

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

上海新数网络科技股份有限公司

Shanghai WiseMedia Technology Co., LTD.

(上海市嘉定区南翔镇嘉好路 1690 号 2 幢 423 室)



首次公开发行股票并在科创板上市

招股说明书

(申报稿)

本公司的发行上市申请尚需经上海证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



(湖北省武汉市东湖新技术开发区关东园路 2 号高科大厦四楼)

本次发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A股）
发行股数：	本次发行股票采用公开发行人股方式（不设老股转让方案），本次公开发行不超过人民币普通股 4,068 万股，且本次公开发行后的流通股股份占公司股份总数的比例不低于 25%，最终发行数量以中国证监会同意注册的决定为准
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	人民币【】元/股
预计发行日期：	【】年【】月【】日
拟上市的交易所和板块：	上海证券交易所 科创板
发行后总股本：	不超过 16,271.77 万股
保荐人（主承销商）：	天风证券股份有限公司
招股说明书签署日期：	【】年【】月【】日

声 明

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

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

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

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

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

重大事项提示

本公司提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必认真阅读本招股说明书正文的全部内容，并特别关注以下重大事项。

一、重要承诺事项

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺

本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺参见本招股说明书“**第十节 投资者保护/六、重要承诺事项/（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺**”。

（二）持股 5%以上股东持股及减持意向的承诺

持股 5%以上股东的持股意向及减持意向的承诺参见本招股说明书“**第十节 投资者保护/六、重要承诺事项/（二）本次发行前股东的持股及减持意向的承诺**”。

（三）稳定股价的措施和承诺

发行人及其控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员对公司上市后三年内股价低于每股净资产时回购或增持股份事项作出了承诺，具体内容参见本招股说明书“**第十节 投资者保护/六、重要承诺事项/（三）稳定股价和股份购回的措施和承诺**”。

（四）招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺参见本招股说明书“**第十节 投资者保护/六、重要承诺事项/（五）招股说明书不存在虚假记载**

载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺及欺诈发行上市的回购承诺”。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

填补被摊薄即期回报的措施及承诺参见本招股说明书“第十节 投资者保护/六、重要承诺事项/（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

二、本次发行前滚存未分配利润分配方案

2019年4月24日，公司召开了2019年第二次临时股东大会决议，审议通过了《关于公司本次发行前滚存利润分配方案的议案》，同意公司在本次发行上市前实现的滚存未分配利润由新老股东按发行后的股份比例共享。

三、本次发行后公司股利分配政策和分红回报规划

本次发行后公司股利分配政策和分红回报规划参见本招股说明书“第十节 投资者保护/六、重要承诺事项/（七）利润分配政策的承诺”。

四、未能履行承诺时的约束措施

未能履行承诺时的约束措施参见本招股说明书“第十节 投资者保护/六、重要承诺事项/（八）依法承担赔偿责任或者赔偿责任的承诺”。

五、本公司特别提醒投资者注意本招股说明书“第四节 风险因素”中的下列风险

（一）技术风险

发行人是一家广告科技公司，技术创新是互联网企业生存和发展的重要手段，也是公司保持市场竞争力的核心能力。发行人通过数据管理平台对历史数据和实时数据进行分析和挖掘，通过程序化广告平台自动采买媒体流量并针对特定受众

投放广告，致力于发掘每一条媒体流量的真实价值，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。虽然公司已经在程序化广告领域拥有一定技术积累，但如果未来公司的技术更新迭代跟不上行业发展趋势，或者公司未能及时研判和预测新技术发展方向，则公司将无法维持技术优势，公司的竞争能力和可持续发展能力将受到影响，进而影响到公司的经营业绩。

（二）成长性风险

2018年，公司游戏行业客户受到游戏版号暂停审批的影响，导致公司程序化广告业务收入有所下降，虽然公司通过加强大数据分析应用和提升综合创意服务水平，提高了主营业务毛利率，在一定程度上抵消了收入下降带来的负面影响，但公司的利润水平仍略有下滑。此外，公司未来业绩成长性还受到宏观经济环境、行业政策、竞争格局、技术创新、人才培养、资金投入、市场推广、企业管理等诸多因素影响，任何不利因素都可能导致公司经营业绩增长放缓、业绩下滑甚至亏损。

（三）市场竞争加剧的风险

随着中国大数据产业的飞速发展，程序化广告行业竞争不断加剧。腾讯、阿里巴巴、百度、字节跳动等互联网企业都利用各自优势资源参与大数据营销，众多互联网营销服务商也凭借在细分领域的竞争力拓展程序化广告业务。虽然公司目前积累了较好的客户和媒体资源，但互联网和大数据技术迭代快、产品更新频繁、互联网广告市场构成复杂，若公司不能持续有效地制定战略规划，保持富有竞争力的数据分析技术和程序化广告服务，则可能丧失公司目前的市场地位，削弱公司的核心竞争力，使公司在市场竞争中处于不利地位，进而影响公司的经营业绩和发展潜力。

（四）前五名客户收入占比较高的风险

2018年度，发行人前五名客户的收入合计占当期营业收入总额的比例为62.94%，占营业收入的比例较高。报告期内，发行人主要下游客户为国内游戏行

业上市公司和大型 4A 广告公司。游戏公司由于收入主要来自线上，其后台业务系统能够直接衡量广告投入所带来的回报，对优质的效果广告服务有直接需求，成为发行人程序化广告业务的主要客户。大型 4A 广告公司需要为跨国企业客户提供包含程序化广告的综合营销服务，也是发行人程序化广告业务的主要客户。公司凭借优质的技术和服务实力，获得了客户的高度认可，报告期内主要客户保持稳定，但如果公司主要客户的经营情况恶化或所在行业遭受重大不利影响，将可能对公司的业绩产生不利影响。

（五）募集资金投资项目新增折旧、摊销及研发投入影响公司业绩的风险

本次募集资金投资项目中包括购置办公室、服务器等固定资产和操作系统、应用软件等无形资产，以及相应的研发资金投入。本次募集资金到位后，随着募集资金投资项目的实施，固定资产、无形资产和研发投入都将逐步增加。由于募集资金投资项目产生效益需要一定时间，而项目建成后固定资产折旧、无形资产摊销将直接影响公司净利润。因此，新增的折旧、摊销及研发费用将会给公司上市后的净利润造成压力，如果募集资金投资项目未能实现预期效益，将对公司经营业绩造成不利影响。

（六）发行后公司即期回报被摊薄的风险

公司 2018 年度扣除非经常性损益前后孰低的每股收益为 0.20 元，2018 年度扣除非经常性损益前后孰低的加权平均净资产收益率为 13.80%。截至 2018 年 12 月 31 日，公司总股本为 12,203.77 万股，净资产 19,188.36 万元。公司本次公开发行新股数量不超过 4,068 万股，本次发行后公司的净资产规模将出现一定程度的增长。由于募集资金投资项目建设需要一定周期，期间股东回报主要通过现有业务实现，存在公司净利润的增长速度可能无法与净资产的增长速度同步，从而导致公司每股收益和净资产收益率等指标在短期内出现一定幅度的下降的风险。

本招股说明书“**第四节 风险因素**”披露了可能直接或间接对公司经营状况、财务状况、持续经营和盈利能力以及对本次发行产生重大不利影响的相关风险因素。本公司提请投资者须认真阅读该章节的全部内容。

目 录

声 明.....	3
重大事项提示	4
一、重要承诺事项.....	4
二、本次发行前滚存未分配利润分配方案.....	5
三、本次发行后公司股利分配政策和分红回报规划.....	5
四、未能履行承诺时的约束措施.....	5
五、本公司特别提醒投资者注意本招股说明书“第四节 风险因素”中的下列 风险.....	5
目 录.....	8
第一节 释义	12
第二节 概览	16
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....	16
二、本次发行概况.....	16
三、发行人报告期内的主要财务数据和财务指标.....	17
四、发行人的主营业务情况.....	18
五、发行人技术先进性、研发技术产业化情况以及未来发展战略.....	19
六、发行人选择的具体上市标准.....	22
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....	23
八、募集资金用途简介.....	23
第三节 本次发行概况	24
一、本次发行的基本情况.....	24
二、本次发行的有关当事人.....	25
三、发行人与本次发行有关当事人之间的关系.....	26
四、本次发行上市的重要日期.....	27
第四节 风险因素	28

一、行业风险.....	28
二、经营风险.....	28
三、财务风险.....	32
四、募集资金投资项目风险.....	32
五、其他风险.....	33
第五节 发行人基本情况	35
一、发行人基本资料.....	35
二、发行人设立情况.....	35
三、报告期内股本和股东变化情况.....	37
四、发行人报告期内重大资产重组情况.....	42
五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况	43
六、公司搭建境外红筹架构及拆除过程.....	44
七、发行人的股权结构和组织结构.....	50
八、发行人控股子公司、参股公司基本情况.....	51
九、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况	55
十、发行人股本情况.....	58
十一、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员.....	60
十二、发行人已经制定或实施的股权激励及相关安排.....	70
十三、发行人员工情况.....	70
十四、发行人报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况.....	71
第六节 业务与技术	73
一、发行人主营业务和主要服务的情况.....	73
二、发行人所处行业基本情况.....	86
三、发行人的销售和采购情况.....	113
四、发行人拥有的与主营业务相关的资源要素情况.....	119
五、发行人特许经营权情况.....	123
六、技术和研发情况.....	123
七、发行人境外资产与业务.....	134
第七节 公司治理与独立性	136

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会制度的运行及履职情况.....	136
二、发行人关于内部控制的自我评估.....	141
三、发行人报告期内违法违规情况.....	141
四、发行人报告期内的资金占用和对外担保情况.....	141
五、发行人独立运营情况.....	142
六、同业竞争情况.....	144
七、关联方与关联关系.....	145
八、关联交易.....	147
第八节 财务会计信息与管理层分析	151
一、发行人财务报表.....	151
二、会计师事务所的审计意见.....	158
三、财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况.....	158
四、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析.....	160
五、主要会计政策和会计估计.....	163
六、经注册会计师核验的非经常性损益表.....	177
七、主要税种税率、享受的主要税收优惠政策.....	177
八、发行人报告期内主要财务指标.....	178
九、分部信息.....	181
十、经营成果分析.....	181
十一、资产质量分析.....	199
十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	207
十三、期后事项、或有事项及其他重要事项.....	215
十四、盈利预测.....	216
第九节 募集资金运用和未来发展规.....	217
一、募集资金具体用途.....	217
二、智能大数据广告投放分析系统建设项目.....	218
四、发行人未来发展规划.....	229

第十节 投资者保护	232
一、投资者关系的主要安排	232
二、股利分配政策	234
三、本次发行前滚存未分配利润分配方案	238
四、发行人股东投票机制的建立情况	238
五、发行人存在特别表决权股份或协议控制架构等类似安排采取的保护投资者合法权益的各项措施	239
六、重要承诺事项	240
第十一节 其他重要事项	262
一、重要合同	262
二、发行人对外担保情况	266
三、诉讼及仲裁事项	267
四、发行人控股股东、实际控制人重大违法情况	267
第十二节 声明	268
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明	268
二、发行人控股股东、实际控制人声明	269
三、保荐人（主承销商）声明	270
保荐人（主承销商）董事长声明	271
保荐人（主承销商）总经理声明	272
四、审计机构声明	273
五、发行人律师声明	273
六、评估机构声明	275
七、验资机构声明	276
八、验资机构声明	277
第十三节 附件	278
一、备查文件	278
二、现场查阅时间和地址	278
三、信息披露网站	279

第一节 释义

在本招股说明书中，除非另有说明，下列词汇具有如下意义：

常用词语释义		
公司、本公司、发行人、股份公司、新数网络	指	上海新数网络科技有限公司
有限公司、新数有限	指	上海新数网络科技有限公司，本公司 2015 年 8 月整体变更前之有限公司
新数科技、新数科技发展	指	上海新数科技发展有限公司，发行人全资子公司
馨数、馨数软件	指	上海馨数软件技术有限公司，发行人全资子公司
步凯、步凯广告	指	上海步凯广告有限公司，发行人控股子公司
新数新加坡	指	WISEMEDIA (SINGAPORE) PTE. LTD.，发行人设立在新加坡的全资子公司
鸿云投资	指	GrandCloud Investment Limited，一家在英属维尔京群岛设立的公司
智点投资	指	WiseClick Investment Limited，一家在英属维尔京群岛设立的公司
新数控股	指	WiseMedia Holdings Limited，一家在英属维尔京群岛设立的公司
新数香港	指	WiseMedia (HongKong) Limited，一家在香港设立的公司
指尖时光	指	北京指尖时光广告有限公司，发行人参股公司
寺二文化	指	上海寺二文化传播有限公司，发行人参股公司
谦隐网络	指	上海谦隐网络科技有限公司，发行人参股公司
望极文化	指	上海望极文化传媒有限公司，发行人参股公司
掌达网络	指	广州掌达网络科技有限公司，发行人参股公司
非凡世纪	指	宁波非凡世纪投资合伙企业（有限合伙），发行人参股企业
得词信息	指	上海得词信息科技有限公司，发行人参股公司
捷那咨询	指	上海捷那商务咨询有限公司，控股股东、实际控制人控制的其他企业
山鹰投资	指	山鹰投资管理有限公司
馨捷咨询	指	上海馨捷管理咨询合伙企业（有限合伙）
游族网络	指	游族网络股份有限公司
众引传播	指	上海众引文化传播股份有限公司
三七互娱	指	芜湖顺荣三七互娱网络科技股份有限公司
恺英网络	指	恺英网络股份有限公司
阿里妈妈TANX	指	Taobao Ad Network & Exchange的缩写，阿里妈妈旗下互联

		网推广的营销平台
腾讯	指	腾讯控股（港交所，股票代码：00700）及其控制的主体
腾讯社交广告	指	在微信朋友圈、公众号、QQ等多种场景下的广告推广
阿里妈妈	指	杭州阿里妈妈软件服务有限公司
新浪	指	Sina Corporation（NASDAQ 股票代码：SINA）及其控制的主体
百度	指	Baidu, Inc.（NASDAQ股票代码：BIDU）及其控制的主体，包括但不限于百度在线网络技术（北京）有限公司、北京百度网讯科技有限公司、百度时代网络技术（北京）有限公司、北京小度互娱科技有限公司、北京爱奇艺科技有限公司等
百度BES	指	百度流量交易服务（Baidu Exchange Service）
爱奇艺	指	iQIYI（NASDAQ 股票代码：IQ）及其控制的主体
优酷、优酷土豆	指	优酷土豆（纽交所，股票代码：YOKU）及其控制的主体
盛大	指	盛大网络，一家互动娱乐媒体企业，已被世纪华通收购
Talking Data	指	北京腾云天下科技有限公司，一家独立第三方移动数据服务平台
AdMaster	指	精硕科技（北京）股份有限公司，一家第三方独立的营销数据技术公司
秒针	指	北京秒针信息咨询有限公司，一家第三方独立大数据营销技术公司
复歌科技	指	上海复歌信息科技有限公司
高德	指	高德地图，一家国内领先的数字地图内容、导航和位置服务解决方案提供商
MOB	指	Mobtech，提供第三方移动开发者和数据服务平台
eMarketer	指	一家全球知名的专注于数字及媒体市场的研究机构
Top Digital	指	Top Digital数字创新峰会，亚洲知名的TMT行业盛会
美孚	指	Exxon Mobil，美国第一大石油公司
强生集团	指	Johnson & Johnson，全球领先的医疗保健企业
迪奥	指	Christian Dior，法国著名时尚消费品牌
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
上交所	指	上海证券交易所
股转系统、股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
天风证券、保荐人、保荐机构	指	天风证券股份有限公司
通力律所、发行人律师	指	上海市通力律师事务所
普华永道、会计师	指	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）
中兴财光华	指	中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）

本次发行	指	公司本次首次公开发行人民币普通股的行为
公司法	指	中华人民共和国公司法
证券法	指	中华人民共和国证券法
公司章程	指	上海新数网络科技有限公司章程
近三年、最近三年、报告期	指	2016年度、2017年度、2018年度
平米	指	平方米
元、万元	指	人民币元、人民币万元
专业名词		
PC	指	个人电脑
OTT	指	Over The Top的缩写，主要指智能电视或者OTT机顶盒
OTV	指	Online TV的缩写，主要指网络电视
程序化广告平台	指	利用大数据技术为广告主提供程序化广告投放服务的平台
广告交易平台	指	利用大数据技术连接广告买方和卖方的交易平台
曝光	指	广告展示
着陆页	指	又称落地页、引导页，当潜在用户点击广告后显示给用户的网页
DMP	指	Data Management Platform的缩写，数据管理平台
SSP	指	供给端平台
APP	指	Application的缩写，指智能手机的第三方应用程序
CPM	指	Cost Per Mille的缩写，按千次展示计价的广告计费模式
CPC	指	Cost Per Click的缩写，按点击计价的广告计费模式
CPA	指	Cost Per Action的缩写，按用户后续行为计价的广告计费模式
CPT	指	Cost Per Time的缩写，按展示时间计价的广告计费模式
eCPM	指	effective CPM，即有效CPM，广告业务中用于统一比较不同计价方式CPM、CPC、CPA的换算标准
TA浓度	指	目标受众占比，指目标人群占广告投放所覆盖人群的比例
ROI、投资回报率	指	指广告投放的投入产出率，一般计算公式=产出（销售收入）/投入（广告成本）
百度指数	指	百度海量网民行为数据为基础分析的指数平台
KPI	指	Key Performance Indicator的缩写，关键绩效指标
CDN	指	Content Delivery Network的缩写，内容分发网络
LBS	指	基于位置的服务，通过电信移动运营商的无线电通讯网络或外部定位方式如GPS获取移动终端用户的位置信息
可视化	指	利用计算机图形学和图像处理技术，将数据转换成图形或图

		像在屏幕上显示出来,再进行交互处理的理论、方法和技术。
脱敏	指	对某些敏感信息通过脱敏规则进行数据的变形,实现敏感隐私数据的可靠保护。
神经网络	指	人工智能领域的算法之一,从信息处理角度对人脑神经网络进行抽象,建立某种简单模型,按不同的连接方式组成不同的网络。
CTR	指	Click Through Rate的缩写,点击到达率,即广告的实际点击次数
API	指	开放应用程序编程接口
SDK	指	Software Development Kit的缩写,软件开发工具包
IDC	指	Internet Data Center的缩写,互联网数据中心
Hadoop	指	一个由Apache基金会所开发的分布式系统基础架构,用户可以在不了解分布式底层细节的情况下,开发分布式程序
HDFS	指	Hadoop Distributed File System的缩写,Hadoop分布式文件系统
Hive	指	基于Hadoop的一个数据仓库工具
Spark	指	UC Berkeley AMP lab所开源的通用并行框架,专为大规模数据处理而设计的快速通用的计算引擎
Flume	指	Cloudera公司开发的一个分布式海量日志采集、聚合和传输的系统
Kafka	指	一种高吞吐量的分布式发布订阅消息系统,可以处理消费者规模的网站中的所有动作流数据
Clickhouse	指	一个用于联机分析处理的列式数据库管理系统
LVS	指	Linux Virtual Server的缩写,即Linux虚拟服务器,是一个虚拟的服务器集群系统
PID控制器	指	比例-积分-微分控制器,是一个在工业控制应用中常见的反馈回路部件,主要适用于基本线性和动态特性不随时间变化的系统。

本招股说明书中若出现合计数的尾数与各分项数字之和的尾数不一致的情况,系由四舍五入的原因所引起。

第二节 概览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

(一) 发行人基本情况			
发行人名称	上海新数网络科技有限公司	成立日期	2011年9月26日
注册资本	12,203.7684 万元	法定代表人	赵士路
注册地址	上海市嘉定区南翔镇嘉好路1690号2幢423室	主要生产经营地址	上海市虹口区大连路宝地广场B座1901-03室
控股股东	赵士路	实际控制人	赵士路
行业分类	互联网和相关服务业（I64）	在其他交易场所（申请挂牌或上市的情况）	全国中小企业股份转让系统挂牌，证券代码：834990
(二) 本次发行的有关中介机构			
保荐人	天风证券股份有限公司	主承销商	天风证券股份有限公司
发行人律师	上海市通力律师事务所	其他承销机构	【 】
审计机构	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	上海众华资产评估有限公司

二、本次发行概况

(一) 本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 4,068 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
其中：发行新股数量	不超过 4,068 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 16,271.77 万股		
每股发行价格	【 】元		

发行市盈率	【】倍		
发行前每股净资产	1.57元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍		
发行方式	本次发行采用网下向投资者询价配售和网上按市值申购向公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会、上交所认可的其他发行方式。		
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和在上海证券交易所开立（A股）股票账户且符合相关法律法规关于科创板股票投资者适当性条件的境内自然人、法人等投资者以及符合中国证监会、上交所规定的其他投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	-		
发行费用的分摊原则	-		
募集资金总额	【】元		
募集资金净额	【】元		
募集资金投资项目	智能大数据广告投放分析系统建设项目		
发行费用概算	【】万元		
（二）本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日		
开始询价推介日期	【】年【】月【】日		
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日		
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日		
股票上市日期	【】年【】月【】日		

三、发行人报告期内的主要财务数据和财务指标

项 目	2018年12月31日 /2018年度	2017年12月31日 /2017年度	2016年12月31日 /2016年度
资产总额（万元）	23,593.06	20,944.05	19,937.42
归属于母公司所有者权益（万元）	19,188.36	16,229.85	14,572.43
资产负债率（母公司）（%）	18.98	24.44	26.26
营业收入（万元）	23,322.41	26,690.85	26,774.86
净利润（万元）	2,941.48	3,355.88	2,424.83
归属于母公司所有者的净利润（万元）	2,941.71	3,370.46	2,424.83
扣除非经常性损益后归属于母公司所	2,443.60	3,237.09	2,348.29

有者的净利润（万元）			
基本每股收益（元）	0.24	0.28	0.20
稀释每股收益（元）	0.24	0.28	0.20
加权平均净资产收益率（%）（依据归属于母公司所有者的净利润计算）	16.61	21.87	20.68
经营活动产生的现金流量净额（万元）	311.83	2,102.36	1,409.13
现金分红（万元）	-	1,694.97	-
研发投入占营业收入的比例（%）	4.88	3.72	4.79

四、发行人的主营业务情况

（一）主营业务情况

发行人是一家广告科技公司，主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务，利用分布式并行计算、机器学习、人工智能等技术对海量异构数据进行处理、分析和挖掘，并将由此产生的信息和知识应用于互联网广告领域。发行人通过数据管理平台对历史数据和实时数据进行分析和挖掘，通过程序化广告平台自动采买媒体流量并针对特定受众投放广告，致力于发掘每一条媒体流量的真实价值，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。报告期内，公司收入构成情况如下表所示：

单位：万元

类别	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
程序化平台投放业务	22,613.78	96.96%	25,851.44	96.86%	25,413.65	94.92%
SSP	289.47	1.24%	621.75	2.33%	1,198.17	4.47%
其他广告业务	338.91	1.45%	139.67	0.52%	18.38	0.07%
技术服务	80.24	0.34%	77.99	0.29%	144.65	0.54%
总计	23,322.41	100.00%	26,690.85	100.00%	26,774.86	100.00%

（二）主要经营模式

发行人是一家广告科技公司，主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。公司一边对接有程序化广告需求的广告主，另一边对接互联网媒体流

量资源，致力于实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。发行人通过数据管理平台对海量异构数据进行分析和挖掘，通过程序化广告平台向媒体自动采买流量，针对符合广告主营销需求的目标人群投放广告，在致力于为广告主提供最优的广告投放效果的前提下，获取来自广告主的广告投放费用。

（三）主要竞争地位

发行人是国内最早从事程序化广告业务的企业之一。2011年10月，公司程序化广告平台与谷歌广告交易市场、阿里妈妈TANX实现对接。2012年5月，发行人通过程序化平台投放了游族网络的广告，成为第一批在国内实现程序化广告商业化的企业。

此后，发行人在大数据分析技术和程序化广告服务方面不断推陈出新。2013年，发行人推出WiseRemarketing综合决策引擎，利用重定向技术提高程序化广告转化率。2015年，发行人推出WiseOTV+智能视频分析投放平台，成为国内少数具备视频程序化广告数据深度挖掘与应用能力的服务商。2017年，发行人推出OTT智能电视广告平台，提出结合智能电视的跨屏整合方案。发行人坚持以技术创新为不同行业客户定制实效推广解决方案，帮助广告主利用多维数据完成媒介购买决策，提升数字营销投入回报。发行人在业内积累了良好的口碑，得到了业内同行的广泛认可。

发行人长期致力于以数据驱动程序化广告业务，发掘每一条媒体流量的真实价值，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。通过长期技术研发和业务实践的积累，发行人在技术实力、品牌影响力、媒体资源、客户资源等方面均处于业内领先地位。发行人成立以来，曾荣获“上海市科技小巨人企业”、“上海市‘专精特新’中小企业”、“TopDigital Awards 金奖”、“广告主金远奖金奖”、“腾讯社交广告最佳DSP合作伙伴特别大奖”、“百度最佳合作伙伴”、“阿里妈妈金牌合作伙伴”等多项荣誉。

五、发行人技术先进性、研发技术产业化情况以及未来发展战略

（一）技术先进性

发行人专注于数据驱动的程序化广告业务，搭建实时竞价系统致力于快速稳定，整合不同渠道流量致力于海量多源，优化内部出价算法致力于准确有效，开发广告投放平台致力于简单高效，提供可视化数据报表致力于低延迟和多维度。

1、搭建实时竞价系统，实现快速稳定的服务

在实时竞价系统中，每时每刻都有大规模的流量信息需要分析处理，在收到高并发的竞价请求时，需要快速分析流量是否符合投放需求，确保在 100 毫秒内作出响应，同时还需要对大规模日志数据进行实时统计和离线统计，对于架构设计、运维技术及核心算法提出了较高的要求，需要同时具备强大的实时竞价能力和快速的大数据处理能力。

为应对以上问题，公司通过多次架构升级及核心代码优化，形成了对各个广告交易平台的流量进行快速判断，根据广告业务人员设置的投放目标和投放策略进行出价响应，并根据投放数据进行实时的优化调整。新数程序化广告平台可以支持超过 10 万个广告单元同时报价，支持响应每秒 20 万次的竞价请求，内部竞价完成时间小于 50 毫秒。合理的架构设计保证系统长期稳定运行，可以在不停止流量的情况下完成代码迭代升级工作。

2、整合不同渠道流量，采集海量多源的数据

新数数据管理平台汇集了来自业务各方的大量数据，海量、丰富的数据来源为发行人的程序化广告业务提供了数据基础。丰富的媒体资源可以更好的满足广告主多媒体投放和频控需求，能够争取更多的广告预算，也为广告流量分析及人群分析提供了数据保障。新数程序化广告平台广泛对接阿里妈妈 TANX、腾讯、百度、爱奇艺、优酷等国内 PC、移动端、OTT、OTV 主流媒体。

3、不断优化出价算法，实现准确有效的广告效果

程序化广告业务的核心是广告出价算法。发行人利用大数据技术和机器学习技术，将历史广告投放数据作为样本数据进行模型训练，预估每条流量的用户价值，实现对广告流量的合理出价和持续优化。数据管理平台根据历史数据动态预

测点击率和转化率，为广告出价提供决策支持，程序化广告平台通过出价算法对不同人群属性差异化出价，实现针对目标受众的准确出价。发行人成立以来，不断优化新数程序化广告平台的算法模型的准确性，致力于为广告主在有限预算下实现广告效果的最优化。

4、开发简单高效的程序化投放操作平台

程序化广告为达到精准营销的目的，需要提供多维度的投放策略设置。而程序化广告平台为了实现多维度的投放策略设置，往往操作复杂、流程繁琐，给广告业务人员带来不便，同时会引起不必要的问题，需要投入更多的人力进行客户服务和系统维护。发行人在多年业务积累下，系统版本不断迭代更新，精简策略设置，简化审核流程，搭建了从设置到投放全过程简单、高效的操作平台，更好的帮助广告业务人员管理广告活动及投放策略。

5、提供低延迟和多维度的可视化数据报表

程序化广告相比传统广告的一大优点是可以在投放过程中实时优化。为实现这一功能，广告业务人员需要随时观看数据报表，通过不同维度对比投放效果。公司使用业内领先的大数据实时处理技术，通过分布式消息系统 Kafka、Spark 流应用 Spark Streaming、分析式数据库 Clickhouse 实现数据的实时读写和分析，将生成报表时间延迟控制在秒级别。同时通过大量可视化工具的引入，支持多维度交叉分析广告投放数据和人群数据，提高数据分析的深度和广度。

（二）研发技术产业化

发行人科技成果与产业深度融合。发行人通过多年技术研发和经验积累，形成了一批创新性强、实用性高的科技成果。公司的核心技术主要包括分布式处理技术、大数据处理技术、大数据储存技术、广告计算技术，上述核心技术均系公司通过原创创新、引进消化吸收再创新、集成创新等形式自主研发而来，形成具有公司特征的专有技术，广泛应用于发行人程序化广告服务全流程。

发行人主营业务为数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。发行人自主

研发的程序化广告平台和数据管理平台是发行人科技成果的核心产物和具体表征。发行人通过数据管理平台对历史数据和实时数据进行分析和挖掘，通过程序化广告平台自动采买媒体流量并针对特定受众投放广告。公司核心技术直接应用于公司主营业务，报告期内核心技术产品收入占营业收入比例均高于 95%。

（三）未来发展战略

公司的发展理念是“数据力量，改变未来”。发行人响应国家建设网络强国的号召，服务于以数据和科技为关键要素的数字经济，致力于以程序化广告、大数据、人工智能等前沿科技改进互联网广告业务，帮助企业利用数据科技改进营销决策，助推企业数字化转型。

未来三年，公司将借助上市契机，加大对大数据、人工智能等前沿技术的研发投入，提升公司汇集数据、处理数据与应用数据的能力，不断提高程序化广告算法的准确性，致力于为广告主识别发掘每一条媒体流量的真实价值，达到广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。

未来三年，公司将重点布局快速消费品、服装、旅游、汽车、网络服务等下游行业客户，通过深度数据挖掘寻找行业共性特征，推出有针对性的程序化广告解决方案。公司将积极拓展与中小企业和地方企业的合作方式，优化投放平台操作体验，让更多中小广告主享受到程序化广告的技术优势。公司还将进一步拓展移动端、PC 端、智能电视、户外广告等多种形式的广告资源，通过短视频、信息流等创意形式，为客户实现多平台联动的营销策略。

六、发行人选择的具体上市标准

公司选择《上海证券交易所科创板股票上市规则》第 2.1.2 条第（一）款所规定的市值财务指标，即“（一）预计市值不低于人民币 10 亿元，最近两年净利润均为正且累计净利润不低于人民币 5,000 万元，或者预计市值不低于人民币 10 亿元，最近一年净利润为正且营业收入不低于人民币 1 亿元。”作为公司首次公开发行并在科创板上市的具体上市标准。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

发行人未设置表决权差异安排等公司治理特殊安排。

八、募集资金用途简介

序号	项目名称	投资预算 (万元)	项目备案编号（国家代码）
1	智能大数据广告投放分析系统建设项目	25,088.77	2019-310114-64-03-002060
	合计	25,088.77	-

本次发行募集资金到位之前，本公司可视情况用自筹资金对部分项目作先行投入，待募集资金到位后，将首先利用募集资金置换已投入的资金，其余部分继续投入项目建设。如本次发行实际募集资金净额超过预计资金使用需求的，超过部分公司将用于补充日常经营所需流动资金；如本次发行实际募集资金净额不能满足项目投资的需要，本公司将通过自筹方式解决。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

- 1、股票种类：人民币普通股（A股）；
- 2、每股面值：人民币 1.00 元；
- 3、发行股数：本次拟公开发行不超过 4,068 万股，全部为新股发行，不涉及公司股东公开发售股份，发行股数占发行后总股数比例不低于 25%；
- 4、每股发行价格：【】元，发行人和主承销商可以通过初步询价确定发行价格，或者在初步询价确定发行价格区间后，通过累计投标询价确定发行价格；
- 5、保荐人相关子公司拟参与战略配售情况：保荐机构已安排天风创新投资有限公司参与本次发行战略配售，具体按照上交所相关规定执行。保荐机构及其相关子公司后续将按要求进一步明确参与本次发行战略配售的具体方案，并按规定向上交所提交相关文件；
- 6、发行市盈率：【】倍（按照每股发行价格除以每股收益计算，每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）；
- 7、发行前每股净资产：1.57 元（按照 2018 年 12 月 31 日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）；
发行后每股净资产：【】元（按照【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行筹资净额之和除以本次发行后总股本计算）；
- 8、市净率：【】倍（按照每股发行价格除以发行后每股净资产计算）；
- 9、发行方式：本次发行采用网下向投资者询价配售和网上按市值申购向公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会、上交所认可的其他发行方式；
- 10、发行对象：符合国家法律法规和监管机构规定条件的询价对象和在上海证券交易所开立（A股）股票账户且符合相关法律法规关于科创板股票投资者适

当性条件的境内自然人、法人等投资者以及符合中国证监会、上交所规定的其他投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止购买者除外）

11、承销方式：余额包销；

12、预计募集资金总额：【 】万元

13、预计募集资金净额：【 】万元

14、发行费用概算：

单位：万元

项目	金额
承销及保荐费用	
审计费用	
律师费用	
用于本次发行的信息披露费	
发行手续费	
合计	

二、本次发行的有关当事人

1、保荐机构（主承销商）：	天风证券股份有限公司
法定代表人：	余磊
注册地址：	湖北省武汉市东湖新技术开发区关东园路2号高科大厦四楼
联系电话：	021-68815319
传真：	021-68815313
保荐代表人：	许刚、王育贵
项目协办人：	汪寅生
项目组成员：	徐云涛、芮笛
2、发行人律师：	上海市通力律师事务所
负责人：	俞卫锋
住所：	上海市浦东新区银城中路68号时代金融中心19楼
联系电话：	021-31358666
传真：	021-31358600

经办律师：	张征轶、黄新淏
3、审计机构：	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人：	李丹
住所：	中国(上海)自由贸易试验区陆家嘴环路1318号星展银行大厦507单元01室
联系电话：	021-23238888
传真：	021-23238800
经办注册会计师：	潘振宇、安鹏兰
4、资产评估机构：	上海众华资产评估有限公司
法定代表人：	左英浩
住所：	上海市徐汇区宛平南路381号1号楼308-309室
联系电话：	021-62893366
传真：	021-64391299
经办资产评估师：	钱进、郭康玺
5、股票登记机构：	中国证券登记结算有限责任公司上海分公司
住所：	上海市浦东新区陆家嘴东路166号
联系电话：	021-5870 8888
传真：	021-5889 9400
6、主承销商收款银行：	中信银行
收款银行：	中信银行武汉东湖支行
账户名称	天风证券股份有限公司
账号	7381110187000002499

三、发行人与本次发行有关当事人之间的关系

本次发行的保荐机构天风证券曾为公司股票在新三板交易的做市商，截至2019年5月20日¹，天风证券持有发行人3,298,487股股份，占发行人发行前总股本的2.70%。

¹ 根据中国证券登记结算有限责任公司北京分公司出具的权益登记日为2019年5月20日的《全体证券持有人名册》。下同。

除上述情况外，公司与本次发行有关的保荐机构（主承销商）、律师事务所、会计师事务所等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直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

- 1、刊登发行公告日期：【】年【】月【】日
- 2、开始询价推介日期：【】年【】月【】日
- 3、刊登定价公告日期：【】年【】月【】日
- 4、申购和缴款日期：【】年【】月【】日
- 5、股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价本次发行的股票时，除公司提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险根据重要性原则或可能影响投资决策的程度大小排序，敬请投资者在购买本公司股票前逐项仔细阅读。

一、行业风险

（一）市场竞争加剧的风险

随着中国大数据产业的飞速发展，程序化广告行业竞争不断加剧。腾讯、阿里巴巴、百度、字节跳动等互联网企业都利用各自优势资源参与大数据营销，众多互联网营销服务商也凭借在细分领域的竞争力拓展程序化广告业务。虽然公司目前积累了较好的客户和媒体资源，但互联网和大数据技术迭代快、产品更新频繁、互联网广告市场构成复杂，若公司不能持续有效地制定战略规划，保持富有竞争力的数据分析技术和程序化广告服务，则可能丧失公司目前的市场地位，削弱公司的核心竞争力，使公司在市场竞争中处于不利地位，进而影响公司的经营业绩和发展潜力。

（二）政策监管的风险

发行人主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务，互联网相关行业的主管部门为工业和信息化部，互联网广告还受到国家市场监督管理总局和各地方的工商行政管理部门等广告行业主管部门的约束。为规范互联网广告活动，保护消费者的合法权益，促进互联网广告业的健康发展，原国家工商行政管理总局已制定了《互联网广告管理暂行办法》。若未来政策变化，监管趋严，公司存在为适应监管环境导致成本增加，甚至因未符合监管要求而受到处罚的风险。

二、经营风险

（一）技术风险

发行人是一家广告科技公司，技术创新是互联网企业生存和发展的重要手段，也是公司保持市场竞争力的核心能力。发行人通过数据管理平台对历史数据和实时数据进行分析和挖掘，通过程序化广告平台自动采买媒体流量并针对特定受众投放广告，致力于发掘每一条媒体流量的真实价值，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。虽然公司已经在程序化广告领域拥有一定技术积累，但如果未来公司的技术更新迭代跟不上行业发展趋势，或者公司未能及时研判和预测新技术发展方向，则公司将无法维持技术优势，公司的竞争能力和可持续发展能力将受到影响，进而影响到公司的经营业绩。

（二）不当使用互联网用户信息的风险

公司的程序化广告平台直接对接媒体方广告交易平台，每日收到大量移动端和 PC 端广告请求。公司收到的用户信息均为脱敏后数据，在使用这些信息时，公司亦不会谋求用户信息与特定个人身份的关联，这些信息无法用于识别、确认或关联至某个特定用户。虽然公司一贯重视信息和数据保护并建立了信息保密制度和操作流程，但在业务开展过程中，一旦公司员工或客户、数据合作方基于自身原因造成了信息的不当使用，将会对公司声誉造成不利影响，甚至可能会对公司的业务开展造成不利影响，进而影响公司的经营业绩。

（三）数据资源安全风险

公司主要从事数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。在日常经营过程中，公司根据业务需要从合作方获取数据。公司作为独立第三方案程序化广告技术公司，不以获取用户隐私为目的，获取的数据不涉及用户隐私。公司建立了数据管理平台，采用防火墙等措施，保障数据资源存储、使用的安全性、可靠性。但如果公司受到互联网上的恶意软件、病毒的影响，或者受到黑客攻击，将会影响公司信息系统正常运行，或者导致公司信息数据资源泄露、损失，从而可能会损害公司的市场声誉，对公司经营业绩造成不利影响。

（四）业务违规风险

公司从事的程序化广告业务受到互联网广告相关法律、法规的监管。《中华人民共和国广告法》规定，广告应当真实、合法，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者。《互联网广告管理暂行办法》规定，互联网广告发布者、广告经营者应当查验有关证明文件，核对广告内容，对内容不符或者证明文件不全的广告，不得设计、制作、代理、发布。根据相关监管规定，若广告发布、经营企业违反相关规定，则将可能受到包括罚款、停止广告发布、吊销营业执照等处罚。报告期内，公司未发生因广告内容违规而遭受处罚的情形。但是，公司未来业务拓展过程中，存在因广告内容审核失误等原因导致公司受到罚款、行政处罚，或导致公司品牌声誉受到损害、客户流失和收入下降等风险。

（五）业务资质风险

截至本招股说明书签署日，公司主要从事的程序化广告业务不需要特别的业务许可资格或资质。报告期内，公司未因经营资质违法违规受到处罚。但如果监管部门对公司目前的主营业务新增资质许可要求，或公司未来在现有主营业务之外拓展新的业务模式从而需要新的资质准入，如果公司无法及时获得相关资质许可，将对公司业务经营造成不利影响。

（六）品牌形象受损和知识产权被侵权的风险

公司的商标、专利、著作权和对外宣传使用的宣传册、幻灯片内容都是公司重要的无形资产，在一定程度上体现了公司的技术实力和市场地位。公司在发展过程中，积累了较好的市场口碑和行业声誉。虽然公司历来重视品牌形象的维护和知识产权的保护，但仍存在公司商标、产品被他人仿制、冒用，从而对公司的业务经营和品牌声誉造成负面影响的风险。

（七）成长性风险

2018年，公司游戏行业客户受到游戏版号暂停审批的影响，导致公司程序化广告业务收入有所下降，虽然公司通过加强大数据分析应用和提升综合创意服务水平，提高了主营业务毛利率，在一定程度上抵消了收入下降带来的负面影响，

但公司的利润水平仍略有下滑。此外，公司未来业绩成长性还受到宏观经济环境、行业政策、竞争格局、技术创新、人才培养、资金投入、市场推广、企业管理等诸多因素影响，任何不利因素都可能导致公司经营业绩增长放缓、业绩下滑甚至亏损。

（八）核心技术人员和技术人才流失的风险

公司将大数据技术作为核心竞争力，自成立之始就设立了技术中心，一直重视研发团队的建设和创新人才的培养。经过多年发展，公司已经研发并储备了多项核心技术和自主知识产权，培养和积累了一批富有经验的研发和技术人员。技术创新是公司生存和发展的关键，核心技术人员和技术人才的稳定对公司的发展至关重要，如果未来公司出现核心技术人员和技术人才大量流失的情况，将对公司经营产生不利影响。

（九）规模扩张带来的管理风险

公司目前规模相对较小，随着募集资金投资项目的实施，公司的资产规模和人员规模都将增加。公司不但需要大力扩张业务规模，在内部的资源分配、业务流程、管理制度等诸多方面也需要进行调整，对各部门工作的协调性、严密性、连续性也提出了更高的要求。如果公司管理层素质及管理水平不能适应公司规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度未能随着公司规模扩大而及时调整和完善，将对公司的正常经营管理产生不利影响。

（十）前五名客户收入占比较高的风险

2018 年度，发行人前五名客户的收入合计占当期营业收入总额的比例为 62.94%，占营业收入的比例较高。报告期内，发行人主要下游客户为国内游戏行业上市公司和大型 4A 广告公司。游戏公司由于收入主要来自线上，其后台业务系统能够直接衡量广告投入所带来的回报，对优质的效果广告服务有直接需求，成为发行人程序化广告业务的主要客户。大型 4A 广告公司需要为跨国企业客户提供包含程序化广告的整合营销服务，也是发行人程序化广告业务的主要客户。

公司凭借优质的技术和服务实力，获得了客户的高度认可，报告期内主要客户保持稳定，但如果公司主要客户的经营情况恶化或所在行业遭受重大不利影响，将对公司的业绩产生不利影响。

三、财务风险

（一）应收账款产生坏账的风险

报告期内，公司各期末的应收账款账面价值分别为 5,973.08 万元、6,054.94 万元和 8,034.82 万元，占同期末总资产的比例分别为 29.96%、28.91% 和 34.06%。由于公司为轻资产的互联网企业，应收账款占总资产的比例较高，一旦客户信用情况发生变化，将不利于公司应收账款的收回，从而产生坏账的风险，对公司的利润水平和资金周转产生一定的影响。

（二）税收优惠和政府补助政策变化风险

报告期内，公司依法享有的税收优惠政策主要为企业所得税优惠，包括软件企业两免三减半企业所得税优惠、高新技术企业所得税减免等。公司报告期内享受税收优惠金额分别为 271.47 万元、441.41 万元和 302.27 万元，占利润总额的比例分别为 10.08%、12.01% 和 8.90%。公司享受的政府补助金额分别为 79.38 万元、155.78 万元和 414.60 万元，占利润总额的比例分别为 2.95%、4.24% 和 12.21%。

虽然上述税收优惠政策均是依据国家法律法规获得，具有持续性、经常性，但也不排除上述税收优惠政策发生变化而对公司的经营业绩产生不利影响的可能性。如果未来国家及地方政府税收优惠政策或政府补助政策出现不可预测的调整，或是公司未来不能被认定为高新技术企业等，将对公司的盈利能力产生一定的不利影响。

四、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目未达预期的风险

公司本次发行募集资金拟投向智能大数据广告投放分析系统建设项目，该项目是公司根据长期发展战略、充分考虑公司业务经营状况、市场竞争环境、技术发展等情况综合作出的决策，并根据大数据和程序化广告行业发展趋势等进行了充分的可行性分析论证。由于互联网和大数据行业的技术更迭较快，市场情况不断变化，如果募集资金不能及时到位、市场环境剧烈变化、行业相关政策发生变化、行业竞争加剧等情况发生，导致募集资金投资项目无法实现预期收益，将对公司的经营业绩和财务状况造成不利影响。

（二）募集资金投资项目新增折旧、摊销及研发投入影响公司业绩的风险

本次募集资金投资项目中包括购置办公室、服务器等固定资产和操作系统、应用软件等无形资产，以及相应的研发资金投入。本次募集资金到位后，随着募集资金投资项目的实施，固定资产、无形资产和研发投入都将逐步增加。由于募集资金投资项目产生效益需要一定时间，而项目建成后固定资产折旧、无形资产摊销将直接影响公司净利润。因此，新增的折旧、摊销及研发费用将会给公司上市后的净利润造成压力，如果募集资金投资项目未能实现预期效益，将对公司经营业绩造成不利影响。

五、其他风险

（一）发行失败风险

公司拟首次公开发行股票并在科创板上市，尚需上交所和证监会同意发行人首次公开发行股票注册。当本次发行完成证监会注册程序后，本次发行也将受到科创板市场整体情况、投资者对本次发行方案的认可程度等多种内、外部因素的影响，存在发行认购数量不足、甚至无法达到预计市值上市条件的风险。

（二）发行后公司即期回报被摊薄的风险

公司 2018 年度扣除非经常性损益前后孰低的每股收益为 0.20 元，2018 年度扣除非经常性损益前后孰低的加权平均净资产收益率为 13.80%。截至 2018 年 12

月 31 日，公司总股本为 12,203.77 万股，归属于母公司股东权益合计为 19,188.36 万元。公司本次公开发行新股数量不超过 4,068 万股，本次发行后公司的净资产规模将出现一定程度的增长。由于募集资金投资项目建设需要一定周期，期间股东回报主要通过现有业务实现，存在公司净利润的增长速度可能无法与净资产的增长速度同步，从而导致公司每股收益和净资产收益率等指标在短期内出现一定幅度的下降的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本资料

中文名称：上海新数网络科技有限公司

英文名称：Shanghai WiseMedia Technology Co., LTD.

注册资本：12,203.7684 万元

实收资本：12,203.7684 万元

法定代表人：赵士路

有限公司成立日期：2011 年 9 月 26 日

股份公司设立日期：2015 年 8 月 6 日

公司住所：上海市嘉定区南翔镇嘉好路 1690 号 2 幢 423 号

联系电话：021-68879928

传真：021-58955208

邮政编码：201800

互联网地址：<http://www.wisemedia.cn>

电子邮箱：info@wisemedia.cn

投资者关系管理部门：董事会办公室

投资者关系负责人：江雪

投资者关系电话号码：021-68879928

二、发行人设立情况

（一）新数有限的成立情况

公司前身为上海新数网络科技有限公司是由赵士路、许栋和张翔三名自然人以现金方式共同出资设立的有限责任公司，注册资本为人民币 150 万元，其中赵士路以现金出资 112.50 万元，许栋以现金出资 22.50 万元，张翔以现金出资 15.00 万元。

2011 年 9 月 21 日，上海佳安会计师事务所有限公司出具了佳安会验[2011]第 4970 号《验资报告》，验证截至 2011 年 9 月 19 日，公司已收到全体股东以货币缴纳的注册资本（实收资本）150 万元，并对申请设立登记的注册资本的实收情况进行了审验。

2011 年 9 月 26 日，新数有限在上海市工商行政管理局嘉定分局办理了公司设立登记手续，领取了注册号为 310114002320195 的《企业法人营业执照》。

有限公司设立时，股东及出资情况如下：

序号	股东名称	出资金额（万元）	实收资本（万元）	出资比例
1	赵士路	112.50	112.50	75.00%
2	许 栋	22.50	22.50	15.00%
3	张 翔	15.00	15.00	10.00%
合 计		150.00	150.00	100.00%

（二）股份公司的设立情况

2015 年 7 月 19 日，新数有限召开股东会通过决议，同意新数有限整体变更为股份有限公司。根据中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（中兴财光华审会字（2015）第 07624 号），各股东以新数有限截至 2015 年 5 月 31 日经审计的账面净资产 11,418,091.55 元为基础，将 11,418,091.55 元中的 5,000,000.00 元按一元一股折成股本，差额 6,418,091.55 元计入资本公积金。折股后，股份公司的注册资本变为 500 万元，每股面值一元，全部为普通股。2015 年 7 月 19 日，公司全体股东签署了《关于上海新数网络科技有限公司整体变更为股份有限公司的发起人协议书》。

2015 年 7 月 1 日，中兴财光华出具了中兴财光华审会字（2015）第 07624 号《审计报告》，根据该《审计报告》，新数有限于 2015 年 5 月 31 日的净资产为

11,418,091.55 元。

2015 年 7 月 12 日，上海众华资产评估有限公司为本次整体变更出具了沪众评报字（2015）第 386 号《上海新数网络科技有限公司拟股份制改制而涉及的资产负债表上的全部资产和负债评估报告》。根据该评估报告，新数有限于评估基准日 2015 年 5 月 31 日经评估的净资产为 11,751,154.00 元。

2015 年 8 月 3 日，中兴财光华为本次整体变更出具中兴财光华审验字（2015）第 07197 号《验资报告》，对各发起人实际到位的股本金进行了验证，股东出资已到位。

2015 年 8 月 3 日，新数网络召开创立大会暨第一次股东大会，审议通过了与新数网络设立相关的议案。

2015 年 8 月 6 日，新数网络取得了上海市工商行政管理局核发的《营业执照》（注册号为 310114002320195），注册资本为 500 万元整，法定代表人为赵士路。

股份公司设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	持股份额（股）	持股比例
1	赵士路	1,725,000	34.50%
2	潘悦然	1,650,000	33.00%
3	周茂媛	900,000	18.00%
4	许 栊	345,000	6.90%
5	张 翔	230,000	4.60%
6	上海馨捷管理咨询合伙企业 （有限合伙）	150,000	3.00%
	合计	5,000,000	100.00%

三、报告期内股本和股东变化情况

（一）2016 年 6 月，股转系统挂牌后第一次定向增发

公司分别于 2016 年 2 月 25 日和 2016 年 3 月 14 日召开了第一届董事会第五次会议和 2016 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司 2016 年第一次股

票发行方案的议案》。公司以定向发行方式，共向 4 名合格投资者游族网络股份有限公司、天风证券股份有限公司、上海众引文化传播股份有限公司、国德峰发行股票，融资额不超过人民币 65,337,171.75 元（含 65,337,171.75 元）。本次股票发行对象具体认购股份情况如下：

序号	发行对象名称	认购股份数（股）	认购金额（元）	认购方式
1	游族网络股份有限公司	219,478	29,999,899.13	货币
2	天风证券股份有限公司	200,000	27,337,500.00	货币
3	上海众引文化传播股份有限公司	36,579	4,999,892.06	货币
4	国德峰	21,947	2,999,880.56	货币
合计		478,004	65,337,171.75	货币

2016 年 4 月 27 日，中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）出具中兴财光华审验字（2016）第 304066 号《验资报告》：截至 2016 年 3 月 24 日止，公司已收到股东认缴股款人民币 65,337,171.75 元，其中：股本 478,004.00 元，资本公积 64,859,167.75 元，截至 2016 年 3 月 24 日止，变更后的累计注册资本为人民币 7,062,366.00 元。

2016 年 5 月 19 日，股转公司出具了《关于上海新数网络科技有限公司股票发行股份登记的函》（股转系统函（2016）4014 号），确认了本次股票发行的备案申请。2016 年 6 月 1 日，公司在上海市工商行政管理局完成了工商变更登记手续。

本次增资完成后，新数网络股权结构如下：

序号	股东名称	持股份额（股）	出资比例
1	赵士路	2,084,256	29.51%
2	潘悦然	1,993,636	28.23%
3	周茂媛	1,087,438	15.40%
4	许栢	416,851	5.90%
5	上海馨捷管理咨询合伙企业（有限合伙）	355,062	5.03%
6	张翔	277,901	3.93%
7	游族网络股份有限公司	219,478	3.11%
8	天风证券股份有限公司	200,000	2.83%

9	郑宏伟	88,218	1.25%
10	张春海	88,000	1.25%
11	王芳	76,000	1.08%
12	李闽凤	66,000	0.93%
13	周海兵	40,000	0.57%
14	上海众引文化传播股份有限公司	36,579	0.52%
15	国德峰	21,947	0.31%
16	杨超	11,000	0.16%
合计		7,062,366	100%

根据西南证券股份有限公司出具的《西南证券股份有限公司关于上海新数网络科技有限公司定向发行合法合规性的专项意见》及国浩律师（上海）事务所出具的《法律意见书》，新数网络本次发行后股东累计未超过 200 人，符合豁免向中国证监会申请核准股票发行的条件，参与本次发行的 4 名发行对象均符合投资者适当性要求，本次发行定价方式合理、价格决策程序合法、发行价格不存在显失公允，不存在损害公司及股东利益的情况。

（二）2016 年 7 月，资本公积转增股本

公司分别于 2016 年 6 月 6 日和 2016 年 6 月 22 日召开第一届董事会第九次会议及 2016 年第四次临时股东大会，审议通过了《上海新数网络科技有限公司关于资本公积转增股本的议案》，公司以现有总股本 7,062,366 股为基数，以资本公积向全体股东每 10 股转增 50 股。

2017 年 4 月 21 日，普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）出具普华永道中天验字（2017）第 452 号《验资报告》：公司申请以股本溢价形成的资本公积转增注册资本及实收资本（股本）人民币 35,311,830.00 元，转增基准日为 2015 年 12 月 31 日，变更后的注册资本为人民币 42,374,196.00 元，实收资本（股本）人民币 42,374,196.00 元。截至 2016 年 7 月 7 日，公司已将以股本溢价形成的资本公积人民币 35,311,830.00 元转增实收资本（股本）。

2016 年 8 月 4 日，公司在上海市工商行政管理局完成了工商变更登记手续。本次增资后，公司注册资本变更为人民币 4,237.4196 万元。

（三）2016年9月，公司股票转让方式由协议转让变更为做市转让

2016年5月17日召开的第一届董事会第七次会议和2016年6月3日召开的2016年第三次临时股东大会审议通过了《关于变更公司股票转让方式的议案》，并在股转系统及时发布了相关公告。

2016年9月9日，全国中小企业股份转让系统有限公司出具了《关于同意股票变更为做市转让方式的函》（股转系统函[2016] 6867号），同意公司股票自2016年9月13日起由协议转让方式变更为做市转让方式。公司于2016年9月9日在股转系统及时发布了相关公告。

（四）2017年3月，资本公积转增股本

公司分别于2016年12月15日和2016年12月30日召开第一届董事会第十五次会议和2016年第九次临时股东大会，审议通过了《上海新数网络科技有限公司关于资本公积转增股本的议案》，以总股本42,374,196股为基数，以资本公积向全体股东每10股转增10股，共计转增42,374,196股。

2017年4月21日，普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）出具普华永道中天验字（2017）第453号《验资报告》：公司申请以股本溢价形成的资本公积转增注册资本及实收资本（股本）人民币42,374,196.00元，转增基准日为2016年6月30日，变更后的注册资本为人民币84,748,392.00元，实收资本（股本）人民币84,748,392.00元。截至2017年3月1日，公司已将以股本溢价形成的资本公积人民币42,374,196.00元转增实收资本（股本）。

2017年3月22日，公司在上海市工商行政管理局完成了工商变更登记手续。本次增资后，公司注册资本变更为人民币8,474.8392万元。

（五）2017年3月，公司股票转让方式由做市转让变更为协议转让

公司分别于2017年2月21日和2017年3月13日召开第一届董事会第十六次（临时）会议及2017年第一次临时股东大会，审议通过了《关于变更公司股票转让方式的议案》，并在股转系统及时发布了相关公告。

2017年3月28日，全国中小企业股份转让系统有限公司出具了《关于同意股票变更为协议转让方式的函》（股转系统函[2017] 1849号），同意公司股票自2017年3月31日起由做市转让方式变更为协议转让方式。公司于2017年3月29日在股转系统及时发布了相关公告。

（六）2017年6月，资本公积转增股本

公司分别于2017年4月25日和2017年5月17日召开了第一届董事会第十八次会议和2016年年度股东大会，审议通过了《关于2016年度利润分配预案的议案》，以总股本84,748,392股为基数，以资本公积向全体股东每10股转增2股，共计转增16,949,678股。

2018年4月3日，普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）出具普华永道中天验字（2018）第0186号《验资报告》：公司申请以股本溢价形成的资本公积转增注册资本及实收资本（股本）人民币16,949,678.00元，转增基准日为2017年6月8日，变更后的注册资本为人民币101,698,070.00元，实收资本（股本）人民币101,698,070.00元。截至2017年6月9日，公司已将以股本溢价形成的资本公积人民币16,949,678.00元转增实收资本（股本）。

2017年7月19日，公司在上海市工商行政管理局完成了工商变更登记手续。本次增资后，公司注册资本变更为人民币10,169.8070万元。

（七）2018年1月，公司股票转让方式由协议转让变更为集合竞价转让

2018年1月15日，根据《全国中小企业股份转让系统股票转让方式确定及变更指引》（股转系统公告[2017506号]）的相关规定，公司股票转让方式由协议转让方式变更为集合竞价转让方式。

（八）2018年5月，送红股及资本公积转增股本

公司分别于2018年4月3日和2018年4月24日召开了第一届董事会第二十二次会议和2017年年度股东大会，审议通过了《关于2017年度利润分配预案的议案》，以总股本101,698,070股为基数，向全体股东每10股送红股0.7股

并以资本公积转增 1.3 股，共计转增 20,339,614 股。

2019 年 3 月 5 日，普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）出具普华永道中天验字（2019）第 0154 号《验资报告》：公司申请以股本溢价形成的资本公积转增注册资本及实收资本（股本）人民币 20,339,614.00 元，由资本公积及未分配利润转增股本，转增基准日为 2018 年 5 月 17 日，变更后的注册资本为人民币 122,037,684.00 元，实收资本（股本）人民币 122,037,684.00 元。截至 2018 年 5 月 18 日，公司已将以股本溢价形成的资本公积人民币 13,220,749.10 元，未分配利润人民币 7,118,864.90 元，合计人民币 20,339,614.00 元转增实收资本（股本）。

2018 年 5 月 30 日，公司在上海市工商行政管理局完成了工商变更登记手续。本次增资后，公司注册资本变更为人民币 12,203.7684 万元。

截至 2019 年 5 月 20 日，公司股权结构情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）
1	赵士路	36,615,944	30.00
2	山鹰投资管理有限公司	12,204,000	10.00
3	许栳	7,157,104	5.86
4	上海馨捷管理咨询合伙企业（有限合伙）	6,049,070	4.96
5	尧飞	6,000,000	4.92
6	钱宏	6,000,000	4.92
7	叶峻	5,990,000	4.91
8	姚毓钰	5,823,928	4.77
9	邬春兰	5,635,160	4.62
10	张翔	4,802,130	3.93
11	其他股东	25,760,348	21.11
	合计	122,037,684	100.00

四、发行人报告期内重大资产重组情况

报告期内，发行人未进行过重大资产重组。

五、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

（一）上市/挂牌时间、地点

新数网络于 2015 年 8 月 26 日召开了第一届董事会第二次会议和 2015 年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司申请进入全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的议案》，并委托西南证券股份有限公司（以下简称“西南证券”）作为主办券商向股转公司提交申报材料。2015 年 9 月 25 日，股转公司出具了受理通知书（GP201509343），对西南证券报送的申请材料予以接收。

2015 年 12 月 1 日，股转公司出具《关于同意上海新数网络科技有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函（2015）8282 号），同意公司股票在股转系统挂牌并公开转让。根据中国证券登记结算有限责任公司北京分公司发行人业务部出具的《股份登记确认书》，公司已于 2015 年 12 月 11 日完成股份初始登记，已登记股份总量为 6,584,362 股，其中，有限售条件流通股数量为 5,751,723 股，无限售条件流通股数量为 832,639 股。

2015 年 12 月 16 日，公司股票正式在股转系统挂牌并公开转让，证券代码为 834990，证券简称“新数网络”。

（二）上市/挂牌期间受到处罚的情况

截至本招股说明书签署日，发行人在股转系统挂牌期间未发生过受到处罚的情况。

（三）退市情况

截至本招股说明书签署日，发行人在股转系统挂牌期间未发生过退市情况。

（四）三类股东情况

截至 2019 年 5 月 20 日，发行人共有股东户数为 115 户，其中属于三类股东（资产管理计划、信托计划、契约型私募基金）的股东有 1 名，为上海雅儒资产

管理合伙企业（有限合伙）-- 雅儒价值成长一号新三板投资基金，持有发行人 25,440 股股份，持股占比 0.0208%，其基本情况如下：

股东名称	上海雅儒资产管理合伙企业（有限合伙）-- 雅儒价值成长一号新三板投资基金
成立时间	2015 年 8 月 11 日
备案时间	2015 年 8 月 21 日
基金编号	S68356
基金类型	私募证券投资基金
基金管理人名称	上海雅儒资产管理合伙企业（有限合伙）
私募基金管理人登记编号	P1016121

六、公司搭建境外红筹架构及拆除过程

（一）海外红筹架构的搭建

1、GrandCloud Investment Limited（鸿云投资）设立

赵士路于 2012 年 6 月 5 日在英属维尔京群岛出资设立 GrandCloud Investment Limited（以下简称“鸿云投资”）。鸿云投资法定股本为 50,000 股股份，每股面值 1 美元，已发行股份为 1 股，赵士路持有鸿云投资 1 股股份，持有鸿云投资 100% 的股权。

2、WiseClick Investment Limited（智点投资）设立

许栋、张翔于 2012 年 6 月 5 日在英属维尔京群岛出资设立 WiseClick Investment Limited（以下简称“智点投资”）。智点投资法定股本为 50,000 股股份，每股面值 1 美元，已发行股份为 10 股，其中许栋持有智点投资 6 股股份，持有智点投资 60% 的股权，张翔持有智点投资 4 股股份，持有智点投资 40% 的股权。

3、WiseMedia Holdings Limited（新数控股）设立

鸿云投资与智点投资于 2012 年 6 月 19 日在英属维尔京群岛出资设立

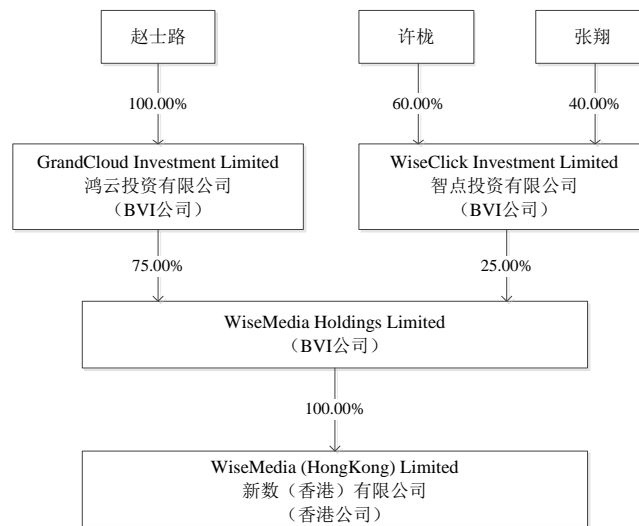
WiseMedia Holdings Limited（以下简称“新数控股”）。新数控股法定股本为 50,000 股，每股面值 1 美元，已发行股份 100 股，其中鸿云投资持有新数控股 75 股股份，持有新数控股 75% 的股权，智点投资持有新数控股 25 股股份，持有新数控股 25% 的股权。

4、WiseMedia (Hongkong) Limited（新数香港）设立

新数控股于 2012 年 8 月 2 日在香港投资设立新数香港。新数香港法定股本为 10,000 股股份，每股面值 1 港元，已发行股份 1 股，新数控股持有新数香港 1 股股份，持有新数香港 100% 的股权。

5、红筹架构初步建立

上述境内外主体设立后，新数网络拟以新数香港在境内设立外商独资企业新数科技，鉴于未取得相关主管部门的批复，便由赵士路、许栊、张翔于 2012 年 8 月 28 日出资设立新数科技。至此，新数网络海外红筹架构搭建情况如下：



6、新数科技设立

上述境外主体设立后，新数网络拟以新数香港在境内设立外商独资企业新数科技，鉴于未取得相关主管部门的批复，便由赵士路、许栊、张翔于 2012 年 8 月 28 日投资设立新数科技，新数科技设立时的注册资本为 10 万元。

上海佳安会计师事务所有限公司于 2012 年 8 月 24 日出具佳安会验（2012）第 4367 号《验资报告》，验证截至 2012 年 8 月 21 日，新数科技已收到全体股东缴纳的注册资本 10 万元，各股东均以货币出资。其中股东赵士路以货币出资 7.5 万元，股东许栳以货币出资 1.5 万元，股东张翔以货币出资 1 万元。

新数科技设立时的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资金额（万元）	股权比例（%）
1	赵士路	7.50	75.00
2	许栳	1.50	15.00
3	张翔	1.00	10.00
合计		10.00	100.00

新数科技于 2012 年 8 月 28 日取得上海市工商行政管理局嘉定分局核发的注册号为 310114002439145 的《企业法人营业执照》。

7、新数科技引入境外投资者

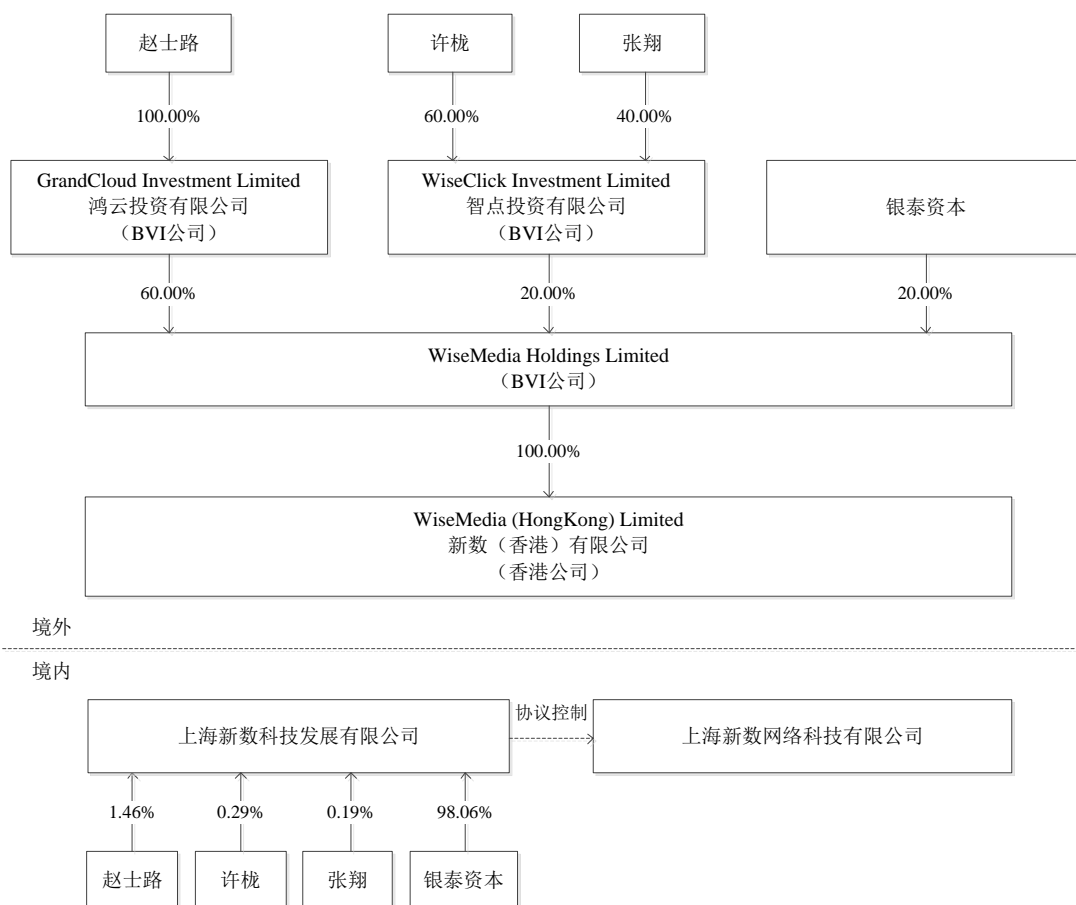
因新数有限研发与经营急需资金支持，新数网络引入境外投资者银泰资本对新数科技进行增资（待新数有限股东完成返程投资相关手续后再安排银泰资本退出新数科技，并将对新数科技的出资转移至对境外主体的投资，由新数香港收购新数科技以完成海外红筹架构的搭建），并由新数科技协议控制新数有限。银泰资本于 2012 年 9 月 25 日向新数科技增资以获得新数科技 98.06% 的股权。

8、控制协议签署

新数科技与新数有限及赵士路、许栳、张翔于 2012 年 9 月签署了《独家技术咨询和服务协议》、《股权质押协议》、《独家购买权协议》、《授权委托书》等控制协议，新数科技通过《股权质押协议》、《独家购买权协议》、《授权委托书》控制新数有限的全部股权，新数科技通过《独家技术咨询和服务协议》控制新数有限的全部经营权。

9、新数控股拆分股份并发行新股

新数控股于 2013 年 5 月拆分股份并发行新股，拆分股份后新数控股共可发行 200,000,000 股股份，每股面值 0.00025 美元，其中 8,780,488 股被重新指定为优先股。银泰资本与新数控股、新数香港、新数有限、鸿云投资、智点投资、赵士路、许栊、张翔于 2013 年 5 月 27 日签署《SERIES A PREFERRED SHARE PURCHASE AGREEMENT》，约定银泰资本以 20 万美元认购新数控股 8,780,488 股优先股。鸿云投资、智点投资分别于 2013 年 5 月 27 日签署《Application For Share(s)》，认购新数控股 26,041,464 股、8,680,488 股普通股。本次拆分股份并发行新股完成后，鸿云投资持有新数控股 60% 股权，智点投资持有新数控股 20% 股权，银泰资本持有新数控股 20% 股权。根据新数网络的说明，银泰资本、鸿云投资、智点投资均未实际支付前述认股款。引入外部投资者后，公司已搭建的红筹架构如下：



经核查，赵士路已就投资鸿云投资、新数控股、新数香港办理了境内居民个人境外投资外汇登记，许栊、张翔已就投资智点投资、新数控股、新数香港办理

了境内居民个人境外投资外汇登记。上述事项操作完毕后，新数香港未持有新数科技股权，新数网络海外红筹架构尚未搭建完毕。

（二）海外红筹架构的拆除

根据新数网络提供的相关材料，因新数网络后续放弃谋求海外上市，新数网络解除海外红筹架构，银泰资本退出新数控股及新数科技，新数科技解除对新数有限的控制关系。新数网络海外红筹架构解除的具体情况如下。

1、协议终止

2013年12月31日，新数有限、新数科技、新数控股、鸿云投资、智点投资、新数香港、赵士路、许栋、张翔以及银泰资本签署了《关于解除协议控制架构下全部协议之协议书》，就新数控股股份回购、新数科技股权转让及控制协议终止等事项进行了约定，约定解除《独家技术咨询和服务协议》、《股权质押协议》、《独家购买协议》、《授权委托书》等控制协议；解除《SERIES A PREFERRED SHARE PURCHASE AGREEMENT》并由新数控股回购银泰资本所持新数控股8,780,488股股份；由新数有限购买银泰资本所持有的新数科技股权。

2、新数控股回购银泰资本优先股

新数控股与银泰资本于2013年12月31日签署《SHARES REPURCHASE AGREEMENT》，约定新数控股以1美元的价格回购银泰资本认购的8,780,488股优先股。鉴于银泰资本未实际支付前述8,780,488股优先股的认股款，因此双方约定股份回购的对价为1美元，且未实际支付。

3、新数有限回购银泰资本持有的新数科技股份

2013年12月31日，新数有限与银泰资本签署《关于上海新数科技发展有限公司之股权转让协议》，约定新数有限以250万美元的对价向银泰资本购买银泰资本所持有的新数科技98.06%股权。

（三）海外红筹架构下境外主体的注销情况

1、根据新数网络提供的《CERTIFICATE OF DISSOLUTION》及其说明，鸿云投资已于 2016 年 5 月 30 日注销。

2、根据新数网络提供的《CERTIFICATE OF DISSOLUTION》及其说明，智点投资已于 2016 年 8 月 15 日注销。

3、根据新数网络提供的《CERTIFICATE OF DISSOLUTION》及其说明，新数控股已于 2016 年 7 月 8 日注销。

4、根据新数网络提供的相关资料及其说明，新数香港已于 2015 年 12 月 31 日注销。

（四）控制协议的履行情况

经核查，上述海外红筹架构相关《独家技术咨询和服务协议》、《股权质押协议》、《独家购买权协议》、《授权委托书》等控制协议自签署之日起生效，但各签约方并未实际履行控制协议，各签约方已经签署《关于解除协议控制架构下全部协议之协议书》以解除控制协议，各签约方在控制协议生效期间未发生任何与控制协议项下的各项义务与责任，各签约方承诺不就控制协议履行事项向其他签约方提起任何索赔或权利主张。

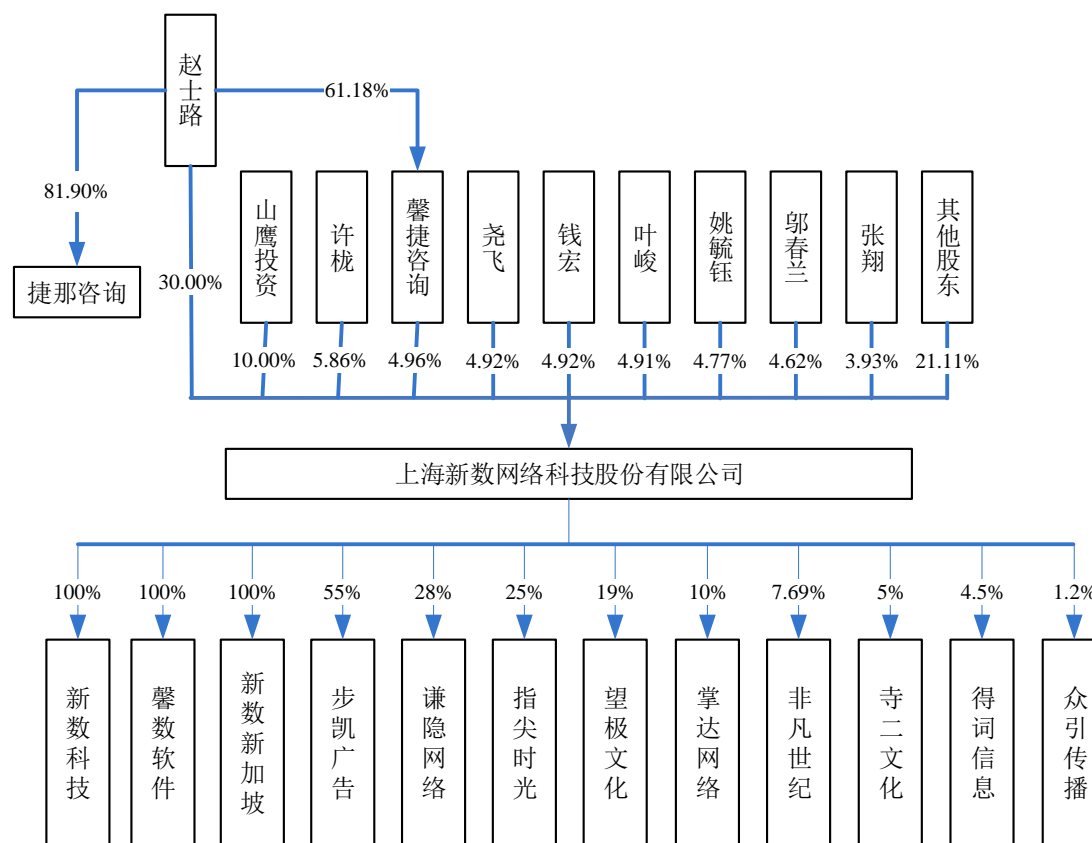
根据新数有限、新数科技、赵士路、许栋、张翔以及银泰资本于 2013 年 12 月 31 日签署的《关于解除协议控制架构下全部协议之协议书》，“本协议各方确认，在各控制协议根据本协议得以解除之前，各方均已适当、完整履行了其各自在控制协议下的相关义务，或各方在各自控制协议下的相关义务的履行均获得了相对方的豁免；自控制协议根据本协议第 1.1 条约定得以解除后，任一方均同意免除对其他方（包括该方股东、关联方、董事、监事、管理人员、员工）任何现有或潜在的因控制协议的签署、履行及终止所引起的任何性质的争议、索赔或主张，亦同意不存在任何司法管辖区域内以任何形式（包括但不限于提起诉讼、申请仲裁或其他司法途径）针对其他方（及该方股东、关联方、董事、监事、管理人员、员工）提起上述索赔或权利主张”。

基于上述核查，新数网络海外红筹架构实际未搭建完成，新数网络搭建、解除红筹架构履行的相关程序符合法律、法规的相关规定，红筹架构涉及的相关境外主体已经注销完毕，海外红筹架构相关控制协议均未实际履行且已经解除，相关方就红筹架构事宜不存在任何争议或纠纷。

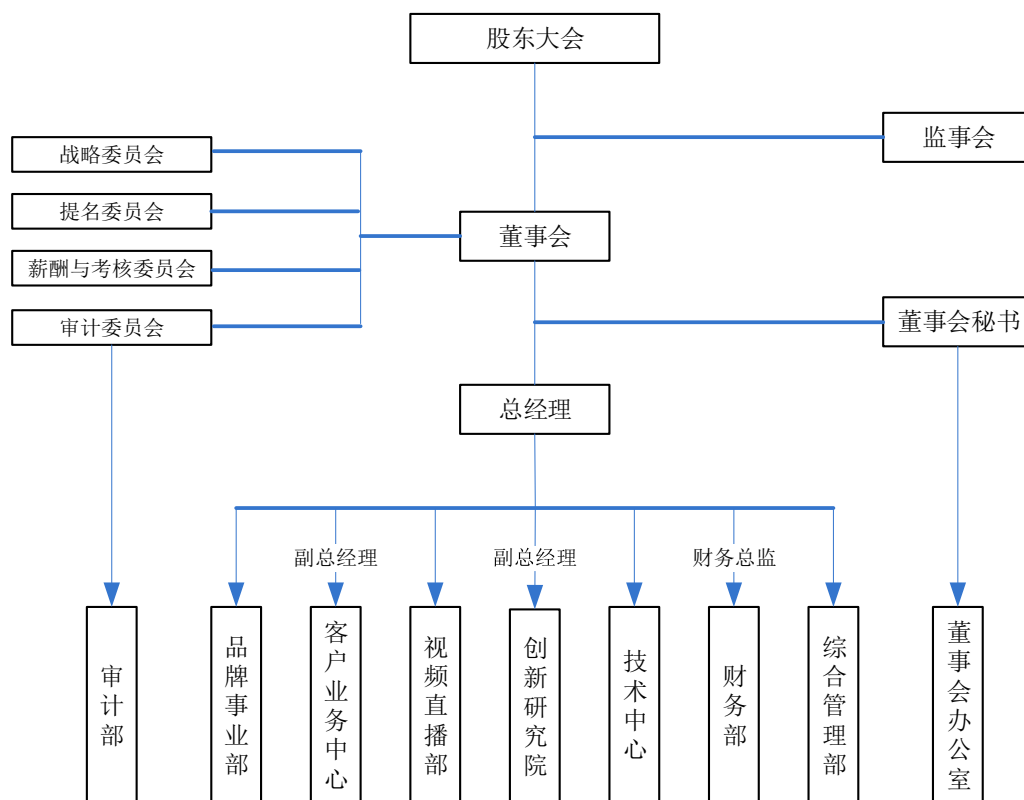
七、发行人的股权结构和组织结构

（一）发行人股权结构图

截至 2019 年 5 月 20 日，发行人股权结构图如下：



（二）发行人的组织结构



八、发行人控股子公司、参股公司基本情况

（一）发行人控股子公司及主要参股公司

1、新数科技

公司名称：上海新数科技发展有限公司
成立时间：2012年8月28日
注册资本：513.70万元
实收资本：513.70万元
注册地址：上海市嘉定区南翔镇胜辛南路500号5幢202室
主要生产经营地：上海市
股东构成及控制情况：新数科技为公司全资子公司；公司持有其100.00%的股权。
经营范围：从事计算机技术、网络技术、电子技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，设计、制作、代理各类广告，图文设计制作，市场营销策划，计算机、软件及辅助设备的销售，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），从事货物及技术的进出口业务，文化艺术交流策划，公共活动组织策划，企业营销策划，创意服务，品牌管理，商务咨询，多媒体设计服务，展览展示服务，影视策划，利用自有媒体发布广告。[依法须

经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]		
主营业务及与发行人主营业务关系：对公司整体的产品和服务提供研发、技术支持		
主要财务数据（万元）		
2018年12月31日总资产	2018年12月31日净资产	2018年度净利润
460.43	183.85	-137.55

注：财务数据经普华永道审计

2、馨数软件

公司名称：上海馨数软件技术有限公司		
成立时间：2013年10月8日		
注册资本：150.00万元		
实收资本：150.00万元		
注册地址：上海市嘉定区嘉好路1690号6幢2049室		
主要生产经营地：上海市		
股东构成及控制情况：馨数软件为公司全资子公司；公司持有其100.00%的股权。		
经营范围：从事计算机软件技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理各类广告，图文设计制作，市场营销策划，计算机、软件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）的销售，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务）。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]		
主营业务及与发行人主营业务关系：对公司整体的产品和服务提供研发、技术支持		
主要财务数据（万元）		
2018年12月31日总资产	2018年12月31日净资产	2018年度净利润
2,386.09	2,331.76	584.13

注：财务数据经普华永道审计

3、新数新加坡

公司名称：WISEMEDIA (SINGAPORE) PTE. LTD.		
成立时间：2015年3月19日		
注册资本：100.00万美元		
实收资本：20.00万美元		
注册地址：60 PAYA LEBAR ROAD#08-43 PAYA LEBAR SQUARE SINGAPORE		
主要生产经营地：新加坡		
股东构成及控制情况：新数新加坡为公司全资子公司；公司持有其100.00%的股权		

主营业务与发行人主营业务关系：主要负责发行人境外广告投放业务		
主要财务数据（万元）		
2018年12月31日总资产	2018年12月31日净资产	2018年度净利润
213.99	207.57	-7.77

注：财务数据经 A Garanzia LLP 审计

4、步凯广告

公司名称：上海步凯广告有限公司		
成立时间：2017年12月27日		
注册资本：500.00万元		
实收资本：110.00万元		
注册地址：上海市嘉定区嘉好路4268号2幢J3544室		
主要生产经营地：上海市		
股东构成及控制情况：步凯广告为公司控股子公司；公司持有其55.00%的股权。除此之外，两名自然人股东刘军安、陈燕各持有步凯广告38%和7%的股权。		
经营范围：设计、制作、代理、发布各类广告，文化艺术交流策划，企业形象策划，市场营销策划，企业管理咨询，商务咨询，会务服务，展览展示服务，翻译服务，摄影摄像服务（除冲扩），礼仪服务，电子产品、舞台设备租赁（不得从事金融租赁），日用百货、卫生用品、化妆品、电子产品、舞台设备的销售，图文设计制作，从事计算机技术、信息技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]		
主营业务及与发行人主营业务关系：由发行人控股，主营业务为设计、制作、代理、发布各类广告		
主要财务数据（万元）		
2018年12月31日总资产	2018年12月31日净资产	2018年度净利润
718.60	116.50	6.50

注：以上数据包括在经普华永道审计的合并报表范围内

5、谦隐网络

公司名称：上海谦隐网络科技有限公司		
成立时间：2018年8月1日		
注册资本：1000.00万元		
实收资本：100.00万元		
注册地址：上海市松江区广富林路777弄26号315室		
主要生产经营地：上海市		

股东构成及控制情况：	股东名称	持股比例（%）
	黄万根	56.00
	新数网络	28.00
	李波	16.00
	总计	100.00
经营范围：网络科技、计算机科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，计算机软硬件及辅助设备的销售，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务）。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动]		
主营业务及与发行人主营业务关系：主要从事网络科技、计算机科技领域内的技术开发、技术服务等业务		
主要财务数据（万元）		
2018年12月31日总资产	2018年12月31日净资产	2018年度净利润
50.89	50.77	-49.23

注：财务数据未经审计

6、指尖时光

公司名称：北京指尖时光广告有限公司		
成立时间：2016年2月15日		
注册资本：266.66万元		
实收资本：166.66万元		
注册地址：北京市八里庄北里129号院8号楼9层1单元		
主要经营地：北京市		
股东构成及控制情况：	股东名称	持股比例（%）
	史亚玲	28.00
	甘安鹏	27.00
	新数网络	25.00
	李浩	10.00
	王云颖	10.00
	总计	100.00
经营范围：设计、制作、代理、发布广告；经济贸易咨询；市场调查，会议及展览服务；技术推广服务；影视策划；公共关系服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE值在1.5以上的云计算数据中心除外）；电脑图文设计、制作；演出经纪；广播电视节目制作。[企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；演出经纪、广播电视节目制作以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。]		

主营业务及与发行人主营业务的关系： 主营业务为设计、制作、代理、发布广告		
主要财务数据（万元）		
2018年12月31日总资产	2018年12月31日净资产	2018年度净利润
14,032.48	3,969.80	-113.79

注：财务数据未经审计

（二）其他参股公司基本情况

公司其他参股公司包括望极文化、掌达网络、非凡世纪、寺二文化、得词信息、众引传播。具体情况如下：

公司名称	注册资本 (万元)	实收资本 (万元)	持股比例 (%)	入股时间	控股方	主营业务
望极文化	1,000.00	255.00	19.00	2018.04.26	鲁侃	计算机技术、网络技术、 视频技术领域内的技术 开发
掌达网络	1,000.00	-	10.00	2018.06.26	谢油	网络技术与研究开发
非凡世纪	-	-	7.69	2018.09.12	吴畏	实业投资、创业投资
寺二文化	534.74	534.74	5.00	2016.10.21	肖峰	设计、制作、代理、发 布各类广告
得词信息	104.71	9.26	4.50	2017.05.18	李京林	设计、制作、代理、发 布各类广告
众引传播	5000.00	5000.00	1.20	2017.4.11	茹炯、朱 海彤	计算机软硬件的技术开 发；设计、制作、代理、 发布各类广告

九、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况

（一）控股股东、实际控制人

截至本招股说明书签署日，赵士路直接持有公司 36,615,944 股，占公司股份总额的 30.00%；赵士路控制的馨捷咨询持有公司股份 6,049,070 股，占公司股份总额的 4.96%。因此赵士路为发行人的控股股东及实际控制人。赵士路的基本情况如下：

赵士路，中国国籍，公民身份证号码 23040619740927****，住所为上海市浦东新区张杨路****，现任新数网络董事长、总经理。

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

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人直接或间接持有本公司股份未存在质押或其他有争议的情况。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业

截至本招股说明书签署日，除新数网络及其子公司外，公司控股股东、实际控制人赵士路控制上海馨捷管理咨询合伙企业（有限合伙）、上海捷那商务咨询有限公司两家企业，具体情况如下：

1、馨捷咨询

上海馨捷管理咨询合伙企业（有限合伙），成立于2014年4月24日，执行事务合伙人为赵士路，实收资本11.6687万元，住所为上海市嘉定区陈翔路768号6幢B区1261室，主要生产经营地与注册地一致，主营业务为：企业管理咨询，投资管理，投资咨询（除金融、证券），资产管理。截至本招股说明书签署之日，馨捷咨询的合伙人及出资结构如下：

序号	合伙人名称	出资金额（元）	出资比例	出资方式
1	赵士路	500.00	0.43%	货币
2	王超	70,886.80	60.75%	货币
3	朱凯	6,255.14	5.36%	货币
4	田云龙	6,255.14	5.36%	货币
5	程广磊	4,411.52	3.78%	货币
6	汤韵翰	4,411.52	3.78%	货币
7	江雪	3,423.86	2.93%	货币
8	林叶	3,160.49	2.71%	货币
9	黄方圆	3,160.49	2.71%	货币
10	俞高锋	3,160.49	2.71%	货币
11	姚文婷	3,160.49	2.71%	货币
12	黄璇	2,172.84	1.86%	货币
13	薛霜	2,172.84	1.86%	货币

14	李雯静	1,185.18	1.02%	货币
15	杨松	1,185.18	1.02%	货币
16	卢勇	1,185.18	1.02%	货币
合计		116,687.16	100.00%	货币

馨捷咨询系公司员工持股平台，其合伙人主要为公司及子公司高级管理人员、业务骨干等，其中王超为公司控股股东、实际控制人赵士路配偶，公司员工。

2、捷那咨询

上海捷那商务咨询有限公司成立于 2003 年 5 月 21 日，注册资本 50 万，实收资本 50 万，法定代表人：王小鹤，住所：浦东新区惠南镇城东路 23 号 202 室 17 号，主要生产经营地与注册地一致，主营业务为商务咨询。截至本招股说明书签署日，该公司股东构成为：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
赵士路	40.950	81.90
上海锐报信息技术有限公司	5.000	10.00
朱凯	2.475	4.95
田云龙	1.575	3.15
合计	50.00	100.00

（四）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东

截至 2019 年 5 月 20 日，除赵士路外，其他持有发行人 5%以上股份的主要股东包括：山鹰投资管理有限公司、许栋。其基本情况如下：

1、山鹰投资

企业名称	山鹰投资管理有限公司
成立时间	2015 年 2 月 4 日
注册资本	50,000 万元
实收资本	50,000 万元
注册地址	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室
主要生产经营地	上海市长宁区虹桥路 2272 号虹桥商务大厦 3 楼 G 座

股东构成	山鹰国际控股股份公司持有山鹰投资 100%的股权
主营业务及与发行人主营业务关系	山鹰投资系山鹰国际（上海证券交易所上市公司，证券代码：600567）旗下的投资公司，主要从事投资管理、股权投资、受托资产管理、金融资产管理等业务。与发行人不存在业务往来

2、许栎

许栎，中国国籍，无境外永久居留权，公民身份证号码43061119791007****，住所为：湖南省岳阳市岳阳楼区新胜社区居委会农科组。

十、发行人股本情况

（一）本次发行前及发行后的股本情况

截至 2019 年 5 月 20 日，本次发行前公司总股本为 122,037,684 股。公司本次拟发行 40,680,000 股，发行后总股本为 162,717,684 股，本次拟发行的社会公众股不低于发行后总股本的 25%。发行前后公司的股本情况如下表所示：

股东名称	发行前		发行后	
	持股数（股）	持股比例（%）	持股数（股）	持股比例（%）
1 赵士路	36,615,944	30.00	36,615,944	22.50
2 山鹰投资	12,204,000	10.00	12,204,000	7.50
3 许栎	7,157,104	5.86	7,157,104	4.40
4 馨捷咨询	6,049,070	4.96	6,049,070	3.72
5 尧飞	6,000,000	4.92	6,000,000	3.69
6 钱宏	6,000,000	4.92	6,000,000	3.69
7 叶峻	5,990,000	4.91	5,990,000	3.68
8 姚毓钰	5,823,928	4.77	5,823,928	3.58
9 邬春兰	5,635,160	4.62	5,635,160	3.46
10 张翔	4,802,130	3.93	4,802,130	2.95
11 其他股东	25,760,348	21.11	25,760,348	15.83
12 本次公开发行流通股	-	-	40,680,000	25.00
合计	122,037,684	100.00	162,717,684	100.00

（二）本次发行前的前十名股东

截至 2019 年 5 月 20 日，本次发行前公司前十名股东见“**第五节 发行人基本情况/十、发行人股本情况/（一）本次发行前及发行后的股本情况**”。

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至 2019 年 5 月 20 日，本次发行前本公司前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务情况如下：

股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）	任职情况
赵士路	36,615,944	30.00	董事长、总经理
许栋	7,157,104	5.86	董事、副总经理
尧飞	6,000,000	4.92	无
钱宏	6,000,000	4.92	无
叶峻	5,990,000	4.91	无
姚毓钰	5,823,928	4.77	无
邬春兰	5,635,160	4.62	无
张翔	4,802,130	3.93	董事、副总经理
张小宁	4,619,000	3.78	无
杨雨莹	3,750,000	3.07	无
合计	86,393,266	70.78	-

（四）股东中的国有、外资以及战略投资者持股情况

截至 2019 年 5 月 20 日，根据中国证券登记结算有限责任公司北京分公司出具的《全体证券持有人名册》，本公司股东中无国有股东，外资股份情况如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例（%）	持有人类别
1	张傑 ²	1,000,000	0.82	境外自然人

（五）最近一年发行人新增股东的情况

2015 年 12 月 16 日，公司股票正式在全国中小企业股份转让系统挂牌转让，

² 张傑系作为新三板合格投资者从二级市场直接购入新数网络股份，不需履行相关批复手续。

转让方式为协议转让；2016年9月13日，公司股票由协议转让方式变更为做市转让方式；2017年3月29日，公司股票由做市转让方式变更为协议转让方式；2018年1月15日，根据《全国中小企业股份转让系统股票转让方式确定及变更指引》（股转系统公告[2017]662号），公司股票由协议转让方式变更为集合竞价转让方式。

自2018年1月1日至今，公司未发生过股票发行行为；最近一年内发行人新增股东的股份均系在股转系统通过公开转让方式取得。

截至本招股说明书签署日，最近一年发行人新增股东中无战略投资者。

（六）发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

截至本招股说明书签署日，赵士路和馨捷咨询分别持有公司30.00%和4.96%的股权，赵士路为馨捷咨询的执行事务合伙人、普通合伙人，持有馨捷咨询0.43%的财产份额。

因公司为新三板挂牌企业，股票转让方式曾为做市转让，目前股票转让方式为集合竞价转让方式，通过股转系统交易取得公司股份的股东数量较多，除上述情况外，其他股东间是否存在关联关系目前未知。

（七）股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营的影响

公司本次公开发行不涉及股东公开发售股份的情形。

十一、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员

（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介

1、董事

公司董事由股东大会选举产生，任期三年，现任董事提名和选聘情况如下：

姓名	职务	任期	选聘会议
赵士路	董事长	2018年8月3日至2021年8	2018年第一次临时股

		月 2 日	东大会
许栳	董事	2018 年 8 月 3 日至 2021 年 8 月 2 日	2018 年第一次临时股东大会
张翔	董事	2018 年 8 月 3 日至 2021 年 8 月 2 日	2018 年第一次临时股东大会
田云龙	董事	2018 年 8 月 3 日至 2021 年 8 月 2 日	2018 年第一次临时股东大会
江雪	董事	2018 年 8 月 3 日至 2021 年 8 月 2 日	2018 年第一次临时股东大会
方芳	独立董事	2018 年 8 月 3 日至 2021 年 8 月 2 日	2018 年第一次临时股东大会
任向晖	独立董事	2018 年 8 月 3 日至 2021 年 8 月 2 日	2018 年第一次临时股东大会
尹翔硕	独立董事	2018 年 8 月 3 日至 2021 年 8 月 2 日	2018 年第一次临时股东大会

赵士路先生：1974 年 9 月出生，中国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。1996 年 6 月至 1998 年 9 月，任上海北方浦东经济技术开发有限公司项目经理；1998 年 9 月至 1999 年 1 月，任上海超亚网络信息有限公司销售经理；1999 年 2 月至 2000 年 2 月，任上海因特耐信息技术有限公司销售经理；2000 年 3 月至 2003 年 5 月，创立上海新捷信息技术有限公司并担任总经理；2003 年 5 月至 2012 年 9 月，任上海科捷信息技术有限公司总经理；2012 年 9 月至 2015 年 8 月，任新数有限总经理；2015 年 8 月至今，任新数网络董事长、总经理。此外，2012 年 8 月至今，任新数科技执行董事；2013 年 10 月至今，任馨数软件执行董事。

许栳先生：1979 年 10 月出生，中国籍，无境外永久居留权，大专学历，程序员。1998 年 3 月至 1999 年 11 月，任二六三网络通信搜索引擎工程师；1999 年 11 月至 2001 年 5 月，任 3721.COM（YAHOO 中国）搜索引擎工程师；2001 年 5 月至 2002 年 5 月，任上海新捷信息技术有限公司技术合伙人；2002 年 5 月至 2003 年 10 月，任 Ceessoft Inc.创始人；2003 年 10 月至 2004 年 12 月，任中恒博瑞数字电力系统架构主管；2004 年 12 月至 2008 年 11 月，任杭州健达国力科技有限公司架构总监；2008 年 11 月至 2011 年 5 月，任上海幸福信息技术有限公司 CTO；2011 年 9 月至 2015 年 7 月，任新数有限副总经理；2015 年 8 月至今，任新数网络董事、副总经理。

张翔先生：1983 年 1 月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006

年6月至2009年1月，任上海聚力传媒技术有限公司（PPTV.COM）销售总监；2009年4月至2011年1月，任上海宾杰广告有限公司总经理；2011年9月至2015年7月，任新数有限副总经理；2015年8月至今，任新数网络董事、副总经理。2013年10月至今，任馨数软件监事。

田云龙先生：1976年11月出生，中国籍，无境外永久居留权，高中学历。1997年6月至1999年12月，任邢台市织染厂二车间技工；2000年1月至2002年8月，任上海联合网际信息技术有限公司运营部技术支持工程师；2003年5月至2012年10月，先后任上海科捷信息技术有限公司运营部技术支持工程师、客户经理、客户主管；2012年10月至2014年8月，任新数有限运营主管；2015年8月至今，任新数网络董事、产品主管。

江雪女士：1985年12月出生，中国籍，无境外永久居留权，大专学历。2007年3月至2008年3月，任成都三丰控技术有限责任公司财务助理；2008年5月至2012年8月，任上海科捷信息技术有限公司财务经理；2012年9月至2015年7月，任新数有限财务经理；2015年8月至2016年6月，任新数网络董事会秘书、财务总监；2016年6月至今，任新数网络董事、董事会秘书、财务总监。2014年2月至今，任新数科技监事。

方芳女士：1982年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学位，2003年7月至2005年10月在普华永道中天会计师事务所有限公司任高级审计师，2006年4月至2008年3月就读于名古屋大学产业经营系统（会计）专业，获得经营学硕士学位，2008年4月至2011年9月就读于名古屋大学产业经营系统（会计）专业，获得经营学博士学位，2012年7月至今，在北京师范大学任经济与工商管理学院人会计系讲师，副教授。2016年7月至今，担任北京时代凌宇科技股份有限公司的独立董事。2016年12月至今，担任新数网络独立董事。

任向晖先生：1977年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。1998年7月至1999年9月在索易信息技术（上海）有限公司任副总经理，1999年10月至2002年11月，在智马营销咨询（上海）有限公司任总经理，2002年12月至2015年6月，在上海梅花信息有限公司任总经理、董事长，2015年6月至今，在上海梅花信息股份有限公司任董事长，2013年8月至今，在上海万企明道软

件有限公司任总经理、董事长。2016年12月至今，担任新数网络独立董事。

尹翔硕先生：1955年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学位，1988年7月至1995年5月，在复旦大学世界经济系任讲师，1995年5月至2000年12月，在复旦大学经济学院任副教授，2000年12月至今，在复旦大学经济学院任教授，2016年12月至今，担任新数网络独立董事。

2、监事

公司非职工代表监事由股东大会选举产生，职工代表监事由职工代表大会选举产生，任期均三年，具体提名和选聘情况如下：

姓名	职务	任期	选聘会议
朱凯	监事会主席	2018年8月3日至2021年8月2日	2018年第一次临时股东大会
程广磊	监事	2018年8月3日至2021年8月2日	2018年第一次临时股东大会
薛霜	职工代表监事	2018年8月3日至2021年8月2日	2018年第一次职工代表大会

朱凯先生：1977年11月出生，中国籍，无境外永久居留权，高中学历。2000年1月至2002年8月，任上海联合网际信息技术有限公司销售经理；2003年5月至2012年9月，任上海科捷信息技术有限公司销售经理、销售总监；2012年10月至2015年7月，任新数有限销售总监；2015年8月至今，任新数网络监事、销售总监。

程广磊先生：1982年10月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年11月至2006年10月，任杭州思锐网络有限公司软件工程师；2006年12月至2008年2月，任解放军总参谋部下属软件公司软件工程师；2008年3月至2009年1月，任上海科捷信息技术有限公司软件工程师；2009年9月至2010年6月，任上海幸福信息技术有限公司研发组长；2010年7月至2010年11月，任好耶广告网络公司项目主管；2011年7月至2013年11月，任新数有限核心系统主管；2013年12月至今，任馨数软件有限公司核心系统主管；2015年8月至今，任新数网络监事。

薛霜女士：1984年1月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005

年9月至2006年10月，任英惠计算机数据处理(上海)有限公司计算机数据处理工程师；2006年11月至2012年10月，任上海科捷信息技术有限公司技术支持；2012年10月至2015年7月，任新数有限运营经理；2015年8月至今，任新数网络监事、运营经理。

3、高级管理人员

公司目前拥有四名高级管理人员：赵士路任总经理，许栢和张翔任副总经理，江雪任财务总监兼董事会秘书。上述人员简历参见本节“**十一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员/（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简历/1、董事**”。

4、核心技术人员简历

公司核心技术人员有：赵士路、许栢、张翔、程广磊和田云龙。

上述人员简历参见本节“**十一、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员/（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简历/1、董事；2、监事**”。

5、董事、监事的提名与选聘情况

2018年7月24日，经公司2018年第一次临时股东大会审议通过，选举赵士路、许栢、张翔、江雪、田云龙、任向晖、尹翔硕、方芳为公司第二届董事会董事，上述董事均由第一届董事会第二十三次（临时）会议提名。2018年8月3日，经公司第二届董事会第一次（临时）会议审议通过，选举赵士路为公司第二届董事会董事长。

2018年7月4日，经公司2018年第一次职工代表大会审议通过，选举薛霜为职工代表监事。2018年7月24日，经公司2018年第一次临时股东大会审议通过，选举朱凯、程广磊为第二届监事会监事。上述非职工代表监事均由第一届监事会第八次（临时）会议提名。2018年8月3日，经公司第二届监事会第一次（临时）会议审议通过，选举朱凯为公司第二届监事会主席。

（二）董事、监事、高级管理人员和核心技术人员兼职情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在外兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位	兼职情况	兼职单位与发行人关联关系
赵士路	董事长、 总经理	北京指尖时光广告有限公司	董事	参股公司
任向晖	独立董事	上海梅花信息股份有限公司	董事长	无关联关系
		上海万企明道软件有限公司	董事长、总经理	无关联关系
		上海凯盈商务咨询有限公司	监事	无关联关系
		上海杰亦特信息科技有限公司	董事	无关联关系
		上海众明投资中心（有限合伙）	执行事务合伙人	无关联关系
		上海艾想实业发展有限公司	董事	无关联关系
方芳	独立董事	北京师范大学	副教授	无关联关系
		北京时代凌宇科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
		北京新时空科技股份有限公司	独立董事	无关联关系
尹翔硕	独立董事	复旦大学	教授	无关联关系
朱凯	监事会主席	上海捷那商务咨询有限公司	监事	实际控制人控制的其他企业
薛霜	职工代表 监事	上海爱洋机电科技有限公司	执行董事、 总经理	无关联关系

（三）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间的亲属关系

公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间不存在亲属关系。

（四）发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的协议及履行情况

本公司已与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订了《聘任合同》、《保密协议》或《劳动合同》，对相关权利义务作出了约定。

截至本招股说明书签署日，上述协议、合同等均正常履行，不存在违约情形。

（五）近两年董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的变动情况及原因

1、董事的变动情况

时间	董事	变动原因
2017年1月1日至2018年12月31日	赵士路、许栋、张翔、田云龙、江雪、方芳、任向晖、尹翔硕	最近两年未发生变动

2、监事的变动情况

时间	监事	变动原因
2017年1月1日至2018年12月31日	朱凯、程广磊、薛霜	最近两年未发生变动

3、高级管理人员的变动情况

时间	高级管理人员	变动原因
2017年1月1日至2018年12月31日	赵士路、许栋、张翔、江雪	最近两年未发生变动

4、核心技术人员的变动情况

时间	核心技术人员	变动原因
2017年1月1日至2018年12月31日	赵士路、许栋、张翔、田云龙、程广磊	最近两年未发生变动

（六）董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

公司董事、监事、高级管理人员通过接受保荐机构、发行人律师、发行人会计师等机构的辅导和培训、自学和集中讨论等方式，学习了发行上市相关法律法规及其法定义务责任。本公司董事、监事、高级管理人员已知悉股票发行上市的相关法律法规及其法定义务责任。

（七）董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员持有本公司股份情况如下：

姓名	职务	直接持股		间接持股	
		持股数量 (股)	持股比例	持股数量 (股)	持股比例
赵士路	董事长、总经理	36,615,944	30.00%	25,920	0.02%
王超	赵士路之配偶	-	-	3,674,759	3.01%
许栳	董事、副总经理、 核心技术人员	7,157,104	5.86%	-	-
张翔	董事、副总经理	4,802,130	3.93%	-	-
田云龙	董事	-	-	324,265	0.27%
江雪	董事、财务总监、 董事会秘书	-	-	177,492	0.15%
方芳	独立董事	-	-	-	-
尹翔硕	独立董事	-	-	-	-
任向晖	独立董事	-	-	-	-
朱凯	监事会主席	-	-	324,265	0.27%
程广磊	监事、核心技术人员	-	-	228,692	0.19%
薛霜	监事（职工代表）	-	-	112,640	0.09%

注：上述董监高人员及赵士路先生之配偶王超女士的间接持股均通过馨捷咨询进行，持股数量与持股比例均根据馨捷咨询持有本公司的股份数量与上述人员在馨捷咨询的出资比例计算而得。

（八）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除了对本公司的投资以外，本公司董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的其他对外投资情况如下：

姓名	公司职务	被投资企业名称	出资金额 (万元)	出资比例 (%)
赵士路	董事长、总 经理	上海黑禾网络科技有限公司	30.00	15.00
		悠易互通（北京）科技有限公司	4.63	3.70

		上海捷那商务咨询有限公司	40.95	81.90
		上海小辣酱信息技术有限公司	50.00	5.00
		上海馨捷管理咨询合伙企业 （有限合伙）	0.05	0.43
		INFOWING LTD		29.40%
田云龙	董事	上海捷那商务咨询有限公司	1.58	3.15
		上海馨捷管理咨询合伙企业 （有限合伙）	0.63	5.36
任向晖	独立董事	嘉兴艾瑞投资合伙企业（有限合 伙）	100.00	2.04
		上海梅花信息股份有限公司	277.13	52.79
		上海容运商务咨询有限公司	25.00	8.33
		上海凯盈商务咨询有限公司	5.00	5.00
		上海万企明道软件有限公司	8.72	13.56
		上海森瑞投资管理合伙企业（有限 合伙）	1197.58	12.69
		上海众明投资中心（有限合伙）	148.50	99.00
江雪	董事、财务 总监、董事 会秘书	上海馨捷管理咨询合伙企业 （有限合伙）	0.34	2.93
朱凯	监事	上海捷那商务咨询有限公司	2.48	4.95
		上海馨捷管理咨询合伙企业 （有限合伙）	0.63	5.36
程广磊	监事	上海馨捷管理咨询合伙企业 （有限合伙）	0.44	3.78
薛霜	监事	上海馨捷管理咨询合伙企业 （有限合伙）	0.22	1.86
		上海爱洋机电科技有限公司	25.00	50

上述对外投资不存在与公司利益冲突的情况；除上述对外投资情况外，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他对外投资。

（九）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬情况

1、薪酬的组成、确定依据、所履行的程序及其比重

除独立董事外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬由基本工资和绩效奖金组成，依据公司的薪酬管理制度确定；公司独立董事领取固

定津贴，津贴金额根据外部市场平均水平确定。

公司董事会下设薪酬与考核委员会，负责研究董事与管理层的考核标准，公司制定了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，其中规定“（一）根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案”。公司董事、监事薪酬由公司董事会和股东大会批准确定，高级管理人员薪酬由董事会批准确定，核心技术人员薪酬由公司人力资源部门按照其所在岗位的范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定。

本公司最近三年董事、监事、高级管理人员和核心技术人员的薪酬总额占各期发行人利润总额的比重为：

项目	2018年	2017年	2016年
薪酬总额（万元）	264.70	261.15	236.06
利润总额（万元）	3,395.92	3,676.59	2,692.42
占利润总额的比例（%）	7.79	7.10	8.77

2、最近一年从发行人处领取薪酬的情况

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员 2018 年从本公司领取薪酬情况如下：

姓名	公司职务	薪酬/津贴（万元）	领薪单位
赵士路	董事长、总经理	28.10	新数网络
许枕	董事、副总经理、核心技术人员	32.01	新数网络
张翔	董事、副总经理	26.57	新数网络
田云龙	董事	30.78	新数网络
江雪	董事、财务总监、董事会秘书	28.39	新数网络
方芳	独立董事	10.80	新数网络
任向晖		10.80	新数网络
尹翔硕		10.80	新数网络
朱凯	监事会主席	48.71	新数网络
程广磊	监事、核心技术人员	27.40	新数网络

薛霜	监事	10.33	新数网络
----	----	-------	------

截至本招股说明书签署日，除上述薪酬和津贴外，公司董事（独立董事、外部董事除外）、监事、高级管理人员及核心技术人员未在公司及公司关联方享受其他待遇和退休金计划。

十二、发行人已经制定或实施的股权激励及相关安排

截至本招股说明书签署日，上海馨捷管理咨询合伙企业（有限合伙）为发行人的员工持股平台，其持有公司 6,049,070 股股份，占发行人总股本比例为 4.96%。

公司一直非常重视与员工分享公司的经营成果，早在改制为股份公司之前，就通过员工持股平台馨捷咨询实现了管理团队和核心员工持股。近年来，公司首先在股转系统挂牌，然后筹备上市事宜，财富效应逐步显现，员工归属感和责任感都因此增强，对公司运营效率提升、成本费用控制产生了积极作用。

上述员工持股平台为公司员工间接持有公司股票，不涉及上市后的行权安排。

除此以外，截至本招股说明书签署日，发行人不存在其他已经制定或实施的股权激励及相关安排。

十三、发行人员工情况

（一）员工人数及变化情况

发行人报告期内员工人数及变化情况如下：

项目	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
员工人数	125	101	88

（二）员工专业结构

报告期各期末，本公司及子公司员工专业结构如下：

员工专业	2018年末		2017年末		2016年末	
	人数	比例	人数	比例	人数	比例

行政管理人员	22	17.60%	27	26.73%	22	25.00%
研发人员	36	28.80%	26	25.74%	42	47.73%
销售人员	35	28.00%	30	29.70%	21	23.86%
运营维护人员	32	25.60%	18	17.82%	3	3.41%
合计	125	100.00%	101	100.00%	88	100.00%

十四、发行人报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况

报告期内，发行人及其子公司实行劳动合同制，公司按照相关国家与地方的有关规定为员工提供相应的社会保障。发行人及其下属子公司境内社会保险和住房公积金缴纳人员情况如下：

社会保险缴纳情况						
项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
在职员工总人数	125	100.00%	101	100.00%	88	100.00%
实缴员工人数	123	98.40%	101	100.00%	86	97.73%
未缴员工人数	2	1.60%	-	-	2	2.27%
其中：新入职员工	-	-	-	-	2	2.27%
离职员工	2	1.60%			-	-
住房公积金缴纳情况						
项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比
在职员工总人数	125	100.00%	101	100.00%	88	100.00%
实缴员工人数	122	97.60%	101	100.00%	86	97.73%
未缴员工人数	3	2.40%	-	-	2	2.27%
其中：新入职员工	1	0.80%	-	-	2	2.27%
离职员工	2	1.60%			-	-

（一）2018年社会保险和住房公积金缴纳情况

截至2018年12月31日，新数网络及其境内子公司实际用工人数为125人，社会保险缴纳人数为123人，未缴纳社会保险的2名员工系于12月离职。住房

公积金缴纳人数为 122 人，未缴纳住房公积金的员工中 2 名系于 12 月离职，1 名系于 12 月 1 日新入职，未办理住房公积金缴纳手续。新数新加坡未于境外聘任员工，无需在境外缴纳社会保障费用。

（二）2017 年社会保险和住房公积金缴纳情况

截至 2017 年 12 月 31 日，新数网络及其境内子公司实际用工人数为 101 人，社会保险和住房公积金缴纳人数为 101 人，无未缴纳情况。新数新加坡未于境外聘任员工，无需在境外缴纳社会保障费用。

（三）2016 年社会保险和住房公积金缴纳情况

截至 2016 年 12 月 31 日，新数网络及其境内子公司实际用工人数为 88 人，社会保险缴纳人数为 86 人，住房公积金缴纳人数为 86 人。未缴纳社会保险和住房公积金的 2 名员工系当年 12 月入职，尚未办理社会保险和住房公积金缴纳手续。新数新加坡未于境外聘任员工，无需在境外缴纳社会保障费用。

（四）发行人实际控制人所作承诺情况

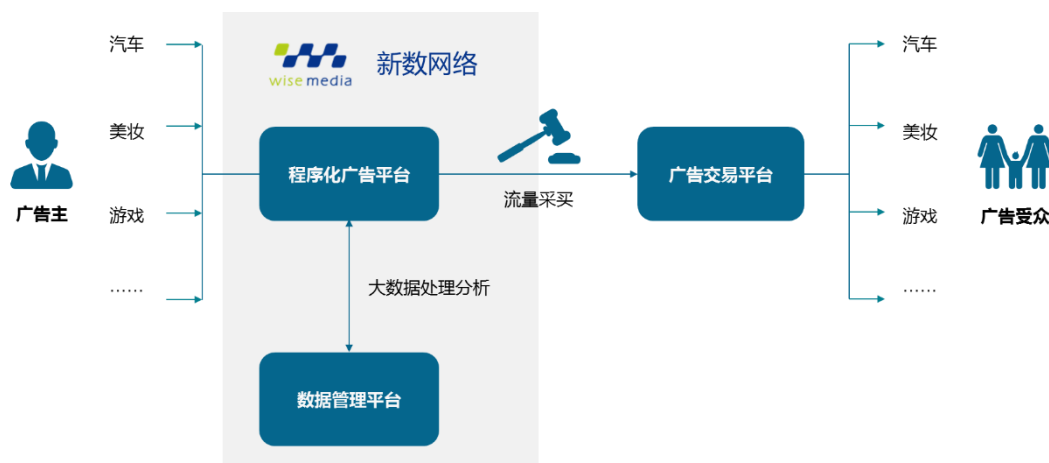
发行人实际控制人赵士路已出具承诺函，若公司及下属子公司因存在未严格按照国家法律规定为员工及时、足额缴纳社会保险和住房公积金的情况，导致公司和/或下属子公司因上述事项受到主管部门处罚，或任何利益相关方以任何方式提出权利要求，本人承诺将无条件、不可撤销、连带地承担相关补缴、罚款、赔偿或补偿责任。如本人违反上述承诺，公司有权将应付本人的现金分红予以暂时扣留，直至本人实际履行上述承诺义务为止。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务和主要服务的情况

（一）主营业务概述

发行人是一家广告科技公司，主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务，利用分布式并行计算、机器学习、人工智能等技术对海量异构数据进行处理、分析和挖掘，并将由此产生的信息和知识应用于互联网广告领域。发行人通过数据管理平台对历史数据和实时数据进行分析 and 挖掘，通过程序化广告平台自动采买媒体流量并针对特定受众投放广告，致力于发掘每一条媒体流量的真实价值，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。

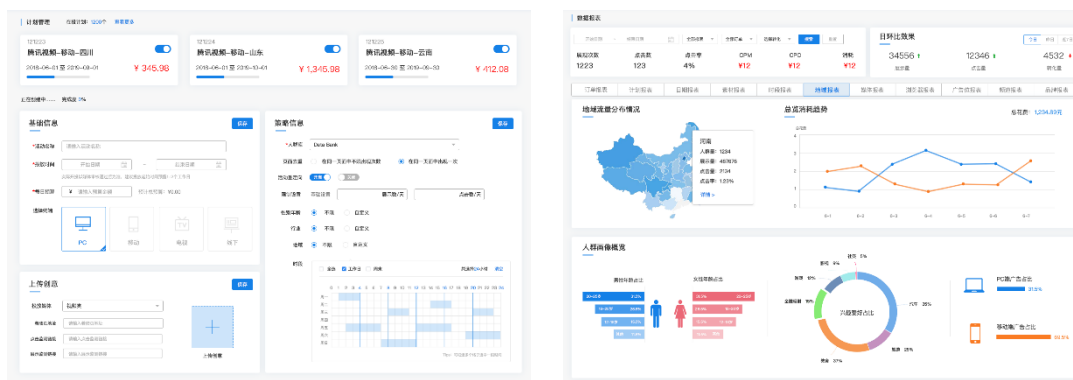


新数程序化广告平台的交易方式以公开实时竞价为主，同时支持程序化直接采买、私有市场实时竞价等其他程序化投放方式。公开实时竞价是对互联网用户浏览的每一个广告位进行一次展示竞价，通过竞价方式决定最终展示广告的广告主和广告内容。公开实时竞价基于“密封第二价格”拍卖机制，实现了对广告流量的合理定价，达到广告主营销需求和媒体流量的最优匹配结果。

新数程序化广告平台利用数据管理平台的分析结果，自动采买符合广告主营销需求的互联网媒体流量，向目标受众投放广告。公司搭建实时竞价系统致力于快速稳定，采用高效率的服务器架构，支持了庞大的业务处理量。新数程序化广告平台支持超过 10 万个广告单元在系统内同时报价，每秒可同时响应 20 万次竞

价请求，平台内部竞价完成时间小于 50 毫秒。

新数程序化广告平台使用业内领先的大数据实时处理技术，向广告主提供实时可视化报表，生成报表时间延迟控制在秒级别。可视化报表实时展现广告投放效果，为广告主提供广告统计监测、多维数据对比、受众属性分析等功能。基于实时数据报表，公司运营人员可及时与广告主沟通优化方案。



发行人对海量异构数据进行筛选、清洗、合并、储存后，通过机器学习、人工智能等方式进行数据挖掘和分析，构建互联网用户画像，利用实时分析结果对程序化广告自动竞价投放提供决策支持，并为广告主制定营销方案和投放预算提供数据支撑。

新数程序化广告平台支持所有主流展示广告投放样式，包括视频贴片、开屏广告、网幅广告、信息流广告等，结合发行人业内领先的媒体覆盖能力，可以为广告主提供一站式程序化广告投放服务。



发行人建立了业内领先的媒体覆盖能力，广泛对接高质量、高流量媒体，为程序化广告业务提供稳定优质的流量来源。发行人通过系统架构升级、接口通用化、代码模块化等技术，加快媒体对接和升级改造效率，与媒体方合作更顺畅。程序化广告平台广泛对接阿里妈妈 TANX、腾讯、百度、爱奇艺、优酷等国内 PC、移动端、OTT 主流媒体。

截至本招股说明书签署日，发行人已累计服务超过 2,000 家广告主，在业内积累了良好的口碑，得到了业内同行的广泛认可。公司长期合作的客户既包括阳狮集团、凯骏广告（上海）有限公司（IPG 集团旗下）、北京恒美广告有限公司（宏盟集团旗下）等 4A 广告公司，也包括游族网络、三七互娱、恺英网络等知名游戏公司。发行人成立以来，曾荣获“上海市科技小巨人企业”、“上海市‘专精特新’中小企业”、“TopDigital Awards 金奖”、“广告主金远奖金奖”、“腾讯社交广告最佳 DSP 合作伙伴特别大奖”、“百度最佳合作伙伴”、“阿里妈妈金牌合作伙伴”等多项荣誉。

（二）发行人提供的主要服务

发行人提供的主要服务为数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。发行人通过自主研发的程序化广告平台和数据管理平台，通过大数据技术分析历史数据，以程序化方式自动采买和投放广告。



1、大数据管理分析

发行人通过自主研发的数据管理平台进行大数据管理和分析，为程序化广告业务提供数据决策支撑。

数据管理平台又称 DMP，是把分散的多方数据进行整合纳入统一的技术平台，并对数据进行标准化和细分后形成的数据管理平台。新数数据管理平台是将公司程序化广告业务积累的海量数据，利用分布式并行计算技术，对数据进行筛选、清洗、合并、储存后形成的具有标签化、精细化特征的数据仓库，并通过机器学习、人工智能等技术对大数据进行计算、分析和挖掘。

新数数据管理平台主要包括数据采集传输、数据管理储存、数据业务应用、数据可视化洞察四大功能。

（1）数据采集传输

新数数据管理平台汇集了来自业务各方的大量数据，包括广告主与发行人共享的客户信息、媒体在广告请求中发送的用户和媒体信息、发行人与第三方数据平台通过业务合作方式获得的信息等。现在，越来越多的企业正在有意识的采集用户数据，数据获取的难度正在逐渐降低，而针对特定行业的大数据分析和应用逐渐成为大数据服务企业的核心竞争力。发行人作为独立第三方案程序化广告技术公司，不以获取用户隐私数据为目的，实现了打通数据孤岛，推动数据互通共享的作用。发行人不但与业内主流第三方数据平台，如 TalkingData、AdMaster、秒针等保持紧密合作，还与各行各业数据提供方建立广泛合作，获取全面的数据资源，提升程序化广告的投放效果。

（2）数据管理储存

数据管理储存可以分为大数据管理和大数据存储。大数据管理包括数据去重、补全、纠错、标签化等功能。大数据存储包括关系型数据存储、分布式存储、索引化速查存储、元数据存储、主题域数据存储、模型数据存储等功能。数据管理和储存是大数据分析应用的前提，数据的准确性和相关性直接关系到数据分析结果的价值，数据的存储架构决定了提取数据的效率，与数据分析应用的实时性直接相关。新数数据管理平台采用高效的系统架构，广泛汇集多方数据，加以有针

对性的整合和挑选，为数据实时分析应用奠定了基础。

（3）数据分析应用

数据分析应用是利用并行计算、机器学习、人工智能等技术，实现人群画像、决策支持、实时可视化报表等功能。人群画像技术是根据用户属性、生活习惯和消费行为等数据抽象出的一个标签化的用户模型。公司的人群画像技术采用业内领先的大数据处理框架，支持运营人员在线多维度分析十亿级人群数据，从而深度挖掘目标人群，为丰富的业务场景提供技术支持。决策支持是通过机器学习等方式实时计算点击率、转化率、eCPM，从而对程序化广告竞价环节进行决策支持。通过对点击率、转化率等指标的预估，公司还可以协助广告主制定较为准确的广告预算，有效提高广告投放效率。

（4）数据可视化洞察

新数数据管理平台将多维数据通过可视化工具，实时转换成报表、图像、趋势等形式显示在屏幕上，向广告业务人员传达直观、洞察后的内容，即可视化报表，并提供常用的一些管理控制工具辅助广告业务人员对广告投放的方向及重点进行干预。

2、程序化广告投放

发行人通过自主研发的新数程序化广告平台为客户提供程序化广告投放服务，新数程序化广告平台的主要技术包括：

（1）程序化投放技术

新数程序化广告平台支持公开实时竞价、私有市场实时竞价、程序化直接采买等所有程序化投放方式。广告业务人员在平台创建广告计划后，新数程序化广告平台自动采买媒体流量。公司通过低成本高效率的服务器架构，用较少的服务器支持了庞大的业务处理量。新数程序化广告平台支持超过 10 万个广告单元在系统内同时报价，每秒可同时响应 20 万次竞价请求，平台内部竞价完成时间小于 50 毫秒。

（2）定向投放技术

新数程序化广告平台利用数据管理平台的大数据分析能力，实现广告定向投放，通过对用户行为数据的分析和聚类算法挖掘出具有相似行为特征的目标人群，并选择适当的媒体向目标人群投放广告。具体而言，人群定向可以分为时间定向、地域定向、频道定向、兴趣爱好定向、关键词定向、相似人群定向等一系列定向技术。

（3）智能广告出价技术

智能广告出价技术是程序化广告平台的核心算法，通过对符合广告主营销需求的目标人群增加出价，锁定潜在目标人群，从而提升点击率、转化率、TA 浓度等广告投放效果指标。发行人基于多年的业务经验和数据积累，在程序化广告平台搭建了基于实时大数据分析结果的智能广告出价算法，致力于为广告主提供最优的广告投放效果。

（4）可视化数据报表

广告计划执行过程中，投放效果数据在可视化报表中实时更新。可视化报表通过媒体、时间、地域、受众属性等多维度展现投放效果，供广告业务人员对比分析。同时，新数程序化广告平台能够自定义生成投放效果总结报告，满足品牌广告主的个性需求。

（5）投放策略优化技术

广告业务人员根据广告计划的执行情况、可视化数据报表反馈的信息，在程序化广告平台对广告投放策略进行优化。新数程序化广告平台不但提供媒体优化、创意优化、频次优化、溢价策略优化等多维度优化功能，还支持 Lookalike 人群拓展技术、重定向技术等程序化广告关键技术。Lookalike 人群拓展技术通过对核心人群的属性分析，将目标受众扩展到相似人群，有效扩大广告受众范围。重定向算法通过多次曝光持续加深目标受众印象，显著提高广告投放效果。

（三）发行人主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入构成如下表所示：

单位：万元

类别	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
程序化平台投放业务	22,613.78	96.96%	25,851.44	96.86%	25,413.65	94.92%
SSP	289.47	1.24%	621.75	2.33%	1,198.17	4.47%
其他广告业务	338.91	1.45%	139.67	0.52%	18.38	0.07%
技术服务	80.24	0.34%	77.99	0.29%	144.65	0.54%
总计	23,322.41	100.00%	26,690.85	100.00%	26,774.86	100.00%

（四）发行人的主要经营模式

1、盈利模式

发行人是一家广告科技公司，主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。公司一边对接有程序化广告需求的广告主，另一边对接互联网媒体流量资源，致力于实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。发行人通过数据管理平台对海量异构数据进行分析和挖掘，通过程序化广告平台向媒体自动采买流量，针对符合广告主营销需求的目标人群投放广告，在致力于为广告主提供最优的广告投放效果的前提下，获取来自广告主的广告投放费用。

公司深入理解客户的营销需求，根据数据管理平台提供的点击率、转化率等数据支持，为广告主提供投放人群和投放预算的方案，并就广告投放排期和 KPI 协商一致，经客户确认后开始广告投放。广告投放结束后，公司与客户对广告曝光情况和 KPI 执行效果进行综合考量，通常按广告展示量结算付款。公司程序化广告业务常用的 KPI 包括曝光量、点击率、ROI、下载量、激活量等。

2、销售模式

发行人主要通过自有销售人员与新客户建立关系，以及进行业务开展和客户维护工作。根据客户所属行业，发行人将客户主要分为品牌类和游戏类。品牌事业部主要负责与品牌类客户的对接，客户业务中心主要负责与游戏类客户的对接。

公司长年合作的品牌客户主要包括阳狮集团、凯骏广告（IPG 集团旗下）、北京恒美广告有限公司（宏盟集团旗下）等 4A 广告公司，长年合作的游戏客户

主要包括游族网络、三七互娱、恺英网络等上市公司。公司提供的程序化广告服务品质得到了客户的高度认可，报告期内主要客户保持稳定，体现了较高的客户忠诚度。

3、服务模式

（1）品牌类客户

公司深入理解品牌广告主营销需求，根据数据管理平台提供的点击率、转化率等数据支持，为客户提供投放方案和投放预算的建议，并就广告投放排期和 KPI 协商一致，经客户确认后开始广告投放。广告投放过程中，公司业务人员会以邮件、即时通讯软件等方式与客户保持联系，实时沟通广告投放数据，向客户提供优化建议，根据客户的反馈调整广告投放策略。广告投放完成后，如双方事先有约定，公司会制作结案报告提供给客户。

在品牌广告业务中，客户通常会聘请第三方监测机构，如 Admaster、秒针等对广告投放过程进行监测。广告投放完毕后，第三方监测机构会将监测数据反馈给客户，公司也会将广告投放数据以邮件或即时通讯软件等方式发送给客户，客户会将公司投放数据与第三方监测进行比对，核对投放结果的准确性，若存在差异则共同寻找原因。公司与客户核对一致后，根据双方确认的投放金额拟定确认单据。

（2）游戏类客户

公司深入理解游戏公司广告投放需求，根据数据管理平台提供的点击率、转化率等数据支持，为客户提供投放方案建议，就广告投放 KPI 指标协商一致，经客户确认后开始广告投放。广告投放过程中，公司业务人员会以邮件、即时通讯软件等方式与客户保持联系，实时沟通广告投放数据，向客户提供优化建议，根据客户的反馈调整广告投放策略。公司与客户每月核对广告投放金额，定期进行确认。

游戏类客户通常自建广告分析系统，具备自行监测广告投放效果的能力，计算注册量、下载量、激活量、ROI 等等 KPI。因此，游戏类业务通常无第三方监

测机构参与，也无第三方监测数据。但由于客户自身可以监测广告投放数据，并与公司的数据进行核对，可以保证数据的可靠性和公允性。

4、采购模式

发行人采购的内容主要包括媒体流量、IDC 带宽、机柜租赁、服务器和电脑等固定资产。

（1）媒体资源

发行人向互联网媒体采买广告流量用于广告投放。发行人建立了业内领先的媒体覆盖能力，新数程序化广告平台广泛对接阿里妈妈 TANX、腾讯、百度、爱奇艺、优酷等国内 PC、移动端、OTT、OTV 主流媒体。

程序化广告平台自动采购媒体流量的前提是完成技术对接。技术对接时，首先需要将程序化平台的素材行业类目与媒体方的广告交易平台做映射，然后进行线上真实投放测试。测试结果达标后，公司需要整理媒体广告审核标准及执行规范，组织员工内部培训。为了加快媒体对接和升级改造时间，公司通过系统架构升级、接口通用化、代码模块化等技术，在广告交易平台接口完善、配合度高的前提下，将整体对接时间控制在一周以内，与媒体方合作更顺畅。

公司媒体流量的采购方式主要分为竞价模式和包断模式。公司充分了解客户的营销需求和预算情况后，本着最大化广告投放效率的原则，将预算分配到竞价和包断两种模式。竞价模式下，交易价格通过媒体广告交易平台的竞价机制产生，公司只需为竞价成功的曝光量支付费用。包断模式下，交易价格是公司与媒体事前商定的，当客户需要在一段时期内集中在一些媒体大量投放广告时，包断模式可以降低采购单价，为客户节约投放成本。

公司根据客户的具体营销需求，无论竞价模式或包断模式，均可以提供面向特定受众的广告精准投放服务。即公司基于数据管理平台的分析结果，通过程序化广告平台仅采购符合客户营销需求的流量，客户仅针对这一部分展示支付费用。

竞价模式下，公司与媒体通常以 CPM 为单位结算。包断模式下，公司与媒体可以按 CPT、CPM 或 CPA 为单位结算。公司通常按月与媒体结算交易金额，

由财务部门根据程序化广告平台的交易金额为基础与媒体进行核对，经商务人员与媒体确认实际结算金额。

（2）IDC 带宽及机柜租赁

IDC 带宽及机柜租赁费用是指公司在 IDC 中心采购的带宽和机柜使用等技术服务费用。公司每年根据上一年度的 IDC 带宽使用及机柜租赁情况，并结合未来业务发展目标，对下一年度的 IDC 带宽及机柜租赁费用进行预估，确定下一年度的采购量，报部门领导和总经理审批后，由财务部门审核付款。

（3）服务器等固定资产

公司主要采购电脑、服务器、交换机等固定资产用于日常经营。服务器和交换机主要用于公司 IT 系统的搭建，公司根据现有服务器、交换机等设备的使用情况，预估未来业务发展所需的具体数量，报部门领导和总经理审批后，由财务部门审核付款。员工办公使用的工作电脑，可以向所在部门负责人提出采购申请，经设备采购员或人事部专员进行资产调拨或购买。

5、影响经营模式的关键因素及变化情况

公司采取目前的经营模式主要是结合了大数据和程序化广告行业的发展特点、客户对程序化广告的需求特点、互联网媒体流量特点等因素综合考量确定的。影响公司经营模式的关键因素包括行业和技术未来发展趋势、公司自身技术研发水平、行业上下游市场供需情况等。报告期内，公司经营模式的关键因素未发生重大变化，预计未来一段时间内公司的经营模式不会发生重大变化。

6、发行人业务模式的创新性

公司主营业务为数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。程序化广告是大数据技术在互联网广告领域的具体应用，其主要目的在于实现内容、环境和用户三者的最佳匹配。广告主希望自己所投放的广告内容能够贴合用户的心理需求，契合用户所处的场景氛围，这种目标在过去的大众传播媒介阶段存在较高的难度，但是数字化媒体与传统媒体在广告投放方面的根本差异，正是其用户可以定向、

流量可以拆分，也就是说可以向不同用户投放不同广告、向不同广告主收取不同费用。因此，程序化广告的本质是运用大数据技术低成本、高效率的实现受众定向或者流量拆分，从而完成广告主从购买粗放的广告资源向购买精细的广告受众转变，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。

发行人是一家广告科技公司，借助大数据、互联网等技术工具，不断创新程序化广告的业务模式，具体表现在以下方面：

（1）促进广告流量真实定价

近年来，随着互联网广告市场的迅速发展，互联网巨头掌握了大量的广告流量。这些互联网巨头依靠寡头垄断优势，以推销自有流量为主要目标，在与广告主谈判中处于强势地位，也不向广告主提供目标用户的具体特征数据，使得广告主难以根据自身需求控制广告投放过程，也无法实现数据的重复利用。相反，发行人作为独立第三方案序化广告技术公司，利用自己的数据管理平台对媒体流量进行评估，甄别每一条流量的真实价值，向广告主提供透明度更高、价格更合理、投放效果更好的服务。

（2）完善程序化广告产业生态

发行人作为独立第三方案序化广告技术公司，与互联网巨头不同，获取的数据不涉及用户姓名、生日、电话号码等个人隐私，也无法利用信息单独或结合识别单个用户。随着世界范围保护个人隐私法律逐渐严格，独立第三方案序化广告公司在不违反隐私保护条例的前提下，广泛对接多方数据资源，打通数据孤岛，成为其重要的竞争优势。同时，独立第三方案序化广告公司的发展，将促进媒体回归本源，更好的集中精力生产优质内容。

（3）融合数据技术和广告创意

程序化解决了广告精准投放的问题，从而使广告主更加高效的分配广告预算。发行人进而通过数据分析与挖掘，为广告主提供高度个性化的创意内容。程序化广告与个性化创意的结合体现了技术与艺术的融合，一方面带来更丰富和更有互动性的数字化广告创意形式，另一方面向不同情境下的不同用户呈现不同的创意诉求，达到千人千面的效果。发行人在“强生雷诺考特鼻炎药程序化 OTV 投放

案例”中，在广告创意和投放环节引入空气质量指数等因素，获得广告主的高度认可，广告投放期间产品销量显著提升。

（4）大数据实时处理消费者洞察

传统的消费者洞察通过对特定抽样对象或典型个案的洞察，从少数推及整体，分析结果具有片面性和滞后性。而数字化环境下用户在网络中的每个动作和步骤都反映了他们的想法和期望，这些动作被记录下来汇聚成大数据，并通过算法形成对用户的洞察，预测特定群体甚至个体的消费心理及购物行为。发行人利用大数据实时处理技术，低成本、高效率地获得关于海量用户的个性数据指标并快速完成数据处理和分析，预测用户的心理需求，从而指导广告投放。

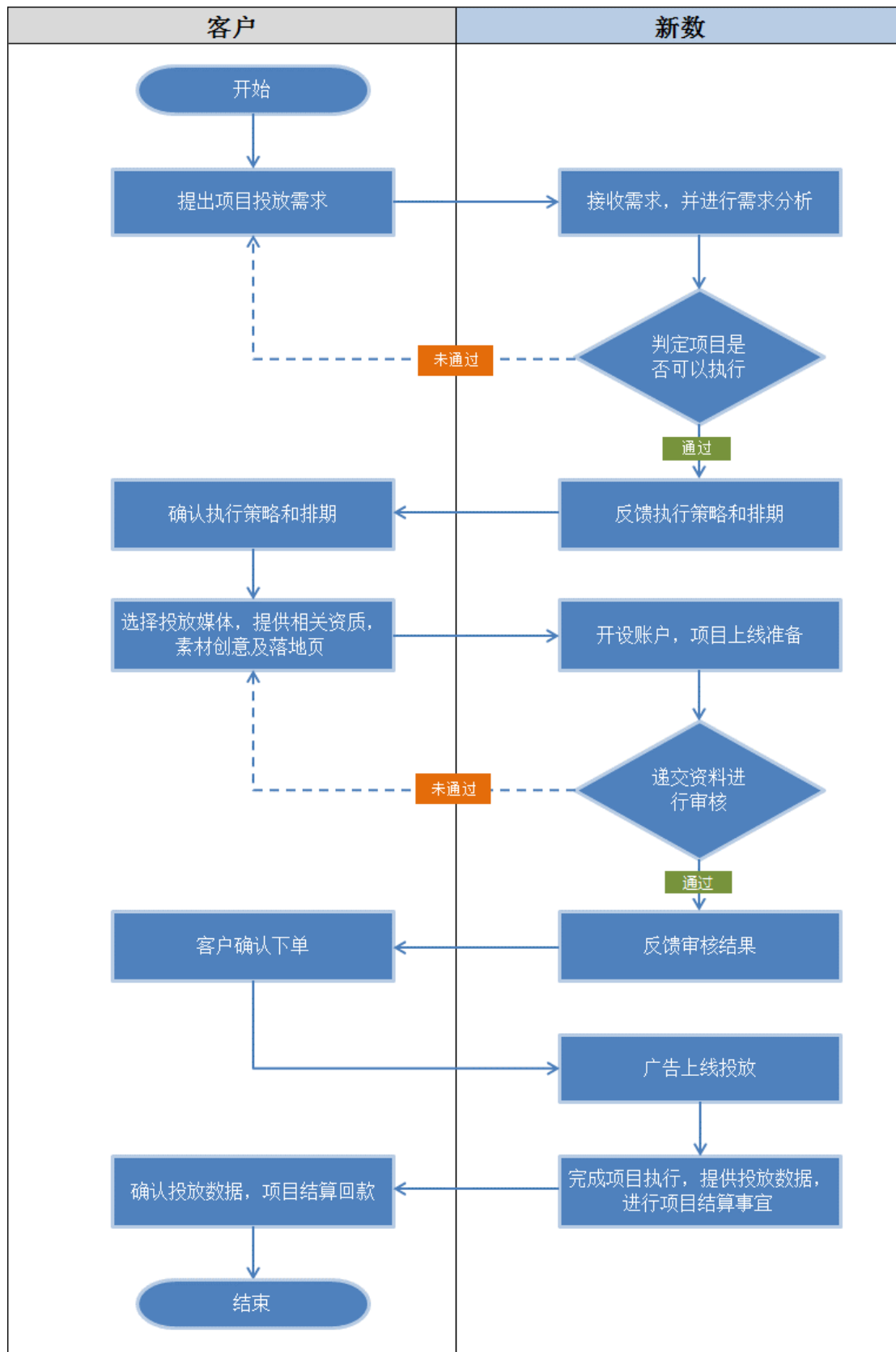
（5）不断拓展程序化广告载体

随着传统媒体的数字化转型，新兴媒体与传统媒体之间在技术层面已经没有本质差异，只要是数字化的媒体和广告，都可以完成程序化改造。程序化广告引发了广告行业生态的变化，广告行业生态的改变又进一步强化了程序化广告的功能和能力范围，使得程序化广告从PC广告向移动广告、电视广告、户外广告等更广泛的领域渗透和扩展，更多领域的程序化进程推动对广告行业生态的重构，这是一个正向反馈的飞轮效应。发行人不断拓展程序化广告的新载体和前沿技术。以数据和技术为核心驱动的程序化广告生态已经逐渐成熟，未来还将影响更多线上线下的品牌和效果广告，直至完成对整个广告生态的改造。

（五）设立以来主营业务、主要服务、主要经营模式的演变情况

发行人自成立以来，一直从事程序化广告业务及相关技术服务，主营业务、主要服务、主要经营模式均未发生变化。

（六）发行人主要业务流程图



二、发行人所处行业基本情况

（一）发行人所属行业及确定所属行业的依据

发行人是一家广告科技公司，主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务，属于大数据服务行业。根据中国证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），公司所处行业隶属于“互联网和相关服务业”（I64）；根据国家统计局发布的《战略性新兴产业分类（2018）》（国家统计局令第23号），公司所处行业隶属于云计算与大数据服务下的“互联网数据服务”（I6450）。

发行人利用分布式并行计算、机器学习、人工智能等技术对海量异构数据进行处理、分析和挖掘，并将由此产生的信息和知识应用于互联网广告领域。根据国家发展改革委发布的《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016版）》，发行人主营业务符合“新一代信息技术”中“大数据服务”的定义，即“利用分布式并行计算、人工智能等技术对海量异构数据进行计算、分析和挖掘，并将由此产生的信息和知识应用于实际的生产生活中。”

（二）行业主管部门、管理体制和主要法律法规政策及对发行人经营发展的影响

1、主管部门和管理体制

发行人所属行业实行政府相关部门监督管理与行业协会自律监管相结合的监管体制。发行人所属行业涉及的主管部门具体如下：

部门	相关职责
工业和信息化部	负责网络强国建设相关工作，推动实施宽带发展；负责互联网行业管理（含移动互联网）；协调电信网、互联网、专用通信网的建设，促进网络资源共建共享；组织开展新技术新业务安全评估，加强信息通信业准入管理，拟订相关政策并组织实施；指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展。负责电信网、互联网网络与信息安全技术平台的建设和使用管理；负责信息通信领域网络与信息安全保障体系建设；拟定电信网、互联网及工业控制系统网络与信息规划、政策、标准并组织实施，加强电信网、互联网及工业控制系统网络安全审查；拟订电信网、互联网数据安全政策、规范、标准并组织实施；负责网络安全防护、应急管理和处置。

国家市场监督管理总局	拟订广告业发展规划、政策并组织实施。拟订实施广告监督管理的制度措施，组织指导药品、保健食品、医疗器械、特殊医学用途配方食品广告审查工作。组织监测各类媒介广告发布情况。组织查处虚假广告等违法行为。指导广告审查机构和广告行业组织的工作。
------------	--

发行人所属行业的行业协会具体如下：

协会	职责
中国互联网协会以及各地互联网协会	组织制定行业规定，维护行业整体利益，实现行业自律；协调行业与政府主管部门的交流与沟通；提高我国互联网技术的应用水平和服务质量，保障国家利益和用户利益；普及网络知识，引导用户健康上网；参与国际交流和有关技术标准的研究；促进我国互联网产业的发展，发挥互联网对我国社会、经济、文化发展和社会主义精神文明建设的积极推动作用。
中国广告协会	制定行业自律规定，规范经营行为，开展争创文明先进单位活动，促进广告市场健康有序的发展；开展企业资质评审活动，扶植优势企业发展，促进产业结构的优化调整；开发信息资源，建立信息网络，为行业提供信息服务；积极参与广告业的立法立规工作，向政府有关部门反映会员单位的意见和要求，提出合理建议。

2、主要法律法规

发行人主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。因此，公司需要同时遵守互联网行业和广告行业的相关法律法规。

法律法规名称	最新修订时间	制订机构
《中华人民共和国广告法》	2018年	全国人民代表大会常务委员会
《中华人民共和国网络安全法》	2016年	全国人民代表大会常务委员会
《互联网广告管理暂行办法》	2016年	国家工商行政管理总局
《电信和互联网用户个人信息保护规定》	2013年	工业和信息化部
《关于加强网络信息保护的決定》	2012年	全国人民代表大会常务委员会
《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》	2011年	工业和信息化部
《互联网信息服务管理办法》	2000年	国务院

3、主要产业政策

发布时间	发布机构	文件名称	主要相关内容
2015年6月24日	国务院	《关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的	提升产业支撑能力。进一步健全创新体系，鼓励相关企业、高校和科研机构开展产学研合作，推进大数据协同融合创新，加快突破大规模数据仓库、非关系型数据库、数据挖掘、数据智

		若干意见》	能分析、数据可视化等大数据关键共性技术，支持高性能计算机、存储设备、网络设备、智能终端和大型通用数据库软件等产品创新。支持企事业单位开展大数据公共技术服务平台建设。鼓励具有自主知识产权和技术创新能力的大数据企业做强做大。推动各领域大数据创新应用，提升社会治理、公共服务和科学决策水平，培育新的增长点。落实和完善支持大数据产业发展的财税、金融、产业、人才等政策，推动大数据产业加快发展。
2015年8月31日	国务院	《关于促进大数据发展的行动纲要》	服务业大数据应用。利用大数据支持品牌建设、产品定位、精准营销、认证认可、质量诚信提升和定制服务等，研发面向服务业的大数据解决方案，扩大服务范围，增强服务能力，提升服务质量，鼓励创新商业模式、服务内容和形式。
2016年11月29日	国务院	“十三五”战略性新兴产业发展规划	发展大数据在工业、农业农村、创业创新、促进就业等领域的应用，促进数据服务业创新，推动数据探矿、数据化学、数据材料、数据制药等新业态、新模式发展。加强海量数据存储、数据清洗、数据分析挖掘、数据可视化等关键技术研发，形成一批具有国际竞争力的大数据处理、分析和可视化软硬件产品，培育大数据相关产业，完善产业链，促进相关产业集聚发展。推进大数据综合试验区建设。
2016年12月18日	工信部	大数据产业发展规划（2016-2020年）	到2020年，技术先进、应用繁荣、保障有力的大数据产业体系基本形成。大数据相关产品和服务业务收入突破1万亿元，年均复合增长率保持30%左右，加快建设数据强国，为实现制造强国和网络强国提供强大的产业支撑。
2017年1月25日	国家发展改革委	战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016版）	利用分布式并行计算、人工智能等技术对海量异构数据进行计算、分析和挖掘，并将由此产生的信息和知识应用于实际的生产生活中。包括数据探矿、数据化学、数据材料、数据制药等新业态新模式。

4、行业主要法律法规政策对发行人经营的影响

（1）国家战略支持大数据相关产业发展

近年来，伴随着信息技术的高速发展，数据成为促进现代经济社会发展的关键因素，大数据产业链日趋完善，市场前景十分广阔。2015年以来，我国加快实施大数据国家战略，把大数据作为基础性战略资源，全面实施促进大数据发展行动。工业和信息化部发布的《大数据产业发展规划（2016-2020年）》中提到，数据是21世纪的“钻石矿”，党中央、国务院高度重视大数据在经济社会发展中的作用，党的十八届五中全会提出“实施国家大数据战略”，国务院印发《促进大数据发展行动纲要》，全面推进大数据发展，加快建设数据强国。大数据国家战略对发行人经营发展将带来持续推动作用。

（2）法律法规的完善促进程序化广告行业规范发展

2016年，国家工商行政管理总局公布的《互联网广告管理暂行办法》正式实行。《暂行办法》中，程序化广告首次被纳入监管，办法第十三、十四和十五条认可了程序化广告投放方式，并对程序化广告及广告链中主要角色的概念和义务做出了说明。这些规定实质上对程序化购买参与方设立了准入和参与门槛，通过对参与方主体的监管，解决过去市场中存在的权责不清等问题，程序化广告将由此逐步走向规范发展时代。

（三）行业基本概念和概况

1、大数据行业的概念和概况

大数据是以容量大、类型多、存取速度快、应用价值高为主要特征的数据集合。国际商业机器公司（IBM）提出了大数据的“5V”特点，得到了业界的广泛认同。

Volume	数据量大，包括采集、存储和计算的量都非常大。大数据的起始计量单位至少是P（1000个T）、E（100万个T）或Z（10亿个T）
Variety	种类和来源多样化。包括结构化、半结构化和非结构化数据，具体表现为网络日志、音频、视频、图片、地理位置信息等等，多类型的数据对数据的处理能力提出了更高的要求。
Value	数据价值密度相对较低。随着互联网以及物联网的广泛应用，信息感知无处不在，信息海量，但价值密度较低，如何结合业务逻辑并通过强大的机器算法来挖掘数据价值，是大数据时代最需要解决的问题。
Velocity	数据增长速度快，处理速度也快，时效性要求高。比如搜索引擎要求几分钟前的新闻能够被用户查询到，个性化推荐算法尽可能要求实时完成推荐。这是大数据区别于传统数据挖掘的显著特征。
Veracity	数据的真实性、准确性和可信赖度，即数据的质量。

大数据产业指以数据生产、采集、存储、加工、分析、服务为主的相关经济活动，包括数据资源建设、大数据软硬件产品的开发、销售和租赁活动，以及相关信息技术服务。

2017年1月，国家发展改革委为贯彻落实《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，引导全社会资源投向，发布了《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016版）》，其中包括大数据服务，指“利用分布式并行计算、人

工智能等技术对海量异构数据进行计算、分析和挖掘，并将由此产生的信息和知识应用于实际的生产生活中”。

根据中国信息通信研究院的研究，按照与大数据核心业务关联的紧密程度，可以将大数据产业分为三类业态，由内到外依次是：大数据核心业态、大数据关联业态和大数据衍生业态。

	业态定义	产业类型
大数据核心业态	围绕数据生命周期、大数据关键技术和大数据核心业务所形成的产业业态，为整个大数据产业链提供支撑，代表着大数据的创新性和带动性	大数据采集、加工、存储、分析、交易、安全、服务和云平台建设运营等
大数据关联业态	大数据产业链上下游与大数据核心业态紧密联系的电子信息产业	电子计算机制造、通信设备制造、集成电路、电子材料和元器件、信息传输服务、互联网信息服务、软件开发、信息系统集成服务等
大数据衍生业态	大数据、互联网在各行业、各领域的融合应用所产生的业态，是大数据与传统经济的融合，是核心业态和关联业态的市场和服务对象	创业创新、人工智能、工业互联网、现代农业、普惠金融、绿色生态、虚拟现实、社会治理等

2、程序化广告的概念及概况

程序化广告是通过技术平台连接广告主、媒体和受众，实现广告的程序化交易和投放，其本质是运用大数据技术低成本、高效率的实现受众定向或者流量拆分，从而完成广告主从购买粗放的广告资源向购买精细的广告受众转变。程序化广告是大数据技术在互联网广告领域的具体应用，属于大数据衍生业态。

一个典型的程序化广告投放流程如下：

（1）某互联网用户浏览某媒体网站，该媒体网站向广告交易平台发起广告请求。

（2）广告交易平台将这次请求的关键信息（如域名、IP、Cookie 等）同时发送给多家程序化广告平台。

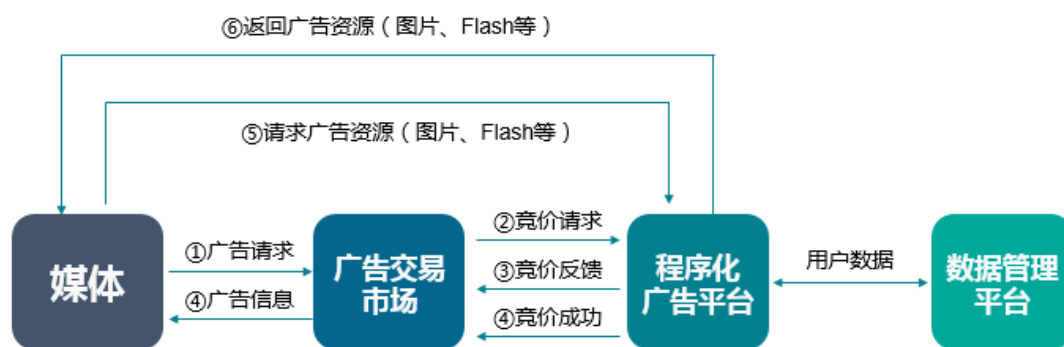
（3）程序化广告平台收到请求后，通过关键信息来匹配该用户在数据管理平台中的用户画像。程序化广告平台基于用户画像和媒体网站特征，利用程序化

算法解决三个问题：是否对该次请求竞价；投放哪个广告；以多少价格出价。若程序化广告平台决定竞价，则向广告交易平台返回价格、拟展示广告、跳转链接等信息。

（4）广告交易平台在限定时间内选取出价最高的程序化广告平台，通知其赢得了竞价，并返回此次展示的费用。与此同时，程序化广告平台向媒体网站发送要展示的广告信息。

（5）媒体网站收到广告信息后，向程序化广告平台请求广告的静态资源（如图片、Flash）。

（6）程序化广告平台向媒体网站返回静态资源，媒体网站向该互联网用户展示广告。



上述竞价过程通常不超过 100 毫秒，全部依托计算机自动完成。互联网用户从点击到打开网页时，上述竞价过程已经结束。媒体网站将网页内容和程序化广告平台选中的广告同步展示给用户，保证用户的使用体验。

在大数据、互联网等技术的发展推动下，程序化广告的业务模式为广告传播领域带来了革命性的变革，塑造了一种全新的营销传播模式，主要表现在以下方面：

（1）重新定义广告目标受众

工业时代的媒体思维造成了同一媒体的不同受众面对的是同样的信息，广告主根据报纸广告或电视广告批量化生产的传播属性，再借助问卷调查、小组深度访谈等小数据手段，定义了产品的细分市场和广告的目标受众。但是，无论是广告公司还是广告主，都无法确切说明最终有多少人看到了广告，看到了广告的人

是什么情况。因此，广告主和广告公司只能依靠粗放的小数据手段和寄托于灵感的创意策划将企业的产品、服务、渠道和广告营销聚焦于一个大范围的看上去需求基本相同的标准化的客户群体。

程序化广告利用大数据技术，将广告目标受众从传统的标准化大众向个性化的细分人群甚至单个目标转化。丰富的数据量和不断进步的数据技术，使得广告主能够全面的了解每个客户的海量信息，他们的消费水平、消费频次、消费喜好等等，这些数据为广告传播勾勒出了立体、全面的个性化形象，每个形象都有着独特的个性化需求。因此，在程序化广告时代，广告传播方式从千人一面的大众整合营销传播向针对精准消费者的全媒体个性化传播转变。

（2）实时调整广告传播策略

消费者的网络化生活状态以及电子商务的快速发展都极大地压缩了从接触广告信息到完成消费行为的时空距离，消费者在接触到广告信息之后，不需要经过漫长的时间等待或者长途的距离跋涉才能够找到产品并完成消费行为，而是通过电脑、手机就可以快速接触到广告信息中所展示的产品并通过网上下单完成购买行为。因此，消费者在接触到广告信息前后的实时行为倾向成为最有效的需求信息，但是这样的需求信息稍纵即逝，用传统的营销策略很难精确捕获。

基于上述情况，数据驱动的程序化广告成为新营销模式下的必然选择，不仅可以获得实时的消费者动态，还能够根据消费者的历史数据和当前行为实时调整广告传播策略。同时，大数据技术和 LBS 技术的有效结合，使得实时进行精准化的广告传播策略应用更加广泛，掌握了消费者特定时间处于特定位置，并借助庞大的数据计算和分析能力，广告主才能将消费者在某时某地的瞬间需求通过广告信息精准传播的方式转化为现实的消费行为。在过去整合营销传播的时代，几乎所有消费者在不同的时间不同的媒体会接触到基本相同的广告，但在程序化广告时代，同一个消费者在同一个媒体的不同时间段都会接触到不同的广告。

（3）彻底颠覆产业竞争格局

随着程序化广告的兴起，那些拥有海量数据、数据思维和数据能力的企业受到越来越多的重视，大数据成为广告领域内许多企业核心竞争力的根本来源，从而使得整个广告行业的竞争格局和产业结构都发生了颠覆性的改变。过去广告主

赖以生存的生产能力、管理能力以及广告公司赖以生存的创意策划能力、媒介购买能力等，依然十分重要。但是，大数据已经逐步在对传统广告产业链进行深刻的改造。仅仅依赖传统能力的广告公司和传播媒介正在没落，而谷歌、脸书等互联网企业掌握并运用海量数据，成为新的巨头企业。

从技术经济范式的转变来看，程序化广告为广告传播产业带来的变革，是将海量数据转变为能诠释行动的机器智能，让系统、供需和基础设施的运转更加高效，具有更高的生产力和更快的反应速度，其引发的变革将不仅仅停留在广告领域，而是会更广泛地影响到经济领域更深层次的资源配置效率问题，间接地推动国家经济转型和产业结构升级。

（4）不断创新广告交易生态

随着互联网推动媒体融合趋势的进一步深化发展，传统意义上的媒体组织的边缘或界限逐渐模糊，各种终端、屏幕越来越多的涌现在日常的生活、工作、消费和娱乐领域。同时自媒体的快速发展也使得一些小企业或个人具备了一定程度的媒体属性。相对应地，程序化广告的发展使得广告主拥有了把握自身广告预算的更大主动权，大量中小企业也能够利用较少的预算进行适当的广告传播活动。由于广告客户和传播媒介的激增，加上精准消费者的个性化和碎片化趋势日益明显，使得那些希望尽可能覆盖到每一个精准目标消费者的广告主需要同时与多家广告媒体或者广告网络打交道，这就产生了对程序化广告交易生态的需求。

程序化广告主要建立在实时竞价的技术基础之上，在这一自由交易市场中，所有交易都是平等进行的，所有供需都是向参与者公开的，所有拥有广告流量资源的媒体在广告交易市场登记售卖，所有需要广告流量的买家在广告交易市场通过竞价方式获得广告位资源。程序化广告交易生态涉及到程序化广告平台、广告交易平台、数据管理平台、广告监测平台等，与传统广告行业的运作模式产生了巨大的变革。

（四）行业在新技术、新产品、新业态、新模式等方面近三年的发展情况和未来发展趋势

1、行业在新技术、新产品、新业态、新模式等方面近三年的发展情况

随着网络广告市场发展，广告流量飞速增长，以及网民媒体行为的碎片化，在海量的数字营销资源中实现对于目标客户的精准定位成为极其迫切的需求。广告主需求与传统的媒体排期广告投放模式形成矛盾，因而程序化广告作为代表数字营销领域规模化、精准化、程序化趋势的新营销方式应运而生。

（1）探索期（2010年～2011年）

国内网络广告服务商受到国外程序化广告的冲击与启蒙，开始在中国数字营销市场部署程序化广告业务。阿里妈妈于2011年9月正式对外发布TANX营销平台，随后谷歌正式宣布在中国推出Double Click Ad Exchange广告交易平台，加入到了中国程序化购买发展大潮中。随后，腾讯、新浪、盛大、秒针和优酷土豆、百度等广告交易平台纷纷涌现，Ad Exchange的兴起为中国程序化购买的快速发展奠定了基础。2012年是中国程序化广告市场快速崛起的一年，众多程序化广告产品上线并开始尝试多元化布局。

（2）市场启动期（2012年～2014年）

品牌广告主开始重视程序化购买，程序化广告公司开始搭建私有程序化平台。广告主买断的私有资源实现程序化购买，这对优质广告主来说既保留了其专属广告位的排他性优势，又保证了广告内容的个性化展示和投放频次的综合性控制，还能够对广告预算进行智能分配，大大避免了广告费的浪费。在此需求趋势下，程序化广告公司开始有针对性的推出私有程序化广告业务的服务团队及平台。

（3）高速发展期（2015年～2017年）

视频程序化广告加速增长，视频播放媒体及广告交易平台准备就绪。PC端程序化广告平台的发展，为视频程序化广告的发展提供了技术和经验支持，视频平台不仅有前贴片、暂停广告等多样的广告形式，还能满足全网频次控制、人群和地域定向、智能优化投放等需求，最重要的是大量互联网用户在视频端聚集，广告主在视频平台的广告投入加大。

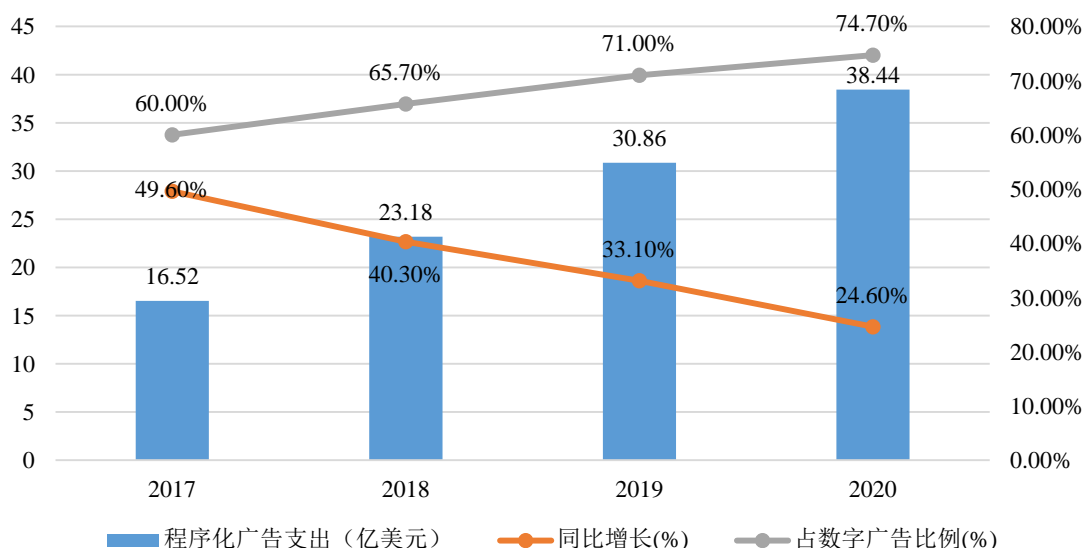
（4）应用成熟期（2018年至今）

移动端程序化广告成为互联网程序化广告的支柱。随着移动流量的激增以及广告主预算向移动端不断倾斜，如何在移动上进行程序化购买逐渐成为行业关注

的重点之一。移动端用户的行为更加多样，数据维度更加丰富，既对数据处理和分析提出了更高的要求，也使得数据分析结果更加准确，程序化广告的精准营销效果更为凸显。随着经验的积累和投入的加大，广告主广泛地在 PC 段和移动端进行多屏程序化广告投放，在 PC 端已经日益成熟的基础上，移动端程序化广告会逐渐走向标准化。

全球知名研究机构 eMarketer 预测，2018 年中国程序化广告支出为 231.8 亿美元，程序化广告占数字广告支出的比例为 71.0%。2019 年，中国程序化广告支出将增长 33.1%，达到 308.6 亿美元，程序化广告占数字广告支出的比例将上升到 74.7%。

图：中国程序化广告市场规模



2、行业在新技术、新产品、新业态、新模式等方面未来发展趋势

(1) 大数据应用技术是重要发展方向

作为大数据走向融合应用的关键基础性技术，数据分析技术体系自 Hadoop 诞生起，逐渐丰富和成熟，在采集传输、计算处理、查询分析等方面涌现了广受欢迎的智能化工具与解决方案，为处理纷繁复杂的海量非结构化数据提供了工具，提升了数据处理的速度和复杂度。在开源成为大数据技术创新主流背景下，尽管大数据领域大部分关键基础性技术工具源自海外，但大数据应用中涉及的诸多关键工具，如 Hadoop、Spark、Hive、Kafka 等均已开源，这为我国实体经济企业

融合运用大数据技术提供了便利。未来，继续强化大数据应用技术，以行业应用的实际需求为指引，加强大数据分析、理解、预测、决策支持功能，是大数据技术发展的重要方向。

（2）数据和技术是程序化广告行业主要驱动力

程序化广告是根据特定用户和特定情境，通过高效算法确定与之最匹配的广告并进行精准化创意、制作、投放、传播和互动的广告业态。技术和数据是这一业态产生和演进的两大关键驱动因素，而通过算法集合自动寻找广告、情境与用户三者之间的最佳匹配则是其主要目的。大数据的处理技术和计算能力使得企业能够测量并分析尽可能多的数据，从而可以史无前例地、更加透彻地了解媒介用户，从而推动着广告产业从过去粗放的大众传播模式向数字媒体时代的精准匹配模式迈进。

（3）独立第三方案序化广告服务具有重要地位

近年来，随着互联网广告市场的迅速发展，互联网巨头掌握了大量的广告流量。这些互联网巨头依靠寡头垄断优势，以推销自有流量为主要目标，在与广告主谈判中处于强势地位，也不向广告主提供目标用户的具体特征数据，使得广告主难以根据自身需求控制广告投放过程，也无法实现数据的重复利用。相反，独立第三方案序化广告技术公司利用自己的数据管理平台对媒体流量进行评估，甄别每一条流量的真实价值，向广告主提供透明度更高、价格更合理、投放效果更好的服务。另外，随着世界范围保护个人隐私法律逐渐严格，独立第三方案序化广告公司在不违反隐私保护条例的前提下，广泛对接多方数据资源，打通数据孤岛，成为其重要的竞争优势。

（4）原生广告程序化进程加速

从中国互联网广告市场来看，广告主需求与移动广告技术成熟度的匹配成就了原生广告在中国的高速增长。目前，原生广告形式以社交类、资讯类信息流为主，技术和内容创意方面具有很大的发展空间。随着大量优质 APP 纷纷将原生广告纳入到自己的平台体系中，原生广告位资源逐渐丰富起来，同时形式上也开始多样化，满足广告主不同需求的新兴形式，如视频原生广告、专题类原生广告、

音频原生广告将得到更广泛的运用。

（5）新媒介程序化进程加速

随着媒介融合、全媒体营销和跨屏传播趋势的进一步发展，只要是能够数字化的资源都可以接入到程序化中，程序化将会是一个面向所有媒体和终端、打通线上线下的服务。经过 PC 端和移动端的摸索，程序化广告业务所需的技术、人才等条件都已比较成熟，可以快速应用到新的媒介载体。以快速消费品、食品行业、汽车行业为首的品牌广告主已先行涉足 OTT 程序化广告，OTT 程序化广告将继续完善市场规范和产业生态系统。户外广告程序化进程正在加速，传统海报升级为数字屏幕的速度不断加快。

（6）本地及中小广告主将成为新增长点

现阶段，购买程序化广告的广告主以快消、汽车、金融、房产等品牌广告主和电商、工具、游戏等互联网广告主为代表，主要是因为这两类广告主投放网络广告的时间长、经验多，尝试新技术的意愿高、动力大。随着互联网用户及渠道的整体下沉，本地及中小广告主将成为程序化广告市场需求方中新的增长点。短期内，这一趋势还受到区域经济发展水平不平衡、广告主认知程度较低等多重因素的挑战。但从长期来看，本地及中小广告主对自身产品或服务的推广需求将会推动对程序化广告的了解和参与。

（7）新兴技术将运用到程序化广告中

云计算和大数据在程序化广告行业的应用已经十分普及，人工智能也崭露头角，推动着智能化营销的发展，源起于金融科技的区块链技术则开始解决营销中的透明和安全问题。不远的将来，随着物联网相关技术的成熟，在智能感知的环境中，伴随着场景变迁，营销将更加无处不在。由于人工智能、区块链、物联网等技术从应用到成熟的时间较长，对程序化广告行业的推动可能长达 5-10 年的时间。

3、发行人取得的科技成果与产业深度融合的具体情况

发行人主营业务为数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。发行人自主

研发的程序化广告平台和数据管理平台是发行人科技成果的核心产物和具体表征。发行人通过数据管理平台对历史数据和实时数据进行分析和挖掘，通过程序化广告平台自动采买媒体流量并针对特定受众投放广告，致力于发掘每一条媒体流量的真实价值，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。发行人的技术和业务实力得到了客户和业内同行的广泛认可，在行业内积累了良好的口碑。发行人取得的科技成果与产业深度融合的具体案例如下：

（1）多来源数据整合处理技术的典型应用

2017年，发行人为《新木乃伊》电影宣发提供程序化广告服务。发行人通过多来源数据整合处理技术定向目标受众：①利用新数数据管理平台的历史数据，定向冒险奇幻类影片的观众、主演汤姆克鲁斯的粉丝群体和观看过同档期其他影片的观众；②通过与MOB数据管理平台合作导入APP装机数据，定向装有电影购票APP的手机用户；③通过与TalkingData合作导入LBS数据，定向电影院周边生活圈居民和上班族。投放完成后，OTV曝光目标完成度101%、信息流曝光目标完成度108%，《新木乃伊》首日票房和首周末票房均高于《神奇女侠》等同期影片。

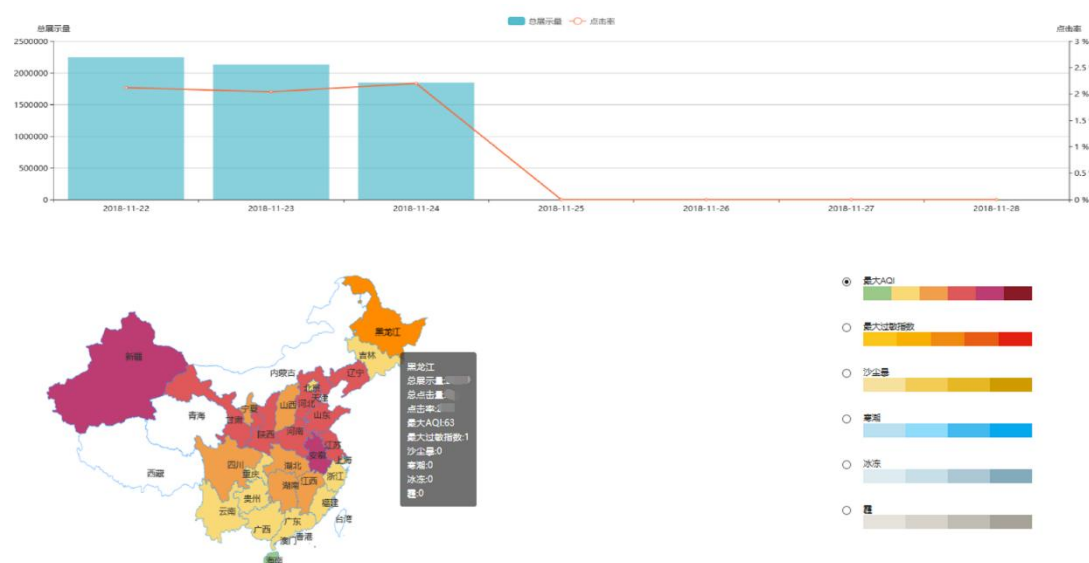
（2）人群画像技术的典型应用

2018年，发行人为美孚提供程序化广告服务，对主力产品美孚润滑油进行线上推广。作为大型跨国企业，考虑到个人隐私问题，美孚不便提供用户数据。新数数据管理平台基于人群画像技术获取的目标受众，与广告主聘请的高德和AdMaster两家第三方人群数据进行反向验证，在保证广告主数据安全的前提下，达到78.5%的TA浓度，较广告主通过媒体直采方式获得20%左右的TA浓度提升了近3倍。

（3）实时可视化报表的典型应用

2018年，发行人为强生集团提供程序化广告服务，推广该品牌旗下的雷诺考特鼻炎药，定向潜在鼻炎患者投放视频广告，并引导其跳转至品牌落地页、京东或天猫商品页，达到品效合一的推广目的。发行人通过与中国天气网合作，导入过敏指数、空气质量指数等数据，针对满足天气定向条件的城市投放广告，并

定制开发了天气监测与投放检测的实时可视化报表界面，最终达到百度指数提升 80%、产品销量提升 100% 以上的投放效果。



(4) 智能广告出价技术的典型应用

2018 年，发行人为游族网络提供程序化广告服务，推广该公司旗下《女神联盟》IOS 端手游，通过定向采购原生信息流及视频贴片广告的精选流量，引入优质游戏用户人群，达到提高转化量和 ROI 的目标。发行人通过与广告主对接激活、注册、留存、付费、深度转化等效果数据，使用媒体流量、用户特征等数据进行模型训练，根据分析结果自动挑选符合要求的媒体流量并不断优化系统出价，最终达到激活成本下降 26%、激活转化量大幅提升 80% 以上、ROI 提升 15% 的投放效果。

(5) 投放策略优化技术的典型应用

2017 年，发行人为迪奥提供程序化广告服务，目标是提高新上市产品凝脂恒久气垫的曝光率和市场占有率，以及实现销售转化。发行人通过媒体白名单，保证广告展示环境与品牌安全；利用 Lookalike 人群拓展技术，根据历史数据匹配个体美妆、时尚潮流、休闲娱乐、品质生活四类兴趣人群；利用重定向技术对观看、点击过品牌广告的用户进行溢价曝光，吸引用户重回品牌落地页，加深品牌印象。优化后，广告点击率提升 48%，投资回报率提升 60%。

（五）发行人所在行业的竞争状况

1、发行人的行业地位

发行人是国内最早从事程序化广告业务的企业之一。2011年10月，公司程序化广告平台与谷歌广告交易市场、阿里妈妈 TANX 实现对接。2012年5月，发行人通过程序化平台投放了游族网络的广告，成为第一批在国内实现程序化广告商业化的企业。

此后，发行人在大数据分析技术和程序化广告服务方面不断推陈出新。2013年，发行人推出 WiseRemarketing 综合决策引擎，利用重定向技术提高程序化广告转化率。2015年，发行人推出 WiseOTV+智能视频分析投放平台，成为国内少数具备视频程序化广告数据深度挖掘与应用能力的服务商。2017年，发行人推出 OTT 智能电视广告平台，提出结合智能电视的跨屏整合方案。发行人坚持以技术创新为不同行业客户定制实效推广解决方案，帮助广告主利用多维数据完成媒介购买决策，提升数字营销投入回报。发行人在业内积累了良好的口碑，得到了业内同行的广泛认可，历年来获得的重要荣誉包括：

时间	授予方	所获荣誉
2013年	Top Digital	中国杰出数字营销方案大奖
2014年	阿里妈妈	第二届金牌合作伙伴
2014年	百度 BES	最佳合作伙伴奖
2015年	百度 BES	最佳合作伙伴奖
2015年	腾讯社交广告	最佳 DSP 合作伙伴特别大奖
2016年	上海市科学技术委员会、上海市经济和信息化委员会	上海市科技小巨人企业
2017年	优酷	最具价值合作伙伴
2017年	上海市经济和信息化委员会	上海市“专精特新”中小企业
2018年	《广告主》杂志	金远奖 大数据营销类金奖
2018年	Top Digital	服务商组 数据营销金奖

发行人长期致力于以数据驱动程序化广告业务，发掘每一条媒体流量的真实价值，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。通过长期技术研发和业务实践的积累，发行人在技术实力、品牌影响力、媒体资源、客户资源等方面均处于

业内领先地位。

2、技术水平及特点

发行人专注于数据驱动的程序化广告业务，搭建实时竞价系统致力于快速稳定，整合不同渠道流量致力于海量多源，优化内部出价算法致力于准确有效，开发广告投放平台致力于简单高效，提供可视化数据报表致力于低延迟和多维度。

（1）搭建实时竞价系统，实现快速稳定的服务

在实时竞价系统中，每时每刻都有大规模的流量信息需要分析处理，在收到高并发的竞价请求时，需要快速分析流量是否符合投放需求，确保在 100 毫秒内作出响应，同时还需要对大规模日志数据进行实时统计和离线统计。对于架构设计、运维技术及核心算法提出了较高的要求，需要同时具备强大的实时竞价能力和快速的大数据处理能力。

为应对以上问题，公司通过多次架构升级及核心代码优化，形成了对各个广告交易平台的流量进行快速判断，根据广告业务人员设置的投放目标和投放策略进行出价响应，并根据投放数据进行实时的优化调整。新数程序化广告平台可以支持超过 10 万个广告单元同时报价，支持响应每秒 20 万次的竞价请求，内部竞价完成时间小于 50 毫秒。合理的架构设计保证系统长期稳定运行，可以在不停止流量的情况下完成代码迭代升级工作。

（2）整合不同渠道流量，采集海量多源的数据

新数数据管理平台汇集了来自业务各方的大量数据，海量、丰富的数据来源为发行人的程序化广告业务提供了数据基础。丰富的媒体资源可以更好的满足广告主多媒体投放和频控需求，能够争取更多的广告预算，也为广告流量分析及人群分析提供了数据保障。新数程序化广告平台广泛对接阿里妈妈 TANX、腾讯、百度、爱奇艺、优酷等国内 PC、移动端、OTT、OTV 主流媒体。

（3）不断优化出价算法，实现准确有效的广告效果

程序化广告业务的核心是广告出价算法。发行人利用大数据技术和机器学习技术，将历史广告投放数据作为样本数据进行模型训练，预估每条流量的用户价

值，实现对广告流量的合理出价和持续优化。数据管理平台根据历史数据动态预测点击率和转化率，为广告出价提供决策支持，程序化广告平台通过出价算法对不同人群属性差异化出价，实现针对目标受众的准确出价。发行人成立以来，不断优化新数程序化广告平台的算法模型的准确性，致力于为广告主在有限预算下实现广告效果的最优化。

（4）开发简单高效的程序化投放操作平台

程序化广告为达到精准营销的目的，需要提供多维度的投放策略设置。而程序化广告平台为了实现多维度的投放策略设置，往往操作复杂、流程繁琐，给广告业务人员带来不便，同时会引起不必要的问题，需要投入更多的人力进行客户服务和系统维护。发行人在多年业务积累下，系统版本不断迭代更新，精简策略设置，简化审核流程，搭建了从设置到投放全过程简单、高效的操作平台，更好的帮助广告业务人员管理广告活动及投放策略。

（5）提供低延迟和多维度的可视化数据报表

程序化广告相比传统广告的一大优点是可以在投放过程中实时优化。为实现这一功能，广告业务人员需要随时观看数据报表，通过不同维度对比投放效果。公司使用业内领先的大数据实时处理技术，通过分布式消息系统 Kafka、Spark 流应用 Spark Streaming、分析式数据库 Clickhouse 实现数据的实时读写和分析，将生成报表时间延迟控制在秒级别。同时通过大量可视化工具的引入，支持多维度交叉分析广告投放数据和人群数据，提高数据分析的深度和广度。

3、行业内的主要企业

发行人主营业务为数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务，属于大数据服务行业中程序化广告的细分领域。与发行人业务相近的可比公司如下：

（1）品友互动

北京品友互动信息技术股份公司（以下简称“品友互动”）成立于 2009 年 4 月，旨在打造中国前沿的基于人工智能和大数据技术的企业决策 AI 平台。目前，品友互动已经打通线下线上数据及多个商业场景生态，支持移动、视频、PC、

OTT 户外等各终端的多屏广告决策和管理，并将商业智能拓展到多个领域，拥有国内卓越的大数据平台和人工智能算法能力。品友互动未对外公布公司财务数据。

（2）舜飞科技

广州舜飞信息科技有限公司（以下简称“舜飞科技”）成立于 2011 年 6 月。舜飞科技专注于程序化营销领域，不断通过产品技术创新来驱动数字营销行业发展，为客户带来可衡量的 ROI 效果。舜飞科技拥有 DSP、DMP、DCO（动态创意）、DNA（网站监测）、AB Tester（网站优化）、Tagmanager（代码管家）等自主产品，通过技术和数据的领先优势，在广告营销流程的每一个环节给予客户最具实效的营销优化解决方案，最大化提升广告效果，为客户创造实际价值。舜飞科技未对外公布公司财务数据。

（3）亿玛在线

北京亿玛在线科技股份有限公司（以下简称“亿玛在线”）成立于 2006 年 2 月，于 2016 年 3 月在全国中小企业股份转让系统挂牌（证券代码：836346）。亿玛在线是一家互联网营销公司，致力于通过互联网大数据技术与应用，大规模使用移动端和 PC 端的各种媒体包括 APP 和广告网络的流量，为客户带去消费用户及访客。亿玛在线的业务主要涵盖了效果营销平台（效果营销联盟亿起发、电商特惠导购门户易购网和互动式营销平台互动推）、精准营销平台（易博 DSP）和媒体内容营销平台。亿玛在线的客户主要是国内外大型 B2C 电商、在线品牌商家以及互联网金融、游戏等泛电商企业。根据亿玛在线公告的 2018 年年度报告，该公司 2018 年实现营业收入 18.44 亿元，实现归属于挂牌公司股东的净利润 3,730.92 万元。

（4）The Trade Desk

Trade Desk, Inc.（以下简称“**The Trade Desk**”）是一家纳斯达克上市公司，成立于 2009 年 11 月，注册地在美国特拉华州，股票代码为 TTD.O。The Trade Desk 为广告买家提供技术平台，通过自助服务平台，客户可以使用自己的团队来购买和管理数据驱动的数字广告活动。该平台允许客户跨多种广告形式，包括视频和

社交集成管理广告活动，并支持电脑，移动设备和电视等多种设备。The Trade Desk 的技术平台在不干预媒体和广告的情况下，提高媒体货币化的效率、效果和反馈能力。The Trade Desk 的年报信息显示，该公司 2018 年实现营业收入 4.77 亿美元，实现持续经营净利润 8,814.00 万美元。

（5）Criteo

Criteo S.A.（以下简称“Criteo”）是一家纳斯达克上市公司，成立于 2005 年 11 月，注册地在法国巴黎，股票代码为 CRTO.O。Criteo 是一家科技公司，为全球客户提供领先的和开放的互联网广告平台，致力于向品牌企业和商贸公司提供满足多种营销需求和投入回报的在线广告。Criteo 拥有大量的购物数据和预测技术，能够触及广泛的消费者，帮助客户的产品和服务实现消费者认知、思考和转化，帮助零售商从品牌推广中获取广告收入。Criteo 的愿景是为品牌企业和商贸公司打造领先的和开放的互联网广告平台，允许广告商和媒体选择其想要合作的对象和共享数据的方式，从而实现多样化的营销目标。Criteo 的年报信息显示，该公司 2018 年实现营业收入 23.00 亿美元，实现持续经营净利润 8,864.40 万美元。

（6）汇量科技

汇量科技有限公司（以下简称“汇量科技”）是香港联合交易所上市公司（股票代码 1860.HK）。汇量科技为全球的移动应用开发者提供移动广告及移动分析服务。汇量科技是一家为全球移动应用开发者提供用户获取，移动分析和变现综合服务的技术平台。截至 2018 年底，汇量科技建立了超过 700 人的团队，分布在全球开设的 15 间办公室。从而有足够的国际化视野和本地化服务能力帮助全球应用开发者触达超过 200 个国家及地区的移动用户。汇量科技的 Mintegral 已经建成了自有的广告交易平台和需求方平台，结合对接各主流大媒体平台的一站式程序化预算管理解决方案，已经具备了全栈式的程序化广告服务提供能力。汇量科技的公告信息显示，该公司 2018 年实现营业收入 4.35 亿美元，实现净利润 2,185 万美元。

（7）iClick（爱点击）

iClick Interactive Asia Group Ltd（以下简称“爱点击”）是一家纳斯达克上市公司，成立于2010年2月，注册地在开曼群岛，股票代码为ICLK.O。爱点击是一家国内领先的独立在线营销和数据技术平台。爱点击提供一个集成跨渠道网关，为营销人员提供创新和具有成本效益的解决方案，以优化其全流程在线营销工作，达到其品牌宣传和基于绩效的营销目标。数据驱动的综合解决方案可帮助营销人员识别，吸引和激活潜在客户，监控和评估在线营销活动的结果，并通过PC和移动设备创建适合不同在线渠道的受众的内容。爱点击的年报信息显示，该公司2018年实现营业收入1.60亿美元，实现持续经营净利润-3,240万美元。

4、发行人的竞争优势与劣势

（1）竞争优势

①较强的技术和研发实力

发行人专注于数据驱动的程序化广告业务。公司搭建实时竞价系统致力于快速稳定，整合不同渠道流量致力于海量多源，优化内部出价算法致力于准确有效，开发广告投放平台致力于简单高效，提供可视化数据报表致力于低延迟、多维度。

发行人自成立之始就设立了技术中心，并进行持续不断的研发投入。公司核心技术均通过自主研发取得，与程序化广告主营业务直接相关。公司在大数据处理分析和程序化广告技术方面的核心优势已形成一系列研发成果，包括多项软件著作权及发明专利。

②优秀的数据分析和应用能力

发行人一直将数据和技术作为自身发展的关键要素，不断提升核心竞争力。发行人通过数据管理平台对历史数据和实时数据进行分析和挖掘，通过程序化广告平台自动采买媒体流量并针对特定受众投放广告，致力于发掘每一条媒体流量的真实价值，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。发行人成立以来，不断优化数据管理平台的算法模型的准确性，致力于实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。

③独立第三方服务模式的中立性

近年来，随着互联网广告市场的迅速发展，互联网巨头掌握了大量的广告流量。这些互联网巨头依靠寡头垄断优势，以推销自有流量为主要目标，在与广告主谈判中处于强势地位，也不向广告主提供目标用户的具体特征数据，使得广告主难以根据自身需求控制广告投放过程，也无法实现数据的重复利用。相反，发行人作为独立第三方案程序化广告技术公司，利用自己的数据管理平台对媒体流量进行评估，甄别每一条流量的真实价值，向广告主提供透明度更高、价格更合理、投放效果更好的服务。

④行业内品牌知名度较高

发行人自成立以来，一直专注于为客户提供数据驱动的程序化广告服务。依靠较强的技术实力、良好的服务模式和优质的传播渠道，发行人在程序化广告行业长期维持较高的品牌知名度。发行人在程序化广告领域所做的努力，也获得了业内同行的广泛认可。2018年，“新数网络活用多维数据重启18年超强电影IP《新木乃伊》”荣获第十届广告主金远奖大数据营销类案例金奖。同年，发行人荣获 TopDigital Awards 服务商组金奖。

⑤广泛的媒体采购资源

发行人在媒体资源方面建立了渠道优势和资源整合优势。发行人注重与各大头部媒体保持稳定和持续的战略合作，建立了媒体资源采购的渠道优势。同时，发行人加强资源整合，积极与拥有优质流量的垂直媒体建立合作。发行人建立了业内领先的媒体覆盖能力，新数程序化广告平台广泛对接阿里妈妈 TANX、腾讯、百度、爱奇艺、优酷等国内 PC、移动端、OTT、OTV 主流媒体。发行人成立以来，曾荣获“腾讯社交广告最佳 DSP 合作伙伴特别大奖”、“百度最佳合作伙伴”、“阿里妈妈金牌合作伙伴”等互联网媒体给予的荣誉。



⑥优质而稳定的客户资源

客户资源是公司行业地位的体现，也是公司持续经营的保障。依靠较强的技术实力、良好的服务模式和优质的传播渠道，发行人已经形成了稳定的客户群，客户质量较高。截至本招股说明书签署日，发行人已累计服务超过 2,000 家广告主。发行人长年合作的客户既包括阳狮集团、凯骏广告（IPG 集团旗下）、北京恒美广告有限公司（宏盟集团旗下）等 4A 广告公司，也包括游族网络、三七互娱、恺英网络等游戏行业知名上市公司。



(2) 竞争劣势

①资金实力不足

程序化广告行业发展迅速，发行人在新产品研发、拓展营销网络、渠道推广等方面都需要持续投入大量资金，扩大业务规模，提高盈利增长速度。由于公司

资金有限，加上互联网公司的轻资产特点，公司缺少低成本、大规模的融资手段，制约了公司的发展速度。

②业务规模相对较小

公司基于较强的技术和研发实力，为客户提供业内一流的服务方案，在程序化广告行业形成了较高的品牌知名度，并在品牌类和游戏类程序化广告领域占据了一定市场份额。但公司与上市公司相比，资金实力不足，主营业务难以规模化扩张。

5、行业发展态势及面临的机遇与挑战

（1）行业发展机遇

①大数据行业列入国家战略

我国政府已将大数据行业列入国家战略，把大数据作为基础性战略资源，全面实施促进大数据发展行动。工业和信息化部发布的《大数据产业发展规划（2016-2020年）》中提到，数据是21世纪的“钻石矿”，党中央、国务院高度重视大数据在经济社会发展中的作用，党的十八届五中全会提出“实施国家大数据战略”，国务院印发《促进大数据发展行动纲要》，全面推进大数据发展，加快建设数据强国。

②我国信息化建设积累了丰富的数据资源

我国信息化发展水平日益提高，对数据资源的采集、挖掘和应用水平不断深化。截至2018年6月，我国网民规模达到8.02亿，互联网普及率为57.7%；我国手机网民规模达7.88亿，网民通过手机接入互联网的比例高达98.3%。截至2018年11月末，我国移动电话用户数达15.6亿，户均移动互联网接入流量达5.79GB，光纤接入用户数达3.65亿，IPTV用户规模达1.53亿户。我国政府部门、互联网企业、大型集团企业都积累了大量的数据资源。数据资源是大数据分析的基础，也是推动大数据营销不断发展的前提。

③互联网广告市场规模保持增长

互联网广告市场一直是中国互联网产业重要的商业模式，随着互联网企业形态和格局的变化而变化。随着互联网产业经历人口红利期、移动风口期，近年来进入精细化运营期。网络广告市场也在不断变化形式和边界，适应广告主日益更新的需求。根据艾瑞咨询预计，中国互联网广告发展仍旧显示良好的生命力，预计 2020 年市场规模将接近 8000 亿元。网络广告与线下广告的结合将愈加紧密，互联网分界将逐渐模糊。未来 5-10 年，广告行业将进入以互联网为连接点，以技术为驱动，打通多种渠道和资源进行精细化管理，以内容创意和基于数据分析的优化能力作为核心竞争力的阶段。

④程序化广告在数字广告中的占比将不断提高

程序化广告是互联网广告行业的大势所趋。经过 PC 端和移动端的摸索，程序化广告业务所需的技术、人才等条件都已比较成熟，可以快速应用到新的媒介载体。OTT 和户外广告的程序化进程正在加速，并已有相当数量的广告主将预算分配在这些领域。同时，随着程序化原生广告的类型不断丰富，程序化原生广告市场规模快速增长。全球知名研究机构 eMarketer 预测，美国 2018 年程序化展示广告支出将达到 460 亿美元，占数字展示广告的比例将达到 82.5%。中国互联网产业的发展一直以美国为追赶方向，未来程序化广告在数字广告中的占比将不断提高。

⑤大数据技术创新为行业应用提供技术动力

我国大型软硬件企业陆续推出自主研发的大数据基础平台，涌现一批信息服务企业面向特定领域研发数据分析工具，提供创新型数据服务。在平台建设方面，互联网龙头企业服务器单集群规模达到上万台，具备建设和运维超大规模大数据平台的技术实力。在智能分析方面，部分企业积极布局深度学习等人工智能前沿技术。在开源技术方面，我国对国际大数据开源软件社区的贡献不断增大。大数据技术的不断创新，将为程序化广告行业的发展提供源源不断的技术动力。

⑥大数据与人工智能、云计算、物联网将日益融合

大数据、人工智能、云计算、物联网等前沿技术的产生和发展均来自社会生产方式的进步和信息技术产业的发展，前沿技术的彼此融合将能实现超大规模计

算、智能化自动化和海量数据的分析，在短时间内完成复杂度较高、精密度较高的信息处理。日本已将大数据、物联网和人工智能界定为建设超智能社会服务平台必不可少的共性技术。历史上每一次新兴技术革命都推动了广告营销技术的变革，大数据、人工智能、云计算、物联网等前沿技术也必将对程序化广告提供持续的技术推动力。

⑦世界范围内个人隐私保护将日趋严格

随着全球范围内大数据产业的全面推进，公民隐私及个人信息保护问题也日益凸显。2018年，欧盟通用数据保护条例（GDPR）正式生效，新的欧洲隐私法规将迫使企业更加关注如何处理用户数据。我国已建立了《电信和互联网用户个人信息保护规定》、《信息安全技术公共及商用服务信息系统个人信息保护指南》等法规和行业准则，未来对个人隐私和信息保护的执行力度将日趋严格。独立第三方案程序化广告技术公司不以获取用户隐私为目的，获取的数据不涉及用户姓名、生日、电话号码等个人隐私，也无法利用信息单独或结合识别单个用户，成为其重要的竞争优势。

（2）行业面临的挑战

①数据资源开放和共享程度较低

我国互联网、移动互联网用户规模居全球第一，拥有丰富的数据资源和应用市场优势，然而数据资源开放和共享程度较低，给数据利用造成了障碍。目前，我国大数据技术研发与应用以互联网企业为主，传统行业普遍未形成较成熟的数据采集、加工、分析和应用链条，数据资源流通不畅，管理能力弱，数据价值难以被有效挖掘利用。另外，我国政府、企业和行业信息化系统建设缺少统一规划和科学论证，系统之间缺乏统一的标准，形成了众多“信息孤岛”，也造成了数据共享互通上的困难。

②行业制度不健全导致的无序竞争

尽管2016年国家工商行政管理总局出台的《互联网广告管理暂行办法》中对广告程序化购买及相关方的概念和义务做出了说明，但目前程序化广告行业的具体规范还不健全，市场规则与监管制度建设有许多待完善的地方，因而存在一

定的市场无序竞争问题。许多企业通过低价策略甚至虚假流量的经营方式抢占市场份额，广告投放质量与效果难以得到保障。程序化广告行业的无序经营不利于行业良性竞争环境的培育与建设，会对行业的发展产生一定的负面影响，不利于行业长远发展。

（六）发行人与同行业可比公司的比较情况

发行人是一家广告科技公司，主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。上市公司和全国中小企业股份转让系统挂牌公司中的可比公司有亿玛在线、The Trade Desk、Criteo、汇量科技、爱点击。

1、经营业务与技术特点比较

公司名称	主营业务	技术特点
亿玛在线	一家互联网营销公司，致力于通过互联网大数据技术与应用，大规模使用移动端和 PC 端的各种媒体包括 APP 和广告网络的流量，为客户带去消费用户及访客。客户主要是国内外大型 B2C 电商、在线品牌商家以及互联网金融、游戏等泛电商企业。	自主研发了三大技术平台，包括大数据管理平台、广告管理平台和精准投放平台，形成了一整套成熟的跨终端、跨平台、满足全产业链营销运营需求的技术解决方案，掌握了竞价引擎、动态创意、统一用户识别等多项核心技术。
The Trade Desk	为广告买家提供技术平台，通过自助服务平台，客户可以使用自己的团队来购买和管理数据驱动的数字广告活动。该平台允许客户跨多种广告形式，包括视频和社交集成管理广告活动，并支持电脑，移动设备和电视等多种设备。The Trade Desk 的技术平台在不干预媒体和广告的情况下，提高媒体货币化的效率、效果和反馈能力。	向客户提供跨越各种渠道和设备的自助服务平台，使用高级定向、在线和离线归因以及记录消费者从初始广告曝光到转化历程的详细报告，该平台由 Koa™ 提供技术支持，这是一种人工智能引擎，能够实时自动显示数据驱动的建议，以提升广告活动的绩效。
Criteo	为全球客户提供领先的和开放的互联网广告平台，致力于向品牌企业和商贸公司提供满足多种营销需求和投入回报的在线广告。拥有大量的购物数据和预测技术，能够触及广泛的消费者，帮助客户的产品和服务实现消费者认知、思考和转化，帮助零售商从品牌推广中获取广告收入。	通过 Dynamic Retargeting、Customer Acquisition 和 Customer Match 等解决方案，在全球大数据集中充分运用基于 AI 的算法，利用机器学习实时提供最具相关性的广告。DCO+ (Dynamic Creative Optimization+) 是独特的专利申请中的动态创意优化技术，通过对 14 亿月度购物者的洞察产生对每个用户实时个性化的品牌广告。
汇量科技	一家为全球移动应用开发者提供用户	Mintegral 是汇量科技专有的变现

	获取，移动分析和变现综合服务的技术平台。建立了超过 700 人的团队，分佈在全球开设的 15 间办公室。从而有足够的国际化视野和本地化服务能力帮助全球应用开发者触达超过 200 个国家及地区的移动用户。	SDK，供广告发布者植入到其应用中。Mintegral 已经建成了自有的广告交易平台和需求方平台，结合对接各主流大媒体平台的一站式程序化预算管理解决方案，已经具备了全栈式的程序化广告服务提供能力。
爱点击	爱点击是一家国内领先的独立在线营销和数据技术平台。爱点击提供一个集成跨渠道网关，为营销人员提供创新和具有成本效益的解决方案，以优化其全流程在线营销工作，达到其品牌宣传和基于绩效的营销目标。数据驱动的综合解决方案可帮助营销人员识别，吸引和激活潜在客户，监控和评估在线营销活动的结果，并通过 PC 和移动设备创建适合不同在线渠道的受众的内容。	爱点击营销技术平台是数据、技术和媒体网络的精准融合。爱点击营销技术平台从多种来源采集海量数据，用数据汇集受众。爱点击营销技术平台广泛对接媒体、移动 APP、广告网络和广告交易平台，用媒体链接受众。爱点击营销技术平台基于网民海量行为数据，为每个用户打上各种标签，用技术描绘受众，帮助广告主精准识别目标受众。
新数网络	主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务，利用分布式并行计算、机器学习、人工智能等技术对海量异构数据进行处理、分析和挖掘，并将由此产生的信息和知识应用于互联网广告领域。发行人通过数据管理平台对历史数据和实时数据进行分析和挖掘，通过程序化广告平台自动采买媒体流量并针对特定受众投放广告，致力于发掘每一条媒体流量的真实价值，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。	专注于数据驱动的程序化广告业务，搭建实时竞价系统致力于快速稳定，整合不同渠道流量致力于海量多源，优化内部出价算法致力于准确有效，开发广告投放平台致力于简单高效，提供可视化数据报表致力于低延迟、多维度。

2、财务指标比较

单位：人民币万元

公司名称	总资产	净资产	营业收入	净利润	ROE
亿玛在线	43,633.22	30,055.73	119,866.62	3,642.42	11.69%
The Trade Desk	767,217.91	496,418.69	1,568,250.12	60,492.24	27.54%
Criteo	1,096,145.69	664,282.95	1,578,751.50	60,838.15	9.71%
汇量科技	278,763.28	158,995.64	298,361.83	14,998.84	13.57%
爱点击	142,245.31	73,189.16	109,822.87	-22,242.94	-28.77%
新数网络	23,593.05	19,188.36	23,322.40	2,941.71	16.61%

注：（1）上表中财务指标比较期间为 2018 年；（2）境内公司 ROE 以当期年报披露的加权平均净资产收益率为准，境外公司 ROE=归属母公司股东的净利润 / 平均归属母公司股东的权益；（3）由于 The Trade Desk 采用净额法确认收入，而同行业其他公司均以总额法确认

收入，因此以该公司年报中 Gross Billing 作为营业收入进行同行业财务指标比较。

三、发行人的销售和采购情况

（一）销售情况和主要客户

1、主要服务的销售情况和销售价格情况

（1）销售情况

报告期内，公司主营业务收入构成如下表所示：

单位：万元

类别	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
程序化平台投放业务	22,613.78	96.96%	25,851.44	96.86%	25,413.65	94.92%
SSP	289.47	1.24%	621.75	2.33%	1,198.17	4.47%
其他广告业务	338.91	1.45%	139.67	0.52%	18.38	0.07%
技术服务	80.24	0.34%	77.99	0.29%	144.65	0.54%
总计	23,322.41	100.00%	26,690.85	100.00%	26,774.86	100.00%

（2）产品或服务的主要客户群体

发行人主营业务为数据驱动的程序化广告服务及相关技术服务，公司的主要客户群体为广告主和广告公司。

（3）销售价格的总体变动情况

过去三年，我国宏观经济保持增长，互联网广告在广告市场中的占比不断提升，互联网媒体流量总体价格也保持逐年上涨的趋势。然而，由于发行人向客户提供的程序化广告及相关技术服务具有定制化和个性化特征，新数程序化广告平台根据客户需求主要以竞价方式采买对应的互联网广告流量，影响广告流量价格的因素较为复杂。通常来说，移动端流量通常比 PC 端流量高，一线城市的流量价格比二三线城市高，“双十一”等推广旺季的流量价格比平时高，头部媒体的流量价格比中长尾媒体高，不同人群属性对应的流量价格也有较大差异。因此，发行人报告期内的销售单价不存在简单直接比较标准。

2、报告期前五名客户销售情况

序号	客户名称	销售金额（万元）	占收入比例
2018 年度			
1	上海游族互娱网络科技有限公司	6,130.89	26.29%
	上海游族信息技术有限公司	760.25	3.26%
	Youzu Games Hongkong Limited	106.01	0.45%
	小计	6,997.14	30.00%
2	趣游（厦门）科技有限公司	2,532.81	10.87%
	哥们网科技有限公司	1,406.78	6.03%
	小计	3,939.59	16.90%
3	安徽旭宏信息技术有限公司	1,345.89	5.77%
4	凯骏广告（上海）有限公司	1,206.04	5.17%
5	上海瑞狮网络科技有限公司	1,189.45	5.10%
前五名客户合计		14,678.10	62.94%
2017 年度			
1	上海游族信息技术有限公司	1,774.03	6.65%
	上海游族互娱网络科技有限公司	1,716.53	6.43%
	Youzu Games Hongkong Limited	1,350.50	5.06%
	上海游家信息技术有限公司	148.70	0.56%
	上海驰游信息技术有限公司	55.56	0.21%
	小计	5,045.32	18.90%
2	上海瑞狮网络科技有限公司	3,062.57	11.47%
3	上海悦腾网络科技有限公司	1,892.22	7.09%
	苏州聚和网络科技有限公司	906.34	3.40%
	小计	2,798.56	10.49%
4	北京指尖时光广告有限公司	2,518.20	9.43%
5	上海李奥贝纳广告有限公司	1,675.54	6.28%
	盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司	398.70	1.49%
	阳狮广告有限公司上海分公司	26.49	0.10%
	实力传播集团	9.43	0.04%
	小计	2,110.17	7.91%
前五名客户合计		15,534.81	58.20%

2016 年度			
1	Youzu Games Hongkong Limited	4,590.93	17.15%
2	上海瑞狮网络科技有限公司	3,224.55	12.04%
3	飞立江苏信息科技有限公司	2,371.96	8.86%
	飞立股份有限公司	672.94	2.51%
	小计	3,044.91	11.37%
4	上海晋拓文化传播有限公司	2,677.18	10.00%
5	趣游（厦门）科技有限公司	1,776.86	6.64%
	哥们网科技有限公司	833.90	3.11%
	小计	2,610.76	9.75%
前五名客户合计		16,148.33	60.31%

关于上表中企业存在同一控制或代理关系的说明如下：

（1）上海游族信息技术有限公司、上海游族互娱网络科技有限公司、Youzu Games Hongkong Limited、上海游家信息技术有限公司、上海驰游信息技术有限公司同为游族网络股份有限公司的下属公司；

（2）趣游（厦门）科技有限公司是哥们网科技有限公司的母公司；

（3）上海悦腾网络科技有限公司和苏州聚和网络科技有限公司同为上海恺英网络科技有限公司的下属公司；

（4）上海李奥贝纳广告有限公司、盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司、阳狮广告有限公司上海分公司、实力传播集团同为阳狮集团（Publicis Groupe）的下属公司；

（5）飞立股份有限公司是飞立江苏信息科技有限公司的母公司。

（6）上海瑞狮网络科技有限公司是上海游族信息技术有限公司的广告代理商，2018年、2017年、2016年投放上海游族信息技术有限公司的广告金额分别为1,189.45、3,062.57、3,224.55万元。

（7）飞立股份有限公司和飞立江苏信息科技有限公司是上海游族信息技术有限公司的广告代理商，2016年投放上海游族信息技术有限公司的广告金额为3,044.91万元。

(8) 上海晋拓文化传播有限公司是游族网络、恺英网络、三七互娱的广告代理商，2016 年投放上述公司的广告金额分别为 1,658.88 万元、825.27 万元、135.94 万元。

报告期内，发行人不存在向单个客户的销售比例超过销售总额 50% 的情况，亦不存在严重依赖少数客户的情况。报告期主要客户中，上海游族信息技术有限公司、上海游族互娱网络科技有限公司、Youzu Games Hongkong Limited、上海游家信息技术有限公司、上海驰游信息技术有限公司的母公司上海游族网络股份有限公司持有发行人 3.11% 的股权；发行人持有北京指尖时光广告有限公司 25% 的股权；上海瑞狮网络科技有限公司的实际控制人国德峰持有发行人 0.26% 的股权。除上述情况外，发行人、发行人控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其关联方和持有发行人 5% 以上的股东未在上述前五名客户中占有任何权益。

(二) 采购情况和主要供应商

1、主营业务成本构成情况

公司主营业务成本主要由媒体成本和运营成本构成。媒体成本是公司向媒体采购的流量资源，运营成本主要包括 IDC 带宽和机柜租赁成本等。

单位：万元

类别	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
媒体成本	16,433.70	95.82%	19,732.37	97.48%	20,935.29	98.43%
运营成本	717.24	4.18%	511.06	2.52%	333.95	1.57%
总计	17,150.94	100.00%	20,243.43	100.00%	21,269.24	100.00%

2、媒体流量采购价格变动情况

过去三年，我国宏观经济保持增长，互联网广告在广告市场中的占比不断提升，互联网媒体流量总体价格也保持逐年上涨的趋势。然而，由于发行人向客户提供的程序化广告及相关技术服务具有定制化和个性化特征，新数程序化广告平台根据客户需求以竞价方式采买对应的互联网广告流量，影响广告流量价格的因

素较为复杂。通常来说，移动端流量通常比PC端流量高，一线城市的流量价格比二三线城市高，“双十一”等推广旺季的流量价格比平时高，头部媒体的流量价格比中长尾媒体高，不同人群属性对应的流量价格也有较大差异。因此，发行人报告期内的采购单价不存在简单直接的比较标准。

3、报告期前五名供应商采购情况

序号	名称	不含税采购金额（万元）	占采购比例
2018年			
1	土豆（中国）广告有限公司	3,589.48	20.58%
	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	809.84	4.64%
	阿里云计算有限公司	85.29	0.49%
	小计	4,484.61	25.71%
2	乐推（上海）文化传播有限公司	2,966.14	17.01%
3	上海聚效广告有限公司	1,527.43	8.76%
4	深圳今日头条科技有限公司	1,081.24	6.20%
5	上海众多美网络科技有限公司	928.70	5.32%
前五名供应商合计		10,988.11	63.00%
2017年			
1	土豆（中国）广告有限公司	4,824.14	24.14%
	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	2,498.82	12.51%
	阿里云计算有限公司	49.97	0.25%
	小计	7,372.92	36.90%
2	乐推（上海）文化传播有限公司	3,323.32	16.63%
3	上海爱奇艺文化传媒有限公司	1,993.44	9.98%
	百度时代网络技术（北京）有限公司	27.99	0.14%
	百度在线网络技术（北京）有限公司 上海软件技术分公司	9.06	0.05%
	小计	2,030.49	10.16%
4	APPCOACH PTE.LTD.	967.66	4.84%
5	北京腾讯文化传媒有限公司	943.78	4.72%
前五名供应商合计		14,638.16	73.26%
2016年			
1	土豆（中国）广告有限公司	4,283.34	19.33%

	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	3,550.13	16.02%
	阿里云计算有限公司	2.47	0.01%
	小计	7,835.94	35.37%
2	APPCOACH PTE.LTD	4,290.10	19.36%
3	上海爱奇艺文化传媒有限公司	3,593.56	16.22%
	百度时代网络技术（北京）有限公司	121.51	0.55%
	北京百度网讯科技有限公司	55.40	0.25%
	百度在线网络技术（北京）有限公司 上海软件技术分公司	7.55	0.03%
	小计	3,778.01	17.05%
4	天津鑫影科技有限公司	974.73	4.40%
	暴风集团股份有限公司海淀分公司	137.16	0.62%
	小计	1,111.89	5.02%
5	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	686.16	3.10%
前五名供应商合计		17,702.09	79.89%

关于上表中企业存在同一控制或代理关系的说明如下：

（1）土豆（中国）广告有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司、阿里云计算有限公司同为阿里巴巴集团控股有限公司的下属公司；

（2）上海爱奇艺文化传媒有限公司、百度时代网络技术（北京）有限公司、百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司、北京百度网讯科技有限公司同为百度股份有限公司的下属公司；

（3）天津鑫影科技有限公司和暴风集团股份有限公司海淀分公司同为暴风集团股份有限公司的下属公司；

（4）乐推（上海）文化传播有限公司是深圳今日头条科技有限公司的代理商，2018年、2017年代理深圳今日头条科技有限公司的广告金额分别为2,923.82万元、3,065.76万元。

报告期内，发行人不存在向单个供应商的采购比例超过采购总额50%的情况，亦不存在严重依赖少数供应商的情况。发行人、发行人控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员及其关联方和持有发行人5%以上的

股东未在上述前五名供应商中占有任何权益。

四、发行人拥有的与主营业务相关的资源要素情况

（一）固定资产情况

公司经营使用的固定资产主要包括服务器、电脑、交换机等电子设备，资产使用状况正常。截至 2018 年 12 月 31 日，公司固定资产净值为 188.30 万元，固定资产状况及成新率情况如下：

单位：万元

类别	取得方式	折旧年限	原值	净值	成新率
电子及办公设备	外购	3 年	688.80	188.30	27.34%
合计			688.80	188.30	27.34%

（二）租赁房产情况

公司租赁的办公场所位于上海市杨浦区宝地广场，具体情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁房产位置	面积 (平方米)	租赁用途	租赁期限
1	新数网络	上海宝地杨浦房地产开发有限公司	上海市杨浦区大连路 588、688 号宝地广场办公楼 B 座 19 层 01、03 号	677.83	办公	2019.3.16-2021.3.15
2	馨数软件	上海宝地杨浦房地产开发有限公司	上海市杨浦区大连路 588、688 号宝地广场办公楼 B 座 19 层 02 号	302.73	办公	2019.3.16-2021.3.15
3	新数科技	上海鸿浦会务服务有限公司	上海市虹口区东余杭路 1352-1364 号二楼 201-1、201-2 室	110.00	办公	2019.3.16-2020.3.15
4	步凯广告	上海办伴科技发展有限公司	上海市徐汇区天钥桥路 567 号森本大楼 2 楼 206 室	-	办公	2019.3.11-2020.3.31

根据步凯广告与上海办伴科技发展有限公司签订的《办公室(位)租赁合同》，该租赁合同仅就房间号码约定为 206，未明确租赁面积。根据公司说明，该房屋租赁面积约为 70 平米。

（三）无形资产情况

1、商标权

截至报告期末，公司拥有 5 项国内注册商标的合法所有权，具体情况如下：

序号	申请人	商标	注册号	类别	取得方式	使用期限 截止日
1	新数网络		12373273	42	申请	2024-9-13
2	新数网络	wise·DSP	14012269	9	申请	2025-3-13
3	新数网络	 wise media	12373079	35	申请	2025-3-20
4	新数网络	 新数网络	14012294	42	申请	2025-7-27
5	新数网络		21066825	35	申请	2027-10-20

注：根据我国《商标法》的规定，注册商标的有效期限为 10 年，自核准注册之日起计算。

2、专利权

截至报告期末，公司拥有 1 项发明专利和 2 项正在申请中的发明专利，具体情况如下

序号	专利名称	类别	专利号/申请号	取得状态	申请日
1	互联网实时信息推荐预测系统	发明专利	ZL201310139138.5	已授权	2013-04-19
2	一种基于人群标签数据的精准广告分析办法	发明专利	201711059879.7	申请中	2017-11-01
3	一种基于 mogodb 的数据库数据聚合同步的办法	发明专利	201711059876.3	申请中	2017-11-01

注：根据我国《专利法》的规定，发明专利权的期限为二十年，自申请日起计算。

3、软件著作权

截至报告期末，公司拥有 31 项软件著作权，具体情况如下：

序号	名称	编号	著作权人	取得方式	权利范围	开发完成日期	首次发表日期
1	新数 AdWise 网络广	2012SR027595	新数网络	原始取得	全部权利	2012-1-26	2012-1-26

	告需求方软件[简称: AdWise]V1.0						
2	新数 5pv 短链接软件[简称: 5pv]V1.0	2013SR100030	新数网络	原始取得	全部权利	2013-6-6	2013-7-5
3	新数 DataMaster 网站数据分析软件[简称: DMA]V8.0	2013SR100031	新数网络	原始取得	全部权利	2012-7-1	2012-8-1
4	新数 AFA 网络广告分析软件[简称: AFA]V8.0	2013SR100110	新数网络	原始取得	全部权利	2013-1-7	2013-3-7
5	新数任我折淘宝购物返利软件 V1.0	2013SR118014	新数网络	原始取得	全部权利	2013-4-1	2013-5-3
6	新数微博帮微博营销软件 V1.0	2013SR118156	新数网络	原始取得	全部权利	2013-2-4	2013-4-19
7	新数微博广告平台软件[简称: 5pvcpc]V1.0	2013SR143007	新数网络	原始取得	全部权利	2013-9-18	2013-10-18
8	馨数捷云广告交易软件[简称: 捷云]V1.0	2013SR162301	馨数软件	原始取得	全部权利	2013-10-12	2013-11-11
9	馨数网络需求方平台软件[简称: DSP]V1.0	2014SR003639	馨数软件	原始取得	全部权利	2013-11-14	2013-12-2
10	新数网络需求方平台移动端软件[简称: WiseDSP]V1.0	2014SR026276	新数网络	原始取得	全部权利	2013-12-25	2014-1-24
11	新数任我购导购平台软件 V1.0	2015SR142490	新数科技	原始取得	全部权利	2014-5-5	2014-8-25
12	新数广告订单管理软件 V1.0	2015SR142684	新数网络	原始取得	全部权利	2014-3-3	2014-7-1
13	新数关联营销软件 V1.0	2015SR142717	新数网络	原始取得	全部权利	2014-2-3	2014-6-2
14	馨数移动端人群分析软件 V1.0	2015SR142728	馨数软件	原始取得	全部权利	2014-5-5	2014-8-4
15	馨数网络供应方平台移动端软件 V1.0	2016SR175466	馨数软件	原始取得	全部权利	2016-1-20	2016-1-27
16	馨数供应方平台广告投放系统软件 V1.0	2016SR175469	馨数软件	原始取得	全部权利	2016-1-4	2016-1-26
17	新数需求方 PC 端订单软件 V3.0	2016SR175471	新数网络	原始取得	全部权利	2016-1-4	2016-1-18
18	新数需求方 PC 端报表软件 V3.0	2016SR175897	新数网络	原始取得	全部权利	2016-1-1	2016-1-13

19	馨数网络供应方平台 PC 端软件 V1.0	2016SR177631	馨数软件	原始取得	全部权利	2016-1-21	2016-2-1
20	新数需求方 PC 端投放软件 V3.0	2016SR177645	新数网络	原始取得	全部权利	2016-1-20	2016-2-5
21	新数需求方 PC 端库存管理软件 V3.0	2016SR233996	新数网络	原始取得	全部权利	2016-1-14	2016-1-28
22	新数 DMP 广告数据系统软件 V1.0	2017SR182110	新数网络	原始取得	全部权利	2016-11-1	2017-1-2
23	新数 DSP 数据接口服务平台软件 V1.0	2017SR182115	新数网络	原始取得	全部权利	2016-11-21	2017-1-23
24	新数广告投放报告数据接口系统软件 V1.0	2017SR182327	新数网络	原始取得	全部权利	2016-12-12	2017-2-13
25	新数广告流量接入监测系统软件 V1.0	2017SR182341	新数网络	原始取得	全部权利	2016-11-3	2017-1-4
26	新数 PMP 智能私有广告交易平台软件 V1.0	2017SR182347	新数网络	原始取得	全部权利	2016-12-1	2017-2-1
27	新数计划消耗预估系统软件 V1.0	2018SR617744	新数网络	原始取得	全部权利	2018-1-2	2018-3-2
28	新数广告创意管理软件 V1.0	2018SR617745	新数网络	原始取得	全部权利	2018-1-18	2018-3-22
29	新数繁星数据服务平台软件 V1.0	2018SR617746	新数网络	原始取得	全部权利	2018-2-19	2018-4-17
30	新数雷达数字营销平台软件 V1.0	2018SR617747	新数网络	原始取得	全部权利	2018-2-14	2018-4-2
31	新数创意投放优化工具软件 V1.0	2018SR617748	新数网络	原始取得	全部权利	2018-2-1	2018-3-23

注：根据我国《计算机软件保护条例》的规定，法人或者其他组织的软件著作权，保护期为 50 年，截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日。

4、软件产品

截至报告期末，公司拥有 2 项软件产品，具体情况如下：

序号	名称	申请人	编号	发证时间	发证机关	有效期
1	馨数网络需求方平台软件[简称：DSP]V1.0	馨数软件	沪 DGY-2014-2312	2014-10-30	上海市经信委	五年
2	馨数捷云广告交易软件[简称：捷云]V1.0	馨数软件	沪 DGY-2014-2313	2014-10-30	上海市经信委	五年

（四）许可或被许可使用资源要素的情况

公司不存在许可他人使用自己所有的资源要素，或作为被许可方使用他人资源要素的情况。

五、发行人特许经营权情况

发行人不存在拥有特许经营权的情况。

六、技术和研发情况

（一）主营业务的核心技术及技术来源

公司形成的核心技术主要包括分布式处理技术、大数据处理技术、大数据储存技术、广告计算技术，上述核心技术均系公司通过原创创新、引进消化吸收再创新、集成创新等形式自主研发而来，形成具有公司特征的专有技术。部分核心技术取得了发明专利或计算机软件著作权，部分正在申请发明专利。

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
分布式处理技术				
1	移动广告统一追踪技术	实现对用户网络行为进行统一、连续性的追踪。	根据海量移动设备唯一标识符之间的映射匹配关系，以及受众用户的历史行为数据和庞大的人群标签数据，通过曝光监测、点击监测、转化行为归因等全方位一体化监测措施，以及日志分析挖掘引擎，将整个广告投放周期内的用户行为进行整合，从而较好的解决了用户多屏、跨屏的有效跟踪问题，实现广告定向投放。	自主研发
2	高容量高并发快速响应架构	实现承载高并发的大业务流量	服务器架构基于 LVS 框架，采用 IP 负载均衡技术和基于内容请求分发技术，将请求均衡地转移到不同的服务器上执行，且调度器自动屏蔽服务器故障，从而将一组服务器构成一个高性能、高可用性的虚拟服务器。公司采用 Full-NAT 模式下的 LVS 集群，实现多个 LVS 对应多个真实服务器，解决水平扩容问题，大大提高了运维部署的便利性。同时，基于 OSPF 协议，形成 LVS+OSPF+Full-NAT 集群架构，能够同	自主研发

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
			时使用多条链路，增加传输带宽，提高服务器利用率，提升集群的性能和可用性。	
大数据处理技术				
1	多来源数据整合技术	根据业务需求合并多源数据	通过日志采集系统 Flume、分布式消息系统 Kafka、内存式计算引擎 Spark、分布式文件系统 HDFS，进行数据的采集、清洗、合并等操作。具体方式为：①Flume 通过监控目录采集服务器产生的日志，并将采集的数据发送至 Kafka 消息系统。②Kafka 接收 Flume 发送的数据，将数据缓存在本地服务器目录中供后续 Spark 应用消费使用。③Spark 清洗应用消费多节点 Kafka 数据，并将不同类型数据区分目录写入 HDFS 中，供后续合并使用。④Spark 合并应用加载不同 HDFS 目录数据。	自主研发
2	数据可视化技术	把数据用直观和合理的方式展示出来	结合专业的设计能力、使用 druid 原生可视化工具 pivot 提供数据产品的可视化界面，传达直观、洞察后的内容。	自主研发
3	流量库存分析技术	分析各个媒体流量库存情况	通过技术手段，系统化、规模化地对程序化广告平台与各个渠道之间产生的流量请求数据和历史投放数据进行收集、清理、转化、存储处理，从而能快速、高效地分析出包含多种维度的流量库存水平，并根据历史投放数据较为准确地计算出广告的预估投放效果和预估投放成本，为实际投放中投放预算调整、投放策略优化等提供可靠的数据依据。	自主研发
4	基于用户行为的建模系统	实现用户行为的精准分析及投放	通过日志采集系统 Flume 采集服务器产生的广告投放数据，并将数据通过 Flume HDFS Sink 直接写入 HDFS。同时将第三方用户兴趣数据经过解压、清洗、合并后写入 HDFS。Spark 合并应用将用户广告数据及兴趣数据合并成完整的用户行为数据，并将结果写入 HDFS。该系统可以实现多维度用户行为分析，可以按需生成人群包，实现广告的精准投放。	自主研发
5	Lookalike 人群拓展技术	基于种子用户挖掘高相似度人群用于保证广告投放效果的同时提	系统根据上传的具有特定目标的种子用户的各个维度的特征进行全方位分析，通过大数据分析和复杂模型学习归纳高质量人群的人口特征，然后在全体人群	自主研发

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
		高广告曝光量	库中寻找具有类似人口特征的人。由于不同机器学习模型或不同的输入数据所带来的扩展结果存在显著的差异，系统会结合扩展效果动态调整扩展人群数，达到控制扩展节奏、人群精准度与投放规模之间较好的平衡，从而显著提升广告投放效果。	
大数据储存技术				
1	海量数据存储及分析技术	提供常规的固定报表及多维度数据分析	基于 Hadoop 框架的分布式文件系统 HDFS 具有高容错、高吞吐量的特点，适合处理超大数据集的应用程序，能够很好的满足高可靠性、高扩展性、高效性的业务需求。Hive 是基于 Hadoop 的数据仓库工具，可以将存储在 HDFS 的数据映射为数据库表，使用 Hive SQL 进行数据仓库的统计分析，并将分析结果导入 MySQL 最终生成报表。	自主研发
2	一体化数据仓库	保持数据服务稳定性、一致性，大大降低了需求变更导致的适应成本。	包含统一数据模型、统一应用平台、统一调度监控、统一数据交换四个功能。具体方式为：①将不同业务数据按照不同目录统一存储在分布式文件系统 HDFS；②对外提供统一的查询接口，用于生成报表、数据分析等操作；③通过 Cloudera Manager 对数据仓库进行统一调度及监控；④通过任务调度工具 Azkaban 进行数据远程拷贝，计算集群与备份集群的数据传输。	自主研发
3	实时数据仓库系统	实时读取、分析广告投放数据	通过分布式消息系统 Kafka、Spark 流应用 Spark Streaming、分析式数据库 Clickhouse 实现数据的实时读写和分析。具体方式为：①广告投放系统将投放日志通过 Kafka 客户端发送至 Kafka 消息系统；②Kafka 消息系统接收客户端发送的数据，将数据缓存在本地服务器目录中供后续 Spark 应用消费使用；③Spark Streaming 按照日志格式实时解析广告投放日志，并将解析结果实时写入分析式数据库 Clickhouse。	自主研发
4	私有访客数据管理系统	针对固定周期内的活跃用户，保证访客数据的时效性	使用高性能内存数据库 Redis 存储私有访客信息，保证广告投放过程中实时读取访客数据。Redis 数据库中，Key 值为访客唯一标识，Value 值为访客相关属性	自主研发

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
			信息，包括曝光、点击、转化等信息。由于各网络发送的移动唯一标识存在md5加密及源码两种，该系统需要同时维护两种标识对应关系，保证在广告投放过程中系统可以将加密标识转化成源码进行后续广告投放。	
广告计算技术				
1	实时网络广告竞价系统	根据用户信息和对应广告位信息，通过核心广告搜索算法，返回拟展示的广告和竞价信息。	公司通过庞大的受众行为数据分析和人群标签实时分析，可以高密度判断用户属性，能够在合适的地点、恰当的时间向合适的用户推送用户偏向的广告，从而提升广告效果。	自主研发
2	快速需求满足应用架构	应对高并发的高流量冲击，同时满足应用版本的快速迭代升级	通过集成大量应用程序所需的基础件或服务，包括广告搜索筛选、定向溢价设置、频次控制、预算控制、转化归因、日志分析等，构成基础架构的核心，从而快速对应用进行封装、迭代和升级支持。公司在不停止服务的情况下，可以快速进行版本发布或者恢复，提高了企业的基础竞争优势。	自主研发
3	实时个性化广告预测技术	根据广告投放数据训练预估模型，实现广告的实时预测	操作人员通过前端页面设置训练模型特征及模型条件；应用定时扫描页面设置的特征及条件，根据投放广告数据生成训练模型数据集；根据训练模型数据集生成模型，并将模型推送至模型服务端，供广告投放系统实时调用。广告投放系统实时调用预估模型，获取广告点击率、转化率等信息，从而指导最终广告出价，提升广告投放效果。	自主研发
4	一体化移动广告投放技术	对接多个移动广告联盟和APP资源，为后期投放选择和跨平台数据分析提供机会	通过对接 AdMaster、复歌科技、TalkingData 等主流第三方数据平台，整合用户数据，实现对移动人群数据的深度挖掘和精准分析。支持通栏、全屏、插屏、富媒体、信息流等多种移动广告创意形式，实现基于机型、地域、网络、媒介、兴趣特点、关键词多维度的精准定向投放。	自主研发
5	广告排序技术	从多个候选的广告中选择一个最优的广告	结合快速检索系统，通过广告的 CTR 预测，结合广告针对的目标受众、广告形态、出价因素等，使用模型和算法来对广告进行 eCPM 计算打分，在毫秒级	自主研发

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源
			的时间内选择最可能胜出的广告进行展示。	
6	基于机器学习的 eCPM 预估技术	通过公式计算出有效千次展示成本 (eCPM) 进行竞价	使用大数据技术对广告投放数据进行收集、存储、分析，利用收集的历史数据得到平均点击率、平均转化率作为样本数据，使用机器学习进行模型训练，通过预设点击成本 CPC 或者转化成本 CPA，结合模型推测的点击率、转化率。该技术通过不断优化预设点击成本和转化成本，指导运营人员提高广告投放效率。	自主研发
7	均匀投放控制算法	使用 PID 控制器对广告投放速率进行控制	使用通用 PID 控制器对实时广告竞价闭环系统进行周期性调控，并引入神经网络非线性感知机对 PID 控制器做参数调整，通过周期性的迭代调整，使得实时竞价系统的投放速率逐渐稳定于期望值，达到预算的均匀合理分配。	自主研发
8	重定向技术	针对历史已经浏览过对应广告的用户在转化路径中不同环节实现再次投放广告	使用大数据技术对广告投放数据进行收集、存储，分析用户历史行为，把对应行为触发的特定广告重新推送到用户面前，从而获得更高的广告投放转化率。	自主研发

（二）发行人的技术先进性及具体表征

发行人专注于数据驱动的程序化广告业务，搭建实时竞价系统致力于快速稳定，整合不同渠道流量致力于海量多源，优化内部出价算法致力于准确有效，开发广告投放平台致力于简单高效，提供可视化数据报表致力于低延迟、多维度。截至报告期末，发行人拥有已授权的发明专利 1 项、正在申请中的发明专利 2 项、软件著作权 31 项、软件产品 2 项。近年来，公司陆续获评上海市高新技术企业、上海市科技小巨人企业、上海市“专精特新”中小企业等多项荣誉。发行人的技术先进性参见本节“二、发行人所处行业基本情况/（五）发行人所在行业的竞争状况/2、技术水平及特点”。

（三）核心技术产品收入占营业收入的比例

公司核心技术直接应用于公司主营业务，包括程序化广告服务及相关技术服

务。公司核心技术产品收入占营业收入比例情况如下：

单位：万元

年份	2018年	2017年	2016年
程序化平台投放业务	22,613.78	25,851.44	25,413.65
技术服务	80.24	77.99	144.65
合计	22,694.02	25,929.43	25,558.30
占营业收入比重	97.31%	97.15%	95.46%

（四）发行人技术储备情况

序号	项目名称	拟达到的目标	所处阶段及进展	主要研发人员	预算	技术水平
1	创意自动生成系统	使用深度学习图像处理技术，通过对大量创意数据的学习，依据用户输入的需求，生成符合用户需求和专业标准的视觉图像。	研究阶段	许栋 季晓健 代忠泽 何哲	500万元	国内领先
2	神经网络预估技术	通过深度神经网络提取原始图片像素和其它基础特征，利用卷积层从图片中自动提取有代表性的视觉特征，并且将视觉特征和其他背景上下文特征进行有效结合，经过几千万真实数据训练出成熟的点击率、转化率模型。	研究阶段	许栋 季晓健 代忠泽 张鹏飞	500万元	国内领先
3	视频SDK服务	通过将视频 SDK 集成至合作第三方 APP，在权限允许范围之内实时收集用户数据，作为后续动态推荐创意数据依据。通过实时处理视频 SDK 采集到用户数据，根据用户当前状态，动态推送个性化广告创意，从而有效提升用户留存率。	开发阶段	赵士路 张翔 季晓健 马嵘 于海涛	300万元	国内领先
4	新数云梯系统	为了给中小型广告主提供更加人性化的营销活动操作，通过降低广告投	开发阶段	田云龙 何哲 秦青兵	200万元	国内领先

		放的配置门槛，让广告主无需关注过多细节即可将广告投放到有价值的用户上。		张鹏飞		
5	智能报价技术	智能报价技术旨在通过技术手段更精细化的控制广告出价。智能报价技术依赖强大的数据计算能力，要求数据实时计算，实时反馈，实时决策，最终形成简单的操作界面。	测试阶段	程广磊 吕林朋 代超 冯伟	150 万元	国内领先
6	移动广告投放对接系统	移动广告投放对接系统的开发目标是搭建一个规范的、安全的、方便使用的、针对移动广告投放的开放 API 接口调用服务。广告主经过授权后，可以通过 API 接口操作自己的账户。	测试阶段	田云龙 程广磊 吕林朋 何哲 冯伟	150 万元	国内领先

（五）发行人研发投入情况

公司主营业务是数据驱动的程序化广告及相关技术服务，大数据技术对公司业务的竞争力具有重要影响。公司自成立之始就设立了技术中心，并进行持续不断的研发投入。报告期内，公司的研发投入情况如下：

年份	2018 年	2017 年	2016 年
研发费用（万元）	1,138.55	993.20	1,282.38
占营业收入比例（%）	4.88%	3.72%	4.79%

（六）研发人员情况

1、研发人员的情况

发行人对技术研发工作高度重视，研发团队具备丰富的研发经验和较高的技术水平。目前，发行人已经形成了新老结合、分工明确、全面覆盖的技术团队。截至报告期末，公司技术研发人员共 36 人，占员工总人数的 28.8%。

2、核心技术人员及变动情况

截至本招股说明书签署日，公司核心技术人员共 5 名，包括赵士路、许栋、张翔、田云龙、程广磊，相关人员简历情况请参见本招股说明书“**第五节 发行人基本情况/十一、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员/（一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员简介**”。

报告期内，公司发生一名核心技术人员离职，原公司董事兼副总经理王煜炜于 2016 年离职。除此之外，其他核心技术人员未发生变动。报告期内，上述核心技术人员变动对公司主营业务无重大不利影响，核心技术人员较为稳定。

3、对公司发展有重要影响的核心技术人员的创业及从业历程

对发行人设立和发展有重要影响的核心技术人员共 5 名，为公司总经理赵士路、副总经理张翔、副总经理许栋、产品主管田云龙和高级研发工程师程广磊。上述人员创业及从业历程如下：

赵士路在上海北方浦东经济技术开发有限公司、上海超亚网络信息有限公司、上海因特耐信息技术有限公司工作期间，积累了丰富的互联网业务经验。2003 年，赵士路创办上海科捷信息技术有限公司，开发了业内领先的 AFP 广告管理系统/AFA 广告监测系统/DMA 网站分析系统，多次获国家创新基金。赵士路对大数据计算应用于互联网广告领域有深刻理解，曾为《计算广告学：智能媒体时代的广告研究新思维》（人民日报学术文库）提供大量建议并作推荐序。

许栋曾服务于中国最早的搜索引擎蓝帆搜索和 3721.COM，并在中华网、上海科捷信息技术有限公司及篱笆网担任管理职位，拥有超过 15 年技术研发及管理经验，在数据挖掘、信息检索、模式识别及大规模计算领域有丰富经验。

张翔就读于华中科技大学光信息科学与技术专业期间，参与了 PPTV 的创始团队，后历任 PPTV 销售总监、上海宾杰广告有限公司总经理，拥有超过 10 年的互联网广告市场及营销经验，曾服务众多知名互联网和跨国企业客户，对程序化广告技术应用于互联网广告领域有深刻理解。

2012 年，赵士路、许栋、张翔认为大数据技术驱动程序化广告将成为互联

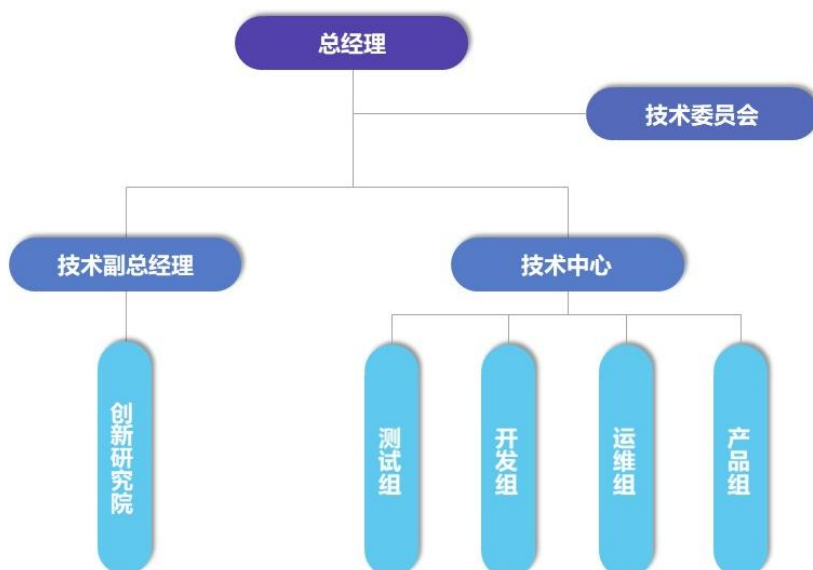
网营销的必然发展趋势，在此背景下联合创立新数网络。赵士路担任总经理，全面领导公司技术和业务管理；许栢担任技术副总经理，负责公司核心技术的研发；张翔担任销售副总经理，在业务层面对产品研发提供建议。

田云龙具有 18 年的互联网广告行业从业经验，对互联网广告的运用和投放有着深刻理解，担任发行人产品主管，主要负责程序化广告平台的设计规划、实施及运营推广团队的产品技术支持。田云龙主持了程序化广告平台全媒体渠道对接工作，以及私有交易平台、WiseOTV+、WiseOTT 等功能的设计和开发。

程广磊担任发行人创新研究院高级研发工程师，专注于软件技术的创新研发。程广磊参与了程序化广告平台所有主要开发工作，主导核心底层开发，负责大部分媒体资源的技术对接，实施了核心产品的重要运维工作，开发了实时报表数据系统等关键功能。

（七）发行人研发和创新机制

1、研发环节组织架构



发行人高度重视技术研发工作，总经理牵头的技术委员会是公司技术创新的规划和决策单位，技术委员会成员为公司五名核心技术人员。公司技术副总经理带领创新研究院，负责关键性技术和前瞻性技术研发，推动成果转化，实现技术

创新、产品创新。技术总监带领技术中心，下设产品组、开发组、测试组、运维组四个小组，负责系统需求开发、版本迭代、系统维护以及实现新技术、新产品的商业化应用。

（1）产品组：负责统一规划系统需求，进行系统原型设计及制定研发计划。

（2）开发组：负责系统架构设计、功能模块开发、系统问题修复、版本发布及跨部门技术支持。

（3）测试组：负责编写测试用例、进行功能测试、压力测试、回归测试等工作。

（4）运维组：负责对网络设备、服务器及安全系统的运行和监控管理；负责数据库、应用系统部署和维护等工作；负责备份系统，做好各种应急措施。

2、技术研发体系

经过多年的研发经验，并结合互联网研发管理思想，公司建立了以客户需求为导向的产品开发流程。公司销售和运营部门通过与客户的良性互动，及时捕捉需求信息。公司管理层根据客户需求及市场分析结果制定研发方向，交由技术中心调研研发方向的可行性，根据调研结果制定研发项目总方案。研发主体工作主要由公司技术中心承担。公司运营和销售部门会在技术中心的方案基础上，协助完成新产品的完善及定型产品的技术改进与维护工作。

公司具体研发流程如下：

（1）需求设计

产品组收集、整理、规划系统功能需求，给出需求说明。

（2）需求评审

技术中心根据产品需求说明，抽调产品、开发、测试、运维组的负责人或相关核心人员组成研发职能小组。研发职能小组讨论需求可行性并评估成本。

（3）原型设计

产品组进行系统功能原型设计，给出功能原型图，制定研发计划。

（4）项目启动

研发职能小组确定方案并规划任务进度。

（5）项目开发

各研发小组投入系统研发，职能小组跟踪任务进展，并通过任务管理系统管理分配研发任务。

（6）项目测试

各功能模块研发完成后，交由测试组进行多方面测试，将暴露的系统缺陷提交系统缺陷管理系统，由相应的研发小组进行问题修正并提交修正反馈，最后再由测试组跟踪缺陷修正情况。

（7）项目验收

产品组根据项目验收标准，对项目进行最终验收，并准备线上环境部署。

（8）部署上线

交由运维组设计部署方案，投入实际的服务器部署，并通知产品组功能上线。

（9）项目跟进

产品组跟踪上线后的系统使用情况，接收反馈意见，跟进新的需求并制定新的需求研发计划。

3、保持技术不断创新的体制

公司的创新机制可以概括为：突出重点、支持冒险、宽容失败、奖励突出、积极培养。公司自成立以来一直鼓励创新，并在发展过程中总结出鼓励创新的方式，具体包括以下方面：

（1）融入创新精神的企业文化

公司坚持以创新精神推动企业文化建设，培养富有创新精神的员工团队。公

司有针对性的培养富有创新精神的专业人才，给予他们更多的历练机会。同时，公司坚持选拔具有创新精神和责任感、使命感的中坚力量，再以这批中坚力量为核心影响其他员工，壮大公司的创新团体。

（2）以业务为导向的创新方向

技术创新的目标是为了实现企业经济效益和社会效益。公司各部门负责人根据行业发展状况及公司的市场地位，梳理出公司当前面临的主要矛盾和需求，并以此为依据提出大致的创新方向。部门内部的团队或个人可根据自己积累和可调动资源对创新方向进行价值和时效性判断，展开或大或小的技术攻关。

（3）灵活的创新激励机制

公司积极为员工提供创新所需要的资源，鼓励员工对新技术和新模式进行尝试。公司宽容创新过程中产生的失败，对创新过程中可能产生的风险组织核心人员进行评估，做好风险管理。对创新取得的技术成果，在不影响公司发展、不损害公司竞争力的前提下，公司秉承最大开放的原则共享知识，让员工快速成长。公司每年举行创新大赛，积极鼓励员工报名参加，重点奖励有创新思想和创新成果的团队和个人。

（4）完善的人才培养机制

公司支持员工通过参加行业会议、外部培训，以及跨岗位、跨部门、相近岗位调换工作等方式，对不同知识领域加深了解，加强学习和积累。实践证明，这些方式既可以增强员工的新鲜感，全面提升员工的业务水平，又可以增进部门间的沟通效率，也为创新积累了人才基础。

七、发行人境外资产与业务

发行人在新加坡设立了子公司新数新加坡，新数新加坡的基本情况及其主要财务数据参见本招股说明书“**第五节 发行人基本情况/八、发行人控股子公司、参股公司基本情况（一）发行人控股子公司及主要参股公司**”。

2015年，公司为满足客户在海外投放广告的需求，成立了新数新加坡。新

数新加坡直接为海外客户和供应商提供广告投放交易的外币结算，广告投放业务实际由发行人位于上海的办公室经营。

第七节 公司治理与独立性

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、董事会专门委员会制度的运行及履职情况

自股份公司设立以来，公司法人治理结构不断完善。公司逐步建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书和董事会专门委员会相关制度，股东大会、董事会、监事会依法规范运作，独立董事、董事会秘书能够按照《公司法》等法律法规和公司章程等公司内部规定的要求履责，董事会专门委员会运行正常。公司股东大会、董事会、监事会会议的召开程序及决议内容合法有效，不存在董事会或管理层违反《公司法》及其他相关规定行使职权的情形。

（一）股东大会制度的建立与运行情况

股东大会是公司最高的权力机构，《公司章程》对股东大会的职权、召开程序等均进行了明确规定。2015年8月3日，股份公司召开了创立大会暨公司第一次股东大会，会议通过了《股东大会议事规则》，该议事规则是根据《公司法》、《上市公司治理准则》、《上市公司股东大会规则》及《公司章程》制定。该议事规则规定了股东大会开会期间必须遵守的一系列程序性规则，是保证股东大会规范运作、决议合法有效的前提和基础。

自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开23次股东大会（含创立大会）。公司股东大会运作规范，历次股东大会会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合有关法律、法规和公司章程、《股东大会议事规则》的规定。公司股东大会对公司章程修订、公司重要规章制度建立、重大经营投资和财务决策、董事和监事选举等事项作出了相关决议，切实发挥了股东大会的作用。

（二）董事会制度的建立与运行情况

1、董事会制度及运行情况

《公司章程》对董事会的构成、职权、召开程序等均进行了明确规定。2015年8月，股份公司召开了创立大会暨公司第一次股东大会，会议通过了《董事会议事规则》，该议事规则根据《公司法》、《上市公司治理准则》及《公司章程》制定。该议事规则规定了董事会开会期间必须遵守的一系列程序性规定，该规定是保证董事会规范运作、决议合法有效的前提和基础。

公司董事会由8名董事组成，其中独立董事3人，独立董事中至少包括一名会计专业人士。公司设董事长一名。自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开31次董事会会议，全体董事均出席了历次董事会会议。公司董事会运作规范，历次董事会会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合法律、法规和公司章程、《董事会议事规则》的规定。公司董事会除审议日常事项外，在管理层任免、一般性规章制度的制订等方面切实发挥了作用。

2、董事会专门委员会的设置和运行情况

2016年12月15日，公司召开第一届董事会第十五次会议，审议通过了《关于设立董事会专门委员会并选举第一届董事会专门委员会委员的议案》，并通过了《关于制定<审计委员会工作细则>的议案》、《关于制定<提名委员会工作细则>的议案》、《关于制定<战略委员会工作细则>的议案》、《关于制定<薪酬与考核委员会工作细则>的议案》，对专门委员会人员构成、职责权限、决策程序、议事规则等进行了规定。

2016年12月30日，公司召开2016年第九次临时股东大会，决议通过在董事会下设审计委员会、提名委员会、战略委员会、薪酬与考核委员会共四个专门委员会。

2018年8月3日，公司召开第二届董事会第一次（临时）会议，审议通过了《关于选任第二届董事会专门委员会委员的议案》。

董事会各专门委员会的构成情况如下：

董事会专门委员会	主任委员	委员	
		独立董事	董事
审计委员会	方芳（会计专业人士）	尹翔硕	田云龙

提名委员会	尹翔硕	任向晖	赵士路
战略委员会	赵士路	任向晖	张翔、许栋、江雪
薪酬与考核委员会	尹翔硕	方芳	张翔

（1）审计委员会职权

依据《董事会审计委员会工作细则》，审计委员会行使以下职权：提议聘请或更换外部审计机构；监督公司的内部审计制度及其实施；负责内部审计与外部审计之间的沟通；审查公司的财务信息及其披露；审查公司内控制度；对重大关联交易进行审计；公司董事会授权的其他事宜。

（2）提名委员会职权

依据《董事会提名委员会工作细则》，提名委员会行使以下职权：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、总经理及其他高级管理人员的选任或聘任标准和程序，并向董事会提出建议；广泛搜寻合格的董事、总经理人选；在董事会换届选举时，向本届董事会提出下一届董事会候选人的建议；在总经理聘期届满时，向董事会提出新聘总经理候选人的建议；对董事、总经理及其他高级管理人员的工作情况进行评估，在必要时根据评估结果提出更换董事、总经理或其他高级管理人员的意见或建议；法律、法规、《公司章程》规定或授权的其他事宜。

（3）战略委员会职权

依据《董事会战略委员会工作细则》，战略委员会行使以下职权：对公司的长期发展规划、经营目标、发展方针进行研究并提出建议；对公司的经营战略包括但不限于产品战略、市场战略、营销战略、研发战略、人才战略进行研究并提出建议；对公司重大战略性投资、融资方案进行研究并提出建议；对公司重大资本运作、资产经营项目进行研究并提出建议；对其他影响公司发展战略的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行跟踪检查；公司董事会授权的其他事宜。

（4）薪酬与考核委员职权

依据《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，薪酬与考核委员会行使以下职

权：根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案；薪酬计划或方案主要包括但不限于绩效评价标准、程序及主要评价体系，奖励和惩罚的主要方案和制度等；审查公司董事(包括非独立董事)及高级管理人员的履行职责情况并对其进行年度绩效考评；负责对公司薪酬制度执行情况进行监督；董事会授权的其他事宜。

（5）专门委员会运行情况

自股份公司成立至本招股说明书签署日，公司共召开 9 次审计委员会会议，3 次战略委员会会议，3 次提名委员会会议，3 次薪酬与考核委员会会议。各委员会董事均按规定出席了历次会议，会议决议内容符合法律法规和《公司章程》的规定，合法有效。

（三）监事会制度的建立与运行情况

公司监事会是公司内部的专职监督机构，对股东大会负责。2015 年 8 月 3 日，股份公司召开了创立大会暨公司第一次股东大会，会议通过了《监事会议事规则》，该议事规则根据《公司法》、《上市公司治理准则》及公司章程制定，其规定了监事会开会期间必须遵守的一系列程序性规定。该规定是保证监事会规范运作、其决议合法有效的前提和基础。

公司监事会由 3 名监事组成，其中股东代表监事 2 名，由股东大会选举产生；职工代表监事 1 人，由职工代表大会选举产生。监事会设主席 1 人，监事会主席由全体监事过半数选举产生。自股份公司设立至本招股说明书签署日，公司共召开 14 次监事会会议。公司监事会运作规范，历次监事会会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合法律、法规和公司章程、《监事会议事规则》的规定。公司监事会除审议日常事项外，在检查公司的财务、对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督等方面发挥了重要作用。

（四）管理层情况

公司设总经理 1 名，由董事会聘任或解任，对董事会负责，按照《公司法》及《公司章程》的规定行使职权。另设副总经理 2 名、财务总监兼董事会秘书 1

名，协助总经理工作。

（五）独立董事制度的建立与运行情况

发行人于 2016 年 12 月 15 日及 2016 年 12 月 30 日分别召开了第一届董事会第十五次会议和 2016 年第九次临时股东大会，审议通过了《独立董事工作制度》，该制度根据《公司法》、《证券法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》及《公司章程》制定。该制度规定了独立董事的任职条件、资格限制、特别职权及相关会议程序性等内容。

公司 2016 年第九次临时股东大会审议通过了《关于增选董事的议案》，选举方芳、任向晖、尹翔硕为独立董事，其中方芳为会计专业人士，任期三年。公司 2018 年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司董事会换届选举的议案》，再次选举方芳、任向晖、尹翔硕为独立董事。独立董事占公司董事会人数超过三分之一。

公司独立董事自聘任以来，按照《公司章程》、《独立董事工作制度》的要求，认真履行独立董事职责，在规范公司运作、维护公司权益、提高董事会决策水平等方面起到了积极作用，公司法人治理结构得到进一步完善。

（六）董事会秘书制度的建立与运行情况

发行人于 2015 年 8 月 3 日召开了第一届董事会第一次会议，审议通过了《董事会秘书工作细则》，该制度根据《公司法》及《公司章程》制定。该制度规定了董事会秘书的任职资格、工作职责及工作程序性等内容。

2015 年 8 月 3 日，公司第一届董事会第一次会议作出决议，聘任江雪为董事会秘书。公司于 2018 年 8 月 3 日召开第二届董事会第一次（临时）会议，续聘江雪为董事会秘书。

公司董事会秘书筹备了历次董事会、监事会和股东大会，确保了公司董事会、监事会和股东大会依法召开、依法行使职权，及时向公司股东、董事、监事通报公司的有关信息，建立了与股东的良好关系，为公司治理结构的完善和董事会、监事会、股东大会正常行使职权发挥了重要的作用。

二、发行人关于内部控制的自我评估

（一）发行人管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

公司确知建立健全财务报告内部控制并确保其有效性是公司董事会的责任，管理层负责组织领导内部控制的日常运行，旨在对财务报告及相关信息真实完整提供合理保证。

内部控制具有固有限制，存在由于错误或舞弊而导致错报发生和未被发现的可能性。此外，由于情况的变化可能导致内部控制变得不恰当，或降低对控制政策、程序遵循的程度，根据内部控制评价结果推测未来内部控制有效性具有一定的风险。

公司业已对于 2018 年 12 月 31 日与财务报告内部控制设计的合理性进行了评价。基于前述评价，公司确认于 2018 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（二）会计师事务所对本公司内部控制制度的评价

2019 年 5 月 28 日，普华永道为发行人出具了普华永道中天特审字(2019)第 2300 号《内部控制审核报告》，报告结论意见如下：我们认为，新数网络于 2018 年 12 月 31 日按照《企业内部控制基本规范》在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

三、发行人报告期内违法违规情况

报告期内，公司及其董事、监事和高级管理人员均严格按照相关法律法规、公司章程和内控制度的规定依法经营、规范运作，不存在重大违法违规行为。

四、发行人报告期内的资金占用和对外担保情况

公司制定了《防止控股股东及其关联方占用公司资金管理制度》，报告期内

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形。公司已在《公司章程》和《对外担保管理制度》中明确对外担保的审批权限和审议程序，报告期内不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况。

五、发行人独立运营情况

本公司在业务、资产、人员、机构和财务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。公司拥有独立且完整的业务流程和业务体系，具备直接面向市场、自主经营以及独立承担责任与风险的能力。

（一）资产完整

公司资产与股东资产严格分开，完全独立运营，公司目前业务和生产经营所需资产的权属由公司独立享有，不存在权属纠纷。公司对所拥有的资产拥有完全的控制和支配权，不存在依赖股东或关联方资产进行生产经营以及资产、资金被股东占用而损害公司利益的情况。

（二）人员独立

本公司严格根据《公司法》、《公司章程》的有关规定选举产生公司董事、监事，由董事会聘用高级管理人员，不存在股东超越股东大会和董事会而做出人事任免决定的情况。公司劳动、人事及工资管理完全独立，公司总经理、副总经理、财务总监兼董事会秘书均属专职，并在公司领薪，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；本公司的财务人员亦未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

（三）财务独立

公司设有独立的财务部，配备了专职的财务人员，建立了独立的财务核算体系，独立进行财务决策；公司制定了完善的财务会计制度和对分公司、子公司的

财务管理制度，独立运营资金，不存在与控股股东、实际控制人及其他关联方或其他任何单位或个人共用银行帐户的情况，也不存在资金、资产被股东及其他关联方非法占用的情况。公司独立开设银行账号，依法独立进行纳税申报。

（四）机构独立

本公司依法设立股东大会、董事会、监事会，完善了各项规章制度，法人治理结构规范有效。本公司建立了独立于股东的适应自身发展需要的组织机构，并明确了各部门的职能，形成了公司独立完善的管理机构和生产经营体系。本公司及下属各职能部门与股东、其他关联方及其职能部门之间不存在上下级关系，不存在控股股东、实际控制人及其他关联方干预本公司机构设置、经营活动的情况。

（五）业务独立

发行人是一家广告科技公司，主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。公司具备独立面向市场自主经营的能力，不依赖股东及其他任何关联方进行生产经营活动，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争，以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定

公司报告期内经营情况良好，主营业务没有发生重大不利变化。公司自股份公司设立以来控股股东及实际控制人一直为赵士路，其股份权属明晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。公司管理团队和核心技术人员稳定，董事、高级管理人员及核心技术人员最近 2 年未发生变化。

（七）发行人不存在对持续经营有重大影响的事项。

公司目前拥有的专利、软件著作权及其他核心技术均为自主研发，不存在权属纠纷及潜在权属纠纷。公司商标及电子办公设备等主要资产权属明晰，不存在重大不利变化。公司不存在银行借款等非经营性负债，不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项。公司所属新一代信息技术产业是国家大力发展扶持的产业，未

来发展前景广阔，经营环境持续向好。公司不存在对持续经营有重大影响的其他事项。

六、同业竞争情况

（一）发行人与控股股东、实际控制人不存在同业竞争

发行人是一家广告科技公司，主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务。公司控股股东和实际控制人为赵士路。赵士路未从事其他与互联网广告相关的活动，与本公司不存在同业竞争关系。

（二）发行人与控股股东、实际控制人控制的其他企业之间不存在同业竞争

公司控股股东、实际控制人控制的其他企业包括：上海馨捷管理咨询合伙企业（有限合伙）和上海捷那商务咨询有限公司，上述公司具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/九、持有发行人 5%以上的主要股东及实际控制人情况/（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

馨捷咨询系公司员工持股平台；捷那咨询主营业务为商务咨询。上述两家公司与发行人均不构成同业竞争关系。

（三）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

为保障公司及公司其他股东的合法权益，避免同业竞争事项，公司控股股东、实际控制人赵士路已出具《关于避免同业竞争的承诺》，主要内容如下：

1、于本承诺函签署之日，本人及本人直接或间接控制的除发行人及其控股子公司以外的其他企业均未从事或参与任何与发行人主营业务构成竞争的业务；

2、自本承诺函签署之日起，本人及本人直接或间接控制的除发行人及其控股子公司以外的其他企业将不会从事或参与任何与发行人主营业务构成竞争或可能存在竞争的业务；

3、自本承诺函签署之日起，如发行人进一步拓展其主营业务范围，本人及

本人直接或间接控制的除发行人及其控股子公司以外的其他企业将不与发行人拓展后的主营业务相竞争；若与发行人拓展后的主营业务产生竞争，本人及本人直接或间接控制的除发行人及其控股子公司以外的其他企业将以停止经营相竞争业务、或将相竞争业务纳入到发行人经营、或将相竞争业务转让给无关联关系第三方等方式避免同业竞争；

4、如本承诺函被证明是不真实或未被遵守，本人将向发行人赔偿一切直接和间接损失；

5、上述承诺在本人作为发行人控股股东、实际控制人期间持续有效。

七、关联方与关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及《上海证券交易所科创板股票上市规则》等相关规定，本公司关联方关系如下：

（一）发行人控股股东、实际控制人及直接持有发行人 5%以上股份的股东

股东名称	持股数（股）	持股比例	关联关系
赵士路	36,615,944	30.00%	控股股东及实际控制人
许栊	7,157,104	5.86%	直接持有公司 5%以上股份的自然人股东、董事、副总经理
山鹰投资	12,204,000	10.00%	直接持有公司 5%以上股份的法人

（二）发行人控股股东、实际控制人直接或间接控制的其他企业

关联方名称	关联关系
馨捷咨询	赵士路与其妻子王超持有 61.18% 股权；作为员工持股平台持有新数网络 4.96% 的股权
捷那咨询	赵士路持有 81.90% 股权

（三）持有发行人 5%以上股份的股东直接或者间接控制的企业

关联方名称	关联关系
马鞍山市雄鹰新兴产业投资基金（有限合伙）	持股 5% 以上股东山鹰投资子公司

安徽省鹰隼恒富一期新兴产业基金（有限合伙）	持股 5% 以上股东山鹰投资子公司
深圳前海山鹰新时代投资管理有限公司	持股 5% 以上股东山鹰投资子公司
深圳前海山鹰原力基金管理有限公司	持股 5% 以上股东山鹰投资子公司
深圳前海山鹰新时代新兴产业发展基金合伙企业（有限合伙）	持股 5% 以上股东山鹰投资子公司
深圳前海山鹰新时代新兴产业二号发展基金合伙企业（有限合伙）	持股 5% 以上股东山鹰投资子公司
安徽省鹰隼恒富二期新兴产业基金（有限合伙）	持股 5% 以上股东山鹰投资子公司

注：上述关联方根据山鹰投资 2018 年年度报告披露

（四）发行人控股或参股的企业

截至本招股说明书签署日，公司共拥有 3 家全资子公司、1 家控股子公司、8 家参股公司。公司控股或参股的企业情况参见本招股说明书“**第五节 发行人基本情况/八、发行人控股子公司、参股公司基本情况**”。

（五）公司董事、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员

公司的董事、监事及其高级管理人员情况详见本招股说明书“**第五节 发行人基本情况/十一、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员**”。前述人员及其关系密切家庭成员均为公司的关联自然人。

（六）持股 5% 以上自然人、公司董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及与其关系密切的家庭成员实际控制或担任董事、高级管理人员的企业

关联方名称	关联关系
上海超麟商务咨询工作室	控股股东、实际控制人赵士路之配偶王超投资的个体工商户
上海锐报信息技术有限公司	控股股东、实际控制人赵士路之近亲属控制的企业
上海爱洋机电科技有限公司	监事薛霜持股并担任执行董事兼总经理的公司

（七）其他关联方

关联方名称	关联关系
山鹰国际控股股份公司	间接持股 5% 以上的法人
潘悦然	最近 12 个月内直接持股 5% 以上股东
周茂媛	最近 12 个月内直接持股 5% 以上股东
掌达网络	赵士路曾任董事并由新数网络参股的公司

八、关联交易

（一）报告期内发行人关联交易汇总

单位：万元

关联交易类型	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经常性关联交易			
1、采购	22.47	450.33	-
2、销售	951.68	2,518.20	752.43
3、向董事、监事和高级管理人员支付报酬	报告期内，公司向董事、监事及高级管理人员支付报酬。		
二、偶发性关联交易			
1、关联担保情况	具体情况参见本节“八、（三）偶发性关联交易”		

（二）经常性关联交易

1、采购

单位：万元

关联方	交易内容	2018 年度	2017 年度	2016 年度
指尖时光	媒体流量	22.47	450.33	-
占当期同类采购比例		0.13%	2.24%	-

报告期内，2016 年无关联方采购，2017 年与 2018 年公司关联方采购的金额分别为 450.33 万元和 22.47 万元，占当期同类采购的比例为 2.24% 和 0.13%，采购金额和占比均较小且逐年下降。

报告期内，公司的关联方采购主要内容为采购广告流量。公司自成立以来，

逐步完善媒体覆盖能力，新数程序化广告平台业已广泛对接了阿里妈妈 TANX、腾讯、百度、爱奇艺、优酷等国内 PC、移动端、OTT、OTV 主流媒体，对关联方广告流量采购的需求逐渐减少。指尖时光为公司参股的公司，自设立以来专注于打造移动互联网全球化整合营销平台，发行人与其合作，可以帮助公司获得更多的广告流量。

上述关联交易中，按照《公司章程》和《关联交易管理制度》的规定，严格履行了相关交易的审批程序，维护了投资者合法权益。

2、销售

单位：万元

关联方	交易内容	2018 年度	2017 年度	2016 年度
指尖时光	广告投放	951.68	2,518.20	752.43
占当期收入比例		4.08%	9.43%	2.81%

报告期内，公司关联方销售的金额分别为 752.43 万元、2,518.20 万元和 951.68 万元，占当期同类销售的比例为 2.81%、9.43% 和 4.08%。

指尖时光为公司的参股公司，自设立以来专注于打造移动互联网全球化整合营销平台。报告期内公司向指尖时光销售的主要内容是程序化平台投放业务，交易定价遵循市场化定价的原则，参考同类业务定价情况，与其他无关联第三方相比不存在重大差异，定价水平公允。

3、关键管理人员薪酬

报告期内，公司除向在本公司董事、监事、高级管理人员等关联人士支付报酬外，未向其他关联方人士支付报酬，具体情况如下：

单位：万元项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
关键管理人员薪酬（万元）	264.70	261.15	236.06

（三）偶发性关联交易

报告期内，公司偶发性关联交易为公司控股股东、实际控制人赵士路及其配

偶王超为公司提供担保，具体情况如下：

担保方	被担保方	担保金额（万元）	担保起始日	担保到期日	是否履行完毕
赵士路、王超	新数网络	1,500.00	2017-2-6	2018-2-5	是
赵士路、王超	新数网络	1,000.00	2018-11-30	2019-11-29	否

上述关联交易均履行了《公司章程》规定的程序，独立董事对上述关联交易发表了独立意见，认为公司对上述关联交易履行的审议程序合法合规，交易公允，不存在损害公司和所有股东利益的行为。

（四）关联方应收、应付款项余额

报告期各期末，公司与关联方之间的应收、应付款项余额情况如下：

单位：万元

关联方	科目名称	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
指尖时光	应收票据及应收账款	113.32	797.63	217.20
指尖时光	应付票据及应付账款	23.85	0.03	-

（五）关联交易决策程序的履行情况及独立董事意见

1、关联交易履行程序情况

自股份公司设立以来，公司所发生的关联交易事项均严格履行了相关规定的程序，交易过程遵循了平等、自愿的原则，交易定价公允，不存在损害公司及其他股东利益的情形。

2、独立董事对关联交易的意见

公司独立董事根据《公司法》、《公司章程》和《独立董事工作制度》等相关规定，对公司报告期关联交易情况发表了如下意见：

2016年度、2017年度及2018年度，公司与关联方发生的关联交易，决策程序符合当时公司章程及相关制度的规定，关联交易的定价按照公开、公平、公正及市场化原则确定，关联交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情况。公

司与关联方关联交易合同或协议的履行，不存在任何争议或纠纷。

（六）发行人减少和规范关联交易的措施

为规范和减少关联交易，保证关联交易的公开、公平、公正，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》等制度中，对关联交易的决策权限和程序以及关联股东或利益冲突的董事在关联交易回避表决制度进行了详细的规定，以保证公司董事会、股东大会关联交易决策对其他股东利益的公允性。

为减少和规范关联交易，发行人持股 5% 以上股东及董事、监事、高级管理人员出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，内容如下：

“为规范上海新数网络科技有限公司（以下简称“公司”）的关联交易，保证公司关联交易的公允性，维护公司及公司全体股东的合法权益，公司制定了《关联交易管理制度》，对公司关联交易应遵循的原则、关联人和关联关系、关联交易的定价、关联交易的决策权限、关联交易的审议程序、关联交易的披露等作了详尽规定。

在未来的业务经营中，本人/本单位将采取切实措施尽量避免与公司之间的关联交易。未来若有不可避免的关联交易，本人/本单位将严格按照国家现行法律、法规、规范性文件以及《公司章程》、《关联交易管理制度》等有关规定履行必要程序，遵循市场公正、公平、公开的原则，明确双方的权利和义务，保证本人/本单位及本人/本单位所控制的子公司、分公司、合营或联营公司及其他任何类型的企业（若有）与公司之间的关联交易活动遵循商业原则，关联交易的价格原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，关联交易的审议履行合法程序，并将按照有关法律法规规定履行信息披露义务和办理有关报批程序，保证不通过关联交易损害公司及公司其他股东的合法权益。若存在非公允的关联交易给公司造成经济损失的，本人/本单位愿意将超出公允价值部分的收益无偿转归公司所有，并赔偿由此给公司造成的一切损失。”

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节披露了公司最近三年经审计的财务状况、经营成果及现金流量情况。本节引用的财务会计数据，如未作特别说明，均引自经普华永道审计的财务报告或根据其中相关数据计算得出。本公司提醒投资者仔细阅读公司经审计的财务报告全文，以更为详细地了解本公司的财务状况、经营成果及现金流量等财务会计信息。

本节披露的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如下：

经营成果、资产质量、偿债能力方面主要分析影响利润总额 5%以上事项；年度间财务数据变动，上述三个方面年度间财务数据变动，主要分析变动金额重大且变动比例超过 30%的事项；现金流量表主要分析经营活动现金流量；其他方面分析主要考虑会对公司未来经营成果、财务状况、现金流量、流动性及持续经营能力造成重大影响以及可能会影响投资者投资判断的事项。

一、发行人财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2018-12-31	2017- 12-31	2016-12-31
流动资产：			
货币资金	101,593,699.10	102,680,797.42	102,628,451.54
应收票据及应收账款	80,348,207.19	60,549,379.58	59,730,750.15
预付款项	7,399,944.34	3,526,971.82	923,950.92
其他应收款	4,783,592.34	3,560,836.33	1,743,724.72
其他流动资产	72,774.62	35,607.50	725,199.83
流动资产合计	194,198,217.59	170,353,592.65	165,752,077.16
非流动资产：			

可供出售金融资产	14,600,005.00	11,700,005.00	9,000,005.00
长期股权投资	22,517,494.57	21,872,347.24	19,794,321.39
固定资产	1,882,960.64	1,991,022.65	2,383,037.27
长期待摊费用	15,023.81	134,589.63	159,252.53
递延所得税资产	275,192.92	843,521.69	414,606.49
其他非流动资产	2,441,657.49	2,545,459.44	1,870,867.15
非流动资产合计	41,732,334.43	39,086,945.65	33,622,089.83
资产总计	235,930,552.02	209,440,538.30	199,374,166.99
流动负债：			
应付票据及应付账款	25,162,828.17	28,241,037.74	39,555,811.48
预收款项	5,748,872.48	2,986,590.20	2,398,781.79
应付职工薪酬	5,260,003.56	4,688,528.27	3,788,072.66
应交税费	4,511,455.15	6,724,318.35	4,655,287.35
其他应付款	3,257,889.45	3,519,710.44	2,611,878.70
其他流动负债	-	940,000.00	640,000.00
流动负债合计	43,941,048.81	47,100,185.00	53,649,831.98
负债合计	43,941,048.81	47,100,185.00	53,649,831.98
所有者权益（或股东权益）：			
股本	122,037,684.00	101,698,070.00	42,374,196.00
资本公积	138,331.00	13,359,080.10	72,682,954.10
其他综合收益	117,376.23	-50,571.24	130,110.29
盈余公积	7,405,488.59	4,909,324.67	2,327,091.95
未分配利润	62,184,717.32	42,382,633.87	28,209,982.67
归属于母公司所有者权益合计	191,883,597.14	162,298,537.40	145,724,335.01
少数股东权益	105,906.07	41,815.90	-
所有者权益总计	191,989,503.21	162,340,353.30	145,724,335.01
负债和所有者权益总计	235,930,552.02	209,440,538.30	199,374,166.99

2、合并利润表

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	233,224,058.31	266,908,509.25	267,748,550.83
减：营业成本	171,509,407.51	202,434,327.38	212,692,400.23

税金及附加	1,366,777.27	2,279,574.52	1,650,745.73
销售费用	9,739,970.12	7,548,949.52	3,956,382.16
管理费用	10,770,721.87	12,062,280.65	11,232,817.19
研发费用	11,385,501.01	9,931,961.96	12,823,757.02
财务费用	-1,020,283.82	-895,830.63	-979,413.27
其中：利息收入	-992,834.41	-1,063,247.86	-895,170.42
资产减值损失	922,639.84	526,173.79	179,746.50
加：其他收益	4,146,000.00	1,557,751.09	-
投资收益（损失以“-”号填列）	1,266,295.29	2,190,469.23	-165,690.48
其中：对联营企业的投资收益（损失以“-”号填列）	-422,321.01	2,130,280.02	-205,690.48
资产处置损失	-2,433.80	-3,309.51	-3,015.70
营业利润	33,959,186.00	36,765,982.87	26,023,409.09
加：营业外收入	-	30.47	900,838.87
减：营业外支出	-	70.35	-
利润总额	33,959,186.00	36,765,942.99	26,924,247.96
减：所得税费用	4,544,427.14	3,207,169.77	2,675,898.04
净利润	29,414,758.86	33,558,773.22	24,248,349.92
（一）按经营持续性分类：			
持续经营净利润	28,850,627.97	34,144,003.94	24,248,349.92
终止经营净利润	564,130.89	-585,230.72	-
（二）按所有权归属分类：			
少数股东损益	-2,353.41	-145,789.10	-
归属于母公司所有者的净利润	29,417,112.27	33,704,562.32	24,248,349.92
其他综合收益的税后净额	167,947.47	-180,681.53	129,790.29
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额			
以后将重分类进损益的其他综合收益			
权益法下可转损益的其他综合收益	67,468.34	-52,254.17	11.87
外币财务报表折算差额	100,479.13	-128,427.36	129,778.42
归属少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
综合收益总额	29,582,706.33	33,378,091.69	24,378,140.21
归属于母公司所有者的综合收益总额	29,585,059.74	33,523,880.79	24,378,140.21
归属于少数股东的综合收益总额	-2,353.41	-145,789.10	-

每股收益：			
基本每股收益	0.24	0.28	0.20
稀释每股收益	0.24	0.28	0.20

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
提供劳务收到的现金	302,549,267.80	284,176,212.16	261,714,821.99
收到的税费返还	9,605.69	-	1,276,959.02
收到其他与经营活动有关的现金	4,983,578.01	2,332,975.87	2,480,455.57
经营活动现金流入小计	307,542,451.50	286,509,188.03	265,472,236.58
购买商品、接受劳务支付的现金	259,973,017.35	230,310,592.61	224,519,041.94
支付给职工以及为职工支付的现金	26,658,858.47	21,667,629.56	15,512,687.66
支付的各项税费	11,253,856.66	6,906,048.72	5,638,357.57
支付其他与经营活动有关的现金	6,538,464.37	6,601,299.42	5,710,898.09
经营活动现金流出小计	304,424,196.85	265,485,570.31	251,380,985.26
经营活动产生的现金流量净额	3,118,254.65	21,023,617.72	14,091,251.32
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	1,000,000.00
处置子公司收到的现金净额	399,677.01	-	-
取得投资收益收到的现金	1,092,760.12	60,189.21	40,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	242,000,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	243,492,437.13	60,189.21	1,040,000.00
购建固定资产和其他长期资产支付的现金	1,329,534.42	862,958.34	2,417,575.05
投资可供出售权益工具支付的现金	2,900,000.00	2,700,000.00	10,000,005.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金	1,000,000.00	-	20,000,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	242,000,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	247,229,534.42	3,562,958.34	32,417,580.05
投资活动产生的现金流量净额	-3,737,097.29	-3,502,769.13	-31,377,580.05
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	100,000.00	187,605.00	65,177,171.75

其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	100,000.00	187,605.00	-
筹资活动现金流入小计	100,000.00	187,605.00	65,177,171.75
购买少数股东权益支付的现金	-	-	93,198.56
分配股利支付的现金	-	16,949,678.40	-
支付其他与筹资活动有关的现金	644,000.00	597,657.49	300,000.00
筹资活动现金流出小计	644,000.00	17,547,335.89	393,198.56
筹资活动产生的现金流量净额	-544,000.00	-17,359,730.89	64,783,973.19
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	75,744.32	-108,771.82	244,540.03
五、现金及现金等价物净增加额	-1,087,098.32	52,345.88	47,742,184.49
加：期初现金及现金等价物余额	102,680,797.42	102,628,451.54	54,886,267.05
六、期末现金及现金等价物余额	101,593,699.10	102,680,797.42	102,628,451.54

（二） 母公司财务报表

1、 母公司资产负债表

单位：元

项目	2018-12-31	2017- 12-31	2016-12-31
流动资产：			
货币资金	77,287,573.09	86,118,349.10	95,366,148.53
应收票据及应收账款	73,836,566.69	56,412,150.27	49,274,534.93
预付款项	6,587,743.73	3,359,024.60	907,797.30
其他应收款	4,557,595.03	3,441,228.26	1,737,236.37
其他流动资产	-	-	70,054.12
流动资产合计	162,269,478.54	149,330,752.23	147,355,771.25
非流动资产：			
可供出售金融资产	14,600,005.00	11,700,005.00	9,000,005.00
长期股权投资	31,102,281.79	29,457,134.46	27,379,108.61
固定资产	1,804,588.35	1,813,482.77	2,097,338.52
长期待摊费用	15,023.81	134,589.63	159,252.53
递延所得税资产	275,192.92	152,461.86	105,162.49
其他非流动资产	2,441,657.49	2,157,084.99	1,504,490.70
非流动资产合计	50,238,749.36	45,414,758.71	40,245,357.85

资产总计	212,508,227.90	194,745,510.94	187,601,129.10
流动负债：			
应付票据及应付账款	24,770,285.14	29,773,622.39	36,130,792.92
预收款项	3,561,126.80	2,986,060.93	2,398,219.89
应付职工薪酬	4,469,633.93	4,088,875.11	3,251,789.47
应交税费	4,363,576.52	6,381,230.78	4,328,379.93
其他应付款	3,166,021.90	3,427,245.63	2,523,865.40
其他流动负债	-	940,000.00	640,000.00
流动负债合计	40,330,644.29	47,597,034.84	49,273,047.61
负债合计	40,330,644.29	47,597,034.84	49,273,047.61
所有者权益（或股东权益）：			
股本	122,037,684.00	101,698,070.00	42,374,196.00
资本公积	138,331.00	13,359,080.10	72,682,954.10
其他综合收益	15,226.04	-52,242.30	11.87
盈余公积	7,405,488.59	4,909,324.67	2,327,091.95
未分配利润	42,580,853.98	27,234,243.63	20,943,827.57
所有者权益总计	172,177,583.61	147,148,476.10	138,328,081.49
负债和所有者权益总计	212,508,227.90	194,745,510.94	187,601,129.10

2、母公司利润表

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入	225,089,275.77	247,186,718.33	219,704,501.62
减：营业成本	175,053,544.28	195,592,655.37	177,700,427.59
税金及附加	1,275,763.14	2,148,697.64	1,618,728.19
销售费用	8,297,342.64	7,548,949.52	3,956,382.16
管理费用	6,823,496.20	8,049,094.50	8,228,514.00
研发费用	9,963,116.97	8,573,694.92	9,895,393.84
财务费用	-868,687.45	-994,702.12	-869,938.57
其中：利息收入	-904,545.46	-1,029,951.75	-878,703.32
资产减值损失	818,207.05	521,019.59	179,746.50
加：其他收益	4,110,000.00	1,475,261.47	-
投资收益/（损失以“-”号填列）	464,752.88	2,190,469.23	-165,690.48

其中：对联营企业的投资收益（损失以“-”号填列）	-422,321.01	2,130,280.02	-205,690.48
资产处置损失	-2,433.80	-3,309.51	-3,015.70
营业利润	28,298,812.02	29,409,730.10	18,826,541.73
加：营业外收入	-	-	588,754.50
减：营业外支出	-	70.35	-
利润总额	28,298,812.02	29,409,659.75	19,415,296.23
减：所得税费用	3,337,172.85	3,587,332.57	2,356,277.14
净利润	24,961,639.17	25,822,327.18	17,059,019.09
其他综合收益的税后净额			
将重分类进损益的其他综合收益			
—权益法下可转损益的其他综合收益	67,468.34	-52,254.17	11.87
综合收益总额	25,029,107.51	25,770,073.01	17,059,030.96

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、经营活动产生的现金流量：			
提供劳务收到的现金	220,285,176.31	256,965,307.68	224,674,524.82
收到的税费返还	-	-	169,451.26
收到其他与经营活动有关的现金	4,089,067.95	2,207,157.67	2,107,457.82
经营活动现金流入小计	224,374,244.26	259,172,465.35	226,951,433.90
购买商品、接受劳务支付的现金	190,448,308.37	217,850,075.14	191,530,655.77
支付给职工以及为职工支付的现金	22,430,923.60	18,467,426.96	11,967,071.99
支付的各项税费	9,693,502.72	6,663,263.10	3,493,789.62
支付其他与经营活动有关的现金	4,719,684.62	4,493,309.09	4,636,837.70
经营活动现金流出小计	227,292,419.31	247,474,074.29	211,628,355.08
经营活动产生的现金流量净额	-2,918,175.05	11,698,391.06	15,323,078.82
二、投资活动产生的现金流量：			
收回投资收到的现金	-	-	1,000,000.00
取得投资收益收到的现金	887,073.89	60,189.21	40,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	197,000,000.00	-	-
投资活动现金流入小计	197,887,073.89	60,189.21	1,040,000.00
购建固定资产和其他长期资产支付的	1,255,674.85	759,043.81	2,398,954.54

现金			
投资可供出售权益工具支付的现金	2,900,000.00	2,700,000.00	10,000,005.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金	2,000,000.00	-	20,093,198.56
支付其他与投资活动有关的现金	197,000,000.00	-	-
投资活动现金流出小计	203,155,674.85	3,459,043.81	32,492,158.10
投资活动产生的现金流量净额	-5,268,600.96	-3,398,854.60	-31,452,158.10
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	-	-	65,130,001.94
筹资活动现金流入小计	-	-	65,130,001.94
分配股利支付的现金	-	16,949,678.40	-
支付其他与筹资活动有关的现金	644,000.00	597,657.49	300,000.00
筹资活动现金流出小计	644,000.00	17,547,335.89	300,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	-644,000.00	-17,547,335.89	64,830,001.94
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响额	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-8,830,776.01	-9,247,799.43	48,700,922.66
加：期初现金及现金等价物余额	86,118,349.10	95,366,148.53	46,665,225.87
六、期末现金及现金等价物余额	77,287,573.09	86,118,349.10	95,366,148.53

二、会计师事务所的审计意见

普华永道对本公司 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日和 2018 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2016 年度、2017 年度和 2018 年度的合并及母公司利润表、现金流量表、所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的审计报告（普华永道中天审字(2019)第 11028 号），认为公司财务报表已在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日和 2018 年 12 月 31 日合并及公司的财务状况以及 2016 年度、2017 年度和 2018 年度合并及公司的经营成果和现金流量。

三、财务报表编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表以持续经营为基础，按照财政部于 2006 年 2 月 15 日及以后期间颁布的《企业会计准则——基本准则》、各项具体会计准则及相关规定（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》的披露规定编制。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、合并财务报表范围

报告期内纳入合并财务报表范围的控股子（孙）公司情况如下：

子/孙公司名称	注册地点	主营业务	注册资本（万元）	成立日期	合并期间	公司持股比例
新数科技	上海	信息技术	513.7	2012 年 8 月 28 日	整个报告期	100.00%
馨数软件	上海	信息技术	150	2013 年 10 月 8 日	整个报告期	100.00%
WISEMEDIA(SINGAPORE)	新加坡	互联网广告	100 万美元	2015 年 3 月 19 日	整个报告期	100.00%
步凯广告	上海	信息咨询、技术开发、技术咨询	500	2017 年 12 月 27 日	2017 年、2018 年	55.00%
上海极那管理咨询合伙企业（有限合伙）	上海	技术开发、技术咨询	125	2016 年 9 月 8 日	设立日至 2018 年 4 月 2 日	1.00%（注）
上海推易软件技术有限公司	上海	技术开发、技术咨询	500	2017 年 1 月 24 日	设立日至 2018 年 4 月 2 日	75.25%

注：本公司系上海极那的普通合伙人和执行合伙事务的合伙人，能够决定上海极那的财务和经营政策，并具有从上海极那的经营活动中获取利益的权利，对上海极那具有控制权，因此合并上海极那的财务报表。

2、合并财务报表范围的变化情况

新数科技是本公司于 2014 年 2 月 28 日收购的子公司，自收购日起将其纳入合并范围。

馨数软件是本公司于 2013 年 10 月 8 日设立的全资子公司，自设立起将其纳入合并范围。

WISEMEDIA(SINGAPORE)是本公司于 2015 年 3 月 19 日设立的全资子公司，自设立起将其纳入合并范围。

上海步凯广告有限公司是本公司于 2017 年 12 月 27 日设立的控股子公司，自设立起将其纳入合并范围。

上海极那管理咨询合伙企业（有限合伙）是本公司子公司新数科技于 2016 年 9 月 8 日与自然人林叶、吴娜、侯媛媛共同投资设立的控股子公司，自设立起将其纳入合并范围。

上海推易软件技术有限公司是本公司与上海极那于 2017 年 1 月 24 日共同设立的控股子公司，自设立起将其纳入合并范围。

本公司子公司新数科技于 2018 年 4 月 3 日出售上海极那管理咨询合伙企业（有限合伙）和上海推易软件技术有限公司，新数科技不再控制该公司的日常经营活动及重大事项，故不再纳入本公司的合并范围。

四、影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

（1）行业因素

报告期内，公司主营业务收入分别为 26,774.86 万元、26,690.85 万元和 23,322.41 万元。2016 年与 2017 年公司收入基本保持稳定；2018 年，公司游戏行业客户受到游戏版号暂停审批的影响，导致公司程序化广告业务收入有所下降，虽然公司通过拓展品牌类客户、加强大数据分析应用和提升广告创意水平，提高了主营业务毛利率，在一定程度上抵消了收入下降带来的负面影响，但公司的利润水平仍略有下滑。此外，公司未来业绩成长性还受到宏观经济环境、行业政策、

竞争格局、技术创新、人才培养、资金投入、市场推广、企业管理等诸多因素影响，任何不利因素都可能导致公司经营业绩增长放缓、业绩下滑甚至亏损。

（2）公司的技术研发能力

技术创新是互联网企业生存和发展的重要手段，也是公司保持市场竞争力的核心能力。公司一直从事程序化广告业务及相关技术服务，对数据管理平台的历史数据进行分析和挖掘，通过程序化广告平台向媒体自动采购流量，针对符合广告主营销需求的目标人群投放广告。虽然公司已经在大数据分析应用于程序化广告领域拥有一定技术积累，但如果未来公司的技术更新迭代跟不上行业发展趋势，或者公司未能及时研判和预测新技术发展方向，则公司将无法维持大数据分析应用于程序化广告领域的技术优势，公司的竞争能力和可持续发展能力将受到影响，进而影响到公司的经营业绩。

2、影响公司成本的主要因素

公司的营业成本主要由媒体流量、IDC 带宽、机柜租赁、服务器和工资薪酬等构成。报告期内，公司营业成本随业务波动而变化，与营业收入波动趋势保持一致。

3、影响公司费用的主要因素

公司的期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用。报告期内，公司期间费用以管理费用、研发费用和销售费用为主。管理费用主要包括管理人员薪酬、房租物业费等，研发费用主要包括研发人员薪酬等，销售费用主要包括销售人员薪酬、市场推广费等。报告期内，期间费用随着公司业务规模的变化而有所波动，但期间费用的占营业收入的比例整体相对不高，期间费用的变化不会对公司盈利能力造成重大影响。

4、税收优惠政策对净利润的影响

报告期内，公司享有的税收优惠金额及占税前利润的比例如下：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
----	---------	---------	---------

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
企业所得税优惠金额（万元）	302.27	441.41	271.47
合计（万元）	302.27	441.41	271.47
利润总额（万元）	3,395.92	3,676.59	2,692.42
税收优惠占利润总额的比例（%）	8.90	12.01	10.08

注：企业所得税优惠金额为汇算清缴企业所得税年度纳税申报表中的减免所得税额

报告期内，公司享受的税收优惠主要包括高新技术企业 15%的企业所得税优惠、软件企业两免三减半企业所得税优惠等。报告期内，公司享受的税收优惠金额分别为 271.47 万元、441.41 万元和 302.27 万元，税收优惠金额占利润总额的比例分别为 10.08%、12.01%和 8.90%。如果未来政府税收优惠政策出现不可预测的调整或是公司未来不能被认定为高新技术企业，将对公司的盈利能力产生一定的不利影响。

（二）对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

营业收入增长率和毛利率是影响公司利润水平的核心财务指标，上述指标均对公司业绩变动具有较强的预示作用。

1、营业收入增长率

营业收入增长率代表公司业务发展的速度。报告期内，公司营业收入增长率分别为 65.50%、-0.31%和-12.62%，2018 年收入增幅比例为负数的主要原因系当年公司游戏类客户受到游戏版号暂停审批的影响，游戏类程序化广告业务收入有所下降。

2、毛利率

毛利率代表了公司产品和服务的竞争力。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司毛利率分别为 20.56%、24.16%和 26.46%。

报告期内，公司的毛利率呈逐年上升趋势，主要系公司通过拓展品牌类客户、加强大数据分析应用和提升广告创意水平，提高了主营业务毛利率，在一定程度

上抵消了收入下降带来的负面影响，表明公司业务的市场竞争力较强，盈利水平逐年增强。

五、主要会计政策和会计估计

（一）同一控制下企业合并的会计处理方法

合并方支付的合并对价及取得的净资产均按账面价值计量，如被合并方是最终控制方以前年度从第三方收购来的，则以被合并方的资产、负债(包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉)在最终控制方合并财务报表中的账面价值为基础。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值的差额，调整资本公积(股本溢价)；资本公积(股本溢价)不足以冲减的，调整留存收益。为进行企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益。为企业合并而发行权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（二）合并财务报表的编制方法

编制合并财务报表时，合并范围包括本公司及全部子公司。

从取得子公司的实际控制权之日起，新数网络开始将其纳入合并范围；从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于同一控制下企业合并取得的公司，自其与本公司同受最终控制方控制之日起纳入本公司合并范围，并将其在合并日前实现的净利润在合并利润表中单列项目反映。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

集团内所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。子公司的股东权益、当期净损益及综合收益中不属于本公司所拥有的部分分别作为少数股东权益、少数股东损益及归属于少数股东的综合收益总额在合并财务报表中股东权益、净利润及综合收益总额项下单独列示。本公司向子公司出售

资产所发生的未实现内部交易损益，全额抵销归属于母公司股东的净利润；子公司向本公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，按本公司对该子公司的分配比例在归属于母公司股东的净利润和少数股东损益之间分配抵销。子公司之间出售资产所发生的未实现内部交易损益，按照母公司对出售方子公司的分配比例在归属于母公司股东的净利润和少数股东损益之间分配抵销。

如果以新数网络为会计主体与以本公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时，从新数网络的角度对该交易予以调整。

（三）金融工具

1、金融资产

（1）金融资产分类

金融资产于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、应收款项、可供出售金融资产和持有至到期投资。金融资产的分类取决于新数网络对金融资产的持有意图和持有能力。

① 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括持有目的为短期内出售的金融资产。

② 应收款项

应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。

③ 可供出售金融资产

可供出售金融资产包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产及未被划分为其他类的金融资产。自资产负债表日起 12 个月内将出售的可供出售金融资产在资产负债表中列示为其他流动资产。

④ 持有至到期投资

持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且管理层有明确意图和能力持有至到期的非衍生金融资产。取得时期限超过 12 个月但自资产负债表日起 12 个月(含 12 个月)内到期的持有至到期投资，列示为一年内到期的非流动资产；取得时期限在 12 个月之内(含 12 个月)的持有至到期投资，列示为其他流动资产。

（2）确认和计量

金融资产于新数网络成为金融工具合同的一方时，按公允价值在资产负债表内确认。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，取得时发生的相关交易费用计入当期损益；其他金融资产的相关交易费用计入初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和可供出售金融资产按照公允价值进行后续计量，但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，按照成本计量；应收款项以及持有至到期投资采用实际利率法，以摊余成本计量。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产的公允价值变动作为公允价值变动损益计入当期损益；在资产持有期间所取得的利息或现金股利以及处置时产生的处置损益计入当期损益。

除减值损失及外币货币性金融资产形成的汇兑损益外，可供出售金融资产公允价值变动直接计入股东权益，待该金融资产终止确认时，原直接计入权益的公允价值变动累计额转入当期损益。可供出售债务工具投资在持有期间按实际利率法计算的利息，以及被投资单位已宣告发放的与可供出售权益工具投资相关的现金股利，作为投资收益计入当期损益。

（3）金融资产减值

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，新数网络于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

表明金融资产发生减值的客观证据，是指金融资产初始确认后实际发生的、

对该金融资产的预计未来现金流量有影响，且新数网络能够对该影响进行可靠计量的事项。

表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌。新数网络于资产负债表日对各项可供出售权益工具投资单独进行检查，并会综合考虑其他相关因素诸如价格波动率等，判断该权益工具投资是否发生减值。

以摊余成本计量的金融资产发生减值时，按预计未来现金流量(不包括尚未发生的未来信用损失)现值低于账面价值的差额，计提减值准备。如果有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

以公允价值计量的可供出售金融资产发生减值时，原直接计入股东权益的因公允价值下降形成的累计损失予以转出并计入减值损失。对已确认减值损失的可供出售债务工具投资，在期后公允价值上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回并计入当期损益。对已确认减值损失的可供出售权益工具投资，期后公允价值上升直接计入股东权益。

以成本计量的可供出售金融资产发生减值时，将其账面价值与按照类似金融资产当时市场收益率对未来现金流量折现确定的现值之间的差额，确认为减值损失，计入当期损益。已发生的减值损失以后期间不再转回。

（4）金融资产的终止确认

金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：(1) 收取该金融资产现金流量的合同权利终止；(2) 该金融资产已转移，且新数网络将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方；或者(3) 该金融资产已转移，虽然新数网络既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产控制。

金融资产终止确认时，其账面价值与收到的对价以及原直接计入股东权益的公允价值变动累计额之和的差额，计入当期损益。

2、金融负债

金融负债于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。新数网络的金融负债主要为其他金融负债，包括应付款项等。

应付款项包括应付账款、其他应付款等，以公允价值进行初始计量，并采用实际利率法按摊余成本进行后续计量。

其他金融负债期限在一年以下(含一年)的，列示为流动负债；期限在一年以上但自资产负债表日起一年内(含一年)到期的，列示为一年内到期的非流动负债；其余列示为非流动负债。

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，终止确认该金融负债或义务已解除的部分。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

3、金融工具的公允价值确定

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

（四）收入确认原则

新数网络的主要业务为程序化投放业务、供应方平台(Sell Side Platform, “SSP”)业务、技术服务及其他投放业务，具体确认收入的标准如下新数网络：

1、程序化平台投放业务

根据客户的营销目标制定详细的广告及信息的投放策略，通过自有或非自有

计算机程序平台界面进行交易、定向、优化以帮助客户实现最优化的媒体采购和广告或信息投放。公司于广告或信息投放完成并与客户确认相关投放的流量及收费金额时确认收入。

2、其他广告业务

根据客户的营销目标制定详细的广告投放策略或营销策划，通过计算机程序投放界面之外的方式，帮助客户实现最优化的媒体采购或广告创意。公司于广告投放或营销服务完成并与客户确认相关服务的收费金额时确认收入。

3、供应方平台（Sell Side Platform, “SSP”）业务

SSP 业务服务于第三方案序化广告业务平台，帮助第三方案序化广告业务平台在 SSP 平台上实现对媒体资源的实时竞价，并完成广告或信息投放。公司于广告或信息投放服务完成并与第三方案序化广告业务平台确认相关投放的流量及收费金额时确认收入。

4、技术服务

新数网络提供技术服务，包括广告投放数据监测服务及程序化广告业务软件技术支持服务，根据有关合同或协议，完成约定服务并与客户确认收费金额时确认收入。

5、总额法与净额法

新数网络对满足以下条件的业务，按照与客户确认的结算金额确认为收入，同时将采购的媒体资源成本确认为成本：

- （1）承担广告、信息投放或其他服务的主要义务，包括投放方案策划、供应商选择及投放效果监测等；
- （2）对包含媒体资源在内的整体服务内容具有定价权；
- （3）承担信用风险。

新数网络对不满足以上条件的收入业务，按照与客户确认的结算金额扣除采购的媒体资源成本后的净额确认收入。

（五）应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。新数网络对外提供服务形成的应收账款，按从服务接受方应收的合同或协议价款的公允价值作为初始确认金额。

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项

对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。当存在客观证据表明新数网络将无法按应收款项的原有条款收回款项时，计提坏账准备。

单项金额重大的判断标准为：单项金额超过 250 万元。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

2、按风险组合计提坏账准备的应收款项

对于单项金额非重大的应收款项，与经单独测试后未减值的应收款项一起按信用风险特征划分为若干组合，根据以前年度与之具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率为基础，结合现时情况确定应计提的坏账准备。

确定组合的依据	
账龄组合	除关联方组合、保证金、押金组合以外的其他应收款项
保证金、押金组合	备用押金、保证金等信用风险极低的应收款项
关联方组合	以应收关联方款项信用风险特征划分组合
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法
保证金、押金组合	根据应收款项余额的预计可回收性及欠款方的偿还能力判断计提坏账余额
关联方组合	根据应收款项余额的预计可回收性及欠款方的偿还能力判断计提坏账余额

组合中，采用账龄分析法的计提比例列示如下：

账龄组合	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
六个月以内	0%	0%
六个月到一年	10%	10%
一到二年	20%	20%
二到三年	50%	50%
三年以上	100%	100%

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项：

单项计提坏账准备的理由为：存在客观证据表明新数网络将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

（六）长期股权投资

长期股权投资包括：本公司对子公司的长期股权投资；公司对合营企业和联营企业的长期股权投资。

子公司为本公司能够对其实施控制的被投资单位。合营企业为公司通过单独主体达成，能够与其他方实施共同控制，且基于法律形式、合同条款及其他事实与情况仅对其净资产享有权利的合营安排。联营企业为公司能够对其财务和经营决策具有重大影响的被投资单位。

对子公司的投资，在公司财务报表中按照成本法确定的金额列示，在编制合并财务报表时按权益法调整后进行合并；对合营企业和联营企业投资采用权益法核算。

1、投资成本确定

对于企业合并形成的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益账面价值的份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资

成本。

对于以企业合并以外的其他方式取得的长期股权投资：支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本；发行权益性证券取得的长期股权投资，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

2、后续计量及损益确认方法

采用成本法核算的长期股权投资，按照初始投资成本计量，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，以初始投资成本作为长期股权投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，并相应调增长期股权投资成本。

采用权益法核算的长期股权投资，新数网络按应享有或应分担的被投资单位的净损益份额确认当期投资损益。确认被投资单位发生的净亏损，以长期股权投资的账面价值以及其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限，但新数网络负有承担额外损失义务且符合或有事项准则所规定的预计负债确认条件的，继续确认投资损失并作为预计负债核算。被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积。被投资单位分派的利润或现金股利于宣告分派时按照新数网络应分得的部分，相应减少长期股权投资的账面价值。新数网络与被投资单位之间未实现的内部交易损益按照持股比例计算归属于新数网络的部分，予以抵销，在此基础上确认投资损益。新数网络与被投资单位发生的内部交易损失，其中属于资产减值损失的部分，相应的未实现损失不予抵销。

3、确定对被投资单位具有控制、共同控制、重大影响的依据

控制是指拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。

共同控制是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过新数网络及分享控制权的其他参与方一致同意后才能决策。

重大影响是指对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

4、长期股权投资减值

当长期股权投资可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

（七）固定资产

1、固定资产确认及初始计量

新数网络固定资产主要包括电子及办公设备等。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入新数网络、且其成本能够可靠计量时予以确认。购置或新建的固定资产按取得时的成本进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入新数网络且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

2、固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法并按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

固定资产的预计使用寿命、净残值率及年折旧率列示如下：

类别	预计使用寿命	预计净残值率	年折旧率
电子及办公设备	3年	3%	32%

对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

3、固定资产减值

当固定资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

4、固定资产的处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

（八）研究与开发

内部研究开发项目支出根据其性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，被分为研究阶段支出和开发阶段支出。

为研究互联网信息技术而进行的有计划的调查、评价和选择阶段的支出为研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；大规模生产之前，针对互联网信息技术最终应用的相关设计、测试阶段的支出为开发阶段的支出，同时满足下列条件的，予以资本化：

- 1、互联网信息技术的开发已经技术团队进行充分论证；
- 2、管理层已批准互联网信息技术的预算；
- 3、前期市场调研的研究分析说明互联网信息技术所生产的产品具有市场推广能力；
- 4、有足够的技术和资金支持，以进行互联网广告技术的开发活动及后续的大规模生产；
- 5、互联网信息技术的支出能够可靠地归集。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

（九）长期资产减值

固定资产和长期股权投资等，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（十）政府补助

政府补助为公司从政府无偿取得的货币性资产，包括税费返还、财政补贴等。

政府补助在公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

2016年12月31日及之前适用的会计政策

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

2017年1月1日及之后适用的会计政策

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值，或确认为递延收益并在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分摊计入损益；与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费

用的期间，计入当期损益或冲减相关成本。公司对同类政府补助采用相同的列报方式。

与日常活动相关的政府补助纳入营业利润，与日常活动无关的政府补助计入营业外收支。

（十一）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损，确认相应的递延所得税资产。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异，不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

递延所得税资产的确认以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限。

对与子公司及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非新数网络能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，当该暂时性差异在可预见的未来很可能转回且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额时，确认递延所得税资产。

同时满足下列条件的递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示：

- 1、递延所得税资产和递延所得税负债与同一税收征管部门对新数网络内同一纳税主体征收的所得税相关；
- 2、新数网络内该纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利。

（十二）重要会计政策和会计估计的变更

1、会计政策变更

（1）财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》、修订后的《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》(财会[2017] 30 号)，新数网络已采用上述准则和通知编制 2017 年度财务报表，对合并财务报表的影响列示如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额	
		2017 年 12 月 31 日/2017 年度	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
新数网络将 2017 年度获得的与日常活动相关的政府补助计入其他收益项目。2016 年度的比较财务报表未重列。	营业外收入	1,557,751.09	不适用
	其他收益	-1,557,751.09	不适用
新数网络将 2017 年度处置固定资产产生的损失计入资产处置损失项目。2016 年度的比较财务报表已重列。	资产处置损失	3,309.51	3,015.70
	营业外支出	-3,309.51	-3,015.70

（2）财政部于 2018 年颁布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会[2018]15 号)及其解读，新数网络已按照上述通知编制 2018 年度的财务报表，比较财务报表已相应调整，对合并财务报表的影响列示如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称	影响金额	
		2017 年 12 月 31 日/2017 年度	2016 年 12 月 31 日/2016 年度
将应收利息、应收股利和其他应收款合并计入其他应收款项目。	应收利息	-598,055.55	-
	其他应收款	598,055.55	-
将原计入管理费用项目的研发费用单独列示为研发费用项目。	研发费用	9,931,961.96	12,823,757.02
	管理费用	-9,931,961.96	-12,823,757.02

2、会计估计变更

本报告期公司主要会计估计未发生变更。

（十三）报告期内会计差错更正事项

本报告期未发生会计差错更正事项。

六、经注册会计师核验的非经常性损益表

根据中国证监会发布的《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益》（2008年修订），公司最近三年经注册会计师核验的非经常性损益具体情况如下：

单位：万元

非经常性损益明细项目	2018年度	2017年度	2016年度
（一）计入当期损益的政府补助	414.60	155.78	79.38
（二）资产处置损失	-0.24	-0.33	-0.30
（三）处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	4.00
（四）理财产品投资收益	100.85	-	-
（五）处置子公司取得的投资收益	59.59	-	-
（六）除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-	-	10.70
税前非经常性损益合计	574.80	155.44	93.78
减：非经常性损益的所得税影响数	76.68	22.08	17.23
税后非经常性损益	498.12	133.36	76.55
减：归属于少数股东的税后非经常性损益	-	-	-
归属于母公司股东的税后非经常性损益	498.12	133.36	76.55
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2,443.60	3,237.09	2,348.29

七、主要税种税率、享受的主要税收优惠政策

（一）公司主要税种和税率

税 种	计税依据	税率		
		2018 年度	2017 年度	2016 年度
增值税	应纳税增值额（应纳税额按应纳税销售额乘以适用税率扣除当期允许抵扣的进项税后的余额计算）	6%	6%	5%、6%
城市维护建设税	实际缴纳的增值税额	5%	5%	5%

合并报表范围内公司各期执行的企业所得税率：

公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
新数网络	15%	15%	15%
馨数软件	12.5%	0%	0%
WiseMedia (Singapore)	17%	17%	17%
上海极那	由各合伙人作为纳税义务人按照相关规定申报缴纳所得税		
其他子公司	25%	25%	25%

（二）主要税收优惠及批文

公司于 2014 年 9 月 4 日和 2017 年 10 月 23 日分别取得编号为 GR201431000698 和 GR201731000530 的《高新技术企业证书》，上述证书的有效期限均为三年，根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例，2016、2017 和 2018 年度发行人适用的企业所得税税率为 15%。

根据财政部、国家税务总局发布的财税[2012]27 号《关于进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展企业所得税政策的通知》规定，对我国境内新办软件生产企业经认定后，自开始获利年度起，第一年和第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税。公司子公司馨数软件于 2016 年 7 月 25 日取得编号为沪 RQ - 2016 - 0262 的《软件企业证书》，并于 2017 年 4 月 19 日获得上海市国家及地方税务局税收优惠事项备案及其出具的税务事项通知书，2016 年为经认定后的第一个获利年度，认定馨数软件 2016 年度和 2017 年度免征企业所得税额，2018 年度按照 25% 的法定税率减半征收企业所得税额。

八、发行人报告期内主要财务指标

（一）报告期内主要财务指标

财务指标	2018年 12月31日	2017年 12月31日	2016年 12月31日
流动比率（倍）	4.42	3.62	3.09
速动比率（倍）	4.42	3.62	3.09
资产负债率（母公司）	18.98%	24.44%	26.26%
资产负债率（合并）	18.62%	22.49%	26.91%
归属于母公司股东每股净资产（元）	1.57	1.60	3.44
财务指标	2018年度	2017年度	2016年度
应收账款周转率（次/年）	3.24	4.38	5.54
存货周转率（次/年）	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	3,543.24	3,804.23	2,795.98
归属于发行人股东的净利润（万元）	2,941.71	3,370.46	2,424.83
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	2,443.60	3,237.09	2,348.29
现金分红	-	1,694.97	-
研发投入占营业收入的比例	4.88%	3.72%	4.79%
利息保障倍数（倍）	-	-	-
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	0.03	0.21	0.33
每股净现金流量（元/股）	-0.01	0.00	1.13

注：财务指标计算如下：

- 1、流动比率=流动资产/流动负债
- 2、速动比率=(流动资产-存货)/流动负债
- 3、资产负债率=总负债/总资产
- 4、归属于母公司股东每股净资产=期末归属于母公司股东的净资产/期末股本总额
- 5、应收账款周转率=营业总收入/应收账款平均账面余额
- 6、存货周转率=营业成本/存货平均余额
- 7、息税折旧摊销前利润=税前利润+计入财务费用的利息支出+折旧费用+摊销费用
- 8、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入
- 9、利息保障倍数=息税折旧摊销前利润/(计入财务费用的利息支出+资本化利息金额)
- 10、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/期末总股本
- 11、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末总股本

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会发布的《公开发行证券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），公司报告期内的净资

产收益率和每股收益如下：

1、净资产收益率

期间	报告期利润	加权平均净资产收益率
2018年	归属普通股股东的净利润	16.61%
	归属于公司股东、扣除非经常性损益后的净利润	13.80%
2017年	归属普通股股东的净利润	21.87%
	归属于公司股东、扣除非经常性损益后的净利润	21.01%
2016年	归属普通股股东的净利润	20.68%
	归属于公司股东、扣除非经常性损益后的净利润	20.03%

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

2、每股收益

单位：元/股

期间	2018年度		2017年度		2016年度	
	基本每股收益	稀释每股收益	基本每股收益	稀释每股收益	基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	0.24	0.24	0.28	0.28	0.20	0.20
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	0.20	0.20	0.27	0.27	0.20	0.20

注：基本每股收益 = $P0 \div S$ ， $S = S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk$ ；稀释每股收益 = $[P0 + (已确认为费用的稀释性潜在普通股利息 - 转换费用) \times (1 - 所得税率)] \div (S0 + S1 + Si \times Mi \div M0 - Sj \times Mj \div M0 - Sk + 认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数)$ 。其中：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；M_j 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

九、分部信息

无。

十、经营成果分析

公司报告期经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业总收入	23,322.41	26,690.85	26,774.86
二、营业总成本	20,467.47	23,388.74	24,155.64
三、营业利润	3,395.92	3,676.60	2,602.34
四、利润总额	3,395.92	3,676.59	2,692.42
五、净利润	2,941.48	3,355.88	2,424.83
其中：归属于母公司所有者的净利润	2,941.71	3,370.46	2,424.83
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者净利润	2,443.60	3,237.09	2,348.29

报告期内，公司营业收入分别为 26,774.86 万元、26,690.85 万元和 23,322.41 万元；归属于母公司所有者的净利润分别为 2,424.83 万元、3,370.46 万元和 2,941.71 万元。

（一）公司营业收入构成及其变化趋势

1、营业收入构成

报告期内公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	23,322.41	100.00%	26,690.85	100.00%	26,774.86	100.00%
合计	23,322.41	100.00%	26,690.85	100.00%	26,774.86	100.00%

报告期内，公司收入全部来自于主营业务收入，主营业务突出，主营业务收入分别为 26,774.86 万元、26,690.85 万元和 23,322.41 万元，2016 年与 2017 年公司主营业务收入基本保持稳定，2018 年收入下滑的主要原因系公司游戏类客户受到游戏版号暂停审批的影响，游戏类程序化广告业务收入有所下降。

2、主营业务收入构成及变动分析

报告期内，公司主营业务收入包括程序化平台投放业务、其他广告业务、SSP 和技术服务，其具体构成如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	23,322.41	100.00%	26,690.85	100.00%	26,774.86	100.00%
程序化平台投放业务	22,613.78	96.96%	25,851.44	96.86%	25,413.65	94.92%
SSP	289.47	1.24%	621.75	2.33%	1,198.17	4.47%
其他广告业务	338.91	1.45%	139.67	0.52%	18.38	0.07%
技术服务	80.24	0.34%	77.99	0.29%	144.65	0.54%
合计	23,322.41	100.00%	26,690.85	100.00%	26,774.86	100.00%

报告期内，公司销售收入主要来源于程序化平台投放业务，平均占比超过 95%，报告期内业务构成比较稳定。

报告期内，公司收入按客户类型可以分为游戏类、品牌类两大类，具体构成如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
游戏类	17,380.07	74.52%	22,415.63	83.98%	22,645.93	84.58%
品牌类	5,942.34	25.48%	4,275.22	16.02%	4,128.93	15.42%
合计	23,322.41	100.00%	26,690.85	100.00%	26,774.86	100.00%

（1）程序化平台投放业务

报告期内，公司程序化平台投放业务收入分别为 25,413.65 万元、25,851.44

万元和 22,613.78 万元，2017 年较 2016 年增加 1.72%，2018 年较 2017 年减少 12.52%。

报告期内，程序化平台投放业务收入 2017 年较 2016 年基本持平，2018 年较 2017 年减少 12.52%，主要原因如下：2018 年 3 月，原国家新闻出版广电总局发布《游戏申报审批重要事项通知》，称由于机构改革，游戏版号受理及审批将暂缓。2018 年 6 月，原文化部在版号审批暂停数月后也关闭了国产网游备案通道。2018 年 8 月，进口游戏也停止了新的备案文号更新。受版号冻结影响，2018 年中国游戏产业在整体收入上的增幅明显放缓。根据中国音数协游戏工委(GPC)、伽玛数据(CNG)联合发布的《2018 年中国游戏产业报告》，2008~2017 年间中国游戏市场实际销售收入复合增长率为年均 27.06%，而 2018 年断崖式下跌到 5.3%。游戏版号停放意味着游戏公司没有新产品可以发行，只能继续运营旧产品，游戏广告投放金额减少，导致公司主营业务收入下降。2018 年 12 月，国产网络游戏版号恢复发放。2019 年 4 月，互联网游戏版号恢复申报。随着版号审批正常化，发行人业绩有望恢复增长。

(2) SSP

报告期内，公司 SSP 收入分别为 1,198.17 万元、621.75 万元和 289.47 万元，较同期分别减少 48.11%、53.44%。公司 SSP 业务原来主要由推易软件负责开展，2018 年 4 月公司将拥有的推易软件全部股权对外进行了转让。

(3) 其他广告业务、技术服务

报告期内，公司其他广告业务、技术服务占收入比例不足 2%，规模较小。

3、主要产品或服务的销售价格和数量变动分析

报告期内，公司主要服务的销售价格及销量的变化情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术/三、发行人的销售和采购情况”。

4、公司主营业务收入区域性分布

根据公司客户所在地域，公司主营业务收入分布如下：

单位：万元

地区	2018年		2017年		2016年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国内	23,216.39	99.55%	25,340.35	94.94%	22,177.41	82.83%
国外	106.01	0.45%	1,350.50	5.06%	4,597.44	17.17%
合计	23,322.41	100.00%	26,690.85	100.00%	26,774.86	100.00%

公司为满足客户在海外投放广告的需求，成立了新数新加坡公司。报告期内，由于公司减少了毛利率较低的海外业务比重，国外收入占比逐年降低。

5、第三方回款情况

报告期内，公司存在第三方回款的情况，具体如下：

单位：万元

	2018年	2017年	2016年
第三方回款金额	77.17	333.15	249.30
营业收入	23,322.41	26,690.85	26,774.86
第三方回款占营业收入比例	0.33%	1.25%	0.93%

最近三年，第三方回款金额分别为 249.30 万元、333.15 万元、77.17 万元，占公司营业收入的比例分别为 0.93%、1.25%、0.33%，占比较小。公司部分客户通过第三方付款主要原因系其因资金周转、资金管理或资金结算便利性等原因委托其相关方向公司付款。

为规范第三方回款情形，公司建立了针对客户第三方回款的严格内控制度并对第三方回款进行管理：1) 要求在商务谈判环节即须与客户明确规范的结算方式；2) 建立第三方回款客户信息档案，客户确有不可克服的原因采用第三方付款进行结算的，必须提前通知并取得公司同意；3) 建立第三方付款确认机制，确保财务核算的准确性并避免货款归属纠纷；4) 财务部与销售部分定期核对第三方回款情况，核实回款准确性和控制回款比例；5) 内部审计部门负责定期或不定期抽查第三方回款情况。

报告期内，公司客户第三方回款占同期营业收入的比例较低，第三方回款具有真实的交易背景、不存在虚构交易或调节账龄情况，公司及其实际控制人、董

监高或其他关联方与第三方回款的支付方均不存在关联关系或其他利益安排。报告期内公司与客户之间亦未发生因第三方回款导致的货款归属纠纷。第三方回款情况未对发行人的业务经营、财务管理和收入真实性造成不利影响。

（二）营业成本分析

1、营业成本整体情况

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	17,150.94	100.00%	20,243.43	100.00%	21,269.24	100.00%
程序化平台投放业务	16,712.77	97.45%	19,607.62	96.86%	20,178.37	94.87%
SSP	240.71	1.40%	520.24	2.57%	1,034.57	4.86%
其他广告业务	190.06	1.11%	95.44	0.47%	16.91	0.08%
技术服务	7.40	0.04%	20.13	0.10%	39.40	0.19%
合计	17,150.94	100.00%	20,243.43	100.00%	21,269.24	100.00%

报告期内，公司各类型的营业成本相对占比情况与其各自营业收入相对占比情况不存在重大差异。

2、主营业务成本构成情况

公司的营业成本主要由媒体采购成本和运营成本构成，其中：媒体采购成本为向各大流量供应商采购媒体流量的成本，媒体采购成本为营业成本的主要组成部分，其占营业成本的比例各期均在 95% 以上；公司产品运营成本占比较小，主要由人工成本、IDC 带宽、机柜租赁等构成。报告期内，公司主营业务成本分别为 21,269.24 万元、20,243.43 万元和 17,150.94 万元。

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
媒体成本	16,433.70	95.82%	19,732.37	97.48%	20,935.29	98.43%

运营成本	717.24	4.18%	511.06	2.52%	333.95	1.57%
合计	17,150.94	100.00%	20,243.43	100.00%	21,269.24	100.00%

（三）主营业务毛利和毛利率分析

1、主营业务毛利额分析

报告期内，公司主营业务毛利构成情况如下：

单位：万元

业务类型	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
程序化平台投放业务	5,901.01	95.62%	6,243.82	96.84%	5,235.28	95.09%
SSP	48.76	0.79%	101.51	1.57%	163.60	2.97%
其他广告业务	148.85	2.41%	44.23	0.69%	1.47	0.03%
技术服务	72.84	1.18%	57.86	0.90%	105.25	1.91%
合计	6,171.46	100.00%	6,447.42	100.00%	5,505.60	100.00%

报告期内，公司主营业务毛利主要由核心业务程序化平台投放贡献，公司一直以来专注于程序化平台投放业务，积累了丰富的业务经验和较强的技术能力。

2、主营业务收入毛利率

公司的主营业务分产品毛利率情况如下表：

产品类别	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	毛利额占比	毛利率	毛利额占比	毛利率	毛利额占比	毛利率
程序化平台投放业务	95.62%	26.09%	96.84%	24.15%	95.09%	20.60%
SSP	0.79%	16.84%	1.57%	16.33%	2.97%	13.65%
其他广告业务	2.41%	43.92%	0.69%	31.67%	0.03%	8.00%
技术服务	1.18%	90.78%	0.90%	74.19%	1.91%	72.76%
合计	100.00%	26.46%	100.00%	24.16%	100.00%	20.56%

报告期内，公司的主营业务毛利率分别为 20.56%、24.16% 和 26.46%。具体分析如下：

（1）程序化平台投放业务

报告期内，公司的程序化平台投放业务毛利率分别为 20.60%、24.15% 和 26.09%，逐年上升，主要原因系：

①2018 年，公司游戏行业客户受到游戏版号暂停审批的影响，导致公司来自游戏类广告主的收入有所下降，但是公司通过拓展品牌类客户加强大数据分析应用和提升广告创意水平，大力开拓品牌类客户，由于品牌类客户的毛利率较游戏类广告主的毛利率高，该收入结构的变化提升了公司程序化平台投放业务的整体毛利率。

报告期内，游戏和品牌类的收入规模、分类别收入占当年主营业务收入的比例以及毛利率的具体情况如下：

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	金额	比例	毛利率	金额	比例	毛利率	金额	比例	毛利率
游戏	17,380.07	74.52%	19.25%	22,415.63	83.98%	19.26%	22,645.93	84.58%	16.20%
品牌	5,942.34	25.48%	47.54%	4,275.22	16.02%	49.83%	4,128.93	15.42%	44.50%
合计	23,322.41	100.00%	26.46%	26,690.85	100.00%	24.16%	26,774.86	100.00%	20.56%

单位：万元

报告期内，游戏类客户贡献的收入分别为 22,645.93 万元、22,415.63 万元和 17,380.07 万元，占当年主营业务收入的比例分别为 84.58%、83.98% 和 74.52%，2018 年游戏类收入大幅下滑与行业趋势一致。

报告期内，游戏类客户的毛利率分别为 16.20%、19.26% 和 19.25%，2016 年毛利率较低主要系 2016 年公司在海外投放的广告获得的收入为 4,597.44 万元，该类业务毛利率较低，2017 年与 2018 年游戏类客户毛利率基本持平。

报告期内，发行人大力拓展品牌广告业务，品牌广告投放金额逐年提高。品牌类客户贡献的收入分别为 4,128.93 万元、4,275.22 万元和 5,942.34 万元，占当年主营业务收入的比例分别为 15.42%、16.02% 和 25.48%，品牌类客户的毛利率分别为 44.50%、49.83% 和 47.54%，毛利率水平波动幅度较小。品牌类客户主要为大型品牌广告主、4A 代理公司等。

②程序化广告业务的核心是广告出价算法，报告期内，发行人利用大数据技术和机器学习技术，将历史广告投放数据作为样本数据进行模型训练，预估每条流量的用户价值，新数程序化广告平台的算法模型可以根据广告业务人员要求的CPC、CPA价格动态预测点击率和转化率，最终计算出eCPM，发行人成立以来，不断优化新数程序化广告平台的算法模型的准确性，通过大数据分析提高广告效果，报告期内程序化平台投放业务毛利率有所提高。

（2）SSP、其他广告业务、技术服务

报告期内，公司其他广告业务、技术服务占毛利额平均占比不足5%，规模较小。

3、可比公司毛利率对比分析

2016年度至2018年度，公司与同行业可比公司毛利率比较情况如下：

综合毛利率	2018年度	2017年度	2016年度
汇量科技	22.52%	26.48%	24.33%
亿玛在线	9.59%	14.80%	20.11%
The Trade Desk	20.89%	20.66%	20.49%
爱点击	24.45%	23.57%	35.98%
Criteo	36.27%	35.68%	35.85%
行业平均	22.74%	24.24%	27.35%
新数网络	26.46%	24.16%	20.56%

注：（1）数据来自wind资讯及相应公司的年报或招股说明书等公开数据；（2）由于The Trade Desk采用净额法确认收入，而同行业其他公司均以总额法确认收入，因此以该公司年报中Gross Billing作为营业收入、Revenue作为毛利润进行同行业财务指标比较，下同。

报告期内，公司的综合毛利率分别为20.56%、24.16%和26.46%，整体保持稳步增长趋势。与行业可比公司相比，2016年与2017年公司的综合毛利率低于行业可比公司均值，2018年公司的综合毛利率高于行业可比公司均值，主要系报告期内公司不断优化收入结构，削减低利润率业务的占比，毛利率较高的业务如品牌类收入逐年上升，提升了公司的综合毛利率水平。

（四）期间费用分析

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	974.00	4.18%	754.89	2.83%	395.64	1.48%
管理费用	1,077.07	4.62%	1,206.23	4.52%	1,123.28	4.20%
研发费用	1,138.55	4.88%	993.20	3.72%	1,282.38	4.79%
财务费用	-102.03	-0.44%	-89.58	-0.34%	-97.94	-0.37%
合计	3,087.59	13.24%	2,864.73	10.73%	2,703.36	10.10%

报告期内，公司期间费用以销售费用、研发费用和管理费用为主。公司为了拓展营销网络以及加快新产品研发、开拓新的业务领域分别增加了销售人员和研发人员，公司销售费用和研发费用增长幅度较大。报告期公司期间费用占营业收入比例相对稳定。

1、销售费用

（1）销售费用结构

报告期内，公司各期销售费用构成如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬费用	775.79	79.65%	587.80	77.87%	279.32	70.60%
招待费	59.31	6.09%	49.66	6.58%	19.85	5.02%
技术咨询费	17.27	1.77%	49.65	6.58%	1.96	0.50%
市场推广费	93.21	9.57%	37.85	5.01%	73.68	18.62%
差旅交通费	18.51	1.90%	22.10	2.93%	17.65	4.46%
快递费	4.62	0.47%	4.28	0.57%	3.18	0.80%
办公费	5.29	0.54%	3.55	0.47%	-	-
合计	974.00	100.00%	754.89	100.00%	395.64	100.00%

报告期内，公司销售费用主要包括职工薪酬、市场推广费，上述费用合计占比达 80% 以上。报告期内销售费用逐年增长主要系公司为了拓展营销网络，优化客户结构，增加了销售人员，同时销售人员人均薪酬上升导致，报告期各期末，

公司销售人员分别为 21 人、30 人和 35 人。

（2）与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司与同行业可比公司销售费用率对比情况如下：

公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
汇量科技	1.79%	2.06%	1.58%
亿玛在线	4.05%	6.84%	8.81%
The Trade Desk	3.81%	4.11%	4.65%
爱点击	20.05%	20.71%	29.64%
Criteo	16.20%	16.57%	15.72%
行业平均	9.18%	10.06%	12.28%
新数网络	4.18%	2.83%	1.48%

注：数据来自 wind 资讯及相应公司的年报或招股说明书等公开数据。

报告期内，公司销售费用率与同行业可比公司相比较低，主要系公司是国内最早从事程序化广告业务的企业之一，依靠较强的技术实力、良好的服务模式和优质的传播渠道，发行人在程序化广告行业长期维持较高的品牌知名度，发行人主要通过自有销售人员开展销售工作，报告期内销售人员数量较少，因此市场推广费用较低。

2、管理费用

（1）管理费用结构

报告期内，公司各期管理费用构成如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬费用	499.29	46.36%	607.42	50.36%	526.99	46.92%
房租物业费	275.00	25.53%	277.56	23.01%	314.54	28.00%
专业机构服务费	111.03	10.31%	131.53	10.90%	89.16	7.94%
招待费	24.03	2.23%	50.33	4.17%	9.24	0.82%
办公费	45.37	4.21%	50.10	4.15%	60.27	5.37%
会务费	63.46	5.89%	35.77	2.97%	43.69	3.89%

折旧费	9.32	0.87%	15.16	1.26%	18.04	1.61%
差旅交通费	17.99	1.67%	21.63	1.79%	28.73	2.56%
长期待摊费用	15.13	1.40%	8.24	0.68%	6.61	0.59%
水电费	9.31	0.86%	7.48	0.62%	6.02	0.54%
其他	7.14	0.66%	1.00	0.08%	5.25	0.47%
印花税	-	-	-	-	14.73	1.31%
合计	1,077.07	100.00%	1,206.23	100.00%	1,123.27	100.00%

公司管理费用主要由职工薪酬费用、房租物业费、专业机构服务费等构成。报告期内，公司管理费用总额分别为 1,123.27 万元、1,206.23 万元和 1,077.07 万元，造成管理费用波动的原因主要系职工薪酬费用的变化。2017 年职工薪酬费用较 2016 年上升，主要系公司员工人数增加以及员工整体调高薪酬导致了当年职工薪酬的增长；2018 年职工薪酬较 2017 年下降的主要原因系公司于 2018 年 4 月将拥有的推易软件股权全部对外转让，导致当年职工薪酬费用减少。

（2）与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率对比情况如下：

公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
汇量科技	8.26%	9.16%	12.29%
亿玛在线	1.41%	2.09%	4.17%
The Trade Desk	3.72%	3.92%	3.25%
爱点击	14.85%	10.37%	28.07%
Criteo	5.88%	5.53%	6.53%
行业平均	6.82%	6.21%	10.86%
新数网络	4.62%	4.52%	4.20%

注：数据来自 wind 资讯及相应公司的年报或招股说明书等公开数据。

报告期内，公司管理费用率与同行业可比公司相比较低，主要系爱点击和汇量科技均存在员工激励计划导致管理费用偏高，而发行人相比同行业公司具有相对人力成本优势，因而公司管理费用率较同行业可比公司低。

3、研发费用

（1）研发项目投入情况

单位：万元

研发项目	项目预算	进度	报告期研发费用		
			2018 年度	2017 年度	2016 年度
实时分析的智能化数字营销技术研发	227.00	完成	279.25	-	-
基于广告定向排除的自动分析工具的研发	227.00	完成	201.86	-	-
基于多因子权重的广告价格排序技术研发	171.00	完成	149.38	-	-
程序化广告业务筛选算法技术研发	137.00	完成	138.79	-	-
基于机器学习预估有效 CPM 研发	137.00	完成	123.72	-	-
基于流量库存分析技术研发	103.00	完成	103.31	-	-
基于程序化广告业务投放管理系统开发的灯塔系统研发	44.00	完成	37.84	-	-
基于程序化广告业务投放管理系统创意素材开发的创意模板功能研发	32.00	完成	31.29	-	-
线下营销平台	30.00	完成	25.27	-	-
店铺客流分析软件	29.00	完成	24.66	-	-
程序化广告业务投放管理财务报表系统研发	22.00	完成	23.17	-	-
程序化创意制作与投放优化平台	195.00	完成	-	193.00	-
多维度自定义报表工具	180.00	完成	-	131.08	-
基于点击率预估广告效果优化	205.00	完成	-	168.32	-
基于营销人群的广告优化	175.00	完成	-	119.48	-
排除敏感类型站点优化广告效果	200.00	完成	-	134.62	-
人群评价系统	190.00	完成	-	110.87	-
基于 lookalike 的广告优化	60.00	完成	-	64.12	-
基于投放数据进行自动排除优化	50.00	完成	-	71.71	-
基于差异化移动终端投放的广告效果优化技术开发	200.00	完成	-	-	160.76
PMP 流量接入技术开发	180.00	完成	-	-	161.30
信息流广告流量接入技术开发	180.00	完成	-	-	173.10

广告投放频次控制与管理系统	190.00	完成	-	-	183.00
广告投放效果自动优化	190.00	完成	-	-	163.15
广告投放报告数据接口系统	200.00	完成	-	-	148.22
基于广告投放的人群管理项目	50.00	完成	-	-	58.57
基于广告投放营销点管理项目	53.00	完成	-	-	58.57
基于同一位置的互联网广告轮播系统	48.00	完成	-	-	58.57
捷云网络广告数据分析项目	50.00	完成	-	-	58.57
捷运子媒体管理系统	48.00	完成	-	-	58.57
合计	-	-	1,138.55	993.20	1,282.38

报告期内，公司核心技术直接应用于公司主营业务，主要的研发项目均围绕主营业务开展。

（2）研发费用结构

报告期内，公司各期研发费用构成如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
研发人员成本	909.20	79.86%	728.64	73.36%	679.20	52.96%
研发资产折旧	72.29	6.35%	64.57	6.50%	49.64	3.87%
带宽费	90.47	7.95%	90.00	9.06%	108.61	8.47%
技术咨询费	66.59	5.85%	109.99	11.07%	444.93	34.70%
合计	1,138.55	100.00%	993.20	100.00%	1,282.38	100.00%

报告期内，公司研发费用主要由研发人员的薪酬构成，职工薪酬占研发费用的比例分别为 52.96%、73.36% 和 79.86%。2016 年技术咨询费金额较大主要系当年研发工作量较大，公司研发人手不足，而对外采购的人力外包服务。

（3）与同行业可比公司对比情况

报告期内，公司与同行业可比公司研发费用率对比情况如下：

公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
------	---------	---------	---------

汇量科技	6.72%	6.05%	1.58%
亿玛在线	2.21%	3.09%	5.02%
The Trade Desk	3.67%	3.54%	2.76%
爱点击	6.71%	4.61%	9.00%
Criteo	7.79%	7.57%	6.87%
行业平均	5.42%	4.97%	5.05%
新数网络	4.88%	3.72%	4.79%

注：数据来自 wind 资讯及相应公司的年报或招股说明书等公开数据。

报告期内，公司研发费用率与同行业可比公司相比差异不大，汇量科技、爱点击等公司在上市后获得大量资金用于研发投入，导致其研发费用率较高。发行人专注于以数据技术驱动程序化广告业务，自设立以来就将技术研发作为提升公司综合竞争力、实现公司发展战略的重要途径，报告期内维持相对稳定的研发投入规模。

4、财务费用

报告期内，公司各期财务费用构成如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利息收入	-99.28	-106.32	-89.52
汇兑损益	-4.68	13.61	-11.48
现金折扣	0.02	-	-
其他	1.91	3.14	3.05
合计	-102.03	-89.58	-97.94

报告期内，公司财务费用分别为-97.94 万元、-89.58 万元和-102.03 万元，占营业收入比例分别为 0.37%、0.34%和 0.44%。报告期内，公司的财务费用主要由利息收入构成。

（五）资产减值损失分析

报告期内，公司资产减值损失由应收账款坏账损失构成，具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款坏账损失	92.26	52.62	17.97

报告期内，公司坏账损失呈上升趋势，主要系公司应收账款余额上升所致。

（六）其他收益与营业外收入

2017 年与 2018 年公司取得的其他收益分别为 155.78 万元、414.60 万元；2016 年金额为 79.38 万元，计入营业外收入科目，公司取得的其他收益主要为政府财政补助、政策性补贴等项目的奖励、扶持资金，金额在 20 万元以上的政府补助项目如下：

单位：万元

年度	项目	证明文件	金额	备注
2016	科技型中小企业技术创新资金	沪科〔2013〕25号《上海市科技型中小企业技术创新资金管理办法》； 《关于公示2013年度上海市科技型中小企业技术创新资金第二批拟立项项目名单的通知》； 上海市科学技术委员会与新数网络签订的《科研计划项目课题合同》（课题编号：1301H174000）； 《关于公示2015年度上海市科技型中小企业技术创新资金拟立项名单的通知》； 上海市科学技术委员会、上海市嘉定区科学技术委员会与馨数软件签订的《科技企业培育项目合同（科技型中小企业技术创新资金）》（项目编号：1501H125800）； 《关于公示2016年度上海市科技型中小企业技术创新资金立项名单的通知》； 上海市科学技术委员会、上海市嘉定区科学技术委员会与馨数软件签订的《科技企业培育项目合同（科技型中小企业技术创新资金）》（项目编号：1601H132400）。	21.58	收益相关
2016	“三代”税款手续费返还	财行[2005]365号《财政部国家税务总局中国人民银行关于进一步加强代扣代收代征税款手续费管理的通知》。	21.40	收益相关
2016	财政扶持资金	上海蓝天经济城发展有限公司与新数网络签订的《协议书》； 上海南翔经济城实业有限公司与馨数软件签订的《特别奖励协议书》。	36.40	收益相关
2017	新三板挂牌企业扶持资金	嘉府发〔2016〕10号《上海市嘉定区人民政府关于进一步推动企业上市和挂牌的实施意见》。	147.00	收益相关

2018	科技小巨人扶持资金	沪科合（2015）8号《上海市科技小巨人工程实施办法》； 《关于公示2016年度上海市科技小巨人工程立项名单的通知》； 上海市科学技术委员会、上海市嘉定区科学技术委员会与新数网络签订的《科技企业培育项目合同（科技小巨人工程）》。	150.00	收益相关
2018	财政扶持资金	上海蓝天经济城发展有限公司与新数网络签订的《协议书》； 上海南翔经济城实业有限公司与馨数软件签订的《特别奖励协议书》、《协议书》。	134.60	收益相关
2018	文化创意扶持资金	沪文创办（2015）36号《上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金实施办法》； 《2016年上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金拟支持项目公示》； 上海市文化创意产业推进领导小组办公室、上海市嘉定区文化及创意产业推进领导小组办公室与新数网络签订的《2016年上海市促进文化创意产业发展财政扶持资金项目计划任务书》。	120.00	收益相关

（七）投资收益

报告期内，公司取得的投资收益分别为-16.57万元、219.05万元、126.63万元，具体情况如下：

项目	2018年度	2017年度	2016年度
权益法核算的长期股权投资(损失)/收益	-42.23	213.03	-20.57
可供出售金融资产等在持有期间取得的投资收益	8.43	6.02	-
处置可供出售金融资产等取得的投资收益	-	-	4.00
理财产品投资收益	100.85	-	-
处置子公司取得的投资收益	59.59	-	-
合计	126.63	219.05	-16.57

报告期内，公司投资收益主要包括理财产品收益、权益法核算的长期股权投资收益以及公司于2018年4月3日将拥有的推易软件75%的股权以及上海极那1%的股权全部转让予佳投广告(上海)有限公司确认的59.59万元处置子公司取得的投资收益。

（八）利润来源分析

报告期内，公司主营业务稳定，营业收入及盈利规模稳步增长，公司主要利润来源于营业利润，具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
一、营业利润	3,395.92	3,676.60	2,602.34
二、利润总额	3,395.92	3,676.59	2,692.42
三、净利润	2,941.48	3,355.88	2,424.83
其中：归属于母公司所有者的净利润	2,941.71	3,370.46	2,424.83

（九）非经常性损益情况分析

公司最近三年经注册会计师核验的非经常性损益具体情况如下：

单位：万元

非经常性损益明细项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
（一）计入当期损益的政府补助	414.60	155.78	79.38
（二）资产处置损失	-0.24	-0.33	-0.30
（三）处置可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	4.00
（四）理财产品投资收益	100.85	-	-
（五）处置子公司取得的投资收益	59.59	-	-
（六）除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-	-	10.70
税前非经常性损益合计	574.80	155.44	93.78
减：非经常性损益的所得税影响数	76.68	22.08	17.23
税后非经常性损益	498.12	133.36	76.55
减：归属于少数股东的税后非经常性损益	-	-	-
归属于母公司股东的税后非经常性损益	498.12	133.36	76.55
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2,443.60	3,237.09	2,348.29

公司非经常性损益主要包括：公司收到的各项政府补助、购买理财产品取得的投资收益以及处置子公司取得的投资收益。报告期内，归属于母公司股东的税

后非经常性损益净额分别为 76.55 万元、133.36 万元和 498.12 万元，占归属于母公司股东的净利润比例分别为 3.16%、3.96%和 16.93%。报告期内，2016 年度与 2017 年度归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例相对较低，未对公司净利润和盈利能力构成重大影响，2018 年度占比较高主要是确认了 414.60 万元的政府补助以及 100.85 万元的理财产品投资收益。

（十）纳税分析

1、增值税

报告期各期公司增值税的纳税情况如下：

单位：万元

增值税	2018 年度	2017 年度	2016 年度
年初未交数	394.94	307.31	72.69
本年销项税	1,485.23	1,641.93	1,944.71
本年进项税	-1,141.98	-1,276.81	-1,546.26
本年进项税额转出	2.52	5.01	6.65
本年缴纳数	-415.24	-282.35	-170.37
减免税额	-0.21	-0.14	-0.11
年末未交数	325.25	394.94	307.31

注：上表中的年初/年末未交数是应交增值税和待抵扣增值税进项税额合并列示的净额。

2、企业所得税

报告期各期公司企业所得税的期初应交税额、本期计提数、实际缴纳税额、期末应交税额明细如下：

单位：万元

企业所得税	2018 年度	2017 年度	2016 年度
年初未交数	193.53	18.30	29.90
本年计提数	416.99	363.61	244.79
本年退税数	0.96	127.91	89.35
本年缴纳数	-515.54	-316.29	-345.74
年末未交数	95.93	193.53	18.30

注：上表中的年初/末未交数是应交企业所得税和预缴企业所得税合并列示的净额

十一、资产质量分析

（一）资产结构分析

单位：万元

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	19,419.82	82.31%	17,035.36	81.34%	16,575.21	83.14%
非流动资产	4,173.23	17.69%	3,908.69	18.66%	3,362.21	16.86%
合计	23,593.06	100.00%	20,944.05	100.00%	19,937.42	100.00%

报告期内，公司总资产分别为 19,937.42 万元、20,944.05 万元和 23,593.06 万元，公司总资产规模总体呈增长趋势。

从资产结构来看，报告期内公司流动资产占总资产的比例为 83.14%、81.34%、82.31%，非流动资产占总资产的比例为 16.86%、18.66%、17.69%。报告期内，公司流动资产占比相对较大，资产结构相对稳定。

1、流动资产分析

报告期各期末，公司的流动资产具体结构如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	10,159.37	52.31%	10,268.08	60.28%	10,262.85	61.92%
应收票据及应收账款	8,034.82	41.37%	6,054.94	35.54%	5,973.08	36.04%
预付款项	739.99	3.81%	352.70	2.07%	92.40	0.56%
其他应收款	478.36	2.46%	356.08	2.09%	174.37	1.05%
其他流动资产	7.28	0.04%	3.56	0.02%	72.52	0.44%
合计	19,419.82	100.00%	17,035.36	100.00%	16,575.21	100.00%

报告期各期末，公司流动资产余额分别为 16,575.21 万元、17,035.36 万元和 19,419.82 万元，流动资产规模稳步增长。公司流动资产主要由货币资金及应收

账款构成。

（1）货币资金

公司持有货币资金主要用于支付媒体流量采购款、职工薪酬等经营过程中的资金周转。报告期内，公司货币资金以银行存款为主，各期末公司货币资金余额无重大变化，具体构成如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	3.72	0.04%	5.99	0.06%	9.80	0.10%
银行存款	10,133.25	99.74%	10,255.87	99.88%	10,249.98	99.87%
其他货币资金	22.40	0.22%	6.23	0.06%	3.06	0.03%
合计	10,159.37	100.00%	10,268.08	100.00%	10,262.85	100.00%
其中：存放在境外的款项	213.99	2.11%	234.13	2.28%	252.27	2.46%

（2）应收票据及应收账款

报告期内，公司未采用应收票据结算，公司应收账款主要为应收客户货款，报告期内，应收账款原值余额分别为6,022.61万元、6,157.09万元和8,229.28万元，2018年末应收账款原值较上年增加33.66%，主要原因系当年公司游戏类投放业务受到游戏版号暂停审批的影响下滑较大，公司积极采取应对措施，加强大数据分析应用和提升广告创意水平，同时大力拓展品牌类客户，而品牌类业务由于毛利率较游戏类推广业务高，公司给予的账期相对较长，导致2018年末应收账款增幅较大，增加的应收账款账龄基本在6个月以内，公司应收账款质量良好。

①应收账款坏账和账龄分析

报告期内，公司应收账款的余额分布及坏账计提如下表所示：

单位：万元

账龄	账面余额		坏账准备	
	金额	比例	计提金额	计提比例
2018年12月31日				
6个月以内	7,144.27	86.82%	-	-
6个月至1年	820.29	9.97%	84.04	10.25%

1至2年	176.38	2.14%	35.93	20.37%
2至3年	28.01	0.34%	14.16	50.55%
3年以上	60.33	0.73%	60.33	100.00%
合计	8,229.28	100.00%	194.46	2.36%
2017年12月31日				
6个月以内	5,480.70	89.01%	-	-
6个月至1年	543.97	8.83%	39.46	7.25%
1至2年	65.08	1.06%	12.87	19.78%
2至3年	35.77	0.58%	18.24	50.99%
3年以上	31.58	0.51%	31.58	100.00%
合计	6,157.09	100.00%	102.16	1.66%
2016年12月31日				
6个月以内	5,706.55	94.75%	-	-
6个月至1年	248.13	4.12%	24.81	10.00%
1至2年	35.80	0.59%	7.16	20.00%
2至3年	29.14	0.48%	14.57	50.00%
3年以上	3.00	0.05%	3.00	100.00%
合计	6,022.61	100.00%	49.54	0.82%

公司对应收账款采用单项或组合的方式进行减值测试，并以应收账款的账龄为信用风险特征划分组合，在以前年度各段应收款项实际损失率的基础上，确定各账龄段应收款项组合计提坏账准备的比例，报告期各期末，账龄1年以内的应收账款余额占应收账款余额的比例分别为98.87%、97.84%和96.79%，1年以上账龄的应收账款占比较低，公司应收账款质量良好，不能回收的风险较小。

②应收账款客户分析

报告期各期末，公司应收账款前五名客户情况如下：

单位：万元

2018年12月31日			
序号	单位名称	账面余额	占应收账款余额比例
1	上海游族互娱网络科技有限公司	1,819.82	22.11%
2	凯骏广告（上海）有限公司	877.32	10.66%
3	佳投广告（上海）有限公司	755.73	9.18%

4	上海意殿广告有限公司	221.72	8.78%
	上海李奥贝纳广告有限公司	220.93	
	盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司	115.23	
	阳狮广告有限公司上海静安分公司	100.00	
	盛世长城国际广告有限公司	65.00	
阳狮集团小计		722.87	
5	上海瑞狮网络科技有限公司	653.62	7.94%
合计		4,829.37	58.69%
2017年12月31日			
序号	单位名称	账面余额	占应收账款 余额比例
1	苏州聚和网络科技有限公司	960.72	17.38%
	上海悦腾网络科技有限公司	109.21	
上海恺英网络科技有限公司小计		1,069.93	
2	上海游族互娱网络科技有限公司	812.52	16.54%
	上海游族信息技术有限公司	184.80	
	Youzu Games Hongkong Limited	21.25	
游族网络股份有限公司小计		1,018.57	
3	北京指尖时光广告有限公司	797.63	12.95%
4	苏州蜗牛数字科技股份有限公司	560.38	9.10%
5	上海瑞狮网络科技有限公司	534.09	8.67%
合计		3,980.61	64.65%
2016年12月31日			
序号	单位名称	账面余额	占应收账款 余额比例
1	上海瑞狮网络科技有限公司	1,594.63	26.48%
2	Youzu Games Hongkong Limited	881.45	14.64%
3	网驰（上海）网络科技有限公司	564.98	9.38%
4	飞立江苏信息科技有限公司	375.72	6.24%
5	安徽旭宏信息技术有限公司	369.16	6.13%
合计		3,785.94	62.86%

③坏账准备计提比例与同行业可比公司比较

公司坏账准备计提比例是根据以往的经验、客户实际财务状况以及现金流量

情况，考虑以前年度与之相同或相类似的、具有类似信用风险特征的应收款项组合的实际损失率，结合现时情况确定各项组合计提坏账准备的比例。对单项金额重大的应收款项余额在 250 万元以上的应收账款，单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。公司按账龄组合计提坏账准备的比例与同行业可比公司比较：

账龄组合	亿玛在线	新数网络
六个月以内	-	0%
六个月到一年	-	10%
一年以内	1%	
一到二年	10%	20%
二到三年	20%	50%
三年以上	-	100%
三到四年	50%	-
四到五年	80%	-
五年以上	100%	-

注：数据来自 wind 资讯及相应公司的年报或招股说明书等公开数据；汇量科技、The Trade Desk、爱点击和 Criteo 未披露相关内容。

与同行业可比公司的应收账款坏账准备计提政策相比较，公司对应收账款坏账准备的计提政策更加谨慎。公司的坏账准备计提比例充分、合理，可以有效覆盖坏账发生的风险，符合行业计提标准。

报告期各期末，公司应收款项中无持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

（3）预付账款

公司预付账款主要为预付媒体流量款，报告期内，公司预付账款余额分别为 92.40 万元、352.70 万元和 739.99 万元。预付账款逐年上涨的原因主要系随着移动互联网行业的飞速发展，今日头条、抖音等新型互联网媒体的流量资源快速增加，报告期内，公司对上述媒体流量的采购额逐年上升，而其与公司的结算方式为预付，导致公司预付款项上涨。

报告期各期末，公司预付款项中无持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

（4）其他应收款

公司其他应收款主要为保证金、应收供应商返利等，报告期内，公司其他应收款余额分别为 174.37 万元、356.08 万元和 478.36 万元，占流动资产的比例分别为 1.05%、2.09%和 2.46%。

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
保证金	283.00	208.00	168.70
应收供应商返利	122.29	63.75	-
其他	73.07	84.33	5.67
合计	478.36	356.08	174.37

报告期各期末，其他应收款上涨原因主要系保证金和应收供应商返利的上涨。

报告期各期末，公司其他应收款中无持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

2、非流动资产分析

报告期各期末，公司非流动资产具体结构如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
可供出售金融资产	1,460.00	34.98%	1,170.00	29.93%	900.00	26.77%
长期股权投资	2,251.75	53.96%	2,187.23	55.96%	1,979.43	58.87%
固定资产	188.30	4.51%	199.10	5.09%	238.30	7.09%
长期待摊费用	1.50	0.04%	13.46	0.34%	15.93	0.47%
递延所得税资产	27.52	0.66%	84.35	2.16%	41.46	1.23%
其他非流动资产	244.17	5.85%	254.55	6.51%	187.09	5.56%
合计	4,173.23	100.00%	3,908.69	100.00%	3,362.21	100.00%

报告期内，公司非流动资产主要由可供出售金融资产、长期股权投资以及其他非流动资产构成。报告期各期末，非流动资产余额分别为 3,362.21 万元、3,908.69 万元和 4,173.23 万元。

（1）可供出售金融资产

报告期各期末，公司可供出售金融资产余额分别为 900.00 万元、1,170.00 万元和 1,460.00 万元。截至 2018 年 12 月 31 日，公司可供出售金融资产情况列示如下：

单位：万元

被投资单位名称	初始投资成本	期末投资成本	认缴出资额占被投资方总出资额比例	会计核算方法
上海寺二文化传播有限公司	200.00	200.00	5.00%	公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响，作为按成本计量的可供出售金融资产核算。
上海众引文化传播有限公司	700.00	700.00	1.20%	
上海得词信息科技有限公司	270.00	270.00	4.50%	
上海望极文化传媒有限公司	190.00	190.00	19.00%	
宁波非凡世纪投资合伙企业（有限合伙）	100.00	100.00	7.69%	
合计	1,460.00	1,460.00		

被投资单位的具体情况参见本招股说明书“**第五节 发行人基本情况/八、发行人控股子公司、参股公司基本情况**”。

（2）长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资余额分别为 1,979.43 万元、2,187.23 万元和 2,251.75 万元，占非流动资产的比例分别为 58.87%、55.96%和 53.96%。

报告期内，公司出于业务战略布局考虑，在一些移动广告技术平台、区块链大数据平台和大数据垂直应用细分领域进行了部分前瞻性的投资，主要以公司自身的大数据资源和技术能力，结合合作方在细分领域的各自优势，探寻新的业务机会。2016 年，公司投资了指尖时光，其自设立以来专注于打造以大数据为基础的移动互联网全球化整合营销平台；2018 年，公司参股谦隐网络，切入区块链大数据领域，为提高投放效果蓄力。

上述被投资单位的具体情况参见本招股说明书“**第五节 发行人基本情况/八、发行人控股子公司、参股公司基本情况**”。

（3）其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产余额分别为 187.09 万元、254.55 万元、244.17 万元，占非流动资产比例分别为 5.56%、6.51%、5.85%，公司其他非流动资产主要为公司在准备上市过程中发生的审计及律师费等以及房租押金。

（二）资产周转能力分析

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

财务指标	2018 年度	2017 年度	2016 年度
应收账款周转率（次/年）	3.24	4.38	5.54
存货周转率（次/年）	-	-	-

1、应收账款周转率分析

报告期内，公司期末应收账款周转率分别为 5.54 次/年、4.38 次/年和 3.24 次/年。公司应收账款周转率逐年下降的原因主要系公司品牌类客户贡献的收入逐年上升，而品牌类客户毛利率较游戏类客户高，公司给予了较长的信用期，导致应收账款余额逐年上升，降低了应收账款周转率。但公司应收账款周转率仍处于较高水平，应收账款质量较高。

2、与同行业可比公司比较分析

应收账款周转率	2018 年度	2017 年度	2016 年度
汇量科技	3.48	3.17	3.46
亿玛在线	6.67	8.73	9.93
TheTradeDesk	3.19	3.05	3.48
爱点击	3.01	3.50	3.23
Criteo	4.80	5.21	5.46
行业平均	4.23	4.73	5.11
新数网络	3.24	4.38	5.54

注：数据来自 wind 资讯及相应公司的年报或招股说明书等公开数据。

报告期内，发行人大力开发品牌类广告业务，给予品牌类客户较长的信用期，导致应收账款周转率有所降低。但发行人应收账款周转率仍处于健康水平，反映出营运能力良好。发行人的的应收账款周转率与同行业变动趋势一致。

十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）主要债项分析

单位：万元

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付票据及应付账款	2,516.28	57.26%	2,824.10	59.96%	3,955.58	73.73%
预收款项	574.89	13.08%	298.66	6.34%	239.88	4.47%
应付职工薪酬	526.00	11.97%	468.85	9.95%	378.81	7.06%
应交税费	451.15	10.27%	672.43	14.28%	465.53	8.68%
其他应付款	325.79	7.41%	351.97	7.47%	261.19	4.87%
其他流动负债	-	-	94.00	2.00%	64.00	1.19%
流动负债合计	4,394.10	100.00%	4,710.02	100.00%	5,364.98	100.00%
合计	4,394.10	100.00%	4,710.02	100.00%	5,364.98	100.00%

报告期各期末，公司负债总额分别为 5,364.98 万元、4,710.02 万元和 4,394.10 万元。公司负债规模逐年下降，主要原因为应付账款的金额下降所致。

报告期内，公司负债总额全部由流动负债构成，主要包括应付账款、预收款项、应付职工薪酬、应交税费和其他应付款。

1、应付票据及应付账款

报告期内，公司的应付票据及应付账款余额均为应付账款。

公司应付账款主要为应付供应商的媒体流量采购款、IDC 带宽采购款等。报告期各期末，公司应付账款余额分别为 3,955.58 万元、2,824.10 万元、2,516.28 万元，占当期流动负债的比例分别为 73.73%、59.96%和 57.26%。

报告期各期末，应付账款逐年下降的主要原因为随着移动互联网行业的飞速发展，今日头条、抖音等新型互联网媒体的流量资源快速增加，报告期内，公司对上述媒体流量的采购额逐年上升，而其与公司的结算方式为预付，导致公司应付账款余额逐年减少。

报告期各期末，公司应付款项中无持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

2、预收款项

公司预收款项主要为预收客户的广告投放款以及预收的程序化广告平台使用授权费，报告期内，公司预收款项余额分别为 239.88 万元、298.66 万元、574.89 万元。2018 年预收款项大幅增长的原因主要系向客户预收的程序化广告平台使用授权费增加导致，2018 年该类预收款项金额为 211.59 万元。

报告期各期末，公司预收款项中无持有公司 5%以上（含 5%）表决权股份的股东单位款项。

3、应付职工薪酬

公司应付职工薪酬主要是应付职工的工资、奖金、津贴和五险一金等。

报告期各期末，公司应付职工薪酬分别为 378.81 万元、468.85 万元、526.00 万元，占流动负债的比例分别为 7.06%、9.95%和 11.97%。报告期内，公司应付职工薪酬余额呈上升趋势，主要是由于公司员工数量每年都有所增加以及职工工资上调所致。

4、应交税费

公司应交税费主要是应交增值税和企业所得税等，具体如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
增值税	329.77	397.54	314.41
企业所得税	98.69	194.49	83.72
文化事业建设费	-	45.62	19.89
个人所得税	8.70	14.28	8.78
印花税	6.87	8.98	30.12
城市维护建设税	3.95	5.54	3.91
教育费附加	2.38	3.32	2.35

地方教育费附加	0.78	2.22	1.56
河道管理费	-	0.45	0.78
合计	451.15	672.43	465.53

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 465.53 万元、672.43 万元、451.15 万元，占流动负债的比例分别为 8.68%、14.28%和 10.27%。2017 年末应交税费余额较大主要系当年预缴的企业所得税较少所致。

5、其他应付款

报告期内，其他应付款余额主要为应付销售返利、应付审计费和保证金，公司其他应付款余额分别为 261.19 万元、351.97 万元、325.79 万元，占负债总额的比例分别为 4.87%、7.47%、7.41%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
应付销售返利	245.37	312.19	136.08
应付审计费	70.25	27.05	95.88
保证金	-	3.00	17.83
其他	10.17	9.73	11.40
合计	325.79	351.97	261.19

报告期各期末，其他应付款呈波动趋势，主要受应付销售返利的余额波动所致，公司为了增加客户粘性和续单率，会给予部分信用和规模优质的客户返点激励。

报告期各期末，公司其他应付款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位的情况，无应付其他关联方的款项。

（二）偿债能力分析

1、偿债能力指标情况

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

财务指标	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
------	------------------	------------------	------------------

流动比率（倍）	4.42	3.62	3.09
速动比率（倍）	4.42	3.62	3.09
资产负债率（母公司）	18.98%	24.44%	26.26%
财务指标	2018 年度	2017 年度	2016 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	3,543.24	3,804.23	2,795.98
利息保障倍数（倍）	-	-	-

公司为轻资产的互联网企业。报告期内，公司资产以流动资产为主，流动资产中货币资金和应收账款占总资产的比例较高。公司货币资金充裕，无银行借款。

报告期内，公司的流动比率和与速动比率分别为 3.09 倍、3.62 倍和 4.42 倍，偿债能力逐年增强，主要系应付账款金额逐年下降所致。

从流动比率、速动比率等短期偿债能力指标来看，公司资产具有较高的流动性，货币资金、应收账款等变现能力较高的流动资产能够完全覆盖流动负债。并且随着资产负债结构的优化，公司流动比率和速动比率大幅上升，有效地降低了公司短期偿债风险，为公司经营活动的顺利开展提供了有利条件。综上所述，公司具有较强的短期偿债能力。

报告期内，母公司口径的资产负债率分别为 26.26%、24.44%、18.98%，公司经营状况受制于资金规模限制，经营较为稳健，未进行银行贷款融资。

2、与同行业公司比较分析

截至 2018 年末，公司上述指标与同行业内可比公司比较情况如下：

	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
流动比率			
汇量科技	1.67	1.08	0.96
亿玛在线	2.32	3.02	3.83
The Trade Desk	1.48	1.48	1.50
爱点击	1.54	1.94	0.81
Criteo	1.54	1.60	1.43
平均数	1.71	1.82	1.71
新数网络	4.42	3.62	3.09

速动比率			
汇量科技	1.67	1.08	0.96
亿玛在线	2.32	3.02	3.83
The Trade Desk	1.48	1.48	1.50
爱点击	1.54	1.94	0.81
Criteo	1.54	1.60	1.43
平均数	1.71	1.82	1.71
新数网络	4.42	3.62	3.09
资产负债率（母公司）			
汇量科技 ^注	42.96%	71.73%	85.42%
亿玛在线	26.46%	27.92%	36.35%
The Trade Desk ^注	64.70%	69.19%	69.42%
爱点击 ^注	48.55%	36.46%	77.38%
Criteo ^注	39.40%	41.38%	49.65%
平均数	44.41%	49.34%	63.64%
新数网络	18.98%	24.44%	26.26%

注：数据来自 wind 资讯及相应公司的年报或招股说明书等公开数据；由于汇量科技、The Trade Desk、爱点击和 Criteo 无法获取母公司资产负债率，此处用合并口径对比。

与同行业可比公司相比，公司流动比率和速动比率相对较高，资产负债率相对较低，主要原因为公司多年来一直专注于主营业务，稳健经营，在自身能力范围内追求高质量的发展，有效地降低了公司偿债风险，为公司经营活动的顺利开展提供了有利条件。

（三）股利分配情况

2017 年 4 月 25 日和 2017 年 5 月 17 日，公司分别召开了第一届董事会第十八次会议和 2016 年年度股东大会，审议通过了《关于 2016 年度利润分配预案的议案》，以总股本 84,748,392 股为基数，每 10 股派发现金股利 2 元（含税），累计分配现金股利 1,694.97 万元，上述股利已经分配完毕。

2018 年 4 月 3 日和 2018 年 4 月 24 日，公司分别召开了第一届董事会第二十二次会议和 2017 年年度股东大会，审议通过了《关于 2017 年度利润分配预案的议案》，以总股本 101,698,070 股为基数，向全体股东每 10 股送红股 0.7 股

并以资本公积转增 1.3 股，转增后总股本增至 122,037,684 股。上述股利已经分配完毕。

（四）现金流量分析

1、经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
提供劳务收到的现金	30,254.93	28,417.62	26,171.48
收到的税费返还	0.96	-	127.70
收到其他与经营活动有关的现金	498.36	233.30	248.05
经营活动现金流入小计	30,754.25	28,650.92	26,547.22
购买商品、接受劳务支付的现金	25,997.30	23,031.06	22,451.90
支付给职工以及为职工支付的现金	2,665.89	2,166.76	1,551.27
支付的各项税费	1,125.39	690.60	563.84
支付其他与经营活动有关的现金	653.85	660.13	571.09
经营活动现金流出小计	30,442.42	26,548.56	25,138.10
经营活动产生的现金流量净额	311.83	2,102.36	1,409.13

公司经营活动现金流入主要来自公司实现产品销售而取得的货款，其他经营性现金流入主要为其他与经营有关的现金流入，公司经营活动现金流出主要为购买商品、接受劳务支付的现金。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 1,409.13 万元、2,102.36 万元和 311.83 万元。2018 年公司经营活动产生的现金流量净额大幅下降的主要原因为：当年字节跳动系媒体成为公司前五大供应商，信用期较短，导致当期采购媒体流量支付的现金上升。

报告期内，将净利润调节为经营活动产生的现金流量净额的情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
净利润	2,941.48	3,355.88	2,424.83

加：资产减值准备	92.26	52.62	17.97
固定资产折旧	132.19	119.39	96.95
长期待摊费用摊销	15.13	8.24	6.61
处置固定资产的损失	0.24	0.33	0.30
财务费用（收益以“-”号填列）	-7.57	10.88	-11.48
投资损失（收益以“-”号填列）	-126.63	-219.05	16.57
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	37.46	-42.89	22.80
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-2,788.80	-478.80	-2,505.73
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	16.06	-704.24	1,340.29
经营活动产生的现金流量净额	311.83	2,102.36	1,409.13

2、投资活动现金流量分析

2016年度、2017年度和2018年度，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-3,137.76万元、-350.28万元、-373.71万元。公司投资活动现金流主要系理财产品的投资支出与收回，购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金，以及公司出于业务战略布局考虑，在一些移动广告技术平台、区块链大数据平台和大数据垂直应用细分领域进行了部分前瞻性的投资。

3、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流情况如下：

单位：万元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
吸收投资收到的现金	10.00	18.76	6,517.72
筹资活动现金流入小计	10.00	18.76	6,517.72
购买少数股东权益所支付的现金	-	-	9.32
分配股利支付的现金	-	1,694.97	-
支付其他与筹资活动有关的现金	64.40	59.77	30.00
筹资活动现金流出小计	64.40	1,754.73	39.32
筹资活动产生的现金流量净额	-54.40	-1,735.97	6,478.40

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为6,478.40万元、-1,735.97万元和-54.40万元。2016年度公司筹资活动现金流入金额较大，主要系股东增资所致；2017年度筹资活动现金流出金额较大主要是当年进行了现金分红。

（五）未来可预见的重大资本性支出

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为本次募集资金投资项目投资支出，具体情况请参见本招股说明书“**第九节 募集资金运用和未来发展规划**”。

（六）流动性分析

公司为轻资产的互联网企业，报告期各期末，公司不存在银行借款等非经营性债务。报告期内，公司资产以流动资产为主，流动资产中货币资金和应收账款占总资产的比例较高，能够覆盖全部债务；同时，2016年度、2017年度和2018年度，公司经营活动产生的现金流量净额分别为1,409.13万元、2,102.36万元和311.83万元，经营活动创造现金流的能力较强。综上所述，公司流动性风险较小。

（七）持续经营能力分析

1、发行人是一家广告科技公司，主营业务是数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务，属于大数据服务行业。根据中国证监会公布的《上市公司行业分类指引》（2012年修订版），公司所处行业隶属于“互联网和相关服务业”（I64）；根据国家统计局发布的《战略性新兴产业分类（2018）》（国家统计局令第23号），公司所处行业隶属于云计算与大数据服务下的“互联网数据服务”（I6450）。根据国家发展改革委发布的《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录（2016版）》，发行人主营业务符合“新一代信息技术”中“大数据服务”的定义，即“利用分布式并行计算、人工智能等技术对海量异构数据进行计算、分析和挖掘，并将由此产生的信息和知识应用于实际的生产生活中”；

2、发行人长期致力于数据驱动的程序化广告业务及相关技术服务，提高广告投放效果，降低流量采购成本。发行人在技术实力、品牌影响力、媒体资源、

客户资源等方面均处于业内领先地位；

3、发行人自成立以来，一直从事程序化广告业务及相关技术服务，主营业务、主要服务、主要经营模式均未发生变化；

4、公司报告期内经营情况良好，资产负债率较低，资产流动性较好，经营活动创造现金流的能力较强。公司不存在多项业务数据和财务指标呈现恶化趋势，短期内没有好转迹象的情形；

5、公司目前拥有的专利、软件著作权、软件产品及其他核心技术基本为自主研发，不存在权属纠纷及潜在权属纠纷。公司商标等重要资产权属明晰，不存在重大不利变化；

6、报告期内，公司利润主要来自于主营业务，合并财务报表范围以外的投资收益对利润总额的贡献比例分别为-0.76%、5.79%和-1.24%。公司不存在净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情况；

7、公司不存在其他可能对持续经营能力构成重大不利影响的情形。

综上所述，公司管理层认为：公司业务及产品具有相对竞争优势，行业环境持续向好，主要客户及供应商合作稳定，资产及技术权属清晰，报告期内主营业务收入及利润规模持续增长，发展势头良好，具有持续经营能力。

十三、期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）期后事项

公司无需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至2018年12月31日，公司无需要披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

截至 2018 年 12 月 31 日，公司无需要披露的其他重要事项。

十四、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

第九节 募集资金运用和未来发展规划

一、募集资金具体用途

（一）募集资金运用计划

本次募集资金投向经公司 2019 年第二次临时股东大会审议通过，由董事会负责实施。本次募集资金拟投资于以下项目：

单位：万元

序号	投资项目名称	实施主体	投资预算	投资计划			项目备案编号 (国家代码)
				第一年	第二年	第三年	
1	智能大数据广告投放分析系统建设项目	新数网络	25,088.77	9,542.47	8,511.79	7,034.51	2019-310114-64-03-002060
	合计	-	25,088.77	9,542.47	8,511.79	7,034.51	-

若实际募集资金不能满足上述项目的投资需要，资金缺口将通过自筹资金予以解决，以保证项目顺利进行。在募集资金到位前，公司将依据投资项目的建设进度和资金需求，先行以自筹资金投入并实施上述项目。待募集资金到位后，按募集资金使用管理的相关规定置换本次发行前已投入使用的自筹资金。

（二）募集资金使用管理制度

公司已经制定了《募集资金管理制度（草案）》，并经 2019 年第二次临时股东大会审议通过，公司将按制度规定安排与使用募集资金。公司募集资金存放于董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。

（三）募集资金重点投向科技创新领域

本次募集资金投向拟投向智能大数据广告投放分析系统建设项目，该项目通过招聘互联网、大数据、人工智能领域的技术人才，搭建成一个集媒体资源购买、大数据分析、人工智能、营销决策支持、投放效果优化等功能的智能大数据分析和程序化广告投放综合应用系统。因此，本次募集资金重点投向大数据服务及人工智能领域，属于科技创新领域。

二、智能大数据广告投放分析系统建设项目

（一）项目内容

智能大数据广告投放分析系统建设项目通过招聘互联网、大数据、人工智能领域的技术人才，搭建成一个集媒体资源购买、大数据分析、人工智能、营销决策支持、投放效果优化等功能的智能大数据分析和程序化广告投放综合应用系统。智能大数据广告投放分析系统建设项目包括程序化广告平台升级和智能大数据分析系统升级。

1、程序化广告平台升级

发行人现有的程序化广告平台于 2011 年建设完成，在业务发展过程中主要经历了 3 次主要版本迭代更新。在技术人员的不断优化下，程序化广告平台的处理效率能够基本满足现有业务需要，但硬件资源相比同行业其他企业已略显不足。对程序化广告平台的升级改造，可以巩固公司的核心竞争力，为未来业务扩张奠定基础。程序化广告平台的升级内容具体包括：

（1）流量接入升级

程序化广告平台升级后将使用最新的技术方案，可以接入更多的媒体流量，对新的媒体形式和设备类型建立适合的预备方案。程序化广告平台升级完成后，将接入更丰富多样的媒体资源。

（2）数据处理升级

程序化广告平台升级后将集成更多的优化算法，对广告投放效果控制更精确智能。投放平台更加优化，广告投放效率明显提升。同时，依托广告大数据分析平台提供更精细、更实时的数据分析，数据展示更美观易用。

（3）系统架构升级

程序化广告平台升级采用模块化开发，前后端分离。公司基于多年大数据分析经验和对客户行业的深入理解，将设计更具适配性的后端服务，支持更多的广

告形式，拓展公司的业务线。

（4）平台操作升级

程序化广告平台升级将升级用户交互界面，增加更多批量操作功能和简易操作功能。系统中将集成更多的优化算法，增加数据分析和智能决策的利用度，广告投放的效果控制也更精确，将会大幅提升广告投放人员的业务效率。

（5）风险管理升级

程序化广告平台升级后将具备更灵活完善的权限管理机制，在运维层面和业务层面双隔离，大幅提高公司的风险控制能力。系统接口服务也将更加规范完善，提高业务对接效率。

综合上述内容，程序化广告平台的升级内容比较全面。项目完成并上线后，将会提高公司在行业内的竞争力。在行业大环境没有发生深层次的变革的背景下，预计本次程序化广告平台升级能够满足公司未来 5 年的发展需求。

2、智能大数据分析系统升级

发行人现有的数据管理平台在技术人员的不断优化下，数据储存、处理和分析能力基本满足现有业务需要，但硬件资源相比同行业其他企业已有较大不足。智能大数据分析系统升级需要投入较多的资金和资源，但能够有效提高公司的核心竞争力，巩固和加强公司在业内的竞争优势。智能大数据分析系统的升级内容具体包括：

（1）提高数据储存和处理量

智能大数据分析系统升级完成后，分布式并行计算的规模大幅提高，能够更加快速有效地处理来自多个数据源分散的、结构复杂的数据。同时，存储和管理海量数据的能力也大幅提高，通过结合不同业务场景，对业务数据建立不同的数据存储模型，设计相应的存储方案，提高数据查询效率，实现更大容量的数据存储及管理。此外，存储服务良好的扩展性，也可以满足未来数据量不断扩张带来的容量需求。

（2）提升大数据分析效果

智能大数据分析系统升级完成后，进一步提高海量数据高并发、低延时的在线分析查询能力。借助平台升级带来的更高性能计算资源和更大数据管理规模，可以更快速地响应数据查询、统计分析、机器学习、人工智能等不同需求，提升数据服务的能力效率。同时，智能大数据分析系统升级后，将适应多种分析模型的人工升级或自动迭代，在已有数据基础上结合实际业务场景，快速调整优化不同的分析模型，从而提升分析效果。

（3）数据统一化管理

智能大数据分析系统升级成为公司数据的统一管理平台，平台将具备完善的账户体系，并对公司的多数据来源进行规范化、清晰化的管理，便于安全且快捷的使用数据。

（4）数据调用服务

智能大数据分析系统升级后将具备数据服务化能力，为更多的应用场景服务，挖掘数据的使用价值。升级后，智能大数据分析系统能够实现数据隔离，在国家法律和政策允许的前提下提供数据服务。

（5）视频 SDK 服务

智能大数据分析系统升级后将为客户提供视频 SDK 服务，将视频 SDK 集成至合作方 APP，在权限允许范围之内，实时收集用户数据，作为后续动态推荐创意数据依据。同时，移动视频 SDK 根据互联网用户当前状态，动态推送个性化广告创意，有效提升用户留存率。

（6）人工智能

智能大数据分析系统升级后将利用深度学习图像处理技术，通过对过往大量创意数据的学习，依据用户输入的需求，机器从无到有经过规划、行动多轮大规模计算，生成符合用户需求和专业标准的视觉图像。

智能大数据分析系统升级后将利用神经网络算法，通过收集用户不断的点击、转化行为，不断学习强化用户行为，通过实现多层感知神经网络，给系统提供更好

的推荐和结果排序，进一步提升对点击率、转化率的准确性预测，更好满足不同业务场景需求。

（7）数据安全

智能大数据分析系统升级后将通过用户安全、数据安全两个方面，解决数据安全管理的问题。用户安全包括访问大数据平台的用户，其身份认证的安全、权限控制的安全，保证合法的用户能够访问大数据平台上指定的组件和数据。数据安全指存储在数据管理平台上的数据的安全，包括数据全生命周期的整体安全，包括数据源的安全、数据加密、数据访问审计等方面。

（二）项目可行性分析

1、国家产业政策支持大数据行业发展

2015 年以来，大数据产业利好政策密集推出，为相关产业发展铺平了政策道路。2015 年 7 月，国务院办公厅发布《关于运用大数据加强对市场主体服务和监管的若干意见》，从政府层面强调了大数据的重要性。2015 年 8 月，国务院召开会议，通过了《促进大数据发展行动纲要》，该纲要明确提出要加速培育大数据龙头骨干企业，充分发挥骨干企业的带动作用，形成大中小企业相互支撑、协同合作的大数据产业生态体系。2016 年 3 月，“十三五”规划纲要发布，提出要实施国家大数据战略，把大数据作为基础性战略资源，全面实施促进大数据发展行动。纲要中提出要加快完善大数据产业链，加快海量数据采集、存储、清洗、分析发掘、可视化、安全与隐私保护等领域关键技术攻关；促进大数据软硬件产品发展；完善大数据产业公共服务支撑体系和生态体系，加强标准体系和质量技术基础建设。“十三五”规划纲要的颁布，将大数据战略提升到了国家战略的高度。在此背景下，2017 年 1 月，工业和信息化部正式印发了《大数据产业发展规划（2016-2020 年）》，全面部署“十三五”时期大数据产业发展工作，加快建设数据强国，为实现制造强国和网络强国提供强大的产业支撑。因此，本项目实施符合国家产业发展方向，是国家产业政策鼓励发展的产业，项目建设拥有良好的政策环境。

2、程序化广告市场规模持续增长

自 2012 年以来，中国程序化购买广告市场规模连年保持较高增速。尽管行业增速随时间推移呈下降趋势，但从长远看，中国程序化广告市场未来仍然有较大增长空间。根据全球知名研究机构 eMarketer 的预测，2018 年中国程序化广告支出为 231.8 亿美元，程序化广告占数字广告支出的比例为 71.0%。2019 年，中国程序化广告支出将增长 33.1%，达到 308.6 亿美元，程序化广告占数字广告支出的比例将上升到 74.7%。

3、公司品牌认可度高，客户关系稳固

公司自成立以来，一直专注于基于大数据分析的程序化广告业务。随着国内市场对于程序化广告的需求逐渐增加，公司在业内长期维持较高的品牌认可度，并荣获了“TopDigital Awards 金奖”、“广告主金远奖金奖”等荣誉。客户资源是公司行业地位的体现，也是公司持续经营的保障。依靠较强的技术实力、良好的服务模式和优质的传播渠道，公司已经形成了稳定的客户群，客户质量相对较高。发行人长年合作的客户既包括阳狮集团、凯骏广告（IPG 集团旗下）、北京恒美广告有限公司（宏盟集团旗下）等 4A 广告公司，也包括游族网络、三七互娱、恺英网络等游戏行业知名上市公司。因此，公司以过去优质的服务质量作为基石，以加强大数据分析能力作为突破口，有助于扩大公司在程序化广告领域的品牌知名度，不但能为现有客户提供更有价值的服务，也为公司拓展新客户提供有力支持。

4、公司拥有项目所需的技术研发及创新能力

发行人专注于数据驱动的程序化广告业务。公司搭建实时竞价系统致力于快速稳定，整合不同渠道流量致力于海量多源，优化内部出价算法致力于准确有效，开发广告投放平台致力于简单高效，提供可视化数据报表致力于低延迟、多维度。发行人自成立之始就设立了技术中心，并进行持续不断的研发投入。公司在大数据处理分析和程序化广告技术方面的核心优势已形成一系列研发成果，截至报告期末，公司拥有 1 项发明专利、31 项软件著作权、2 项软件产品，另有 2 项发明

专利正在申请中。因此，公司在技术和创新上的长期积累，有助于本次项目的顺利实施。

5、公司的人才储备机制有助于项目顺利实施

作为一家大数据技术公司，公司历来高度重视人才培养。在发展过程中，公司聚集了一批来自国内重点大学的互联网、大数据相关领域的专业人才，形成了一支素质过硬的员工队伍，涵盖研发、营销和运营等主要业务部门。同时，公司注重创新文化建设，针对公司员工年轻化、高学历化的特点，建立了较为完善的激励机制，满足了公司长期可持续发展对人才需求。公司积极培养有创新精神的人才，给予他们更多的历练机会。公司每年举行创新大赛，积极鼓励有创新思想的团队和个人报名参加，重点奖励有创新成果的团队和个人。公司秉承最大开放的原则共享知识，让员工快速成长。因此，公司完善的人才储备和积极的创新机制将保证本项目的顺利实施。

6、公司对接海量媒体资源有助于项目顺利运营

发行人在媒体资源方面建立了渠道优势和资源整合优势。发行人注重与各大头部媒体保持稳定和持续的战略合作，建立了媒体资源采购的渠道优势。同时，发行人加强资源整合，积极与拥有优质流量的垂直媒体建立合作。发行人建立了业内领先的媒体覆盖能力，新数程序化广告平台广泛对接阿里妈妈 TANX、腾讯、百度、爱奇艺、优酷等国内 PC、移动端、OTT、OTV 主流媒体。因此，发行人通畅、稳定的媒体采购渠道有助于项目建成后顺利运营。

（三）项目投资概算

智能大数据广告投放分析系统建设项目的投资总额为 25,088.77 万元，其中程序化广告平台升级子项目为 12,112.98 万元；智能大数据分析系统升级子项目为 12,975.79 万元。

1、程序化广告平台升级

程序化广告平台升级拟投资 12,112.98 万元，其中包含场地费用 2,126.06 万元，设备购置费 1,916.55 万元，机房租赁费 1,565.00 万元，系统开发费用 1,807.71 万元，预备费用 202.13 万元，以及铺底流动资金 4,495.53 万元。具体情况如下表所示：

序号	名称	金额（万元）	占比（%）
1	场地费用	2,126.06	17.55
2	设备购置费	1,916.55	15.82
3	机房租赁费	1,565.00	12.92
4	系统开发费用	1,807.71	14.92
5	预备费用	202.13	1.67
6	铺底流动资金	4,495.53	37.11
合计		12,112.98	100.00

（1）场地费用

本项目拟通过购买方式获得上海市内合适地区的写字楼，预计总购置面积为 1,175.46 平方米。其中，程序化广告平台升级使用 528.96 平方米，对应的场地购置费和装修费用分别为 1,940.93 万元和 185.13 万元。

（2）设备购置费

程序化广告平台升级的设备购置费包含硬件设备购置费 1,464.50 万元、软件设备购置费 418.80 万元、办公设备购置费 33.25 万元。

①硬件设备购置费

程序化广告平台升级拟采购硬件设备如下：

序号	名称	金额（万元）	占比（%）
1	负载均衡	52.00	3.55
2	服务器	1,200.00	81.94
3	网络设备	112.50	7.68
4	系统集成	100.00	6.83
合计		1,464.50	100.00

②软件设备购置费

程序化广告平台升级拟采购红帽企业 Linux 操作系统、ClouderaCDH 应用软

件等软件设备，总金额为 418.80 万元。

③办公设备购置费

程序化广告平台升级拟采购办公计算机和内网研发测试机共计 33.25 万元。

（3）机房租赁费

程序化广告平台升级拟采购机房租赁成本如下：

序号	名称	金额（万元）	占比（%）
1	IDC 机房 20A 机柜租赁	480.00	30.67
2	第三方机房维护	60.00	3.83
3	系统用带宽	550.00	35.14
4	CDN 分发所用带宽	300.00	19.17
5	系统集成	175.00	11.18
合计		1,565.00	100.00

（4）系统开发费用

程序化广告平台升级需要招募互联网技术人才进行系统开发，拟投资 1,807.71 万元的系统开发费用用于支付建设期三年员工工资。

（5）预备费用和铺底流动资金

预备费用按照场地费用和设备购置费用加总的 5% 测算，预计金额为 202.13 万元。铺底流动资金采用扩大指标估算法计算，参考公司现有财务数据，结合所属行业实际情况，程序化广告平台升级所需的铺底流动资金为 4,495.53 万元。

2、智能大数据分析系统升级

智能大数据分析系统升级拟投资 12,975.79 万元，其中包含场地费用 2,598.52 万元，设备购置费 5,498.60 万元，机房租赁费 1,632.00 万元，系统开发费用 2,841.82 万元，以及预备费用 404.86 万元。具体情况如下表所示：

序号	名称	金额（万元）	占比（%）
1	场地费用	2,598.52	20.03
2	设备购置费	5,498.60	42.38
3	机房租赁费	1,632.00	12.58

4	系统开发费用	2,841.81	21.90
5	预备费用	404.86	3.12
合计		12,975.79	100.00

（1）场地费用

本项目拟通过购买方式获得上海市内合适地区的写字楼，预计总购置面积为1,175.46平方米。其中，智能大数据分析系统升级使用646.50平方米，对应的场地购置费和装修费用分别为2,372.24万元和226.28万元。

（2）设备购置费

程序化广告平台升级的设备购置费包含硬件设备购置费4,832.00万元、软件设备购置费618.60万元、办公设备购置费48.00万元。

①硬件设备购置费

智能大数据分析系统升级拟采购硬件设备如下：

序号	名称	金额（万元）	占比（%）
1	负载均衡	52.00	1.08
2	服务器	4,650.00	96.23
3	网络设备	130.00	2.69
合计		4,832.00	100.00

②软件设备购置费

智能大数据分析系统升级拟采购红帽企业Linux操作系统、ClouderaCDH应用软件等软件设备，总金额为618.60万元。

③办公设备购置费

智能大数据分析系统升级拟采购办公计算机和内网研发测试机共计48.00万元。

（3）机房租赁费

智能大数据分析系统升级拟采购机房租赁成本如下：

序号	名称	金额（万元）	占比（%）
----	----	--------	-------

1	IDC 机房 20A 机柜租赁	672.00	41.18
2	第三方机房维护	60.00	3.68
3	系统用带宽	700.00	42.89
4	系统集成	200.00	12.25
合计		1,632.00	100.00

（4）系统开发费用

智能大数据分析系统升级需要招募互联网技术人才进行系统开发，拟投资 2,841.81 万元的系统开发费用用于支付建设期三年员工工资。

（5）预备费用和铺底流动资金

预备费用按照场地费用和设备购置费用加总的 5% 测算，预计金额为 404.86 万元。

（四）项目经济效益分析

1、程序化广告平台升级

公司取得资金后项目建设正式启动，程序化广告平台升级的建设期为 36 个月，建设期第 1 年系统即可投入试运营。采用行业基本贴现率 12% 计算，程序化广告平台升级的所得税前现金流量净现值为 9,288.86 万元，所得税后现金流量净现值为 6,951.40 万元，所得税前内部收益率为 30.03%，所得税后内部收益率为 25.52%，盈利情况较好，具有较强的可行性。

2、智能大数据分析系统升级

智能大数据分析系统是为程序化广告平台提供大数据分析等支持功能，通过数据挖掘可以为公司拓展现有业务和开发新业务提供数据决策，不直接产生经济效益。

（五）项目实施进度安排

根据智能大数据广告投放分析系统建设项目的建设规模、实施条件以及建设

的迫切性和项目建设的外部条件等各种因素，并综合项目总体发展目标，确定建设期为3年，从资金到位开始。从建设期第1年一季度开始实施，至建设期第3年四季度结束。具体进度安排如下：

实施阶段	第一年				第二年				第三年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
场地购买及装修	■	■										
设备购置安装调试			■	■		■	■			■	■	
人员招聘			■			■				■		
系统开发			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

（六）项目与发行人现有业务和核心技术的关系

本次募集资金的投资项目紧密围绕发行人主营业务开展，通过增强发行人的大数据分析实力和程序化广告业务规模，提升发行人核心竞争力，巩固和提高发行人在程序化广告行业的市场地位，进一步增强公司主营业务的盈利能力和持续发展能力。

（七）项目环保情况

本项目不会产生废水、废气、废渣与噪声等，不会对环境产生污染。

（八）项目相关房产取得情况

公司拟在上海市内购买合适办公场地进行实施，相关工作仍在筹备之中。上海市为公司总部所在地，交通便利，拥有良好的创业氛围，适合作为本项目实施地点。公司拟购买的办公场地是标准化办公楼宇，市场供应充足，未来购买不会对本项目实施构成影响。

（九）项目备案情况

本项目已在上海市嘉定区发展和改革委员会备案，并取得了《上海市企业投资项目备案证明》，上海代码为 31011458340840220191D3101001，国家代码为 2019-310114-64-03-002060。

四、发行人未来发展规划

（一）公司总体发展战略

公司的发展理念是“数据力量，改变未来”。发行人响应国家建设网络强国的号召，服务于以数据和科技为关键要素的数字经济，致力于以程序化广告、大数据、人工智能等前沿科技改进互联网广告业务，帮助企业利用数据科技改进营销决策，助推企业数字化转型。

（二）未来三年发展目标

未来三年，公司将借助上市契机，加大对大数据、人工智能等前沿技术的研发投入，提升公司汇集数据、处理数据与应用数据的能力，不断提高程序化广告算法的准确性，致力于为广告主发掘每一条媒体流量的真实价值，达到广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。

未来三年，公司将重点布局快速消费品、服装、旅游、汽车、网络服务等下游行业客户，通过深度数据挖掘寻找行业共性特征，推出有针对性的程序化广告解决方案。公司将积极拓展与中小企业和地方企业的合作方式，优化投放平台操作体验，让更多中小广告主享受到程序化广告的技术优势。公司还将进一步拓展移动端、PC端、智能电视、户外广告等多种形式的广告资源，通过短视频、信息流等创意形式，为客户实现多平台联动的营销策略。

（三）未来规划采取的措施

1、技术研发规划

公司计划在大数据分析、人工智能领域加大技术研发和创新，不断提高程序化广告算法的准确性，致力于为广告主发掘每一条媒体流量的真实价值，实现广告主营销需求和媒体流量的最优匹配。未来，公司还将逐步探索物联网、虚拟现实等前沿技术在程序化广告领域的具体应用方式，不断拓宽程序化广告业务新边界。公司将通过自主研发和与科研机构、高校合作相结合的方式，加大在模型训

练、深度学习、神经网络、智能出价算法等方面的研发投入，不断提高公司技术实力，强化公司在业内的技术优势。同时，公司将积极申请专利和软件著作权，加强对自主知识产权的保护力度。

2、产品和服务升级规划

（1）拓展数据资源

公司将不断拓展数据来源渠道，通过多种方式与客户、媒体、广告监测、第三方数据平台等业内公司加强合作，获取更广泛的数据资源。公司还将有计划的开发 SDK 等工具，自建数据采集渠道。同时，公司借助上市融资的契机，现有设备规模将获得大幅提升，带来更高性能计算资源和更大容量数据存储规模，为增强大数据处理和分析能力提供硬件基础。

（2）加强数据处理和分析能力

公司将持续加强对数据的处理和分析能力，尤其是海量异构数据的处理和大数据分析结果在下游行业的应用。公司将进一步丰富用户数据，提高人群画像精细度，不断优化机器学习、人工智能技术在模型训练、竞价算法等方面的准确性。公司还将对短视频、视频网站、电商网站、社交媒体、泛娱乐直播等平台进行大数据分析，有针对性的挖掘市场热点趋势，致力于为客户不断提高广告投放效果。

（3）丰富产品和服务内容

公司将以数据和技术为核心，不断丰富程序化广告业务的深度和广度。公司将对接更多数字广告资源，推动在互联网电视、数字机顶盒、户外数字媒体等多终端平台实现广告程序化交易，增加与媒体的合作方式获取更多流量来源。同时，公司能够为有需求的客户提供程序化广告平台 SaaS 解决方案，通过公有云、私有云等云服务方式来搭建云营销平台。公司还将利用大数据处理和分析能力，为客户打通数据孤岛，提供综合性的数据营销服务。

3、市场拓展规划

（1）继续深化与品牌客户的合作

尽管品牌广告主很早就开始尝试程序化广告，但品牌广告与游戏、电商广告的业务模式依然存在很大区别，其主要原因是后者的交易过程全部在线上完成，而品牌广告投放效果无法得到数据的全部和直接验证，导致了品牌广告主无法在程序化广告上投入全部的资源。但是，随着电子商务的普及、广告主对数据收集利用意识的增强、物联网等数据采集技术的发展，大数据在工业领域的渗透将逐渐加深，公司能够为客户提供包括程序化广告、数据咨询在内的综合营销服务，助力企业数字化转型。

（2）加强与中小企业和地方客户的合作

程序化广告趋势中最先受益的是一线城市、大型互联网公司、媒介公司、跨国企业。未来，程序化广告技术将日渐成熟，包容性和普惠性也将越来越强，地方广告公司和中小企业也能够逐渐成为技术的受益者。公司致力于成为程序化广告的普及和推广者，已开发了针对地方广告公司和中小企业客户的 SaaS 服务和广告投放平台，未来还将与这些客户开展多种形式的合作。

（3）巩固公司在游戏效果广告领域的先发优势

在程序化广告、人工智能等技术的推动下，游戏运营的工作复杂度逐渐降低，而游戏内容将成为核心竞争力。过去大型游戏运营商依靠资源优势在游戏运营发行领域建立了相对垄断地位，未来研发实力较强的游戏公司独立策划游戏发行将成为趋势。发行人将重点开发有潜力的游戏自运营研发商，与这些公司建立长期合作关系。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

为保护投资者尤其是中小投资者的合法权益，促进公司规范运作，并保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，公司依据《公司法》、《证券法》等法律法规的规定，结合公司实际情况，在《公司章程》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》中规定了相关内容。

（一）信息披露制度和流程

根据《上市公司信息披露管理办法》及中国证监会有关上市公司信息披露的要求和《公司法》、《证券法》、《上海证券交易所科创板股票上市规则》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《信息披露管理制度》，遵循公开、公平、公正对待所有股东的原则，要求信息披露义务人应当同时向所有投资者真实、准确、完整、及时地披露信息，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。该制度对信息披露基本原则、信息披露内容及披露标准、信息披露的审核与披露程序、信息披露的责任划分、内幕信息的保密责任等事项都进行了详细规定。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

根据《公司法》、《证券法》、《关于进一步加强上市公司投资者关系管理工作的通知》、《公司章程》及其他有关法律法规的规定，本公司制订了严格的投资者关系管理基本制度，并于2019年4月8日召开的第二届董事会第七次（临时）会议上审议通过了上市后适用的《投资者关系管理制度（草案）》。根据该制度，本公司上市后将建立多渠道、多层次的投资者沟通渠道，包括但不限于定期报告与临时公告、股东大会、公司网站、邮寄资料、电话咨询、现场参观和路演等。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

1、认真做好信息披露工作

严格按照中国证监会和上海证券交易所的监管要求编制并披露定期报告，保证信息披露质量和透明度，确保公司信息披露内容的真实、准确、完整，保证股东及潜在投资者及时、准确地了解公司的经营、财务状况等重要信息。

严格按照信息披露格式要求及时披露公司股东大会决议、董事会决议、监事会决议、业绩预告及其他重要信息等临时报告，确保股东及潜在投资者及时掌握公司的动态信息。

2、认真做好与投资者的各项信息沟通工作

（1）按照公司章程等相关规定，及时发布股东大会通知，认真做好股东大会的登记、安排和现场会议的召开工作。

（2）及时答复投资者的询问，做好股东和投资者的来电、来信、来函、投资者关系互动平台等的回复工作，及时回复股东和投资者的问询。

（3）持续关注新闻媒体及互联网上有关公司的各类信息及传闻，及时进行求证和核实，对公司股票交易价格已经或可能产生较大影响或影响投资者决策的信息，及时向上海证券交易所报告，由上海证券交易所审核确定是否披露澄清公告。

3、做好投资者来访接待工作

做好股东与投资者的来访、接待工作，以热情、认真、负责的态度，耐心、细致地回答股东与投资者提出的各种问题，尽力解决广大投资者遇到的各种困难；同时，做好投资者的调研接待工作，使投资者既了解公司业务和经营，又避免未公开的信息泄露。

4、关注公司股票交易，做好危机处理工作

持续监控公司股票交易价格或成交量的异常波动情况，在出现可能对公司股票价格产生重大影响的市场传闻时，公司应立即自查是否存在应予披露而未披露

的非公开重大信息，做好相关方面的沟通协调工作。如发生危机时，公司应积极应对，努力采取有效的处理措施，使危机的负面影响降至最低。

5、加强内幕信息知情人登记管理工作

根据公司《内幕信息知情人登记制度》，规范内幕信息登记管理工作，加强内幕信息保密工作，防范内幕交易等证券违法违规行为，维护公司信息披露的公平、公正、公开，保障投资者知情权及其他合法权益。

6、加强公司投资者关系管理学习

积极组织公司董事、监事、高级管理人员及相关人员参加投资者关系管理相关培训班，加强相关法律、法规、规则的学习，增强对相关法律法规、业务规则和规章制度的理解，提高与投资者或来访者的沟通能力，增强其对投资者关系管理重要性的认识，树立公平披露意识，积极探求、借鉴其它有利于投资者关系管理工作的方式、方法及途径，不断提高公司投资者关系管理水平，为投资者提供规范和高质量的服务。

二、股利分配政策

（一）报告期内的股利分配政策

根据《公司章程》，目前公司执行的股利分配政策如下：

1、公司分配当年税后利润时，应当提取利润的百分之十列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。

2、公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。

3、公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例

分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

4、公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

5、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两个月内完成股利（或股份）的派发事项。

6、公司每年将根据公司的经营情况和市场环境，充分考虑股东的利益，实行合理的股利分配政策。

（二）本次发行上市后的股利分配政策

1、本次发行后的股利分配政策

根据公司 2019 年第二次临时股东大会审议通过上市后适用的《公司章程（草案）》，本次发行上市后公司股利分配政策如下：

（1）利润分配原则：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。公司董事会和股东大会在利润分配政策的决策和论证过程中将充分考虑独立董事和公众投资者的意见。

（2）利润分配形式：公司采取现金、股票或两者相结合的方式分配股利。具备现金分红条件的，公司原则上优先采用现金分红的利润分配方式；在公司有重大投资计划或重大现金支出等事项发生时，公司可以采取股票方式分配股利。

（3）现金分红的具体条件及分配比例

①现金分红条件：在符合现金分红的条件下，公司应当采取现金分红的方式进行利润分配。符合现金分红的条件为：

I. 公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税

后利润）及累计未分配利润为正值，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司的后续持续经营；

II. 审计机构对公司该年度财务报表出具标准无保留意见的审计报告；

III. 公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生。

②现金分红比例：如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。同时，公司近三年以现金方式累计分配利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

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

I. 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%；

II. 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%；

III. 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%；

（4）股票股利分配的条件：公司在经营情况良好，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益时，公司可以采取股票方式分配股利。

（5）利润分配的时间间隔：公司原则上采取年度利润分配政策，公司董事会可根据公司的发展规划、盈利状况、现金流及资金需求计划提出中期利润分配预案，并经临时股东大会审议通过后实施。

（6）存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所分配的先进股利，以偿还其占用的资金。

（7）利润分配的决策程序与机制

①公司每年利润分配方案由董事会根据本章程的规定、公司盈利和资金情况、未来的经营计划等因素拟订。公司在制定现金分红具体方案时，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、调整的条件及决策程序要求等事宜，独立董事应当发表明确的意见。利润分配预案经董事会过半数董事表决通过，方可提交股东大会审议。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。

②股东大会对利润分配方案进行审议前，应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。

③公司因特殊情况无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年的利润分配方案时，应当披露具体原因及独立董事的明确意见。

（8）利润分配政策的调整机制

如公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。调整后的利润分配政策应以股东权益保护为出发点，不得违反相关法律法规、规范性文件的规定。

公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要等原因需调整利润分配政策的，应由公司董事会根据实际情况提出利润分配政策调整议案，由独立董事、监事会发表意见，经公司董事会审议通过后提请股东大会审议，并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司调整利润分配政策，应当提供网络投票等方式为公众股东参与股东大会表决提供便利。

2、公司上市后分红回报规划

根据公司 2019 年第二次临时股东大会审议通过上市后适用的《上海新数网络科技有限公司股票上市后三年股东分红回报规划》，公司上市后三年的分红回报规划如下：

1、当年度实现盈利，在依法弥补亏损、提取法定公积金、盈余公积金后有可分配利润的，每年按不低于当年实现的可供分配利润的 15% 向股东分配股利；

且公司如无重大投资计划或重大现金支出等事项发生，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 10%。

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

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

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

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

若公司业绩增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金分配之余，提出并实施股票股利分配政策。

2、公司的利润分配方案由公司财务部门拟定后提交公司董事会审议。公司董事会应按照既定的利润分配政策和实际的经营情况制定各年的利润分配方案，并提交股东大会审议通过。公司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。股东大会在审议利润分配方案前，公司的独立董事和监事会应当就上述方案发表明确意见。公司应当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，及时答复中小股东关心的问题。

三、本次发行前滚存未分配利润分配方案

2019 年 4 月 24 日，公司召开了 2019 年第二次临时股东大会决议，审议通过了《关于公司本次发行前滚存利润分配方案的议案》，同意公司在本次发行上市前实现的滚存未分配利润由新老股东按发行后的股份比例共享。

四、发行人股东投票机制的建立情况

根据公司于 2019 年 4 月 24 日召开的 2019 年第二次临时股东大会审议通过的上市后适用的《公司章程（草案）》，公司建立的股东投票机制如下：

（一）累积投票制选举公司董事

股东大会就选举董事、非职工监事进行表决时，根据公司章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制。

上述所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）法定事项采取网络投票方式

1、公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

2、公司利润分配预案经董事会审议通过后，应提交股东大会审议批准。股东大会在表决时，可向股东提供网络投票方式。

3、有关调整利润分配政策的议案需经公司董事会审议后提请股东大会批准，独立董事及监事会应当对此发表独立意见。股东大会审议该议案时，公司应当安排通过网络投票系统等方式为公众投资者参加股东大会提供便利。

（四）征集投票权

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

五、发行人存在特别表决权股份或协议控制架构等类似安排采取的保护投资者合法权益的各项措施

截至本招股书签署日，发行人不存在任何特别表决权股份或协议控制架构等类似安排。

最近一个会计年度，发行人实现归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润为 2,443.60 万元；最近一年末，发行人累计未分配利润为 6,218.47 万元。因此，发行人不属于尚未盈利或存在累计未弥补亏损的企业。

六、重要承诺事项

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限等承诺

1、控股股东、实际控制人及其一致行动人承诺

公司董事长、总经理、控股股东、实际控制人赵士路承诺：

（1）自发行人股票在上海证券交易所科创板上市之日起三十六个月内，本人不转让或委托他人管理本人在首次公开发行股票前所直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）前述限售期届满后四年内，每年转让的发行人首发前股份不超过本人所持有发行人首发前股份总数的百分之二十五，减持比例可以累积使用。（3）前述限售期届满后，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的发行人股份不超过本人所持有发行人股份总数的百分之二十五。离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内本人亦遵守本条承诺。

（4）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月的期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人本次公开发行前持有发行人股票的锁定期限将自动延长六个月。若发行人上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

（5）本人在前述限售期满后减持本人在本次公开发行前持有的股份的，应

当明确并披露发行人的控制权安排，保证发行人持续稳定经营。

（6）发行人存在《上市规则》规定的重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市前，本人承诺不减持发行人股份。

（7）本人减持发行人股票时，应依照《公司法》、《证券法》、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定执行。

本人将忠实履行承诺，如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，且违规减持发行人股票所得（以下简称“违规减持所得”）归发行人所有。如本人未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。

公司股东馨捷咨询承诺：

（1）自发行人首次公开发行的股票在上海证券交易所科创板上市交易之日起三十六个月内，本企业不转让或委托他人管理本企业在本次公开发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月的期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本企业本次公开发行前持有发行人股票的锁定期限将自动延长六个月。若发行人上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

（3）本企业在前述限售期满后减持本企业在本次公开发行前持有的股份的，应当明确并披露发行人的控制权安排，保证发行人持续稳定经营。

（4）发行人存在《上市规则》规定的重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市前，本企业承诺不减持发行人股份。

（5）本企业减持发行人股票时，应依照《公司法》、《证券法》、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定执行。

本企业将忠实履行承诺，如本企业违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，本企业将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，且违规减持发行人股票所得（以下简称“违规减持所得”）归发行人所有。如本企业未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权扣留应付本企业现金分红中与本企业应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。

2、其他股东承诺

持股 5%以上机构股东山鹰投资承诺：

（1）就本企业所持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，自发行人股票在证券交易所上市交易之日起十二个月内，本企业不转让或委托他人管理本企业持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）本企业减持发行人股票时，应依照《公司法》、《证券法》、中国证监会、和上交所的相关规定执行。

本企业将忠实履行承诺，如本企业违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，本企业将在发行人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履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，且违规减持发行人股票所得（以下简称“违规减持所得”）归发行人所有。如本企业未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权扣留应付本企业现金分红中与本企业应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。

持股 5%以上自然人股东许枕承诺：

（1）自发行人首次公开发行的股票在上海证券交易所科创板上市交易之日起十二个月内，本人不转让或委托他人管理本人现已持有的发行人股份，亦不由发行人回购该部分股份。

（2）本人减持发行人股票时，应依照《公司法》、《证券法》、中国证券监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定执行。

本人将忠实履行承诺，如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，本人将在发行人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履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，且违规减持发行人股票所得（以下简称“违规减持所得”）归发行人所有。如本人未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。

3、持有公司股份的董事、高级管理人员承诺

公司董事、高级管理人员许枕、张翔、田云龙、江雪承诺：

（1）自发行人首次公开发行的股票在上海证券交易所科创板上市交易之日起十二个月内，本人不转让或委托他人管理本人现已直接或间接持有的发行人股份，亦不由公司回购该部分股份。

（2）前述限售期届满后，本人在担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的发行人股份不超过本人所持有发行人股份总数的百分之二十五。离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内本人亦遵守本条承诺。

（3）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）的收盘价低于发行价，本人本次公开发行前持有发行人股票的锁定期限将自动延长六个月。若发行人上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

（4）发行人存在《上市规则》规定的重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市前，本人承诺不减持发行人股份。

（5）本人减持发行人股票时，应依照《公司法》、《证券法》、中国证券

监督管理委员会和上海证券交易所的相关规定执行。

本人将忠实履行承诺，如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，且违规减持发行人股票所得（以下简称“违规减持所得”）归发行人所有。如本人未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。

4、持有公司股份的监事承诺

公司监事朱凯、程广磊、薛霜承诺：

（1）自发行人股票在上海证券交易所科创板上市之日起十二个月内，本人不转让或委托他人管理本人在本次公开发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）前述限售期届满后，本人在担任发行人监事期间，每年转让的发行人股份不超过本人所持有发行人股份总数的百分之二十五。离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份。如本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期内和任期届满后六个月内本人亦遵守本条承诺。

（3）发行人上市后六个月内如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）的收盘价低于发行价，本人本次公开发行前持有发行人股票的锁定期限将自动延长六个月。若发行人上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格。

（4）发行人存在《上市规则》规定的重大违法情形，触及退市标准的，自相关行政处罚决定或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市前，本人承诺不减持发行人股份。

（5）本人减持发行人股票时，应依照《公司法》、《证券法》、中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）和上海证券交易所的相关规定执行。

本人将忠实履行承诺，如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，且违规减持发行人股票所得（以下简称“违规减持所得”）归发行人所有。如本人未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。

5、持有公司股份的核心技术人员承诺

公司核心技术人员承诺：

（1）自发行人股票在上海证券交易所科创板上市之日起十二个月内，本人不转让或委托他人管理本人在本次公开发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份。

（2）前述限售期届满后四年内，每年转让的发行人的首发前股份不超过本人所持有发行人首发前股份总数的百分之二十五，减持比例可以累积使用。

本人将忠实履行承诺，如本人违反上述承诺或法律强制性规定减持股票的，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，且违规减持发行人股票所得（以下简称“违规减持所得”）归发行人所有。如本人未将违规减持所得上交发行人，则发行人有权扣留应付本人现金分红中与本人应上交发行人的违规减持所得金额相等的现金分红。

（二）本次发行前股东的持股及减持意向的承诺

1、公司控股股东、实际控制人赵士路持股及减持意向的承诺

（1）在本人所持发行人本次公开发行前股票的锁定期届满后，本人拟减持发行人股票的，将认真遵守中国证监会、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。

（2）本人在持有发行人股票锁定期届满后两年内拟减持发行人股票的，减

持价格不低于发行人本次公开发行股票的发价。若发行人上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发价为除权除息后的价格。

（3）本人减持发行人股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

2、公司股东馨捷咨询持股及减持意向的承诺

（1）在本企业所持发行人本次公开发行前股票的锁定期届满后，本企业拟减持发行人股票的，将认真遵守中国证监会、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。

（2）本企业在持有发行人股票锁定期届满后两年内拟减持发行人股票的，减持价格不低于发行人本次公开发行股票的发价。若发行人上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发价为除权除息后的价格。

（3）本企业减持发行人股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

3、持股 5%以上股东山鹰投资、许栊持股及减持意向的承诺

（1）在本企业/本人所持发行人本次公开发行前股票的锁定期届满后，本企业/本人拟减持发行人股票的，将认真遵守中国证监会、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。

（2）本企业/本人在持有发行人股票锁定期届满后两年内拟减持发行人股票的，减持价格不低于发行人本次公开发行股票的发价。若发行人上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发价为除权除息后的价格。

（3）本企业/本人减持发行人股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

4、董事、监事、高级管理人员持股及减持意向的承诺

（1）在本人所持发行人本次公开发行前股票的锁定期届满后，本人拟减持发行人股票的，将认真遵守中国证监会、上海证券交易所关于股东减持的相关规定，审慎制定股票减持计划。

（2）本人在持有发行人股票锁定期届满后两年内拟减持发行人股票的，减持价格不低于发行人本次公开发行股票的发价。若发行人上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发价为除权除息后的价格。

（3）本人减持发行人股份的方式应符合相关法律、法规、规章的规定。

（三）稳定股价和股份购回的措施和承诺

如果首次公开发行上市后三年内公司股价出现低于每股净资产的情况时，公司将启动稳定股价的预案，具体如下：

1、启动股价稳定措施的具体条件

公司上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增、增发新股等原因进行除权、除息的须按照上海证券交易所的有关规定作复权处理，下同）低于公司最近一期未经审计的每股净资产时，公司及公司控股股东、董事（非独立董事）、高级管理人员将采取以下稳定股价措施，并履行相应的信息披露义务。

2、稳定股价的具体措施和程序

公司及控股股东、公司董事（非独立董事）、高级管理人员将按照法律、法规、规范性文件和公司章程的相关规定，在不影响公司上市条件以及免除控股股东要约收购责任的前提下，按照先后顺序依次实施如下股价稳定措施：

- （1）公司实施股票回购；
- （2）控股股东、实际控制人增持公司股份；
- （3）公司董事（非独立董事）、高级管理人员增持公司股份。

3、股价稳定措施的具体实施方案

（1）公司实施股票回购

公司为稳定股价的目的回购股份，应符合相关法律、法规的规定，且不应导致公司股份分布不符合上市条件。

公司董事会应在公司回购启动条件触发之日起的 10 个工作日内作出回购股份的决议。公司全体董事，在公司就因稳定公司股价措施涉及回购股份事宜召开的董事会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。公司董事会应当在作出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知。公司董事会公告回购股份预案后，若公司股票连续 10 个交易日的收盘价超过公司最近一期未经审计的每股净资产值，公司董事会应作出决议终止回购股份事宜，且未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

公司股东大会对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司持股 5% 以上的股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

公司为稳定股价的目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：①回购股份的价格不高于公告日前最近一期末公司经审计的每股净资产；②公司用于回购股份的资金总额不超过上一会计年度归属于母公司股东的净利润；③公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%；④公司单次用于回购股份的资金不得低于人民币 1,000 万元。

公司回购股份的方案应在履行内部决策和外部审批、备案等手续（如需要）后的 6 个月内实施完毕。在实施上述回购计划的过程中，如公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司经审计的最近一期末每股净资产，则公司可终止实施股票回购计划。公司回购方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报告，并在 10 日内启动所回购的股份的注销程序，办理工商变更登记手续。

（2）控股股东、实际控制人增持公司股份

公司控股股东、实际控制人在下列条件满足时应依照法律、法规、规范性文

件和公司章程的规定，对公司股票进行增持：①公司回购股份方案实施期限届满之日后连续 10 个交易日的公司股票收盘价低于公司最近一期未经审计的每股净资产值；②公司回购股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次触发。

如公司未履行稳定股价的相应义务，则由控股股东、实际控制人履行该义务，将依据法律、法规、规范性文件及稳定股价预案的相关规定履行增持公司股票的义务。

公司董事会应在有义务增持的控股股东、实际控制人增持启动条件触发之日起 10 个交易日内作出增持公告。

控股股东、实际控制人为稳定股价的目的增持公司股票的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：①单次增持总金额不应少于人民币 500 万元；②单次或连续 12 个月内合计增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%；③增持股票的价格不高于公告日前最近一期未经审计的每股净资产；

有义务增持的控股股东、实际控制人应在增持公告作出之日起 3 个月内以合法方式完成增持计划。公司控股股东、实际控制人公告增持计划后，若公司股票连续 10 个交易日收盘价超过公司最近一期未经审计的每股净资产值的，控股股东、实际控制人将终止增持股份事宜。增持行为严格遵守《证券法》、《公司法》以及其他法律法规的相关规定，在增持期间及法定期限内不减持其所持有的公司股票。

（3）公司董事（非独立董事）、高级管理人员增持公司股份

在公司任职并领取薪酬的董事（不包括独立董事，下同）、高级管理人员在下列条件满足时应依照法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，对公司股票进行增持：控股股东、实际控制人增持方案实施期限届满之日后的连续 10 个交易日内公司股票收盘价低于公司最近一期未经审计的每股净资产值。

公司董事会应在有义务增持的董事、高级管理人员增持启动条件触发之日起 10 个交易日内作出增持公告。有义务增持的公司董事、高级管理人员承诺，其用于增持公司股份的货币资金不少于该等董事、高级管理人员上年度领取的现金分红和薪酬总和的 30%，但不超过该等董事、高级管理人员上年度的现金分红和

薪酬总和的 100%。

有义务增持的董事、高级管理人员应在增持公告作出之日起 3 个月内完成股票增持计划。公司董事、高级管理人员公告增持计划后，若公司股票连续 10 个交易日收盘价超过公司最近一期未经审计的每股净资产值的，公司董事（不包括独立董事）、高级管理人员将终止增持股份事宜。

触发前述股价稳定措施的启动条件时，有义务增持的董事、高级管理人员不因职务变更、离职等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施。

在公司有义务增持的董事、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连续 20 个交易日收盘价低于公司最近一期未经审计的每股净资产值，则公司应依照稳定股价预案的规定，依次开展公司回购，控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员增持工作。

4、股价稳定措施的约束措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司、控股股东、董事（非独立董事）、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，公司、控股股东、董事（非独立董事）、高级管理人员承诺接受以下约束措施：

（1）公司、控股股东、董事（非独立董事）、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述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）如果控股股东未采取上述稳定股价的具体措施的，则控股股东持有的公司股份不得转让，直至其采取上述稳定股价的具体措施并实施完毕。

（3）如果董事（非独立董事）、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施的，则该等董事、高级管理人员持有的公司股份不得转让，直至其采取上述稳定股价的具体措施并实施完毕。

公司在未来聘任新的董事（非独立董事）、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已作出的稳定股价承诺，并要求其按照公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员的承诺提

出未履行承诺的约束措施。

5、发行人关于稳定股票价格的承诺

“如上市后三年内本公司股价低于每股净资产的，本公司将依照新数网络2019年第二次临时股东大会审议通过的《公司上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价的预案》，切实履行该预案所述职责，并通过该预案所述的相关约束措施确保本承诺的履行，以维护本公司股价稳定、保护中小投资者利益。”

6、发行人控股股东、实际控制人、董事（独立董事除外）、高级管理人员关于稳定股票价格的承诺

“如上市后三年内新数网络股价低于每股净资产的，本人将依照新数网络2019年第二次临时股东大会审议通过的《公司上市后三年内股价低于每股净资产时稳定股价的预案》，切实履行该预案所述职责，并通过该预案所述的相关约束措施确保本承诺的履行，以维护新数网络股价稳定、保护中小投资者利益。”

（四）股份回购和股份购回的措施和承诺

股份回购和股份购回的措施和承诺参见本节“六、重要承诺事项（三）稳定股价和股份购回的承诺”。

（五）招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺及欺诈发行上市的回购承诺

1、发行人的承诺

（1）公司向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

（2）若公司向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律

规定的发行条件构成重大、实质影响的，公司将在该等违法事实被证券监管部门作出认定或处罚决定后，依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格为发行价格加上同期银行存款利息（若发行人股票有派息、送股、资本公积金转增股本等除权、除息事项的，回购的股份包括公司首次公开发行的全部新股及其派生股份，发行价格将相应进行除权、除息调整）。

（3）若公司向上海证券交易所提交的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后依法赔偿投资者损失。

2、控股股东、实际控制人的承诺：

发行人控股股东、实际控制人赵士路承诺：

（1）公司向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

（2）若公司向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将购回已转让的原限售股份，同时督促公司履行股份回购事宜的决策程序。在公司召开股东大会对回购股份做出决议时，本人将就该等回购事宜在股东大会上投赞成票。

（3）若公司向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后依法赔偿投资者损失。

3、董事、高级管理人员的承诺

发行人董事、高级管理人员承诺：

（1）公司向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市的招

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

（2）若公司向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将购回已转让的原限售股份（如有）。公司在召开相关董事会对回购股份作出决议时，本人承诺就该等回购股份的相关决议投赞成票，同时督促公司履行股份回购事宜的决策程序。

（3）若公司向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后依法赔偿投资者损失。

4、监事的承诺

发行人监事承诺：

（1）发行人向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

（2）若发行人向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断发行人是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将购回已转让的原限售股份，同时督促发行人履行股份回购事宜的决策程序。

（3）若发行人向上海证券交易所提交的首次公开发行股票并在科创板上市的招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将在证券监管部门依法对上述事实作出认定或处罚决定后依法赔偿投资者损失。

5、中介机构的承诺

（1）保荐机构（主承销商）的承诺

本次发行的保荐机构（主承销商）天风证券承诺：若因本机构为新数网络本次发行上市制作、出具的文件被中国证监会、证券交易所或司法机关认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本机构将依法赔偿投资者损失。

（2）律师事务所的承诺

发行人律师上海市通力律师事务所承诺：若因本所未能勤勉尽责地履行法定职责而导致本所为发行人出具的公开法律文件中存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将根据有管辖权的司法机关作出的生效司法判决，依法赔偿投资者由此遭受的直接损失。如果投资者依据本承诺函起诉本所，赔偿责任及赔偿金额由被告所在地或发行人本次发行的上市交易地有管辖权的法院确定。

（3）会计师事务所的承诺

发行人会计师普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

本所对上海新数网络科技有限公司(以下简称“新数网络”)2016 年度、2017 年度及 2018 年度的财务报表进行了审计，于 2019 年 5 月 28 日出具了普华永道中天审字(2019)第 11028 号审计报告。本所审核了新数网络于 2018 年 12 月 31 日的财务报告内部控制，于 2019 年 5 月 28 日出具了普华永道中天特审字(2019)第 2300 号内部控制审核报告。本所对新数网络 2016 年度、2017 年度及 2018 年度的非经常性损益明细表执行了鉴证业务，于 2019 年 5 月 28 日出具了普华永道中天特审字(2019)第 2354 号非经常性损益明细表专项报告。

本所确认，对本所出具的上述报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任，包括如果本所出具的上述报告有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、公司填补被摊薄即期回报的具体措施

本次发行完成后，公司的股本规模、净资产规模较发行前将有较大幅度增长。由于募集资金投资项目建设需要一定周期，期间股东回报主要通过现有业务实现，导致公司每股收益和净资产收益率等指标可能在短期内出现一定幅度的下降。为填补被摊薄的即期回报，公司一方面将通过大力发展公司现有业务，提升市场份额，降低运营成本，提升经营效率，促进公司现有主营业务的发展，妥善应对各项潜在的经营风险。另一方面，公司将加强募集资金管理，促使募投项目如期实现效益。此外，公司还将完善利润分配政策，优化投资者回报机制，增强持续回报能力。具体措施如下：

（1）加强业务开拓和风险防范，促进现有主营业务发展

公司在程序化广告投放领域已有多年的经营经验，发展了多家忠诚度较高的游戏类以及品牌类客户，随着公司在该领域的持续深耕，市场规模及经营经验不断提升。随着公司的资产规模快速增长，客观上要求公司提升经营效率，防范经营风险，促进公司稳步发展。目前，公司面临的主要风险有技术风险、成长性风险、市场竞争加剧的风险、前五名客户占比较高的风险等，相关的主要改进措施如下：

①公司将密切关注全球程序化广告投放领域的发展趋势，充分了解客户需求，加强行业调研和市场论证。同时加大研发资金投入，加强技术研发和知识产权保护，采取多种措施防范技术风险。

②公司将继续提升业务的多元化水平，整合积累的渠道优势，在维护好游戏类客户的同时不断开发优质的品牌类客户，同时努力将技术研究成果更为高效地运用到广告投放服务中，提升自己的核心竞争力以及行业地位，在竞争日益激烈的市场中保持公司的成长性。

③未来，公司将在现有客户积累的基础上，公司将重点开发快速消费品、服装、旅游、汽车等行业的大客户，进一步增强在品牌广告市场的覆盖力度。针对中小企业和地方企业，公司将通过 SaaS 方式合作，通过技术优化降低程序化广告平台操作难度，提高中小客户的服务体验。随着公司业务规模的增大，前五名

客户销售收入的比例将随之下降。

（2）加强经营管理，降低运营成本，提升经营效率和盈利能力

公司拟利用部分募集资金改造升级智能大数据分析系统。该系统上线运行后，将巩固公司的核心竞争力，强化公司的数据分析能力，提高公司的数据处理速度，为客户制定更为快速和精确的营销解决方案，从而增强运营效率、降低运营成本。在日常运营上，一方面，公司在引进和利用现代化管理方法的基础上，加强市场响应速度，提高公司资产的利用效率和周转率，提升资产盈利水平；另一方面，公司将不断加强流动资金日常费用的管理，有效降低资金使用成本和日常运营费用，提升运营效率。随着募集资金投资项目的实施，公司研发、营销、服务能力持续加强，公司的品牌影响力和营业规模将进一步提高，公司的经营效率和盈利能力将显著增强。

（3）加快募投项目实施进度，加强募集资金管理

本次募集资金投资项目紧紧围绕主营业务展开，其实施有利于提升公司竞争力和盈利能力。本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募投项目建设，争取募投项目早日实现预期效益。同时，公司将根据相关法律法规的要求及上市后适用的《公司章程（草案）》、《募集资金管理制度》，严格使用募集资金，以保证募集资金按照原定用途得到充分、有效利用，提升公司的经济效益。

（4）完善利润分配政策，优化投资者回报机制

为进一步增强现金分红的透明度，明确投资者获取合理回报的预期，公司根据《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》的相关要求，制定了明确、清晰的股东回报规划和具体的现金分红政策，健全了公司利润分配政策的监督约束机制。公司将牢固树立回报股东的意识，注重对投资者积极、持续、稳定的回报，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

本公司谨提醒投资者注意，公司制定填补被摊薄的即期回报的措施不等于对公司未来的利润作出保证。

2、控股股东、实际控制人的承诺

发行人控股股东、实际控制人赵士路承诺：

- （1）本人承诺不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益；
- （2）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发行人利益；
- （3）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；
- （4）本人承诺不动用发行人资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；
- （5）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发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；
- （6）若发行人后续推出公司股权激励计划，本人承诺拟实施的公司股权激励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意中国证监会和上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

3、董事、高级管理人员的承诺

发行人全体董事、高级管理人员承诺：

- （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发行人利益；
- （2）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；
- （3）本人承诺不动用发行人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发行人填补回报措施的执行情况相挂钩；
- （5）若发行人后续推出公司股权激励计划，本人承诺拟实施的公司股权激

励的行权条件与发行人填补回报措施的执行情况相挂钩。

本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意中国证监会和上海证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出相关处罚或采取相关管理措施。

（七）利润分配政策的承诺

具体内容参见本节“二、股利分配政策/（二）本次发行上市后的股利分配政策”。

（八）依法承担赔偿责任或者赔偿责任的承诺

1、发行人的承诺

公司承诺将严格履行招股说明书披露的承诺事项，同时承诺：

（1）如果公司未履行相关承诺事项，公司应当及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因及解决措施并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）公司将在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺。

（3）因公司未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法向投资者承担赔偿责任。

（4）对未履行其已作出承诺、或因该等人士的自身原因导致公司未履行已作出承诺的公司股东、董事、监事、高级管理人员，公司将立即停止对其进行现金分红，并停发其应在公司领取的薪酬、津贴，直至该等人士履行相关承诺。

2、控股股东、实际控制人的承诺

控股股东、实际控制人承诺将严格履行招股说明书披露的承诺事项，同时承诺：

（1）如果本人未履行相关承诺事项，本人应当及时、充分披露未履行承诺

的具体情况、原因及解决措施并向新数网络的股东和社会公众投资者道歉。

（2）本人将在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺。

（3）如因本人未履行相关承诺事项，致使新数网络或者其投资者遭受损失的，本人将向新数网络或者其投资者依法承担赔偿责任。

（4）如本人未承担前述赔偿责任，新数网络有权立即停发本人应从新数网络领取的薪酬、津贴，直至本人履行相关承诺，并有权扣减本人应获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任，如当年度现金分配已经完成，则从下一年度的现金分红中扣减。

（5）如本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归新数网络所有。

3、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员承诺

董事、监事、高级管理人员及核心技术人员承诺将严格履行招股说明书披露的承诺事项，同时承诺：

（1）如本人未履行相关承诺事项，本人应当及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因及解决措施并向新数网络的股东和社会公众投资者道歉。

（2）在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺。

（3）如因本人未能履行相关承诺事项，致使新数网络或者其投资者遭受损失的，本人将向新数网络或者其投资者依法承担赔偿责任。

（4）如本人未承担前述赔偿责任，新数网络有权立即停发本人应在新数网络领取的薪酬、津贴，直至本人履行相关承诺；若本人直接或间接持有新数网络股份，新数网络有权扣减本人从新数网络所获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任，如当年度现金分配已经完成，则从下一年度应向本人分配的现金分红中扣减。

（5）如本人因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归新数网络所有。

4、持股 5%以上股东许栊承诺

持股 5%以上股东许栊承诺将严格履行招股说明书披露的承诺事项，同时承诺：

（1）如果本人未履行相关承诺事项，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履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果本人未履行相关承诺事项，本人将及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益，并经公司董事会将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议。

（3）如果本人未履行相关承诺事项，本人将在违反相关承诺之日起 5 个工作日内，停止在公司领取股东分红（如有），同时本人持有的公司股份将不得转让，直至本人履行完毕相关承诺事项为止。

（4）如果因本人未履行相关承诺事项，致使公司或投资者遭受损失的，本人将向公司或投资者依法承担赔偿责任。

5、持股 5%以上股东山鹰投资承诺

持股 5%以上股东山鹰投资承诺将严格履行招股说明书披露的承诺事项，同时承诺：

（1）如本企业未履行相关承诺事项，本企业应当及时、充分披露未履行承诺的具体情况、原因及解决措施并向发行人的股东和社会公众投资者道歉。

（2）本企业将在有关监管机关要求的期限内予以纠正或及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺；

（3）如因本企业未能履行相关承诺事项，致使发行人或者其投资者遭受损

失的，本企业将向发行人或者其投资者依法承担赔偿责任；

（4）如本企业未承担前述赔偿责任发行人有权扣减本企业应获分配的现金分红用于承担前述赔偿责任，如当年度现金分配已经完成，则从下一年度的现金分红中扣减；

（5）如本企业因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益全部归发行人所有。

6、中介机构的承诺

保荐机构和证券服务机构依法承担赔偿责任或赔偿责任的承诺参见本节“**六、重要承诺事项/（五）对欺诈发行上市的股份购回承诺/5、中介机构的承诺**”。

（九）其他承诺事项

1、关于避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人赵士路出具《避免同业竞争的承诺》，具体内容参见本招股说明书“**第七节 公司治理与独立性/六、同业竞争情况/（三）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺**”。

2、关于减少和规范关联交易的承诺

关于减少和规范关联交易的承诺具体内容参见本招股说明书“**第七节 公司治理与独立性/八、关联交易/（七）发行人减少和规范关联交易的承诺**”。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

本节所称重大合同是指报告期内已履行和正在履行的对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同，其中销售和采购合同指报告期内各年度公司与前五大客户或供应商签署的销售框架合同和采购框架合同。其他重大合同指交易金额超过 500 万元的合同，或者交易金额虽未超过 500 万元，但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况具有重要影响的合同。

（一）销售合同

序号	客户名称	合同标的	合同价款	履行期限	履行情况
1	游族香港有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2016年1月5日至2017年1月4日	履行完毕
2	上海瑞狮网络科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2016年1月1日至2016年12月31日	履行完毕
3	飞立江苏信息科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2016年3月1日至2017年3月31日	履行完毕
4	上海晋拓文化传播有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2016年1月1日至2016年12月31日	履行完毕
5	趣游（厦门）科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2016年1月1日至2017年12月31日	履行完毕
6	哥们网科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2016年1月1日至2017年12月31日	履行完毕
7	上海游族信息技术有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2017年3月1日至2018年2月28日	履行完毕
8	上海游族互娱网络科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2018年12月31日	履行完毕
9	游族香港有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2017年1月5日至2018年1月4日	履行完毕
10	上海游家信息技术有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2018年12月31日	履行完毕
11	上海驰游信息技术有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2018年12月31日	履行完毕

12	上海瑞狮网络科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2018年12月31日	履行完毕
13	上海悦腾网络科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2016年12月6日至2017年12月31日	履行完毕
14	苏州聚和网络科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2017年10月1日至2018年10月1日	履行完毕
15	北京指尖时光广告有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2016年7月15日至2019年7月14日	正在履行
16	上海李奥贝纳广告有限公司、盛世长城国际广告有限公司、盛世长城国际广告有限公司上海分公司、盛世长城国际广告有限公司上海第二分公司、阳狮广告有限公司上海分公司、阳狮广告有限公司上海静安分公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2017年12月31日	履行完毕
17	上海游族信息技术有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2018年3月1日至2019年2月28日	履行完毕
18	游族香港有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2018年1月6日至2019年1月5日	履行完毕
19	趣游（厦门）科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2018年1月1日至2019年12月31日	正在履行
20	哥们网科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2018年1月1日至2019年12月31日	正在履行
21	安徽旭宏信息技术有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2018年6月1日至2019年5月31日	履行完毕
22	安徽旭宏信息技术有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2019年6月1日至2020年5月31日	正在履行
23	凯骏广告（上海）有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日起长期有效	正在履行
24	上海瑞狮网络科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2018年3月1日至2018年12月31日	履行完毕
25	上海瑞狮网络科技有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2019年2月1日至2020年1月31日	正在履行
26	上海游族信息技术有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2019年1月1日至2020年1月1日	正在履行

27	上海李奥贝纳广告有限公司、盛世长城国际广告有限公司、阳狮广告有限公司、睿域营销咨询（上海）有限公司、柏智莱恩（武汉）营销咨询有限公司、上海意殿广告有限公司、上海璞砺咨询有限公司	网络广告投放服务	框架协议，以具体订单为准	2019年1月1日至2019年12月31日	正在履行
----	--	----------	--------------	-----------------------	------

（二）采购合同

序号	供应商名称	合同标的	合同价款	履行期限	履行情况
1	土豆（中国）广告有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2015年1月1日至2016年12月31日	履行完毕
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2014年11月17日签署，长期有效	正在履行
3	阿里云计算有限公司	内容分发网络CDN	框架协议，以具体订单为准	2016年12月1日至2018年9月18日	履行完毕
4	APPCOACH PTE.LTD	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2015年12月9日至2016年12月31日	履行完毕
5	上海爱奇艺文化传媒有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2016年1月1日至2016年12月31日	履行完毕
6	百度时代网络技术（北京）有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2015年7月26日至2016年7月25日	履行完毕
7	百度时代网络技术（北京）有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2016年7月26日至2017年7月25日	履行完毕
8	北京百度网讯科技有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2015年6月8日至2016年6月7日	履行完毕
9	百度在线网络技术（北京）有限公司上海软件技术分公司	百度推广服务	首次缴纳6,000元推广费，可续费	2015年6月12日签署，长期有效	履行完毕

10	天津鑫影科技有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2016年1月1日至2016年12月31日	履行完毕
11	乐视网信息技术（北京）股份有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2016年1月1日至2016年12月31日	履行完毕
12	土豆（中国）广告有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2018年12月31日	履行完毕
13	阿里云计算有限公司	云产品及服务	框架协议，以具体订单为准	2017年7月3日至2018年7月2日	履行完毕
14	乐推（上海）文化传播有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2017年12月31日	履行完毕
15	上海爱奇艺文化传媒有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2017年12月31日	履行完毕
16	百度时代网络技术（北京）有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2017年7月26日至2018年7月25日	履行完毕
17	APPCOACH PTE.LTD	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2017年12月31日	履行完毕
18	北京腾讯文化传媒有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2017年12月31日	履行完毕
19	北京腾讯文化传媒有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2017年1月1日至2017年12月31日	履行完毕
20	阿里云计算有限公司	Lookalike服务	框架协议，以具体订单为准	2017年10月1日至2018年9月30日	履行完毕
21	乐推（上海）文化传播有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2018年1月1日至2018年12月31日	履行完毕
22	上海聚效广告有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2015年3月24日至2019年5月1日	履行完毕
23	北京奇元科技有限公司	媒体资源	框架协议（主体变更补充协议），以具体订单为准	2019年5月签署，长期有效	正在履行
24	深圳今日头条科技有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2018年8月24日至2018年12月31日	履行完毕
25	上海众多美网络科技有限公司	媒体资源	人民币950万元	2018年4月1日至2019年4月1日	履行完毕
26	上海众多美网络科技有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2018年6月1日至2019年5月31日	履行完毕

27	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2019年1月1日至2019年12月31日	正在履行
28	阿里云计算有限公司	云产品及服务	框架协议，以具体订单为准	2018年9月1日至2019年8月31日	正在履行
29	暴风集团股份有限公司湖北应城分公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2019年1月1日至2019年12月31日	正在履行
30	上海众多美网络科技有限公司	媒体资源	人民币950万元	2019年4月1日至2020年3月31日	正在履行
31	上海众多美网络科技有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2019年6月1日至2020年5月31日	正在履行
32	乐推（上海）文化传播有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2019年1月1日至2019年12月31日	正在履行
33	上海爱奇艺文化传媒有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2019年1月1日至2019年12月31日	正在履行
34	百度时代网络技术（北京）有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2018年7月26日至预付费消费完毕	正在履行
35	乐融全景文化传媒（北京）有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2019年1月1日至2019年12月31日	正在履行
36	湖北今日头条科技有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2019年1月1日至2019年12月31日	正在履行
37	北京腾讯文化传媒有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2019年1月1日至2019年12月31日	正在履行
38	北京腾讯文化传媒有限公司	媒体资源	框架协议，以具体订单为准	2019年1月1日至2019年12月31日	正在履行

（三）授信合同

借款人	贷款人	授信期限	合同编号	授信额度	已用额度
新数网络	招商银行股份有限公司上海民生支行	2018年11月30日至2019年11月29日	7002180901	人民币1,000.00万元	0.00万元

二、发行人对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保事项。

三、诉讼及仲裁事项

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人和控股子公司、本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员均不存在尚未了结的或者可预见的作为一方当事人的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员最近三年不涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

四、发行人控股股东、实际控制人重大违法情况

报告期内，本公司控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

第十二节 声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

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

董事签名：

赵士路

许 栊

张 翔

田云龙

江 雪

方 芳

任向晖

尹翔硕

监事签名：

朱 凯

程广磊

薛 霜

高级管理人员签名：

赵士路

许 栊

张 翔

江 雪

上海新数网络科技有限公司

2019年6月16日



二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

控股股东（实际控制人）签名：_____



赵士路

上海新数网络科技有限公司

2019年6月16日



三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

项目协办人： 汪寅生
汪寅生

保荐代表人： 许刚
许刚

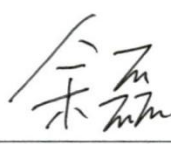
王育贵
王育贵

法定代表人： 余磊
余磊

天风证券股份有限公司
2019年6月16日

保荐人（主承销商）董事长声明

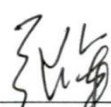
本人已认真阅读上海新数网络科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长： 
余 磊


天风证券股份有限公司
2019年6月16日

保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读上海新数网络科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理： 
张 军



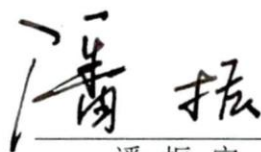


普华永道


关于上海新数网络科技股份有限公司 招股说明书的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读上海新数网络科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书，确认招股说明书中引用的有关经审计的2016年度、2017年度及2018年度申报财务报表、内部控制审核报告所针对的新数网络对2018年12月31日的财务报告内部控制有效性进行自我评价的认定书及经核对的2016年度、2017年度及2018年度非经常性损益明细表的内容，与本所出具的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用上述报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

签字注册会计师：



潘振宇




安鹏兰



会计师事务所负责人：


李丹



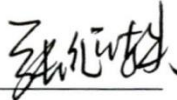
普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

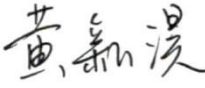
2019年6月16日




五、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读上海新数网络科技股份有限公司首次公开发行股票并在上海证券交易所科创板上市招股说明书（以下简称“招股说明书”），确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

经办律师： 
张征轶


黄新淩



律师事务所负责人： 
俞卫锋

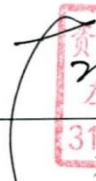



二〇一九年六月十六日

六、评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告（沪众评报字（2015）第386号）无矛盾之处。本机构及签字注册资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

评估机构负责人：  
左英浩

签字注册资产评估师：  
左英浩

 
钱进


上海众华资产评估有限公司

2019年6月16日



普华永道

关于上海新数网络科技股份有限公司 招股说明书的会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读上海新数网络科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书，确认招股说明书中引用的本所对上海新数网络科技股份有限公司截至 2016 年 7 月 7 日止新增注册资本及实收资本(股本)的变更情况、截至 2017 年 3 月 1 日止新增注册资本及实收资本(股本)的变更情况、截至 2017 年 6 月 9 日止新增注册资本及实收资本(股本)的变更情况、截至 2018 年 5 月 18 日止新增注册资本及实收资本(股本)的变更情况出具的验资报告的内容，与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用上述验资报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述验资报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

签字注册会计师：


潘振宇




安鹏兰

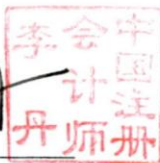


潘振宇

安鹏兰

会计师事务所负责人：


李丹



李丹

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)


2019 年 6 月 16 日



验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告（中兴财光华审验字（2015）第 07197 号）无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：  
姚庚春

签字注册会计师：    
许洪磊

中兴财光华会计师事务所（特殊普通合伙）



第十三节 附件

一、备查文件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报告及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的承诺事项；
- （七）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告（如有）；
- （八）盈利预测报告及审核报告（如有）；
- （九）内部控制鉴证报告；
- （十）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十一）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；
- （十二）其他与本次发行有关的重要文件。

二、现场查阅时间和地址

前述与本次公开发行有关的正式法律文件，除在指定网站披露外，存放在发行人和保荐人（主承销商）的办公地点，以备投资者查阅：

（一）查阅时间

工作日上午 9:30~11:30；下午 1:00~5:00

（二）查阅地址

1、上海新数网络科技有限公司

地址：上海市杨浦区大连路 588 号“宝地广场”办公楼 B 座 19 层

电话：021-68879928

联系人：江雪

2、天风证券股份有限公司

地址：上海市浦东新区兰花路 333 号 333 世纪大厦 10 楼

电话：021-68815299

联系人：许刚

三、信息披露网站

本次发行的信息披露网站为上海证券交易所指定网站（www.sse.com.cn）。