	68.47%

公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员、主要关联方或持有本公司5%以上股份的股东在上述客户中未占有任何权益。

报告期内，公司客户较为集中，前五名客户销售金额合计占当年主营业务收入分别为68.47%、62.27%、54.84%和56.87%，不存在单个客户收入占比超过50%的情况，不存在对个别客户形成较大依赖的情形。

（五）发行人采购产品、接受服务的情况

公司的采购主要包括淘宝技术服务费、IT 资源使用费（IDC、云服务、CDN 等）、业务推广相关费用（线上广告、线下活动等）、固定资产采购费用、营销代理服务费等相关费用。营销代理服务费主要针对代理模式下的广告代理公司，根据其在公司网站投放广告的金额支付一定比例的营销代理服务费（简称“返点”），属于行业惯例。由于公司向不同供应商及向相同供应商不同时期采购的内容存在较大差异，整体采购价格也相应存在一定区别。

报告期内，公司向前五大供应商的采购情况如下表所示：

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占比
2022 年 1-9 月				
1	北京京东世纪信息技术有限公司	采购礼品卡、办公用品等	3,045.00	8.69%
2	优刻得科技股份有限公司	IDC 和云服务	2,389.76	6.82%
3	腾讯云计算（北京）有限责任公司	IDC 和云服务	2,246.19	6.41%
4	云账户（天津）共享经济信息咨询有限公司	营销代理服务	1,075.93	3.07%
5	北京星维金新网络科技有限公司	活动推广服务	967.93	2.76%
合计			9,724.80	27.77%
2021 年度				
1	北京中铁华升置业有限公司	房产	9,519.46	13.02%
2	北京京东世纪信息技术有限公司	采购礼品卡、办公用品等	6,052.94	8.28%
3	优刻得科技股份有限公司	IDC 和云服务	3,635.20	4.97%
4	北京惠达世研网络科技有限公司	惠达卫浴产品	3,032.69	4.15%
5	腾讯云计算（北京）有限责任公司	IDC 和云服务	2,728.34	3.73%
合计			24,968.62	34.16%
2020 年度				
1	北京京东世纪信息技术有限公司	采购礼品卡、办公用品等	4,153.44	14.07%
2	优刻得科技股份有限公司	IDC 和云服务	3,800.02	12.87%
3	济南城投置业有限公司	房产	2,913.28	9.87%
4	腾讯云计算（北京）有限责任公司	IDC 和云服务	1,929.19	6.53%

序号	供应商名称	采购内容	采购金额	占比
5	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	技术服务	1,299.52	4.40%
合计			14,095.46	47.74%
2019 年度				
1	北京华城信诺企业管理中心（有限合伙）	房产	9,170.12	31.14%
2	优刻得科技股份有限公司	IDC 和云服务	3,342.99	11.35%
3	北京京东世纪信息技术有限公司	采购礼品卡、办公用品等	2,158.17	7.33%
4	天津蓝标博众文化传媒有限公司	营销代理服务费用	2,025.09	6.88%
5	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	技术服务	1,185.56	4.03%
合计			17,881.93	60.72%

公司董事、监事、高级管理人员以及主要关联方和持有公司 5%以上的股东未在上述供应商中占有任何权益。

报告期内，公司前五名供应商采购金额合计占当年采购总额的比例分别为 60.72%、47.74%、34.16%和 27.77%，不存在公司向单个供应商采购比例超过采购总额 50%的情况，不存在对个别供应商形成较大依赖的情形。

八、公司的技术与研发情况

（一）公司研发能力情况

1、公司的持续创新机制

公司高度重视创新的持续性，自成立以来一直重视技术开拓、产品研发以及研发团队的建设，通过多年的实践和积累，已经研发并储备了多项拥有自主知识产权的核心技术，培养了一批高素质的研发人员，保障了网站整体运营和数据处理效率方面的稳定性，并带来了用户体验的持续提升。

在内容创新层面，考虑到优质内容对于公司吸引和留住用户的关键作用，为了持续保持什么值得买内容的吸引力，公司一方面通过不断完善内容管理制度，推出内容开放平台，提升内容的质量和丰富度；另一方面通过对创新品类的投入满足用户多样性的消费需求。同时，公司不断创新产品设计和产品功能，鼓励用

户分享和交流，为用户持续带来新颖的消费内容体验。

2、研发投入的构成及占营业收入的比例

报告期内，公司研发费用的构成及其占营业收入的比例情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
研发费用合计	10,890.18	16,199.64	12,307.01	10,748.39
其中：工资及福利	9,133.93	13,894.60	10,510.96	9,717.32
IT资源	1,109.42	1,551.11	1,178.28	865.00
其他	646.83	753.94	617.77	166.07
营业收入	81,525.95	140,314.06	90,956.61	66,202.92
研发费用占营业收入比例	13.36%	11.55%	13.53%	16.24%

3、研发形成的重要专利及非专利技术以及其应用情况

报告期内，公司继续加强大数据和技术研发能力的提升，目前“千人千面”已覆盖了包括移动端APP首页、好价、社区等更多频道；通过数据规模的扩大、数据质量的提升以及机器学习算法的升级，智能推荐系统正在不断迭代，在支持业务稳定运行的同时推荐的精准度不断提升，有效地提高了所覆盖页面的电商转化效率。

同时在新的战略框架下，公司不断强化在核心领域的技术积累与研发应用能力，新业务也不断提升业务支持系统的研发能力，如星罗的MRP系统及有助的数据营销中台，帮助前端业务充分提升了工作效率；此外，在加强消费内容与消费数据建设的基础上，公司进一步完善了集团数据仓库及报表系统的架构，建立了与各业务的数据对接机制，与星罗、有助等新业务形成数据资源的有效协同。

报告期内，公司研发形成的专利、著作权等请参见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、公司主要资产情况”之“（二）、主要无形资产情况”。

4、在研项目情况

主要研发项目名称	项目目的	预计对公司未来发展的影响
图片向量检索服务	获取全渠道电商商品图片，进行商品实体识别，用于数据的聚合获取以及	本服务通过收录各大电商平台的商品图片信息数据，可以提升商品库的数据服务能

主要研发项目名称	项目目的	预计对公司未来发展的影响
	商品的去重归一绑定	力，并且可以拓展能力到其他图片识别方向，比如相似图片找寻，图片分类，图片内容类型判断，图文匹配之类的能力
什么值得买流批一体数仓系统	重新梳理业务过程，设计更规范的建模；整合实时和离线任务，提高数据复用性，降低成本	1、节省成本；2、埋点管理平台实现了埋点的线上管理、填报、测试，降低了产品、测试、研发查询、管理和开发的复杂度
高性能高扩展广告系统	为公司及外部客户提供一站式的高性能广告管理以及分发系统，以及排期素材管理平台	更加直观和科学的管理广告排期以及素材数据。保障广告数据的稳定分发，以及快速扩展。降低后续研发成本，提升项目利润率
业务请求网关中心	为公司微服务提供统一入口，统筹管理后端服务	该项目作为微服务基础组件，为内部服务提供发布，管理，保护和监控 API，帮助用户在多个内部系统和第三方系统之间，实现跨服务，跨协议的服务能力互通，所有的客户端和消费端都通过统一的网关接入微服务，在网关层处理所有的非业务功能
支持 k8s 的多任务调度压测系统	满足多业务组合场景下，同时高并发压测，在成本高度可控情况下的综合压测需求	1、节约发压机成本，不独占用虚拟机资源；2、测试人员更专注数据分析，基础数据采集与调度工作被节省
复合渠道下的用户增长系统	为用户增长业务提供多种渠道，在多渠道模式下，促进用户增长的发展	更简单的操作方式，更方便的运营手段，更快捷的迭代速度和上线效率
基于深度学习的多目标推荐排序系统	目前推荐排序系统主要针对单目标进行排序（比如详情点击率），没有同时考虑多个目标，比如时长、GMV、CPS。如果针对这些目标都进行单独训练，耗时又耗机器成本。所以亟待需要一个端对端的同时优化多个目标的排序系统	增加用户留存，提升公司 GMV
电商数据采集平台	实现基于可视化配置的分布式采集平台	为数据驱动助力，提供更高的效能，为下一代智能分布式采集奠定一定基础
多维度分发好价平台	千人千面内容分发，智能化审核、实时价格采集，全网点评数据展示等多维度呈现方式，降低编辑人力成本的同时带来更多更优质的好价选品发布；帮助用户进行消费决策，最终提升转化率提高 GMV	增加 GMV 收益，提高缴税总额，助力消费决策，提升生活品质
值得买	端对端进行多目标预测融合，增加用	增加 GMV 收益，提升用户满意度

主要研发项目名称	项目目的	预计对公司未来发展的影响
App 首页多目标推荐系统	户满意度以及提升转化	
多应用自定义运营位配置中心	提供多种模式运营位数据配置，通过这个后台可以快速搭建多种数运营位类型数据配置，补充业务多样的行业内容，利于各业务内容快速发展，给各个业务减少冗余工作量	更通用操作方式，方便运营操作，提供快捷的迭代速度，使业务快速配置各种运营位
直播小侦探	围绕直播场景用户需求，封装面向直播用户的全链路服务，通过全方位/多渠道推广，强势打造 IP-直播小侦探，为主站流量来源带来新抓手，拓宽值得买的选品池，沉淀价格及内容体系	增加 GMV 收益，提高缴税总额，助力消费决策，提升生活品质
跨平台多应用前台模板管理系统	通过一套规范化的数据格式描述多端应用页面格式，并具备自定义模板数据/动态更新组件/切换版本等能力	为各细分行业提供配套解决方案，向合作方输出消费数据及营销能力，批量建设各垂直行业应用
多行业自定义数据录入系统	为公司各个行业提供数据支持后台，通过这个后台我们可以快速搭建可自定义的行业数据填写后台，补充各个行业多样的行业内容，利于行业内容快速发展，给各个终端提供强有力的数据支持	为公司后续各个行业 saas 战略 APP 提供数据支持和数据保证，为后台运营提供便捷快速的数据后台，无需开发介入，节省研发成本
社区推荐模型	为公司增加用户留存	优化创作者创作生态，优化用户对站内非好价内容的阅读体验，增加社区留存
什么值得买内容安全审核管理系统	为公司提供完善的内容审核平台，方便审核人员高效便捷的进行内容审核处理	更高效，更安全的保障了系统内容的安全
什么值得买用户增长体系运营系统	为公司提供了丰富的运营工具，为会员提供了完善的成长体系支撑	对整个增长体系的运营提供坚实的运营平台支撑

（二）核心技术人员及研发人员情况

报告期内，公司核心技术人员保持稳定，研发人员数量逐年增长，符合公司业务规模及技术研发需求状况。

公司核心技术人员情况详见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“五、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”。报告期内，公司通过采取有效的激励机制和人才保护措施，加强了核心技术人员的稳定性，报告期内本公司的核心技术人员未发生变动。

报告期各期末，公司研发人员占员工总数的比例情况如下：

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
研发人员数量	445	508	416	311
员工总数	1,778	2,118	1,506	968
研发人员数量占比	25.03%	23.98%	27.62%	32.13%

（三）核心技术来源及其对公司影响

公司的核心技术均为自主研发取得，对发行人生产经营和独立性不构成不利影响。

九、公司主要资产情况

（一）主要固定资产情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司固定资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
房屋及建筑物	43,639.68	4,144.12	-	39,495.56
运输设备	805.93	600.22	-	205.71
办公及电子设备	4,870.73	3,225.42	-	1,645.32
其他	48.48	47.41	-	1.07
合计	49,364.82	8,017.17	-	41,347.65

1、自有房屋及建筑物

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人及子公司持有的房产具体情况如下：

单位：平方米

序号	产权证号	权利人	房产位置	建筑面积	用途
1	京（2019）丰不动产	发行人	丰台区汽车博物馆东路 1 号	2,153.79	办公

序号	产权证号	权利人	房产位置	建筑面积	用途
	权第 0002988 号		院 3 号楼 32 层 3701		
2	京（2019）丰不动产权第 0002980 号	发行人	丰台区汽车博物馆东路 1 号院 3 号楼 33 层 3801	2,153.79	办公
3	京（2019）丰不动产权第 0052418 号	发行人	丰台区汽车博物馆东路 1 号院 3 号楼 34 层 3901	2,153.79	办公
4	京（2021）丰不动产权第 0018091 号	发行人	丰台区汽车博物馆东路 1 号院 3 号楼 35 层 4001	2,153.79	办公
5	京（2019）丰不动产权第 0003773 号	发行人	北京市丰台区汽车博物馆东路 1 号院 4 号楼-2 层-2019	183.77	车位
6	京（2019）丰不动产权第 0003805 号	发行人	北京市丰台区汽车博物馆东路 1 号院 1 号楼-2 层-2026	183.65	车位
7	鲁 2021 济南市不动产权第 0204395 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦 601	1,381.69	办公
8	鲁 2021 济南市不动产权第 0204405 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦 701	1,379.59	办公
9	鲁 2021 济南市不动产权第 0321848 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦-138	59.41	地下停车位
10	鲁 2021 济南市不动产权第 0321824 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦-139	59.41	地下停车位
11	鲁 2021 济南市不动产权第 0321799 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦-146	59.41	地下停车位
12	鲁 2021 济南市不动产权第 0321815 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦-147	59.41	地下停车位
13	鲁 2021 济南市不动产权第 0321846 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦-150	59.41	地下停车位
14	鲁 2021 济南市不动产权第 0321845 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦-151	59.41	地下停车位
15	鲁 2021 济南市不动产权第 0321830 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦-166	59.41	地下停车位
16	鲁 2021 济南市不动产权第 0321840 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦-203	59.41	地下停车位

序号	产权证号	权利人	房产位置	建筑面积	用途
17	鲁 2021 济南市不动产权第 0321854 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦-204	59.41	地下停车位
18	鲁 2021 济南市不动产权第 0321835 号	发行人	历下区解放东路以北、茂岭山三号路以东中欧校友产业大厦-209	59.41	地下停车位

注：上表中序号 1、2、3 对应的房产已用于银行抵押贷款。

2、租用的房屋及建筑物

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人及子公司主要房屋租赁情况如下：

单位：平方米

序号	房产位置	出租人	承租人	面积	租赁期限
1	北京市丰台区洋桥 12 号院天路星苑高层公寓裙楼 3-19 层	北京轩盈商业管理有限公司	发行人	5,695.00	2015/5/1-2023/9/30
2	北京市丰台区花乡街道办事处汽车博物馆东路 1 号院 3 号楼 16 层	北京亚细亚国际展览公司	发行人	2,090.12	2021/1/1-2025/12/31
3	海南省海口市滨海大道 32 号复兴城 D3 区 1 楼	海南复兴城产业园投资管理有限公司	发行人	1,543.00	2021/1/1-2022/12/31
4	青岛市市北区龙城路 33 号新凯达大厦 2201 户	青岛新凯达置业有限公司	发行人	1,294.17	2018/9/16-2023/9/15
5	北京市丰台区洋桥 12 号院天路蓝图大厦 4 层 403、407 室	北京轩盈商业管理有限公司	发行人	539.00	2021/6/1-2023/4/14
6	北京市丰台区洋桥 12 号院天路星苑高层公寓裙楼 二层	北京轩盈商业管理有限公司	发行人	440.40	2017/10/1-2023/9/30
7	北京市丰台区汽车博物馆东路 1 号院 3 号楼 102 室	崔宁	发行人	269.94	2020/10/1-2023/9/30
8	北京市丰台区丰葆路 98 号院二区 25 号楼 10 层 2 单元 1001	胡云飞	发行人	213.59	2019/11/15-2022/11/15
9	北京市丰台区丰葆路 98 号院二区 21 号楼 16 层 1 单元 1602	周政	发行人	179.71	2019/11/1-2022/10/31
10	北京市海淀区临枫嘉园北里 3 号楼 C 单元 401	李红	发行人	172.00	2022/6/10-2025/6/9
11	北京市海淀区美丽经典园	姜军	发行人	134.65	2022/8/6-

序号	房产位置	出租人	承租人	面积	租赁期限
	7号楼3单元501				2023/8/5
12	广州市天河区珠江西路5号8层806-810室（自编829单元）	广州世君房地产咨询有限公司	发行人	35.20	2022/1/1-2022/10/31
13	海南省海口市滨海大道32号复兴城互联网信息产业园E区2楼B107房间	海南复兴城产业园投资管理有限公司	发行人	23.00	2022/1/1-2022/12/31
14	保定市翠园街398号翠园大厦1-3层	崔洪飞	星罗创想	1,556.00	2021/4/2-2023/5/16
15	保定市复兴中路3108号康泰国际01-301室	保定市康泰房地产开发有限公司	星罗创想	794.11	2021/2/1-2024/1/31
16	北京市丰台区洋桥12号院天路蓝图大厦4层411室	北京轩盈商业管理有限公司	星罗创想	297.00	2021/4/15-2023/4/14
17	保定市复兴中路3108号康泰国际3-702室	许庆彬	星罗创想	275.07	2022/2/20-2023/2/19
18	保定市翠园街翠园大厦1901、1902、1918室	李博闻	星罗创想	202.00	2022/4/9-2023/4/8
19	石家庄市裕华区建华大街槐安路交口万达广场B座1103室	张贵阳	星罗创想	134.53	2022/1/16-2023/1/15
20	福建省厦门市思明区软件园二期望海路12号203单元	厦门市开元国有投资集团有限公司	黑光科技	1,031.42	2020/11/23-2023/11/22
21	福建省厦门市思明区软件园二期望海路10号404单元	厦门市开元国有投资集团有限公司	黑光科技	719.60	2021/5/25-2024/5/24
22	厦门市思明区湖滨东路319-8号519室之9	创收（厦门）资产管理有限公司	万旺鑫	10.00	2022/1/21-2023/1/20
23	天津市滨海新区中新天津生态城动漫东路355号创研大厦第6层办公室654房间	天津好邦商务秘书有限公司	星盟网络	-	2022/7/1-2023/6/30
24	天津市滨海新区滨海天津生态城海博道畅景公寓2号楼二层210-3	嘉盈（天津）文化传播有限公司	星享直购	-	2022/2/26-2023/2/25
25	天津市滨海高新区华苑产业区榕苑路15号5-B-601	田砚杰	有桐科技	389.07	2022/4/15-2023/4/14
26	杭州市余杭区五常街道奥克斯创智一号3幢10层	杭州丰强电气科技有限公司	值得买杭州	1,006.41	2021/5/6-2024/8/5

序号	房产位置	出租人	承租人	面积	租赁期限
27	杭州市余杭区五常街道尚越绿谷1幢105室	杭州星企岛商业运营管理有限公司	值得买杭州	156.60	2021/3/10-2024/3/9
28	青岛市市北区龙城路33号新凯达大厦电梯楼层17层01户与09户	青岛中央商务区开发建设有限公司	值得买青岛分公司	357.38	2020/5/15-2023/9/15
29	青岛市市北区龙城路33号新凯达大厦电梯楼层1702户	青岛中央商务区开发建设有限公司	值得买青岛分公司	170.86	2021/4/15-2023/9/15
30	上海市黄浦区中山南一路768号实际楼层8层01-03单元	上海五里置业有限公司	值得买上海分公司	848.36	2021/2/1-2024/1/31
31	北京市丰台区怡海花园富润园11号楼3层305	温健	发行人	116.5	2022/7/17-2023/7/17
32	北京市丰台区郭公庄南街19号院6号楼1单元2021	王泊涵	发行人	89.02	2022/8/15-2023/8/14
33	北京市丰台区六圈西路8号院新华双创园C座B1层133室	北京华地恒润物业管理有限公司	发行人	174.66	2022/8/18-2023/8/17
34	北京市丰台区汽车博物馆东路1号院2号楼地下一层-109	弘信绿通(北京)科技发展有限公司	发行人	98.07	2022/8/19-2023/10/3

注：截至本募集说明书签署日，上表中序号3对应的房产租赁已续期至2023年12月31日、序号8对应的房产租赁已续期至2023年11月15日、序号17对应的房产租赁已续期至2023年5月19日、序号19对应的房产租赁已续期至2024年1月15日、序号22对应的房产租赁已续期至2024年1月20日，序号1、5、6、9、12、13、16对应的房产租赁已终止。

（二）主要无形资产情况

截至2022年9月30日，公司无形资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面价值
软件	747.72	255.31	-	492.41
域名	478.63	252.70	-	225.93
商标	123.33	57.79	-	65.54
其他	98.28	6.52	-	91.77
合计	1,447.96	572.32	-	875.65

1、土地使用权

截至**2022年9月30日**，公司及下属子公司未持有土地使用权。

2022年5月17日，公司召开第三届董事会第九次会议审议通过了《关于全资子公司拟购买土地使用权的议案》，同意公司通过下属子公司知港科技购买位于北京市中关村科技园丰台园东区三期**1516-53A**地块。本次交易在董事会审批权限范围内，无需提交公司股东大会审议。公司董事会授权知港科技管理层全权办理与本次购买土地使用权相关的事宜。

2022年10月10日，公司披露了《北京值得买科技股份有限公司关于全资子公司购买土地使用权的进展公告（一）》，知港科技与北京市规划和自然资源委员会丰台分局签署了《国有建设用地使用权出让合同及补充协议》，知港科技通过协议转让方式取得上述地块的国有建设用地使用权，并拟在合同签订之日起**60日**内，以自有资金一次性付清国有土地使用权出让价款人民币**24,007.4813**万元。

2023年1月3日，公司披露了《北京值得买科技股份有限公司关于全资子公司购买土地使用权的进展公告（二）》，知港科技于**2022年11月24日**支付上述国有土地使用权出让价款，已完成权属登记手续，并取得北京市规划和自然资源委员会出具的“京（2022）丰不动产权第**0057422**号”《中华人民共和国不动产权证书》。

2、商标

（1）境内注册商标

截至国家知识产权局商标档案出具日（**2022年10月27日**、**2022年11月1日**及**2022年11月3日**），公司在中国境内拥有**730**项注册商标，具体情况详见本募集说明书“附件一 境内注册商标”。

（2）境外注册商标

截至北京汉本知识产权代理有限公司出具核查说明之日（**2022年11月17日**），公司拥有**4**项境外注册商标专用权，具体情况详见本募集说明书“附件二 境

外注册商标”。

（3）许可商标

依据南极电商（上海）有限公司与发行人子公司北京有助科技有限公司签订的《品牌授权合同》及《品牌授权合同之补充协议》，南极电商（上海）有限公司将其持有的或具有再许可权的“南极人”商标以普通使用许可的方式许可有助科技在中华人民共和国大陆地区抖音渠道进行许可商标产品的生产及对经销商的销售活动，并同意有助科技发展分销，许可期限追溯自 2022 年 3 月 1 日起至 2022 年 12 月 31 日止。

3、专利

截至 2022 年 9 月 30 日，公司及下属子公司共拥有 12 项专利证书，具体情况详见本募集说明书“附件三 专利”。

4、计算机软件著作权

截至 2022 年 9 月 30 日，公司及下属子公司共拥有 228 项软件著作权，具体情况详见本募集说明书“附件四 计算机软件著作权”。

5、作品著作权

截至 2022 年 9 月 30 日，公司及下属子公司已取得 40 项经登记的作品著作权，具体情况详见本募集说明书“附件五 作品著作权”。

6、域名

截至 2022 年 9 月 30 日，公司及下属子公司共拥有 93 项域名，具体情况详见本募集说明书“附件六 域名”。

十、公司经营资质及特许经营权情况

（一）公司经营资质情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司及子公司拥有的主要业务经营资质或许可情况如下：

序号	单位名称	资质名称	许可证文号/编号	有效期至	发证机构
1	发行人	电信与信息服务业务经营许可证	京 ICP 证 160379	2026/2/5	北京市通信管理局
2	星罗创想	增值电信业务经营许可证	鲁 B2-20200192	2025/4/30	山东省通信管理局
3	华夏风物	增值电信业务经营许可证	京 B2-20203694	2025/12/22	北京市通信管理局
4	有桐科技	增值电信业务经营许可证	京 B2-20202463	2025/9/28	北京市通信管理局
5	发行人	广播电视节目制作经营许可证	(京)字第 07726 号 ^①	2024/12/7	北京市广播电视局
6	发行人	互联网药品信息服务资格证书	(京)-非经营性-2017-0107 ^②	2027/12/25	北京市药品监督管理局
7	星罗创想	网络文化经营许可证	鲁网文(2020)3486-062 号	2023/8/12	山东省文化和旅游局
8	有桐科技	网络文化经营许可证	京网文(2020)3873-682 号	2023/8/25	北京市文化和旅游局
9	有助科技	网络文化经营许可证	京网文(2021)2398-669 号	2024/6/2	北京市文化和旅游局
10	发行人	营业性演出许可证	京演(机构)[2020]4453 号	2024/4/8	北京市文化和旅游局
11	无忧直购	食品经营许可证	JY13702810285853	2026/3/14	胶州市行政审批服务局
12	优讯创想	食品经营许可证	JY13702810287113	2026/3/16	胶州市行政审批服务局
13	逢食科技	食品经营许可证	JY11200160197991	2023/11/12	天津市滨海新区市场和质量技术监督局
14	星罗创想	食品经营许可证	JY13702810290631	2026/3/21	胶州市行政审批服务局
15	有助科技	食品经营许可证	JY11106222988835	2026/2/18	北京市丰台区市场监督管理局
16	无忧直购	出版物经营许可证	新出发鲁字第 37B08288 号	2026/3/7	胶州市行政审批服务局
17	优讯创想	出版物经营许可证	新出发鲁字第 37B08287 号	2026/3/7	胶州市行政审批服务局
18	星罗创想	出版物经营许可证	新出发鲁字第 37B08297 号	2026/6/14	胶州市行政审批服务局
19	星享直购	出版物经营许可证	新出发津零字第 V402 号	2026/6/21	中新天津生态城管委会
20	北京漫鱼	旅行社业务经营许	旅监管发[2010]214	-	中国文化和

		可证	号		旅游部
21	发行人	对外贸易经营者备案登记表	3173218	-	-
22	有桐科技	对外贸易经营者备案登记表	2142699	-	-

注：①发行人持有的（京）字第 07726 号广播电视节目制作经营许可证已于 2022 年 12 月 7 日续期至 2024 年 12 月 7 日。

②发行人持有的（京）-非经营性-2017-0107 号互联网药品信息服务资格证书于 2022 年 12 月 18 日到期，发行人已于 2022 年 12 月 26 日取得换发的（京）-非经营性-2022-0049 号互联网药品信息服务资格证书，有效期至 2027 年 12 月 25 日。

（二）公司特许经营权情况

截至本募集说明书签署日，公司及下属子公司无特许经营权。

十一、公司上市以来发生的重大资产重组情况

上市以来，公司未发生重大资产重组。

十二、公司境外生产经营情况

（一）公司的营业收入按地区划分情况

最近三年及一期，公司的营业收入按地区划分具体情况如下：

单位：万元、%

项目	2022 年 1-9 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内	79,868.85	97.97	139,366.14	99.32	89,460.42	98.36	64,952.27	98.11
境外	1,657.10	2.03	947.92	0.68	1,496.20	1.64	1,250.65	1.89
合计	81,525.95	100.00	140,314.06	100.00	90,956.61	100.00	66,202.92	100.00

公司业务主要集中在境内，最近三年及一期公司来自境外的收入分别为 1,250.65 万元、1,496.20 万元、947.92 万元和 1,657.10 万元，占营业收入的比例分别为 1.89%、1.64%、0.68%和 2.03%，占比较小。

（二）公司境外子公司情况

截至 2022 年 9 月 30 日，发行人共有境外子公司 1 家，具体情况如下：

公司名称	Eastern Commerce Ventures Inc.
成立日期	2017年10月2日
实收资本	10万美元
主要经营地	美国加利福尼亚州
股权结构	公司直接持有其100.00%股权
业务性质	互联网及相关服务

最近一年，Eastern Commerce Ventures Inc.经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计的主要财务数据如下：

单位：人民币万元

项目	2021年末/2021年度
资产总计	55.84
净资产	54.82
营业收入	-
净利润	-2.39

十三、公司报告期内分红情况

（一）公司现行利润分配政策

公司的现行利润分配政策详见“重大事项提示”之“五、本公司的股利分配政策和现金分红比例”之“（一）公司现行利润分配政策”。

（二）最近三年利润分配情况

1、2021年度利润分配方案

公司于2022年5月18日召开2021年度股东大会，审议通过《2021年度利润分配预案》：以实施权益分派股权登记日登记的公司总股本为基数，向全体股东每10股派发现金红利7元（含税），送红股0股（含税），以资本公积金向全体股东每10股转增5股，合计派发现金62,120,975.00元，以公积金转增股本44,372,125股。公司2021年度利润分配方案已实施完毕。

2、2020年度利润分配方案

2021年5月19日，公司召开2020年度股东大会审议通过了《2020年度

利润分配预案》，以实施权益分派股权登记日登记的公司总股本为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 4.50 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股，合计派发现金 39,974,965.20 元。公司 2020 年度利润分配方案已实施完毕。

3、2019 年度利润分配方案

公司于 2020 年 5 月 8 日召开 2019 年度股东大会，审议通过了《2019 年度利润分配预案》，2019 年度利润分配预案如下：以 2019 年 12 月 31 日公司总股本 53,333,334 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5.50 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 5 股。因公司实施了 2020 年限制性股票激励计划首次授予，导致公司股本总额发生变化，总股本由 53,333,334 股增至 53,917,634 股，因此此次权益分派将根据公司 2019 年度股东大会审议通过的“现金分红总额不变、资本公积金转增股本总额不变”的原则进行调整：以公司现有总股本 53,917,634 股为基数，向全体股东每 10 股派 5.440397 元人民币现金（含税），同时以资本公积金向全体股东每 10 股转增 4.945815 股，合计派发现金 29,333,333.70 元，以公积金转增股本 26,666,667 股。公司 2019 年度利润分配方案已实施完毕。

4、公司最近三年现金分红情况

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
合并报表归属于母公司所有者的净利润	17,952.56	15,678.65	11,902.93
现金分红（含税）	6,212.10	3,997.50	2,933.33
当年现金分红占合并报表归属于母公司所有者的净利润的比例	34.60%	25.50%	24.64%
最近三年累计现金分配合计	13,142.93		
最近三年年均可分配利润	15,178.05		
最近三年累计现金分配利润占年均可分配利润的比例	86.59%		

（三）《北京值得买科技股份有限公司未来三年（2022年-2024年）股东分红回报规划》

根据中国证监会《上市公司监管指引第3号—上市公司现金分红（2022年修订）》《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》（证监发[2012]37号）的相关规定，为了保护投资者合法权益、实现股东价值、给予投资者稳定回报，不断完善董事会、股东大会公司利润分配事项的决策程序和机制，进一步细化《公司章程》中关于利润分配原则的条款，增加利润分配决策透明度、参与度和可操作性，便于股东对公司经营和分配进行监督，公司董事会对股东分红回报事宜进行了专项研究论证，特此制订《北京值得买科技股份有限公司未来三年（2022年-2024年）股东分红回报规划》（以下简称“本规划”）。

1、本规划制定目的

公司着眼于长远和可持续发展，综合考虑公司实际经营情况、经营目标、资金成本和融资环境、股东要求和意愿等因素，建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划和机制，增强公司现金分红的透明性，旨在进一步规范公司的利润分配行为，确定合理的利润分配方案。

2、本规划制定原则及考虑因素

本规划的制定应符合相关法律法规和《公司章程》的规定，充分听取投资者（特别是中小股东）和独立董事的意见，坚持现金分红为主这一基本原则，重视对社会公众股东的合理投资回报，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，保持利润分配政策的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定。

本规划在综合分析公司经营情况、经营目标、资金成本和融资环境、股东要求和意愿等因素的基础上，充分考虑公司目前及未来盈利状况、现金流状况、发展所处阶段、项目投资资金需求、股权融资、债权融资环境等情况，平衡股东的合理投资回报和公司长远发展的基础上做出的安排，健全公司利润分配的制度化建设，以保证利润分配政策的连续性和稳定性。

3、公司未来三年（2022年-2024年）的具体股东分红回报规划

在符合《公司章程》及本规划规定的条件的前提下，公司分红方式可以采取现金、股票、现金股票相结合或者法律许可的其他方式，公司具备现金分红条件的，应当优先采取现金的方式分配利润。公司原则上在每年年度股东大会审议通过后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

（1）现金分红的具体条件和比例

①实施现金分红应同时满足的条件

A、公司该年度实现的可供分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金等后所余的税后利润）为正值（按母公司报表口径）；

B、公司累计可供分配的利润为正值（按母公司报表口径）；

C、审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

D、公司无重大投资计划或重大现金支出等事项（募集资金项目除外）发生。重大投资计划或重大现金支出是指：①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对值达到 5,000 万元；②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

②现金分红的比例和期间间隔

在满足现金分红条件的情况下，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。

公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，按照公司章程的规定，提出差异化的利润分配方案：

A、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%；

B、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%；

C、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%。

公司在实际分红时具体所处阶段，由公司董事会根据具体情形确定。

（2）公司股票股利分配的条件

在公司经营情况良好，并且董事会认为发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，可以在确保足额现金股利分配的前提下，提出股票股利分配预案。

4、本规划的决策程序与机制

公司每年利润分配预案由公司董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟定，并经董事会审议通过后提交股东大会审议批准。董事会应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。股东大会审议利润分配方案时，公司应为股东提供网络投票方式，通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。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。

如公司当年盈利且满足现金分红条件、但董事会未按照既定利润分配政策向股东大会提交利润分配预案的，应当在定期报告中说明原因、未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划，并由独立董事发表独立意见。

5、本规划的制订周期和调整机制

公司应以三年为一个周期，制订股东回报规划。公司应当在总结之前三年股东回报规划执行情况的基础上，充分考虑本规划第一条所列各项因素，以及股东（特别是中小股东）、独立董事和监事的意见，确定是否需对公司利润分配政策及未来三年的股东回报规划予以调整。

如因行业监管政策、外部监管环境变化以及公司战略规划、经营情况和长期发展需要，确需调整股东回报规划的，调整后的规划不得违反法律法规、监管要

求以及《公司章程》的规定。有关调整股东回报规划的议案应充分考虑中小股东的意见，并事先征求独立董事及监事会的意见，经董事会审议通过之后提交股东大会审批。涉及对章程规定的现金分红政策进行调整或变更的，还应在详细论证后，经董事会审议通过后提交股东大会审议批准。

本规划未尽事宜，依照相关法律法规、规范性文件及《公司章程》规定执行。本规划由公司董事会负责解释，自公司股东大会审议通过之日起实施。

十四、公司最近三年债券发行情况

公司最近三年未发行债券，亦不存在债券违约或者延迟支付本息的情形。

2019-2021年度，公司归属于母公司所有者的净利润分别为11,902.93万元、15,678.65万元和17,952.56万元，平均可分配利润为15,178.05万元。本次发行可转债拟募集资金不超过55,000万元（含本数），参考近期可转债市场的发行利率水平并经合理估计，公司最近三年平均可分配利润足以支付公司各类债券一年的利息。

第五节 合规经营与独立性

一、合规经营情况

报告期内，发行人及其子公司不存在与生产经营相关的重大违法违规行为及受到重大处罚的情况。

二、相关主体被证券监管部门和交易所处罚或采取监管措施的情况

报告期内，公司及其董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人不存在被证监会行政处罚或采取监管措施及整改情况，不存在被交易所公开谴责的情况，不存在因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被证监会立案调查的情况。

三、控股股东、实际控制人对公司的资金占用及接受公司担保情况

报告期内，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以借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情况；不存在为控股股东、实际控制人及其控制的企业提供担保的情况。

四、同业竞争情况

（一）发行人与控股股东及其控制的其他企业之间不存在同业竞争关系

隋国栋先生为公司控股股东、实际控制人。截至本募集说明书签署日，除公司外，隋国栋直接或间接控制的其他企业情况如下：

公司名称	注册地址	注册资本	与实际控制人的关系	主营业务
北京鼎合泰来科技有限公司	北京市丰台区海鹰路6号院26号楼2层2117	847.07 万元	隋国栋先生持有58.81%股权，并担任执行董事；国脉创新持有11.81%的股权	技术开发
杭州世净科技有限公司（曾用名：北京艾瑞克林科技有限公司）	浙江省杭州市西湖区留下街道荆山岭路2号汇峰国际商务中心4号楼D301室	1,318.68 万元	隋国栋先生持有35.47%股权，并担任董事长	销售空气净化器、新风机
广东艾瑞克林科	中山市南头镇同济	1,000.00 万	杭州世净科技有限公	生产和销

公司名称	注册地址	注册资本	与实际控制人的关系	主营业务
技有限公司	西路 23 号(宏基工业城四期一栋 3 层)	元	司的全资子公司，隋国栋先生间接控制的企业	售空气净化器、新风机
广东顺德艾瑞克林电器科技有限公司	广东省佛山市顺德区容桂街道振华社区桂洲大道中海骏达广场 1 座 22 层 2201 号	100.00 万元	杭州世净科技有限公司的全资子公司，隋国栋先生间接控制的企业	研发空气净化器、新风机
国脉创新	北京市丰台区汽车博物馆东路 6 号院 3 号楼 10 层 1 单元 1001 内 99 室	10.00 万元	隋国栋先生担任普通合伙人、执行事务合伙人	股权投资
北京畅效科技有限公司	北京市丰台区海鹰路 6 号院 26 号楼 2 层 2116	100.00 万元	隋国栋先生持有 100% 股权，并担任法定代表人、执行董事、经理	技术开发、软件开发
北京千络畅达科技有限公司	北京市丰台区新发地潘家庙 56 号 5 幢 B-5-1194	1,000.00 万元	隋国栋先生持有 99% 股权，并担任执行董事	技术开发、技术服务
北京千络悦旅科技有限公司	北京市丰台区新发地潘家庙 56 号 14 幢 B-6-1425	1,000.00 万元	北京千络畅达科技有限公司的全资子公司，隋国栋先生间接控制的企业	技术开发、技术服务
天津国脉创客企业管理中心（有限合伙）	天津生态城动漫中路 126 号动漫大厦 C 区二层 209(天津好邦商务秘书有限公司托管第 1690 号)	10.00 万元	隋国栋先生持有 67.95% 股权，并担任执行事务合伙人	股权投资

截至本募集说明书签署日，公司与控股股东、实际控制人控制的其他企业未从事与公司相同或相似的业务，不存在同业竞争的情况。

（二）避免同业竞争的承诺

为避免将来发生同业竞争，2017 年 1 月 20 日发行人向证监会递交首次公开发行股票申请文件之前，公司控股股东和实际控制人隋国栋出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、本人目前未在与发行人或其控股企业业务相同或相似的其他公司或者经济组织中担任职务。

2、本人单独及/或共同控制的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，目前均未以任何形式从事与发行人及其控股企业的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

3、自签署本承诺函之日起，本人单独及/或共同控制的、除发行人及其控股企业以外的其他企业，也不会：（1）以任何形式从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；（2）以任何形式支持发行人及其控股企业以外的其他企业从事与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或者可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动；（3）以其他方式介入任何与发行人及其控股企业目前或今后从事的主营业务构成或者可能构成直接或间接竞争关系的业务或活动。

4、作为发行人之控股股东、实际控制人，不会利用股东身份、股东根据相关法律法规及公司章程享有的权利及获知的信息，包括但不限于发行人及其下属企业的商业秘密，从事或通过所控制的企业从事损害或可能损害发行人及其下属企业的利益的业务或活动。

5、本人同意承担并赔偿因违反上述承诺而给发行人及其下属企业造成的一切损失、损害和开支。”

截至本募集说明书签署日，该等承诺合法、有效，且得到有效履行，不存在存在违反承诺的情形。

五、关联方、关联关系及关联交易

（一）关联方

根据《公司法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》及《企业会计准则》等法律法规规定，截至 2022 年 9 月 30 日，公司的主要关联方及关联关系如下：

1、发行人的控股股东、实际控制人

截至 2022 年 9 月 30 日，隋国栋先生直接持有公司 51,814,151 股股份，并通过国脉创新间接控制公司 8,967,489 股股份，合计控制公司 60,781,640 股股份，控股比例为 45.69%，为值得买控股股东和实际控制人。

发行人的控股股东、实际控制人具体情况详见本募集说明书第四节之“三、公司的控股股东及实际控制人基本情况”。

2、发行人的控股股东、实际控制人直接或者间接控制的，或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的，除上市公司及其控股子公司以外的法人或者其他组织

关联方	与发行人关联关系
北京鼎合泰来科技有限公司	发行人实际控制人隋国栋持有 58.81% 股权，并担任执行董事；国脉创新持有 11.81% 的股权
杭州世净科技有限公司（曾用名：北京艾瑞克林科技有限公司）	发行人实际控制人隋国栋持有 35.47% 股权，并担任董事长
广东艾瑞克林科技有限公司	杭州世净科技有限公司的全资子公司，发行人实际控制人隋国栋间接控制的企业
广东顺德艾瑞克林电器科技有限公司	杭州世净科技有限公司的全资子公司，发行人实际控制人隋国栋担任监事并间接控制的企业
国脉创新	持有发行人 5% 以上股份的股东；发行人实际控制人隋国栋担任普通合伙人、执行事务合伙人
深圳市烧麦网络科技有限公司	发行人实际控制人隋国栋担任董事
天津云趣新媒体科技有限公司	发行人实际控制人隋国栋担任董事
北京畅效科技有限公司	发行人实际控制人隋国栋持有 100% 股权，并担任法定代表人、执行董事、经理
北京千络畅达科技有限公司	发行人实际控制人隋国栋持有 99% 股权，并担任执行董事
北京千络悦旅科技有限公司	北京千络畅达科技有限公司的全资子公司，发行人实际控制人隋国栋担任执行董事
天津国脉创客企业管理中心（有限合伙）	发行人实际控制人隋国栋持有 67.95% 股权，并担任执行事务合伙人

3、持有发行人 5% 以上股份的其他主要股东

关联方	与发行人关联关系
刘峰	持有公司 14,912,934 股股份，占公司总股本的 11.21%
刘超	持有公司 9,532,442 股股份，占公司总股本的 7.17%
国脉创新	持有发行人 8,967,489 股股份，占股份总数 6.74%

注：2022 年 11 月 3 日、2022 年 11 月 7 日，北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）分

别与受让方赖星宇、质权人中国银河证券股份有限公司签署《股份转让协议》《股份转让协议之补充协议》，经三方协商一致，北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）以协议转让方式向赖星宇转让其持有公司的 3,591,900 股股份（占公司总股本的 2.70%），本次转让完成后，北京国脉创新投资管理中心（有限合伙）持有公司股权比例降低至 4.04%。

4、发行人全资或控股子公司

关联方	与发行人关联关系
青岛星罗创想网络科技有限公司	发行人的控股子公司
青岛优讯创想信息技术有限公司	发行人的全资子公司
天津逢食科技有限公司	发行人的全资子公司
青岛无忧直购网络科技有限公司	发行人的全资子公司
Eastern Commerce Ventures Inc.	发行人的全资子公司
海南趋优科技有限公司	发行人的全资子公司
值得买科技（杭州）有限公司	发行人的全资子公司
华夏风物（北京）科技有限公司	发行人的全资子公司
北京有桐科技有限公司	发行人的全资子公司
北京多元通道网络科技有限公司	发行人的全资子公司
北京聚禾臻源营销策划有限公司	发行人的全资子公司
北京聚值传媒科技有限公司	发行人的全资子公司
北京漫鱼国际旅行社有限公司	发行人的全资子公司
天津星盟网络科技有限公司	发行人的全资子公司
天津星享直购网络科技有限公司	青岛星罗创想网络科技有限公司的全资子公司
天津星惠直购网络科技有限公司	青岛星罗创想网络科技有限公司的全资子公司
天津优享直购网络科技有限公司	青岛无忧直购网络科技有限公司的全资子公司
北京有助通达科技有限公司	北京有助科技有限公司的全资子公司
北京有助科技有限公司	发行人的控股子公司
海南值选科技有限公司	发行人的全资子公司
北京值元数字科技有限公司（曾用名： 北京数值信息有限公司）	发行人的全资子公司
海南数值科技有限公司	发行人的全资子公司
北京知港科技有限公司	发行人的全资子公司
北京值享数字科技有限公司	发行人的全资子公司
黑光（厦门）科技有限公司	北京有助科技有限公司的全资子公司
厦门万旺鑫贸易有限公司	北京有助科技有限公司的全资子公司
华夏风物（海南）科技有限公司	华夏风物（北京）科技有限公司的控股子公司

关联方	与发行人关联关系
北京值享私募基金管理有限公司	发行人的全资子公司
北京易合博略品牌咨询有限公司	发行人的控股子公司
北京世研信息咨询有限公司	发行人的控股子公司
天津聚禾臻源营销策划有限公司	北京聚禾臻源营销策划有限公司的全资子公司
北京万象映生科技有限公司	发行人的全资子公司
北京星云新知文化传媒有限公司	发行人的全资子公司
北京好有言周科技有限公司	发行人的控股子公司
海报沃斯（北京）科技有限公司	发行人的控股子公司
济南耕值信息科技有限公司	发行人的全资子公司

5、发行人参股公司

关联方	与发行人关联关系
深圳市烧麦网络科技有限公司	发行人持有 16.00%的股权
北京众嘉禾励科技有限公司	发行人持有 24.2998%的股权
天津众嘉禾励科技有限公司	北京众嘉禾励科技有限公司全资子公司
桂林云祈文化旅游发展有限公司	天津逢食科技有限公司持有 19%的股权，发行人间接持有 19%的股权
天津云趣新媒体科技有限公司	北京聚值传媒科技有限公司持有 40%的股权，发行人间接持有 40.00%的股权
上海物典文化发展有限公司	华夏风物（北京）科技有限公司持有 10%的股权，发行人间接持有 10.00%的股权
南京罗盘网络科技有限公司	青岛星罗创想网络科技有限公司持有 40%的股权，发行人间接持有 32.08%的股权
红毛猩猩（深圳）科技有限公司	发行人持有 13.3333%的股权

6、发行人的董事、监事、高级管理人员

公司董事、监事、高级管理人员参见本募集说明书“第四节”之“五、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”。

7、发行人董事、监事、高级管理人员直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除发行人及其控股子公司及上述关联方以外的其他企业

关联方	与发行人关联关系
天津国脉创值企业管理中心（有限合伙）	发行人董事、首席技术官刘峰曾担任执行事务合伙人（于 2022 年 9 月 8 日卸任）、发行人董事刘超

关联方	与发行人关联关系
	持有 99%财产份额
天津国脉智德企业管理中心（有限合伙）	发行人董事、首席技术官刘峰担任执行事务合伙人、发行人董事刘超持有 99%财产份额
红毛猩猩（深圳）科技有限公司	发行人董事、首席技术官刘峰担任董事
北京朋购赛尔科技有限公司	发行人董事、首席技术官刘峰担任董事的公司红毛猩猩（深圳）科技有限公司全资子公司
天津国脉企云企业管理中心（有限合伙）	发行人董事、首席技术官刘峰持有 99%财产份额
天津国脉丰茂企业管理中心（有限合伙）	发行人董事、首席技术官刘峰持有 99%财产份额
天津国脉君行企业管理中心（有限合伙）	发行人董事、首席技术官刘峰持有 60%财产份额
天津国脉聚鑫企业管理中心（有限合伙）	发行人董事刘超持有 99%财产份额
天津国脉至博企业管理中心（有限合伙）	发行人董事刘超持有 99%财产份额
天津国脉创德企业管理中心（有限合伙）	发行人董事刘超持有 99%财产份额、发行人董事、执行总裁邱玉栋担任执行事务合伙人
北京国枫律师事务所	发行人独立董事曲凯担任合伙人
天津国脉智容企业管理中心（有限合伙）	发行人监事会主席张梅担任执行事务合伙人、发行人董事刘超持有 99%财产份额
北京莱农网络科技有限公司	发行人监事丰志华持股 51.00%，并担任执行董事、经理
天津国脉智新企业管理中心（有限合伙）	发行人首席财务官李楠担任执行事务合伙人、发行人董事、首席技术官刘峰持有 99%财产份额
天津国脉多元企业管理中心（有限合伙）	发行人董事、首席技术官刘峰持有 99%财产份额，发行人董事刘超担任执行事务合伙人

8、其他主要关联自然人及关联法人

除以上关联方以外，发行人其他关联自然人及关联法人还包括发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员（包括配偶、父母、年满 18 周岁的子女及其配偶、兄弟姐妹及其配偶，配偶的父母、兄弟姐妹，子女配偶的父母）及其直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的法人或其他组织。

9、报告期内曾经的关联方

关联方	与发行人关联关系	备注
那昕	曾担任发行人董事	于 2021 年 10 月 14 日卸任
张君	曾担任发行人独立董事	于 2021 年 10 月 14 日卸任
程贤权	曾担任发行人独立董事	于 2021 年 10 月 14 日卸任

关联方	与发行人关联关系	备注
温小杰	曾担任发行人独立董事	于 2021 年 10 月 14 日卸任
陈艳	曾担任发行人监事会主席	于 2021 年 10 月 14 日卸任
刘小如	曾担任发行人董事、首席运营官	于 2019 年 07 月 25 日卸任
余振波	曾担任发行人董事	于 2019 年 07 月 25 日卸任
北京简法空间科技有限公司	发行人实际控制人隋国栋曾持有 40% 股权并担任监事	隋国栋于 2021 年 10 月 28 日不再持有股权并不再担任监事职务
北京简法建筑工程有限公司	发行人实际控制人隋国栋曾持有 40% 股权并担任监事的北京简法空间科技有限公司持有 90% 股权	隋国栋于 2021 年 10 月 28 日将所持北京简法空间科技有限公司对外转让并不再担任监事职务
北京简法空间建筑设计咨询有限公司	发行人实际控制人隋国栋曾持有 40% 股权并担任监事的北京简法空间科技有限公司持有 90% 股权	隋国栋于 2021 年 10 月 28 日将所持北京简法空间科技有限公司对外转让并不再担任监事职务
红猩国际有限公司	发行人原董事那昕控制的企业	那昕于 2021 年 10 月 14 日卸任发行人董事
深圳市红毛火火贸易有限公司	红毛猩猩（深圳）科技有限公司全资子公司	那昕于 2021 年 10 月 14 日卸任发行人董事
深圳红猩百福科技合伙企业（有限合伙）	发行人原董事那昕担任执行事务合伙人的企业	那昕于 2021 年 10 月 14 日卸任发行人董事
北京世纪良友科技有限公司	发行人原董事余振波作为公司关联方期间担任董事的企业	余振波于 2019 年 07 月 25 日卸任
七幕人生文化产业（北京）有限公司	发行人原董事余振波作为公司关联方期间担任董事的企业	余振波于 2019 年 07 月 25 日卸任
桐乡海富股权投资中心（有限合伙）	发行人原独立董事张君担任执行事务合伙人的企业	张君于 2021 年 10 月 14 日卸任
北京福麦德投资有限公司	发行人原独立董事张君作为公司关联方期间持股 100% 的企业	张君于 2021 年 10 月 14 日卸任，该企业已于 2019 年 1 月 15 日注销
扬州海昌新材股份有限公司	报告期过去十二个月内，发行人原独立董事张君作为关联方期间曾担任董事的公司	张君于 2021 年 10 月 14 日卸任发行人独立董事，于 2018 年 10 月 31 日卸任该公司董事
国浩律师（北京）事务所	发行人原独立董事程贤权作为关联方期间担任合伙人的律师事务所	程贤权于 2021 年 10 月 14 日卸任
天津智元慧通科技有限公司	发行人参股企业北京众嘉禾励科技有限公司的全资子公司	已于 2021 年 1 月注销
宿迁市值宝文化传播有限公司	发行人控股子公司青岛星罗创想网络科技有限公司之参股公司	已于 2022 年 3 月注销

（二）关联交易

1、购销商品、提供和接受劳务的关联交易

(1) 出售商品/提供劳务情况

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
天津智元慧通科技有限公司	互联网效果营销平台收入	-	-	-	9.96
北京世纪良友科技有限公司	互联网效果营销平台收入	-	-	-	0.01
北京众嘉禾励科技有限公司	销售商品收入	-	-	0.06	1.27
北京众嘉禾励科技有限公司	互联网效果营销平台收入	-	-	-	-
红毛猩猩（深圳）科技有限公司	出售固定资产	-	93.40	6.80	-
广东顺德艾瑞克林电器科技有限公司	信息推广收入	-	-	13.21	-
广东艾瑞克林科技有限公司	信息推广收入	1.89	32.99	1.00	-
杭州世净科技有限公司	销售商品	76.36	192.26	-	-
杭州世净科技有限公司	运营服务	92.89	-	-	-
南京罗盘网络科技有限公司	运营服务	-	10.50	-	-
北京畅效科技有限公司	出售固定资产	2.71	-	-	-
合计		173.85	329.15	21.07	11.24
占当期营业收入的比例		0.21%	0.23%	0.02%	0.02%

(2) 采购商品/接受劳务情况

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
杭州世净科技有限公司	采购商品	-	0.93	23.08	29.32
杭州世净科技有限公司	推广服务	-	54.91	-	-
杭州世净科技有限公司	运营服务	25.21	-	-	-
广东艾瑞克林科技有限公司	采购设备或商品	43.99	84.82	35.46	66.20

关联方	关联交易内容	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
天津智元慧通科技有限公司	软件开发	-	-	-	37.74
广东顺德艾瑞克林电器科技有限公司	采购商品	44.30	305.00	-	-
红毛猩猩（深圳）科技有限公司	品牌营销	23.75	1.46	-	-
南京罗盘网络科技有限公司	运营服务	176.61	367.89	-	-
天津云趣新媒体科技有限公司	信息推广	119.87	793.54	-	-
北京简法空间科技有限公司	运营服务	-	0.25	-	-
合计		433.74	1,608.80	58.54	133.26
占当期营业成本的比例		1.09%	2.67%	0.20%	0.71%

2、关键管理人员报酬

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
关键管理人员报酬	530.86	1,146.45	1,026.22	1,150.08

3、关联方应收应付款项

（1）应收项目

单位：万元

项目名称	关联方	2022年9月末		2021年末		2020年末		2019年末	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
应收账款	北京众嘉禾励科技有限公司	0.06	0.01	0.06	0.01	0.06	0.01	30.26	3.03
应收账款	天津智元慧通科技有限公司	-	-	-	-	-	-	13.61	0.41
应收账款	北京世纪良友科技有限公司	-	-	-	-	-	-	-	-
应收账款	广东艾瑞克林科技有限公司	33.87	1.02	34.97	1.05	-	-	-	-
应收账款	杭州世净科技有限公司	165.81	3.76	29.50	0.89	-	-	-	-
应收账款	南京罗盘网络科技有限公司	-	-	2.99	0.09	-	-	-	-

项目名称	关联方	2022年9月末		2021年末		2020年末		2019年末	
		账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
其他应收款	红毛猩猩（深圳）科技有限公司	-	-	-	-	7.68	0.23	-	-
预付款项	广东顺德艾瑞克林电器科技有限公司	2.82	-	-	-	-	-	-	-
合计		199.74	4.79	67.52	2.03	7.73	0.23	43.87	3.43

（2）应付项目

单位：万元

项目名称	关联方	2022年9月末	2021年末	2020年末	2019年末
应付账款	广东顺德艾瑞克林电器科技有限公司	2.82	4.65	-	-
应付账款	红毛猩猩（深圳）科技有限公司	5.58	1.55	-	-
应付账款	南京罗盘网络科技有限公司	80.38	56.00	-	-
应付账款	杭州世净科技有限公司	-	-	-	-
合计		88.79	62.20	-	-

（三）报告期内关联交易必要性、公允性、对业绩影响情况

报告期内，公司发生的关联交易属于公司业务正常经营的需要，交易价格根据一般市场价格定价，定价公允，关联交易占公司收入和成本比重较小，对公司的财务状况和经营成果不构成重大影响。

（四）履行的程序及独立董事对关联交易的意见

公司报告期内关联交易均已按照审批权限报董事会、股东大会批准，需关联董事、关联股东回避表决的事项，该等关联董事或关联股东均回避表决；关联交易需经独立董事发表意见的，独立董事均已发表意见。公司报告期内关联交易按照《公司章程》《股东大会议事规则》《关联交易管理制度》《独立董事工作细则》等公司治理文件的要求审批、公允定价、完整披露，不存在损害公司股东利益的

情形。

（五）规范和减少关联交易的承诺

1、控股股东及实际控制人的承诺

2017年1月20日向证监会递交首次公开发行股票申请文件之前，发行人控股股东及实际控制人隋国栋出具了《控股股东、实际控制人关于规范关联交易的承诺》，承诺如下：

（1）截止本承诺函出具之日，除已经披露的情形外，本人（包括本人所控制的公司）与发行人之间不存在其他关联交易。本人（包括本人所控制的公司）将善意履行作为发行人控股股东、实际控制人的义务，不利用本人的地位影响发行人的独立性、故意促使发行人对与本人（包括本人所控制的公司）的任何关联交易采取任何行动、故意促使发行人的股东大会、董事会或监事会做出侵犯其他股东合法权益的决议。如果发行人必须与本人（包括本人所控制的公司）发生任何关联交易，则本人承诺将促使上述交易按照公平合理和正常商业交易的条件进行，本人（包括本人所控制的公司）将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

（2）本人（包括本人所控制的公司）将严格和善意地履行与发行人签订的各种关联交易协议。本人（包括本人所控制的公司）承诺将不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

（3）本人对上述承诺的真实性及合法性负全部法律责任，如果本人（包括本人所控制的公司）违反上述声明、保证与承诺，并造成发行人经济损失的，本人同意赔偿相应的损失。

（4）本声明、保证与承诺将持续有效，直至本人不再作为发行人的控股股东、实际控制人。

截至本募集说明书签署日，该等承诺合法、有效，且得到有效履行，不存在存在违反承诺的情形。

2、董事、监事和高级管理人员的承诺

2017年1月20日向证监会递交首次公开发行股票申请文件之前，发行人的董事、监事、高级管理人员出具了《董事、监事和高级管理人员关于规范关联交易的承诺》，承诺如下：

（1）截止本承诺函出具之日，除已经披露的情形外，本人（包括本人所控制的公司）与发行人之间不存在其他关联交易。本人（包括本人所控制的公司）将善意履行作为发行人董事、监事、高级管理人员的义务，不利用本人的地位影响发行人的独立性、故意促使发行人对与本人（包括本人所控制的公司）的任何关联交易采取任何行动、故意促使发行人的股东大会、董事会或监事会做出侵犯其他股东合法权益的决议。如果发行人必须与本人（包括本人所控制的公司）发生任何关联交易，则本人承诺将促使上述交易按照公平合理和正常商业交易的条件进行，本人（包括本人所控制的公司）将不会要求或接受发行人给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

（2）本人（包括本人所控制的公司）将严格和善意地履行与发行人签订的各种关联交易协议。本人（包括本人所控制的公司）承诺将不会向发行人谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

（3）本人对上述承诺的真实性及合法性负全部法律责任，如果本人（包括本人所控制的公司）违反上述声明、保证与承诺，并造成发行人经济损失的，本人同意赔偿相应的损失。

（4）本声明、保证与承诺将持续有效，直至本人不再作为发行人的董事、监事、高级管理人员。

截至本募集说明书签署日，该等承诺合法、有效，且得到有效履行，不存在存在违反承诺的情形。

第六节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据反映了本公司最近三年及一期的财务状况、经营业绩与现金流量，如无特别说明，均引自公司经审计的 2019 年度、2020 年度和 2021 年度财务报告及未经审计的 2022 年**第三季度财务报表**。

投资者欲对公司进行更详细的了解，请阅读财务报告及审计报告全文。

一、财务报告情况

（一）与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司根据自身所处行业和发展阶段，从项目性质及金额两方面判断与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平。在判断项目性质重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否显著影响公司财务状况、经营成果和现金流量，是否会引起特别的风险。在判断项目金额大小的重要性时，综合考虑该项目金额占总资产、净资产、营业收入、净利润等项目金额比重情况。

（二）最近三年及一期审计意见的类型

公司 2019 年度至 2021 年度财务报告已经中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并分别出具了报告号为众环审字（2020）110053 号、众环审字（2021）1100028 号和众环审字（2022）1110017 号标准无保留意见《审计报告》。公司 2022 年**第三季度财务报表**未经审计。

二、最近三年及一期财务报表

（一）最近三年一期合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
流动资产：				
货币资金	945,389,018.65	731,156,102.12	1,247,381,475.80	80,574,780.21

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
交易性金融资产	155,247,608.24	392,953,711.75	50,513,219.18	414,059,539.98
应收票据	-	-	200,000.00	222,364.86
应收账款	387,839,515.81	432,781,353.21	256,240,230.83	201,798,269.07
预付款项	18,052,545.88	15,757,306.30	4,834,181.69	2,186,801.17
其他应收款	31,194,350.40	23,375,241.91	6,858,304.74	2,041,292.97
其中：应收利息	-	-	593,876.76	-
存货	11,586,871.28	13,590,808.49	7,787,783.12	4,846,604.56
其他流动资产	40,066,776.72	34,622,998.07	26,458,193.11	17,706,466.10
流动资产合计	1,589,376,686.98	1,644,237,521.85	1,600,273,388.47	723,436,118.92
非流动资产：				
长期股权投资	29,725,841.13	33,615,977.52	6,976,403.53	-
其他权益工具投资	-	4,477.98	289,975.42	-
固定资产	413,476,522.09	433,685,633.15	333,479,461.62	295,124,964.58
在建工程	913,514.96	-	-	-
使用权资产	21,686,546.10	42,067,637.24	-	-
无形资产	8,756,468.16	8,601,693.75	7,279,749.57	5,704,683.00
商誉	44,075,019.05	44,075,019.05	-	-
长期待摊费用	9,323,092.84	12,920,255.33	3,972,922.37	1,435,012.00
递延所得税资产	14,323,397.47	12,107,633.68	11,655,320.78	5,878,114.59
其他非流动资产	355,752.22	487,102.69	3,703,658.71	7,916,207.50
非流动资产合计	542,636,154.02	587,565,430.39	367,357,492.00	316,058,981.67
资产总计	2,132,012,841.00	2,231,802,952.24	1,967,630,880.47	1,039,495,100.59
流动负债：				
短期借款	71,464,013.05	-	-	-
应付票据	-	5,885,538.41	-	-
应付账款	47,006,491.66	100,871,382.79	58,354,308.68	38,529,056.52
预收账款	-	-	-	1,168,604.85
合同负债	8,305,972.79	4,906,054.55	3,074,120.71	-
应付职工薪酬	48,719,783.00	79,463,162.26	83,018,602.63	81,460,034.90
应交税费	2,975,739.27	31,184,590.50	19,393,744.55	12,063,356.63
其他应付款	48,149,471.71	60,695,308.51	9,503,502.55	6,332,750.52
其中：应付利息	-	-	194,961.17	196,884.38

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
一年内到期的非流动负债	24,853,803.90	34,395,448.17	14,500,000.00	14,500,000.00
其他流动负债	475,175.89	286,679.83	179,147.59	-
流动负债合计	251,950,451.27	317,688,165.02	188,023,426.71	154,053,803.42
非流动负债：				
长期借款	78,625,000.00	89,500,000.00	104,000,000.00	118,500,000.00
租赁负债	10,325,587.91	18,280,672.67	-	-
预计负债	29,386,041.78	26,317,072.00	22,554,454.74	15,998,157.80
递延所得税负债	37,141.24	443,056.76	76,982.88	81,854.99
非流动负债合计	118,373,770.93	134,540,801.43	126,631,437.62	134,580,012.79
负债合计	370,324,222.20	452,228,966.45	314,654,864.33	288,633,816.21
所有者权益：				
股本	133,033,935.00	88,744,250.00	88,780,735.00	53,333,334.00
资本公积金	1,125,621,240.09	1,166,387,881.75	1,148,606,744.76	409,262,116.65
减：库存股	14,641,483.09	28,876,748.53	-	-
其它综合收益	-457,574.08	-420,869.59	-122,546.99	7,953.95
盈余公积	44,372,125.00	44,372,125.00	42,275,608.38	26,666,667.00
未分配利润	475,070,260.60	510,889,611.12	373,435,474.99	261,591,212.78
归属于母公司所有者权益合计	1,762,998,503.52	1,781,096,249.75	1,652,976,016.14	750,861,284.38
少数股东权益	-1,309,884.72	-1,522,263.96	-	-
所有者权益合计	1,761,688,618.80	1,779,573,985.79	1,652,976,016.14	750,861,284.38
负债和所有者权益总计	2,132,012,841.00	2,231,802,952.24	1,967,630,880.47	1,039,495,100.59

2、合并利润表

单位：元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业总收入	815,259,538.16	1,403,140,609.28	909,566,133.16	662,029,241.06
其中：营业收入	815,259,538.16	1,403,140,609.28	909,566,133.16	662,029,241.06
二、营业总成本	800,211,924.25	1,206,255,317.14	746,909,553.18	543,838,332.96
其中：营业成本	396,585,932.13	601,470,794.98	297,164,182.85	188,199,220.45
税金及附加	13,417,190.27	11,250,455.91	6,267,863.80	9,807,274.57
销售费用	169,881,303.65	278,072,920.85	204,274,725.41	150,446,942.46

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
管理费用	115,060,284.83	164,132,193.25	112,315,505.39	83,859,750.30
研发费用	108,901,828.32	161,996,430.02	123,070,060.91	107,483,859.00
财务费用	-3,634,614.95	-10,667,477.87	3,817,214.82	4,041,286.18
其中：利息费用	4,447,189.68	8,522,783.25	6,959,501.35	4,974,221.04
利息收入	7,692,261.15	20,244,608.37	4,622,363.62	669,497.42
加：其他收益	11,087,325.99	17,836,437.43	12,892,024.24	8,466,677.64
投资收益（损失以“—”号填列）	7,773,139.16	513,608.43	5,111,544.23	5,099,309.22
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-3,420,300.59	-3,883,826.01	1,403.53	-
公允价值变动净收益（损失以“—”号填列）	-2,706,103.51	2,440,492.57	-32,480.80	403,400.30
信用减值损失（损失以“—”号填列）	-1,518,010.05	-8,029,346.09	-3,122,046.93	-2,381,895.27
资产处置收益（损失以“—”号填列）	417,529.21	1,405,548.49	183,100.94	-2,230.35
三、营业利润	30,101,494.71	211,052,032.97	177,688,721.66	129,776,169.64
加：营业外收入	226,244.66	35,642.29	103,583.72	399,510.53
减：营业外支出	1,101,742.42	10,441,492.57	959,547.47	374,426.58
四、利润总额	29,225,996.95	200,646,182.69	176,832,757.91	129,801,253.59
减：所得税费用	2,711,993.23	22,756,234.65	20,046,220.90	10,771,921.42
五、净利润	26,514,003.72	177,889,948.04	156,786,537.01	119,029,332.17
（一）按经营持续性分类				
1.持续经营净利润（净亏损以“—”号填列）	26,514,003.72	177,889,948.04	156,786,537.01	119,029,332.17
2.终止经营净利润（净亏损以“—”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类				
1.归属于母公司所有者的净利润	26,301,624.48	179,525,617.95	156,786,537.01	119,029,332.17
2.少数股东损益	212,379.24	-1,635,669.91	-	-
六、其他综合收益的税后净额	-36,704.49	-298,322.60	-130,500.94	7,953.95
七、综合收益总额	26,477,299.23	177,591,625.44	156,656,036.07	119,037,286.12
归属于母公司普通股股东综合收益总额	26,264,919.99	179,227,295.35	156,656,036.07	119,037,286.12

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
归属于少数股东的综合收益总额	212,379.24	-1,635,669.91	-	-
八、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.19	2.03	1.95	2.61
（二）稀释每股收益	0.19	2.03	1.95	2.61

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019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	986,842,742.31	1,271,588,311.46	905,535,031.97	591,439,558.53
收到其他与经营活动有关的现金	82,278,919.22	51,884,675.67	13,186,331.52	9,038,290.98
经营活动现金流入小计	1,069,121,661.53	1,323,472,987.13	918,721,363.49	600,477,849.51
购买商品、接受劳务支付的现金	363,103,984.73	454,401,260.28	215,177,330.86	112,593,460.94
支付给职工以及为职工支付的现金	379,445,907.06	475,438,681.95	305,515,379.48	217,351,241.26
支付的各项税费	77,425,615.74	81,679,178.80	51,871,011.32	36,998,184.08
支付其他与经营活动有关的现金	255,144,130.19	217,145,709.92	179,402,403.08	103,489,005.51
经营活动现金流出小计	1,075,119,637.72	1,228,664,830.95	751,966,124.74	470,431,891.79
经营活动产生的现金流量净额	-5,997,976.19	94,808,156.18	166,755,238.75	130,045,957.72
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	1,210,474,994.55	450,000,000.00	686,424,432.00	1,199,529,440.00
取得投资收益收到的现金	11,653,264.67	4,397,434.44	5,110,140.70	5,099,309.22
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	361,044.03	1,709,620.83	317,107.48	6,639.80
投资活动现金流入小计	1,222,489,303.25	456,107,055.27	691,851,680.18	1,204,635,389.02

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	7,574,998.92	144,164,660.94	64,634,123.55	128,322,141.13
投资支付的现金	975,000,000.00	820,523,400.00	330,265,592.00	1,471,985,280.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	18,700,586.06	850,149.64	-
投资活动现金流出小计	982,574,998.92	983,388,647.00	395,749,865.19	1,600,307,421.13
投资活动产生的现金流量净额	239,914,304.33	-527,281,591.73	296,101,814.99	-395,672,032.11
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	5,932,395.00	757,209,775.66	345,933,352.28
取得借款收到的现金	94,464,013.05	-	-	49,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	5,964,612.50	3,794,781.90	2,548,700.81	-
筹资活动现金流入小计	100,428,625.55	9,727,176.90	759,758,476.47	394,933,352.28
偿还债务支付的现金	33,875,000.00	14,500,000.00	14,500,000.00	9,600,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	66,845,413.97	46,147,701.75	36,294,757.98	30,917,476.66
支付其他与筹资活动有关的现金	21,056,326.52	32,226,281.78	4,240,264.20	15,502,236.42
筹资活动现金流出小计	121,776,740.49	92,873,983.53	55,035,022.18	56,019,713.08
筹资活动产生的现金流量净额	-21,348,114.94	-83,146,806.63	704,723,454.29	338,913,639.20
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	1,664,703.33	-605,131.50	-773,812.44	460,954.17
五、现金及现金等价物净增加额	214,232,916.53	-516,225,373.68	1,166,806,695.59	73,748,518.98
加：期初现金及现金等价物余额	731,156,102.12	1,247,381,475.80	80,574,780.21	6,826,261.23
六、期末现金及现金等价物余额	945,389,018.65	731,156,102.12	1,247,381,475.80	80,574,780.21

（二）最近三年一期母公司财务报表**1、母公司资产负债表**

单位：元

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
流动资产：				
货币资金	811,797,292.41	601,763,275.45	1,158,725,863.81	52,962,776.40
交易性金融资产	155,247,608.24	392,953,711.75	50,513,219.18	409,055,944.09
应收票据	-	-	200,000.00	222,364.86
应收账款	464,279,376.33	381,251,691.85	232,642,552.12	198,241,665.12
预付款项	16,992,093.65	2,632,131.96	1,410,198.52	2,465,752.11
其他应收款	241,523,855.42	189,622,950.26	57,365,680.98	6,261,611.26
其中：应收利息	-	-	593,876.76	-
存货	6,724,218.24	10,433,367.47	7,326,033.20	4,213,940.50
其他流动资产	14,246,199.35	14,766,205.33	21,259,609.74	12,695,678.34
流动资产合计	1,710,810,643.64	1,593,423,334.07	1,529,443,157.55	686,119,732.68
非流动资产：				
长期股权投资	75,212,830.17	77,485,922.74	28,525,676.28	6,689,380.00
固定资产	407,361,071.63	425,741,599.14	330,234,680.93	295,065,733.24
使用权资产	17,381,455.40	35,104,997.57		
无形资产	6,862,351.63	7,083,584.69	5,917,164.89	5,704,683.00
长期待摊费用	7,561,908.30	10,095,280.35	3,972,922.37	1,435,012.00
递延所得税资产	9,839,361.98	9,048,069.18	11,301,733.20	5,636,339.24
其他非流动资产	355,752.22	487,102.69	3,703,658.71	7,916,207.50
非流动资产合计	524,574,731.33	565,046,556.36	383,655,836.38	322,447,354.98
资产总计	2,235,385,374.97	2,158,469,890.43	1,913,098,993.93	1,008,567,087.66
流动负债：				
短期借款	71,464,013.05	-	-	-
应付票据	-	5,885,538.41	-	-
应付账款	133,698,922.92	45,521,903.68	43,099,770.89	33,432,987.80
预收款项	-	-	-	1,005,638.37

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
合同负债	5,126,588.58	2,271,251.26	2,273,364.23	-
应付职工薪酬	36,113,536.14	56,489,962.65	67,487,212.84	78,253,911.65
应交税费	4,623,976.98	26,223,399.05	17,515,058.40	9,678,307.72
其他应付款	35,917,062.16	47,002,921.74	23,338,687.04	20,547,817.10
其中：应付利息	-	-	194,961.17	196,884.38
一年内到期的非流动负债	21,707,993.19	30,784,902.47	14,500,000.00	14,500,000.00
其他流动负债	307,595.32	136,275.08	136,401.86	-
流动负债合计	308,959,688.34	214,316,154.34	168,350,495.26	157,418,662.64
非流动负债：				
长期借款	78,625,000.00	89,500,000.00	104,000,000.00	118,500,000.00
租赁负债	8,666,975.14	15,156,947.66	-	-
预计负债	29,386,041.78	26,317,072.00	22,554,454.74	15,998,157.80
递延所得税负债	305,063.02	443,056.76	76,982.88	81,315.61
非流动负债合计	116,983,079.94	131,417,076.42	126,631,437.62	134,579,473.41
负债合计	425,942,768.28	345,733,230.76	294,981,932.88	291,998,136.05
所有者权益：				
股本	133,033,935.00	88,744,250.00	88,780,735.00	53,333,334.00
资本公积	1,124,491,360.21	1,166,205,055.57	1,148,606,744.76	409,262,116.65
减：库存股	14,641,483.09	28,876,748.53	-	-
盈余公积	44,372,125.00	44,372,125.00	42,275,608.38	26,666,667.00
未分配利润	522,186,669.57	542,291,977.63	338,453,972.91	227,306,833.96
所有者权益合计	1,809,442,606.69	1,812,736,659.67	1,618,117,061.05	716,568,951.61
负债和所有者权益总计	2,235,385,374.97	2,158,469,890.43	1,913,098,993.93	1,008,567,087.66

2、母公司利润表

单位：元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业收入	606,743,965.77	1,066,471,605.49	821,666,453.75	626,270,699.42
减：营业成本	572,187,721.00	378,128,187.28	251,311,441.89	182,001,752.33
税金及附加	10,218,114.52	8,800,027.56	5,764,006.08	9,133,228.31
销售费用	117,834,743.93	185,208,931.57	182,404,704.43	144,243,634.97

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
管理费用	101,405,252.16	151,326,090.88	108,283,867.68	83,259,228.21
研发费用	88,524,897.22	124,440,970.80	103,095,986.16	100,824,392.52
财务费用	-3,336,852.66	-9,946,298.86	4,659,163.28	4,077,429.13
其中：利息费用	4,111,564.68	8,308,260.73	6,959,501.35	4,974,221.04
利息收入	6,817,003.21	19,254,959.80	3,744,788.54	616,017.04
加：其他收益	5,823,321.97	12,498,378.58	5,701,516.96	5,123,506.17
投资收益（损失以“-”号填列）	8,920,347.18	42,372,628.15	5,064,891.98	4,657,465.34
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-365,960.48	-3,163,153.54	1,496.28	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-2,706,103.51	2,440,492.57	-28,884.91	404,292.08
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-1,567,885.59	-5,569,114.24	-2,231,339.39	-1,723,563.31
资产处置收益（损失以“-”号填列）	400,754.36	1,398,344.13	182,929.47	135.41
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	45,426,679.19	281,654,425.45	174,836,398.34	111,192,869.64
加：营业外收入	63,878.44	22,119.95	103,440.72	399,510.06
减：营业外支出	1,068,797.37	10,405,808.10	959,413.69	374,425.53
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	44,421,760.25	271,270,737.30	173,980,425.37	111,217,954.17
减：所得税费用	2,406,093.31	25,361,250.76	17,891,011.62	7,760,436.80
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	42,015,666.94	245,909,486.54	156,089,413.75	103,457,517.37
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	42,015,666.94	245,909,486.54	156,089,413.75	103,457,517.37
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	42,015,666.94	245,909,486.54	156,089,413.75	103,457,517.37

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019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	648,426,598.60	983,847,598.31	832,651,207.80	545,823,745.53
收到其他与经营活动有关的现金	240,204,721.99	24,255,515.21	6,728,425.06	15,039,395.49
经营活动现金流入小计	888,631,320.59	1,008,103,113.52	839,379,632.86	560,863,141.02
购买商品、接受劳务支付的现金	184,073,346.49	336,483,405.92	195,649,769.61	106,736,520.18
支付给职工以及为职工支付的现金	250,151,236.42	322,846,227.35	258,974,799.30	205,857,869.71
支付的各项税费	49,547,751.50	65,304,005.14	46,344,316.39	30,281,752.29
支付其他与经营活动有关的现金	346,851,716.83	282,493,085.25	218,301,811.46	103,477,799.87
经营活动现金流出小计	830,624,051.24	1,007,126,723.66	719,270,696.76	446,353,942.05
经营活动产生的现金流量净额	58,007,269.35	976,389.86	120,108,936.10	114,509,198.97
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	1,210,000,000.00	450,000,000.00	681,424,432.00	1,006,369,440.00
取得投资收益收到的现金	11,658,423.42	45,535,781.69	5,063,395.70	4,690,786.68
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	499,181.13	1,676,200.88	317,107.48	3,639.80
投资活动现金流入小计	1,222,157,604.55	497,211,982.57	686,804,935.18	1,011,063,866.48
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	4,815,701.80	132,279,118.21	60,398,093.88	128,268,419.63
投资支付的现金	975,000,000.00	825,523,400.00	344,745,392.00	1,289,414,660.00

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	16,600,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	979,815,701.80	974,402,518.21	405,143,485.88	1,417,683,079.63
投资活动产生的现金流量净额	242,341,902.75	-477,190,535.64	281,661,449.30	-406,619,213.15
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	5,932,395.00	757,209,775.66	345,933,352.28
取得借款收到的现金	21,000,000.00	-	-	49,000,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	5,964,612.50	3,794,781.90	2,548,700.81	-
筹资活动现金流入小计	26,964,612.50	9,727,176.90	759,758,476.47	394,933,352.28
偿还债务支付的现金	33,875,000.00	14,500,000.00	14,500,000.00	9,600,000.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	66,434,788.97	46,147,701.75	36,294,757.98	30,917,476.66
支付其他与筹资活动有关的现金	18,631,965.62	29,236,319.49	4,240,264.20	15,502,236.42
筹资活动现金流出小计	118,941,754.59	89,884,021.24	55,035,022.18	56,019,713.08
筹资活动产生的现金流量净额	-91,977,142.09	-80,156,844.34	704,723,454.29	338,913,639.20
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	1,661,986.95	-591,598.24	-730,752.28	452,078.64
五、现金及现金等价物净增加额	210,034,016.96	-556,962,588.36	1,105,763,087.41	47,255,703.66
加：期初现金及现金等价物余额	601,763,275.45	1,158,725,863.81	52,962,776.40	5,707,072.74
六、期末现金及现金等价物余额	811,797,292.41	601,763,275.45	1,158,725,863.81	52,962,776.40

（三）合并财务报表的编制基础、合并范围及变化情况

1、财务报表编制基础

本公司财务报表以持续经营假设为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部发布的《企业会计准则——基本准则》（财政部令第 33 号发布、财政部令第 76 号修订）、于 2006 年 2 月 15 日及其后颁布和修订的 41 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”），以及中国证券监督管理委员会《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（2014 年修订）》的披露规定编制。

2、合并范围及变化情况

报告期内，公司合并报表范围的变化情况如下：

报告期	公司名称	变化情况	合并报表变化原因
2022 年 1-9 月	天津聚禾臻源营销策划有限公司	增加	出资设立
	北京万象映生科技有限公司	增加	出资设立
	北京星云新知文化传媒有限公司	增加	出资设立
	北京好有言周科技有限公司	增加	出资设立
	海报沃斯（北京）科技有限公司	增加	出资设立
	济南耕值信息科技有限公司	增加	出资设立
2021 年度	海南值选科技有限公司	增加	出资设立
	天津星享直购网络科技有限公司	增加	出资设立
	天津星惠直购网络科技有限公司	增加	出资设立
	天津优享直购网络科技有限公司	增加	出资设立
	北京值元数字科技有限公司（曾用名：北京数值信息有限公司）	增加	出资设立
	海南数值科技有限公司	增加	出资设立
	黑光（厦门）科技有限公司	增加	非同一控制下企业合并
	厦门万旺鑫贸易有限公司	增加	非同一控制下企业合并
	北京有助通达科技有限公司	增加	出资设立
	北京知港科技有限公司	增加	出资设立
	北京值享数字科技有限公司	增加	出资设立

报告期	公司名称	变化情况	合并报表变化原因
	北京易合博略品牌咨询有限公司 (曾用名: 北京金马易合品牌咨询有限公司)	增加	非同一控制下企业合并
	北京世研信息咨询有限公司	增加	非同一控制下企业合并
	华夏风物(海南)科技有限公司	增加	出资设立
	北京值享私募基金管理有限公司	增加	出资设立
2020 年度	值得买科技(杭州)有限公司	增加	出资设立
	北京有助科技有限公司	增加	出资设立
	华夏风物(北京)科技有限公司 (曾用名: 北京物饶科技有限公司)	增加	出资设立
	北京有桐科技有限公司	增加	出资设立
	北京多元通道网络科技有限公司	增加	出资设立
	北京聚禾臻源营销策划有限公司	增加	出资设立
	北京聚值传媒科技有限公司	增加	出资设立
	北京漫鱼国际旅行社有限公司	增加	非同一控制下企业合并
	天津星盟网络科技有限公司	增加	出资设立
2019 年度	青岛嘉科数云信息科技有限公司	减少	注销
	海南趋优科技有限公司	增加	出资设立

三、最近三年及一期的主要财务指标及非经常性损益明细表

(一) 主要财务指标

报告期内，公司主要财务指标如下：

主要财务指标	2022 年 1-9 月 /2022-9-30	2021 年度 /2021-12-31	2020 年度 /2020-12-31	2019 年度 /2019-12-31
流动比率(倍)	6.31	5.18	8.51	4.70
速动比率(倍)	6.26	5.13	8.47	4.66
资产负债率(合并)	17.37%	20.26%	15.99%	27.77%
资产负债率(母公司)	19.05%	16.02%	15.42%	28.95%
应收账款周转率 (次)	1.91	3.93	3.84	3.78

主要财务指标	2022年1-9月 /2022-9-30	2021年度 /2021-12-31	2020年度 /2020-12-31	2019年度 /2019-12-31
存货周转率（次）	31.50	56.27	47.04	67.06
归属于母公司所有者的每股净资产（元/股）	13.25	20.07	18.62	14.08
息税折旧摊销前利润（万元）	7,438.93	22,912.33	20,385.77	14,794.09
利息保障倍数（倍）	7.57	24.54	26.41	27.09
归属于母公司股东的净利润（万元）	2,630.16	17,952.56	15,678.65	11,902.93
归属于母公司股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,005.22	16,778.46	14,380.70	10,724.94
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	-0.05	1.07	1.88	2.44
每股净现金流量（元/股）	1.61	-5.82	13.14	1.38
研发投入占营业收入的比重	13.36%	11.55%	13.53%	16.24%

注：1、2022年1-9月数据未经年化处理

2、上述主要财务指标计算方法如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

资产负债率=负债总额/资产总额*100%

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率=营业成本/存货平均余额

归属于发行人股东的每股净资产=归属于母公司所有者权益/期末股本总额

息税折旧摊销前利润=利润总额+计入财务费用的利息支出+折旧+摊销

利息保障倍数=（利润总额+计入财务费用的利息支出）/利息支出

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加（减少）额/期末股本总额

研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

（二）最近三年一期净资产收益率及每股收益

公司按照中国证监会《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）》（中国证券监督管理委员会公告〔2010〕2号）《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号—非经

常性损益》（中国证券监督管理委员会公告〔2008〕43号）要求计算的净资产收益率和每股收益如下：

报告期利润	期间	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于发行人股东的净利润	2022年1-9月	1.44%	0.19	0.19
	2021年度	10.59%	2.03	2.03
	2020年度	18.63%	1.95	1.95
	2019年度	23.45%	2.61	2.61
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	2022年1-9月	0.55%	0.07	0.07
	2021年度	9.90%	1.90	1.90
	2020年度	17.09%	1.79	1.79
	2019年度	21.13%	2.35	2.35

注：上述指标计算方法如下：

$$\text{基本每股收益} = P0 \div S$$

$$S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$$

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

稀释每股收益 = $P1 \div (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

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。S0为期初股份总数，S1为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数，Si为报告期因发行新股或债转股等增加股份数，Sj为报告期因回购或缩股等减少股份数，Sk为报告期缩股数，M0为报告期月份数，Mi为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数，Mj为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

$$\text{加权平均净资产收益率} = P0 \div (E0 + NP \div 2 + Ei \times Mi \div M0 - Ej \times Mj \div M0 \pm Ek \times Mk \div M0)$$

其中：P0为归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润；E0为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0为报告期月份数；Mi为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；Mj为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；Ek为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；Mk为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

（三）非经常性损益明细表

公司在报告期内的非经常性损益明细情况如下：

单位：元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动资产处置损益	417,529.22	1,405,548.49	183,100.94	-2,230.35
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	4,780,661.69	9,386,611.12	7,056,697.90	5,930,413.64
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	8,487,336.24	6,837,927.01	5,079,063.43	5,502,709.52
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-875,497.77	-10,410,650.28	-957,412.75	25,083.95
其他符合非经常性损益定义的损益项目	5,745,043.24	6,620,014.41	4,195,773.45	2,536,264.00
减：所得税影响额	2,102,952.30	2,083,168.19	2,577,667.18	2,212,334.99
少数股东权益影响额（税后）	202,698.85	15,242.83	-	-
合计	16,249,421.47	11,741,039.73	12,979,555.79	11,779,905.77

四、会计政策变更、会计估计变更及会计差错更正**（一）会计政策变更****1、2019年度会计政策变更****（1）新金融工具准则**

财政部于2017年3月31日分别发布了《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量（2017年修订）》（财会〔2017〕7号）、《企业会计准则第23号—金融资产转移（2017年修订）》（财会〔2017〕8号）、《企业会计准则第24号—套期会计（2017年修订）》（财会〔2017〕9号），于2017年5月

2日发布了《企业会计准则第37号—金融工具列报(2017年修订)》(财会〔2017〕14号)(上述准则统称“新金融工具准则”)，要求境内上市企业自2019年1月1日起执行新金融工具准则。经公司第二届董事会第六次会议决议通过，公司于2019年1月1日起开始执行前述新金融工具准则。

公司追溯应用新金融工具准则，但对于分类和计量(含减值)涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则不一致的，公司选择不进行重述。因此，对于首次执行该准则的累积影响数，公司调整2019年年初留存收益或其他综合收益以及财务报表其他相关项目金额，2018年度的财务报表未予重述。

执行新金融工具准则对公司的主要变化和影响如下：公司持有的某些理财产品、信托产品等，其收益取决于标的资产的收益率，原分类为其他流动资产。由于其合同现金流量不仅仅为对本金和以未偿付本金为基础的利息的支付，公司在2019年1月1日及以后将其重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，列报为交易性金融资产。具体而言，公司将2018年12月31日列报于“其他流动资产”的银行理财产品141,058,000.00元，在2019年1月1日变更为列报于“交易性金融资产”并按公允价值重新计量为141,200,299.68元，这使2019年1月1日的未分配利润和盈余公积分别增加128,518.48元及13,781.20元。

(2) 财务报表格式变更

财政部于2019年4月、9月分别发布了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2019〕6号)、《关于修订印发合并财务报表格式(2019版)的通知》(财会〔2019〕16号)，对一般企业财务报表、合并财务报表格式作出了修订，公司已根据其要求按照一般企业财务报表格式(适用于已执行新金融准则、新收入准则和新租赁准则的企业)、合并财务报表格式编制财务报表。主要变化如下：

①将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”行项目及“应收账款”行项目；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”行项目及“应付账款”行项目；②新增“应收款项融资”行项目；③列报于“其他应收款”或“其他应付款”行项目的应收利息或应付利息，仅反映相关金融工具已到期可收

取或应支付，但于资产负债表日尚未收到或支付的利息；基于实际利率法计提的金融工具的利息包含在相应金融工具的账面余额中；④将“资产减值损失”、“信用减值损失”行项目自“其他收益”行项目前下移至“公允价值变动收益”行项目后，并将“信用减值损失”行项目列于“资产减值损失”行项目之前；⑤“投资收益”行项目的其中项新增“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益”行项目；⑥现金流量表明确了政府补助的填列口径，企业实际收到的政府补助，无论与资产相关还是与收益相关，均在“收到其他与经营活动有关的现金”项目填列。

本公司根据上述列报要求相应追溯重述了比较报表。本次公司会计政策变更仅对财务报表格式和部分科目列示产生影响，不涉及对公司以前年度损益的追溯调整，不影响公司资产总额、净资产、营业收入、净利润等相关财务指标。

2、2020 年度会计政策变更

财政部于 2017 年 7 月 5 日发布了《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》（财会〔2017〕22 号）（以下简称“新收入准则”）。经本公司第二届董事会第十六次会议于 2020 年 4 月 13 日决议通过，本公司自 2020 年 1 月 1 日起施行新收入准则。

新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型。为执行新收入准则，本公司重新评估主要合同收入的确认和计量、核算和列报等方面。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初（即 2020 年 1 月 1 日）的留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

执行新收入准则的主要变化和影响如下：

对 2020 年 1 月 1 日财务报表的影响：

单位：元

报表项目	2019-12-31（变更前）金额		2020-01-01（变更后）金额	
	合并报表	母公司报表	合并报表	母公司报表
预收款项	1,168,604.85	1,005,638.37	-	-
合同负债	-	-	1,104,582.00	948,715.44
其他流动负债	-	-	64,022.85	56,922.93

对 2020 年 12 月 31 日/2020 年度的影响：

采用变更后会计政策编制的 2020 年 12 月 31 日合并及公司资产负债表各项目、2020 年度合并及公司利润表各项目，与假定采用变更前会计政策编制的这些报表项目相比，受影响项目对比情况如下：

对 2020 年 12 月 31 日资产负债表的影响：

单位：元

报表项目	2020-12-31 新收入准则下金额		2020-12-31 旧收入准则下金额	
	合并报表	母公司报表	合并报表	母公司报表
预收款项	-	-	3,253,268.30	2,409,766.09
合同负债	3,074,120.71	2,273,364.23	-	-
其他流动负债	179,147.59	136,401.86	-	-

对 2020 年度利润表的影响：

单位：元

报表项目	2020 年度新收入准则下金额		2020 年度旧收入准则下金额	
	合并报表	母公司报表	合并报表	母公司报表
营业收入	-41,873,407.65	-41,873,407.65	-	-
销售费用	-	-	41,873,407.65	41,873,407.65

3、2021 年度会计政策变更

财政部于 2018 年 12 月 7 日发布了《企业会计准则第 21 号——租赁（2018 年修订）》（财会〔2018〕35 号）（以下简称“新租赁准则”）。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整本报告期初留存收益及财务报表其他相关项目。

对首次执行日的融资租赁，本公司作为承租人按照融资租入资产和应付融资租赁款的原账面价值，分别计量使用权资产和租赁负债；对首次执行日的经营租赁，作为承租人根据剩余租赁付款额按首次执行日的增量借款利率折现的现值计量租赁负债；原租赁准则下按照权责发生制计提的应付未付租金，纳入剩余租赁付款额中。

对首次执行日前的经营租赁，本公司按照与租赁负债相等的金额，并根据预付租金进行必要调整计量使用权资产。本公司于首次执行日对使用权资产进行减值测试，并调整使用权资产的账面价值。

本公司对于首次执行日前的租赁资产属于低价值资产的经营租赁，不确认使用权资产和租赁负债。对于首次执行日除低价值租赁之外的经营租赁，本公司根据每项租赁采用下列一项或多项简化处理：

- （1）将于首次执行日后 12 个月内完成的租赁，作为短期租赁处理；
- （2）计量租赁负债时，具有相似特征的租赁采用同一折现率；
- （3）使用权资产的计量不包含初始直接费用；
- （4）存在续约选择权或终止租赁选择权的，本公司根据首次执行日前选择权的实际行使及其他最新情况确定租赁期；
- （5）作为使用权资产减值测试的替代，本公司根据《企业会计准则第 13 号—或有事项》评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同，并根据首次执行日前计入资产负债表的亏损准备金额调整使用权资产；
- （6）首次执行日之前发生租赁变更的，本公司根据租赁变更的最终安排进行会计处理。

上述会计政策变更对 2021 年 1 月 1 日财务报表的影响如下：

单位：元

报表项目	2020-12-31（变更前）金额		2021-01-01（变更后）金额	
	合并报表	母公司报表	合并报表	母公司报表
其他流动资产	26,458,193.11	21,259,609.74	19,976,993.36	15,336,716.79
使用权资产	-	-	33,305,617.61	30,727,927.54
租赁负债	-	-	14,661,626.45	12,642,243.18
一年内到期的非流动负债	14,500,000.00	14,500,000.00	26,662,791.41	26,662,791.41

本公司于 2021 年 1 月 1 日计入资产负债表的租赁负债所采用的增量借款利率的加权平均值为 4.75%。

（二）会计估计变更

报告期内，公司无重要会计估计变更事项。

（三）会计差错更正

2022年4月11日公司召开第三届董事会第七次会议、第三届监事会第六次会议，审议通过了《关于前期会计差错更正的议案》，同意公司根据《企业会计准则第28号—会计政策、会计估计变更或差错更正》及《公开发行证券的公司信息披露编报规则第19号—财务信息的更正及相关披露》的相关规定，对2021年第三季度的财务报表进行会计差错更正，本次会计差错更正不涉及追溯调整。

1、会计差错更正的原因

根据财政部2017年7月5日修订发布的《企业会计准则第14号—收入》（以下简称“新收入准则”）的规定，公司自2020年1月1日起执行新收入准则的相关要求。根据新收入准则第三十四条规定：“企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：（1）企业承担向客户转让商品的主要责任。（2）企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。（3）企业有权自主决定所交易商品的价格。（4）其他相关事实和情况。”，即主要责任人应当按照已收或应收的对价总额确认收入，代理人应当按照预期有权收取的佣金或手续费（即净额）确认收入。

公司结合新收入准则的规定，对公司子公司青岛星罗创想网络科技有限公司北京分公司通过某客户抖音上旗舰店销售的其旗下品牌商品的业务，以及对公司孙公司天津星享直购网络科技有限公司和子公司青岛优讯创想信息技术有限公司按照与客户签订的《推广服务协议》，为客户在快手平台小店提供销售、商品信息管理、资金结算、信息同步、运营支持等相关的技术及推广服务的业务（以上业务统称为“上述业务”）进行了审慎梳理并对业务的实质进行重新判断，在

与会计师充分沟通后，为更准确地反应实际情况，公司确定上述业务模式按照净额法确认收入；并对公司 2021 年第三季度财务报表进行全面梳理、核实，对 2021 年第三季度财务数据进行更正。

2、会计差错更正事项对公司财务状况和经营成果的影响

（1）对会计报表合并利润表项目及金额的影响

单位：元

受影响的项目	2021年1-9月 (调整前)	差错更正影响金额	2021年1-9月 (调整后)
一、营业总收入	965,086,413.28	-41,466,225.18	923,620,188.10
其中：营业收入	965,086,413.28	-41,466,225.18	923,620,188.10
二、营业总成本	854,250,782.28	-41,466,225.18	812,784,557.10
其中：营业成本	419,420,963.64	-41,466,225.18	377,954,738.46

（2）对主要会计数据和财务指标发生变动的情况及原因

调整前：

单位：元

利润表项目	2021年1-9月	2020年1-9月	变动幅度	变动原因
营业收入	965,086,413.28	544,589,161.34	77.21%	主要系消费内容社区“什么值得买”内容生态更加完善，由此推动收入稳定增长；同时公司在营销服务板块深入布局带来代运营相关收入快速增长所致。
营业成本	419,420,963.64	169,846,298.63	146.94%	主要系公司营销业务相关代理成本、运营活动成本等增长所致。

调整后：

单位：元

利润表项目	2021年1-9月	2020年1-9月	变动幅度	变动原因
营业收入	923,620,188.10	544,589,161.34	69.60%	主要系消费内容社区“什么值得买”内容生态更加完善，由此推动收入稳定增长；同时公司在营销服务板块深入布局带来代运营相关收入快速增长所致。
营业成本	377,954,738.46	169,846,298.63	122.53%	主要系公司营销业务相关代理成本、运营活动成本等增长所致。

				致。
--	--	--	--	----

（3）对主要会计数据和财务指标的影响

调整前：

单位：元

	2021年7-9月	本报告期比上年同期增减	2021年1-9月	年初至报告期末比上年同期增减
营业收入	333,224,501.36	83.10%	965,086,413.28	77.21%

调整后：

单位：元

	2021年7-9月	本报告期比上年同期增减	2021年1-9月	年初至报告期末比上年同期增减
营业收入	291,758,276.18	60.32%	923,620,188.10	69.60%

3、本次会计差错更正对公司的影响

本次会计差错更正不会对公司经营成果产生重大影响，不影响公司总资产、净资产、利润总额、净利润、归属于上市公司股东净利润等财务指标，不会对公司财务报表产生重大影响，亦不存在损害公司及股东利益的情形。鉴于本次会计处理调整后，公司对子公司开展的上述业务核算方法调整为净额法确认收入。

五、财务状况分析

（一）资产分析

报告期各期末，公司的总资产分别为 103,949.51 万元、196,763.09 万元、223,180.30 万元和 213,201.28 万元，各类资产构成及占资产总额比例如下表所示：

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
流动资产	158,937.67	74.55	164,423.75	73.67	160,027.34	81.33	72,343.61	69.59
非流动资产	54,263.62	25.45	58,756.54	26.33	36,735.75	18.67	31,605.90	30.41
资产总计	213,201.28	100.00	223,180.30	100.00	196,763.09	100.00	103,949.51	100.00

报告期内公司资产规模整体呈上升趋势，变动主要系：1、公司 2020 年完成向特定对象发行股票，募集资金到位，整体资产规模相应大幅增加；2、公司经营情况良好，随着经营规模不断扩大、业务逐渐多元化，新业务例如代运营服务、品牌营销服务等对营业收入的贡献度不断提升，应收账款随之增长。

公司的资产结构以流动资产为主，报告期各期末，公司流动资产分别为 72,343.61 万元、160,027.34 万元、164,423.75 万元及 158,937.67 万元，占各期末总资产的比例分别为 69.59%、81.33%、73.67%和 74.55%。该种资产结构符合公司电商导购业务所处互联网行业的资产结构经营特点。

报告期各期末，公司非流动资产分别为 31,605.90 万元、36,735.75 万元、58,756.54 万元及 54,263.62 万元，占各期末总资产的比例分别为 30.41%、18.67%、26.33%和 25.45%。公司非流动资产主要是固定资产，包括房屋建筑物、办公及电子设备和运输工具。

1、流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司流动资产构成及占流动资产总额比例如下表所示：

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
货币资金	94,538.90	59.48	73,115.61	44.47	124,738.15	77.95	8,057.48	11.14
交易性金融资产	15,524.76	9.77	39,295.37	23.90	5,051.32	3.16	41,405.95	57.24
应收票据	-	-	-	-	20.00	0.01	22.24	0.03
应收账款	38,783.95	24.40	43,278.14	26.32	25,624.02	16.01	20,179.83	27.89
预付款项	1,805.25	1.14	1,575.73	0.96	483.42	0.30	218.68	0.30
其他应收款	3,119.44	1.96	2,337.52	1.42	685.83	0.43	204.13	0.28
存货	1,158.69	0.73	1,359.08	0.83	778.78	0.49	484.66	0.67
其他流动资产	4,006.68	2.52	3,462.30	2.11	2,645.82	1.65	1,770.65	2.45
流动资产合计	158,937.67	100.00	164,423.75	100.00	160,027.34	100.00	72,343.61	100.00

报告期各期末，公司流动资产主要是货币资金、交易性金融资产和应收账款，上述流动资产合计占比分别为 96.27%、97.12%、94.69%及 93.65%。

(1) 货币资金

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例(%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
库存现金	-	-	-	-	0.13	0.00	11.31	0.14
银行存款	50,753.68	53.69	70,909.34	96.98	114,315.61	91.64	7,865.00	97.61
其他货币资金	43,785.22	46.31	2,206.27	3.02	10,422.40	8.36	181.16	2.25
合计	94,538.90	100.00	73,115.61	100.00	124,738.15	100.00	8,057.48	100.00

报告期各期末,公司货币资金余额分别为 8,057.48 万元、124,738.15 万元、73,115.61 万元及 94,538.90 万元,占流动资产的比重分别为 11.14%、77.95%、44.47%及 59.48%。报告期内公司货币资金主要为银行存款,其他货币资金系公司支付宝、微信和 Paypal 账户余额。2020 年末货币资金金额增幅较大系公司完成向特定对象发行股票,募集资金到位所致。最近一期末其他货币资金增幅较大系公司购买宁波银行“7 天通知存款”理财产品。

(2) 交易性金融资产

公司交易性金融资产是公司为提高资金使用效率,根据资金使用规划以部分暂时闲置资金购买的低风险银行理财产品,报告期各期末余额分别为 41,405.95 万元、5,051.32 万元、39,295.37 万元及 15,524.76 万元,占流动资产的比重分别为 57.24%、3.16%、23.90%及 9.77%。公司购买的理财产品投资期限均不超过一年,资金投向为银行间和交易所市场信用级别较高、流动性较好的金融资产和金融工具,具有持有周期短、收益稳定、流动性强的特点。

(3) 应收账款

①应收账款整体情况

单位:万元

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
账面原值	40,479.97	44,818.55	26,527.29	20,828.69
坏账准备	1,696.02	1,540.42	903.26	648.86
账面价值	38,783.95	43,278.14	25,624.02	20,179.83
账面价值/流动资产	24.40%	26.32%	16.01%	27.89%

随着公司业务规模的扩张,公司的应收账款随营业收入的增长总体呈上升趋势。报告期各期末,公司应收账款账面价值分别为 20,179.83 万元、25,624.02

万元、43,278.14 万元及 38,783.95 万元，占流动资产的比例分别为 27.89%、16.01%、26.32%及 24.40%。2021 年公司进行战略升级，新增业务例如代运营服务、品牌营销等对营业收入的贡献度不断提升，应收账款随之增长。2022 年第三季度以来，公司加强应收账款的管理，积极催收应收账款，加大回收力度，应收账款余额有所下降。

②应收账款坏账计提分析

A. 基本情况

对于不含重大融资成分的应收账款，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。当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司则依据信用风险特征对应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失。

报告期各期末，公司应收账款坏账计提情况如下：

单位：万元

项目	2022-09-30			2021-12-31		
	余额	比例 (%)	坏账准备	余额	比例 (%)	坏账准备
按单项计提坏账准备	-	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备	40,479.97	100.00	1,696.02	44,818.55	100.00	1,540.42
其中：账龄组合	40,479.97	100.00	1,696.02	44,818.55	100.00	1,540.42
合计	40,479.97	100.00	1,696.02	44,818.55	100.00	1,540.42
项目	2020-12-31			2019-12-31		
	余额	比例 (%)	坏账准备	余额	比例 (%)	坏账准备
按单项计提坏账准备	82.40	0.31	82.40	-	-	-
按组合计提坏账准备	26,444.89	99.69	820.86	20,828.69	100.00	648.86
其中：账龄组合	26,444.89	99.69	820.86	20,828.69	100.00	648.86
合计	26,527.29	100.00	903.26	20,828.69	100.00	648.86

报告期各期末，公司应收账款坏账准备金额分别是 648.86 万元、903.26 万元、1,540.42 万元及 1,696.02 万元。公司 2020 年对北京华述网络科技有限公司单项计提坏账准备 82.40 万元，主要因债务人资金短缺预计难以收回所致；2021 年，公司核销此笔应收账款。此外，对于按组合计提坏账准备的应收账款，

公司根据应收账款账龄划分组合计算相关信用损失情况审慎计提坏账准备。

B. 同行业可比公司应收账款坏账准备计提情况对比

公司所在细分行业为电商导购行业，目前 A 股上市公司中仅有返利科技（600228.SH）从事电商导购相关业务，因此公司选取返利科技作为可比公司。此外，公司选取同属内容营销类行业的美股上市公司蘑菇街（MOGU.N）以及 A 股上市公司金山办公（688111.SH）和新华网（603888.SH）的信息推广服务类业务作为可比公司/业务。报告期内，公司与同行业可比公司应收账款预期信用损失率（坏账计提比例）对比如下：

账龄	坏账准备计提比例/预期损失率			
	返利科技	金山办公	新华网	发行人
6个月以内	1.00%	0.85%	-	
6个月至1年	5.00%	3.16%	-	
1年以内	-	-	1.00%	3.00%
1-2年	10.00%	9.76%	33.00%	10.00%
2-3年	50.00%	21.61%	58.00%	30.00%
3-4年	100.00%	44.56%	78.00%	50.00%
4年以上		100.00%	100.00%	100.00%

注：1、数据来源为可比上市公司 2021 年年报；2、蘑菇街未披露坏账准备计提比例情况。

发行人应收账款坏账准备计提比例与同行业可比上市公司相比不存在重大差异。

③应收账款账龄分析

公司按照具体客户建立应收账款明细账进行核算，根据收入确认及应收账款的形成时间开始计算账龄；客户回款时，公司根据应收账款形成时间的先后依次冲减，据此来确定应收账款的账龄。报告期各期末，公司应收账款按账龄组合的情况如下：

账龄	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)
1年以内	35,765.84	88.35	42,626.55	95.11	26,118.31	98.46	20,487.62	98.36

账龄	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)	余额 (万元)	比例 (%)
1-2年	4,089.98	10.10	2,033.07	4.54	303.65	1.14	340.44	1.63
2-3年	525.35	1.30	107.16	0.24	104.96	0.40	0.63	0.01
3-4年	84.73	0.21	51.77	0.12	0.36	0.00	-	0.00
4-5年	14.07	0.03	-	0.00	-	0.00	-	0.00
合计	40,479.97	100.0000	44,818.55	100.00	26,527.29	100.00	20,828.69	100.00

报告期各期末，公司账龄结构主要集中在1年以内，该部分应收账款占全部应收账款账面余额的比例分别为98.36%、98.46%、95.11%及88.35%。2021年末和2022年9月末应收账款1年以上账龄略有增加，由于公司客户上海络程网络技术有限公司（以下简称“上海络程”）代理的广告主包括苏宁易购集团股份有限公司，因其大额亏损导致现金流紧张，对上海络程的回款不力，上海络程向公司的付款周期也相应延长。目前公司对上海络程的应收账款仍然按照账龄组合计量预期信用损失，2022年第四季度上海络程回款560.84万元，2022年全年回款1,496.14万元，还款意愿良好，其余款项正在陆续回收中。整体来看，公司应收账款质量较好，收回风险较小。

④应收账款主要客户分析

2022年9月30日，公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

排名	单位名称		账面原值	占比 (%)
1	京东集团	重庆京东海嘉电子商务有限公司 广西京东新杰电子商务有限公司 广西京东尚佑传媒有限公司 北京京东世纪贸易有限公司 北京京东世纪信息技术有限公司	4,011.76	9.91
2	天津蓝标博众文化传媒有限公司		3,694.74	9.13
3	广州唯品会电子商务有限公司	广州唯品会电子商务有限公司	3,366.56	8.32
4	泾舟楫之(上海)网络科技有限公司		2,616.20	6.46
5	上海络程网络技术有限公司		2,607.11	6.44
合计			16,296.37	40.26

2021年12月31日，公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

排名	单位名称		账面原值	占比（%）
1	京东集团	北京京东世纪贸易有限公司 北京京东世纪信息技术有限公司 广西京东新杰电子商务有限公司 重庆京东海嘉电子商务有限公司	6,898.14	15.39
2	广州唯品会电子商务有限公司	广州唯品会电子商务有限公司	5,017.18	11.19
3	上海络程网络技术有限公司		3,545.11	7.91
4	阿里巴巴集团	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫供应链管理有限公司 浙江天猫技术有限公司 杭州无尾熊电子商务有限公司	2,621.74	5.85
5	涇舟楫之(上海)网络科技有限公司		2,158.01	4.81
合计			20,240.18	45.16

2020年12月31日，公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

排名	单位名称		账面原值	占比（%）
1	京东集团	广西京东尚佑传媒有限公司 重庆京东海嘉电子商务有限公司 上海京东到家元信信息技术有限公司	5,455.38	20.57
2	上海络程网络技术有限公司		3,543.33	13.36
3	阿里巴巴集团	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫供应链管理有限公司 浙江天猫技术有限公司 杭州无尾熊电子商务有限公司 网易无尾熊（杭州）科技有限公司	3,264.24	12.31
4	江苏苏宁易购电子商务有限公司		1,656.91	6.25
5	上海众引文化传媒有限公司		960.35	3.62
合计			14,880.21	56.09

2019年12月31日，公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

排名	单位名称		账面原值	占比（%）
1	京东集团	重庆京东海嘉电子商务有限公司	3,836.91	18.42
2	蓝标集团	天津蓝标博众文化传媒有限公司	3,607.19	17.32

排名	单位名称		账面原值	占比（%）
		霍尔果斯博众文化传媒有限公司 多盟睿达科技（中国）有限公司 北京蓝色光标数据科技股份有限公司		
3	阿里巴巴集团	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 考拉海购（杭州）科技有限公司 浙江天猫技术有限公司 浙江天猫供应链管理有限公司 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	2,517.20	12.09
4	上海络程网络技术有限公司		2,002.01	9.61
5	阳狮集团	上海李奥贝纳广告有限公司 盛世长城国际广告有限公司	1,815.15	8.71
合计			13,778.46	66.15

报告期各期末，应收账款前五名客户合计占比分别为 66.15%、56.09%、45.16%及 40.26%，与公司均不存在关联关系，公司主要应收账款方与主要客户匹配。报告期内，公司应收账款集中度较高，相关客户资信记录良好，未发生大额坏账损失情形，预计未来发生应收账款无法收回的风险较小。公司对主要客户的信用政策依据具体合同结算条款执行。报告期内，受苏宁易购大额亏损导致现金流紧张影响，公司与上海络程约定苏宁易购相关的应收账款信用政策由广告发布后 3 个月内付款变更为广告发布后 6 个月内付款。除上海络程外，报告期内公司对其他主要客户的信用政策未发生重大变化。

⑤期后回款情况

截至 2022 年 12 月 31 日，应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
应收账款余额	40,479.97	44,818.55	26,527.29	20,828.69
期后回款金额	18,105.87	36,330.80	25,684.51	20,578.25
回款占期末应收账款比例	44.73%	81.06%	96.82%	98.80%

截至 2022 年 12 月 31 日，公司报告期各期末的应收账款期后回款比例分别为 98.80%、96.82%、81.06%和 44.73%。公司 2019 年及 2020 年的应收账款期后回款比例较高，2021 年受疫情反复的影响，部分公司现金流紧张，应收账款回款速度放缓，导致回款比例有所降低。2022 年 9 月末公司应收账款主要为应收

代理类广告客户款项，而代理类广告客户的结算周期大多在三个月以上，导致回款比例较低。

⑥坏账准备的计提和转回

单位：万元

期间	计提金额	转回金额	核销金额	利润总额	计提占比(%)	转回占比(%)	核销占比(%)
2022年1-9月	161.60	-	6.00	2,922.60	5.53%		0.21%
2021年度	709.19	-	82.40	20,064.62	3.53%	-	0.41%
2020年度	254.40	-	-	17,683.28	1.44%	-	0.00%
2019年度	239.45	-	19.05	12,980.13	1.84%	-	0.15%
合计	1,364.64	-	107.45	53,650.62	2.54%	-	0.20%

2019 及 2020 年度计提的应收账款坏账准备分别为 239.45 万元和 254.40 万元，占利润总额的比重分别为 1.84%和 1.44%，对公司经营业绩的影响不大。2021 年度计提的坏账准备金额及占利润总额的比重均有所增加，系一方面伴随业务规模扩大，应收账款余额增加，相应按照组合计提的坏账准备增加；另一方面受到新冠疫情的影响，客户回款有所放缓，与行业及公司实际情况相符。报告期内，公司应收账款坏账准备计提充分。

⑦是否存在放宽信用政策突击确认收入的情形

报告期内，公司主要收入类型为电商导购佣金收入和广告展示收入，前者的结算周期通常为一个自然月，结算方式一般为“核对结算单一开具发票—支付费用”；后者的结算周期相对较长，通常为 30 日至 120 日不等，结算方式一般为“确认投放效果/投放完毕—开具发票—支付费用”。上述模式均为电商导购和互联网营销行业典型的结算方式，公司销售服务均具有真实的交易背景，报告期内确认收入的项目均符合公司具体的收入确认政策，不存在放宽信用政策突击确认收入的情形。

（4）预付款项

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 218.68 万元、483.42 万元、1,575.73 万元及 1,805.25 万元，占流动资产总额的比例分别为 0.30%、0.30%、0.96%及 1.14%。公司预付款项主要为预付的 IT 资源使用费、广告宣传费以及媒

介采买等。2021 年公司预付款项增加，主要系子公司星罗和聚值传媒开展新业务预付的媒介采买款项所致。

截至 2022 年 9 月末，预付款项余额中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项。

（5）其他应收款

单位：万元

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
应收利息	-	-	59.39	-
其他应收款	3,119.44	2,337.52	626.44	204.13
合计	3,119.44	2,337.52	685.83	204.13

报告期各期末，公司其他应收款主要为应收房屋押金和代收代付款，账面价值分别为 204.13 万元、626.44 万元、2,337.52 万元及 3,119.44 万元，占流动资产的比重分别为 0.28%、0.39%、1.42%及 1.96%。2021 年公司进行战略升级，新增代运营服务业务，在代运营服务业务的服务费模式下，公司代销商品并获得净额收入，具体表现为：公司在抖音平台开立店铺，向用户直接销售商品，销售商品取得的款项在客户未确认收货前托管于第三方支付平台；公司根据用户订单在京东商城进行采购并垫付货款，待客户确认收货后，公司在第三方支付平台申请提现。公司在客户未确认收货前垫付的商品款计入其他应收款-代收代付款，因此自 2021 年起其他应收款有所增长。

①按账龄划分的其他应收款

账龄	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
1 年以内	2,655.02	80.46	2,161.62	85.52	604.99	85.06	146.62	63.44
1 至 2 年	604.11	18.31	291.70	11.54	21.84	3.07	13.84	5.99
2 至 3 年	16.81	0.51	10.50	0.42	13.74	1.93	20.65	8.93
3 至 4 年	10.01	0.30	13.74	0.54	20.65	2.90	50.00	21.64
4 年以上	13.73	0.42	50.00	1.98	50.00	7.03	-	0.00
账面余额	3,299.68	100.00	2,527.56	100.00	711.22	100.00	231.11	100.00
减：坏账准备	180.24		190.04		84.78		26.98	

账龄	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
账面价值	3,119.44		2,337.52		626.44		204.13	

公司其他应收款账龄大多集中在 1 年以内。公司账龄在 1 年以上的其他应收款余额较少，主要为房屋押金。公司其他应收款坏账准备计提标准与应收账款坏账准备计提标准一致，按审慎性原则计提减值准备。

②按款项性质划分的其他应收款账面余额

单位：万元

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
押金	726.51	773.60	513.99	112.58
员工社保及住房公积金	226.14	236.88	127.85	80.02
备用金	201.10	33.44	4.20	3.50
代收代付款	2,053.62	1,341.88	-	-
其他	92.31	141.76	65.17	35.00
账面余额	3,299.68	2,527.56	711.22	231.11

（6）存货

报告期各期末，公司存货余额分别为 484.66 万元、778.78 万元、1,359.08 万元及 1,158.69 万元，占流动资产的比重分别为 0.67%、0.49%、0.83% 及 0.73%。公司持有的存货主要为待发放的电子礼品卡，用于注册用户的金币兑换以及线上活动推广，占流动资产的比例较低，各年末的变动主要系公司购买及发放礼品卡的进度所致。

（7）其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产余额分别为 1,770.65 万元、2,645.82 万元、3,462.30 万元及 4,006.68 万元，占流动资产的比重分别为 2.45%、1.65%、2.11% 及 2.52%。公司的其他流动资产主要包括待抵扣待认证进项税、特许权使用费、预付房租等。

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
待抵扣待认证进项税	2,669.27	66.62	1,985.17	57.34	645.02	24.38	873.05	49.31
待摊销房租费及物业费	64.29	1.60	265.20	7.66	889.82	33.63	452.84	25.57
待摊销软件使用费	540.76	13.50	269.28	7.78	53.95	2.04	185.22	10.46
待摊销咨询服务费	44.01	1.10	27.05	0.78	0.42	0.02	136.50	7.71
待摊技术服务费	-	-	-	-	864.78	32.68	-	-
待摊特许权使用费	573.45	14.31	679.87	19.64	-	-	-	-
待摊销其他费用	114.37	2.85	161.78	4.67	185.89	7.03	121.18	6.84
其他	0.52	0.01	73.95	2.13	5.94	0.22	1.86	0.11
合计	4,006.68	100.00	3,462.30	100.00	2,645.82	100.00	1,770.65	100.00

2020 年末公司待摊技术服务费为采购的上海影谱科技有限公司创新型计算机视频生产及视频增强技术服务。2021 年末及 2022 年 9 月末待摊特许权使用费为公司向南极电商股份有限公司支付的品牌使用许可费。

2、非流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动资产构成及占非流动资产总额比例如下表所示：

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
长期股权投资	2,972.58	5.48	3,361.60	5.72	697.64	1.90	-	-
其他权益工具投资	-	-	0.45	0.00	29.00	0.08	-	-
固定资产	41,347.65	76.20	43,368.56	73.81	33,347.95	90.78	29,512.50	93.38
在建工程	91.35	0.17	-	-	-	-	-	-
使用权资产	2,168.65	4.00	4,206.76	7.16	-	-	-	-
无形资产	875.65	1.61	860.17	1.46	727.97	1.98	570.47	1.80
商誉	4,407.50	8.12	4,407.50	7.50	-	-	-	-
长期待摊费用	932.31	1.72	1,292.03	2.20	397.29	1.08	143.50	0.45
递延所得税资产	1,432.34	2.64	1,210.76	2.06	1,165.53	3.17	587.81	1.86
其他非流动资产	35.58	0.07	48.71	0.08	370.37	1.01	791.62	2.50
非流动资产合计	54,263.62	100.00	58,756.54	100.00	36,735.75	100.00	31,605.90	100.00

（1）长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资的情况如下：

单位：万元

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
----	------------	------------	------------	------------

深圳市烧麦网络科技有限公司	468.34	489.76	350.15	-
南京罗盘网络科技有限公司	183.85	212.02	300.02	-
宿迁市值宝文化传播有限公司	-	47.08	47.47	-
红毛猩猩（深圳）科技有限公司	1,491.71	1,696.41	-	-
上海物典文化发展有限公司	457.59	472.75	-	-
天津云趣新媒体科技有限公司	371.09	443.57	-	-
合计	2,972.58	3,361.60	697.64	-

公司长期股权投资均来自对联营企业的投资，并采用权益法核算，2020年末、2021年末及2022年9月末，公司长期股权投资分别为697.64万元、3,361.60万元及2,972.58万元，占非流动资产的比重分别1.90%、5.72%及5.48%。公司长期股权投资系公司对产业链上下游相关企业投资形成的联营企业，业务性质主要为科技推广和信息技术服务业。

（2）固定资产

①固定资产构成

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
房屋建筑物	39,495.56	95.52	40,628.89	93.68	31,159.37	93.44	28,355.98	96.08
办公及电子设备	1,645.31	3.98	2,429.53	5.60	1,860.82	5.58	860.83	2.91
运输工具	205.71	0.50	309.07	0.72	326.70	0.98	294.04	1.00
其他	1.07	0.00	1.07	0.00	1.07	0.00	1.65	0.01
合计	41,347.65	100.00	43,368.56	100.00	33,347.95	100.00	29,512.50	100.00

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为29,512.50万元、33,347.95万元、43,368.56万元及41,347.65万元，占非流动资产的比重分别93.38%、90.78%、73.81%及76.20%，主要由房屋及建筑物构成。2021年，公司购置总部办公大楼诺德大厦35层4001房产，固定资产账面价值较2020年末相应上升。

除房屋及建筑物外，公司其他固定资产主要包括办公及电子设备、运输工具等。公司固定资产均为经营所需，不存在闲置的情形；公司建立了完善的固定资产管理制度，定期对固定资产进行盘点，各类固定资产维护和运行状况良好，不

存在重大不良资产，不存在减值迹象，因此未计提固定资产减值准备。

②固定资产折旧计提政策与同行业可比上市公司对比情况

公司名称	固定资产类别	预计使用寿命（年）	预计净残值率（%）
返利科技	服务器	3	5.00
	其他电子设备	3	5.00
	办公家具	5	5.00
金山办公	电子设备	3	0.00
	运输设备	4	5.00
	办公家具	5	3.00
新华网	运输设备	7	5.00
	电子设备及办公设备	5-10	5.00
蘑菇街	电子设备	3	未披露
	办公家具及设备	5	未披露
	车辆	5	未披露
发行人	房屋建筑物	30	5.00
	运输工具	4	5.00
	办公及电子设备	3-5	5.00
	其他	3	5.00

注：数据来源为可比上市公司 2021 年年报。

公司固定资产的折旧计提政策是根据行业特点、经营环境和使用状况等实际情况制定的，折旧计提政策合理，与同行业可比上市公司不存在显著差异。

（3）使用权资产

公司 2021 年起施行新租赁准则，2021 年末及 2022 年 9 月末，公司使用权资产账面价值分别为 4,206.76 万元及 2,168.65 万元，占非流动资产的比重分别为 7.16%及 4.00%。2022 年 9 月末使用权资产账面价值减少主要系支付租赁房产租金所致。

（4）无形资产

①无形资产构成

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 570.47 万元、727.97 万元、860.17 万元及 875.65 万元，占非流动资产比例为 1.80%、1.98%、1.46%及 1.61%。

公司无形资产由域名、软件和商标组成。2020 年末，公司无形资产账面价值较 2019 年末增加 157.51 万元，主要系购入研发管理软件和域名所致。报告期各期末，公司无形资产使用情况良好，不存在减值迹象，不存在需要计提减值准备的情形。

②无形资产摊销政策与同行业可比上市公司对比情况

公司名称	无形资产类别	摊销年限（年）
金山办公	专利技术及非专利技术	10 年、受益期间或合同授权期间
	软件授权	10 年或合同授权期间
	技术价值与客户价值	受益期间
	域名	10 年或合同授权期间
	土地使用权	50 年
蘑菇街	软件	3-10 年
发行人	软件	2-10 年
	域名	10 年
	商标	10 年
	其他	2-10 年

注：1、数据来源为可比上市公司 2021 年年报；2、返利科技与新华网年报未披露无形资产摊销政策

公司无形资产摊销政策与同行业可比上市公司不存在较大差异，摊销年限合理。

（5）商誉

2021 年末和 2022 年 9 月末，公司商誉账面金额均为 4,407.50 万元，系公司 2021 年收购黑光（厦门）科技有限公司、北京易合博略品牌咨询有限公司（曾用名：北京金马易合品牌咨询有限公司）及北京世研信息咨询有限公司形成。

2021 年 12 月 31 日，公司对包含商誉在内的资产组进行减值测试，并聘请评估机构出具专项评估报告。截止评估基准日，前述收购形成的商誉均不存在减值迹象，故未计提减值。

（6）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用余额分别为 143.50 万元、397.29 万元、

1,292.03 万元及 **932.31 万元**，占非流动资产的比重分别为 0.45%、1.08%、2.20% 及 **1.72%**。2021 年末，公司长期待摊费用增加主要系职场装修产生的费用。

（7）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 **587.81 万元**、**1,165.53 万元**、**1,210.76 万元** 及 **1,432.34 万元**，占非流动资产的比重分别为 1.86%、3.17%、2.06% 及 **2.64%**。报告期内公司的递延所得税资产由预计负债、坏账准备、预计项目成本、股份支付等暂时性差异所产生。2020 年末，公司递延所得税资产增加主要系公司实施限制性股票激励计划，以权益结算的股份支付在等待期确认的成本费用上升导致递延所得税资产相应增加。

（8）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产余额为 **791.62 万元**、**370.37 万元**、**48.71 万元** 及 **35.58 万元**，占非流动资产的比重分别为 2.50%、1.01%、0.08% 及 **0.07%**。2019 年末和 2020 年末，公司其他非流动资产余额主要为预付办公楼采购款和办公楼装修费用；2021 年末和 2022 年 9 月末，公司其他非流动资产余额主要为预付无形资产采购款。

（二）负债分析

报告期各期末，公司的总负债分别为 28,863.38 万元、31,465.49 万元、45,222.90 万元和 **37,032.42 万元**，各类负债构成及占负债总额比例如下表所示：

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
流动负债	25,195.05	68.04	31,768.82	70.25	18,802.34	59.76	15,405.38	53.37
非流动负债	11,837.38	31.96	13,454.08	29.75	12,663.14	40.24	13,458.00	46.63
负债总计	37,032.42	100.00	45,222.90	100.00	31,465.49	100.00	28,863.38	100.00

报告期各期末，公司流动负债分别为 15,405.38 万元、18,802.34 万元、31,768.82 万元和 **25,195.05 万元**，占总负债比例分别为 53.37%、59.76%、70.25% 及 **68.04%**。随着公司业务规模和员工人数的扩大、以及银行借款金额的上升，公司的负债规模逐年增加。2021 年末公司流动负债规模较 2020 年末上升明显，

主要系公司扩大业务规模的同时，拓展新业务类型，应付账款相应提升；此外公司对部分限制性股票的回购义务以及收购黑光（厦门）科技有限公司形成的其他应付款增加，导致公司负债规模增长较大。

1、流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司流动负债构成及占流动负债总额比例如下表所示：

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
短期借款	7,146.40	28.36	-	-	-	-	-	-
应付票据	-	-	588.55	1.85	-	-	-	-
应付账款	4,700.65	18.66	10,087.14	31.75	5,835.43	31.04	3,852.91	25.01
预收款项	-	-	-	-	-	-	116.86	0.76
合同负债	830.60	3.30	490.61	1.54	307.41	1.63	-	-
应付职工薪酬	4,871.98	19.34	7,946.32	25.01	8,301.86	44.15	8,146.00	52.88
应交税费	297.57	1.18	3,118.46	9.82	1,939.37	10.31	1,206.34	7.83
其他应付款	4,814.95	19.11	6,069.53	19.11	950.35	5.05	633.28	4.11
一年内到期的非流动负债	2,485.38	9.86	3,439.54	10.83	1,450.00	7.71	1,450.00	9.41
其他流动负债	47.52	0.19	28.67	0.09	17.91	0.10	-	-
流动负债合计	25,195.05	100.00	31,768.82	100.00	18,802.34	100.00	15,405.38	100.00

报告期各期末，公司流动负债主要包括**短期借款**、应付账款、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款及一年内到期的非流动负债，上述流动负债合计占比分别为 99.24%、98.27%、96.51%及 **96.51%**。

（1）短期借款

2022年9月末，公司短期借款为**7,146.40万元**，占流动负债的比例为**28.36%**，系公司出于经营情况及资金需求，向招商银行申请开立短期信用证**2,046.40万元**、向宁波银行申请开立短期信用证**3,000.00万元**以及向招商银行申请流动资金贷款**2,100.00万元**。

（2）应付票据

2021年末，公司的应付票据为**588.55万元**，占流动负债的比例为**1.85%**，

系采购技术服务和使用 IT 资源所开具的银行承兑汇票。2022 年 9 月末公司无应付票据。

（3）应付账款

报告期各期末，公司应付账款情况如下：

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
技术服务费、IT资源使用费	1,038.59	22.09	1,292.38	12.81	1,758.01	30.13	1,177.53	30.56
广告宣传服务费	391.97	8.34	1,388.81	13.77	902.10	15.46	645.35	16.75
项目成本	3,050.46	64.89	5,917.18	58.66	2,951.60	50.58	1,643.31	42.65
办公费、存货和资产采购等	60.78	1.29	1,108.40	10.99	162.22	2.78	180.73	4.69
中介咨询服务费	24.54	0.52	4.11	0.04	9.34	0.16	47.39	1.23
装修费用	34.90	0.74	240.20	2.38	25.75	0.44	131.50	3.41
其他	99.41	2.11	136.06	1.35	26.42	0.45	27.09	0.70
合计	4,700.65	100.00	10,087.14	100.00	5,835.43	100.00	3,852.91	100.00

报告期各期末，公司的应付账款余额分别为 3,852.91 万元、5,835.43 万元、10,087.14 万元及 4,700.65 万元，占流动负债的比例分别 25.01%、31.04%、31.75%及 18.66%。公司应付账款主要为技术服务费、IT 资源使用费、广告宣传服务费、项目成本等费用。受当期采购金额和结算周期影响，公司应付账款随着业务规模以及品牌宣传需求的提升持续扩大。2021 年公司开展多项新业务，导致各类项目成本和广告宣传服务费相应增长，相应的应付账款余额增长较大。此外，公司为开展商品销售业务而预先采购商品导致应付办公费、存货和资产采购款项的增长。

（4）合同负债及预收账款

公司自 2020 年 1 月 1 日起施行新收入准则，2020 年末、2021 年末及 2022 年 9 月末，公司合同负债金额分别为 307.41 万元、490.61 万元及 830.60 万元，占流动负债的比重为 1.63%、1.54%及 3.30%。2019 年末，公司的预收款项为 116.86 万元，占流动负债的比重为 0.76%。

公司的合同负债及预收款项主要由信息推广服务产生，根据公司的信用政策，公司对部分广告展示业务客户收取预收款。

（5）应付职工薪酬

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
一、短期薪酬	4,426.92	90.86	7,750.01	97.53	8,301.86	100.00	8,085.69	99.26
二、离职后福利-设定提存计划	445.06	9.14	196.31	2.47	-	-	60.32	0.74
合计	4,871.98	100.00	7,946.32	100.00	8,301.86	100.00	8,146.00	100.00

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 8,146.00 万元、8,301.86 万元、7,946.32 万元及 4,871.98 万元，占流动负债的比重分别为 52.88%、44.15%、25.01%及 19.34%。2019 年末至 2021 年末，公司应付职工薪酬余额逐年增加的原因主要系公司业务发展较为迅速，各部门人员数量增长、员工薪酬水平提高，年末应支付的工资及奖金相应增加，符合公司业务增长的实际情况。2022 年 9 月末，公司应付职工薪酬余额与上年末相比减少 3,074.34 万元，降幅为 38.69%，一方面系公司支付 2021 年年终奖金；另一方面，2022 年以来公司持续推进降本增效管理措施的落地，通过绩效考核对各个岗位的人员进行以提升效率为目的的优胜劣汰，降低薪酬成本，应付职工薪酬余额有所下降。

（6）应交税费

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 1,206.34 万元、1,939.37 万元、3,118.46 万元及 297.57 万元，占流动负债的比重分别为 7.83%、10.31%、9.82%及 1.18%，主要为应交增值税、应交企业所得税、应交个人所得税。

2021 年末公司应交增值税较 2020 年末增加 1,223.76 万元，系存在尚未抵扣的待认证进项税。2022 年 9 月末应交税费大幅减少主要系存在大额进项税抵扣，导致应交增值税大幅减少。

（7）其他应付款

单位：万元

项目	2022-09-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
----	------------	------------	------------	------------

应付利息	-	-	19.50	19.69
其他应付款	4,814.95	6,069.53	930.85	613.59
合计	4,814.95	6,069.53	950.35	633.28

报告期各期末，公司其他应付款账面价值分别为 633.28 万元、950.35 万元、6,069.53 万元及 4,814.95 万元，占流动负债的比重分别为 4.11%、5.05%、19.11% 及 19.11%，主要为应付客户保证金、应付值友款、应付投资款及应付股权回购款。其中应付值友款包括公司返现活动中用户尚未提现的部分，以及“什么值得买”上生活频道和达人约稿用户在用户钱袋中未提现的部分；应付股权回购款系公司实施股权激励计划，就回购义务确认的负债。

2020 年 12 月 22 日，公司第二届董事会第二十八次会议审议通过了《关于控股子公司收购黑光（厦门）科技有限公司 100%股权的议案》，同意子公司有助科技以自有资金人民币 2,500 万元收购厦门易术管理咨询有限公司持有的黑光科技 100%股权，并采用分期支付的方式支付相关款项。根据双方签订的股权协议，2021 年公司以现金向厦门易术管理咨询有限公司支付 500 万元股权转让款，剩余 2,000 万元股权转让款以有助科技弥补亏损后剩余的合并净利润支付。截至 2022 年 9 月末，前述 2,000 万元股权转让款尚未支付。

（8）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分别为 1,450.00 万元、1,450.00 万元、3,439.54 万元及 2,485.38 万元，占流动负债的比例分别为 9.41%、7.71%、10.83%及 9.86%。2019 年末及 2020 年末，公司一年内到期的非流动负债主要为一年内到期的长期借款，系公司购置房产形成的银行抵押贷款 14,500 万元中将于 2020 年末和 2021 年末到期偿还本金的金额。2021 年末及 2022 年 9 月末，公司一年内到期的非流动负债主要为一年内到期的长期借款和自适用新租赁准则产生的一年内到期的租赁负债。

（9）其他流动负债

2020 年末、2021 年末及 2022 年 9 月末，公司其他流动负债分别为 17.91 万元、28.67 万元和 47.52 万元，均为待转销项增值税，金额较小。

2、非流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动负债构成及占非流动负债总额比例如下表所示：

项目	2022-09-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
长期借款	7,862.50	66.42	8,950.00	66.52	10,400.00	82.13	11,850.00	88.05
租赁负债	1,032.56	8.72	1,828.07	13.59	-	-	-	-
预计负债	2,938.60	24.82	2,631.71	19.56	2,255.45	17.81	1,599.82	11.89
递延所得税负债	3.71	0.03	44.31	0.33	7.70	0.06	8.19	0.06
合计	11,837.37	100.00	13,454.08	100.00	12,663.14	100.00	13,458.00	100.00

（1）长期借款

报告期各期末，公司长期借款余额为 11,850.00 万元、10,400.00 万元、8,950.00 万元及 7,862.50 万元，占非流动负债的比例分别为 88.05%、82.13%、66.52%及 66.42%。

2018 年 11 月，公司以购置的固定资产诺德大厦 3 号楼 32 层 3701 号房、3 号楼 33 层 3801 号房作为抵押担保，向北京银行股份有限公司申请商用房贷款 9,600 万元，由北京中铁华升置业有限公司提供连带保证责任，贷款期限 120 个月，贷款利率为 10 年期贷款基准利率基础上上浮 10%，采用等额本金还款法，分 40 季偿还，每季偿还本金 240.00 万元。

2019 年 12 月，公司以购置的固定资产诺德大厦 3 号楼 34 层 3901 号房作为抵押担保，向北京银行股份有限公司申请商用房贷款 4,900 万元，贷款期限 120 个月，贷款利率为 5 年期贷款基准利率基础上上浮 10%，采用等额本金还款法，分 40 季偿还，每季偿还本金 122.50 万元。

截至 2022 年 9 月末，公司已偿还上述长期借款本金 5,187.50 万元，同时将于 2023 年 9 月末到期偿还的本金 1,450.00 万元计入一年内到期的非流动负债。

（2）租赁负债

公司于 2021 年 1 月 1 日起执行财政部修订发布的《企业会计准则第 21 号—租赁》，对于除短期租赁及低价值资产租赁外的其他租赁，在租赁期开始日，公司将尚未支付的租赁付款额现值确认为租赁负债。2021 年末和 2022 年 9 月末，公司租赁负债分别为 1,828.07 万元和 1,032.56 万元，占非流动负债的比例

为 13.59%和 8.72%。

（3）预计负债

报告期各期末，公司预计负债余额分别为 1,599.82 万元、2,255.45 万元、2,631.71 万元及 2,938.60 万元，占非流动负债的比例分别为 11.89%、17.81%、19.56%及 24.82%。随着公司用户数量的增多，公司发放给用户的金币奖励数量不断增长，公司根据预计未来清偿金币奖励所需支出确认预计负债的金额。

（4）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债分别为 8.19 万元、7.70 万元、44.31 万元及 3.71 万元，占非流动负债比例分别为 0.06%、0.06%、0.33%及 0.03%，系计入交易性金融资产的公允价值变动形成的应纳税暂时性差异。

（三）偿债能力分析

报告期内，公司的主要偿债能力指标如下：

项目	2022年1-9月 /2022-9-30	2021年度 /2021-12-31	2020年度 /2020-12-31	2019年度 /2019-12-31
流动比率（倍）	6.31	5.18	8.51	4.70
速动比率（倍）	6.26	5.13	8.47	4.66
资产负债率（合并）	17.37%	20.26%	15.99%	27.77%
资产负债率（母公司）	19.05%	16.02%	15.42%	28.95%
息税折旧摊销前利润（万元）	7,438.93	22,912.33	20,385.77	14,794.09
利息保障倍数（倍）	7.57	24.54	26.41	27.09

报告期各期末，公司流动比率分别为 4.70、8.51、5.18 及 6.31，速动比率分别为 4.66、8.47、5.13 及 6.26。公司流动比率及速动比率较高，资产的可变现能力较强，短期债务偿付有充足的流动性保障。2020 年末，公司流动比率和速动比率大幅提升主要系公司完成向特定对象发行股票，募集资金到位所致。

报告期各期末，公司合并口径资产负债率分别为 27.77%、15.99%、20.26% 及 17.37%，母公司资产负债率分别为 28.95%、15.42%、16.02%及 19.05%，合并口径及母公司的资产负债率差异较小。2019 年末公司资产负债率较高，主要系公司购置办公大楼申请商用房贷款 9,600 万元和 4,900 万元所致。

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 14,794.09 万元、20,385.77 万元、22,912.33 万元及 7,438.93 万元，利息保障倍数分别为 27.09 倍、26.41 倍、24.54 倍及 7.57 倍。整体来看，公司盈利情况能够较好地覆盖利息支出，付息能力较强。2019 年至 2021 年，公司业绩快速增长，盈利能力强，息税折旧摊销前利润及利息保障倍数较高；2022 年前三季度，由于国内疫情反复，消费行业受影响较大，公司业绩出现波动，导致息税折旧摊销前利润及利息保障倍数有所下降。

截至 2022 年 9 月末，公司合并口径净资产账面余额为 176,168.86 万元，相应最近一期末净资产的 50% 为 88,084.43 万元，公司除拟发行可转换债券外不存在其他公司债、企业债，本次发行完成后，累计债券余额不超过 55,000.00 万元，不超过最近一期末净资产的 50%。

报告期各期末，公司合并资产负债率分别为 27.77%、15.99%、20.26% 和 17.37%，资产负债率较低，财务风险较小。假设以 2022 年 9 月 30 日公司的财务数据进行测算，本次发行可转债计入负债进行会计处理，本次可转债发行完成后，假定其他财务数据不变，公司的资产负债率变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 9 月 30 日	本次发行规模	转股前	转股后
资产总额	213,201.28	55,000.00	268,201.28	268,201.28
负债总额	37,032.42		92,032.42	37,032.42
资产负债率	17.37%		34.31%	13.81%

截至 2022 年 9 月 30 日，公司资产负债率为 17.37%，本次可转换公司债券发行完成后、转股前，公司的总资产和负债将同时增加 55,000.00 万元，公司资产负债率将由 17.37% 增长至 34.31%。因此，本次可转债发行完成后，公司的资产负债率将出现一定幅度的提升。

由于可转债兼具股权和债券两种性质，债券持有人可选择是否将其所持债券进行转股，假设可转债持有人选择全部转股，那么全部转股完成后，公司的净资产将逐步增加，资产负债率将进一步下降，由 34.31% 下降至 13.81%，公司资产负债率变化处于合理范围内。

（四）营运能力分析

报告期内，公司营运能力财务指标情况如下：

财务指标	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款周转率（次）	1.91	3.93	3.84	3.78
存货周转率（次）	31.50	56.27	47.04	67.06

注：2022年1-9月数据未经年化处理

报告期内，公司应收账款周转率分别为3.78、3.84、3.93及1.91（未年化），2019年至2021年应收账款周转率均保持在较高水平，公司具有良好的资产运作和管理能力，运营效率较高。2022年前三季度应收账款周转率有所下降，一方面由于前三季度为公司所在电商导购行业销售淡季，同时叠加疫情扰动影响，营业收入同比有所下滑；另一方面，公司部分客户现金流较为紧张，应收账款回款速度放缓，导致2021年末和2022年9月末的应收账款账面原值较高。

报告期内，公司存货周转率分别为67.06、47.04、56.27及31.50（未年化），存在一定波动。公司持有的存货主要为待发放给注册用户的金币兑换电子礼品卡，占流动资产的比例较低，存货周转率的变动主要受公司购买及发放礼品卡的进度影响。

（五）财务性投资情况

1、财务性投资的认定

（1）根据《深圳证券交易所创业板上市公司证券发行上市审核问答》问题10和中国证监会于2020年6月发布的《再融资业务若干问题解答》（2020年6月修订）：

①财务性投资的类型包括不限于：类金融；投资产业基金、并购基金；拆借资金；委托贷款；以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资；购买收益波动大且风险较高的金融产品；非金融企业投资金融业务等。

②围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，以收购或整合为目的的并购投资，以拓展客户、渠道为目的的委托贷款，如符合公司主营业务及战略发展方向，不界定为财务性投资。

③金额较大指的是，公司已持有和拟持有的财务性投资金额超过公司合并报表归属于母公司净资产的 30%（不包含对类金融业务的投资金额）。

（2）根据《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求（2022 年修订）》第七条：上市公司募集资金原则上应当用于主营业务。除金融类企业外，募集资金投资项目不得为持有交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人、委托理财等财务性投资，不得直接或间接投资于以买卖有价证券为主要业务的公司。

（3）根据中国证监会 2020 年 2 月发布的《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》，上市公司申请再融资时，除金融类企业外，原则上最近一期末不得存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资的情形。

2、公司最近一期末持有财务性投资的情况

公司可能涉及财务性投资的科目包括交易性金融资产、其他应收款、其他流动资产、长期股权投资和其他非流动资产。

①交易性金融资产

公司交易性金融资产是为提高资金使用效率，根据资金使用规划将部分暂时闲置资金购买的低风险银行理财产品。截至 2022 年 9 月末，公司在交易性金融资产中列示的银行理财产品余额为 15,524.76 万元，其中投资成本为 15,500.00 万元。具体情况如下：

类别	银行名称	产品名称	产品类型	理财成本 (万元)	购买日期	产品 期限	预计年化 收益率(%)
募集资金 现金 管理	招商银行股份有限公司北京首体支行	招商银行点金系列看跌两层区间 91 天结构性存款-NBJ02728	保本浮动收益型	12,000.00	2022/9/9	91	2.90
自有资金 现金 管理	宁波银行股份有限公司北京中关村支行	2022 年单位结构性存款 221945	保本浮动收益型	3,000.00	2022/9/22	181	3.20
	宁波银行股份有限公司北京中关村支行	宁银理财宁欣固定收益类日开产品 2 号（最短持有 100 天）	保本浮动收益型	500.00	2022/8/2	140	3.26

类别	银行名称	产品名称	产品类型	理财成本 (万元)	购买日期	产品 期限	预计年化 收益率(%)
合计				15,500.00			

公司购买的理财产品投资期限均不超过一年，资金投向为银行间和交易所市场信用级别较高、流动性较好的金融资产和金融工具，具有持有周期短、收益稳定、流动性强的特点，不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资。

②其他应收款

截至 2022 年 9 月末，公司其他应收款为 3,119.44 万元，主要由押金、员工社保及住房公积金、备用金、代收代付款组成，具体请参见本募集说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“五、财务状况分析”之“（一）资产分析”之“1、流动资产构成及变动分析”之“（5）其他应收款”，均不属于财务性投资。

③其他流动资产

截至 2022 年 9 月末，公司其他流动资产为 4,006.68 万元，主要由待抵扣待认证进项税和各项待摊费用组成，具体请参见本募集说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“五、财务状况分析”之“（一）资产分析”之“1、流动资产构成及变动分析”之“（7）其他流动资产”，均不属于财务性投资。

④长期股权投资

截至 2022 年 9 月末，公司长期股权投资为 2,972.58 万元，均来自对联营企业的投资，并采用权益法核算，具体情况如下：

单位：万元

公司名称	长期股权投资账面价值	经营范围	持股比例
深圳市烧麦网络科技有限公司	468.34	计算机数据库服务；计算机系统分析；提供计算机技术服务；经营电子商务；网上从事广告业务；经济信息咨询；移动应用的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；国内贸易；经营进出口业务；计算机编程；计算机软件设计。	16.00% (直接持股)

公司名称	长期股权投资账面价值	经营范围	持股比例
南京罗盘网络科技有限公司	183.85	互联网销售（除销售需要许可的商品）；互联网数据服务；物联网应用服务；远程健康管理服务；数字文化创意内容应用服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；人工智能双创服务平台；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；网络技术服务。	32.08% （间接持股）
红毛猩猩（深圳）科技有限公司	1,491.71	技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让；计算机系统服务；数据处理；计算机维修；基础软件服务、应用软件服务；货物进出口、技术进出口、代理进出口。	13.33% （直接持股）
上海物典文化发展有限公司	457.59	文化艺术交流与策划，工业产品设计、模型设计、包装设计、装潢设计，从事建筑新材料科技、家居科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，企业形象策划，企业管理。	10.00% （间接持股）
天津云趣新媒体科技有限公司	371.09	技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；广告设计、代理；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；图文设计制作；企业形象策划；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场调查（不含涉外调查）；计算机系统服务；信息系统集成服务；数据处理服务。	40.00% （间接持股）
合计	2,972.58		

公司长期股权投资系公司对产业链上下游相关企业投资形成的联营企业，业务性质主要为科技推广和信息技术服务业，不属于财务性投资。

⑤其他非流动资产

截至2022年9月末，公司其他非流动资产为35.58万元，均为预付的无形资产采购款，不属于财务性投资。

除上述情况外，截至2022年9月末，发行人不存在设立或投资产业基金和并购基金、拆借资金、委托贷款、以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资、投资金融业务等情形。

3、自本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人不存在实施或拟实施财务性投资或类金融业务的情形

2022年9月6日，公司召开了第三届董事会第十三次会议，审议通过了本次非公开发行的相关议案。自本次董事会决议日前六个月（2022年3月7日）

至今，公司不存在实施财务性投资及拟实施财务性投资及类金融业务的情形，具体分析如下：

①类金融业务

自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，公司不存在实施或拟实施投资类金融业务的情况。

②投资产业基金、并购基金产业

自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，公司不存在实际设立或投资的产业基金、并购基金的情形，不存在拟实施的产业基金投资计划。

③拆借资金

自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，公司不存在实施借予他人款项、拆借资金的情形，不存在拆借资金余额。

④委托贷款

自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，公司不存在实施或拟实施委托贷款情况。

⑤以超过集团持股比例向集团财务公司出资或增资

自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，公司不存在实施或拟实施向集团财务公司出资或增资的情形。

⑥购买收益波动大且风险较高的金融产品

自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，公司购买银行理财产品的具体情况如下：

类别	银行名称	产品名称	产品类型	理财余额 (万元)	购买日期	产品 期限	预计年化 收益率(%)
募集资金 管理	招商银行北京 首体支行	招商银行点金系 列看跌两层区间 90天结构性存 款(NBJ02310)	保本浮 动收益 型	20,000.00	2022-06-02	90	3.0-3.2
	招商银行北京 首体支行	招商银行点金系 列看跌两层区间 91天结构性存 款(NBJ02728)	保本浮 动收益 型	12,000.00	2022-09-09	91	2.90
	招商银行北京 首体支行	招商银行点金系 列看涨两层区间 80天结构性存 款-NBJ03398	保本浮 动收益 型	12,000.00	2023-01-17	80	2.80

类别	银行名称	产品名称	产品类型	理财余额 (万元)	购买日期	产品 期限	预计年化 收益率(%)
自有 资金 现金 管理	宁波银行北京 中关村支行	宁银理财宁欣固 定收益类3个月 定期开放式理财 25号	固定收 益类	7,000.00	2022-03-30	89	3.5-4.09
	宁波银行北京 中关村支行	宁银理财宁欣固 定收益类3个月 定期开放式理财 18号	固定收 益类	10,000.00	2022-06-01	91	3.5-4.18
	宁波银行北京 中关村支行	2022年单位结 构性存款 221321	保本浮 动收益 型	5,000.00	2022-06-28	92	3.30
	宁波银行北京 中关村支行	2022年单位结 构性存款 221320	保本浮 动收益 型	10,000.00	2022-06-29	61	3.30
	宁波银行北京 中关村支行	宁银理财宁欣固 定收益类日开产 品2号（最短持 有100天）	保本浮 动收益 型	500.00	2022-08-02	140	3.26
	宁波银行北京 中关村支行	2022年单位结 构性存款 221945	保本浮 动收益 型	3,000.00	2022-09-22	181	3.20
	宁波银行北京 中关村支行	宁银理财宁欣固 定收益类3个月 定期开放式理财 22号	浮动收 益类	2,000.00	2022/10/18	183	4.10
	宁波银行北京 中关村支行	宁银理财宁欣固 定收益类半年定 期开放式理财 27号	浮动收 益类	2,000.00	2022/10/19	174	4.38
	宁波银行北京 中关村支行	宁银理财宁欣固 定收益类半年定 期开放式理财5 号	浮动收 益类	2,000.00	2022/11/18	154	4.18

注：公司对“宁银理财宁欣固定收益类3个月定期开放式理财22号”理财产品进行展期，故实际产品期限为183天

自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，上述银行理财产品中绝大部分已赎回，仅余五只产品尚未到期赎回。

公司购买银行理财产品系公司对暂时闲置的资金进行短期现金管理，所购产品不属于收益波动大且风险较高的金融产品，不属于财务性投资范畴。

⑦非金融企业投资金融业务

自本次发行相关董事会决议日前六个月至今，公司不存在实施或拟实施投资金融业务的情况。

综上，最近一期末发行人不存在《再融资业务若干问题解答》（2020年6月修订）等法律法规规定的财务性投资。

六、经营成果分析

（一）营业收入分析

1、营业收入构成及变动分析

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
主营业务收入	81,525.95	140,314.06	90,956.61	66,202.92
合计	81,525.95	140,314.06	90,956.61	66,202.92

报告期内，公司营业收入分别为 66,202.92 万元、90,956.61 万元、140,314.06 万元及 81,525.95 万元，均为主营业务收入。2020 年度和 2021 年度，公司营业收入涨幅分别为 37.39%及 54.26%，大幅增长主要受益于良好的市场发展机遇、公司竞争力的不断增强以及新业务的拓展。

2、主营业务收入按服务类别分析

报告期内，公司主营业务收入主要来自信息推广服务、互联网效果营销平台服务及其他服务，主营业务收入的具体构成如下：

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
信息推广收入	39,874.37	48.91	76,169.85	54.29	57,244.46	62.94	44,876.78	67.79
互联网效果营销平台收入	26,092.89	32.01	38,127.05	27.17	33,564.99	36.90	21,260.15	32.11
运营服务费收入	9,253.55	11.35	13,484.97	9.61	-	-	-	-
品牌营销收入	4,133.85	5.07	7,403.67	5.28	-	-	-	-
商品销售收入	2,050.02	2.51	5,041.49	3.59	-	-	-	-

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
其他收入	121.27	0.15	87.04	0.06	147.17	0.16	65.99	0.10
合计	81,525.95	100.00	140,314.06	100.00	90,956.61	100.00	66,202.92	100.00

（1）信息推广服务收入

信息推广服务收入为公司的主要收入来源，报告期内信息推广服务收入占营业收入的比例分别为 67.79%、62.94%、54.29%和 48.91%。按照收费模式的不同，信息推广服务收入分为电商导购佣金收入和广告展示收入。公司将消费者引流至电商或品牌商，根据消费者实际完成的交易金额的一定比例收取佣金，或者通过在网站或移动客户端页面提供广告展示位，根据广告排期、位置或点击量、销售量等营销效果计费结算，获得广告展示收入，具体情况如下：

收费模式	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
电商导购佣金收入	8,741.72	21.92	14,261.11	18.72	14,462.39	25.26	13,051.33	29.08
广告展示收入	31,016.69	77.79	61,734.65	81.05	42,538.21	74.31	31,548.02	70.30
其他收入	115.96	0.29	174.09	0.23	243.86	0.43	277.43	0.62
合计	39,874.37	100.00	76,169.85	100.00	57,244.46	100.00	44,876.78	100.00

公司主要产品为什么值得买网站及相应的移动客户端，通过为品牌和电商引流，促进商品销售，从而获取电商导购佣金收入。报告期内，公司电商导购佣金收入金额分别为 13,051.33 万元、14,462.39 万元、14,261.11 万元及 8,741.72 万元，占信息推广服务收入的比重分别为 29.08%、25.26%、18.72%及 21.92%。2021 年度及 2022 年前三季度，公司电商导购佣金收入金额占信息推广收入的比重较低，虽然公司活跃用户规模庞大，但受疫情扰动影响，国内整体消费市场增速放缓，消费者需求意愿趋于谨慎，公司向电商平台、品牌商引流形成的 GMV 略有下滑，该部分收入占信息推广收入的比重较 2019 年度及 2020 年度亦相应减少。

报告期内，公司广告展示收入金额分别为 31,548.02 万元、42,538.21 万元、61,734.65 万元及 31,016.69 万元，占信息推广服务收入的比重分别为 70.30%、

74.31%、81.05%及 77.79%，2019 年至 2021 年增长速度较快。公司的广告合作客户包括京东、小米、耐克、中免、银联国际、美的等国内外品牌商，以及蓝色光标、阳狮集团、上海络程等广告代理商。报告期内公司广告展示收入的金额和占比均增长较快，主要原因是随着公司用户规模持续扩大，公司的品牌影响力受到广告主的认可，广告价值不断提高。2019 年度至 2021 年度，公司合作的广告客户数量逐年增多，实现了广告展示收益的较快增长。2022 年 1-9 月新冠疫情多地散发，特别是二月开始的上海疫情打乱了一些品牌和电商的营销投放计划，原本放在第一季度的营销预算出现了暂缓或者后置投放的情形，由此对公司的广告业务带来了影响，导致广告展示收入有所回落。

（2）互联网效果营销平台收入

广告主可通过 LinkStars 发布广告需求，并设定一定的佣金比例作为广告推广的报酬。联盟媒体若有意为广告主进行推广，可通过 LinkStars 进行申请并获取推广代码，并将推广代码放置在自身媒体的广告位上，联盟媒体的用户点击该广告并进入广告主的网站下单并购买成功后，联盟媒体可获取商品交易总额的一定比例作为佣金收入。

截至 2022 年 9 月末，公司已与京东、阿里妈妈、宝洁、苏宁易购、考拉海购、拼多多、国美在线、唯品会等国内外知名电商广告主建立了合作关系。报告期内，互联网效果营销平台服务收入金额分别为 21,260.15 万元、33,564.99 万元、38,127.05 万元及 26,092.89 万元，占公司营业收入比重分别为 32.11%、36.90%、27.17%及 32.01%。

（3）其他业务类型形成的主营业务收入

2021 年，在新的战略指引下，公司围绕消费内容、营销服务和消费数据三大核心业务板块，在继续强化“什么值得买”核心竞争力的同时，重点推进了消费类 MCN、商品与媒体匹配的全链路服务、代运营服务、品牌营销服务、消费数据产品与服务等新业务方向的孵化，形成运营服务费收入、商品销售收入和品牌营销收入。2021 年及 2022 年 1-9 月，公司运营服务费收入、商品销售收入和品牌营销收入合计金额为 25,930.13 万元和 15,437.42 万元，占公司营业收入比重为 18.48%和 18.94%，占比较低。

①代运营服务形成的运营服务收入和商品销售收入

代运营服务由公司子公司星罗和有助负责，主要为电商及品牌商提供在天猫、京东、拼多多等主流电商平台进行品牌线上传播、线上店铺运营和商品销售服务，以及为抖音、快手等平台的品牌商提供包括官方账号建设及代运营、直播代运营、新媒体小店代运营、营销策划、达人营销、商业投放、巨量引擎科学营销（云图分析及应用）等在内的全域内容运营服务。目前，星罗已成为包括宝洁、欧莱雅中国、贝玲妃、抖音支付、妮维雅、当当、百雀羚、爱慕、贝德玛等客户在抖音的服务商，在抖音服务商排名中，星罗多次位列美妆个护行业服务商前三甲。

根据结算方式的不同，公司的代运营服务可以分为服务费模式和商品零售模式。在服务费模式下，公司向客户提供店铺、账号等运营管理服务，收入体现为运营服务费收入，2021年度和2022年1-9月，公司运营服务费收入分别为13,484.97万元和9,253.55万元，占营业收入的比例分别为9.61%和11.35%；在商品零售模式下，公司在第三方电商平台开立店铺，向用户直接销售商品，收入体现为商品销售收入。2021年度和2022年1-9月，公司商品销售收入分别为5,041.49万元和2,050.02万元，占营业收入的比例分别为3.59%和2.51%。

②品牌营销收入

公司通过为品牌商和其他组织提供包括品牌咨询、营销策划、互动营销、KOL对接、内容制作、精准投放、效果监测等在内的品牌营销服务获得收入，2021年度和2022年1-9月，公司品牌营销收入分别为7,403.67万元和4,133.85万元，占营业收入的比例分别为5.28%和5.07%。

3、主营业务收入的季节性波动情况

报告期内，公司按季节性因素划分的主营业务收入构成情况如下：

季度	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
第一季度	25,057.34	30.74	23,516.73	16.76	12,652.04	13.91	10,335.24	15.61
第二季度	35,590.18	43.66	39,669.46	28.27	23,608.21	25.96	17,012.40	25.70
第三季度	20,878.43	25.61	29,175.83	20.79	18,198.66	20.01	13,108.97	19.80
第四季度	-	-	47,952.04	34.17	36,497.70	40.13	25,746.31	38.89

季度	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
合计	81,525.95	100.00	140,314.06	100.00	90,956.61	100.00	66,202.92	100.00

公司属于电商导购行业，营业收入呈现较为明显的季节性特征。2019年至2021年，公司前三季度收入占全年收入总额的比重平均为**62.27%**。受“双十一”、“双十二”、圣诞购物季等电商平台活动的影响，第四季度是导购网站行业的传统旺季，公司实现的主营业务收入最多，占全年收入总额的比重平均为**37.73%**。

（二）营业成本分析

1、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
主营业务成本	39,658.59	60,147.08	29,716.42	18,819.92
其他业务成本	-	-	-	-
合计	39,658.59	60,147.08	29,716.42	18,819.92

报告期内，公司主营业务成本按业务构成情况如下：

收费模式	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
信息推广服务	16,691.52	42.09	26,350.86	43.81	19,613.85	66.00	13,095.69	69.58
互联网效果营销平台服务	9,889.16	24.94	11,784.30	19.59	9,891.05	33.28	5,654.85	30.05
运营服务	7,434.72	18.75	10,711.36	17.81	-	-	-	-
品牌营销服务	1,862.91	4.70	6,739.22	11.20	-	-	-	-
商品销售服务	3,669.23	9.25	4,512.48	7.50	-	-	-	-
其他	111.06	0.28	48.86	0.08	211.51	0.71	69.39	0.37
合计	39,658.59	100.00	60,147.08	100.00	29,716.42	100.00	18,819.92	100.00

报告期内，公司主营业务成本持续上升。2021年度之前，公司的主营业务成本主要由信息推广服务成本、互联网效果营销平台服务成本组成。2021年公司实施战略升级后推进多项新业务，因此在原有成本结构的基础上新增运营服务

成本及品牌营销成本等，与主营业务收入构成情况一致。

2、主营业务成本构成及变动分析

报告期内，公司对主营业务成本按照类别进行归集，具体如下表所示：

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
职工薪酬	10,373.76	26.16	10,496.56	17.45	7,375.03	24.82	6,062.51	32.21
活动成本	9,094.61	22.93	8,421.25	14.00	9,708.33	32.67	5,511.25	29.28
技术服务费	5,907.15	14.89	11,201.76	18.62	4,246.24	14.29	1,400.84	7.44
IT资源使用费	4,520.54	11.40	7,427.00	12.35	7,871.63	26.49	5,062.62	26.90
广告代理成本	4,259.93	10.74	8,838.83	14.70	-	-	-	-
运营服务成本	3,108.13	7.84	6,239.10	10.37	2.52	0.01	0.31	0.00
商品销售成本	1,784.95	4.50	4,314.19	7.17	184.43	0.62	52.49	0.28
品牌营销成本	109.10	0.28	2,435.15	4.05	-	-	-	-
其他	500.41	1.26	773.24	1.29	328.23	1.10	729.90	3.88
合计	39,658.59	100.00	60,147.08	100.00	29,716.42	100.00	18,819.92	100.00

报告期内，公司各类业务规模不断扩大，加之公司拓展业务范围，主营业务成本不断提高，分别为 18,819.92 万元、29,716.42 万元、60,147.08 万元和 39,658.59 万元。报告期内，公司主营业务成本主要由职工薪酬、活动成本、技术服务费、IT 资源使用费组成，合计占比分别为 95.83%、98.27%、62.42%和 75.38%。自 2021 年起，随着新业务的不断孵化和拓展，公司新增广告代理成本和品牌营销成本，且运营服务成本和商品销售成本大幅提升，主营业务成本投入增加。

（三）毛利率分析

1、综合毛利率分析

报告期内，公司综合毛利额及综合毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	81,525.95	140,314.06	90,956.61	66,202.92

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
营业成本	39,658.59	60,147.08	29,716.42	18,819.92
综合毛利额	41,867.36	80,166.98	61,240.20	47,383.00
综合毛利率	51.35%	57.13%	67.33%	71.57%

报告期内，公司综合毛利额持续增长，由2019年度的47,383.00万元增至2021年度的80,166.98万元。报告期内，公司综合毛利率分别为71.57%、67.33%、57.13%和51.35%，虽呈现一定下降趋势，但整体仍保持较高水平。

2、各业务类别毛利及毛利率分析

报告期内，公司各业务类别的毛利额及毛利率情况如下：

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)	毛利 (万元)	毛利率 (%)
信息推广服务	23,182.85	58.14	49,818.99	65.41	37,630.61	65.74	31,781.09	70.82
互联网效果营销平台服务	16,203.73	62.10	26,342.75	69.09	23,673.94	70.53	15,605.30	73.40
运营服务	1,818.83	19.66	2,773.61	20.57	-	-	-	-
品牌营销服务	464.62	11.24	664.45	8.97	-	-	-	-
商品销售服务	187.12	9.13	529.01	10.49	-	-	-	-
其他服务	10.21	8.42	38.18	43.87	-64.34	-43.72	-3.40	-5.15
合计	41,867.36	51.35	80,166.99	57.13	61,240.20	67.33	47,383.00	71.57

（1）传统业务毛利及毛利率情况

按照业务类别来看，报告期内公司的毛利主要来自于传统业务，即信息推广服务和互联网效果营销平台服务，两者毛利合计占公司毛利总额的比例分别为100.01%、100.11%、95.00%和94.07%。

报告期内，公司信息推广服务的毛利率分别为70.82%、65.74%、65.41%和58.14%，互联网效果营销平台服务毛利率分别为73.40%、70.53%、69.09%和62.10%。信息推广服务和互联网效果营销平台服务的毛利率整体仍保持较高水平，但整体呈现下降趋势，主要受运营人员人数增多、活动成本和技术服务费上升的影响，导致成本上涨幅度大于收入增幅，毛利率有所降低。

（2）新拓展业务毛利及毛利率情况

公司自 2021 年起实施战略升级，新开展的运营服务、品牌营销服务和商品销售服务业务尚在前期发展阶段，毛利率明显低于传统的信息推广服务和互联网效果营销平台服务，2021 年及 2022 年 1-9 月，上述三项新开展的业务毛利率分别为 20.57%、8.97%、10.49%及 19.66%、11.24%、9.13%，相应拉低公司整体毛利率。未来随着新业务收入规模的扩大，毛利将持续提高，毛利率也将有所改善。

3、毛利率的同行业对比情况

报告期内，公司与同行业可比上市公司/业务的综合毛利率对比情况如下：

公司名称	2022 年 1-9 月	2021 年度/ 2021.4-2022.3	2020 年度/ 2020.4-2021.3	2019 年度/ 2019.4-2020.3
蘑菇街	不适用	52.71%	62.04%	64.83%
返利科技	73.36%	62.52%	74.05%	79.19%
金山办公（互联网推广业务）	未披露	71.46%	78.00%	79.16%
新华网（网络广告业务）	未披露	43.78%	52.06%	53.68%
平均值	-	57.62%	66.54%	69.22%
公司综合毛利率	51.35%	57.13%	67.33%	71.57%

注：1、数据来源为可比上市公司年报及第三季度报告；2、蘑菇街数据来源为其截至 2022 年 3 月 31 日的年度报告，蘑菇街为纳斯达克上市公司，其报告期为首年第二季度初至次年第一季度末

2019 年至 2021 年度，发行人综合毛利率与同行业可比公司平均水平基本持平，2022 年前三季度返利科技毛利率高于发行人，主要系其折扣券产品毛利润额占比较高，对 2022 年第三季度利润贡献较为明显。根据返利科技 2022 年半年报，其毛利率为 60.57%，整体亦呈下降趋势。公司深耕消费内容社区，拥有内容、数据及用户积累。至 2021 年末，公司社区生态持续繁荣，内容发布量达 1,563.42 万篇，同比增加 64.93%，其中用户贡献内容(UGC)占比达到 72.01%。公司商业变现能力保持稳健，2021 年“什么值得买”平台确认 GMV 达 218.36 亿元，同比增加 7.76%，订单量为 1.61 亿单，同比增加 18.88%，除 3C 数码、食品生鲜外，母婴用品、个护化妆、旅游出行、文化娱乐等品类持续快速提升。报告期内，公司的广告合作客户数持续增加，公司的品牌影响力受到广告主的认可，广告价值不断提高，广告展示收入的金额和占比均增长较快。

报告期内，公司毛利率整体呈下降趋势，与行业整体趋势一致。一方面，在疫情的爆发和持续影响下，消费市场承压，消费者消费习惯更加理智，广告商广告发布需求下降；另一方面，公司毛利率下降部分原因系业务结构性调整，2021年以来公司新拓展的业务尚处于培育和孵化阶段，毛利率偏低，并相应拉低公司综合毛利率。

（四）期间费用分析

报告期内，公司的期间费用及占营业收入的比例情况如下：

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
销售费用	16,988.13	20.84	27,807.29	19.82	20,427.47	22.46	15,044.69	22.73
管理费用	11,506.03	14.11	16,413.22	11.70	11,231.55	12.35	8,385.98	12.67
研发费用	10,890.18	13.36	16,199.64	11.55	12,307.01	13.53	10,748.39	16.24
财务费用	-363.46	-0.45	-1,066.75	-0.76	381.72	0.42	404.13	0.61
合计	39,020.88	47.86	59,353.41	42.30	44,347.75	48.76	34,583.18	52.24

报告期内，公司的期间费用主要为销售费用、管理费用和研发费用，期间费用率为52.24%、48.76%、42.30%和47.86%，占营业收入的比重基本保持稳定。报告期内公司处于快速成长期，随着业务规模的拓展，公司的营业收入逐年递增，期间费用总额相应增长。

1、销售费用

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
职工薪酬	10,006.07	58.90	16,636.10	59.83	8,827.94	43.22	6,262.70	41.63
广告宣传及推广服务费	4,659.29	27.43	7,443.50	26.77	9,158.29	44.83	3,613.75	24.02
金币兑换	1,628.53	9.59	2,111.62	7.59	1,776.10	8.69	1,302.08	8.65
业务招待费	229.46	1.35	533.17	1.92	304.64	1.49	240.71	1.60
营销代理服务	-	-	-	-	-	-	3,280.10	21.80
其他	464.78	2.74	1,082.90	3.89	360.50	1.76	345.35	2.30

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
合计	16,988.13	100.00	27,807.29	100.00	20,427.47	100.00	15,044.69	100.00

公司的销售费用主要由职工薪酬、广告宣传费、金币兑换礼品费和业务招待费等构成。报告期内，公司的销售费用分别为 15,044.69 万元、20,427.47 万元、27,807.29 万元及 16,988.13 万元，占各年度营业收入的比例分别为 22.73%、22.46%、19.82%及 20.84%。报告期内，公司的销售费用逐年增加，整体与公司的收入增长趋势一致，随着业务规模扩大，公司加强商业运作大力招聘市场及商务人员，广告宣传及推广需求也有所增多，相应职工薪酬和广告宣传费用也大幅提升。其主要构成项目波动的原因分析如下：

（1）职工薪酬：2021 年度，公司销售费用中职工薪酬增长较大，主要由于公司实施战略升级，开展包括运营服务、品牌营销服务及商品销售服务在内的新业务，增加对专业团队的招聘需求，销售人员数量由 2020 年度的 423 人增长至 2021 年度的 738 人，同时人均薪酬水平有所提升，两方面因素导致职工薪酬增长较快。

（2）广告宣传及推广服务费：2020 年度，公司广告宣传及推广服务费增长较大，主要系公司加大了广告投放的力度，除手机应用商店推广外，公司在知乎、今日头条等头部 App 平台的推广也明显增加。

（3）营销代理服务费用：公司营销代理服务费用主要包括支付广告代理公司代理费用（以下简称“返点”）、销售服务等，以返点为主。公司广告展示业务的代理模式中，公司与广告代理公司签订广告发布协议，广告代理公司作为其最终客户的代理向发行人投放广告，公司根据其在公司网站投放广告的金额支付一定比例的返点费用。自 2020 年起公司采用新收入准则，公司以净额法确认营业收入，营销代理服务费用直接冲减营业收入，相关费用为 0。

2、管理费用

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
职工薪酬	5,329.03	46.32	6,189.49	37.71	4,122.50	36.70	3,631.85	43.31

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
折旧与摊销	2,912.99	25.32	3,257.09	19.84	1,409.84	12.55	927.61	11.06
办公、车辆及 物业装修费等	1,323.71	11.50	1,897.13	11.56	1,028.31	9.16	908.39	10.83
中介咨询服务 费	832.88	7.24	1,142.86	6.96	759.75	6.76	1,251.32	14.92
股份支付	587.33	5.10	2,199.27	13.40	1,920.10	17.10	-	-
业务招待费	270.08	2.35	184.6	1.12	170.64	1.52	227.22	2.71
租赁费	149.33	1.30	785.39	4.79	1,127.53	10.04	1,008.31	12.02
差旅费	35.44	0.31	30.24	0.18	48.9	0.44	85.9	1.02
其他	65.26	0.57	727.15	4.43	643.98	5.73	345.38	4.12
合计	11,506.03	100.00	16,413.22	100.00	11,231.55	100.00	8,385.98	100.00

公司的管理费用主要由职工薪酬、折旧摊销费和办公、车辆及物业装修费等构成。报告期内，公司的管理费用分别为 8,385.98 万元、11,231.55 万元及 16,413.22 万元和 11,506.03 万元，占当期营业收入的比例分别为 12.67%、12.35%、11.70%和 14.11%。2021 年度，公司管理费用中职工薪酬增长较大，主要系公司实施战略升级，在孵化创新业务的同时，传统业务划分也逐渐精细化，公司针对不同细分品类的特征扩招运营人员。报告期内，公司管理费用占营业收入的比例相对稳定，金额随着公司业务规模的扩大持续提升。

3、研发费用

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
职工薪酬	9,133.93	83.87	13,894.60	85.77	10,510.96	85.41	9,717.32	90.41
研发信息技术费	1,109.42	10.19	1,551.11	9.57	1,178.28	9.57	865.00	8.05
其他	646.83	5.94	753.94	4.65	617.77	5.02	166.07	1.55
合计	10,890.18	100.00	16,199.64	100.00	12,307.01	100.00	10,748.39	100.00

公司的研发费用主要由职工薪酬和研发信息技术费等构成。报告期内，公司研发费用分别为 10,748.39 万元、12,307.01 万元、16,199.64 万元及 10,890.18 万元，占当期营业收入的比例分别为 16.24%、13.53%、11.55%及 13.36%。报告期内，公司研发投入金额较大且持续增长，与公司的收入增长趋势一致。随着

业务规模扩大,为了保证公司网站和移动客户端运营技术稳定性、持续运营能力、用户体验及功能创新,公司大力招聘研发人员,并购买相应IT资源和设备。截至报告期末,公司及下属子公司共拥有2项外观专利、10项发明专利、228项软件著作权、40项经登记的作品著作权,技术优势突出。

4、财务费用

项目	2022年1-9月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
利息支出	444.72	-122.36	852.28	-79.90	695.95	182.32	497.42	123.08
利息收入	-769.23	211.64	-2,024.46	189.78	-462.24	-121.09	-66.95	-16.57
汇兑损益	-184.08	50.65	61.73	-5.79	131.1	34.34	-39.38	-9.74
银行手续费及其他	145.13	-39.93	43.7	-4.10	16.91	4.43	13.04	3.23
合计	-363.46	100.00	-1,066.75	100.00	381.72	100.00	404.13	100.00

公司的财务费用主要为利息支出、利息收入、银行手续费及汇兑损益,报告期内,公司的财务费用分别为404.13万元、381.72万元、-1,066.75万元及-363.46万元。2021年度及2022年1-9月财务费用为负主要由于银行存款利息收入较大所致。

（五）利润表其他项目分析

1、税金及附加

报告期内,公司的税金及附加情况如下:

单位:万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
文化事业建设费	463.99	0.36	1.18	707.27
城市维护建设税	334.46	387.82	180.53	109.15
房产税	191.98	326.12	243.78	27.38
教育费附加	239.53	275.92	129.28	77.87
其他	111.76	134.82	72.02	59.06
合计	1,341.72	1,125.05	626.79	980.73

公司税金及附加主要包括文化事业建设费、城市维护建设税、房产税和教育

费附加。报告期内，公司税金及附加分别为 980.73 万元、626.79 万元、1,125.05 万元及 1,341.72 万元。

2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-9 月公司房产税较高主要由于 2019 年和 2020 年先后购置总部办公大楼诺德大厦 4 层房产，缴纳的税款相应增多。2020 年度及 2021 年度，公司文化事业建设费较小，主要由于根据《财政部 税务总局关于电影等行业税费支持政策的公告》（财政部 税务总局公告 2020 年第 25 号）的规定，公司自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，免征文化事业建设费；另根据《关于延续实施应对疫情部分税费优惠政策的公告》（财政部 税务总局公告 2021 年第 7 号）的规定，《财政部 税务总局关于电影等行业税费支持政策的公告》（财政部 税务总局公告 2020 年第 25 号）规定的税费优惠政策凡已经到期的，执行期限延长至 2021 年 12 月 31 日，因此公司缴纳的文化事业建设费金额较小。该政策已于 2021 年末到期，2022 年恢复征收，公司文化事业建设费相应增多。

2、信用减值损失

报告期内公司信用减值损失金额为 238.19 万元、312.20 万元、802.93 万元及 151.80 万元。公司信用减值损失及资产减值损失均为坏账损失，主要与报告期各期末公司应收账款、其他应收款的账面余额以及账龄情况等直接相关。

3、投资收益

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
理财产品投资收益	1,119.34	439.74	511.01	509.93
权益法核算的长期股权投资收益	-342.03	-388.38	0.14	-
合计	777.31	51.36	511.15	509.93

报告期内，公司投资收益包括为购买银行理财产品获得的收益和权益法核算的长期股权投资收益。2021 年度及 2022 年 1-9 月，公司对外投资的联营企业由于经营状况不佳产生亏损，导致以权益法核算的长期股权投资收益为负。公司所购买的银行理财产品均为低风险等级产品，且期限较短，报告期内不存在投资亏损的情形，不会对公司日常经营造成不利影响。

4、其他收益

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
与收益相关的政府补助	477.24	938.18	695.52	593.04
增值税进项税加计扣除	381.76	660.76	419.51	251.13
代扣个人所得税手续费返还	246.34	183.46	174.10	1.67
增值税减免	3.39	1.24	0.06	0.83
合计	1,108.73	1,783.64	1,289.20	846.67

报告期内，公司其他收益分别为 846.67 万元、1,289.20 万元、1,783.64 万元及 1,108.73 万元，主要为政府补助和增值税进项税加计扣除。

2019 年度及 2020 年度，公司收到的政府补助主要包括胶州科技创新扶助资金及北京市丰台区人民政府加强企业上市培育补贴等。2021 年度公司收到的政府补助主要包括胶州科技创新扶助资金及北京市丰台区支持高精尖和高新技术企业的创新九条支持资金。2022 年 1-9 月公司收到的政府补助主要包括北京市丰台区支持高精尖和高新技术企业的创新十二条支持资金和就业见习补贴，后者系海南趋优取得的海南省澄迈县就业局拨付的就业见习补贴。根据《人力资源和社会保障部办公厅 财政部办公厅关于印发〈就业补助资金使用监管暂行办法〉的通知》（人社厅发〔2019〕98 号）、《财政部 人力资源和社会保障部关于就业补助资金管理方法的补充通知》（财社〔2021〕89 号）以及《海南省财政厅 海南省人力资源和社会保障厅关于印发〈海南省就业补助资金管理办法〉的通知》（琼财社规〔2021〕14 号），公司作为符合促进就业创业工作的单位，在报告期内可享受就业补助资金。

另外，根据《财政部、国家税务总局、海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部、国家税务总局、海关总署公告〔2019〕39 号）规定，公司作为生产、生活性服务业纳税人，自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，按照当期可抵扣进项税额加计 10%抵减应纳税额，因此公司 2019 年度至 2021 年度确认增值税进项税加计扣除金额 251.13 万元、419.51 及 660.76 万元。2022 年 3 月，为促进服务业领域困难行业纾困发展，财政部和税务总局联合发布《关于促进服务业领域困难行业纾困发展有关增值税政策的公告》，延续对生产、生

活性服务业加计抵减的优惠政策，执行期限延长至 2022 年 12 月 31 日。因此公司 2022 年 1-9 月确认增值税进项税加计扣除金额 **381.76 万元**。

5、营业外收支情况

报告期内，公司营业外收入分别是 **39.95 万元**、**10.36 万元**、**3.56 万元**和 **22.62 万元**，金额较小。报告期内，公司营业外支出分别是 **37.44 万元**、**95.95 万元**、**1,044.15 万元**以及 **110.17 万元**，主要为对外捐赠 **31.89 万元**、**95.94 万元**、**924.57 万元**及 **43.22 万元**。2021 年度公司捐赠支出主要包括：公司向北京新阳光慈善基金会捐赠 **300 万元**用于山西洪涝灾后重建；公司向河南省慈善总会捐赠 **100 余万元**专项资金，定向用于新乡卫辉市抗洪救灾及灾后重建使用；公司联合上海梦饷科技（集团）有限公司、北京三夫户外用品股份有限公司、北京新阳光慈善基金会向山西灾区捐赠救灾物资价值 **300 万元**的暖冬物资。

6、净利润

①报告期内净利润波动的原因及持续性

报告期内，公司归属于母公司股东的净利润主要构成如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
营业收入	81,525.95	140,314.06	90,956.61	66,202.92
营业成本	39,658.59	60,147.08	29,716.42	18,819.92
销售费用	16,988.13	27,807.29	20,427.47	15,044.69
管理费用	11,506.03	16,413.22	11,231.55	8,385.98
研发费用	10,890.18	16,199.64	12,307.01	10,748.39
财务费用	-363.46	-1,066.75	381.72	404.13
利润总额	2,922.60	20,064.62	17,683.28	12,980.13
归属于母公司股东的净利润	2,630.16	17,952.56	15,678.65	11,902.93

报告期内，公司归属于母公司股东的净利润分别为 **11,902.93 万元**、**15,678.65 万元**、**17,952.56 万元**以及 **2,630.16 万元**。2020 年度和 2021 年度，公司归属于母公司股东的净利润较上期增幅分别为 **31.72%**和 **14.50%**，增长主要受益于良好的市场发展机遇、公司竞争力的不断增强和新业务的拓展以及稳定

的成本控制能力。2022年1-9月，公司归属于母公司股东的净利润同比下降74.66%，下降的主要原因包括：

A. 2022年1-9月，公司实现主营业务收入81,525.95万元，同比下降10,836.06万元，降幅11.73%。公司主营业务收入主要来自信息推广服务、互联网效果营销平台服务及其他服务，占营业收入的比例分别为48.91%、32.01%及19.08%。2022年1-9月，公司信息推广服务收入金额为39,874.37万元，同比下降6,576.87万元，降幅14.16%，主要受广告展示收入下降的影响。2022年前三季度新冠疫情多地散发，特别是二月开始的上海疫情打乱了一些品牌和电商的营销投放计划，原本放在第一季度的营销预算出现了暂缓或者后置投放的情形，由此对发行人的广告业务带来了影响。

公司其他服务主要包括运营服务、品牌营销服务和商品销售服务，2022年1-9月，其他服务收入金额为15,558.69万元，同比减少28.52%，主要系公司代运营服务下运营服务费收入和商品销售收入降幅较大。2022年公司仍在战略调整阶段，不以追求业务规模的扩大和收入的高速增长为目标，期望保持增收的同时增利，对于业务附加值较低、对收入贡献有限但资源消耗大、无法带来有效盈利的业务部分进行优化，具体包括：关停GMV较低或盈利能力较差的直播间、追求单直播间和单店效率的提升，调整商品销售类别自竞争激烈且效率较低的家装建材类产品至转化率较高的食品酒水饮料等快销品类产品，摒弃占用资金较大的经销采买制、转为代销制与线上运营相结合的模式等，导致该部分收入下滑。

B. 2022年1-9月，公司主营业务成本为39,658.59万元，同比增加1,863.12万元，涨幅为4.93%，增长主要系运营人员人数增多以及新业务中包括MCN业务、商品与媒体匹配的全链路服务和直播代运营业务需要持续的活动成本投入所致。

a. 发行人运营部门的薪酬体系为结构工资制，包括月工资、季度考核奖、年终考核奖。发行人会根据当年的经营业绩确定一个奖金总额，再按照各部门预算达成情况将奖金分配到各个部门（销售部门除外）。每个部门的分管领导及负责人根据部门内每位员工的工作表现及工作态度，制定员工KPI系数，综上，每位员工的奖金=员工基本奖金额*员工KPI系数。

2022年1-9月，公司运营人员薪酬有较大幅度的上升，主要系2021年公司扩张幅度较大、招募员工较多，进入2022年后，虽然公司在持续优化人员配置，但在优化过程中仍会持续产生薪酬费用，导致人均薪酬较去年同期有所上升。

b. 公司活动成本主要为商务合同成本和运营活动成本。商务合同成本包括公司为达到广告效果，提高商品成交量而举行的线上活动发生的成本、邀请优秀KOL宣传推广的广告费用以及公司外包页面编辑及网站链接制作产生的费用。运营活动成本系公司为平台运营举办活动产生的成本，报告期内，随着公司业务规模的扩大、客户数量逐渐增多，在人口红利逐渐消失和流量越来越稀缺的情况下，客户提出举办活动的需求不断上升，因此公司活动成本不断上涨。2022年前三季度，公司进一步推动新业务的孵化，导致营销推广的活动成本持续增加。

2022年1-9月，在疫情反复及宏观消费环境疲弱的影响下，消费及电商行业盈利能力承压。公司同行业可比上市公司返利科技2022年1-9月实现归母净利润4,767.97万元，同比增长12.27%，根据返利科技2022年三季度报告，其第三季度营业收入和净利润的增长主要由于其在第三季度加强业务单元、产品运营的迭代优化，其中来自折扣券产品的收入增长较快，对2022年第三季度利润贡献较为明显，净利润有所增加，而广告营销业务、传统导购业务收入同比有所下降。综上，从电商导购传统业务来看，返利科技业绩下滑趋势与发行人情况基本一致。

随着国家卫健委将新型冠状病毒从“乙类甲管”调整为“乙类乙管”，国内社会面疫情防控措施有序放开，疫情对公司经营及业绩的影响将逐渐减弱。同时，公司已积极进行战略调整，明确效率优先，将更加审慎评估各项业务的投入与产出，加大对业务的考核，对部分不达预期的业务果断进行投入缩减、人员优化以及关停并转。综上，公司已采取有效措施应对业绩下滑的情况，导致公司业绩下滑的不利因素正逐步消除，不会形成短期内不可逆转的下滑。

② 发行人对税收优惠的依赖性

报告期内公司享受的税收优惠主要包括15%的高新技术企业所得税优惠税率、研究开发费用税前加计扣除和生产、生活性服务业一般纳税人可抵扣进项税额加计扣除政策。报告期内，公司享受的税收优惠政策在未来可预见时间内具有

持续性、稳定性，不会对公司生产经营产生重大影响。

2019 年度至 2021 年度，公司盈利能力逐年增强，公司主要经营主体值得买母公司、子公司星罗创想享受的税收优惠金额分别为 828.67 万元、1,674.65 万元和 1,772.28 万元，占利润总额的比重分别为 6.38%、9.47%和 8.83%，占比较小。2022 年 1-9 月，公司主要经营主体值得买母公司、子公司星罗创想享受的税收优惠金额为 495.90 万元，占利润总额的比重为 16.97%，比重增加主要系 2022 年前三季度利润总额下降。公司对税收优惠不存在重大依赖。

（六）非经常性损益分析

报告期内，公司非经常性损益构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益	41.75	140.55	18.31	-0.22
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	478.07	938.66	705.67	593.04
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	848.73	683.79	507.91	550.27
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-87.55	-1,041.07	-95.74	2.51
其他符合非经常性损益定义的损益项目	574.50	662.00	419.58	253.63
小计	1,855.51	1,383.95	1,555.72	1,399.22
减：所得税影响额	210.30	208.32	257.77	221.23
少数股东权益影响额	20.27	1.52	-	-
合计	1,624.94	1,174.10	1,297.96	1,177.99

报告期内，公司非经常性损益净额占归属于母公司股东净利润的比例分别为 9.90%、8.28%、6.54%及 62.55%，2022 年 1-9 月公司净利润水平下滑，导致非经常性损益净额占归属于母公司股东净利润的比例较高。报告期内，公司非经常性损益主要是理财产品投资收益和政府补助收入。

七、现金流量分析

（一）现金流量基本情况

报告期内，公司的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
一、经营活动产生的现金流量：				
经营活动现金流入小计	106,912.17	132,347.30	91,872.14	60,047.78
经营活动现金流出小计	107,511.96	122,866.48	75,196.61	47,043.19
经营活动产生的现金流量净额	-599.80	9,480.82	16,675.52	13,004.60
二、投资活动产生的现金流量：				
投资活动现金流入小计	122,248.93	45,610.71	69,185.17	120,463.54
投资活动现金流出小计	98,257.50	98,338.86	39,574.99	160,030.74
投资活动产生的现金流量净额	23,991.43	-52,728.16	29,610.18	-39,567.20
三、筹资活动产生的现金流量：				
筹资活动现金流入小计	10,042.86	972.72	75,975.85	39,493.34
筹资活动现金流出小计	12,177.67	9,287.40	5,503.50	5,601.97
筹资活动产生的现金流量净额	-2,134.81	-8,314.68	70,472.35	33,891.36
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	166.47	-60.51	-77.38	46.10
五、现金及现金等价物净增加额	21,423.29	-51,622.54	116,680.67	7,374.85
加：年初现金及现金等价物余额	73,115.61	124,738.15	8,057.48	682.63
六、年末现金及现金等价物余额	94,538.90	73,115.61	124,738.15	8,057.48

（二）经营活动产生的现金使用分析

报告期内，公司经营活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
销售商品、提供劳务收到的现金	98,684.27	127,158.83	90,553.50	59,143.96
收到其他与经营活动有关的现金	8,227.89	5,188.47	1,318.63	903.83
经营活动现金流入小计	106,912.17	132,347.30	91,872.14	60,047.78
购买商品、接受劳务支付的现金	36,310.40	45,440.13	21,517.73	11,259.35

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
支付给职工以及为职工支付的现金	37,944.59	47,543.87	30,551.54	21,735.12
支付的各项税费	7,742.56	8,167.92	5,187.10	3,699.82
支付其他与经营活动有关的现金	25,514.41	21,714.57	17,940.24	10,348.90
经营活动现金流出小计	107,511.96	122,866.48	75,196.61	47,043.19
经营活动产生的现金流量净额	-599.80	9,480.82	16,675.52	13,004.60

报告期内，公司经营活动现金流量净额分别为 13,004.60 万元、16,675.52 万元、9,480.82 万元及-599.80 万元。2021 年度及 2022 年 1-9 月，公司经营活动产生的现金流量净额连续下降，主要系新业务的开展令营业成本增加，且新业务的毛利率低于传统核心业务导致：一方面，由于员工人数的上升，公司支付给员工以及为职工支付的现金增加较快，另一方面，由于新业务毛利率较低，且受新业务拓展、2022 年前三季度疫情等因素影响，公司应收账款回款速度放缓，应收账款余额增长，公司经营活动现金流出增幅超过现金流入增幅。

报告期内，将净利润调整到经营活动产生的现金流量净额的各项具体明细如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
净利润	2,651.40	17,788.99	15,678.65	11,902.93
加：信用减值损失	151.80	802.93	312.20	238.19
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	2,152.47	2,559.81	1,788.75	1,137.75
无形资产摊销	91.27	119.23	92.75	90.82
使用权资产折旧	1,351.51	1,349.11		
长期待摊费用摊销	476.37	394.89	125.04	87.97
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-41.75	-140.55	-18.31	0.22
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	11.27	-	-	-
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	270.61	-244.05	3.25	-40.34
财务费用（收益以“-”号填列）	278.25	877.79	769.28	452.12
投资损失（收益以“-”号填列）	-777.31	-51.36	-511.15	-509.93
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	-221.58	-20.40	-577.72	-359.07
递延所得税负债增加（收益以“-”号填列）	-40.59	36.61	-0.49	8.19

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
存货的减少（增加以“-”号填列）	200.39	-427.32	-294.12	-408.04
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	2,938.37	-21,881.22	-7,286.42	-7,082.86
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	-10,679.59	6,117.08	4,673.70	7,486.63
其他	587.33	2,199.27	1,920.10	-
经营活动产生的现金流量净额	-599.80	9,480.82	16,675.52	13,004.60

2021年度及2022年1-9月公司经营性现金流量净额与净利润的差异较大的主要原因为：1、2021年末，公司应收账款账面原值较上期末增长68.95%，按照组合计提的信用减值损失相应增加；2、公司2019年度和2020年度先后购置诺德大厦4层房产作为总部办公大楼，2021年度及2022年1-9月计提的固定资产折旧相应增加；3、公司2021年起施行新租赁准则，故2021年度及2022年1-9月新增计提使用权资产折旧；4、随着公司营业收入规模扩大，叠加疫情影响客户回款速度放缓，2021年末公司经营性应收项目增长21,881.22万元；5、2022年1-9月，公司经营活动产生的现金流量净额为负还受经营性应付项目大幅减少的影响：2021年末，公司主要经营性应付项目（包括应付票据、应付账款、应付职工薪酬及应交税费）较2020年增加5,663.80万元，涨幅35.23%。2022年1-9月，公司持续清偿上期经营性负债，导致现金流出金额较大；另一方面，公司大力控制成本，降低采购规模及人员成本，当期经营性应付项目相应减少。

（三）投资活动产生的现金使用分析

报告期内，公司投资活动现金流量具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
收回投资收到的现金	121,047.50	45,000.00	68,642.44	119,952.94
取得投资收益收到的现金	1,165.33	439.74	511.01	509.93
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	36.10	170.96	31.71	0.66
投资活动现金流入小计	122,248.93	45,610.71	69,185.17	120,463.54
购建固定资产、无形资产和其他长	757.50	14,416.47	6,463.41	12,832.21

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
期资产支付的现金				
投资支付的现金	97,500.00	82,052.34	33,026.56	147,198.53
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	1,870.06	85.01	-
投资活动现金流出小计	98,257.50	98,338.86	39,574.99	160,030.74
投资活动产生的现金流量净额	23,991.43	-52,728.16	29,610.18	-39,567.20

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额为-39,567.20万元、29,610.18万元、-52,728.16万元及23,991.43万元。2019年公司投资活动产生的现金流量净额为净流出主要系公司利用闲置资金购买银行理财产品期末未赎回，以及公司购置总部办公大楼诺德大厦房产34层3901号房及购买银行理财产品所致。公司2021年投资活动产生的现金流量净额为净流出主要系购买银行理财产品，以及继续支付购置诺德大厦35层4001号房尾款作为总部办公大楼所致。

（四）筹资活动产生的现金使用分析

报告期内，公司筹资活动现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-9月	2021年度	2020年度	2019年度
吸收投资收到的现金	-	593.24	75,720.98	34,593.34
取得借款收到的现金	9,446.40	-	-	4,900.00
收到其他与筹资活动有关的现金	596.46	379.48	254.87	-
筹资活动现金流入小计	10,042.86	972.72	75,975.85	39,493.34
偿还债务支付的现金	3,387.50	1,450.00	1,450.00	960.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	6,684.54	4,614.77	3,629.48	3,091.75
支付其他与筹资活动有关的现金	2,105.63	3,222.63	424.03	1,550.22
筹资活动现金流出小计	12,177.67	9,287.40	5,503.50	5,601.97
筹资活动产生的现金流量净额	-2,134.81	-8,314.68	70,472.35	33,891.36

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额为33,891.36万元、70,472.35万元、-8,314.68万元及-2,134.81万元。2019年公司筹资活动产生的现金流量净额为净流入主要系公司首次公开发行股票募集资金3.30亿元到账所致，2020年公司筹资活动产生的现金流量净额为净流入主要系公司向特定对象发行股票

募集资金 7.14 亿元到位所致。报告期内，公司的筹资活动现金流出主要系股利分配。

八、资本性支出分析

（一）报告期内重大资本性支出

报告期各期，公司用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为 12,832.21 万元、6,463.41 万元、14,416.47 万元、**757.50 万元**。报告期内公司重大资本性支出主要为购置诺德大厦房产作为总部办公大楼，以及实施前次募投项目的场地、设备等支出。

（二）未来可预见的资本性支出

公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金计划用于数字内容平台建设项目和商品数智化管理平台建设项目，**以及以自有资金支付建设公司总部园区的相关支出。**

九、技术创新分析

公司技术先进性及具体表现、正在从事的研发项目及进展情况和保持持续技术创新的机制和安排详见本募集说明书“第四节 发行人基本情况”之“八、公司的技术与研发情况”。

十、重大对外担保、诉讼、其他或有事项和重大期后事项情况

（一）重大对外担保事项

截至本募集说明书签署日，公司不存在重大对外担保事项。

（二）重大诉讼、仲裁及其他或有事项等

截至本募集说明书签署日，公司不存在重大诉讼、仲裁及其他或有事项等。

（三）重大期后事项

截至本募集说明书签署日，公司无重大期后事项。

十一、本次发行的影响

（一）本次发行完成后，上市公司业务及资产的变动或整合计划

公司本次向不特定对象发行可转换公司债券，募集资金投资项目均紧密围绕公司的消费内容核心业务开展，本次发行不会导致公司业务发生变化，亦不产生资产整合事项。

（二）本次发行完成后，上市公司新旧产业融合情况的变化

公司始终坚持以消费内容为核心的发展战略，打造了互联网上独特的消费内容社区“什么值得买”，包含“什么值得买”网站及相应的移动应用。近几年，得益于消费内容在吸引用户、留住用户、增加用户黏性、传递品牌价值、提升用户归属感以及满足用户高层次精神需求等方面的巨大价值，电商和品牌商对消费内容的需求度、重视度和投入度都在日益增加。基于这样的背景和长期以来公司在消费内容领域的积累，为抓住内容重塑消费产业格局的巨大行业机会，自 2021 年开始，公司进行了全面的战略升级：在坚持以消费内容为核心的基础上，深入布局消费内容、营销服务和消费数据三大核心板块，从而不断提升电商/品牌商（B 端）和用户（C 端）之间的连接效率，推动公司长期稳定发展，实现更长远的社会价值。

公司本次发行募集资金拟投资于数字内容平台项目、商品数智化管理平台项目、补充流动资金项目，以上项目均紧密围绕公司消费内容这一核心展开，旨在强化公司的内容先发优势，进一步提升公司消费内容业务的规模；加强消费数据的应用能力，把握消费数据在多场景应用的市场机遇，进一步实现消费数据产业化，增强消费数据服务的业务能力，进一步加强消费内容和消费数据两方面的核心竞争力，并为消费内容、营销服务、消费数据三大业务板块提供技术基础和商业模式支撑。

（三）本次发行完成后，公司控制权结构的变化情况

本次发行不会导致公司控制权发生变化。

第七节 本次募集资金运用

一、本次发行募集资金使用计划

经公司召开的第三届董事会第十三次会议、第三届监事会第十次会议以及2022年第二次临时股东大会审议通过，本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金总额不超过55,000.00万元（含本数），扣除发行费用后的募集资金净额将用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总额	募集资金投入额
1	数字内容平台项目	38,845.40	27,411.90
2	商品数智化管理平台项目	21,651.70	11,492.70
3	补充流动资金	16,095.40	16,095.40
合计		76,592.50	55,000.00

若本次可转债发行后实际募集资金净额少于上述项目募集资金拟投入总额，差额部分将由公司通过自有资金或其他融资方式解决。本次发行募集资金到位之前，公司将根据项目进度的实际情况以自有资金或其它方式筹集的资金先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。

在上述募集资金投资项目的范围内，公司董事会可根据项目的进度、资金需求等实际情况，对上述项目的募集资金投入顺序和金额进行适当调整。

二、董事会会议前投入情况

截至公司第三届董事会第十三次会议召开日（2022年9月6日），公司尚未使用自有资金在董事会前投入本次募集资金投资项目。公司不存在置换董事会前投入的情形。

三、募集资金投资项目的基本情况及可行性分析

（一）数字内容平台项目

1、项目概况

本项目实施主体为北京值得买科技股份有限公司，建设周期为三年，总投资38,845.40万元，主要投资内容包括：数字内容制作和办公场所建设、软硬件购置及安装、网络宽带及服务器托管费用和人员成本等项目建设必要投资。本项目通过丰富数字内容素材、升级商品百科内容数据库和新建数字内容生产平台，整体优化公司的数字内容生产机制，提升数字内容的创作效率，实现向站内与全域内容平台输送优质的数字化内容，从而整体提升公司消费内容的影响力和变现效率。

为了满足用户未来对3D数字内容的需求，本项目将建设拍摄基地，通过实景拍摄与3D建模、渲染技术结合，打造3D数字商品形象，丰富公司现有的数字内容素材。同时，本项目将扩容升级现有的商品百科内容素材库，将3D商品数字内容积累沉淀至素材库，为公司数字内容的高效生产奠定基础。此外，本项目将新建数字内容生产平台，一方面极大地提升用户贡献内容（UGC）、编辑贡献内容（PGC）、商家贡献内容（BGC）的生产效率，另一方面利用机器学习、人工智能等技术，提升AI内容创作能力（MGC），调动并输出优质内容。

综合来看，本项目将基于商品百科构建更为强大的数字内容素材库，并通过商品百科与各种内容创作方式的打通，从整体上提升公司的内容生产效率和生产质量，放大公司消费内容在全网的影响力和商业变现效率。

2、项目实施的必要性

（1）优质内容对用户消费决策的影响加深，本项目有利于公司把握这一趋势

随着供给侧结构性改革的持续深入，以及数字技术对各个垂直产业内新品研发和供应链的改造，极大的丰富了更具性价比、聚焦用户细分需求的消费供给。消费者面对繁复的商品常常感到无所适从。在此背景下，优质内容对用户消费决

策的价值愈发凸显。社区图文、短视频、直播等内容形式取代商品详情页，成为品牌与用户互动，建立情感连接的载体，优质内容对消费者决策正在施加更强的影响力。消费内容平台通过强大的内容分发能力推动供需匹配逻辑从“人找货”向“货找人”转变，在消费产业链上的地位不断提升。

本项目从公司业务实际出发，在保障公司消费内容业务领域持续发展的基础上，对商品百科内容数据库进行扩容升级，加强商品信息结构化处理能力，在商品分类、关键字、展现形式等方面进行全面的结构性优化，进一步提升内容管理的精细化程度，提高搜索与推荐内容的分发效率，通过算法匹配满足用户对优质内容的需求，提升用户消费体验和决策效率。

（2）3D 形态的消费内容需求激增，市场供给严重不足

目前，消费内容中对商品的详细展示多以 2D 图片形态为主。从用户对商品展示更真实、立体、可体验的角度，3D 商品内容通过精细的拍摄、建模、渲染，可实现更真实、更具交互性的展示。然而，受限于制作技术、应用标准等问题，3D 形态在消费内容中的供给远远不能满足用户需求。

本项目将构建适应 3D 数字内容的存储、生产及分发机制，将 3D 商品内容沉淀至商品百科库，平台上的内容创作者可以随时调用商品 3D 内容，通过全方位、立体化的商品展示，增强用户体验。本项目的建设将有效提高“什么值得买”平台的商品视觉呈现效果，助力公司在 3D 消费内容领域建立先发优势，抢占 3D 时代消费内容平台发展的战略机遇，保障公司主营业务的高效可持续发展。

（3）提升优质内容生产效率成为解决数字营销行业痛点的重要举措

近年来，零售、本地生活、商旅服务、公关服务乃至办公场景的全面数字化，正在加速形成数字化生活方式。与之对应，数字营销成为市场营销中规模最大、增长最快的领域。而受到数字营销成本走高、市场竞争加剧、消费者广告免疫等因素的影响，建立消费内容管理体系，高效生产优质内容并与消费者建立良好的互动关系，已成为品牌商和电商平台在数字营销中面临的关键痛点。

对于公司旗下消费内容社区“什么值得买”而言，随着品牌商的大规模入驻和用户的持续增长，提高内容创作便捷性和优质内容产出、分发效率，也是公司内容社区生态健康、可持续发展的必然要求。

本项目将基于融合了 3D 数字内容的商品百科数据库，建立强大的数字内容生产平台，以提高用户创作内容（UGC）、专业编辑创造内容（PGC）、商家创造内容（BGC）的质量和效率。同时，基于数字内容库，加强人工智能、机器学习等前沿技术的应用，进一步提高 AI 创造内容（MGC）的质量和效率。此外，公司将面向数字营销领域开放数字内容生产平台和百科数据库，在消费内容领域建立新的竞争力。

3、项目实施的可行性

（1）公司多年来积累的内容运营经验和内容变现能力为项目实施提供保障

公司成立十余年来，始终坚持以消费内容为核心的发展战略，通过“什么值得买”消费内容社区的建设和运营在内容业务领域积累了丰富的运营经验和资源。公司是消费内容领域的先行者，具备内容创作及运营的先发优势。公司近年来着力加强了内容生态建设，通过各种方式激励和引导用户创作，提升内容产出质量。2022 年上半年，“什么值得买”平台内容发布量达到 971.64 万，同比增长 49.72%，其中由用户创作并贡献的内容数量达到 706.51 万条，占平台内容发布总数的 72.71%，初步构建了用户驱动的消费内容创作生态。

高效、优质的内容输出和运营能力为公司的变现提供了有效支撑，“什么值得买”网站及相应的移动应用 2022 年上半年合计共完成订单量 7,868.75 万单，确认商品交易总额（GMV）为 102.47 亿元，实现了良好的订单转化和较高的销售规模。综上，公司丰富的消费内容运营经验，以及良好的内容变现能力，将保障本项目的顺利实施。

（2）公司庞大的用户规模和较高粘性为项目实施奠定基础

公司多年来深耕消费内容领域，通过建设消费内容社区、引导内容创作及互动等方式，积累了大量的活跃用户群体。同时，公司持续拓展渠道和获取用户，多年来实现了注册用户数、移动 APP 激活量、月活用户数的持续增长。2022 年上半年，“什么值得买”平台月活用户数量达到 3,681.43 万人，同步增长 7.42%，表现出对用户的较强吸引力。同期，平台注册用户数达到 2,441.51 万人，同比增长 32.52%；移动 App 激活量为 6,103.27 万次，同比增长 16.43%，在新客获取方面同样表现出良好的能力。

本项目旨在通过数字内容平台的建设整体提升公司数字内容的生产效率，优化内容展示效果，进而提升“什么值得买”平台的转化率和商业变现能力。公司所拥有的大规模优质用户群体既是保障公司持续运营和发展的基石，同样也是本项目顺利实施的重要前提条件。总之，公司多年来精细化运营所积累的高质量用户群体为本项目的实施奠定了良好的基础。

（3）公司长期沉淀的技术基础保障项目的顺利开展

公司持续坚持“技术驱动”的发展理念，多年来通过内部人才培养和外部人才引进相结合的方式培养人才队伍，建设了一支年龄结构合理、行业经验丰富、专业素质高、技术实力强的研发团队，技术人员专业覆盖互联网、计算机、大数据等多个领域。截至 2022 年 6 月末，公司研发人员数量达到 428 人，占到公司员工总数的 23.94%。公司近年来研发投入持续提升，研发投入占营业收入的比例达到 10%以上。公司完善的人才梯队与较高的研发投入将为本项目的实施提供保障。

经过多年的技术积累和应用实践，公司已自主研发多项核心技术并获取相关知识产权。截至 2022 年 6 月末，公司及下属子公司共拥有 2 项外观专利、10 项发明专利、216 项软件著作权、40 项经登记的作品著作权，在商品自动化匹配技术、大数据技术、数据处理技术等领域实现了较为丰富的沉淀和积累，能够支撑本项目的顺利实施。

4、项目投资概算

本项目计划总投资额为 38,845.40 万元，具体情况如下所示：

单位：万元

序号	投资类别	投资金额	占比	募集资金投入	是否为资本性支出
1	数字内容制作及办公场所投资	7,249.00	18.66%	7,249.00	是
2	网络带宽及服务器托管费用	863.50	2.22%	-	否
3	软硬件购置及安装	20,162.90	51.91%	20,162.90	是
4	人员成本	10,570.00	27.21%	-	否
	合计	38,845.40	100.00%	27,411.90	

本项目具体资金使用计划如下：

单位：万元

序号	投资类别	投资金额	投资进度		
			T+1	T+2	T+3
1	数字内容制作及办公场所投资	7,249.00	7,249.00	-	-
2	网络带宽及服务器托管费用	863.50	277.00	287.50	299.00
3	软硬件购置及安装	20,162.90	6,556.30	12,322.10	1,284.50
4	人员成本	10,570.00	1,780.00	4,395.00	4,395.00
合计		38,845.40	15,862.30	17,004.60	5,978.50

本项目投资概算明细如下：

（1）数字内容制作及办公场所投资明细

本项目数字内容制作及办公场所总投资为 7,249.00 万元，包括土建费用及装修费用，具体构成如下：

序号	主要投资明细	建筑面积 (平方米)	单价 (万元/m ²)	投资金额 (万元)
1	土建	6,590.00	0.70	4,613.00
2	装修	6,590.00	0.40	2,636.00
合计		6,590.00	-	7,249.00

（2）网络宽带及服务器托管费用

本项目建设期网络宽带费用投资共计 111.00 万元，服务器托管费用共计 752.50 万元，具体构成如下：

单位：万元

序号	投资类别	投资金额	投资进度		
			T+1	T+2	T+3
1	宽带费用	111.00	37.00	37.00	37.00
2	服务器托管费用	752.50	240.00	250.50	262.00
2.1	网络费用	60.00	20.00	20.00	20.00
2.2	IP 代理费	120.00	40.00	40.00	40.00
2.3	云存储	375.00	125.00	125.00	125.00
2.4	服务器托管	197.50	55.00	65.50	77.00
合计		863.50	277.00	287.50	299.00

（3）软硬件购置及安装

本项目软硬件购置主要用于三年建设期内所投入的设备，建设期内软硬件购置及安装费金额共计 20,162.90 万元，具体构成如下：

序号	设备名称	数量（个）	单价（万元）	总金额（万元）
1	硬件设备	-	-	3,345.90
1.1	数据库服务器	81	3.20	259.20
1.2	应用服务器	161	3.50	563.50
1.3	存储服务器	54	15.00	810.00
1.4	管理服务器	41	9.50	389.50
1.5	文件服务器	28	2.50	70.00
1.6	负载均衡设备	30	11.00	330.00
1.7	交换机	30	12.00	360.00
1.8	网络模块、网线等设备	30	1.30	39.00
1.9	防火墙服务器	15	8.00	120.00
1.10	签名服务器	15	20.00	300.00
1.11	waf 防火墙	2	15.00	30.00
1.12	漏洞扫描设备	1	17.80	17.80
1.13	办公电脑	29	1.30	37.70
1.14	测试用设备	29	0.60	17.40
1.15	网络路由/办公网络	9	0.20	1.80
2	内容采集设备	-	-	15,620.00
2.1	vicon 细节采集设备	280	30.00	8,400.00
2.2	摄影设备	18	100.00	1,800.00
2.3	专业照明设备	24	9.00	216.00
2.4	高清显示屏	18	26.00	468.00
2.5	电脑主机+显示屏	66	20.00	1,320.00
2.6	实物全息激光扫描仪	3	300.00	900.00
2.7	蔡司 ZEISS T-SCAN 手持式激光扫描仪	14	89.00	1,246.00
2.8	德国 GOM 全自动三维扫描仪	3	90.00	270.00
2.9	超微精细化 3D 扫描仪	5	200.00	1,000.00
3	无形资产及软件	-	-	1,197.00
3.1	Bendex3D 软件	33	24.00	792.00

序号	设备名称	数量（个）	单价（万元）	总金额（万元）
3.2	3D max	33	3.00	99.00
3.3	MAYA	33	2.00	66.00
3.4	私有化定制化部署软件	3	80.00	240.00
合计		-	-	20,162.90

（4）人员成本

公司拟为本项目引进 3D 录入扫描、模型细节校对、数据工程师、数据架构师等方向的专业人才加入，依据公司对相关业务岗位的设立计划，及各岗位的市场薪酬水平测算，本项目三年建设期内人力资源投入金额分别为 1,780.00 万元、4,395.00 万元和 4,395.00 万元，合计总额 10,570.00 万元。

5、项目实施进度安排

本项目建设期为三年，公司计划在建设期内完成场地建设及装修、设备购置及安装调试、人员招聘及培训、产品建设及应用等工作。实施过程中，公司会根据实际需求情况，动态调整项目实施进度。具体项目实施进度安排如下：

实施内容	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
场地建设及装修												
设备购置及安装调试												
人员招聘及培训												
数字内容平台建设及应用												

6、项目经济效益分析

经测算，本项目税后财务内部收益率为 16.08%，税后投资回收期为 5.89 年（含建设期），经济效益良好。

（1）项目收入测算依据及测算过程

本项目实施后，随着商品百科数字内容库的升级及数字内容生产平台的建立，公司内容生产效率和生产质量将进一步升级，满足用户多维度的购物场景线索需求，提供产品和服务包括物理属性、销售属性等在内的全维度细节信息以及用户反馈、测试评价等，提高用户购物的转化率，缩短用户决策时间，从而增强电商

导购效果，并有利于吸引更多用户流量加入，增进平台用户群体规模和多元化。

因此，本项目收入测算中，以项目建设期和运营期内每年平台新增电商导购佣金收入作为本项目所实现的收入，具体情况如下：

单位：万元

项目	建设期			运营期			
	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	第七年
平台电商导购佣金收入	2,994.59	8,507.35	14,685.50	22,837.79	24,995.77	25,594.77	28,075.96

（2）项目成本测算依据及测算过程

本项目营业成本参照公司电商导购业务成本结构进行测算，并根据本次项目实施新增的网络带宽及服务器托管费用进行调整，包括人工成本、折旧及摊销、IT资源使用费及其他成本，具体情况如下：

单位：万元

项目	建设期			运营期			
	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	第七年
人工	255.89	726.97	1,254.90	1,951.52	2,135.92	2,187.11	2,399.13
折旧及摊销	1,105.92	3,184.13	3,400.82	3,400.82	3,400.82	2,294.90	216.69
IT资源使用费	277.00	687.97	1,187.59	1,846.85	2,021.36	2,069.80	2,270.45
其他	91.27	259.28	447.58	696.04	761.81	780.06	855.68
合计	1,730.08	4,858.35	6,290.88	7,895.23	8,319.91	7,331.88	5,741.96

（3）项目费用测算依据及测算过程

本项目费用包括销售费用、管理费用及研发费用，参照公司历史经营数据进行测算，并根据本次项目实施新增的折旧摊销及人员成本进行调整，具体情况如下：

单位：万元

项目	建设期			运营期			
	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	第七年
销售费用	339.18	963.59	1,663.36	2,586.73	2,831.16	2,899.00	3,180.04
管理费用	346.71	1,172.01	1,742.90	2,496.21	2,695.62	2,750.97	2,980.24
研发费用	1,755.23	4,453.49	4,546.80	4,669.92	4,702.51	4,711.56	4,749.03
合计	2,441.12	6,589.09	7,953.06	9,752.87	10,229.29	10,361.53	10,909.31

（4）项目效益测算结果

本项目效益测算结果如下：

单位：万元

项目	建设期			运营期			
	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	第七年
营业收入	2,994.59	8,507.35	14,685.50	22,837.79	24,995.77	25,594.77	28,075.96
营业成本	1,730.08	4,858.35	6,290.88	7,895.23	8,319.91	7,331.88	5,741.96
营业税金及附加	-	-	-	-	123.18	163.76	179.64
期间费用	2,441.12	6,589.09	7,953.06	9,752.87	10,229.29	10,361.53	10,909.31
利润总额	-1,176.61	-2,940.09	441.56	5,189.70	6,323.39	7,737.60	11,245.05
净利润	-1,176.61	-2,940.09	375.33	4,411.24	5,374.88	6,576.96	9,558.30

（5）收益指标与公司现有业务及同类上市公司比较情况

本项目实施的效果为新增公司什么值得买平台电商导购佣金收入，属于公司现有业务中的信息推广服务及互联网效果营销平台服务；此外，目前从事电商导购业务的上市公司为返利科技、蘑菇街。本项目预计平均毛利率水平与公司现有业务及同行业公司的对比情况如下：

序号	公司名称	业务板块	毛利率
1	值得买	信息推广服务	65.41%
2		互联网效果营销平台服务	69.09%
3	返利科技	导购服务	68.94%
4	蘑菇街（MOGU.N）	综合毛利率	52.71%
平均值			64.04%
本次募投项目		数字内容平台项目	63.85%

注：1、上述毛利率为2021年数据；2、蘑菇街未披露佣金业务毛利率，因此选取综合毛利率进行对比。

由上表可见，本项目毛利率与公司现有业务及同行业公司平均水平基本持平，项目效益测算具有谨慎性、合理性。

7、项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目紧密围绕公司主营业务，聚焦公司三大核心业务板块中的消费内容板块。

本项目将全面升级“什么值得买”平台以商品百科为核心的数字内容库，新建 3D 数字内容素材库，优化百科库的存储能力和边界，以支撑 3D 内容的正常存储与快速响应，提升公司在 3D 数字内容方面的生产和输出能力。通过建立更为强大的数字内容生产平台，提升内容创作的效率和变现能力。本项目的建设将整体优化公司旗下“什么值得买”平台的数字内容生产效率及变现能力，并实现向站内与全域内容平台输送优质的数字化内容，以进一步提升公司消费内容在全网的影响力和盈利能力。

本项目客户及相关技术均与公司历史主营业务高度相关，是对现有业务能力和竞争实力的进一步提升。

8、项目与前次募投项目的区别与联系

本项目与公司首次公开发行募投项目“基于大数据的个性化技术平台改造与升级项目”及向特定对象发行股票募投项目“内容平台升级项目”、“多元化消费类 MCN 项目”及“消费互联网研究院项目”在募集资金使用用途上有显著区别，具体如下：

公司首次公开发行募投项目“基于大数据的个性化技术平台改造与升级项目”旨在通过对所收集的用户数据进行技术处理和分析，挖掘用户个性化需求，实现内容精准分发，达到“千人千面”的效果。公司向特定对象发行股票募投项目中“内容平台升级项目”旨在对“什么值得买”平台（包括什么值得买网站及相应的移动端）进行升级，增设直播、短视频频道和功能；“多元化消费类 MCN 项目”旨在建设多元化消费类 MCN 项目，孵化和签约优秀 KOL 在国内主要电商、短视频平台进行消费内容推广；“消费互联网研究院项目”致力于消费互联网领域的深度研究，为公司业务发展提供智力支持。

本项目拟围绕消费内容业务，通过丰富数字内容素材、升级商品百科内容数据库和新建数字内容生产平台，整体优化公司的数字内容生产机制，从而整体提升公司消费内容的影响力和变现效率，是对公司消费内容业务的升级。前次募投项目的实施为本项目储备了海量用户数据，提供了技术铺垫和技术支持，对于本次募投项目实施具有推动作用。

综上，本项目与前次募投项目投向均围绕公司消费内容核心业务板块，在保

持公司“什么值得买”平台现有频道和产品功能的基础上，不断对内容分发机制、内容展现形式及内容生产能力进行升级，通过更加优质、丰富、专业、深度的消费内容提升流量变现效果，继续提升平台竞争优势，有助于巩固公司在行业中的地位，扩大公司业务规模和盈利水平。

9、项目实施用地情况

本次募投项目的建设用地位于北京市中关村科技园丰台园东区三期1516-53A地块。2022年12月28日，公司已取得项目实施用地的不动产权证书，项目用地不存在法律障碍。

公司及其子公司的经营范围和主营业务不存在涉及房地产业务的情形，不存在持有拟用于房地产开发或正在开发的土地。公司本次取得的项目用地用途为M4工业研发用地，不存在募集资金投向房地产领域的情况。

10、相关部门备案或审批情况

截至本募集说明书签署日，本项目已取得北京市丰台区科学技术和信息化局出具的“京丰科信局备（2022）24号”《北京市非政府投资工业和信息化固定资产投资项目备案证明》。

本项目不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》及《〈建设项目环境影响评价分类管理名录〉北京市实施细化规定（2019年本）》规定的需要组织编制建设项目环境影响报告书、环境影响报告表或者填报环境影响登记表的建设项目，无需办理环评审批。

（二）商品数智化管理平台项目

1、项目概况

本项目实施主体为北京值得买科技股份有限公司，建设周期为3年，总投资21,651.70万元，主要投资内容包括：办公场所建设、软硬件购置及安装、网络宽带及服务器托管费用和人员成本等项目建设必要投资。本项目通过建设商品数智化管理平台，充分利用大数据分析及展现技术，实现对消费数据的深度分析挖掘，让消费数据产生更大的价值，最终实现消费数据的产品化和商业化应用。

本项目拟围绕消费数据业务，通过升级数据库底层架构和应用模块，进一步扩大公司现有消费数据库容量，提高消费数据的开发、存储、运算和运营能力，实现消费数据的进一步商业化。项目建成后将会全面提高公司对于品牌商、电商平台、政府机构等客户的消费数据服务能力，为其提供包含商品销售情况、品牌口碑、商品价格变化趋势、区域经济发展和行业态势感知分析等在内的 SaaS 产品和服务，有利于进一步完善公司业务布局。

2、项目实施的必要性

（1）数据成为品牌企业和政府决策的关键依据

在消费领域，基于大数据分析的消费者洞见已从支持产品和营销策略转变为消费品公司整体战略的核心组成部分，通过对产品、营销和服务过程的数据分析，优化消费者体验以及内部运营效率，已经成为企业新的决策方式。同时，对于政府机构，精准的行业数据也成为其指导区域内优势产业、重点企业发展，打造区域公共品牌，实施精准政策扶持的依据。

随着消费内容与营销服务等相关业务的发展，公司已经逐步构建了一个涵盖人、货、场等多种维度的底层数据体系，目前已经初步具备面向品牌商、政府等相关客户提供数据服务的能力。为进一步满足消费产业数字化转型升级的需要，公司拟在现有数据库的基础上，进一步扩大消费数据库容量，丰富数据维度，细化数据颗粒度，提高消费数据的存储、运算、分析能力，打造商品数智化管理平台，以 SaaS 和数据开放平台两种应用方式满足品牌商、电商平台和政府机构的数据服务需求，助力消费产业数字化转型升级。

（2）品牌重视价值管理，形成新的数据需求

新消费的发展推动了消费企业从“以流量为中心”转向“以用户为中心”，品牌价值管理成为贯穿产品设计、营销推广、交易履约到用户运营的主线。在此过程中，以监测销量趋势助力商家“选品”的数据服务已经很难满足企业对品牌价值管理的需求。品牌企业需要获取更广维度、更细颗粒度的数据，作为产品设计、品牌定位、营销推广、价格策略、消费者需求感知等环节的决策依据。

本项目拟建设商品数智化管理平台，面向品牌商、代理商等客户提供包含商品销售情况分析、品牌口碑分析和商品价格变化趋势在内三大类超过 20 个细分

维度的消费数据服务，为客户的在品牌价值管理中的数字化、智能化决策提供数据支持，帮助客户在复杂的竞争环境中占据信息优势。

（3）支撑公司业务决策，提升公司业务的盈利能力

本项目拟建设商品数智化管理平台，一方面，将显著提升公司数据存储规模和分析能力，强化大数据技术的应用深度，通过深入挖掘用户的多元化需求，助力公司更好地了解消费者需求动向，支撑公司消费内容、营销服务战略的落地实施，为公司后续的业务发展提供强有力的支撑，推动公司成为一家更先进的消费科技企业；另一方面，公司多年来积累的海量消费数据和先进算法，通过与部分品牌、政府客户的合作试点，已经充分证明数据服务的价值。通过本项目建设，以 SaaS 和数据开放平台的方式，将公司消费数据产品化、商业化，将进一步提升公司 2B 端服务能力和盈利能力，同时提升品牌企业合作粘度和深度。

3、项目实施的可行性

（1）本项目建设符合国家政策导向和产业发展趋势

近年来我国数字经济产业蓬勃发展，数字化转型成为驱动消费产业高质量发展的重要力量，我国政府部门也推出《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》、《国民经济和社会发展的第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》、《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025 年）》等相关政策，要求加快数字产业化、产业数字化发展，助力消费产业转型升级，鼓励企业开放搜索、电商、社交等数据，发展第三方大数据服务产业，助力消费产业高质量快速发展。

本项目充分运用大数据分析和应用技术，将大数据应用在消费产业，为消费产业的参与者提供多维度、多场景下的数据产品和服务，是顺应我国消费产业数字化转型升级的重要举措。因此，本项目的建设符合国家政策导向和产业发展趋势。

（2）公司积累的数据资源和技术优势为项目实施奠定基础

公司积极整合数据资源与能力，持续沉淀来自于消费内容业务板块和营销服务业务板块的数据资源，已形成一个能够涵盖人、货、场等多种维度的底层数据

体系。截至 2022 年 6 月 30 日，公司商品数据库已经收录了 21 万+品牌、950 万+聚合商品。同时，公司已完成对基于大数据的个性化技术平台的改造和升级，提升了公司的数据分析及应用水平，以提高消费者与商品、品牌之间的连接效率。

经过多年实践和积累，公司储备了包括“一种电商大数据处理方法、装置、设备及存储介质”的专利和“值得买产品信息数据处理系统 V1.0”、“基于大数据的好口碑产品信息采集系统”的著作权等在内的发明专利 7 项、软著作权 195 项，形成了具备自主知识产权的核心技术体系。公司在业务发展过程中积累的丰富数据资源和项目开展过程中积累的信息分析技术、大数据应用技术等均为本项目的开展奠定了良好的基础。

（3）公司丰富的客户资源保障项目的顺利实施

公司坚持以消费产业和内容行业为基础，逐步发展成为市场上极少数同时对线上消费、品牌内容营销和消费数据服务具备深刻理解，且具备较强的数据应用能力的互联网信息技术服务商。经过多年的发展，公司凭借良好的技术水平、优质的站内外流量，吸引并汇聚了大批高质量的用户，得到了众多知名电商和品牌商的认可，持续为消费产业赋能，已发展成为电商和品牌商获取用户、提升品牌影响力的重要合作伙伴。

目前公司已与阿里巴巴、京东、拼多多、唯品会、苏宁等众多国内外知名电商、品牌商达成了长期友好的合作关系。同时，公司立足消费产业转型升级，以消费数据为要素，以数字化技术为引擎，从多维度深度挖掘，并为消费产业相关参与者提供贯穿消费链全流程的跨平台消费数据服务。公司目前已为多家知名客户提供相关的消费数据服务，助力客户品牌发展与业务布局。随着消费产业数字化的发展，电商、品牌商对数据服务需求日益增长。公司优质的客户资源和丰富的数据服务经验，能够有效保证本项目的顺利实施。

4、项目投资概算

本项目计划总投资额为 21,651.70 万元，具体情况如下所示：

单位：万元

序号	投资类别	投资金额	占比	募集资金投入	是否为资本性支出

1	办公场所投资	3,960.00	18.29%	3,960.00	是
2	网络带宽及服务器托管费用	1,459.00	6.74%	-	否
3	软硬件购置及安装	7,532.70	34.79%	7,532.70	是
4	人员成本	8,700.00	40.18%	-	否
合计		21,651.70	100.00%	11,492.70	

本项目具体资金使用计划如下：

单位：万元

序号	投资类别	投资金额	投资进度		
			T+1	T+2	T+3
1	办公场所投资	3,960.00	3,960.00	-	-
2	网络带宽及服务器托管费用	1,459.00	472.00	484.50	502.50
3	软硬件购置及安装	7,532.70	2,277.80	2,462.90	2,792.00
4	人员成本	8,700.00	1,760.00	3,470.00	3,470.00
合计		21,651.70	8,469.80	6,417.40	6,764.50

本项目投资概算明细如下：

（1）办公场所投资明细

本项目办公场所总投资为 3,960.00 万元，包括土建费用及装修费用，具体构成如下：

序号	主要投资明细	建筑面积 (平方米)	单价 (万元/m ²)	投资金额 (万元)
1	土建	3,600.00	0.70	2,520.00
2	装修	3,600.00	0.40	1,440.00
合计		3,600.00	-	3,960.00

（2）网络宽带及服务器托管费用

本项目建设期网络宽带费用投资共计 111.00 万元，服务器托管费用共计 1,348.00 万元，具体构成如下：

单位：万元

序号	投资类别	投资金额	投资进度		
			T+1	T+2	T+3
1	宽带费用	111.00	37.00	37.00	37.00

序号	投资类别	投资金额	投资进度		
			T+1	T+2	T+3
2	服务器托管费用	1,348.00	435.00	447.50	465.50
2.1	网络费用	120.00	40.00	40.00	40.00
2.2	IP代理费	240.00	80.00	80.00	80.00
2.3	云存储	750.00	250.00	250.00	250.00
2.4	服务器托管	238.00	65.00	77.50	95.50
	合计	1,459.00	472.00	484.50	502.50

（3）软硬件购置及安装

本项目软硬件购置主要用于三年建设期内所投入的设备，建设期内软硬件购置及安装费金额共计 7,532.70 万元，具体构成如下：

序号	设备名称	数量（个）	单价（万元）	总金额（万元）
1	硬件设备	-	-	7,222.70
1.1	数据库服务器	53	3.20	169.60
1.2	应用服务器	22	3.50	77.00
1.3	存储服务器	209	20.00	4,180.00
1.4	管理服务器	27	9.50	256.50
1.5	文件服务器	105	2.50	262.50
1.6	负载均衡设备	54	11.00	594.00
1.7	交换机	45	12.00	540.00
1.8	网络模块、网线等设备	45	1.30	58.50
1.9	防火墙服务器	30	8.00	240.00
1.10	签名服务器	30	20.00	600.00
1.11	waf 防火墙	2	15.00	30.00
1.12	漏洞扫描设备	1	17.80	17.80
1.13	办公电脑	120	1.30	156.00
1.14	测试用设备	65	0.60	39.00
1.15	网络路由/办公网络	9	0.20	1.80
2	无形资产及软件	-	-	310.00
2.1	私有化定制化部署软件	1	70.00	70.00
2.2	代码漏洞扫描软件	3	80.00	240.00
	合计	-	-	7,532.70

（4）人员成本

公司拟为本项目引进项目经理、需求工程师、数据工程师、数据架构师、算法工程师等方向的专业人才加入，依据公司对相关业务岗位的设立计划，及各岗位的市场薪酬水平测算，本项目三年建设期内人力资源投入金额分别为 1,760.00 万元、3,470.00 万元和 3,470.00 万元，合计总额 8,700.00 万元。

5、项目实施进度安排

本项目建设期为三年，公司计划在建设期内完成办公场地建设及装修、设备购置及安装调试、人员招聘及培训、产品建设及应用等工作。实施过程中，公司会根据实际需求情况，动态调整项目实施进度。具体项目实施进度安排如下：

实施内容	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
办公场地建设及装修	■	■	■	■								
设备购置及安装调试				■	■	■	■	■	■	■	■	
人员招聘及培训				■	■	■	■	■	■	■	■	■
商品数智化管理平台建设					■	■	■	■	■	■	■	■

6、项目经济效益分析

经测算，本项目税后财务内部收益率为 14.56%，税后投资回收期为 6.25 年（含建设期），经济效益良好。

（1）项目收入测算依据及测算过程

本项目实施后，公司将以账号订阅及 API 数据接口服务的形式实现商品数智化管理平台 SaaS 服务收入，具体情况如下：

单位：万元

项目	建设期			运营期			
	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	第七年
商品数智化管理平台 SaaS 服务收入	-	1,900.00	3,952.00	8,442.00	15,111.00	22,572.00	28,377.00

（2）项目成本测算依据及测算过程

本项目营业成本参照公司主营业务成本结构历史数据进行测算，并根据本次

项目实施新增的折旧摊销、网络带宽及服务器托管费用、人员成本进行调整，包括人工成本、折旧及摊销和 IT 资源使用费，具体情况如下：

单位：万元

项目	建设期			运营期			
	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	第七年
人工	115.00	455.00	455.00	759.78	1,359.99	2,031.48	2,553.93
折旧及摊销	-	384.32	799.14	1,269.30	1,269.30	1,269.30	884.98
IT 资源使用费	472.00	484.50	502.50	863.38	1,545.43	2,308.49	2,902.18
合计	587.00	1,323.82	1,756.64	2,892.46	4,174.73	5,609.27	6,341.09

（3）项目费用测算依据及测算过程

本项目费用包括销售费用、管理费用及研发费用，参照公司历史经营数据进行测算，并根据本次项目实施新增的折旧摊销及人员成本进行调整，具体情况如下：

单位：万元

项目	建设期			运营期			
	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	第七年
销售费用	370.00	985.20	1,217.63	1,726.19	2,481.56	3,326.63	3,984.14
管理费用	70.00	418.14	607.75	1,022.65	1,638.89	2,328.32	2,864.73
研发费用	1,205.00	2,203.70	2,234.69	2,302.50	2,403.22	2,515.90	2,603.58
合计	1,645.00	3,607.04	4,060.06	5,051.33	6,523.67	8,170.86	9,452.45

（4）项目效益测算结果

本项目效益测算结果如下：

单位：万元

项目	建设期			运营期			
	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	第七年
营业收入	-	1,900.00	3,952.00	8,442.00	15,111.00	22,572.00	28,377.00
营业成本	587.00	1,323.82	1,756.64	2,892.46	4,174.73	5,609.27	6,341.09
营业税金及附加	-	-	-	-	40.64	145.90	183.42
期间费用	1,645.00	3,607.04	4,060.06	5,051.33	6,523.67	8,170.86	9,452.45
利润总额	-2,232.00	-3,030.86	-1,864.71	498.20	4,371.96	8,645.98	12,400.05

项目	建设期			运营期			
	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	第七年
净利润	-2,232.00	-3,030.86	-1,864.71	423.47	3,716.17	7,349.08	10,540.04

（5）收益指标与公司及同类上市公司比较情况

目前从事精准营销服务 SaaS 产品的上市公司为微盟集团（2013.HK）、有赞科技（H01505.HK）。本项目预计平均毛利率水平与公司及同行业公司的对比情况如下：

序号	公司名称	业务板块	毛利率
1	值得买	综合毛利率	57.13%
2	微盟集团（2013.HK）	订阅解决方案	71.47%
3		商家解决方案	83.77%
4	有赞科技（H01505.HK）	订阅解决方案	74.20%
5		商家解决方案	55.80%
平均值			71.31%
本次募投项目		数字内容平台项目	62.80%

注：1、微盟集团毛利率为 2021 年数据；2、有赞科技毛利率为 2021 年上半年数据。

由上表可见，本项目毛利率略低于同行业公司平均水平，略高于公司综合毛利率，项目毛利率水平与经营类似业务的同行业公司毛利率水平相比不存在重大差异，项目效益测算具有谨慎性、合理性。

7、项目与公司现有业务的关系

本次募集资金投资项目紧密围绕公司主营业务，聚焦公司三大核心业务板块中的消费数据板块，建设商品数智化管理平台，充分利用大数据分析与展现技术，实现对消费数据的深度挖掘，让消费数据产生更大的价值，最终实现消费数据的产品化和商业化应用。本项目所处行业、目标客户及相关技术均与公司历史主营业务高度相关，不会造成公司主营业务的重大变化。

8、项目与前次募投项目的区别与联系

（1）与公司首次公开发行募投项目的区别与联系

本项目是在公司首次公开发行募投项目“基于大数据的个性化技术平台改造

与升级项目”的基础上，对进行数据库底层架构的升级和服务应用场景的拓展，具体的区别与联系如下表所示：

对比维度	IPO 募投项目	本次项目	区别与联系
应用模块	企业 SaaS 类产品	面向企业和政府机构等客户的消费数据服务	IPO 募投项目重点服务什么值得买 APP 的升级，提升用户体验；本次项目聚焦 2B 和 2G 端的消费数据服务，实现消费数据的商业化
产品类别	消费端：工具类 APP 产品；企业端：SaaS 类产品	数据开放平台（API） SaaS 产品（账号）	本次项目的 SaaS 产品在 IPO 募投项目基础上：一是在数据维度和分析工具上进行了全面的功能升级，提供品牌销售、品牌口碑、商品价格三大维度，超过 20 个细分维度的数据及交叉分析、对比分析；二是增加了 API 接口服务
客户类别	什么值得买用户、企业内部人员；消费者；零售商/品牌商/电商平台	品牌商、代理商、政府机构	IPO 项目中的 SaaS 重点服务中小电商卖家；本项目中的 SaaS 是以品牌客户、政府客户为重点
数据处理能力	数据采集；数据整合管理；数据加工提取	数据采集；数据整合管理；数据加工提取	本项目在数据层面使用与 IPO 阶段相同的数据采集、整合和加工提取方法，区别在于根据前端应用需求，数据存储规模、数据计算量会有极大程度的提升
数据维度	品类、品牌的价格趋势和热度，用户人群标签	品类、品牌、店铺、商品四个维度的销售额、销售量、销售趋势变化，以及指定区域的商品分类统计数据；指定商品的价格变化数据；品牌营销声量、用户评价、用户互动数据	本次项目从多个维度聚焦在品牌经营三大应用场景：品牌销售、品牌口碑和商品价格三大维度，超过 20 个细分维度数据
产品价值	选品策略、推广策略支撑	品牌价值认知、品类机会识别、新品研发拓展、影响策略把控、数据驱动发展；区域经济发展、行业态势感知、电商经济活力、营商环境改造	本次项目面向品牌主的数据服务全面升级，从单纯的营销服务支撑到全流程的数据驱动业务发展及运营。面向政府提供全新服务模式，为地方数字经济和宏观经济规划、发展、运营提供智能决策支撑

（2）与公司向特定对象发行股票募投项目的区别与联系

本项目与公司向特定对象发行股票募投项目“内容平台升级项目”、“多元化

消费类 MCN 项目”及“消费互联网研究院项目”在募集资金使用用途上有显著区别，具体如下：

公司向特定对象发行股票募投项目中“内容平台升级项目”旨在对“什么值得买”平台（包括什么值得买网站及相应的移动端）进行升级，增设直播、短视频频道和功能；“多元化消费类 MCN 项目”旨在建设多元化消费类 MCN 项目，孵化和签约优秀 KOL 在国内主要电商、短视频平台进行消费内容推广；“消费互联网研究院项目”致力于消费互联网领域的深度研究，为公司业务发展提供智力支持。

本项目拟围绕消费数据业务，实现消费数据的进一步商业化，最终提供包含商品销售情况、品牌口碑、商品价格变化趋势、区域经济发展和行业态势感知分析等在内的 SaaS 产品和服务，是对公司消费数据业务的升级。本项目与前次募投项目投向均系对公司现有主营业务或未来战略拓展方向的补充与提升，与公司的研发技术水平、经营管理能力相适应，有助于巩固公司在行业中的地位，提高公司的盈利能力，增强业务发展的可持续性，加强公司的整体竞争力。

9、项目实施用地情况

本次募投项目的建设用地位于北京市中关村科技园丰台园东区三期 1516-53A 地块。2022 年 12 月 28 日，公司已取得项目实施用地的不动产权证书，项目用地不存在法律障碍。

公司及其子公司的经营范围和主营业务不存在涉及房地产业务的情形，不存在持有拟用于房地产开发或正在开发的土地。公司本次取得的项目用地用途为 M4 工业研发用地，不存在募集资金投向房地产领域的情况。

10、相关部门备案或审批情况

截至本募集说明书签署日，本项目已取得北京市丰台区科学技术和信息化局出具的“京丰科信局备（2022）23 号”《北京市非政府投资工业和信息化固定资产投资项目备案证明》。

本项目不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》及《〈建设项目环境影响评价分类管理名录〉北京市实施细化规定（2019 年本）》规定的需要组织编

制建设项目环境影响报告书、环境影响报告表或者填报环境影响登记表的建设项目，无需办理环评审批。

（三）补充流动资金项目

1、项目概况

为满足公司业务发展对流动资金的需求，公司拟使用本次发行募集资金16,095.40万元补充流动资金。

2、项目实施的必要性和合理性

（1）公司现有货币资金、资产负债结构、现金流状况、经营规模及变动情况

报告期各期末，公司货币资金余额分别为8,057.48万元、124,738.15万元、73,115.61万元及94,538.90万元，公司日常的资金需求主要包括支付职工薪酬、缴纳税款、支付供应商款项等刚性兑付款项，付款周期短，因此公司需要保有一定的货币资金，以供日常经营使用。报告期内，公司营业收入的规模分别为66,202.92万元、90,956.61万元、140,314.06万元及81,525.95万元，2019年至2021年营业收入复合增长率达到45.58%。随着公司业务规模的进一步拓展，公司需要投入更多的资金，用于人才引进、市场拓展、研发投入以及内容体系升级等方面，日常运营资金需求相应增加。

报告期内，公司经营活动现金流量净额分别为13,004.60万元、16,675.52万元、9,480.82万元及-599.80万元，资金压力有所增加。通过本次发行，公司将部分募集资金用于补充流动资金，有利于缓解公司营运资金压力，为公司的各项经营活动开展提供资金支持，提升公司的财务灵活性，强化公司的抗风险能力。

报告期各期末，公司合并口径资产负债率分别为27.77%、15.99%、20.26%及17.37%，短期借款及一年内到期的长期借款金额分别为1,450.00万元、1,450.00万元、1,467.11万元和8,610.32万元，公司短期借款余额有所增长，存在一定的流动资金需求。

（2）未来流动资金需求测算

①基本假设

2019年至2021年，公司前三季度营业收入占全年收入的比例分别为61.11%、59.88%和65.82%，平均为62.27%。对于公司2022年全年收入的预计，以2022年1-9月营业收入为基数，除以2019年至2021年前三季度营业收入占全年收入比例的平均值，作为公司2022年度预计营业收入。在此基础上，公司2020年、2021年及2022年（预计）分别实现营业收入90,956.61万元、140,314.06万元、130,923.32万元，收入复合增长率为19.98%。受疫情影响，公司2022年全年预计收入较2021年有所下降，考虑到国务院政府防疫政策新二十条的推行和实施，预计疫情对公司经营及业绩的影响将逐渐降低。综上，公司基于过往收入增长、业务发展规划及行业需求变化，同时出于谨慎性原则，假设公司在2023年、2024年度营业收入按15%的增长率持续增长。

假设经营性流动资产、经营性流动负债与营业收入存在稳定的百分比关系。根据营业收入增长与资产、负债增长之间的关系，预测未来营运资金需求。

② 预测步骤与计算公式

A.确定随营业收入变动的经营性流动资产和经营性流动负债项目。

B.计算经营性流动资产项目和经营性流动负债项目占营业收入的比例（根据基期2022年前三季度数据确定）。

C.确定需要增加的营运资金总量：

预计的各项经营性流动资产=预计营业收入×各项目销售百分比

预计的各项经营性流动负债=预计营业收入×各项目销售百分比

需补充的营运资金总量=（预计的各项经营性流动资产合计-基期各项经营性流动资产合计）—（预计的各项经营性流动负债合计-基期各项经营性流动负债合计）

③测算过程和结果

根据上述假设，公司未来三年补充流动资金需求计算过程如下：

单位：万元

项目	2022年9	占营业	2022年末/	2023年末/	2024年末/	2024年末/年度
----	--------	-----	---------	---------	---------	-----------

	月末/1-9月份	收入比例	年度预测数	年度预测数	年度预测数	预测数-2022年末/年度
营业收入	81,525.95	-	130,923.32	150,529.31	173,071.32	42,148.00
应收票据及应收账款	38,783.95	47.57%	62,283.52	71,610.59	82,334.39	20,050.87
预付款项	1,805.25	2.21%	2,899.08	3,333.22	3,832.37	933.30
存货	1,158.69	1.42%	1,860.75	2,139.40	2,459.78	599.03
经营性流动资产合计	41,747.89	51.21%	67,043.35	77,083.20	88,626.54	21,583.19
应付票据及应付账款	4,700.65	5.77%	7,548.82	8,679.27	9,979.00	2,430.18
合同负债	830.60	1.02%	1,333.86	1,533.61	1,763.27	429.41
经营性流动负债合计	5,531.25	6.78%	8,882.68	10,212.88	11,742.27	2,859.59
流动资金占用额(经营资产-经营负债)	36,216.65	44.42%	58,160.66	66,870.32	76,884.26	18,723.60

根据以上计算，未来三年，随着公司业务的逐渐扩张，公司需补充的营运资金总量为 18,723.60 万元。本次发行人拟以可转债募集资金 16,095.40 万元补充流动资金规模具备合理性。

综上，本次募集资金投入数字内容平台项目和商品数智化管理平台项目，仅用于场所建设、软硬件购置及安装等资本性支出。公司拟使用本次募集资金中的 16,095.40 万元补充公司流动资金，以满足公司日常经营资金需要，占本次向不特定对象发行可转债募集资金总额的 29.26%，未超过募集资金总额的 30%，符合《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求（修订版）》的要求。

四、公司关于募集资金投资项目的资源储备情况

公司坚持以消费产业和内容行业为基础，逐步发展成为市场上极少数同时对线上消费、内容营销和消费数据服务具备深刻理解，且具有较强数据应用能力的互联网信息服务商。

公司从事本次募投项目在人员、技术、市场等方面储备充分，公司具备募投项目的实施能力，具体如下：

人员方面，公司一直以来高度重视人才队伍建设。在发展壮大过程中，公司聚集了一批互联网、计算机、大数据、信息技术等多领域的专业人才，具备丰富的项目开发和运营经验，形成了一整套完善的技术研发体系。公司的管理团队拥有深厚的专业知识、丰富的互联网行业运营经验和优质的商业资源，对市场的发展趋势具有敏锐的洞察力，能够及时捕捉行业动态，并持续优化公司的业务结构。随着募投项目的开展，公司将根据业务发展需要继续招募所需相关专业的人才不断增强技术人员储备，保证项目高效研发、实施和后续业务发展。

技术方面，通过多年的技术积累以及应用实践，公司已自主研发并储备了大量的核心技术。目前公司已构建了包含海量产品内容和用户行为的数据库，通过“千人千面”的推荐算法进行精准的用户画像，并将算法不断迭代，在全站推行，取得了显著的效果。近年来公司持续探索人工智能和大数据等前沿技术的应用，保障公司各项业务的整体运营，不断优化完善公司的内部信息系统，提高用户体验。公司通过前期的技术和人才储备，能够顺利保障什么值得买数字内容平台上线，并为商品数智化管理平台项目提供必要的技术和数据支持。

市场方面，公司打造互联网独特的消费内容平台，围绕社区价值体系升级、内容与创作者生态完善、用户增长以及商业化能力提升等方面，已经形成了一个用户、创作者与电商、品牌商共赢的良性生态系统，持续为用户提供高质量的消费内容，并以内容为基础，实现用户增长和商业化变现。经过多年的发展，公司凭借优质的站内外流量、良好的技术水平，持续为消费产业赋能，吸引并汇聚了大批高质量的用户，已发展成为电商和品牌商获取用户、提升品牌影响力的重要合作伙伴。目前公司已与阿里巴巴、京东、拼多多、唯品会、苏宁等众多国内外知名电商、品牌商达成了长期友好的合作关系。同时，公司立足消费产业转型升级，以消费数据为要素，以数字化技术为引擎，从多维度深度挖掘，并为消费产业相关参与者提供贯穿消费链全流程的跨平台消费数据服务，目前已经初步具备面向品牌商、政府等相关客户提供数据平台产品及服务的能力，能够助力客户品牌发展与业务布局。募投项目实施后，公司可以直接利用平台现有流量积累转化变现，并逐步形成新的流量入口，并凭借数据融合服务的价值，拓展数据服务应

用场景，驱动消费领域业务创新发展。

五、关于主营业务与募集资金投向的合规性

发行人主营业务为运营消费内容社区“什么值得买”，包含“什么值得买”网站（www.smzdm.com）及相应的移动应用，为电商、品牌商等提供信息推广服务，并以此为延伸提供互联网效果营销平台服务、代运营服务、消费类 MCN、品牌营销服务、消费数据产品与服务等。自 2021 年开始，公司进行了全面的战略升级，在坚持以消费内容为核心的基础上，深入布局消费内容、营销服务和消费数据三大核心板块。本次募集资金投向“什么值得买”网站数字内容平台、商品数智化管理平台和补充流动资金，紧密围绕公司主营业务，聚焦公司三大核心业务板块中的消费内容和消费数据板块。

近年来我国数字经济产业蓬勃发展，产业规模持续快速增长。2012 年至 2021 年间，我国数字经济规模从 11 万亿元增长到 45.5 万亿元，数字经济占国内生产总值比重由 21.6% 提升至 39.8%，数字经济产业已成为驱动我国经济高质量发展的重要力量。国家各级部门也通过发布相关政策鼓励数字经济产业发展，促进数字经济与实体经济的联动发展。

2021 年 3 月，十三届全国人大四次会议通过了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，明确提出加快数字化发展，建设数字中国，包括加快建设数字经济、数字社会、数字政府，以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革，营造良好数字生态。为了落实加快数字化发展，建设数字中国的发展战略，2021 年 12 月 12 日，国务院发布《“十四五”数字经济发展规划》，更是明确了“十四五”时期推动数字经济发展目标，要求“到 2025 年，我国数字经济迈向全面扩展期，数字经济核心产业增加值占国内生产总值比重达到 10%”。未来，随着数字经济发展和相关技术的不断进步，产业规模还将持续呈现可观的增长态势，数字化转型将成为各行业转型升级的重要途径。

公司本次发行募集资金投资项目不涉及《国务院关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见》（国发〔2013〕41 号）及《政府核准的投资项目目录（2016 年本）》（国发〔2016〕72 号）中列示的产能过剩行业，亦不涉及《产业结构调整指导

目录（2019年本）》所规定的限制类及淘汰类产业，符合国家产业政策。

综上所述，发行人本次募投项目符合国家政策要求，不存在需要取得主管部门意见的情形。

关于募集资金投向与主业的关系如下：

项目	数字内容平台项目	商品数智化管理平台项目	补充流动资金
1 是否属于对现有业务（包括产品、服务、技术等，下同）的扩产	否	否	否
2 是否属于对现有业务的升级	是，本项目聚焦公司三大核心业务板块中的消费内容板块，将全面升级“什么值得买”平台以商品百科为核心的数字内容库，新建3D数字内容素材库，优化百科库的存储能力和边界，以支撑3D内容的正常存储与快速响应，提升公司在3D数字内容方面的生产和输出能力，通过建立更为强大的数字内容生产平台，提升内容创作的效率和变现能力	是，本项目焦公司三大核心业务板块中的消费数据板块，建设商品数智化管理平台，充分利用大数据分析 with 展现技术，实现对消费数据的深度挖掘，让消费数据产生更大的价值，最终实现消费数据的产品化和商业化应用	否
3 是否属于基于现有业务在其他应用领域拓展	否	否	否
4 是否属于对产业链上下游的（横向/纵向）延伸	否	否	否
5 是否属于跨主业投资	否	否	否

六、本次发行对公司经营管理、财务状况的影响

（一）本次发行对公司经营管理的影响

本次募集资金投资项目实施后，将强化公司的内容先发优势，进一步提升公司消费内容业务的规模；加强消费数据的应用能力，把握消费数据在多场景应用的市场机遇，进一步实现消费数据产业化，增强消费数据服务的业务能力，进一

步加强消费内容和消费数据两方面的核心竞争力，并为消费内容、营销服务、消费数据三大业务板块提供技术基础和商业模式支撑。

本次募集资金投资项目的实施将有利于公司抓住消费产业数字化发展的市场机遇，全面提升数字技术在业务中的深度应用，培养新的利润增长点，增强公司核心竞争力和可持续发展能力。本次募集资金投资项目实施后，不会与控股股东、实际控制人产生同业竞争或影响发行人生产经营的独立性。

（二）本次发行对公司财务状况的影响

本次向不特定对象发行可转换公司债券募集资金到位后，公司的总资产和总负债规模将相应增加，能够增强公司的资金实力，提升公司的抗风险能力。本次可转换公司债券转股前，公司使用募集资金的财务成本较低，利息偿付风险较小。本次可转换公司债券的转股期开始后，若本次发行的可转换公司债券大部分转换为公司股票，公司的净资产将有所增加，资本结构将得到改善。

本次发行完成后，由于募集资金的投资项目需要一定的建设期，短期内，可能会导致净资产收益率等财务指标出现一定幅度的下降，但从中长期来看，随着募投项目陆续产生效益，公司收入和利润水平将逐步提升。

第八节 历次募集资金运用

一、最近五年内募集资金运用的基本情况

（一）首次公开发行 A 股普通股股票

1、实际募集资金金额、资金到位情况

根据中国证券监督管理委员会《关于核准北京值得买科技股份有限公司首次公开发行股票批复》（证监许可[2019]1117号文），值得买获准向社会公众发行人民币普通股 1,333.3334 万股，每股发行价人民币 28.42 元，募集资金总额人民币 37,893.34 万元，扣除发行费用人民币 4,893.35 万元，实际募集资金净额为人民币 32,999.99 万元，其中新增注册资本人民币 1,333.3334 万元，资本公积人民币 31,666.6567 万元。上述资金于 2019 年 7 月 9 日到位，经中审众环审验确认并出具《北京值得买科技股份有限公司验资报告》（众环验字（2019）110003 号）。公司已将募集资金存放于为本次发行设立的募集资金专户，并与一创投行、存放募集资金的银行签订了三方监管协议。

2、募集资金专项账户的使用和存储情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司首次公开募集资金累计投入人民币 32,563.10 万元，其中 2022 年 1-9 月无募投项目支出。截至 2022 年 9 月 30 日首次公开募集资金余额为人民币 6.72 万元，均为募集资金专户销户前所产生的利息收入。公司首次公开募集资金使用情况及结余明细情况如下：

单位：元

项目	金额
募集资金净额	329,999,901.01
减：2019 年度募投项目支出	78,498,889.66
减：2019 年银行手续费支出	798.44
加：2019 年银行利息收入	562,937.88
加：2019 年银行理财产品投资收益	1,783,027.40
截至 2019 年 12 月 31 日募集资金余额	253,846,178.19
其中：购入银行理财产品余额	215,000,000.00

项目	金额
募集资金账户活期存款余额	38,846,178.19
减：2020 年募投项目支出	126,552,255.52
减：2020 年银行手续费支出	2,700.61
加：2020 年银行利息收入	904,176.42
加：2020 年银行理财产品投资收益	3,044,335.61
截至 2020 年 12 月 31 日募集资金余额	131,239,734.09
其中：购入银行理财产品余额	50,000,000.00
募集资金账户活期存款余额	81,239,734.09
减：2021 年募投项目支出	120,579,844.46
减：2021 年银行手续费支出	1,561.89
加：2021 年银行利息收入	3,651,289.79
加：2021 年银行理财产品投资收益	735,479.45
截至 2021 年 12 月 31 日募集资金余额	15,045,096.98
其中：购入银行理财产品余额	
募集资金账户活期存款余额	15,045,096.98
减：2022 年 1-9 月募集资金账户余额转入自有资金账户（注 1）	15,114,947.27
减：2022 年 1-9 月银行手续费支出	425.04
加：2022 年 1-9 月银行利息收入	137,509.34
截至 2022 年 9 月 30 日募集资金余额	67,234.01
其中：购入银行理财产品余额	-
募集资金账户活期存款余额	67,234.01

注 1：公司首次公开发行股票募集资金项目已达到预期建设目标，根据公司第三届董事会第八次会议、第三届监事会第七次会议分别审议通过了《关于首次公开发行股票募投项目结项并将节余募集资金永久补充流动资金的议案》，同意将“基于大数据的个性化技术平台改造与升级项目”予以结项并将节余募集资金永久补充流动资金，用于公司日常经营活动。

（二）向特定对象发行 A 股普通股股票

1、实际募集资金金额、资金到位情况

根据中国证券监督管理委员会《关于同意北京值得买科技股份有限公司向特定对象发行股票注册的批复》（证监许可[2020]2780 号），值得买获准向特定对象发行人民币普通股 8,196,437 股，每股发行价人民币 88.88 元，募集资金总额人民币 728,499,320.56 元。截至 2020 年 12 月 3 日止，本次向特定对象发行股

票（以下简称“再融资”）实际收到募集资金总额人民币 714,678,578.66 元（已扣除不含税承销与保荐费），扣除审计及验资费、律师费、其他费用等发行费用 1,618,744.65 元（不含税）后，实际募集资金净额为人民币 713,059,834.01 元，其中新增注册资本人民币 8,196,437.00 元，资本公积人民币 704,863,397.01 元。上述资金于 2020 年 12 月 3 日到位，经中审众环审验确认并出具《北京值得买科技股份有限公司验资报告》（众环验字（2020）110016 号）。公司已将募集资金存放于为本次发行设立的募集资金专户，并与一创投行、存放募集资金的银行签订了三方监管协议。

2、募集资金专项账户的使用和存储情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司再融资累计投入人民币 48,207.50 万元，其中 2022 年 1-9 月累计投入人民币 6,810.95 万元。截至 2022 年 9 月 30 日再融资余额为人民币 24,480.72 万元（含利息收入及理财收益）。公司再融资使用情况及结余明细情况如下：

单位：元

项目	金额
募集资金净额	713,059,834.01
减：2020 年募投项目支出	58,381,255.35
其中：补充流动资金项目	58,381,255.35
减：2020 年银行手续费支出	-
加：2020 年银行利息收入	46,557.98
加：2020 年银行理财产品投资收益	-
截至 2020 年 12 月 31 日募集资金余额	654,725,136.64
其中：购入银行理财产品余额	
募集资金账户活期存款余额	654,725,136.64
减：2021 年募投项目支出	355,584,171.72
其中：募集资金置换预先投入募投项目的自筹资金	85,221,200.00
投入补充流动资金项目	144,695,978.66
投入其他募投项目支出	125,666,993.06
减：2021 年银行手续费支出	841.02
加：2021 年银行利息收入	5,080,845.65

项目	金额
加：2021 年银行理财产品投资收益	2,774,465.75
截至 2021 年 12 月 31 日募集资金余额	306,995,435.30
其中：购入银行理财产品余额	150,000,000.00
募集资金账户活期存款余额	156,995,435.30
减：2022 年 1-9 月募投项目支出	68,109,532.53
其中：投入募投项目支出	68,109,532.53
减：2022 年 1-9 月银行手续费支出	888.70
加：2022 年 1-9 月银行利息收入	1,428,398.29
加：2022 年 1-9 月银行理财产品投资收益	4,493,794.52
截至 2022 年 9 月 30 日募集资金余额	244,807,206.88
其中：购入银行理财产品余额	120,000,000.00
募集资金账户活期存款余额	124,807,206.88

二、前次募集资金的实际使用情况

（一）前次募集资金使用情况对照表说明

1、首次公开发行 A 股普通股股票

截止日期：2022 年 9 月 30 日，单位：万元

募集资金总额		32,999.99		已累计使用募集资金总额		32,563.10				
				各年度使用募集资金总额		32,563.10				
变更用途的募集资金总额		-		其中：2019 年		7,849.89				
				2020 年		12,655.23				
变更用途的募集资金总额比例		-		2021 年		12,057.98				
				2022 年 1-9 月		-				
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额			项目达到预定可使用状态日期（或截止日项目完工程度（%））	
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额		实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额
1	基于大数据的个性化技术平台改造与升级项目	基于大数据的个性化技术平台改造与升级项目	32,999.99	32,999.99	32,563.10	32,999.99	32,999.99	32,563.10	-436.89	2021 年 12 月 31 日
	合计		32,999.99	32,999.99	32,563.10	32,999.99	32,999.99	32,563.10	-436.89	

2、向特定对象发行 A 股普通股股票

截止日期：2022 年 9 月 30 日，单位：万元

募集资金总额			71,305.98			已累计使用募集资金总额			48,207.50	
变更用途的募集资金总额			-			各年度使用募集资金总额			48,207.50	
						其中：2020 年			5,838.13	
变更用途的募集资金总额比例			-			2021 年			35,558.42	
						2022 年 1-9 月			6,810.95	
投资项目			募集资金投资总额			截止日募集资金累计投资额				或截止日项目 完工程度（%）
序号	承诺投资项目	实际投资项目	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	募集前承诺投资金额	募集后承诺投资金额	实际投资金额	实际投资金额与募集后承诺投资金额的差额	
1	内容平台升级项目	内容平台升级项目	37,384.49	37,384.49	20,199.77	37,384.49	37,384.49	20,199.77	-17,184.72	54.03
2	多元化消费类 MCN 项目	多元化消费类 MCN 项目	6,085.87	6,085.87	5,783.28	6,085.87	6,085.87	5,783.28	-302.59	95.03
3	消费互联网研究院项目	消费互联网研究院项目	7,527.90	7,527.90	1,916.72	7,527.90	7,527.90	1,916.72	-5,611.18	25.46
4	补充流动资金项目	补充流动资金项目	20,307.72	20,307.72	20,307.72	20,307.72	20,307.72	20,307.72		100.00
	合计		71,305.98	71,305.98	48,207.50	71,305.98	71,305.98	48,207.50	-23,098.48	67.61

（二）前次募集资金实际投资项目变更情况

截至 2022 年 9 月 30 日，公司不存在前次募集资金实际投资项目变更情况。

（三）前次募集资金投资项目的实施地点、实施主体、实施方式变更情况

1、首次公开发行 A 股普通股股票

募集资金投资项目原实施主体为单一主体，即发行人。2019 年 8 月 2 日，公司召开第二届董事会第八次会议、第二届监事会第六次会议审议通过了《关于增加募投项目实施主体暨使用募集资金增资公司全资子公司的议案》，新增全资子公司青岛星罗创想网络科技有限公司为本次募投项目的实施主体，并以募集资金人民币 400 万元对其增资。2020 年 4 月 13 日，公司召开的第二届董事会第十六次会议、第二届监事会第十一次会议审议通过了《关于使用募集资金增资公司全资子公司的议案》，同意公司使用募集资金人民币 1,000 万元对募投项目实施主体青岛星罗创想网络科技有限公司进行增资。除新增实施主体外，本募集资金投资项目的投资总额、募集资金投入额、建设内容等不发生变化。

2、向特定对象发行 A 股普通股股票

截至 2022 年 9 月 30 日，公司向特定对象发行 A 股普通股股票募集资金投资项目的实施地点、实施方式未发生变化。

（四）前次募集资金投资项目对外转让或置换情况

1、首次公开发行 A 股普通股股票

2019 年 9 月 25 日，公司召开第二届董事会第十次会议、第二届监事会第八次会议，审议通过了《关于使用募集资金置换预先投入募投项目及已支付发行费用的自筹资金的议案》，同意公司分别以 4,945.85 万元募集资金置换预先投入募集资金投资项目的自筹资金，以和 357.56 万元募集资金置换已支付发行费用的自筹资金。中审众环对公司以自筹资金预先投入募投项目及已支付发行费用情况进行了专项审核，并出具了《关于北京值得买科技股份有限公司以自筹资金预先投入募投项目及已支付发行费用情况的鉴证报告》（众环专字（2019）110093

号)。

2、向特定对象发行 A 股普通股股票

2021 年 5 月 27 日，公司召开第二届董事会第三十二次会议、第二届监事会第二十三次会议，审议通过了《关于使用募集资金置换先期投入的议案》，同意公司以 8,522.12 万元募集资金置换预先投入募集资金投资项目的自筹资金。中审众环对公司以自筹资金预先投入募投项目及已支付发行费用情况进行了专项审核，并出具了《关于北京值得买科技股份有限公司以自筹资金预先投入募集资金投资项目情况报告的鉴证报告》（众环专字（2021）1100113 号）。

（五）闲置募集资金使用情况说明

1、首次公开发行 A 股普通股股票

公司 2019 年 8 月 2 日召开第二届董事会第八次会议、第二届监事会第六次会议，于 2019 年 8 月 19 日召开 2019 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于使用闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意在不影响募集资金项目建设和公司正常经营及确保资金安全的前提下，公司及全资子公司使用不超过人民币 30,000 万元（含本数）闲置募集资金进行现金管理，在上述额度范围内，资金可以滚动使用，使用期限自公司股东大会批准之日起 12 个月内有效。进行现金管理投资的品种为安全性高、流动性好的保本型银行理财产品、结构性存款或定期存款。

公司于 2020 年 8 月 25 日召开第二届董事会第二十三次会议、第二届监事会第十七次会议，于 2020 年 9 月 14 日召开 2020 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于使用闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意在不影响募集资金项目建设和公司正常经营及确保资金安全的前提下，公司及全资子公司使用不超过人民币 11,000 万元（含本数）闲置募集资金进行现金管理，在上述额度范围内，资金可以滚动使用，使用期限自公司股东大会批准之日起 12 个月内有效。进行现金管理投资的品种为安全性高、流动性好的保本型银行理财产品、结构性存款或定期存款。

2、向特定对象发行 A 股普通股股票

公司于 2021 年 1 月 29 日召开第二届董事会第二十九次会议、第二届监事会第二十一次会议，于 2021 年 2 月 23 日召开 2021 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于使用闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意在不影响募集资金项目建设和公司正常经营及确保资金安全的前提下，公司使用不超过人民币 30,000 万元（含本数）闲置募集资金进行现金管理，在上述额度范围内，资金可以滚动使用，使用期限自公司股东大会批准之日起 12 个月内有效。进行现金管理投资的品种为安全性高、流动性好的银行理财产品。

公司于 2022 年 4 月 25 日召开第三届董事会第八次会议、第三届监事会第七次会议，于 2022 年 5 月 18 日召开 2021 年度股东大会，审议通过了《关于使用闲置募集资金进行现金管理的议案》，同意在不影响募集资金项目建设和公司正常经营及确保资金安全的前提下，公司使用不超过人民币 20,000 万元（含本数）闲置募集资金进行现金管理，在上述额度范围内，资金可以滚动使用，使用期限自公司股东大会批准之日起 12 个月内有效。进行现金管理投资的品种为安全性高、流动性好的银行理财产品、结构性存款或定期存款。

（六）前次募集资金使用情况与公司定期报告的对照

公前次募集资金实际使用情况与公司定期报告及其他信息披露信息文件中披露情况一致。

（七）前次募集资金项目的实际投资总额与承诺的差异内容和原因说明

截至 2022 年 9 月 30 日，前次募集资金项目的实际投资总额与承诺投资总额的差异及原因如下：

1、首次公开发行 A 股普通股股票

单位：万元

项目名称	承诺募集资金投资总额	调整后投资总额	实际投入募集资金总额	差异金额	差异原因
基于大数据的个性化技术平台改造	32,999.99	32,999.99	32,563.10	-436.89	公司在实施募投项目过程中，在确保募

项目名称	承诺募集资金投资总额	调整后投资总额	实际投入募集资金总额	差异金额	差异原因
与升级项目					投项目总体建设目标和项目效益的前提下,优化项目建设方案,加强项目建设各环节费用管理,合理配置资源,有效降低了项目的建设成本
合计	32,999.99	32,999.99	32,563.10	-436.89	

2、向特定对象发行 A 股普通股股票

单位：万元

项目名称	承诺募集资金投资总额	调整后投资总额	实际投入募集资金总额	差异金额	差异原因
内容平台升级项目	37,384.49	37,384.49	20,199.77	-17,184.72	募投资项目仍处于投资建设阶段
多元化消费类 MCN 项目	6,085.87	6,085.87	5,783.28	-302.59	
消费互联网研究院项目	7,527.90	7,527.90	1,916.72	-5,611.18	
补充流动资金项目	20,307.72	20,307.72	20,307.72	-	
合计	71,305.98	71,305.98	48,207.50	-23,098.48	

截至 2022 年 9 月 30 日,公司 2020 年向特定对象发行 A 股普通股股票募集资金投资项目均处于前期建设阶段,未达到预定可使用状态。

截至 2022 年 9 月 30 日,“多元化消费类 MCN 项目”募集资金投入进度与预期基本相符;“内容平台升级项目”募集资金投入进度略慢于预计,系受新冠疫情以及国内外经济形势变化的影响,同时考虑到国家对互联网行业强监管政策的趋势,公司放缓了募集资金使用进度;“消费互联网研究院项目”募集资金投入进度慢于预期,系受新冠疫情以及国内外经济形势变化的影响,项目目标客户所属行业(如数码、快消等)受疫情影响日趋明显,项目开展过程中原需行业客户配合完成的工作如深度访谈、开展媒体活动、发布会等事项因客户方聚焦疫情应对,普遍降低或推迟交流合作意愿,导致项目进度有所滞后,研究成果完备性风险加大。为确保投入有效性、适应外部环境变化,公司依据中长期发展战略,实行审慎投资策略,采用了谨慎使用募集资金、逐步进行项目布局的原则稳步推

进募集资金投资项目的实施。

自 2022 年 4 月 27 日召开国务院常务会议强调“促进平台经济健康发展，带动更多就业”以来，互联网行业整体政策环境趋于常态化监管，募投项目的实施环境未发生重大不利变化，上述调整是公司根据项目的实际进展情况作出的审慎决定，不会对募集资金投资项目的实施造成影响。

三、前次募集资金投资项目实现效益情况

（一）前次募集资金投资项目实现效益情况对照表说明

1、首次公开发行 A 股普通股股票

单位：万元

实际投资项目		截止日投资项目累计产能利用率	承诺效益	最近三年实际效益				截止日累计实现效益	是否达到预计效益
序号	项目名称			2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年 1-9 月		
1	基于大数据的个性化技术平台改造与升级项目	不适用	注 1	不适用	不适用	2,914.00	1,207.66	4,121.66	是
	合计					2,914.00	1,207.66	4,121.66	

注 1：本项目在招股说明书中披露的预计项目投资内部收益率约为 14%。

2、向特定对象发行 A 股普通股股票

单位：万元

实际投资项目		截止日投资项目累计产能利用率	承诺效益	最近三年实际效益（注 1）			截止日累计实现效益	是否达到预计效益
序号	项目名称			2020 年度	2021 年度	2022 年 1-9 月		
1	内容平台升级项目	不适用	注 2	不适用	不适用	不适用	不适用	否
2	多元化消费类 MCN 项目	不适用	注 3	不适用	不适用	不适用	不适用	否
3	消费互联网研究院项目	不适用	注 4	不适用	不适用	不适用	不适用	否
4	补充流动资金项目	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用
	合计							

注 1：序号为 1-3 的项目均尚处于前期建设阶段，项目达到预定可使用状态日期为 2023 年 5 月 1 日。

注 2：本项目在《2020 年度非公开发行股票预案》中披露的税后财务内部收益率为 21.52%，税后投资回收期为 4.71 年（含建设期）。

注 3：本项目在《2020 年度非公开发行股票预案》中披露的税后财务内部收益率为 21.12%，税后投资回收期为 4.74 年（含建设期）。

注 4：本项目定位于对用户消费行为、互联网营销、内容电商的深度研究，为公司业务发展提供智力支持，提升公司在行业的品牌影响力和竞争力，为公司未来长期可持续发展奠定良好基础。项目直接经济效益较少，主要通过承接客户需求开展研究咨询活动所取得。

（二）前次募集资金中用于认购股份的资产运行情况

公司不存在前次募集资金用于认购股份的情况。

四、前次募集资金结余及节余募集资金使用情况

1、首次公开发行 A 股普通股股票

公司首次公开发行股票募集资金投资项目“基于大数据的个性化技术平台改造与升级项目”已达到预期建设目标。公司在实施募投项目过程中，严格按照募集资金管理的有关规定审慎使用募集资金，在确保募投项目总体建设目标和项目效益的前提下，优化项目建设方案，加强项目建设各环节费用管理，合理配置资源，有效降低成本，最大限度发挥募集资金使用效率，并在不影响公司正常经营、募集资金投资项目建设进度及确保资金安全的情况下，对闲置的募集资金进行现金管理，提高了闲置募集资金的使用效率。“基于大数据的个性化技术平台改造与升级项目”原计划投入募集资金人民币 32,999.99 万元，截至 2021 年 12 月 31 日，该项目已累计投入人民币 32,563.10 万元，加上利息及理财收入并扣除银行手续费后，节余募集资金人民币 1,504.51 万元。

鉴于公司首次公开发行股票募集资金项目已达到预期建设目标，公司第三届董事会第八次会议、第三届监事会第七次会议分别审议通过了《关于首次公开发行股票募投项目结项并将节余募集资金永久补充流动资金的议案》，同意将“基于大数据的个性化技术平台改造与升级项目”予以结项并将节余募集资金永久补充流动资金，用于公司日常经营活动。截至 2022 年 9 月 30 日，公司已结转节余募集资金 1,511.49 万元至公司自有资金账户，销户前收到的利息收入 6.72 万元仍存放于募集资金专户。

2、向特定对象发行 A 股普通股股票

截至 2022 年 9 月 30 日，公司向特定对象发行股票募投项目仍处于投资建设期，不存在募集资金节余情况。

五、会计师对于发行人前次募集资金使用情况专项报告的结论性意见

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）于 2023 年 2 月 10 日出具的《关于北京值得买科技股份有限公司前次募集资金使用情况的鉴证报告》（众环专字（2023）1100013 号）认为：“北京值得买科技股份有限公司截至 2022 年 9 月 30 日止的《前次募集资金使用情况报告》已经按照《关于前次募集资金使用情况报告的规定》编制，在所有重大方面如实反映了北京值得买科技股份有限公司截至 2022 年 9 月 30 日止的募集资金使用情况。”

六、本次发行募集资金规模具有合理性

公司尚未使用的募集资金将根据整体市场情况，按照既定使用计划投入募投项目建设，具有明确的后续使用计划，与公司进行本次融资并不存在冲突。

当前，线上内容生态发生的巨大变化，正在推动消费变革，而“消费内容+营销服务+消费数据”正是其中的三大驱动因素。根据公司的战略目标，本次募投项目是公司落实发展在消费内容、营销服务、消费数据三大业务板块的布局，继续深化内容先发优势，把握消费市场当前机遇，满足用户/客户的全新需求，打造新的利润增长点的重要举措，但公司仅仅依靠自身积累和间接融资难以完全满足募投项目实施的资金投入，同时随着公司业务规模持续增长，其日常营运资金需求亦大幅提升，因而需通过本次向不特定对象发行可转债募集资金。综上，本次发行募集资金规模符合公司的实际需求，具有合理性。

第九节 声明


一、发行人及全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签字：


隋国栋


刘峰


刘超


邱玉栋


黄生


曲凯


肖土盛



本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体监事签字：



张梅



丰志华



豪斯巴依尔

北京值得买科技股份有限公司




本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体高级管理人员签字：



隋国栋



刘峰



邱玉栋



李楠



柳伟亮



北京值得买科技股份有限公司

2022年2月14日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本人承诺本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人签字：



隋国栋



北京值得买科技股份有限公司

2023年2月14日


三、保荐人及其保荐代表人声明


本公司已对募集说明书进行了核查，确认本募集说明书内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构执行董事、
法定代表人：


王芳

保荐代表人：


刘宁


吴震雄

项目协办人：


张思琪



第一创业证券承销保荐有限责任公司

2023年2月14日

保荐机构（主承销商）董事长及总经理声明

本人已认真阅读北京值得买科技股份有限公司向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书的全部内容，确认募集说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对募集说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构执行董事、
法定代表人：



王 芳

保荐机构总经理：



王 勇



第一创业证券承销保荐有限责任公司

2023年2月14日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读募集说明书，确认募集说明书与本所出具的法律意见书不存在矛盾。本所及经办律师对发行人在募集说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

北京市中伦律师事务所（盖章）

律师事务所负责人：



张学兵



经办律师：



邓磊

经办律师：



潘经锐

经办律师：



吴瑶

2023年2月14日

五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读北京值得买科技股份有限公司创业板向不特定对象发行可转换公司债券募集说明书（修订稿），确认募集说明书与本所出具的审计报告等文件不存在矛盾。本所及签字注册会计师对发行人在募集说明书中引用的审计报告等文件的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人签字：



石文先

签字注册会计师签字：



杨旭



谭慧娟

中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）



2023年2月14日

六、发行人债券信用评级机构声明

本机构及签字资信评级人员已阅读募集说明书，确认募集说明书与本机构出具的资信评级报告不存在矛盾。本机构及签字资信评级人员对发行人在募集说明书中引用的资信评级报告的内容无异议，确认募集说明书不因引用上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

债券信用评级机构负责人签字：


张剑文

签字评级人员签字：


刘玮


毛燕月



中证鹏元资信评估股份有限公司

2023年2月14日

七、发行人董事会声明

（一）关于未来十二个月内其他股权融资计划的声明

除本次发行外，公司未来十二个月内暂未确定其他股权融资计划。若未来公司根据业务发展需要及资产负债状况安排股权融资，将按照相关法律法规履行审议程序和信息披露义务。

（二）填补本次发行摊薄即期回报的具体措施和承诺

1、公司应对本次发行摊薄即期回报拟采取的措施

为维护广大投资者的利益，降低即期回报被摊薄的风险，增强对股东的长期回报能力，公司拟采取如下措施填补本次发行对即期回报的摊薄：

（1）保证募集资金规范、有效使用，实现项目预期效益

本次发行募集资金到账后，公司董事会将开设募集资金专项账户，并与开户银行、保荐机构签订募集资金三方监管协议，确保募集资金专款专用。同时，公司将严格遵守资金管理制度和《募集资金管理制度》的规定，在进行募集资金项目投资时，履行资金支出审批手续；明确各控制环节的相关责任，按投资计划申请、审批、使用募集资金，并对使用情况进行内部检查与考核。

（2）加强经营管理和内部控制，降低运营成本

公司将进一步加强内控体系建设，完善并强化投资决策程序，设计合理的资金使用方案，努力提高资金的使用效率，节省公司的各项费用支出，加强对董事、高级管理人员职务消费的约束，全面有效地控制公司经营和管理风险，降低公司运营成本。

（3）保证募投项目实施效果，加快募投项目投资进度

公司董事会已对本次发行募集资金投资项目的可行性进行了充分论证，募投项目符合行业发展趋势及公司未来整体战略发展方向，具有良好的市场前景和经济效益。募投项目逐步建成并投入运营后，公司的经营业绩和盈利能力将会显著

提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。本次发行募集资金到账后，公司将按计划确保募投项目建设进度，加快推进募投项目实施，争取募投项目早日投产并实现预期效益。

（4）落实利润分配，强化股东回报

《公司章程》中规定了本公司利润分配原则、利润分配形式、现金分红的条件、比例和期间间隔、利润分配决策程序和机制等，在满足现金分红条件的情况下，公司应当采取现金方式分配股利，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 20%。为进一步强化投资者回报，保障公司股东特别是中小股东的权益，公司对未来三年股东分红回报进行了详细规划，并制定了《北京值得买科技股份有限公司未来三年（2022 年-2024 年）股东分红回报规划》。公司将严格按照《公司章程》和《分红回报规划》的要求，在符合利润分配条件的情况下积极落实对股东的利润分配。

公司提请投资者注意，公司制定上述填补被摊薄即期回报的措施不等于对公司未来利润做出保证。

2、公司控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员作出的相关承诺

公司控股股东、实际控制人及公司全体董事、高级管理人员就保障公司填补即期回报措施的切实履行作出如下承诺：

（1）公司控股股东、实际控制人的承诺

公司控股股东、实际控制人作出如下承诺：

“①不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

②本承诺出具日后至公司本次发行完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

③本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。若本人违反上述承诺或拒不履行承诺，将在股东大

会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

（2）公司董事、高级管理人员的承诺

公司董事、高级管理人员作出如下承诺：

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

②本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

③本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

④本人承诺由董事会或薪酬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；

⑤如公司未来实施股权激励，本人承诺股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

⑥本承诺出具日后至公司本次发行实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺；

⑦本人承诺切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺。若本人违反上述承诺或拒不履行承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

北京值得买科技股份有限公司董事会
董 事 会
2023年2月14日



第十节 备查文件

除本募集说明书披露的资料外，公司将整套发行申请文件及其他相关文件作为备查文件，供投资者查阅。有关备查文件目录如下：

- 一、发行人最近三年的财务报告及审计报告，以及最近一期的财务报告；
- 二、保荐人出具的发行保荐书、发行保荐工作报告和尽职调查报告；
- 三、法律意见书和律师工作报告；
- 四、会计师事务所关于前次募集资金使用情况的报告；
- 五、资信评级报告；
- 六、中国证监会对本次发行予以注册的文件；
- 七、其他与本次发行有关的重要文件。









自本募集说明书公告之日起，投资者可至发行人、主承销商住所查阅募集说明书全文及备查文件，亦可在深圳证券交易所网站（<http://www.szse.cn>）查阅本次发行的募集说明书全文及备查文件。













附件















附件一 境内注册商标









截至国家知识产权局商标档案出具日（2022年10月27日、2022年11月1日及2022年11月3日），公司在中国境内拥有730项注册商标，具体情况如下表所示：

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
1	SMZDM	发行人	10720001	35	2015/04/07-2025/04/06
2	SMZDM.COM	发行人	14548033	35	2015/09/07-2025/09/06
3	SMZDM	发行人	14548034	45	2015/06/28-2025/06/27
4	SMZDM	发行人	14548035	36	2015/06/28-2025/06/27
5	SMZDM	发行人	14548036	41	2015/06/28-2025/06/27
6	SMZDM	发行人	14548038	16	2015/06/28-2025/06/27
7	SMZDM	发行人	14548039	9	2015/06/28-2025/06/27
8	SMZDM	发行人	10720036	38	2013/06/07-2023/06/06
9	SMZDM	发行人	10720088	42	2013/06/07-2023/06/06
10		发行人	17378994	43	2016/08/14-2026/08/13
11		发行人	17378994	41	2016/08/14-2026/08/13
12		发行人	17378994	40	2016/08/14-2026/08/13
13		发行人	17378994	39	2016/08/14-2026/08/13
14		发行人	17378994	25	2016/08/14-2026/08/13
15		发行人	17378994	16	2016/08/14-2026/08/13










序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
16		发行人	17378994	3	2016/08/14-2026/08/13
17		发行人	18199847	9	2016/12/07-2026/12/06
18		发行人	18199847	16	2016/12/07-2026/12/06
19		发行人	18199847	28	2016/12/07-2026/12/06
20		发行人	18199847	35	2016/12/07-2026/12/06
21		发行人	18199847	38	2016/12/07-2026/12/06
22		发行人	18199847	42	2016/12/07-2026/12/06
23	蚊子肉	发行人	18199850	9	2016/12/07-2026/12/06
24	蚊子肉	发行人	18199850	16	2016/12/07-2026/12/06
25	蚊子肉	发行人	18199850	28	2016/12/07-2026/12/06
26	蚊子肉	发行人	18199850	35	2016/12/07-2026/12/06
27	蚊子肉	发行人	18199850	38	2016/12/07-2026/12/06
28	蚊子肉	发行人	18199850	42	2016/12/07-2026/12/06
29		发行人	16454442	1	2016/04/21-2026/04/20















序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
30		发行人	16454442	2	2016/04/21-2026/04/20
31		发行人	16454442	3	2016/04/21-2026/04/20
32		发行人	16454442	4	2016/04/21-2026/04/20
33		发行人	16454442	5	2016/04/21-2026/04/20
34		发行人	16454442	6	2016/04/21-2026/04/20
35		发行人	16454442	7	2016/04/21-2026/04/20
36		发行人	16454442	8	2016/04/21-2026/04/20
37		发行人	16454442	9	2016/04/21-2026/04/20
38		发行人	16454442	10	2016/04/21-2026/04/20
39		发行人	16454442	11	2016/04/21-2026/04/20
40		发行人	16454442	12	2016/04/21-2026/04/20
41		发行人	16454442	13	2016/04/21-2026/04/20
42		发行人	16454442	14	2016/04/21-2026/04/20
43		发行人	16454442	15	2016/04/21-2026/04/20















序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
44		发行人	16454442	16	2016/04/21-2026/04/20
45		发行人	16454442	17	2016/04/21-2026/04/20
46		发行人	16454442	18	2016/04/21-2026/04/20
47		发行人	16454442	19	2016/04/21-2026/04/20
48		发行人	16454442	20	2016/04/21-2026/04/20
49		发行人	16454442	21	2016/04/21-2026/04/20
50		发行人	16454442	22	2016/04/21-2026/04/20
51		发行人	16454442	23	2016/04/21-2026/04/20
52		发行人	16454442	24	2016/04/21-2026/04/20
53		发行人	16454442	25	2016/04/21-2026/04/20
54		发行人	16454442	26	2016/04/21-2026/04/20
55		发行人	16454442	27	2016/04/21-2026/04/20
56		发行人	16454442	28	2016/04/21-2026/04/20
57		发行人	16454442	29	2016/04/21-2026/04/20















序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
58		发行人	16454442	30	2016/04/21-2026/04/20
59		发行人	16454442	31	2016/04/21-2026/04/20
60		发行人	16454442	32	2016/04/21-2026/04/20
61		发行人	16454442	33	2016/04/21-2026/04/20
62		发行人	16454442	34	2016/04/21-2026/04/20
63		发行人	16454442	35	2016/04/21-2026/04/20
64		发行人	16454442	36	2016/04/21-2026/04/20
65		发行人	16454442	37	2016/04/21-2026/04/20
66		发行人	16454442	38	2016/04/21-2026/04/20
67		发行人	16454442	39	2016/04/21-2026/04/20
68		发行人	16454442	40	2016/04/21-2026/04/20
69		发行人	16454442	41	2016/04/21-2026/04/20
70		发行人	16454442	42	2016/04/21-2026/04/20
71		发行人	16454442	43	2016/04/21-2026/04/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
72		发行人	16454442	44	2016/04/21-2026/04/20
73		发行人	16454442	45	2016/04/21-2026/04/20
74	众测	发行人	18199843	9	2017/02/14-2027/02/13
75	众测	发行人	18199843	16	2017/02/14-2027/02/13
76	众测	发行人	18199843	28	2017/02/14-2027/02/13
77	众测	发行人	18199843	35	2017/02/14-2027/02/13
78	众测	发行人	18199843	43	2017/02/14-2027/02/13
79	手慢无	发行人	18199844	9	2017/02/14-2027/02/13
80	手慢无	发行人	18199844	16	2017/02/14-2027/02/13
81	手慢无	发行人	18199844	28	2017/02/14-2027/02/13
82	手慢无	发行人	18199844	38	2017/02/14-2027/02/13
83	手慢无	发行人	18199844	42	2017/02/14-2027/02/13
84		发行人	18199845	9	2017/02/14-2027/02/13




序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
85		发行人	18199845	16	2017/02/14-2027/02/13
86		发行人	18199845	28	2017/02/14-2027/02/13
87		发行人	18199845	35	2017/02/14-2027/02/13
88		发行人	18199845	38	2017/02/14-2027/02/13
89		发行人	18199846	9	2017/02/14-2027/02/13
90		发行人	18199846	28	2017/02/14-2027/02/13
91		发行人	18199848	9	2017/02/14-2027/02/13
92		发行人	18199848	16	2017/02/14-2027/02/13
93		发行人	18199848	28	2017/02/14-2027/02/13
94	消费众测	发行人	18199849	9	2017/02/14-2027/02/13
95	消费众测	发行人	18199849	16	2017/02/14-2027/02/13
96	消费众测	发行人	18199849	28	2017/02/14-2027/02/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
97		发行人	19360633	1	2017/04/28-2027/04/27
98		发行人	19360633	2	2017/04/28-2027/04/27
99		发行人	19360633	3	2017/04/28-2027/04/27
100		发行人	19360633	4	2017/04/28-2027/04/27
101		发行人	19360633	5	2017/04/28-2027/04/27
102		发行人	19360633	6	2017/04/28-2027/04/27
103		发行人	19360633	7	2017/04/28-2027/04/27
104		发行人	19360633	8	2017/04/28-2027/04/27
105		发行人	19360633	9	2017/04/28-2027/04/27
106		发行人	19360633	10	2017/04/28-2027/04/27
107		发行人	19360633	11	2017/04/28-2027/04/27
108		发行人	19360633	12	2017/04/28-2027/04/27
109		发行人	19360633	13	2017/04/28-2027/04/27
110		发行人	19360633	14	2017/04/28-2027/04/27

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
111		发行人	19360633	15	2017/04/28-2027/04/27
112		发行人	19360633	16	2017/04/28-2027/04/27
113		发行人	19360633	17	2017/04/28-2027/04/27
114		发行人	19360633	18	2017/04/28-2027/04/27
115		发行人	19360633	19	2017/04/28-2027/04/27
116		发行人	19360633	20	2017/04/28-2027/04/27
117		发行人	19360633	21	2017/04/28-2027/04/27
118		发行人	19360633	22	2017/04/28-2027/04/27
119		发行人	19360633	23	2017/04/28-2027/04/27
120		发行人	19360633	24	2017/04/28-2027/04/27
121		发行人	19360633	25	2017/04/28-2027/04/27
122		发行人	19360633	26	2017/04/28-2027/04/27
123		发行人	19360633	27	2017/04/28-2027/04/27
124		发行人	19360633	28	2017/04/28-2027/04/27

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
125		发行人	19360633	29	2017/04/28-2027/04/27
126		发行人	19360633	30	2017/04/28-2027/04/27
127		发行人	19360633	31	2017/04/28-2027/04/27
128		发行人	19360633	32	2017/04/28-2027/04/27
129		发行人	19360633	33	2017/04/28-2027/04/27
130		发行人	19360633	34	2017/04/28-2027/04/27
131		发行人	19360633	35	2017/04/28-2027/04/27
132		发行人	19360633	36	2017/04/28-2027/04/27
133		发行人	19360633	37	2017/04/28-2027/04/27
134		发行人	19360633	38	2017/04/28-2027/04/27
135		发行人	19360633	39	2017/04/28-2027/04/27
136		发行人	19360633	40	2017/04/28-2027/04/27
137		发行人	19360633	41	2017/04/28-2027/04/27
138		发行人	19360633	42	2017/04/28-2027/04/27

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
139		发行人	19360633	43	2017/04/28-2027/04/27
140		发行人	19360633	44	2017/04/28-2027/04/27
141		发行人	19360633	45	2017/04/28-2027/04/27
142		发行人	22034421	16	2018/02/14-2028/02/13
143	什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23408650	9	2018/03/21-2028/03/20
144	什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23408650	16	2018/03/21-2028/03/20
145	什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23408650	35	2018/03/21-2028/03/20
146	什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23408650	36	2018/03/21-2028/03/20
147	什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23408650	38	2018/03/21-2028/03/20
148	什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23408650	39	2018/03/21-2028/03/20
149	什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23408650	40	2018/03/21-2028/03/20
150	什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23408650	41	2018/03/21-2028/03/20
151	什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23408650	42	2018/03/21-2028/03/20
152	什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23408650	45	2018/03/21-2028/03/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
153	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23405490	9	2018/03/21-2028/03/20
154	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23405490	35	2018/03/21-2028/03/20
155	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	23405490	42	2018/03/21-2028/03/20
156	张 大 妈	发行人	17432671	45	2018/05/06-2026/09/13
157	张 大 妈	发行人	17432672	41	2018/05/06-2026/09/13
158	张 大 妈	发行人	17432673	39	2018/05/06-2026/09/13
159	张 大 妈	发行人	17432674	36	2018/05/06-2026/09/13
160	张 大 妈	发行人	17432676	9	2018/05/06-2026/09/13
161	张 大 妈	发行人	17432675A	35	2018/05/06-2026/09/27
162	神马张大妈	发行人	24126724	9	2018/05/07-2028/05/06
163	神马张大妈	发行人	24127927	16	2018/05/07-2028/05/06
164	神马张大妈	发行人	24122800	35	2018/05/07-2028/05/06
165	神马张大妈	发行人	24125573	36	2018/05/07-2028/05/06
166	神马张大妈	发行人	24129454	38	2018/05/07-2028/05/06
167	神马张大妈	发行人	24129464	39	2018/05/07-2028/05/06
168	神马张大妈	发行人	24128287	40	2018/05/07-2028/05/06
169	神马张大妈	发行人	24129489	41	2018/05/07-2028/05/06
170	神马张大妈	发行人	24125625	42	2018/05/07-2028/05/06
171	神马张大妈	发行人	24122872	45	2018/05/07-2028/05/06
172	张 大 妈	发行人	24130615	38	2018/05/07-2028/05/06
173	神买张大妈	发行人	24128625	9	2018/05/14-2028/05/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
174	神买张大妈	发行人	24125280	35	2018/05/14-2028/05/13
175	神买张大妈	发行人	24125283	36	2018/05/14-2028/05/13
176	神买张大妈	发行人	24129862	39	2018/05/14-2028/05/13
177	神买张大妈	发行人	24125308	40	2018/05/14-2028/05/13
178	神买张大妈	发行人	24122941	41	2018/05/14-2028/05/13
179	值物总动员	发行人	24733690	35	2018/06/21-2028/06/20
180	值物总动员	发行人	24733689	42	2018/06/21-2028/06/20
181	小值	发行人	24733675	35	2018/06/21-2028/06/20
182	小小值	发行人	24733636	35	2018/06/21-2028/06/20
183	小小值	发行人	24733635	42	2018/06/21-2028/06/20
184	值物	发行人	24733686	42	2018/06/21-2028/06/20
185	值物	发行人	24733688	9	2018/06/21-2028/06/20
186	好物盛典	发行人	24733670	9	2018/06/21-2028/06/20
187	好物盛典	发行人	24733669	35	2018/06/21-2028/06/20
188	好物盛典	发行人	24733651	42	2018/06/21-2028/06/20
189	剁主	发行人	24733644	9	2018/06/21-2028/06/20
190	剁主	发行人	24733642	42	2018/06/21-2028/06/20
191	品数	发行人	24218262	36	2018/05/14-2028/05/13
192	品数	发行人	24218266	45	2018/05/14-2028/05/13
193	品数大数据	发行人	24218270	36	2018/05/14-2028/05/13
194	品数大数据	发行人	24218274	45	2018/05/14-2028/05/13
195	朕值到了	发行人	24733639	35	2018/06/21-2028/06/20
196	朕值到了	发行人	24733641	9	2018/06/21-2028/06/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
197	朕值到了	发行人	24733640	16	2018/06/21-2028/06/20
198	朕值到了	发行人	24733638	42	2018/06/21-2028/06/20
199	神买张大妈	发行人	25018696	45	2018/06/28-2028/06/27
200	神买张大妈	发行人	25023859	38	2018/06/28-2028/06/27
201	神买张大妈	发行人	25023868	42	2018/06/28-2028/06/27
202	神买张大妈	发行人	25025933	16	2018/06/28-2028/06/27
203	首席生活家	发行人	24733702	42	2018/06/21-2028/06/20
204	首席生活家	发行人	24733704	9	2018/06/21-2028/06/20
205	好文	发行人	24733645	42	2018/06/21-2028/06/20
206	好文	发行人	24733647	9	2018/06/21-2028/06/20
207	好文	发行人	24733646	35	2018/06/21-2028/06/20
208	经验盒子	发行人	24733673	9	2018/06/21-2028/06/20
209	经验盒子	发行人	24733672	35	2018/06/21-2028/06/20
210	经验盒子	发行人	24733671	42	2018/06/21-2028/06/20
211	值·生活家	发行人	24733701	9	2018/06/21-2028/06/20
212	值·生活家	发行人	24733700	35	2018/06/21-2028/06/20
213	值·生活家	发行人	24733699	42	2018/06/21-2028/06/20
214	值客原创	发行人	24733698	9	2018/06/21-2028/06/20
215	值客原创	发行人	24733697	35	2018/06/21-2028/06/20
216	值客原创	发行人	24733696	42	2018/06/21-2028/06/20
217	紫薯布丁	发行人	24733693	35	2018/06/21-2028/06/20
218	紫薯布丁	发行人	24733694	18	2018/06/21-2028/06/20
219	紫薯布丁	发行人	24733695	9	2018/06/21-2028/06/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
220	紫薯布丁	发行人	24733692	42	2018/06/21-2028/06/20
221	张大妈	发行人	24970562	10	2018/06/21-2028/06/20
222	张大妈	发行人	24971867	1	2018/06/28-2028/06/27
223	张大妈	发行人	24972905	33	2018/06/21-2028/06/20
224	张大妈	发行人	24972942	6	2018/06/28-2028/06/27
225	张大妈	发行人	24973566	11	2018/06/28-2028/06/27
226	张大妈	发行人	24973745	42	2018/06/21-2028/06/20
227	张大妈	发行人	24974306	20	2018/06/28-2028/06/27
228	张大妈	发行人	24964521	7	2018/06/21-2028/06/20
229	张大妈	发行人	24971181	22	2018/06/28-2028/06/27
230	张大妈	发行人	24956281	24	2018/06/28-2028/06/27
231	张大妈	发行人	24969173	16	2018/06/28-2028/06/27
232	张大妈	发行人	24974348	26	2018/06/28-2028/06/27
233	张大妈	发行人	24975431	44	2018/06/28-2028/06/27
234	张大妈	发行人	24975977	31	2018/06/28-2028/06/27
235	张大妈	发行人	24967569	14	2018/06/28-2028/06/27
236	张大妈	发行人	24976969	3	2018/06/21-2028/06/20
237	张大妈	发行人	24956562	18	2018/06/28-2028/06/27
238	张大妈	发行人	24958168	37	2018/06/28-2028/06/27
239	张大妈	发行人	24963838	27	2018/06/28-2028/06/27
240	张大妈	发行人	24528196	9	2018/06/14-2028/06/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
241	张大妈	发行人	24962074	17	2018/06/28-2028/06/27
242	张大妈	发行人	24528162	39	2018/06/14-2028/06/13
243	张大妈	发行人	24961883	21	2018/06/21-2028/06/20
244	张大妈	发行人	24961057	40	2018/06/28-2028/06/27
245	张大妈	发行人	24961516	28	2018/06/28-2028/06/27
246	张大妈	发行人	24959416	25	2018/06/28-2028/06/27
247	品数	发行人	24218265	42	2018/07/21-2028/07/20
248	品数大数据	发行人	24218273	42	2018/07/21-2028/07/20
249	好物小小值	发行人	25373391	35	2018/07/21-2028/07/20
250	值驿站	发行人	25373390	35	2018/07/21-2028/07/20
251	值的友	发行人	25373389	35	2018/07/21-2028/07/20
252	分刹	发行人	25373387	35	2018/07/21-2028/07/20
253	百科小小值	发行人	25373383	35	2018/07/21-2028/07/20
254	值鞋控	发行人	25373380	35	2018/07/21-2028/07/20
255	值驿站	发行人	25373379	9	2018/07/21-2028/07/20
256	值鞋控	发行人	25373378	9	2018/07/21-2028/07/20
257	值的友	发行人	25373376	9	2018/07/21-2028/07/20
258	踏青游	发行人	25373373	9	2018/07/21-2028/07/20
259	好物小小值	发行人	25373370	9	2018/07/21-2028/07/20
260	分刹	发行人	25373367	9	2018/07/21-2028/07/20
261	百科小小值	发行人	25373364	9	2018/07/21-2028/07/20
262	小小值	发行人	25369408	35	2018/07/14-2028/07/13
263	值问	发行人	25299923	35	2018/07/28-2028/07/27

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
264	值问	发行人	25299924	42	2018/07/21-2028/07/20
265	值问值答	发行人	25299925	35	2018/07/21-2028/07/20
266	值问值答	发行人	25299926	42	2018/07/21-2028/07/20
267	值言值语	发行人	25299928	42	2018/07/28-2028/07/27
268	值问	发行人	25299935	9	2018/07/21-2028/07/20
269	值问值答	发行人	25299936	9	2018/07/28-2028/07/27
270	值言值语	发行人	25299937	9	2018/07/28-2028/07/27
271	百科小小值	发行人	25373411	42	2018/07/21-2028/07/20
272	值驿站	发行人	25373410	42	2018/07/21-2028/07/20
273	值鞋控	发行人	25373409	42	2018/07/21-2028/07/20
274	值的友	发行人	25373407	42	2018/07/21-2028/07/20
275	踏青游	发行人	25373404	42	2018/07/21-2028/07/20
276	好物小小值	发行人	25373401	42	2018/07/21-2028/07/20
277	分剁	发行人	25373399	42	2018/07/21-2028/07/20
278	小值机器人	发行人	25373396	35	2018/07/21-2028/07/20
279	章大妈	发行人	25350999	42	2018/07/14-2028/07/13
280	值友	发行人	25351201	9	2018/07/14-2028/07/13
281	值友	发行人	25351212	16	2018/07/14-2028/07/13
282	小小值	发行人	25352855	40	2018/07/21-2028/07/20
283	值大妈	发行人	25353877	36	2018/07/21-2028/07/20
284	值大妈	发行人	25354979	36	2018/07/21-2028/07/20
285	值大妈	发行人	25355295	39	2018/07/14-2028/07/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
286	小小值	发行人	25352063	16	2018/07/14-2028/07/13
287	章大妈	发行人	25353802	41	2018/07/14-2028/07/13
288	值大妈	发行人	25354255	41	2018/07/14-2028/07/13
289	值友	发行人	25357759	39	2018/07/14-2028/07/13
290	小小值	发行人	25358579	45	2018/07/14-2028/07/13
291	值友	发行人	25358820	36	2018/07/14-2028/07/13
292	值友	发行人	25358863	45	2018/07/14-2028/07/13
293	值友	发行人	25368280	42	2018/07/14-2028/07/13
294	值大妈	发行人	25366960	16	2018/07/14-2028/07/13
295	值大妈	发行人	25362139	35	2018/07/14-2028/07/13
296	小小值	发行人	25361056	42	2018/07/14-2028/07/13
297	小小值	发行人	25361011	39	2018/07/14-2028/07/13
298	章大妈	发行人	25365377	16	2018/07/14-2028/07/13
299	值友	发行人	25371452	35	2018/07/14-2028/07/13
300	值大妈	发行人	25371420	9	2018/07/14-2028/07/13
301	值大妈	发行人	25370431	42	2018/07/14-2028/07/13
302		发行人	24070973	41	2018/07/14-2028/07/13
303	章大妈	发行人	25350947	39	2018/07/14-2028/07/13
304	张大妈	发行人	24970598	9	2018/08/14-2028/08/13
305	张大妈	发行人	24971765	45	2018/08/14-2028/08/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
306	张大妈	发行人	24976710	41	2018/08/14-2028/08/13
307	旅游小小值	发行人	26106017	35	2018/08/21-2028/08/20
308	张大妈	发行人	24523688	35	2018/10/21-2029/10/20
309	张大妈	发行人	24960484	43	2018/09/14-2028/09/13
310	张大妈	发行人	24963871	30	2018/09/14-2028/09/13
311	张大妈	发行人	24970437	29	2018/09/14-2028/09/13
312	张大妈	发行人	24973684	32	2018/09/14-2028/09/13
313	张大妈	发行人	24974359	5	2018/09/14-2028/09/13
314	值友	发行人	25356302	38	2018/07/14-2028/07/13
315	小小值	发行人	25359113	36	2018/07/14-2028/07/13
316	章大妈	发行人	25360010	35	2018/07/14-2028/07/13
317	章大妈	发行人	25364073	40	2018/07/14-2028/07/13
318	章大妈	发行人	25362427	38	2018/07/21-2028/07/20
319	值大妈	发行人	25362479	40	2018/07/21-2028/07/20
320	值友	发行人	25363686	40	2018/07/14-2028/07/13
321	章大妈	发行人	25364273	45	2018/07/21-2028/07/20
322	章大妈	发行人	25364770	9	2018/07/14-2028/07/13
323	小小值	发行人	25366051	41	2018/07/21-2028/07/20
324	小值	发行人	24733674	42	2019/01/21-2029/01/20
325	小值机器人	发行人	25373405	42	2018/12/21-2028/12/20
326	品数	发行人	26857407	42	2018/12/21-2028/12/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
327	品数大数据	发行人	26857408	42	2018/12/21-2028/12/20
328	老隋	发行人	27568921	35	2019/01/14-2029/01/13
329	白菜君	发行人	29173223	9	2019/01/07-2029/01/06
330	值景快报	发行人	26105907	42	2018/11/07-2028/11/06
331	值景快报	发行人	26105908	35	2018/11/07-2028/11/06
332	机壳公园	发行人	26106010	42	2018/11/07-2028/11/06
333	小编食堂	发行人	26106025	42	2018/11/07-2028/11/06
334	小编食堂	发行人	26106026	35	2018/11/07-2028/11/06
335	美人技	发行人	26106031	42	2018/11/07-2028/11/06
336	好物	发行人	24733650	9	2018/11/28-2028/11/27
337	值说	发行人	25299930	42	2018/11/07-2028/11/06
338	值答	发行人	25299934	9	2018/11/07-2028/11/06
339	值说	发行人	25299938	9	2018/11/07-2028/11/06
340	言值	发行人	24733706	35	2018/09/14-2028/09/13
341	值物	发行人	24733687	35	2018/09/14-2028/09/13
342	值物总动员	发行人	24733691	9	2018/09/14-2028/09/13
343	言值	发行人	24733705	42	2018/09/14-2028/09/13
344	BEIWO.COM	发行人	21477740	9	2017/11/21-2027/11/20
345	BEIWO.COM	发行人	21477846	16	2017/11/21-2027/11/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
346	BEIWO.COM	发行人	21478432	35	2017/11/21-2027/11/20
347	BEIWO.COM	发行人	21478046	36	2017/11/21-2027/11/20
348	BEIWO.COM	发行人	21478564	38	2017/11/28-2027/11/27
349	BEIWO.COM	发行人	21478788	39	2017/11/21-2027/11/20
350	BEIWO.COM	发行人	21479108	40	2017/11/21-2027/11/20
351	BEIWO.COM	发行人	21479366	41	2017/11/21-2027/11/20
352	BEIWO.COM	发行人	21479456	45	2017/11/21-2027/11/20
353	贝窝	发行人	21476444	38	2017/11/21-2027/11/20
354	贝窝	发行人	21476686	39	2017/11/21-2027/11/20
355	贝窝	发行人	21476746	40	2017/11/21-2027/11/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
356	贝窝	发行人	21476869	42	2017/11/21-2027/11/20
357	贝窝	发行人	21477182	45	2017/11/21-2027/11/20
358	值行	发行人	36260603	43	2019/10/21-2029/10/20
359	好物盛典	发行人	33460914	41	2019/08/28-2029/08/27
360	大妈家	发行人	32431826	42	2019/07/28-2029/07/27
361	大妈家	发行人	32431827	35	2019/07/28-2029/07/27
362	赏食	发行人	33881178	42	2019/06/14-2029/06/13
363	赏食	发行人	33881184	16	2019/06/14-2029/06/13
364	小值君	发行人	33746085	9	2019/05/28-2029/05/27
365	小值君	发行人	33746086	42	2019/05/28-2029/05/27
366	小值君	发行人	33746087	35	2019/05/28-2029/05/27
367	赏食	发行人	33881182	17	2019/06/07-2029/06/06
368	赏食	发行人	33881186	9	2019/06/14-2029/06/13
369	张东	发行人	33881593	21	2019/06/07-2029/06/06
370	张东	发行人	33881594	9	2019/06/07-2029/06/06
371	张大妈	发行人	32431825	9	2019/04/07-2029/04/06
372	值榜	发行人	26640916	42	2018/10/14-2028/10/13
373	值榜	发行人	26640917	35	2018/10/14-2028/10/13
374	值榜	发行人	26640918	9	2018/10/14-2028/10/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
375	值大妈	发行人	25651082	38	2018/07/28-2028/07/27
376	刹主	发行人	24733643	35	2018/09/14-2028/09/13
377	值答	发行人	25299922	42	2018/07/21-2028/07/20
378	识衣间	发行人	26106033	9	2018/08/21-2028/08/20
379	识衣间	发行人	26106034	35	2018/08/21-2028/08/20
380	识衣间	发行人	26106035	42	2018/08/21-2028/08/20
381	文俱说	发行人	26105902	42	2018/08/28-2028/08/27
382	文俱说	发行人	26105903	35	2018/08/28-2028/08/27
383	文俱说	发行人	26105904	9	2018/08/28-2028/08/27
384	值影快报	发行人	26106024	9	2018/08/21-2028/08/20
385	花小编	发行人	26106028	42	2018/08/21-2028/08/20
386	花小编	发行人	26106029	35	2018/08/21-2028/08/20
387	花小编	发行人	26106030	9	2018/08/21-2028/08/20
388	焕新家	发行人	25373372	9	2018/10/07-2028/10/06
389	小值机器人	发行人	25373374	9	2018/10/07-2028/10/06
390	踏青游	发行人	25373395	35	2018/10/07-2028/10/06
391	机壳公园	发行人	26105901	9	2018/10/07-2028/10/06
392	机壳公园	发行人	26105909	35	2018/10/07-2028/10/06
393	值说	发行人	25299929	35	2018/10/07-2028/10/06
394	老隋	发行人	27567568	6	2018/10/21-2028/10/20









序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
395	隋国栋	发行人	27567569	6	2018/10/21-2028/10/20
396	老隋	发行人	27568906	8	2018/10/21-2028/10/20
397	隋国栋	发行人	27568907	8	2018/10/21-2028/10/20
398	老隋	发行人	27568908	9	2018/10/21-2028/10/20
399	隋国栋	发行人	27568909	9	2018/10/21-2028/10/20
400	老隋	发行人	27568910	14	2018/10/21-2028/10/20
401	隋国栋	发行人	27568911	14	2018/10/21-2028/10/20
402	老隋	发行人	27568912	16	2018/10/21-2028/10/20
403	隋国栋	发行人	27568913	16	2018/10/21-2028/10/20
404	隋国栋	发行人	27568915	18	2018/10/21-2028/10/20
405	隋国栋	发行人	27568916	21	2018/10/21-2028/10/20
406	老隋	发行人	27568917	28	2018/10/21-2028/10/20
407	隋国栋	发行人	27568918	28	2018/10/21-2028/10/20
408	老隋	发行人	27568919	34	2018/10/21-2028/10/20
409	隋国栋	发行人	27568920	34	2018/10/21-2028/10/20
410	隋国栋	发行人	27568922	35	2018/10/21-2028/10/20
411	老隋	发行人	27568923	36	2018/10/21-2028/10/20
412	隋国栋	发行人	27568924	36	2018/10/21-2028/10/20
413	老隋	发行人	27568925	41	2018/10/21-2028/10/20
414	隋国栋	发行人	27569026	41	2018/10/21-2028/10/20
415	老隋	发行人	27569027	42	2018/10/21-2028/10/20

















序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
416	隋国栋	发行人	27569028	42	2018/10/21-2028/10/20
417	老隋	发行人	27569029	21	2018/10/21-2028/10/20
418	好物	发行人	24733648	42	2018/09/14-2028/09/13
419	种草记	发行人	24733660	9	2018/09/14-2028/09/13
420	晒物广场	发行人	24733661	42	2018/09/14-2028/09/13
421	晒物广场	发行人	24733662	35	2018/09/14-2028/09/13
422	晒物广场	发行人	24733663	9	2018/09/14-2028/09/13
423	值说	发行人	24733667	42	2018/09/14-2028/09/13
424	值说	发行人	24733668	35	2018/09/14-2028/09/13
425	小值	发行人	24733676	9	2018/09/14-2028/09/13
426	闲值	发行人	24733681	35	2018/09/14-2028/09/13
427	种草记	发行人	24733683	42	2018/09/14-2028/09/13
428	种草记	发行人	24733684	35	2018/09/14-2028/09/13
429	值说	发行人	24733685	9	2018/09/14-2028/09/13
430	首席生活家	发行人	24733703	35	2018/09/14-2028/09/13
431	老隋	发行人	27568914	18	2018/10/28-2028/10/27
432	张大妈	发行人	24571954	35	2019/12/14-2029/12/13
433	张大妈	发行人	24584147	35	2019/12/14-2029/12/13
434		发行人	36260578	9	2019/11/21-2029/11/20







序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
435		发行人	36260586	42	2019/11/21-2029/11/20
436		发行人	36260588	32	2019/10/21-2029/10/20
437		发行人	36260589	30	2019/11/14-2029/11/13
438		发行人	36260590	21	2019/11/21-2029/11/20
439		发行人	36260591	17	2019/11/21-2029/11/20
440		发行人	36260592	16	2019/10/21-2029/10/20
441		发行人	36260593	9	2019/11/21-2029/11/20
442	值行	发行人	36260597	16	2019/11/21-2029/11/20
443	值行	发行人	36260599	38	2019/11/21-2029/11/20
444	值行	发行人	36260600	39	2019/11/21-2029/11/20
445	值行	发行人	36260601	41	2019/11/21-2029/11/20
446	值行	发行人	36260602	42	2019/11/21-2029/11/20
447		发行人	36260613	30	2019/11/07-2029/11/06

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
448		发行人	36260615	30	2019/11/14-2029/11/13
449		发行人	36260585	43	2020/1/28-2030/1/27
450		发行人	36260584	42	2020/01/28-2030/01/27
451		发行人	36260582	39	2020/02/07-2030/02/06
452		发行人	36260579	16	2020/02/07-2030/02/06
453		发行人	36260581	38	2020/02/07-2030/02/06
454		发行人	36260580	35	2019/12/28-2029/12/27
455	SMZDM	发行人	36701765	9	2019/12/07-2029/12/06
456	SMZDM	发行人	36701764	16	2019/12/07-2029/12/06
457	SMZDM	发行人	36701763	36	2019/12/07-2029/12/06
458	SMZDM	发行人	36701768	38	2019/12/07-2029/12/06
459	SMZDM	发行人	36701761	45	2019/12/07-2029/12/06
460	SMZDM	发行人	36701767	42	2019/12/07-2029/12/06
461	SMZDM	发行人	36701762	41	2019/12/07-2029/12/06

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
462	城市不麋鹿	发行人	36299488	41	2019/09/28-2029/09/27
463	城市不麋鹿	发行人	36296423	35	2019/09/28-2029/09/27
464	城市不麋鹿	发行人	36299482	9	2019/09/28-2029/09/27
465	小小值	发行人	24733637	9	2020/03/21-2030/03/20
466	白菜君	发行人	37137530	42	2020/02/07-2030/02/06
467	张大妈	发行人	39020429	35	2020/02/14-2030/02/13
468	张大妈	发行人	39020430	9	2020/02/14-2030/02/13
469	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	1	2019/06/07-2029/06/06
470	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	2	2019/06/07-2029/06/06
471	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	3	2019/06/07-2029/06/06
472	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	4	2019/06/07-2029/06/06
473	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	5	2019/06/07-2029/06/06
474	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	6	2019/06/07-2029/06/06
475	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	7	2019/06/07-2029/06/06
476	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	8	2019/06/07-2029/06/06
477	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	10	2019/06/07-2029/06/06

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
478	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	11	2019/06/07-2029/06/06
479	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	12	2019/06/07-2029/06/06
480	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	13	2019/06/07-2029/06/06
481	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	14	2019/06/07-2029/06/06
482	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	15	2019/06/07-2029/06/06
483	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	16	2019/06/07-2029/06/06
484	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	17	2019/06/07-2029/06/06
485	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	18	2019/06/07-2029/06/06
486	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	19	2019/06/07-2029/06/06
487	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	20	2019/06/07-2029/06/06
488	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	21	2019/06/07-2029/06/06
489	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	22	2019/06/07-2029/06/06
490	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	23	2019/06/07-2029/06/06
491	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	24	2019/06/07-2029/06/06
492	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	25	2019/06/07-2029/06/06
493	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	26	2019/06/07-2029/06/06
494	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	27	2019/06/07-2029/06/06
495	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	28	2019/06/07-2029/06/06
496	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	29	2019/06/07-2029/06/06
497	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	30	2019/06/07-2029/06/06
498	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	31	2019/06/07-2029/06/06

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
499	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	32	2019/06/07-2029/06/06
500	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	33	2019/06/07-2029/06/06
501	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	34	2019/06/07-2029/06/06
502	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	36	2019/06/07-2029/06/06
503	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	37	2019/06/07-2029/06/06
504	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	38	2019/06/07-2029/06/06
505	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	39	2019/06/07-2029/06/06
506	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	40	2019/06/07-2029/06/06
507	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	41	2019/06/07-2029/06/06
508	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	43	2019/06/07-2029/06/06
509	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	44	2019/06/07-2029/06/06
510	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	30321126	45	2019/06/07-2029/06/06
511		发行人	36260621	9	2020/03/28-2030/03/27
512		发行人	36260619	17	2020/03/28-2030/03/27
513		发行人	36260614	21	2020/03/28-2030/03/27
514		发行人	36260604	17	2020/03/28-2030/03/27

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
515	值行	发行人	36260598	35	2020/03/28-2030/03/27
516		发行人	36260583	41	2020/03/28-2030/03/27
517	吃喝冒险王	发行人	40813650	35	2020/04/21-2030/04/20
518		星罗创想	21475313	16	2017/11/21-2027/11/20
519		星罗创想	21475628	40	2017/11/21-2027/11/20
520		星罗创想	21475895	45	2017/11/21-2027/11/20
521		星罗创想	21475441	16	2017/11/21-2027/11/20
522		星罗创想	21475880	45	2017/11/21-2027/11/20
523	星罗	星罗创想	21475259	16	2017/11/21-2027/11/20
524	星罗	星罗创想	21474925	40	2017/11/21-2027/11/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
525	星罗	星罗创想	21475034	45	2017/11/21-2027/11/20
526		星罗创想	21475762	41	2018/01/14-2028/01/13
527		星罗创想	21475730	41	2018/01/14-2028/01/13
528		星罗创想	21475458	36	2018/01/28-2028/01/27
529	沉醉的小五狼	华夏风物	61228549	35	2022/06/14-2032/06/13
530	沉醉的小五狼	华夏风物	61220459	41	2022/06/14-2032/06/13
531	沉醉的小五狼	华夏风物	61218818	32	2022/06/14-2032/06/13
532		华夏风物	49843264	33	2021/05/28-2031/05/27
533		华夏风物	49842736	38	2021/06/07-2031/06/06

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
534		华夏风物	49840222	32	2021/05/28-2031/05/27
535		华夏风物	49833218	35	2021/06/07-2031/06/06
536		华夏风物	49826390	30	2021/06/07-2031/06/06
537		华夏风物	49820112	29	2021/06/07-2031/06/06
538	风物百科	华夏风物	47222588	29	2021/04/28-2031/04/27
539	风物百科	华夏风物	47211885	35	2021/10/14-2031/10/13
540	风物百科	华夏风物	47202701	41	2021/02/14-2031/02/13
541	风物百科	华夏风物	47192413	30	2021/04/28-2031/04/27

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
542	风物百科	华夏风物	47190723	9	2021/02/14-2031/02/13
543	华夏风物百科	逢食科技	51949003	35	2021/08/21-2031/08/20
544	华夏风物	逢食科技	44904450	3	2021/02/14-2031/02/13
545	华夏风物	逢食科技	44903595	34	2020/12/14-2030/12/13
546	华夏风物	逢食科技	44903273	22	2020/12/14-2030/12/13
547	华夏风物	逢食科技	44900905	7	2021/03/14-2031/03/13
548	华夏风物	逢食科技	44900687	41	2021/02/28-2031/02/27

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
549	华夏风物	逢食科技	44898371	2	2020/12/14-2030/12/13
550	华夏风物	逢食科技	44898364	1	2021/02/21-2031/02/20
551	华夏风物	逢食科技	44898099	9	2021/03/07-2031/03/06
552	华夏风物	逢食科技	44896718	31	2021/04/21-2031/04/20
553	华夏风物	逢食科技	44896618	26	2020/12/14-2030/12/13
554	华夏风物	逢食科技	44896590	14	2020/12/14-2030/12/13
555	华夏风物	逢食科技	44896563	11	2021/04/07-2031/04/06

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
556	华夏风物	逢食科技	44895130	19	2021/02/21-2031/02/20
557	华夏风物	逢食科技	44894015	40	2020/12/07-2030/12/06
558	华夏风物	逢食科技	44893702	21	2021/04/28-2031/04/27
559	华夏风物	逢食科技	44893568	28	2020/12/14-2030/12/13
560	华夏风物	逢食科技	44893541	15	2020/12/14-2030/12/13
561	华夏风物	逢食科技	44893516	12	2020/12/14-2030/12/13
562	华夏风物	逢食科技	44890596	5	2021/02/21-2031/02/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
563	华夏风物	逢食科技	44890278	20	2021/05/14-2031/05/13
564	华夏风物	逢食科技	44885134	24	2021/04/28-2031/04/27
565	华夏风物	逢食科技	44885044	45	2020/12/14-2030/12/13
566	华夏风物	逢食科技	44884978	23	2020/12/14-2030/12/13
567	华夏风物	逢食科技	44884965	17	2020/12/14-2030/12/13
568	华夏风物	逢食科技	44883194	43	2021/02/28-2031/02/27
569	华夏风物	逢食科技	44881091	13	2020/12/14-2030/12/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
570	华夏风物	逢食科技	44879630	39	2020/12/14-2030/12/13
571	华夏风物	逢食科技	44879618	37	2020/12/14-2030/12/13
572	华夏风物	逢食科技	44879314	29	2021/04/07-2031/04/06
573	华夏风物	逢食科技	44877072	8	2021/03/14-2031/03/13
574	华夏风物	逢食科技	44877064	6	2021/02/21-2031/02/20
575	华夏风物	逢食科技	44877043	44	2021/02/14-2031/02/13
576	华夏风物	逢食科技	44876536	10	2021/02/14-2031/02/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
577	华夏风物	逢食科技	44876233	4	2020/12/14-2030/12/13
578	华夏风物	逢食科技	44871310	38	2020/12/14-2030/12/13
579	华夏风物	逢食科技	44871292	36	2021/02/14-2031/02/13
580	华夏风物	逢食科技	34736805	35	2020/02/07-2030/02/06
581	华夏风物	逢食科技	34725512	16	2019/10/14-2029/10/13
582	AmazingBrick	发行人	59749427	28	2022/04/07-2032/04/06
583	芯舍	发行人	58666688	38	2022/02/14-2032/02/13
584	芯舍	发行人	58665549	16	2022/02/14-2032/02/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
585		发行人	58664005	41	2022/05/07-2032/05/06
586		发行人	58663689	41	2022/02/14-2032/02/13
587		发行人	58663664	9	2022/02/14-2032/02/13
588		发行人	57506723	42	2022/01/21-2032/01/20
589		发行人	57506713	41	2022/01/21-2032/01/20
590		发行人	57506705	35	2022/01/21-2032/01/20
591	必境	发行人	55989546	9	2022/02/07-2032/02/06
592	值友汇	发行人	55269461	11	2021/11/14-2031/11/13
593	值友汇	发行人	55263843	35	2021/11/14-2031/11/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
594	值友汇	发行人	55261595	25	2021/12/07-2031/12/06
595	值友汇	发行人	55261551	21	2021/11/14-2031/11/13
596	值友汇	发行人	55257525	24	2021/11/21-2031/11/20
597	值友汇	发行人	55244307	3	2021/11/14-2031/11/13
598	AmazingBrick	发行人	53873697	20	2021/09/14-2031/09/13
599	AmazingBrick	发行人	53866210	41	2021/09/14-2031/09/13
600	AmazingBrick	发行人	53863572	14	2021/09/14-2031/09/13
601	AmazingBrick	发行人	53862713	35	2021/09/14-2031/09/13
602	AmazingBrick	发行人	53861307	21	2021/09/14-2031/09/13
603	AmazingBrick	发行人	53860597	9	2021/09/14-2031/09/13
604	AmazingBrick	发行人	53854146	42	2021/09/14-2031/09/13
605	AmazingBrick	发行人	53854127	28	2021/09/14-2031/09/13
606	AmazingBrick	发行人	53854106	17	2021/09/14-2031/09/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
607	 有桐科技 <small>独立原创 品牌可以复制</small>	发行人	51352320	35	2021/09/14-2031/09/13
608	 有桐科技 <small>独立原创 品牌可以复制</small>	发行人	51347404	9	2021/09/07-2031/09/06
609	 有桐科技 <small>独立原创 品牌可以复制</small>	发行人	46243240	42	2021/08/21-2031/08/20
610	有桐	发行人	46238411	42	2021/02/07-2031/02/06
611	值头条	发行人	39776405	35	2021/04/21-2031/04/20
612	SMZDM	发行人	36701769	35	2020/09/07-2030/09/06
613	SMZDM.COM	发行人	36701766	35	2020/09/07-2030/09/06
614	Fresh New 知新	发行人	36563261	9	2020/02/28-2030/02/27
615	Fresh New 知新	发行人	36563260	16	2020/08/14-2030/08/13
616		发行人	36260620	16	2020/06/07-2030/06/06

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
617		发行人	36260605	16	2020/08/14-2030/08/13
618		发行人	32431831	9	2020/05/14-2030/05/13
619		发行人	26401627	35	2020/03/07-2030/03/06
620		发行人	26401626	9	2020/03/07-2030/03/06
621		发行人	26401625	42	2020/03/07-2030/03/06
622	张大妈	发行人	23034782	35	2019/11/21-2029/11/20
623	金榜题名	发行人	13517195	42	2015/02/07-2025/02/06
624		发行人	7977034	25	2021/01/28-2031/01/27
625		发行人	7977029	25	2022/07/28-2032/07/27
626		发行人	7977019	25	2021/01/07-2031/01/06

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
627		发行人	7977008	25	2021/06/07-2031/06/06
628		发行人	7976994	25	2021/01/07-2031/01/06
629		发行人	7976967	25	2021/03/07-2031/03/06
630		发行人	7976938	25	2021/03/21-2031/03/20
631		发行人	7976926	3	2021/01/28-2031/01/27
632	金榜题名	发行人	3256800	25	2014/02/14-2024/02/13
633		北京值元	61659424	35	2022/06/14-2032/06/13
634		北京值元	61659423	38	2022/06/14-2032/06/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
635		北京值元	61659422	41	2022/06/14-2032/06/13
636		北京值元	61659421	42	2022/06/14-2032/06/13
637		北京值元	61659420	45	2022/06/14-2032/06/13
638	值数科技	北京值元	56008273	38	2022/01/07-2032/01/06
639	值数信息	北京值元	56006695	35	2022/01/07-2032/01/06
640	值数科技	北京值元	56003379	42	2022/01/07-2032/01/06
641	值数科技	北京值元	56001093	9	2021/12/21-2031/12/20
642	值数科技	北京值元	55999863	36	2021/12/21-2031/12/20
643	值数信息	北京值元	55992741	45	2021/12/28-2031/12/27
644	值数信息	北京值元	55990116	36	2022/01/07-2032/01/06
645	值数科技	北京值元	55988844	41	2022/01/07-2032/01/06
646	值数信息	北京值元	55983505	9	2022/01/07-2032/01/06

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
647	值数科技	北京值元	55983197	45	2021/12/28-2031/12/27
648	值数信息	北京值元	55983180	42	2022/01/07-2032/01/06
649	值数信息	北京值元	55983157	41	2022/01/07-2032/01/06
650	值数信息	北京值元	55979683	38	2022/01/07-2032/01/06
651	值数科技	北京值元	55978137	35	2021/12/21-2031/12/20
652	 聚值传媒	聚值传媒	51826143	41	2021/08/21-2031/08/20
653	 聚值传媒	聚值传媒	51816224	9	2021/10/28-2031/10/27
654	 聚值传媒	聚值传媒	51807394	38	2021/08/14-2031/08/13
655	 聚值传媒	聚值传媒	51772973	42	2021/08/21-2031/08/20
656	IZZON	黑光科技	20994708	27	2017/10/14-2027/10/13
657	IZZON	黑光科技	20994598	24	2017/10/14-2027/10/13
658	IZZON	黑光科技	20994289	20	2017/10/14-2027/10/13
659	IZZON	黑光科技	20994033	11	2017/10/14-2027/10/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
660		多元通道	61464656	41	2022/06/14-2032/06/13
661		多元通道	61464649	38	2022/06/14-2032/06/13
662	张小草	多元通道	61458813	9	2022/06/14-2032/06/13
663	张小草	多元通道	61455044	45	2022/06/14-2032/06/13
664		多元通道	61455030	42	2022/06/14-2032/06/13
665	张小草	多元通道	61450608	42	2022/06/14-2032/06/13
666	张小草	多元通道	61442303	38	2022/06/14-2032/06/13
667		多元通道	61441234	35	2022/06/14-2032/06/13
668		多元通道	61440193	45	2022/06/14-2032/06/13

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
669	张小草	多元通道	61440171	41	2022/06/14-2032/06/13
670	值库	有助科技	61741823	42	2022/06/21-2032/06/20
671	值库	有助科技	61741821	9	2022/06/21-2032/06/20
672	忠悦	北京忠悦国际旅行社有限公司（现更名为：北京漫鱼国际旅行社有限公司）	10264316	42	2013/02/07-2023/02/06
673	利主	发行人	62594852	35	2022/08/21-2032/08/20
674	紫薯布丁	发行人	62394649	42	2022/07/21-2032/07/20
675	紫薯布丁	发行人	62394647	9	2022/07/21-2032/07/20
676	值景快报	发行人	62394646	42	2022/09/28-2032/09/27
677	值景快报	发行人	62394645	35	2022/09/28-2032/09/27
678	值景快报	发行人	62394644	9	2022/07/21-2032/07/20
679	值·生活家	发行人	62394643	42	2022/07/21-2032/07/20
680	值·生活家	发行人	62394642	35	2022/07/21-2032/07/20
681	值·生活家	发行人	62394641	9	2022/07/21-2032/07/20
682	值客原创	发行人	62394639	35	2022/07/21-2032/07/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
683	值客原创	发行人	62394638	9	2022/07/21-2032/07/20
684	隋国栋	发行人	62394637	42	2022/07/21-2032/07/20
685	隋国栋	发行人	62394636	35	2022/07/21-2032/07/20
686	隋国栋	发行人	62394635	9	2022/07/21-2032/07/20
687	首席生活家	发行人	62394634	42	2022/07/21-2032/07/20
688	首席生活家	发行人	62394633	35	2022/07/21-2032/07/20
689	首席生活家	发行人	62394632	9	2022/07/21-2032/07/20
690	老隋	发行人	62394631	42	2022/07/21-2032/07/20
691	老隋	发行人	62394630	35	2022/07/21-2032/07/20
692	老隋	发行人	62394629	9	2022/07/21-2032/07/20
693	刹主	发行人	62394623	42	2022/08/07-2032/08/06
694	刹主	发行人	62394622	9	2022/08/07-2032/08/06
695	晒物广场	发行人	62394621	42	2022/07/21-2032/07/20
696	晒物广场	发行人	62394620	35	2022/07/21-2032/07/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
697	晒物广场	发行人	62394619	9	2022/07/21-2032/07/20
698	经验盒子	发行人	62394618	42	2022/07/21-2032/07/20
699	经验盒子	发行人	62394617	35	2022/07/21-2032/07/20
700	经验盒子	发行人	62394616	9	2022/07/21-2032/07/20
701	值物	发行人	62394615	42	2022/07/21-2032/07/20
702	值物	发行人	62394614	35	2022/07/21-2032/07/20
703	值物	发行人	62394613	9	2022/07/21-2032/07/20
704	值物总动员	发行人	62394612	42	2022/07/21-2032/07/20
705	值物总动员	发行人	62394611	35	2022/07/21-2032/07/20
706	值物总动员	发行人	62394610	9	2022/07/21-2032/07/20
707	值友	发行人	62392467	9	2022/07/28-2032/07/27
708	值榜	发行人	62392072	9	2022/07/14-2032/07/13
709	SMZDM.COM	发行人	62390850	35	2022/07/14-2032/07/13
710	小值机器人	发行人	62389267	42	2022/09/21-2032/09/20
711	好文	发行人	62389105	9	2022/07/21-2032/07/20

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
712	张 大 妈	发行人	62389020	35	2022/07/21-2032/07/20
713	张 大 妈	发行人	62389002	9	2022/07/14-2032/07/13
714	小小值	发行人	62387462	35	2022/07/28-2032/07/27
715	张 大 妈	发行人	62385978	41	2022/07/14-2032/07/13
716	张 大 妈	发行人	62385934	38	2022/07/14-2032/07/13
717	好文	发行人	62384175	42	2022/07/21-2032/07/20
718	小值	发行人	62384055	9	2022/07/28-2032/07/27
719	值榜	发行人	62381241	35	2022/07/21-2032/07/20
720	值 友	发行人	62378928	35	2022/07/14-2032/07/13
721	值榜	发行人	62378777	42	2022/07/14-2032/07/13
722	好文	发行人	62378713	35	2022/07/28-2032/07/27
723	百科小小值	发行人	62378006	9	2022/07/21-2032/07/20
724	小值	发行人	62376411	35	2022/09/29-2032/09/27

序号	商标	注册人	注册号	类别	有效期限
725	小值	发行人	62375633	42	2022/09/14-2032/09/13
726	张 大 妈	发行人	62375546	42	2022/07/14-2032/07/13
727	小小值	发行人	62374332	42	2022/07/14-2032/07/13
728	小值机器人	发行人	62373118	9	2022/07/14-2032/07/13
729	值 友	发行人	62370024	42	2022/07/14-2032/07/13
730		北京值元	61659425	9	2022/08/14-2031/08/13

附件二 境外注册商标

截至北京汉本知识产权代理有限公司出具核查说明之日（2022年11月17日），公司拥有4项境外注册商标专用权，具体情况如下：

序号	商标	注册人	注册号	注册地	类别	有效期
1	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	017113101	欧盟	9,35,42	2017/08/16- 2027/08/16
2	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	UK0091711 3101	英国	9,35,42	2017/08/16- 2027/08/16
3	 什么值得买 SMZDM.COM	发行人	3618026	印度	9,35,42	2017/08/22- 2027/08/22
4	 ValueQ	发行人	UK0091709 3295	英国	9,35,36, 41	2017/08/11- 2027/08/11

附件三 专利

截至 2022 年 9 月 30 日，公司及下属子公司共拥有 12 项专利证书，具体情况如下表所示：

序号	专利名称	申请号/专利号	类别	专利权人
1	一种提升样本排序多样性方法以及装置	202010101589X	发明	发行人
2	一种基于多运营商发送短信的方法	202010971004X	发明	发行人
3	一种电商大数据处理方法、装置、设备及存储介质	202111237956X	发明	发行人
4	一种发号方法及发号器	2018100171501	发明	发行人
5	电商商品信息发布方法和系统	2018100200735	发明	发行人
6	一种跟单方法及装置	2018100210756	发明	发行人
7	跳转处理方法和设备	2018100272292	发明	发行人
8	一种商品数据的显示方法、系统、介质及设备	2020101061188	发明	发行人
9	一种基于用户画像的商品推荐方法	2020111998430	发明	发行人
10	巧克力	2020300396522	外观设计	发行人
11	包装盒	2020300404961	外观设计	发行人
12	一种商品自动化匹配方法	2021112842960	发明	发行人

附件四 计算机软件著作权

截至 2022 年 9 月 30 日，公司及下属子公司共拥有 228 项软件著作权，具体情况如下表所示：

序号	软件名称	著作权人	登记号	登记时间
1	什么值得买用户画像系统 V1.0	发行人	2017SR726547	2017/12/25
2	什么值得买电商统计数据仓库系统 V1.0	发行人	2017SR726538	2017/12/25
3	什么值得买编辑首页推荐系统 V1.0	发行人	2017SR725093	2017/12/25
4	什么值得买分布式智能搜索系统 V1.5	发行人	2017SR726831	2017/12/25
5	什么值得买用户调研系统 V1.0	发行人	2017SR682604	2017/12/12
6	什么值得买经验分享平台 V1.0	发行人	2017SR682374	2017/12/12
7	什么值得买好价推荐系统 V1.0	发行人	2017SR682931	2017/12/12
8	什么值得买用户营销系统 V1.0	发行人	2017SR682167	2017/12/12
9	什么值得买移动版商品信息关注系统 V1.0	发行人	2017SR682361	2017/12/12
10	什么值得买商家自定义合作投放系统 V1.0	发行人	2017SR684700	2017/12/13
11	什么值得买商品页推荐系统 V1.0	发行人	2017SR685468	2017/12/13
12	什么值得买选购指南系统 V1.0	发行人	2017SR685475	2017/12/13
13	什么值得买商家智能投放系统 V1.0	发行人	2017SR686378	2017/12/13
14	什么值得买商业智能系统 V2.0	发行人	2018SR013596	2018/1/5
15	星罗销售效果营销联盟系统 V2.0	星罗创想	2017SR682958	2017/12/12
16	星罗智能化实时商品管理系统 V1.0	星罗创想	2017SR682916	2017/12/12
17	星罗智能商品选择推广系统 V1.0	星罗创想	2017SR682922	2017/12/12
18	星罗效果付费广告自动调度管理系统 V2.0	星罗创想	2017SR682859	2017/12/12
19	星罗消费导购信息实时推送系统 V2.5.5	星罗创想	2017SR681340	2017/12/12
20	星罗智能鞋码自动选择系统 (iPhone 版) V1.0	星罗创想	2017SR677072	2017/12/11
21	星罗智能鞋码自动选择系统 (android 版) V1.0.2	星罗创想	2017SR681393	2017/12/12
22	星罗自动化数据开放平台系统 V2.0	星罗创想	2017SR706772	2017/12/19
23	无忧直购视频分享系统 V1.0	无忧直购	2018SR007734	2018/1/3

24	无忧直购实时商品自动化采购系统 V1.0	无忧直购	2018SR008250	2018/1/4
25	无忧直购海外商品导购信息实时推送系统 V1.0	无忧直购	2018SR008945	2018/1/4
26	无忧直购导购信息自动化管理系统 V1.0	无忧直购	2018SR007818	2018/1/3
27	无忧直购转运信息实时推送系统 V1.0	无忧直购	2018SR008171	2018/1/4
28	无忧直购海外商品智能销售系统 V1.0	无忧直购	2018SR007138	2018/1/3
29	无忧直购直播系统 V1.0	无忧直购	2018SR007729	2018/1/3
30	什么值得买全站搜索系统 V2.0	发行人	2015SR288093	2015/12/29
31	什么值得买网站软件 V7.0	发行人	2015SR286720	2015/12/28
32	什么值得买数据挖掘系统 V1.0	发行人	2015SR284771	2015/12/28
33	什么值得买数据仓库系统 V1.0	发行人	2015SR284733	2015/12/28
34	什么值得买 WP 客户端软件 V2.5	发行人	2015SR284731	2015/12/28
35	什么值得买 Android 客户端软件 V6.0	发行人	2015SR284683	2015/12/28
36	什么值得买 iPhone 客户端软件 V6.0	发行人	2015SR284462	2015/12/28
37	什么值得买网站软件 V5.0	发行人	2014SR133670	2014/9/4
38	什么值得买 Android 客户端软件 V4.9	发行人	2014SR098377	2014/7/15
39	什么值得买 iPad 客户端软件 V2.0	发行人	2014SR098355	2014/7/15
40	什么值得买 AndroidHD 客户端软件 V1.0	发行人	2014SR098306	2014/7/15
41	什么值得买 chrome 实时推送软件 V2.4.2	发行人	2014SR098305	2014/7/15
42	什么值得买 iPhone 客户端软件 V4.3.1	发行人	2014SR097750	2014/7/15
43	什么值得买购物分享网站系统 V5.0	发行人	2013SR056439	2013/6/8
44	什么值得买安卓客户端软件 V3.2	发行人	2013SR055847	2013/6/6
45	什么值得买 iPhone 客户端软件 V3.1	发行人	2013SR055744	2013/6/6
46	什么值得买电商网购优质打折商品推荐系统(iPhone 专业版) V7.3	发行人	2016SR396939	2016/12/27
47	什么值得买汽车决策中心平台系统 V1.0	发行人	2016SR397152	2016/12/27
48	什么值得买旅游电子商务中心平台系统 V1.0	发行人	2016SR397496	2016/12/27

49	什么值得买基于画像的智能个性化推荐系统 V1.0	发行人	2016SR397500	2016/12/27
50	什么值得买电商网购优质打折商品推荐系统(情怀版) V2.5.1	发行人	2016SR397521	2016/12/27
51	什么值得买商业智能系统与机器学习应用系统 V1.0	发行人	2016SR397528	2016/12/27
52	什么值得买信用卡信息与决策平台系统 V1.0	发行人	2016SR397603	2016/12/27
53	什么值得买基于全渠道电商的电子商务平台系统 V2.0	发行人	2016SR397965	2016/12/27
54	什么值得买分布式智能搜索系统 V1.0	发行人	2016SR398004	2016/12/27
55	什么值得买广告智能投放平台系统 V1.0	发行人	2016SR398871	2016/12/27
56	什么值得买电商网购优质打折商品推荐系统(安卓大众版) V7.0	发行人	2016SR399463	2016/12/27
57	什么值得买消费门户系统 V6.0	发行人	2016SR399507	2016/12/27
58	星罗 ES 微服务系统 V1.0	星罗创想	2018SR320994	2018/5/9
59	星罗用户调研系统 V1.6	星罗创想	2018SR321280	2018/5/9
60	星罗海外站应用系统 V1.0	星罗创想	2018SR321283	2018/5/9
61	星罗轻晒单系统 V2.0	星罗创想	2018SR321451	2018/5/9
62	星罗用户激励幸运屋抽奖应用系统 V1.0	星罗创想	2018SR321841	2018/5/9
63	星罗订单自动化定时抓取系统 V1.0	星罗创想	2018SR321858	2018/5/9
64	星罗闲置应用系统 V1.0	星罗创想	2018SR321868	2018/5/9
65	什么值得买抽奖系统 V1.1.0	发行人	2019SR0096295	2019/1/28
66	什么值得买旅游业务平台 V2.0.0	发行人	2019SR0099007	2019/1/28
67	什么值得买客户关系管理系统 V3.7	发行人	2019SR0099591	2019/1/28
68	什么值得买统一日志服务系统 V1.0	发行人	2019SR0100580	2019/1/28
69	什么值得买软件统一配置中心系统 V1.0	发行人	2019SR0100587	2019/1/28
70	什么值得买通用编辑发布系统 V1.0	发行人	2019SR0100603	2019/1/28
71	基于分层商品库的分布式搜索引擎系统 V1.0	发行人	2019SR0101173	2019/1/28
72	基于用户画像的多模型推荐系统 V2.0	发行人	2019SR0101351	2019/1/28
73	什么值得买全球分层商品信息库系统 V2.5.3	发行人	2019SR0101356	2019/1/28
74	基于分布式技术的信息采集系统	发行人	2019SR0101380	2019/1/28

	V2.1			
75	什么值得买统一短信服务系统 V1.0	发行人	2019SR0101494	2019/1/28
76	什么值得买文章发布系统 V2.0	发行人	2019SR0101503	2019/1/28
77	什么值得买移动应用软件 V9.0	发行人	2019SR0101507	2019/1/28
78	什么值得买软件发布系统 V1.0	发行人	2019SR0101543	2019/1/28
79	用户现金激励系统 V1.0.0	发行人	2019SR0101548	2019/1/28
80	呼呼欢乐派对游戏软件 V1.0	发行人	2019SR0347737	2019/4/18
81	基于用户关系链的社区系统 V1.0	发行人	2020SR0063771	2020/1/14
82	基于信息流广告的移动端软件 V9.5	发行人	2020SR0063787	2020/1/14
83	基于模型策略的搜索引擎系统 V1.0	发行人	2020SR0065808	2020/1/14
84	基于智能程序化信息发布的商家中心系统 V1.0	发行人	2020SR0065816	2020/1/14
85	基于千人千面的网站平台系统 V2.0	发行人	2020SR0066027	2020/1/14
86	基于 CPS 营销效果的推荐引擎系统 V1.0	发行人	2020SR0066313	2020/1/14
87	什么值得买通用跳转平台 V1.0	发行人	2020SR1672726	2020/11/28
88	基于自然语言分析的多级评论分析系统 V1.0	发行人	2020SR1672750	2020/11/28
89	基于自然语言分析的商品归并审核系统 V1.0	发行人	2020SR1672751	2020/11/28
90	什么值得买晒物系统 V1.0	发行人	2020SR1672752	2020/11/28
91	什么值得买生活服务平台 V1.0	发行人	2020SR1672753	2020/11/28
92	多业务共用的建立倒排索引的平台 V1.0	发行人	2020SR1672902	2020/11/28
93	基于流式计算的大批量推送的风险控制系统 V1.0	发行人	2020SR1672903	2020/11/28
94	什么值得买人工参与服务的页面采集系统 V1.0	发行人	2020SR1673479	2020/11/28
95	什么值得买站外电商数据接入系统 V1.0	发行人	2020SR1676603	2020/11/28
96	基于特定用户群体的任务系统 V2.0	发行人	2020SR1679581	2020/11/28
97	用户成长系统 V2.0	发行人	2020SR1679582	2020/11/28
98	什么值得买栏目系统 V1.0	发行人	2020SR1679597	2020/11/28
99	什么值得买新人专区系统 V1.0	发行人	2020SR1679613	2020/11/28
100	融合容器云和微服务治理的研发运维一体化平台 V2.5.3	发行人	2020SR1682755	2020/11/28
101	可配置的基于多种学习模型的搜索	发行人	2020SR1682756	2020/11/28

	精排系统 V1.0			
102	什么值得买智能化好价平台 V1.0	发行人	2021SR0251467	2021/2/18
103	什么值得买流式订单处理系统 V1.0	发行人	2021SR0251468	2021/2/18
104	基于深度学习的搜索排序系统 V1.0	发行人	2021SR0251531	2021/2/18
105	什么值得买高性能网站系统 V1.0	发行人	2021SR0251532	2021/2/18
106	多维矩阵用户增长系统 V1.0	发行人	2021SR0251547	2021/2/18
107	什么值得买电商数据采集系统 V1.0	发行人	2021SR0251548	2021/2/18
108	什么值得买短视频晒物系统 V1.0	发行人	2021SR0251549	2021/2/18
109	什么值得买移动应用软件 V10.0	发行人	2021SR0311202	2021/2/26
110	业务请求网关中心软件 V1.0	发行人	2021SR1459500	2021/9/30
111	什么值得买流批一体数仓系统 V1.0	发行人	2021SR1459543	2021/9/30
112	图片向量检索服务系统 V1.0	发行人	2021SR1459544	2021/9/30
113	高性能高扩展广告系统 V1.0	发行人	2021SR1630385	2021/11/4
114	多任务调度压测系统 V5.0	发行人	2021SR1630386	2021/11/4
115	多应用自定义运营位配置系统 V1.0	发行人	2022SR0145946	2022/1/24
116	复合渠道下的用户增长系统 V2.0	发行人	2022SR0146412	2022/1/24
117	直播小侦探软件 V1.0	发行人	2022SR0347470	2022/3/15
118	值得买 app 首页多目标推荐系统 V1.0	发行人	2022SR0347471	2022/3/15
119	多维度分发好价平台 V1.0	发行人	2022SR0349864	2022/3/16
120	跨平台多应用前台模版管理系统 V1.0	发行人	2022SR0349865	2022/3/16
121	电商数据采集平台 V7.0	发行人	2022SR0351822	2022/3/16
122	社区推荐模型软件 V1.0	发行人	2022SR0722144	2022/6/8
123	桐云客户端软件（商家版） V1.0	有桐科技	2020SR0628031	2020/6/16
124	桐云客户端软件（供应商版） V1.0	有桐科技	2020SR0628038	2020/6/16
125	桐云小程序软件 V1.0	有桐科技	2020SR0628219	2020/6/16
126	全球好物客户端软件 V1.0.0	有桐科技	2020SR0628321	2020/6/16
127	桐云客户端直播平台 V1.0	有桐科技	2020SR0628995	2020/6/16
128	桐云供应商平台 V1.0	有桐科技	2021SR1193268	2021/8/12
129	桐云客户端商家版 iosV2.3.0	有桐科技	2021SR1193269	2021/8/12
130	桐云微商城平台 V1.6	有桐科技	2021SR1193294	2021/8/12
131	桐云客户端商家版 AndroidV2.3.0	有桐科技	2021SR1200195	2021/8/13
132	桐云会员营销系统 V2.2	有桐科技	2022SR0145981	2022/1/24

133	基于电商网站的项目管理系统 V1.0	趋优科技	2020SR0157488	2020/2/20
134	基于结构化电商品牌商品信息的用户协同信息完善系统 V1.0	趋优科技	2020SR0157494	2020/2/20
135	基于生命周期的精细化客户关系管理系统 V1.0	趋优科技	2020SR0157500	2020/2/20
136	运维监控管理平台 V1.0	趋优科技	2020SR0564633	2020/6/4
137	bug 反馈系统 V1.0	趋优科技	2020SR0567267	2020/6/4
138	业务文件管理系统 V1.0	趋优科技	2020SR0567275	2020/6/4
139	基于结构化数据的说明书查询服务系统 V1.0	趋优科技	2020SR1104489	2020/9/16
140	趋优互联网移动办公软件 V1.0	趋优科技	2020SR1106279	2020/9/16
141	礼品卡管理系统 V1.0	趋优科技	2020SR1119476	2020/9/17
142	海南趋优企业项目存管系统 V1.0	趋优科技	2020SR1819284	2020/12/15
143	海南趋优社区云服务系统平台 V1.0	趋优科技	2020SR1819285	2020/12/15
144	海南趋优客户及员工管理平台 V1.0	趋优科技	2020SR1819466	2020/12/15
145	星罗微信生态效果营销系统 V1.0	星罗创想	2019SR0107707	2019/1/25
146	星罗自动化数据开放平台系统 V1.0	星罗创想	2019SR0242331	2019/3/12
147	ValueQ 拼购系统 V1.0	星罗创想	2020SR0098033	2020/1/19
148	星罗联盟支付系统 V1.0	星罗创想	2020SR0098305	2020/1/19
149	银联国际业务合作平台 V1.0	星罗创想	2020SR0101208	2020/1/19
150	星罗大数据合作平台 V1.0	星罗创想	2020SR0101212	2020/1/19
151	魅族生活助手 app 软件 V1.0	星罗创想	2020SR0101216	2020/1/19
152	星罗数据平台 V1.0	星罗创想	2020SR1733022	2020/12/4
153	星罗运营管理后台 V1.0	星罗创想	2020SR1754501	2020/12/8
154	星罗星选小程序系统 V1.0	星罗创想	2020SR1754502	2020/12/8
155	好货平台 V1.0	星罗创想	2020SR1754596	2020/12/8
156	财务管理系统 V1.0	星罗创想	2020SR1754677	2020/12/8
157	CPX 项目管理系统 V1.0	星罗创想	2020SR1754678	2020/12/8
158	星矢数据监控系统 V1.0	星罗创想	2021SR0251470	2021/2/18
159	星罗星选小程序系统 V2.0	星罗创想	2021SR0311203	2021/2/26
160	好货云发单系统 V1.0	星罗创想	2021SR1459501	2021/9/30
161	星罗视频素材管理系统 V1.0	星罗创想	2021SR1459542	2021/9/30
162	星罗好货渠道分销系统 V1.0	星罗创想	2021SR1630395	2021/11/4
163	星罗品牌代播管理系统 V1.0	星罗创想	2022SR0716642	2022/6/8

164	星罗联盟团长业务管理系统 V1.0	星罗创想	2022SR0716643	2022/6/8
165	星罗达人带货管理系统 V1.0	星罗创想	2022SR0717273	2022/6/8
166	星罗好货小程序 V1.0	星罗创想	2022SR0717274	2022/6/8
167	品牌代运营和代播财务管理系统 V1.0	星罗创想	2022SR0717275	2022/6/8
168	星罗达人资源管理系统 V1.0	星罗创想	2022SR0717276	2022/6/8
169	值得买商品智能推送系统 V1.0	值得买杭州	2020SR1834851	2020/12/16
170	基于大数据的好口碑产品信息采集系统 V1.0	值得买杭州	2020SR1834860	2020/12/16
171	值得买产品信息综合搜索系统 V1.0	值得买杭州	2021SR0339118	2021/3/4
172	值得买用户管理系统 V1.0	值得买杭州	2021SR0341262	2021/3/4
173	值得买产品信息数据处理系统 V1.0	值得买杭州	2021SR0347325	2021/3/5
174	白酒星球移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0588809	2021/4/23
175	甜漫记移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0588810	2021/4/23
176	必境移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0588811	2021/4/23
177	NAS 迷移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0653206	2021/5/10
178	小树苗阅读移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0653242	2021/5/10
179	光圈社移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0653377	2021/5/10
180	装机营地移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0779566	2021/5/27
181	万物天梯移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0779567	2021/5/27
182	朴酌移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0779568	2021/5/27
183	交流电车移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0779625	2021/5/27
184	表境移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR0779626	2021/5/27
185	芯舍移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR1004107	2021/7/8
186	醉山房移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR1004122	2021/7/8
187	值得买直播移动应用软件 V1.0	值得买杭州	2021SR2157416	2021/12/26
188	值得买直播控制后台应用软件 V1.0	值得买杭州	2022SR0145499	2022/1/24
189	网页可视化搭建与预渲染系统 V1.0	值得买杭州	2022SR0347469	2022/3/15
190	积木小站移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811006	2021/6/1
191	花钱帝移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811007	2021/6/1
192	WANTOBE 移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811010	2021/6/1
193	省钱 bingo 移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811011	2021/6/1
194	尿裤帮移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811033	2021/6/1
195	厨卫 U 家移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811210	2021/6/1

196	爱宠次元移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811211	2021/6/1
197	跑者 RUNNER 移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811217	2021/6/1
198	Fit 挑食值选移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811241	2021/6/1
199	啡行移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811242	2021/6/1
200	好闻好价移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR0811257	2021/6/1
201	小福鲤移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR1089833	2021/7/23
202	基于多媒体内容平台软件 V1.0	海南值选	2021SR1829519	2021/11/22
203	基于本地生活功能的移动应用软件 V1.0	海南值选	2021SR1829563	2021/11/22
204	基于晒物发布功能的移动应用软件 V1.0	海南值选	2022SR0145982	2022/1/24
205	基于推荐算法的移动应用软件 V1.0	海南值选	2022SR0146372	2022/1/24
206	多应用自定义筛选组件配置系统 V1.0	海南值选	2022SR0146550	2022/1/24
207	华夏风物好物推荐平台系统 V1.0	华夏风物	2020SR0377959	2021/5/6
208	华夏风物-城市名片小程序软件 V1.0	华夏风物	2020SR1733083	2021/5/6
209	华夏风物移动应用软件 V1.0	华夏风物	2022SR0718873	2022/6/8
210	牙研社移动应用软件 V1.0	星盟网络	2021SR1401805	2021/9/18
211	影音咖移动应用软件 V1.0	星盟网络	2021SR1401812	2021/9/18
212	PhoneClub 移动应用软件 V1.0	星盟网络	2021SR1401813	2021/9/18
213	电视老司机移动应用软件 V1.0	星盟网络	2021SR1411941	2021/9/22
214	投影研究院移动应用软件 V1.0	星盟网络	2021SR1411942	2021/9/22
215	电商客户管理系统 V1.0	黑光科技	2018SR897697	2018/11/9
216	优讯创想信息发布平台软件 V1.0	优讯创想	2019SR0907129	2019/9/2
217	基于深度学习的多目标推荐排序系统	发行人	2022SR0901301	2022/7/7
218	什么值得买内容安全审核管理系统	发行人	2022SR0938831	2022/7/15
219	推荐系统历史存储布隆过滤器平台	发行人	2022SR0938885	2022/7/15
220	多行业自定义数据录入系统	发行人	2022SR0940686	2022/7/18
221	什么值得买用户增长体系运营系统	发行人	2022SR0945287	2022/7/19
222	多应用数据规则配置同步系统	趋优科技	2022SR0940985	2022/7/18
223	基于模板动态生成图片系统	海南值选	2022SR0941501	2022/7/18
224	基于视频发布功能的移动应用软件	海南值选	2022SR0944064	2022/7/18
225	百科首页名词优化软件	值得买杭州	2022SR1023887	2022/8/5

226	通过好价的商品链接验证 NLP 系统	值得买杭州	2022SR1023866	2022/8/5
227	星罗 MRP 微信小程序软件	星罗创想	2022SR0945277	2022/7/19
228	桐云积分商城管理系统	有桐科技	2022SR0940701	2022/7/18

附件五 作品著作权

截至 2022 年 9 月 30 日，公司及下属子公司已取得 40 项经登记的作品著作权，具体情况如下表所示：

序号	作品名称	著作权人	作品类别	登记号	登记日期
1	什么值得买 Andriod 客户端样式设计	发行人	其他	国作登字 -2016-L-00250595	2016/1/22
2	什么值得买 iPhone 客户端样式设计	发行人	其他	国作登字 -2016-L-00250594	2016/1/22
3	什么值得买网站	发行人	其他	国作登字 -2017-L-00322711	2017/5/27
4	什么值得买“值”印章体标志	发行人	美术作品	国作登字 -2017-F-00322710	2017/5/27
5	“值得买”手写印章体标志	发行人	美术作品	国作登字 -2017-F-00322708	2017/5/27
6	“什么值得买”手写印章体标志	发行人	美术作品	国作登字 -2017-F-00322709	2017/5/27
7	什么值得买标识	发行人	美术作品	国作登字 -2017-F-00348765	2017/1/6
8	值标识	发行人	美术作品	国作登字 -2017-F-00348764	2017/1/6
9	值直播间标识	发行人	美术作品	国作登字 -2017-F-00459579	2017/5/26
10	值播标识	发行人	美术作品	国作登字 -2017-F-00459580	2017/5/26
11	新锐品牌图形标识	发行人	美术作品	国作登字 -2017-F-00479635	2017/7/7
12	新锐品牌标识	发行人	美术作品	国作登字 -2017-F-00479636	2017/7/7
13	什么值得买 APP 8.0 (Android 版) UI 设计	发行人	其他	国作登字 -2017-L-00491655	2017/8/1
14	什么值得买 APP 8.0 (iOS 版) UI 设计	发行人	其他	国作登字 -2017-L-00491555	2017/8/1
15	什么值得买官网 UI 设计	发行人	其他	国作登字 -2017-L-00491656	2017/8/1
16	AR 标识	发行人	美术作品	国作登字 -2018-F-00591877	2018/8/7
17	长安东市	发行人	美术作品	国作登字 -2018-F-00613291	2018/9/6
18	知新	发行人	美术作品	国作登字 -2018-F-00614001	2018/9/7

19	Fresh-New 知新	发行人	美术作品	国作登字 -2018-F-00614002	2018/9/7
20	長安東市瓦当形图案	发行人	美术作品	国作登字 -2019-F-00751288	2019/3/26
21	長安東市系列辅助图案	发行人	美术作品	国作登字 -2019-F-00756895	2019/3/26
22	值标识	发行人	美术作品	国作登字 -2019-F-00859354	2019/8/8
23	什么值得买标识	发行人	美术作品	国作登字 -2019-F-00859355	2019/8/8
24	长安东市-东市印章图案	发行人	美术作品	国作登字 -2019-F-00751286	2019/3/26
25	值行	发行人	美术作品	国作登字 -2019-F-00751287	2019/3/26
26	值得买天才马克婷 IP 形象表情延展	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00030327	2021/2/7
27	值得买天才马克婷 IP 形象	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00030326	2021/2/7
28	值得买科技标识	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00067896	2021/3/23
29	什么值得买标识	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00181414	2021/8/9
30	圣托里尼岛希腊小镇	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00273723	2021/11/26
31	值得买营销 LOGO	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00290741	2021/12/20
32	值仔 IP 形象	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00290742	2021/12/20
33	唐仁侦探社	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00282519	2021/12/8
34	值得买 才是双 11	发行人	美术作品	国作登字 -2022-F-10000293	2022/1/4
35	张小草的日常	发行人	美术作品	国作登字 -2022-F-10032911	2022/2/15
36	白菜君	发行人	美术作品	国作登字 -2022-F-10057070	2022/3/15
37	张小草	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00269692	2021/11/22
38	白菜小跟班	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00271887	2021/11/24
39	张小草的书包	发行人	美术作品	国作登字 -2021-F-00271888	2021/11/24

40	数值科技 LOGO	北京值元	美术作品	国作登字 -2022-F-10039849	2022/2/22
----	-----------	------	------	--------------------------	-----------

附件六 域名

截至 2022 年 9 月 30 日，公司及下属子公司共拥有 93 项域名，具体情况如下表所示：

序号	域名	域名持有者	注册日期	到期日期	ICP 备案
1	wanwuzhinan.com	发行人	2019/10/9	2023/10/9	京 ICP 备 12048526 号-5
2	smzdmimg.com	发行人	2013/1/18	2024/1/18	京 ICP 备 12048526 号-3
3	quaolai.com	发行人	2017/10/13	2023/10/13	京 ICP 备 12048526 号-4
4	smzdm.com	发行人	2010/6/30	2024/6/30	京 ICP 备 12048526 号-2
5	valueq-sea.com	发行人	2020/2/10	2024/2/10	京 ICP 备 12048526 号-6
6	zhangdama.com	发行人	2012/5/2	2023/5/2	
7	faxianpindao.com	发行人	2012/8/28	2023/8/28	京 ICP 备 12048526 号-1
8	amazingbrick.com	发行人	2014/11/8	2023/11/8	
9	zhidekan.com	发行人	2012/5/6	2023/5/6	
10	brickstation.com	发行人	2007/10/15	2023/10/15	
11	zhidemai.com	发行人	2009/10/23	2024/10/23	京 ICP 备 12048526 号-8
12	smzdm.net	发行人	2011/7/31	2023/7/21	
13	smzdm.cn	发行人	2011/7/31	2023/7/31	
14	smzdm.com.cn	发行人	2011/7/31	2023/7/31	
15	zhi.net.cn	发行人	2012/10/23	2023/10/23	
16	zdm.net	发行人	1999/3/22	2024/3/22	京 ICP 备 12048526 号-7
17	huaxiafengwu.com	华夏风物	2020/3/6	2024/3/6	京 ICP 备 20017513 号-1
18	huaxiafengwu.com.cn	华夏风物	2021/8/26	2023/8/26	京 ICP 备 20017513 号-3
19	lvyouziyuan.cn	华夏风物	2021/8/17	2023/8/17	京 ICP 备 20017513 号-2
20	usergrowup.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
21	yonghuhuodong.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
22	userinvitation.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
23	yonghuyaoqing.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
24	qiandaohuodong.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
25	userpromotion.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
26	creationactivity.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
27	yonghuchengzhang.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	

序号	域名	域名持有者	注册日期	到期日期	ICP 备案
28	userinvite.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
29	yaoqingyouli.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
30	yonghulaxin.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
31	usermedal.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
32	userinviter.com	逢食科技	2020/9/17	2023/9/17	
33	xingmengkeji.com	星盟网络	2021/3/23	2024/3/23	津 ICP 备 2021003892 号-1
34	amazing-brick.com	优讯创想	2021/12/21	2023/12/21	鲁 ICP 备 2022004905 号-1
35	365yfd.com	星罗创想	2021/8/13	2023/8/13	鲁 ICP 备 16030504 号-5
36	xingluoxingxuan.com	星罗创想	2021/8/13	2023/8/13	鲁 ICP 备 16030504 号-3
37	linkstars.com	星罗创想	2003/9/8	2023/9/8	鲁 ICP 备 16030504 号-1
38	haohuo.com	星罗创想	2006/2/25	2025/2/25	鲁 ICP 备 16030504 号-2
39	yfd001.com	星罗创想	2021/4/26	2023/4/26	
40	xingluohaohuo.com	星罗创想	2021/8/13	2023/8/13	鲁 ICP 备 16030504 号-4
41	zdmhz.com	值得买杭州	2021/3/25	2024/3/25	浙 ICP 备 2021010092 号-1
42	zhixuankeji.com	海南值选	2021/3/23	2024/3/23	琼 ICP 备 2021003053 号-1
43	zhi-ku.cn	有助通达	2021/12/23	2023/12/23	京 ICP 备 2022002792 号-1
44	youzhutech.com	有助科技	2020/3/17	2024/3/17	京 ICP 备 2021005252 号-1
45	youzhutech.cn	有助科技	2021/4/30	2023/4/30	京 ICP 备 2021005252 号-2
46	youtongyun.com	有桐科技	2018/2/22	2024/2/22	京 ICP 备 20017766 号-1
47	brande.com.cn	易合博略	2013/4/12	2023/4/12	京 ICP 备 2021037894 号-1
48	xinzhi-community.com	星云新知	2022/5/26	2023/5/26	京 ICP 备 2022018337 号-1
49	wanxiangyingsheng.com	万象映生	2022/7/14	2023/7/14	京 ICP 备 2022022193 号-1
50	datazhi.com	北京值元	2021/5/20	2023/5/20	京 ICP 备 2021019398 号
51	datazhi.cn	北京值元	2021/5/20	2023/5/20	京 ICP 备 2021019398 号-1
52	comrc.com.cn	世研咨询	2001/10/31	2024/10/31	京 ICP 备 19030544 号-1

序号	域名	域名持有者	注册日期	到期日期	ICP 备案
53	crcindex.com	世研咨询	2021/1/23	2024/1/23	京 ICP 备 19030544 号-2
54	juhezhenyuan.cn	聚禾臻源	2021/1/6	2024/1/6	京 ICP 备 2021004627 号-1
55	juhezhenyuan.com	聚禾臻源	2021/1/6	2024/1/6	京 ICP 备 2021004627 号-2
56	zdmimg.com	发行人	2013/1/18	2024/1/18	
57	beiwo.com	无忧直购	2005/9/26	2023/9/26	
58	xhotel.com	发行人	1999/12/5	2023/12/5	
59	ec.com	发行人	1997/8/7	2023/8/6	
60	valueq.net	发行人	2017/6/13	2025/6/13	
61	zhi.cn	发行人	2014/1/22	2024/1/22	
62	zhi.fm	发行人	2012/10/17	2024/10/17	
63	zhide.com	发行人	2003/8/19	2025/8/20	
64	baicaidang.com	发行人	2011/11/25	2025/7/21	
65	shenjiage.com	发行人	2011/11/16	2025/7/21	
66	shoumanwu.com	发行人	2011/11/16	2025/7/21	
67	wenzirou.com	发行人	2011/12/10	2025/7/21	
68	10uniques.com	发行人	2018/4/16	2025/4/16	
69	168ht.com	星罗创想	2013/10/19	2023/10/19	
70	zdm.app	发行人	2018/5/4	2025/5/4	
71	zhi.app	发行人	2018/5/4	2025/5/4	
72	smzdm.app	发行人	2018/5/4	2025/5/4	
73	metazdm.com	发行人	2021/11/8	2024/11/8	
74	wolb.net	发行人	2020/12/11	2023/12/11	
75	haibao.tv	海报沃斯	2006/11/1	2023/11/1	
76	haibao.com.cn	海报沃斯	2005/7/31	2023/7/31	
77	hbimg.cn	海报沃斯	2012/9/18	2023/9/18	
78	haibao.com	海报沃斯	2002/12/27	2023/12/27	京 ICP 备 2022025809 号-2
79	ihaibao.com.cn	海报沃斯	2012/10/17	2023/10/17	
80	haibao.中国	海报沃斯	2012/10/29	2023/10/29	
81	ihaibao.com	海报沃斯	2006/8/17	2023/8/17	
82	haibaotv.com.cn	海报沃斯	2016/3/11	2023/3/11	

序号	域名	域名持有者	注册日期	到期日期	ICP 备案
83	haibao.asia	海报沃斯	2011/5/4	2023/5/4	
84	haibao.cn	海报沃斯	2005/4/2	2023/4/2	京 ICP 备 2022025809 号 -1
85	tvhaibao.com	海报沃斯	2016/3/11	2023/3/11	
86	haibaotv.cn	海报沃斯	2016/3/11	2023/3/11	
87	diaox2.net.cn	好有言周	2017/11/17	2023/11/17	
88	diaox2.net	好有言周	2017/11/17	2023/11/17	
89	diaox2.com	好有言周	2014/8/17	2023/8/17	京 ICP 备 2022027264 号 -2
90	yousixiang.cn	好有言周	2014/7/28	2023/7/28	
91	diaox2.org.cn	好有言周	2017/11/17	2023/11/17	
92	diaox2.com.cn	好有言周	2017/11/17	2023/11/17	
93	diaox2.cn	好有言周	2014/8/17	2023/8/17	京 ICP 备 2022027264 号 -1

注：根据《非经营性互联网信息服务备案管理办法》第五条的规定，在中华人民共和国境内提供非经营性互联网信息服务，应当依法履行备案手续。在中华人民共和国境内提供非经营性互联网信息服务，是指在中华人民共和国境内的组织或个人利用通过互联网域名访问的网站或者利用仅能通过互联网 IP 地址访问的网站，提供非经营性互联网信息服务。据此，信息服务提供主体是“通过互联网域名访问的网站提供互联网信息服务”才需办理域名备案。上表所示的未备案域名均未实际使用，因此不需要办理域名备案手续。