


声明：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。

The logo consists of the word "BOLAA" in white, bold, sans-serif capital letters, centered within a solid red rectangular background.

# 博拉网络股份有限公司

（重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢）

A red circular stamp is overlaid on the text. It features a five-pointed star in the center and the Chinese characters "博拉网络股份有限公司" around the perimeter.

## 首次公开发行股票并在科创板上市 招股说明书 （上会稿）

声明：本公司的发行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作出投资决定的依据。

保荐人（主承销商）：



**申万宏源证券承销保荐有限责任公司**  
SHENWAN HONGYUAN FINANCING SERVICES CO., LTD

新疆乌鲁木齐市高新区（新市区）北京南路 358 号大成国际大厦 20 楼 2004 室

## 发行概况

发行股票类型	人民币普通股 A 股
发行股数	本次拟公开发行股票不低于 30,333,334 股，不低于发行后总股本的 25%。本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所	上海证券交易所科创板
发行后总股本	【】万股
保荐人（主承销商）	申万宏源证券承销保荐有限责任公司
招股说明书签署日期	2019 年 11 月 5 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

公司特别提请投资者需特别关注的重要事项，并认真阅读招股说明书正文内容。

### 一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺

具体情况请参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“三、（一）关于发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向的承诺”。

### 二、稳定股价的承诺

具体情况请参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“三、（二）关于稳定股价的承诺”。

### 三、对欺诈发行上市的股份购回承诺

具体情况请参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“三、（三）对欺诈发行上市的股份购回承诺”。

### 四、本次发行前滚存未分配利润的安排

根据2019年4月8日召开的公司2018年度股东大会决议，若公司本次公开发行股票并上市成功，则首次公开发行股票前的滚存利润由发行后的新老股东按照持股比例共同享有。

### 五、本次发行后的公司股利分配政策

具体情况请参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配政策”。

### 六、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

具体情况请参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“三、（四）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

## 七、上述承诺履行的约束措施

具体情况请参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“三、（十一）关于作出公开承诺事项未能履行的约束措施”。

## 八、特别风险提示

公司特别提醒投资者关注“第四节 风险因素”中的下列风险，此处为概括性描述：

### （一）发行人拥有的互联网技术被复制，不能持续保持相关技术独特性、创新性和先进性的风险

近年来从事大数据及整合数字营销的企业数量迅速增加，市场竞争日趋激烈，竞争企业或潜在竞争企业有可能复制或推出发行人已有的相关技术产品。

如果发行人不能在技术上针对平台变化做出前瞻性判断、快速响应与精准把握，将导致发行人的技术服务不能适应客户“互联网+”和大数据应用服务与时俱进的迭代需要，从而根本上削弱发行人的市场竞争力。

### （二）侵犯个人隐私权的潜在法律风险

根据《国家安全法》（2015）、《网络安全法》、《密码法》等相关法律法规，大数据的汇集与分析应用，例如即时位置状态、交易和浏览行为等信息聚合，给个人隐私保护和信息数据安全带来很大挑战。一旦公司员工或数据合作方、客户基于自身原因造成了信息的不当泄露或使用，将会对公司声誉造成不利影响，甚至可能因侵犯个人隐私而受主管部门处罚或被用户投诉，或因侵犯个人隐私权导致诉讼或仲裁等纠纷，进而可能会对公司的业务开展造成不利影响，影响公司的经营业绩。

### （三）经营业绩下滑的风险

公司 2019 年 1-9 月经审阅的营业收入为 32,217.55 万元，同比上升 68.41%；归属于母公司股东的净利润为 2,330.44 万元，同比下降 24.57%；实现扣除非经

常性损益后归属于母公司股东净利润为 2,015.14 万元，同比下降 25.65%。受市场竞争加剧、销售费用和研发投入增加等的影响，公司可能面临 2019 年度经营业绩下滑的风险。

#### （四）市场竞争加剧的风险

目前，互联网和大数据应用行业的从业企业数量较多，行业竞争较为充分。如果公司不能及时壮大资本实力、进一步提高品牌知名度，或者不能持续保证或提升对客户服务的性价比（技术解决方案和服务价格的综合优势），则公司将面临竞争优势削弱、市场竞争力下降的风险。

#### （五）商业秘密和核心技术泄露的风险

公司长期积累的数据资源、自主研发的互联网和大数据技术产品、客户资源等均为公司重要的核心技术及商业秘密。若公司不能对商业秘密和核心技术实施持续有效的保护，公司的竞争优势可能会遭到削弱，并影响公司的经营业绩。

#### （六）应收账款增加的风险

报告期各期末，公司的应收账款账面净值分别为 6,942.54 万元、11,151.60 万元、17,257.88 万元和 21,002.61 万元，占当期期末资产总额的比重分别为 30.08%、41.64%、49.22%和 55.18%。如果公司不能妥善管理资金回笼，将面临如下的财务风险：第一，坏账准备计提金额有可能进一步提高，影响当期经营业绩；第二，应收账款周转率下降，导致公司营运资金周转压力可能进一步增加；第三，如果出现客户违约，则不排除形成坏账损失的风险。

#### （七）毛利率持续下降的风险

最近三年一期，公司的主营业务毛利率分别为 54.45%、54.33%、33.94%、25.04%，报告期内持续下降。如果未来下游客户需求变化，服务或应用结构变化，或者公司自身技术水平跟不上行业的发展方向，公司的市场竞争力将受到不利影响，进而导致公司综合毛利率下降。

#### （八）经营性现金流状况不佳的风险

最近三年一期，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 2,164.23 万元、432.73 万元、-3,282.25 万元和-2,647.07 万元，下降的主要原因是：公司服务的

主要客户系大型知名企业，客户履行付款流程有一定的周期，随着公司经营规模的扩大，应收账款随之增长。如果公司不能多渠道及时筹措资金或者应收账款不能及时收回，可能会导致营运资金紧张，加大公司资金周转的压力。

#### （九）下游行业波动或客户基本面变化引致的风险

最近三年，发行人约 50% 的营业收入源自汽车、快消零售行业的品牌客户，其中，汽车行业客户贡献了约三分之一的收入。

据中国汽车工业协会统计数据显示，2018 年和 2019 年 1-9 月，我国汽车产销量连续下滑，汽车行业继续承受较快下降的压力。公司的主要汽车客户长安汽车、长安福特最近二年也随汽车行业的整体发展情况出现不同程度的产销下滑。

家乐福（中国）系公司在快消零售行业的主要客户，2019 年家乐福中国的控股权被苏宁易购收购，尽管截至目前发行人与家乐福的业务正常运行，但对未来业务的影响尚不明确。另外，公司快消品的主要客户之一——汇源近期也发生了股权变化。该两家客户的股东变化一定程度上导致客户回款期延长。

公司的服务对象是实体企业，与实体经济的景气度息息相关。如下游行业（如汽车行业）发生景气度周期波动，或主要客户自身情况发生重大变化（如股权变动、经营策略调整），一方面可能导致公司的销售增长受阻甚至出现负增长，另一方面客户资金紧张的压力将传导至供应商，可能导致相关客户的应收账款账期延长。

#### （十）经营业绩季节性波动风险

基于客户市场需求因素的影响，公司的收入呈现有较明显的季度性波动，公司收入的实现主要体现在下半年，其主要原因为：上半年特别是第一季度节假日较多，大多数客户在该阶段主要是制定年度总体策略、比稿竞标和执行开始初期，上半年直接完工项目相对较少，而在第二季度之后特别是下半年进入项目实施和执行的高峰阶段，也是客户需求最为旺盛的阶段，较多项目通常在下半年执行完毕，因此公司收入主要体现在下半年特别是第四季度。公司业务的季节性特征可能导致公司经营业绩的季节性波动。

投资者不宜以单季度或半年度数据推测公司的全年经营业绩情况。

#### （十一）中间代理商收入占比增加的风险

报告期内，发行人中间代理商收入占比逐年升高，由 2016 年的 2.94% 上升到 2019 年 1-6 月的 42.41%。2018 年以来，公司逐步新承接了一些中间代理商的数字媒体精准投放业务，这是导致最近一年一中间代理商收入和占比大幅增加的主要因素。

由于发行人数字媒体投放业务才刚刚起步，现阶段及今后一段时间的发展和运营将继续存在通过相关中间代理商进行业务开拓，因此，未来可能存在中间代理商收入占比增加的风险。

### （十二）数字媒体投放收入增加可能造成对公司营运资金压力的风险

公司数字媒体投放业务属于该行业的新进者，处于起步阶段，业务规模尚小，因此毛利率相对较低，造成对发行人运营资金压力较大。

随着发行人基于智能营销等技术优势的发挥，将逐步争取更多数量的客户和更大体量的投放规模，因此，未来数字媒体投放收入规模的增加，可能导致加剧公司营运资金压力的风险。

### （十三）发行失败风险

根据《上海证券交易所科创板股票发行与承销实施办法》，如果公司预计发行后总市值不满足在招股说明书中明确选择的市值与财务指标上市标准，或者首次公开发行股票网下投资者申购数量低于网下初始发行量，应当中止发行。因此，公司存在未能达到预计市值上市条件或发行认购不足等发行失败风险。

## 九、财务报告审计截止日后主要经营情况及财务数据

### （一）2019 年三季度财务信息、经营状况

公司财务报告审计截止日为 2019 年 6 月 30 日。公司 2019 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2019 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注未经审计，但已由立信会计师事务所（特殊普通合伙）进行了审阅，并出具了《审阅报告》（信会师报字[2019]第 ZD10249 号）。公司财务报告审计截止日后经审阅的主要财务信息及经营情况如下：

截至 2019 年 9 月 30 日，公司的资产总额为 38,755.14 万元，负债总额为 3,621.92 万元，归属于母公司股东的权益为 35,023.54 万元。2019 年 1-9 月，公



司实现营业收入 32,217.55 万元，较去年同期增长 68.41%；归属于母公司股东的净利润为 2,330.44 万元，同比下降 24.57%；实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为 2,015.14 万元，同比下降 25.65%。

## （二）2019 年全年经营业绩的预计情况

2019 年度发行人业绩预告情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月 (经审阅)	2019 年度 (预计)	2018 年度 (经审计)	2019 年较 2018 年变动 比例
营业收入	32,217.55	40,000.00 至 45,000.00	30,677.68	30.39%至 46.69%
净利润	2,354.98	2,950.00 至 3,650.00	4,294.03	-31.30%至 -15.00%
归属于母公司股东的净利润	2,330.44	2,900.00 至 3,600.00	4,449.05	-34.82%至 -19.08%
扣非后归属于母公司股东的净利润	2,015.14	2,600.00 至 3,300.00	4,073.21	-36.17%至 -18.98%

公司预计的 2019 年全年营业收入金额为 40,000.00 万元至 45,000.00 万元，较 2018 年全年营业收入增长 30.39%至 46.69%。

但受市场竞争加剧、公司研发投入持续加大、销售费用增加等多重因素的影响，公司预计 2019 年全年归属于母公司股东的净利润金额为 2,900.00 万元至 3,600.00 万元，较 2018 年全年下降 19.08%至 34.82%，扣非后归属于母公司股东的净利润金额为 2,600.00 万元至 3,300.00 万元，较 2018 年全年下降 18.98%至 36.17%。

虽然 2019 年全年预计净利润下滑，但是发行人经营情况基本稳定，经营业务和业绩水平处于正常状态，对发行人的持续经营能力不构成重大不利影响。

前述 2019 年全年业绩情况系发行人初步测算的结果，不构成发行人的盈利预测或业绩承诺。

具体信息详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

## 目 录

声明.....	3
重大事项提示 .....	4
一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以 及相关股东持股及减持意向等承诺.....	4
二、稳定股价的承诺.....	4
三、对欺诈发行上市的股份购回承诺.....	4
四、本次发行前滚存未分配利润的安排.....	4
五、本次发行后的公司股利分配政策.....	4
六、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺.....	4
七、上述承诺履行的约束措施.....	5
八、特别风险提示.....	5
九、财务报告审计截止日后主要经营情况及财务数据.....	8
目 录.....	10
第一节 释 义 .....	15
第二节 概 览 .....	20
一、发行人及本次发行的有关中介机构基本情况.....	20
二、本次发行概况.....	21
三、发行人主要财务数据及财务指标.....	23
四、发行人主营业务经营情况.....	23
五、发行人技术及未来发展战略.....	26
六、发行人选择的具体上市标准.....	28
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项.....	29
八、募集资金用途.....	29

<b>第三节 本次发行概况 .....</b>	<b>30</b>
一、本次发行的基本情况.....	30
二、本次发行的有关当事人.....	31
三、发行人与中介机构的股权关系或其他权益关系.....	33
四、与本次发行上市有关的重要日期.....	33
<b>第四节 风险因素 .....</b>	<b>34</b>
一、技术风险.....	34
二、经营风险.....	35
三、财务风险.....	40
四、内控风险.....	42
五、法律及政策风险.....	44
六、募投项目相关的风险.....	46
七、发行失败风险.....	46
<b>第五节 发行人基本情况 .....</b>	<b>47</b>
一、发行人基本情况.....	47
二、发行人及其前身设立情况.....	47
三、发行人报告期内的重大资产重组情况.....	59
四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况 .....	62
五、公司搭建境外红筹架构及终止过程.....	62
六、发行人的股权结构图和组织结构.....	71
七、发行人分公司及控股、参股公司情况.....	73
八、发起人、持有 5% 以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况 .....	89
九、发行人股本情况.....	98
十、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员.....	106
十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况..	115
十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况.....	119

十三、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、承诺及履行情况.....	121
十四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员近两年变动情况及原因.....	122
十五、发行人员工情况.....	124
<b>第六节 业务和技术 .....</b>	<b>127</b>
一、公司主营业务、主要服务及其变化情况.....	127
二、公司所处行业的基本情况.....	148
三、公司的销售情况和主要客户.....	186
四、公司的采购情况和主要供应商.....	213
五、与公司业务相关的资源要素.....	219
六、特许经营权.....	234
七、核心技术和研发.....	234
八、公司的境外经营情况.....	267
<b>第七节 公司治理与独立性 .....</b>	<b>270</b>
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会运行及履职情况.....	270
二、管理层对内控制度的自我评估及注册会计师的鉴证意见.....	273
三、发行人最近三年及一期违法违规行情况.....	274
四、公司独立性.....	274
五、同业竞争情况.....	276
六、关联方与关联关系.....	281
七、关联交易.....	284
八、比照关联方披露的交易.....	299
九、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见.....	300
十、报告期内关联方的变化情况.....	300
十一、关联方占用发行人资金及发行人对关联方的担保情况.....	303

十二、发行人关于对外投资、担保事项和资金管理的政策制度安排及执行情况.....	303
---	-----

## **第八节 财务会计信息与管理层分析 .....308**

一、发行人财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准.....	308
二、对发行人持续经营能力或财务状况可能产生影响的重要因素.....	308
三、发行人报告期的财务报表.....	309
四、审计意见类型.....	315
五、合并财务报表的范围及变化情况.....	315
六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	317
七、经注册会计师鉴证的非经常性损益.....	348
八、适用税率及享受的主要财政税收优惠政策.....	349
九、报告期主要财务指标.....	351
十、经营成果分析.....	352
十一、公司资产质量分析.....	389
十二、偿债能力、流动性及持续经营能力分析.....	423
十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....	431
十四、盈利预测报告.....	431
十五、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况.....	431

## **第九节 募集资金运用与未来发展规划 .....438**

一、募集资金使用概况.....	438
二、募集资金投资项目情况介绍.....	439
三、公司董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见.....	463
四、公司战略规划.....	465

## **第十节 投资者保护 .....469**

一、投资者关系的主要安排.....	469
二、股利分配政策.....	472

三、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等做出的重要承诺及履行情况.....	477
<b>第十一节 其他重要事项 .....</b>	<b>495</b>
一、重要合同.....	495
二、发行人对外担保的有关情况.....	511
三、重大诉讼或仲裁事项.....	511
四、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及行政处罚、立案调查的情况.....	511
五、报告期内重大违法情况.....	511
<b>第十二节 有关声明 .....</b>	<b>513</b>
一、公司全体董事、监事、高级管理人员声明.....	513
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	514
三、保荐人（主承销商）声明.....	515
四、发行人律师声明.....	517
五、会计师事务所声明.....	518
六、验资及验资复核机构声明.....	519
七、资产评估机构声明.....	520
<b>第十三节 附件 .....</b>	<b>522</b>

## 第一节 释义

本招股说明书中，除非另有所指，下列简称具有如下含义：

一、普通术语		
公司、本公司、发行人、股份公司、博拉网络	指	博拉网络股份有限公司
有限公司、博拉有限、博拉网络有限	指	重庆博拉网络发展有限公司，本公司的前身
博啦互联	指	重庆博啦互联网信息服务有限公司，本公司前身的曾用名称
同趣控股、同趣科技、控股股东	指	重庆同趣控股有限公司（原名重庆同趣科技有限公司），本公司的控股股东
海奇天	指	重庆海奇天企业管理有限公司（原名重庆海奇天科技有限公司），同趣控股的控股股东
海信天	指	重庆海信天企业管理有限公司
海同天	指	重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）
北京博拉	指	博拉网络（北京）有限公司（原名北京博拉广告传媒有限公司），本公司的子公司
上海博拉	指	上海博拉广告传播有限公司，本公司的孙公司
上海网延	指	上海网延文化传媒有限公司，本公司的子公司，已于 2019 年 1 月 3 日注销
博聚智海	指	重庆博聚智海电子商务有限公司，本公司的子公司
博拉智胜	指	重庆博拉智胜数字科技有限公司，本公司的控股孙公司
广州博拉	指	广州博拉广告有限公司，本公司的子公司
成都网客	指	成都网客广告传媒有限公司，本公司的子公司
昆明博拉	指	昆明博拉飞鱼科技有限公司，本公司的孙公司
北京耀途	指	北京耀途科技有限公司，原为本公司的孙公司（北京博拉广告传媒有限公司的控股子公司），2016 年已出售
长沙耀途	指	长沙耀途信息科技有限公司，北京耀途的全资子公司
重庆云集通	指	重庆云集通广告传媒有限公司，本公司的子公司
博拉智略	指	重庆博拉智略科技有限公司（原名重庆博拉智略广告传媒有限公司），本公司的控股子公司
赢盛达	指	重庆赢盛达科技有限公司，本公司的子公司
赢睿达	指	重庆赢睿达数字技术有限公司，本公司控股子公司
伍觉软件	指	重庆伍觉软件有限公司，本公司的控股子公司
星趣游	指	天津星趣游科技有限公司，本公司的控股子公司，已于 2019

		年1月9日注销
职学大伽	指	重庆职学大伽信息技术咨询有限公司，本公司的参股子公司
聚企智业	指	重庆聚企智业大数据有限公司，本公司的子公司
艺点意创	指	天津艺点意创科技有限公司，本公司的参股子公司
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》（2018修正）
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
公司章程	指	博拉网络股份有限公司章程
股东大会	指	博拉网络股份有限公司股东大会
董事会	指	博拉网络股份有限公司董事会
监事会	指	博拉网络股份有限公司监事会
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
交易所	指	上海证券交易所
保荐人、保荐机构（主承销商）	指	申万宏源证券承销保荐有限责任公司
发行人律师	指	北京德恒律师事务所
会计师、申报会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
本次发行	指	本公司本次申请在上海证券交易所科创板发行股票
A股	指	本次发行每股面值1元的人民币普通股股票
上市	指	本公司股票获准在上海证券交易所挂牌交易
元、万元	指	如非特指，均为人民币元、人民币万元
报告期、最近三年一期	指	2016年、2017年、2018年以及2019年6月30日
最近一年及一期	指	2018年以及2019年1-6月
最近一期末	指	2019年6月30日
<b>二、专业术语</b>		
数字营销	指	借助于互联网、电脑通信技术和数字交互式媒体来实现营销目标的一种营销方式
大数据	指	Big data无法在一定时间范围内用常规软件工具进行捕捉、管理和处理的数据集合，是需要新处理模式才能具有更强的决策力、洞察发现力和流程优化能力的海量、高增长率和多样化的信息资产
EDM	指	Enterprise Data Management，企业数据管理一个组织可以精确且轻易地整理并调用内部和外部的数据
DMP	指	Data Management Platform数据管理平台，是把分散的多方数据进行整合纳入统一的技术平台，并对这些数据进行标准化和细分，让用户可以把这些细分结果推向现有的互动营销环境里的平台
NLP	指	Natural Language Processing 自然语言处理是人工智能（AI）的一个子领域



<b>数据挖掘</b>	指	从大量的数据中通过算法搜索隐藏于其中信息的过程。数据挖掘通常与计算机科学有关，并通过统计、在线分析处理、情报检索、机器学习、专家系统（依靠过去的经验法则）和模式识别等诸多方法来实现上述目标
<b>网络蜘蛛</b>	指	一种基于互联网的数据获取程序，通过网页的链接地址来寻找网页，从网站某一个页面（通常是首页）开始，读取网页的内容，找到在网页中的其它链接地址，然后通过这些链接地址寻找下一个网页，这样一直循环下去，直到把这个网站所有的网页都抓取完为止
<b>物联网</b>	指	把所有物品通过信息传感设备与互联网连接起来，进行信息交换，即物物相息，以实现智能化识别和管理
<b>结构化数据</b>	指	是由二维表结构来逻辑表达和实现的数据，严格地遵循数据格式与长度规范，主要通过关系型数据库进行存储和管理
<b>非结构化数据</b>	指	不适于由关系型数据库二维表来表现的非结构化数据，包括所有格式的办公文档、XML、HTML、各类报表、图片和音频、视频信息等
<b>E2C</b>	指	E-service to Company，是博拉网络自主开发的数字商业大数据云平台，该平台基于大数据技术，由大数据资源库和上百款自主研发的数据应用组件构成，为客户提供在数字营销、电子商务服务、电子会员服务、物联网等业务场景的产品及服务。
<b>3C</b>	指	计算机（Computer）、通讯（Communication）和消费电子产品（Consumer Electronic）三类电子产品的简称
<b>O2O</b>	指	Online To Offline（在线离线/线上到线下），是指将线下的商务机会与互联网结合
<b>H5</b>	指	HTML的英文全称为Hyper Text Markup Language，即超文本标记语言，HTML不是一种编程语言，而是一种标记语言。HTML5是HTML的一个新版本
<b>KOL自媒体</b>	指	KOL是Key Opinion Leader的简称，意思是关键意见领袖。KOL被视为一种比较新的营销手段，它发挥了社交媒体在覆盖面和影响力方面的优势，通常被定义为：拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人。KOL自媒体通常是指在自媒体上有一定话语权和拥有一定规模粉丝数量的意见领袖
<b>WIKI</b>	指	通常指维基百科的知识发布，类似于在百度百科、百度知道等平台上的词条知识发布和进行主题探讨，可以帮助用户在WIKI系统平台中建立自己品牌相关的词条，用户搜索相关关键词时可以方便地触达该词条信息并进行扩展与探讨
<b>社交网络发布</b>	指	在以社交为核心的网络平台中的内容发布，例如常规的微博、微信、SNS网站、垂直行业社区（IT、汽车类等）、视频平台（如优酷、抖音等）、电商社交（如小红书等）、WIKI平台（如百度知道、知乎等）
<b>门户网站新闻推荐</b>	指	在以综合新闻为主的门户网站进行的主题推荐，例如今日头条、一点资讯、腾讯新闻、网易新闻、新浪新闻等

垂直媒体内容发布	指	在行业垂直媒体网站进行的内容发布，例如人民网（政务类）、汽车之家（汽车类）、凤凰财经（财经类）等，发布形式包括网站专题、人物专访、主题活动、软文和广告发布等
潜在客户	指	潜在的客户
集客	指	在一定时期内，集合有共同需求的人，一起直接从厂家采购所需产品
4A广告公司	指	4A一词源于美国，The American Association of Advertising Agencies的缩写，中文为“美国广告协会”。因名称里有四个单词是以A字母开头，故简称为4A。后来世界各地都以此为标准，取其从事广告业、符合资格、有组织的核心规则，再把美国的国家称谓改为各自国家或地区的称谓，形成了地区性的4A广告公司
CRM	指	Customer Relationship Management简称，客户关系管理
自媒体	指	普通公民或机构组织通过互联网等现代数字科技与全球知识体系相联，提供并分享他们的真实看法、自身新闻的一种途径和即时传播方式。公民用以发布自己亲眼所见、亲耳所闻事件的载体，如博客、微博、微信、论坛/BBS等网络社区
网络互动直播	指	针对有现场直播需求的用户，利用互联网（或专网）和先进的多媒体通信技术，通过在网上构建一个集音频、视频、桌面共享、文档共享、互动环节为一体的多功能网络直播平台，企业或个人可以直接在线进行语音、视频、数据的全面交流与互动
搜索引擎营销	指	搜索引擎营销（SEM），包括搜索引擎优化（SEO）、搜索关键字广告等。搜索引擎优化是指对网站的内容和结构进行优化，以提升网站内容被各搜索引擎排名靠前的机会。搜索关键字广告指公司通过搜索引擎公司购买关键字，当用户用此关键字搜索时，该公司产品出现在搜索页上，以吸引用户点击链接进入商家的网站，促进交易的发生
DSP	指	Demand-Side Platform的简称，即需求方平台。DSP帮助广告主在互联网或者移动互联网上进行广告投放，可以使广告主更简单便捷地遵循统一的竞价和反馈方式，对位于多家广告交易平台的在线广告，以合理的价格实时购买高质量的广告库存
CPM	指	Cost Per Mille的简称，即每千人成本。按访问人次收费已经成为网络广告的惯例。CPM指的是广告投放过程中，听到或者看到某广告的每一人平均分担到多少广告成本
CPC	指	Cost Per Click的简称，即每点击成本。以每点击一次计费
CPA	指	Cost per Action的简称，根据每个访问者对网络广告所采取的行动收费的定价模式
CPS	指	Cost Per Sale的简称，即以实际销售产品数量来换算广告刊登金额
硬广	指	“硬广告”的简称，广告界中的行话。一般指在报刊杂志、户外广告牌、电台、电视台、网络等直接宣传产品的纯广告形式

<b>软广</b>	指	“软广告”的简称，媒体刊登或广播的有偿形象稿件、以及企业各种类型的活动赞助被业界称为“软广告”。与“硬广”的区别在于软广非强迫性的说教，追求的是润物无声的传播效果
<b>域名</b>	指	互联网络上识别和定位计算机的层次结构式的字符标识，与该计算机的互联网协议（IP）地址相对应
<b>CNNIC</b>	指	中国互联网络信息中心
<b>第一方数据</b>	指	自有数据，大多数公司的自有数据就是数据库里面的用户产生的业务数据或者是通过日志收集一些用户的行为数据
<b>第三方数据</b>	指	由专业的数据采集公司从别的平台或网站集合而来的数据

本招股说明书主要数值保留两位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

## 第二节 概 览

本概览仅对招股说明书全文做扼要提示。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有关中介机构基本情况

#### （一）发行人基本情况

发行人基本情况			
发行人名称	博拉网络股份有限公司	成立日期	有限公司成立日期： 2006年4月18日 股份公司设立日期： 2015年8月20日
注册资本	9,100万元	法定代表人	龙峰
注册地址	重庆市渝北区金开大道 西段106号17幢	主要生产经营地址	重庆市渝北区金开大 道西段106号17幢
控股股东	重庆同趣控股有限公司	实际控制人	童毅
行业分类	《上市公司行业分类指 引》（2012年修订）中的 “I64-互联网和相关服务 业”；《国民经济行业分 类》（GB/T4754-2017）， 中的“I6450-互联网数据 服务”	在其他交易所（申请） 挂牌或上市的情况	2015年11月30日，公司 正式在全国中小企业 股份转让系统挂牌，股 票代码834484；自2017 年9月18日起，公司股 票终止在全国中小企 业股份转让系统挂牌

**（二）本次发行的有关中介机构**

本次发行的有关中介机构			
保荐人	申万宏源证券承销保荐 有限责任公司	主承销商	申万宏源证券承销保 荐有限责任公司
发行人律师	北京德恒律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	立信会计师事务所（特殊 普通合伙）	评估机构	重庆华康资产评估土 地房地产估价有限责 任公司

**二、本次发行概况****（一）本次发行的基本情况**

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	1.00元		
发行股数	不低于30,333,334股，公司 和主承销商可以在发行方 案中采用超额配售选择权	占发行后总股本 比例	不低于25%
其中：发行新股数量	不低于30,333,334股，公司 和主承销商可以在发行方 案中采用超额配售选择权	占发行后总股本 比例	不低于25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本 比例	无
发行后总股本	不低于121,333,334股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（发行价格除以每股收益，每股收益按发行前一年度经审计的 扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以发行 后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】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（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	采用网下对投资者询价配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式（包括但不限于向战略投资者配售股票）		
发行对象	符合国家法律法规和监管机构规定的询价对象和在上海证券交易所开设人民币普通股（A股）股票账户的合格投资者（国家法律、法规和规范性文件禁止的认购者除外）		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	本次发行的保荐费、审计费、评估费、律师费、发行手续费等相关费用由公司承担；本次发行的承销费由公司承担，在发行新股所募集资金中扣减		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	区域方案中心建设项目		
	企业数据资产管理云平台升级改造项目		
	总部基地建设项目		
	补充流动资金		
发行费用概算	【】万元		

## （二）本次发行上市的重要日期

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	本次股票发行结束后将尽快申请在上海证券交易所上市

### 三、发行人主要财务数据及财务指标

本公司报告期的财务报告已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计（信会师报字[2019]第ZD10226号），报告期的以下财务数据均摘自业经审计的财务报告或据此计算得出：

单位：万元

项目	2019年1-6月 /2019.6.30	2018年度 /2018.12.31	2017年度 /2017.12.31	2016年度 /2016.12.31
资产总额	38,065.09	35,063.43	26,780.93	23,077.91
归属于母公司股东权益	34,387.76	32,891.96	25,342.06	21,597.43
资产负债率（母公司）	7.26%	4.17%	3.39%	5.34%
营业收入	21,448.22	30,677.68	17,964.07	15,951.55
净利润	1,777.87	4,294.03	4,055.27	3,863.29
归属于母公司股东的净利润	1,748.37	4,449.05	4,057.77	3,847.57
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	1,530.70	4,073.21	3,597.66	3,563.93
基本每股收益（元/股）	0.19	0.51	0.46	0.44
稀释每股收益（元/股）	0.19	0.51	0.46	0.44
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）（%）	4.53%	14.79%	15.26%	18.05%
经营活动产生的现金流量净额	-2,647.07	-3,282.25	432.73	2,164.23
现金分红	—	264.00	528.00	308.00
研发投入占营业收入的比例	4.71%	4.51%	8.75%	8.52%

### 四、发行人主营业务经营情况

#### （一）主营业务或产品

本公司经核定的经营范围为：网络信息咨询；计算机系统服务；计算机软件及辅助设备的技术开发、销售；设计、制作、发布广告。销售汽车及配件。（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）。

博拉网络是企业大数据服务提供商，基于自主研发的 E2C（E-service to Company）数字商业大数据云平台，通过“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式，为企业客户提供技术开发服务和大数据应用服务（主要包括数据分析咨询、数据采集和管理、增值运营服务，以及大数据在数字营销、电子商务、客户关系

管理等应用场景的行业解决方案），帮助实体企业构建大数据资产和智能应用平台，实现以数据为驱动力的数字化转型升级。

自 2006 年成立以来，公司为众多实体企业提供了数字营销、电商、会员管理等项目服务，并在服务过程中不断积累和沉淀数据资源，通过对各类数字媒体和各种营销渠道（包含基于社交媒体的信息挖掘、全网监测及 SEM 挖掘、线上及线下互动活动、EDM、网站浏览、移动 APP 应用、CRM、销售网点、用户会员组织、数字媒体广告投放、行业数据等）的数据采集和整合，构建了精准人群数据库，以及在汽车、快消、3C 家电、电商和零售等主要垂直行业的用户数据库。

公司基于大数据平台为企业级客户提供的服务主要分为技术开发和大数据应用服务两大类：

1、技术开发服务：针对企业客户的行业属性和个性化需求，公司为其定制开发大数据应用系统及其他相关技术产品，主要包括数据采集工具、多渠道数据整合平台、数据分析系统、会员数据管理和运营平台，以及涉及企业管理、精准营销、电子商务、物联网、人工智能等各类场景应用的技术工具等，帮助企业客户利用数据资源，激发数据价值，通过数据应用提升企业在管理决策、市场传播、产品销售、客户服务等方面的经营效果。

2、大数据应用服务：公司基于 E2C（E-service to Company）大数据云平台和应用组件库的技术产品，为企业客户提供大数据在以营销为主的各商业场景的应用解决方案，主要分为大数据营销及运营、数字媒体投放、电商及其他三种类型。

在实际经营中，公司的上述两个业务板块紧密相关、相辅相成，为客户提供“技术开发+应用服务”的整合性服务，不仅能为其开发技术系统和平台，还能提供系统平台的后续运营和应用服务。

## （二）主要经营模式

### 1、公司的盈利模式



公司通过 E2C 大数据云平台及大数据应用技术产品体系，向企业客户提供技术开发服务和大数据应用服务，帮助客户采集、管理、分析、挖掘精准用户数据，并将用户数据在各个商业应用场景进行价值激活，并向客户收取相应的服务费用。

## 2、采购模式

公司的对外采购主要系为客户提供的整合性服务项目中涉及的部分需要外包的服务内容，如各类自媒体，视频、美术、动画等创意作品的设计和制作、网络内容发布、线下活动执行、数字媒体投放，以及买断式销售业务的货物采购等。公司建立了供应商资源数据库，通过价格谈判或招标程序，按“质优、价廉”的原则货比多家，择优采购。

## 3、服务模式

公司的服务模式主要分为三种：（1）直客（即“直接客户”，指建立直接合作关系的终端企业客户）的整体框架服务或年度代理服务；（2）直客的项目定制服务（即“个案”，case by case）；（3）中间代理商的项目外包服务。

## 4、营销模式

公司服务的客户主要系各行业内具有较高知名度的大型实体企业，公司主要通过竞标方式（招投标或者“比稿比价”）获取业务订单。除此以外，部分业务采取与中间代理商合作的方式，即中间代理商与终端客户确立代理关系后，将终端客户的部分或全部数字技术服务或媒体资源项目委托公司实施。

### （三）竞争地位

公司的管理和技术核心团队曾创立了奇虎网（类似“今日头条”APP 的搜索聚合应用模式），具备互联网产品技术底蕴。因此，有别于大多数以广告代理起家的数字营销企业，公司的核心竞争力体现在以技术驱动的“大数据+技术产品+应用服务”业务模式，在技术产品创新、技术产品成熟度、数据资源、整合服务能力等方面具备相对竞争优势。

公司的主要客户为世界和国内知名各行业的头部企业，且与大部分客户保持长期稳定的合作关系，在业内具备较高的市场认可度。

公司系全国信息技术标准化技术委员会大数据标准工作组全权成员单位，共同参与我国大数据领域国家标准、行业标准的规划及制定工作。

## 五、发行人技术及未来发展战略

目前国内外大数据行业领域和权威专家学者的普遍共识，是成熟的开源技术已经成为大数据发展的基石，形成了完整的大数据开源组件图谱，被包括谷歌、IBM、Oracle、华为在内的国内外所有大数据企业广泛使用，并在开源框架上开发大量自有产品和进行应用创新。在开源的生态环境中，大数据企业核心价值体现在是否优化提升现有数据处理工具的效率，能够为行业和客户 provide 满足其需求的大数据工具和应用服务，让大数据在应用场景中产生真正的实用价值。目前，决策支持、效率提升和精准营销成为大数据最主要的应用功能。

博拉网络作为企业大数据服务提供商，依托积累了十多年的行业数据资源与 E2C 大数据云平台，为企业提供多类型大数据软件的技术开发，并帮助企业在数字营销、媒体投放、电子商务、客户关系管理等多个主要商业场景中运营、升级这些大数据软件，应用大数据帮助企业制定决策、提升效率和实施精准营销，构建实体企业的大数据资产和智能应用平台。

### （一）技术先进性

公司以互联网和大数据技术起家，在搜索引擎、数据采集和语义分析、信息挖掘技术方面积累了丰富的经验和实力，为公司以大数据为核心的技术产品研发和创新奠定了坚实的基础。

公司在长期为企业客户提供服务的实践中，持续加强技术研究和产品创新探索，不断升级主要的技术和产品体系，开发了自有的数据挖掘算法和计算引擎，将机器深度学习等人工智能技术引入数据的处理、加工流程中，构建了个性化标签体系和精准人群数据中心，具备了对数据的采集、存储、智能运算和管理能力，以及实时的全网数据监测分析能力，掌握了大数据核心关键技术，形成了以 E2C（E-service to Company）大数据云平台为技术核心，以“大数据+技术产品+应用服务”为主要业务模式的企业大数据智能应用体系，创新研发了一批拥有自主知识产权的大数据应用技术产品，涉及的大数据场景应用较为丰富，并结合了云计

算、人工智能、物联网、虚拟现实等前沿技术，覆盖了企业经营决策分析、市场传播、销售、CRM、现场管理等主要业务环节。

公司拥有自主知识产权的核心技术及先进性表征，参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“七、（一）1、公司的核心技术、技术来源、技术先进性及具体表征、对应的相关发明专利情况”。

## （二）模式创新性

本公司为企业客户提供的大数据服务的创新性体现于以下几个方面：

1、在业界较早推出了企业大数据整合服务模式。企业客户的大数据应用服务需求，并不是简单地提供用户数据源，或是单纯的软件开发、营销策划的概念。公司的企业大数据服务体系，采用了“大数据+技术产品+场景应用”三位一体的整合服务模式，可为企业提供“大数据整体解决方案——多元数据的整合和分析挖掘——大数据应用技术产品开发——大数据场景应用（营销、运营、电商、客户关系管理）——会员数据增值运营”的全过程服务，覆盖了企业经营决策分析、市场传播、销售、客户关系管理、经营现场管理等主要业务环节，为其构建较为完整有效的大数据应用体系。

2、创新推出了多场景的大数据应用产品体系。发行人将大数据与云计算、人工智能、物联网、虚拟现实等前沿技术有机结合，创新研发了近百项拥有自主知识产权的大数据应用技术产品，形成了产品矩阵体系，大数据应用场景较为丰富，涉及营销及运营、电子商务、数字媒体投放、物联网等多个主要应用场景板块，可以满足不同行业、不同应用领域的客户需求。

3、创新推出了支持用户自定义的技术组件平台。发行人的大数据应用技术体系主要由 E2C 大数据平台和上百款自主研发的数据应用技术组件构成，企业客户可以自定义选择组件库中的技术产品模块，组合成吻合其应用需求的大数据系统平台，从而以更快的部署速度和更低的成本，获取更贴近其实际需求的技术产品和应用体系。

4、创新推出了构建“企业数据资产平台”的行业解决方案。发行人基于 E2C（E-service to Company）大数据云平台为企业客户提供大数据行业解决方案，帮助客户兼容、连接企业内外部的多种数据源（生产、业务渠道、营销、CRM 等）和数据技术系统，整合和管理各类零散数据，形成共享数据服务体系，进行数据

的管理、运营和可视化分析，通过统一的数据平台标准化、易使用、可视化地输出数据应用价值，帮助企业积累自有的大数据资产，以数据驱动企业商业运营的优化升级。

### （三）研发技术产业化情况

公司高度重视研发产品转化应用，近三年来加快了转化的科研成果，公司已将技术成果有效转化为经营成果。

公司为实体企业提供“大数据整体解决方案——多元数据的整合和分析挖掘——大数据应用技术产品开发——大数据场景应用（营销、运营、电商、客户关系管理）——会员数据增值运营”的全过程服务，帮助企业构建完整的大数据资产及应用体系。因此，在业务开展中，公司的核心技术产品服务是综合利用、有机结合、相辅相成的，从而体现公司大数据整体解决方案服务商的定位。

报告期内，公司核心技术产品服务收入占主营业务收入的比例为 100%。

### （四）未来发展战略

公司作为企业大数据技术与应用服务提供商，将凭借在大数据、人工智能、云计算领域的核心优势，服务好数字中国建设，提升企业数字化、智能化应用水准，推动优质中国企业践行“走出去”战略，从而提升中国企业的国际竞争力。此外，公司将继续发挥行业优势，积极开拓优质客户和中小企业客群，将自身打造成具有全球影响力的大数据智能服务提供商。

未来三年，公司将继续加大在大数据核心技术方面的研发投入，保持自身优势，丰富软件工具的内容并提高多样化程度，推升科研成果转化率，实现更多场景应用，实现跨行业、多产业链的融合发展。

## 六、发行人选择的具体上市标准

根据上海证券交易所发布的《上海证券交易所科创板股票发行上市审核规则》，发行人选择如下具体上市标准：

“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。”

## 七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理特殊安排等重要事项。

## 八、募集资金用途

根据公司 2018 年年度股东大会决议，本次发行募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急的顺序用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	备案情况
1	区域方案中心建设项目	19,668.20	——
2	企业数据资产管理云平台升级改造项目	10,000.00	《重庆市企业投资项目备案证》（项目代码：2019-500112-65-03-067462）
3	总部基地建设项目	11,816.68	——
4	补充流动资金	9,000.00	——
	合计	<b>50,484.88</b>	

若本次发行实际募集资金不能满足上述项目的投资需求，资金缺口通过自筹资金解决。

本次发行募集资金到位前，若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投向中的全部或部分项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，本公司拟以自筹资金先期进行投入，待本次发行募集资金到位后，本公司可选择以募集资金置换先期已投入的自筹资金。同时授权董事会根据国家有关部门的意见，在上述范围内对具体项目和具体资金计划作出相应调整。

### 第三节 本次发行概况

#### 一、本次发行的基本情况

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	1.00元		
发行股数	不低于30,333,334股，公司和主承销商可以在发行方案中采用超额配售选择权	占发行后总股本比例	不低于25%
其中：发行新股数量	不低于30,333,334股，公司和主承销商可以在发行方案中采用超额配售选择权	占发行后总股本比例	不低于25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	无
发行后总股本	不低于121,333,334股		
每股发行价格	【】元		
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	申银万国创新证券投资有限公司（为实际控制保荐机构的证券公司依法设立的子公司）参与本次发行战略配售，具体按照上海证券交易所相关规定执行。保荐机构及申银万国创新证券投资有限公司将在发行前进一步明确参与本次发行战略配售的具体方案，并按规定向上海证券交易所提交相关文件		
发行市盈率	【】		
发行前每股净资产	【】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	【】		
发行方式	采用网下向网下投资者询价配售和网上资金申购发行相结合的方式，		

	或中国证监会和上海证券交易所认可的其他发行方式
发行对象	符合条件的网下投资者、在上海证券交易所开户的合格投资者（国家法律、法规及交易所规则禁止购买者除外）及中国证监会和上海证券交易所认可的配售对象
承销方式	余额包销
拟公开发售股份股东名称	无
发行费用的分摊原则	本次发行的保荐费、审计费、评估费、律师费、发行手续费等相关费用由公司承担；本次发行的承销费由公司承担，在发行新股所募集资金中扣减
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	区域方案中心建设项目
	企业数据资产管理云平台升级改造项目
	总部基地建设项目
	补充流动资金
发行费用概算	【】万元
（1）承销及保荐费用	【】万元
（2）审计及验资费用	【】万元
（3）评估费用	【】万元
（4）律师费用	【】万元
（5）用于本次发行的信息披露费用	【】万元
（6）发行手续费及材料制作费用	【】万元

## 二、本次发行的有关当事人

1. 保荐机构（主承销商）：申万宏源证券承销保荐有限责任公司

法定代表人：薛军

- 住所：**新疆乌鲁木齐市高新区（新市区）北京南路 358 号大成国际大厦 20 楼 2004 室
- 电话：**021-33389888
- 传真：**021-54047982
- 保荐代表人：**童笋、任俊杰
- 项目协办人：**申冬辉
- 项目组其他成员：**任灿、张露、张燕、曹思颖
- 2. 发行人律师：**北京德恒律师事务所
- 负责人：**王丽
- 住所：**北京市西城区金融街 19 号富凯大厦 B 座 12 层
- 电话：**010-52682708
- 传真：**010-52682999
- 经办律师：**徐建军、廖俊
- 3. 会计师事务所：**立信会计师事务所（特殊普通合伙）
- 执行事务合伙人：**朱建弟、杨志国
- 住所：**上海市黄浦区南京东路 61 号四楼
- 电话：**021-23280000
- 传真：**021-63392558
- 经办注册会计师：**唐湘衡、袁丁
- 4. 资产评估机构：**重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司
- 法定代表人：**殷翔龙
- 住所：**重庆市渝中区中山三路 168 号第 22 层
- 电话：**023-63870921
- 传真：**023-63637758
- 经办评估师：**柏露、何春明
- 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
- 营业场所：**中国（上海）自由贸易试验区陆家嘴东路 166 号
- 电话：**021-58708888
- 传真：**021-58899400



6. 申请上市证券交易所： 上海证券交易所
- 住所： 上海市浦东新区浦东南路 528 号
- 电话： 021-68808888
- 传真： 021-68804868
7. 主承销商收款银行： 中国工商银行股份有限公司北京金树街支行
- 户名： 申万宏源证券承销保荐有限责任公司
- 账号： 0200291409200028601

### 三、发行人与中介机构的股权关系或其他权益关系

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

### 四、与本次发行上市有关的重要日期

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	本次股票发行结束后将尽快申请在上海证券交易所上市

## 第四节 风险因素

投资于本公司的股票会涉及一系列风险。在购买本公司股票前，敬请投资者将下列风险因素连同本招股说明书中其他资料一并考虑。

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。为方便投资者投资决策参考，下述风险因素分类列示，同类型的风险根据重要性原则排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

### 一、技术风险

**（一）发行人拥有的互联网技术被复制，不能持续保持相关技术的独特性、创新性和先进性的风险**

互联网具有典型的更新迭代速度快的特征，发行人的业务模式、行业竞争优势均与大数据技术、互联网技术和新媒体技术的发展密切相关，与同行业可比公司的发展方向具有一定的相似性，也存在一定的差异性，在研发方向上会基于更符合自身业务发展需要进行，在技术上会存在相互借鉴及优化的情况。

近年来从事大数据及整合数字营销的企业数量迅速增加，市场竞争日趋激烈。随着行业技术的发展和更新，竞争企业或潜在竞争企业有可能复制或推出发行人已有的相关技术产品。

随着移动互联、大数据、云计算和社交媒体等的兴起和快速迭代，在及时把握大数据技术和新媒体技术的基础上，进行技术和产品的持续创新更迭，提高客户需求的响应速度，是发行人能否持续保持相关的技术独特性、创新性和先进性的决定性因素。如果发行人不能在技术上针对平台变化做出前瞻性判断、快速响应与精准把握，将导致发行人的技术服务不能适应客户“互联网+”和大数据应用服务与时俱进的迭代需要，从而根本上削弱发行人的市场竞争力。

**（二）商业秘密和核心技术泄露的风险**

公司长期积累的数据资源、自主研发的互联网和大数据技术产品、客户资源等均为公司重要的核心技术及商业秘密；虽然公司制定了严格的保密制度，采取申请知识产权保护、与员工签订保密协议等多种手段，以保护本公司的知识产权、核心技术和商业秘密，但仍不能确保公司的核心技术和商业秘密不被侵犯和泄露。若公司不能对商业秘密和核心技术实施持续有效的保护，公司的竞争优势可能会遭到削弱，并影响公司的经营业绩。

### （三）研发投入波动风险

报告期内，发行人研发投入分别为1,358万元、1,571万元、1,382万元和1,010.60万元，主要是当期研发项目所需要的研发人员和相关投入支出。由于每年的研发课题和具体内容有所差异，因此发行人每年的研发投入总额会存在小幅差异，但总体而言保持在合理的波动范围内。

虽然公司高度重视研发投入，并建立了完善的研发制度，但如果公司研发投入不能持续保持稳定或者增长，不能及时跟上技术发展和市场需求的变化，或者公司对行业及相关服务的市场发展趋势、研发方向判断失误，将对公司市场竞争力产生不利影响，并进一步影响公司的持续盈利能力。

### （四）正在申请中的专利可能无法获得授权的风险

公司目前有31项正在申请的专利，是否能够获得授权存在不确定性。虽然公司前期已对核心技术的主要构成组件以软件著作权的形式进行了有效保护，但若上述专利最终不能获得授权，则公司的核心技术可能无法从发明专利角度得到有效保护，可能会对公司的经营发展产生一定程度的不利影响。

## 二、经营风险

### （一）经营业绩下滑的风险

公司2019年1-9月经审阅的营业收入为32,217.55万元，同比上升68.41%；归属于母公司股东的净利润为2,330.44万元，同比下降24.57%；实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润为2,015.14万元，同比下降25.65%。受市场竞争加剧、销售费用和研发投入增加等的影响，公司可能面临2019年度经营业绩下滑的风险。

## （二）市场竞争加剧的风险

公司面临的竞争风险主要体现在以下两个层面：

第一，行业恶性竞争导致的风险。互联网和大数据应用近几年发展迅速，催生了大量的各种类型的互联网和大数据服务公司，行业竞争加剧，为了争取客户，部分公司在缺乏核心竞争力的情况下，用恶性竞争手段争取客户，给公司经营带来不利影响。

第二，跨界者的加入。随着传统行业“互联网+”行动的提速，互联网和大数据应用服务的蛋糕迅速做大，加之互联网行业没有限制性的准入政策，从而吸引了市场各路资本的热情参与。以其中大数据应用最为广泛的营销板块为例，在A股市场上除了以IPO方式直接上市的蓝色光标、省广集团、腾信股份、宣亚国际等营销服务类公司以外，其他行业的上市公司近年通过并购方式切入互联网和大数据营销的案例大量增加，如：利欧股份（SZ002131）收购上海漫酷、上海氩氩和琥珀传播；龙力生物（SZ002604）收购快云科技；联创互联（SZ300343）收购上海激创和上海麟动；兔宝宝（SZ002043）收购多赢网络等等。

目前，互联网和大数据应用行业的从业企业数量较多，行业竞争较为充分。本公司在资本实力、融资能力、并购能力、品牌扩散力等方面与已上市公司尚存在一定的差距，同时在服务价格方面也面临众多中小企业的充分竞争。如果公司不能及时壮大资本实力、进一步提高品牌知名度，或者不能持续保证或提升对客户服务的性价比（技术解决方案和服务价格的综合优势），则公司将面临竞争优势削弱、市场竞争力下降的风险。

## （三）模式创新的风险

互联网时代“唯一不变的是越来越快速的变化”。随着互联网、大数据与实体经济融合发展的不断深入，企业对互联网和大数据服务模式的需求也出现了巨大变化和提升，部分互联网和大数据服务提供商输出的产品不仅是数据本身，而是结合云计算、物联网等新一代信息技术实现融合发展，以具备商业智能和分布式计算的大数据平台形式提供服务，或者帮助企业客户构建平台形成数字资产。另外，在数据精度上的挖掘也在继续升级。不断进化的企业需求、多种技术交融和综合平台功能服务能力的持续提升均为模式创新提供了巨大的空间，模式变化

也为企业提供了发展机遇。如果公司不能拥有和保持持续模式创新的能力和机制，将会极大限制公司持续性发展的能力与空间。

#### （四）经营业绩季节性波动风险

基于客户市场需求因素的影响，公司的收入呈现有较明显的季度性波动，公司收入的实现主要体现在下半年，其主要原因为：上半年特别是第一季度节假日较多，大多数客户在该阶段主要是制定年度总体策略、比稿竞标和执行开始初期，上半年直接完工项目相对较少，而在第二季度之后特别是下半年进入项目实施和执行的高峰阶段，也是客户需求最为旺盛的阶段，较多项目通常在下半年执行完毕，因此公司收入主要体现在下半年特别是第四季度。公司业务的季节性特征可能导致公司经营业绩的季节性波动。

报告期内，公司营业收入的季节性变动具体情况如下表：

单位：万元

季度	2019年1-6月			2018年度		
	金额	比例	增幅	金额	比例	增幅
第一季度	8,297.74	38.69%	145.09%	3,385.53	11.04%	37.90%
第二季度	13,150.48	61.31%	84.58%	7,124.45	23.22%	31.26%
第三季度	—	—	—	8,620.54	28.10%	60.87%
第四季度	—	—	—	11,547.16	37.64%	144.50%
合计	21,448.22	100.00%	—	<b>30,677.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>70.77%</b>
季度	2017年度			2016年度		
	金额	比例	增幅	金额	比例	增幅
第一季度	2,455.13	13.67%	31.35%	1,869.16	11.72%	—
第二季度	5,427.63	30.21%	20.04%	4,521.35	28.34%	—
第三季度	5,358.57	29.83%	15.38%	4,644.37	29.12%	—
第四季度	4,722.74	26.29%	-3.94%	4,916.67	30.82%	—
合计	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>12.62%</b>	<b>15,951.55</b>	<b>100.00%</b>	—

投资者不宜以单季度或半年度数据推测公司的全年经营业绩情况。

#### （五）人力成本上涨的风险

根据公司现有的商业模式，人力成本是公司成本费用的主要组成部分。随着互联网和大数据人才竞争的加剧、以及社会整体薪酬水平的提升，公司的员工薪酬开支也呈现上涨趋势，导致公司面临营业成本及费用持续上升的压力。

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
支付给职工以及为职工支付的现金	3,437.90	6,107.35	5,365.02	5,159.43
工资增长率	—	13.84%	3.98%	33.11%
年末人员总数（人）	478	443	454	440
人均薪酬总额	7.19	13.79	11.82	11.73

随着未来公司服务规模的扩张，可预见公司的人力成本将持续增长。如果公司未能有效提高员工的生产效率、提升人力成本的投入产出比，则公司将面临盈利能力下降的风险。

#### （六）客户集中度较大的风险

最近三年一期，公司前十大客户销售额占当期营业收入总额的比例分别为58.52%、47.18%、54.05%、54.41%。报告期内，公司存在前十大客户销售占比较高的情形，进而对公司的经营产生以下两方面的风险：

第一，公司的核心客户均为行业知名企业和数字媒体投放代理商，在选择供应商时采取严格的招标（或“比稿比价”）程序，并且一般会定期重新招标，以保证供应商能够满足其互联网和大数据应用的动态需求。如果本公司在技术方案和服务价格方面不能持续保持竞争优势，可能会出现公司在客户重新招标选择供应商时流标的情形，导致公司失去核心客户。

第二，从公司现有核心客户的情况分析，其在互联网和大数据应用方向上的投入额度较大。但是，如果公司的客户集中度较高，而公司核心客户的经营状况一旦发生重大不利变化，可能会缩减整体运营支出，减少对公司的服务采购规模，从而对公司的收入产生不利影响。

#### （七）下游行业波动或客户基本面变化引致的风险

最近三年，发行人约50%的营业收入源自汽车、快消零售行业的品牌客户，其中，汽车行业客户贡献了约三分之一的收入。

自2009年以来，我国汽车产销规模已经连续10年位居全球第一，2018年中国汽车行业销量超过2,800万辆。经历了前期高速发展后，未来我国汽车行业很可能进入低速增长、结构调整（如行业并购、新能源汽车的推广）的新常态。最近二年，汽车行业面临着国内外经济增长波动、原材料及劳动力成本上升、汇率波

动、内外需求放缓、行业竞争加剧等不利因素，据中国汽车工业协会统计数据显示，2018年，我国汽车产销2,780.92万辆和2,808.06万辆，同比下降4.16%和2.76%，为1990年来首次年度下降；2019年1-9月，我国汽车产销量比上年同期分别下降11.4%和10.3%，汽车行业继续承受较快下降的压力，行业产销整体下降的趋势没有得到有效缓解。公司的主要汽车客户长安汽车、长安福特最近二年也随汽车行业的整体发展情况出现不同程度的产销下滑。

家乐福（中国）系公司在快消零售行业的主要客户，2019年家乐福中国的控股权被苏宁易购收购，尽管截至目前发行人与家乐福的业务正常运行，但对未来业务的影响尚不明确。另外，公司快消品的主要客户之一——汇源近期也发生了股权变化。该两家客户的股东变化一定程度上导致客户回款期延长。

公司的服务对象是实体企业，与实体经济的景气度息息相关。如下游行业（如汽车行业）发生景气度周期波动，或主要客户自身情况发生重大变化（如股权变动、经营策略调整），一方面可能导致公司的销售增长受阻甚至出现负增长，另一方面客户资金紧张的压力将传导至供应商，可能导致相关客户的应收账款账期延长。

#### （八）数字媒体投放收入增加导致主营业务模式、规模变化的风险

报告期内，发行人的大数据应用服务收入主要来自于营销及运营收入、数字媒体投放，特别是数字媒体投放业务从2018年开始起步，发展较快，最近一年一期占主营业务收入的比重分别为25.69%和38.44%。

对发行人而言，开展数字媒体投放业务并非简单的“广告投放业务”，而是公司适应数字新媒体发展新形势而自然延伸的大数据服务应用场景，构成公司大数据应用服务链条中的有机环节——一方面，在数字媒体投放过程中，按行业对投放数据包括投放时间、渠道、形式、内容、受众群体等信息进行收集，扩充了多个行业的数据库资源，使用户画像更精确，为数据算法的机器学习提供了样本资源；另一方面，更多的数据量、更精准的用户画像，通过不断的投放模型及算法优化，可以帮助客户有效提高销售转化率。

由于数字媒体投放业务具备“广告投放业务”的特征（客户的资金投入量较大，一般少则几百万元，多则上亿元），以及随着发行人基于智能营销等技术优

势的发挥，将逐步争取更多数量的客户和更大体量的投放规模，可能导致发行人的主营业务模式发生变化的风险。

### 三、财务风险

#### （一）应收账款增加的风险

报告期各期末，公司的应收账款账面净值分别为6,942.54万元、11,151.60万元、17,257.88万元和21,002.61万元，占当期期末资产总额的比重分别为30.08%、41.64%、49.22%和55.18%。最近三年的应收账款周转率分别为2.56、1.99、2.16，随着公司业务规模的扩大，公司的应收账款余额相应增加，应收账款周转率呈下降趋势。

报告期各期末，公司80%以上的应收账款账龄在1年以内，且客户大多为各行业龙头企业，信誉良好、支付能力强，应收账款总体回收风险可控。但是，由于公司客户普遍规模大，存在部分客户因内部审批、结算流程较长而不能按合同约定期限及时回款的情形，从而导致期末应收账款余额大幅增加。

未来，随着公司业务规模的持续扩大，应收账款规模预计仍将保持相应的增长，如果公司不能妥善管理资金回笼，将面临如下的财务风险：第一，坏账准备计提金额有可能进一步提高，影响当期经营业绩；第二，应收账款周转率下降，导致公司营运资金周转压力可能进一步增加；第三，如果出现客户违约，则不排除形成坏账损失的风险。

#### （二）毛利率持续下降的风险

最近三年一期，公司的主营业务毛利率分别为54.45%、54.33%、33.94%、25.04%，报告期内持续下降，主要原因是2018年起公司新增的数字媒体投放业务属于程序化购买，帮助客户在微信、今日头条等平台精准投放广告，该业务资金量大，毛利率低，是行业特性。此外，受行业市场竞争日趋激烈等因素影响，公司其他业务外购服务成本增长较快及用工成本上升也是公司毛利率降低的原因。

由于公司互联网和大数据服务、应用领域更新迭代较快，毛利率对客户需求、服务模式和应用市场的变化较为敏感，如果未来下游客户需求变化，服务或应用结构变化，或者公司自身技术水平跟不上行业的发展方向，公司的市场竞争力将受到不利影响，进而导致公司综合毛利率下降。



### （三）经营性现金流状况不佳的风险

最近三年一期，公司实现的净利润分别为3,863.29万元、4,055.27万元、4,294.03万元和1,777.87万元；公司经营活动产生的现金流量净额分别为2,164.23万元、432.73万元、-3,282.25万元和-2,647.07万元。报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额低于净利润的主要原因是：公司服务的主要客户系大型知名企业，这些客户履行付款流程有一定的周期（特别是汽车行业客户，受行业景气度下降影响，资金周转压力上升，付款周期延长），随着公司经营规模的扩大，应收账款随之增长，导致经营活动现金流量净额低于同期净利润。

随着服务规模的扩大，公司的应收账款余额可能进一步扩大，公司经营活动产生的现金流量净额可能仍然低于当期实现的净利润，如果公司不能多渠道及时筹措资金或者应收账款不能及时收回，可能会导致营运资金紧张，影响公司的利润分红能力。

### （四）净资产收益率被摊薄的风险

最近三年一期，本公司加权平均净资产收益率分别为19.49%、17.21%、16.15%、5.18%。本次发行后，公司净资产将大幅增长。由于从募集资金投入到项目产生效益需要一定的时间，因此，短期内公司净利润可能难以与净资产保持同步增长，公司存在净资产收益率下降的风险。

### （五）新收入准则对发行人财务报表的影响风险

按照新收入准则的规定，公司评估了主要业务类型收入的确认和计量、核算和列报等方面，公司的收入确认时点满足新收入准则规定的将产品控制权转移至客户时（客户验收合格），如果未来采用新收入准则，对公司财务报表无重大影响。但由于该判断具有主观性，并且发行人尚未真正执行新会计准则，因此特此提醒投资者关注该风险。

### （六）中间代理商收入占比增加的风险

报告期内，发行人中间代理商收入占比逐年升高，由2016年的2.94%上升到2019年1-6月的42.41%。中间代理商收入增加，主要是部分跨国集团企业在中国区域内业务，需要通过其全球统一策略服务商作为中间代理商间接提供服务。

2018年以来，公司逐步新承接了一些中间代理商的数字媒体精准投放业务，这是导致最近一年一期中间代理商收入和占比大幅增加的主要因素。

由于发行人数字媒体投放业务才刚刚起步，现阶段及今后一段时间的发展和运营将继续存在通过相关中间代理商进行业务开拓，因此，未来可能存在中间代理商收入占比增加的风险。

#### **（七）数字媒体投放收入增加可能造成对公司营运资金压力的风险**

公司数字媒体投放业务属于该行业的新进者，处于起步阶段，业务规模尚小，因此毛利率相对较低，造成对发行人运营资金压力较大。

随着发行人基于智能营销等技术优势的发挥，将逐步争取更多数量的客户和更大体量的投放规模，因此，未来数字媒体投放收入规模的增加，可能导致加剧公司营运资金压力的风险。

### **四、内控风险**

#### **（一）人才流失的风险**

人才是互联网和大数据行业最宝贵的核心资源要素，产品研发、技术创新和应用服务依赖于核心技术、业务人员和关键管理人员。大数据应用尤其是数字营销领域属于新兴行业，随着近年来行业的快速发展，整个行业从基层到高层、从技术到营销的专业人员需求全面爆发，人才竞争日益激烈。

随着公司业务的迅速发展，对具有丰富经验的高端人才需求增大，人才竞争日益激烈。能否维持技术人员队伍的稳定并不断吸引优秀人才的加盟，是公司能否在行业内保持现有市场地位和是否具有持续发展能力的关键。

近年来由于互联网和大数据行业的快速发展，竞争对手不断加大对高端人才的引进力度，对公司的团队稳定造成了一定压力。如果公司未来在团队的稳定、壮大方面不能采取持续有效的措施，则可能导致核心的技术、管理、营销服务人才流失，进而对公司的持续经营产生不利影响。

#### **（二）子公司管理风险**

公司一直致力于营销服务网络的全国化布局，以适应行业及客户营销布局的发展需求。公司已在北京、上海、广州、成都、昆明等中心城市设立了营销服务

子（孙）公司。根据公司的发展规划，公司未来将继续在全国重点城市实施渠道下沉的网点布局，同时将在适当的时机并购行业内的优质潜力企业。公司规模的扩张将对公司针对下属子公司的经营管理、财务管理、项目管理、人力资源、资金管理的控制提出了更高的要求。如果公司对下属子公司的内部管理控制制度建设和执行的有效性跟不上公司的规模扩张步伐，将对公司业务、品牌的协调统一产生不利影响。

### （三）实际控制人不当控制风险

公司的实际控制人童毅先生，本次发行前童毅实际能够控制公司股份比例达 50.55%；本次发行后仍为公司的实际控制人。童毅先生可利用其实际控制人的地位，通过行使表决权的方式，对本公司董事会成员的构成、经营决策、投资方向及股利分配政策等重大事项的决策施加重大影响。因此，公司存在实际控制人滥用控股地位损害公司及少数股东利益的风险。

### （四）关联方资金往来的风险

发行人 2018 年 7 月底由于定期存款 2,000.00 万元和理财产品 3,000.00 万元均未到期导致资金情况较为紧张，于 2018 年 8 月向控股股东拆入 1,200.00 万元无息借款以临时获取发展资金。依据发行人《公司章程》和原《关联交易管理制度》的相关关联交易的规定，发行人向控股股东拆入资金已履行董事长审批程序。

但由于公司当时董事长为童毅先生，为控股股东的关联方，发行人原《关联交易管理制度》对该行为需要董事长回避的事由未进行相关约定，具有一定瑕疵。为此，发行人已于 2019 年 8 月 11 日召开 2019 年第二次临时股东大会会议，对原《关联交易管理制度》进行修订，将第二十四条修改为“第二十四条 董事会、股东大会批准以外的公司与关联人发生的关联交易事项，由公司总经理办公会议审批，并签订书面的关联交易协议。”

综上，发行人已就前述资金拆借行为履行了相应的决策程序并修订了《关联交易管理制度》，前述资金拆借事项不涉及对博拉网络其他中小股东的利益损害。虽然就关联方资金往来，发行人已经制定了较为完善的内部控制制度，但如果未来发行人遇到前述资金紧张的类似情况且不能快速或及时向银行等金融机构贷

款以解决临时资金周转时，可能存在再次向控股股东等关联方临时拆借资金的风险。

## 五、法律及政策风险

### （一）侵犯个人隐私权的潜在法律风险

公司为实体企业提供“大数据整体解决方案——多元数据的整合和分析挖掘——大数据应用技术产品开发——大数据场景应用（营销、运营、电商、客户关系管理）——会员数据增值运营”的全过程服务，帮助企业打造基于大数据应用的数字商业价值链。

根据《国家安全法》（2015）、《网络安全法》、《密码法》等相关法律法规，大数据的汇集与分析应用，例如即时位置状态、交易和浏览行为等信息聚合，给个人隐私保护和信息数据安全带来很大挑战。虽然公司在发展过程中，一贯高度重视信息数据安全和个人隐私的保护，并建立了完善的信息保密制度和操作流程，制定了包括《博拉网络股份有限公司保护个人隐私管理办法》、《博拉网络股份有限公司数据安全与保密管理规定》等在内的一系列关于个人隐私保护、信息数据安全的相关管理制度和内部规范性文件，采取了严格的制度和技术措施，尽可能确保不会侵犯个人隐私。但因公司业务存在特殊性，在未来公司业务开展中，仍不能完全避免存在可能侵犯他人隐私权的潜在法律风险。一旦公司员工或数据合作方、客户基于自身原因造成了信息的不当泄露或使用，将会对公司声誉造成不利影响，甚至可能因侵犯个人隐私而受主管部门处罚或被用户投诉，或因侵犯个人隐私权导致诉讼或仲裁等纠纷，进而可能会对公司的业务开展造成不利影响，影响公司的经营业绩。

### （二）经营房屋租赁风险

公司系典型的轻资产互联网企业，目前的办公场所均以租赁方式取得使用。本次发行募集资金投向中的“总部基地建设项目”将在公司总部所在地——重庆市购置房产，但重庆以外的其他区域经营网点的办公用房仍将主要采取租赁方式取得。如重庆区域外的子公司所租赁的办公场所到期不能正常续租、或续租时房租提高而公司不能及时找到替代场所、或在租赁过程中发生出租方违约情况，则将对公司的正常经营、或经营成本产生一定的负面影响。

### （三）行业监管标准变动的风险

我国互联网和大数据行业的主管部门是工业和信息化部以及国家市场监督管理总局等。“互联网+”和大数据服务行业属于背靠互联网发展起来的新生事物，目前尚无完整统一的行业规范和标准。随着行业法制化建设的步伐加快，“互联网+”和大数据服务行业可能市场准入、业务开展、技术标准等方面出台相关的监管政策。若未来行业监管政策发生变化，而公司不能及时适应或满足未来可能出台的监管政策标准，将对公司的持续经营产生不利影响。

### （四）税收优惠政策变动风险

根据《财政部、国家税务总局、海关总署关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58号），自2011年1月1日至2020年12月31日，对设在西部地区的鼓励类产业企业减按15%的税率征收企业所得税。经主管税务机关审核批准，博拉网络2016-2018年度享受西部大开发税收优惠政策，减按15%税率征税，2019年公司的经营业务未发生改变，暂按15%税率申报缴纳企业所得税；重庆云集通广告传媒有限公司2016-2018年度企业所得税减按15%征收、重庆博聚智海电子商务有限公司2016-2017年度企业所得税减按15%征收；重庆伍觉软件有限公司2016-2018年度企业所得税减按15%征收，2019年公司的经营业务未发生改变，暂按15%税率申报缴纳企业所得税；重庆赢盛达科技有限公司自2016-2018年度企业所得税按15%征收，2019年公司的经营业务未发生改变，暂按15%税率申报缴纳企业所得税；根据《财政部、国家税务总局关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》（财税〔2015〕34号）规定，2016-2018年昆明博拉飞鱼科技有限公司企业所得税减按10%征收、2018年重庆博聚智海电子商务有限公司企业所得税减按10%征收；2019年根据《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13号）规定，昆明博拉飞鱼科技有限公司、重庆博聚智海电子商务有限公司、重庆聚企智业大数据有限公司、重庆云集通广告传媒有限公司年应纳税所得额不超过100万元的部分，减按25%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过100万元但不超过300万元的部分，减按50%计入应纳税所得额，按20%的税率缴纳企业所得税。

2020 年以后，如果国家取消西部地区鼓励类产业企业的所得税优惠政策，将对本公司的经营业绩造成负面影响。

#### （五）广告内容不合规的潜在法律风险

虽然公司在发展过程中，一贯高度重视广告内容合规性审查及广告投放的合规性，尽可能确保不会产生相关违法违规行。但因公司业务存在特殊性，在未来公司业务开展中，仍不能完全避免存在可能违反相关法律法规的潜在法律风险。一旦发生相关违法违规情形，将会对公司声誉造成不利影响，甚至可能受主管部门处罚、采取监管措施或被用户投诉，或因此导致诉讼或仲裁等纠纷，进而可能会对公司的业务开展造成不利影响，影响公司的经营业绩。

### 六、募投项目相关的风险

本次募集资金投资项目是为公司主业的发展升级。项目实施过程中及建成后，公司的资产规模、员工数量、管理幅度将大幅增加，由此将产生明显的成本费用（固定资产折旧、员工薪酬等）上涨压力，对公司的管理能力也提出了更高的要求。由于各种主、客观原因，募投项目实施中的市场开拓、技术升级、管控水平等存在诸多不确定性因素，如果募投项目对公司整体营销规模的提升不及预期，规模效益的增幅不能抵消成本费用的涨幅，则公司将面临因募投项目的实施而导致经营业绩出现不利变化的风险。

### 七、发行失败风险

根据《上海证券交易所科创板股票发行与承销实施办法》，如果公司预计发行后总市值不满足在招股说明书中明确选择的市值与财务指标上市标准，或者首次公开发行股票网下投资者申购数量低于网下初始发行量，应当中止发行。因此，公司存在未能达到预计市值上市条件或发行认购不足等发行失败风险。

## 第五节 发行人基本情况

### 一、发行人基本情况

中文名称：博拉网络股份有限公司

英文名称：Bolaa Network Co.,Ltd.

注册资本：9,100 万元

法定代表人：龙峰

有限公司成立日期：2006 年 4 月 18 日

股份公司设立日期：2015 年 8 月 20 日

公司住所：重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢

邮政编码：401121

电话：023-68596105

传真：023-68590807

互联网地址：<http://www.bolaa.com/>

电子信箱：[investors@bolaa.com](mailto:investors@bolaa.com)

负责信息披露和投资者关系的部门：证券事务部

联系人：黎健艺

### 二、发行人及其前身设立情况

#### （一）发行人前身设立情况

2006 年 3 月 21 日，有限公司取得重庆工商行政管理局高新分局核发的渝名称预核准字【2006】渝高第 111111 号《企业名称预先核准通知书》，预先核准的企业名称为“重庆博啦互联网信息服务有限公司（筹）”。

2006 年 3 月 23 日，公司股东 Bolaa Holdings Limited 签署《重庆博啦互联网信息服务有限公司章程》。章程规定公司类型为外商独资，经营期限为 20 年，公司注册资本为 80 万元人民币，出资方式以折合 80 万元人民币的美元现汇出资，由股东自营业执照核发之日起三个月内缴纳。

Bolaa Holdings Limited 设立时的出资情况如下：

股东姓名	注册资本	实收资本	出资比例（%）	出资方式
童毅	8,400 美元	8,400 美元	84.00	货币
黎健艺	833 美元	833 美元	8.33	货币
韩建	500 美元	500 美元	5.00	货币
蒋元伟	267 美元	267 美元	2.67	货币
<b>合计</b>	<b>10,000 美元</b>	<b>10,000 美元</b>	<b>100.00</b>	-

2006 年 4 月 13 日，博啦互联取得重庆市人民政府高新技术产业开发区管理委员会《关于英属维尔京群岛独资经营“重庆博啦互联网信息服务有限公司”的可行性报告、章程的批复》（渝高技委外【2006】18 号），同意 Bolaa Holdings Limited 在中华人民共和国重庆高新技术产业开发区投资兴办独资企业。

2006 年 4 月 18 日，博啦互联取得重庆市工商行政管理局向其核发的注册号为企独渝总字第 80208 号的《企业法人营业执照》，法定代表人童毅，企业类型为外商独资经营，经营期限 20 年，注册资金 80 万人民币，住所为重庆市九龙坡区歇台子六店子归谷城市美墅 9-3-101 号。经营范围为：网络信息咨询，计算机系统服务，计算机、软件及辅助设备的技术开发、销售，销售社会公共安全设备、教学专用仪器、办公用品、通信设备（不含卫星发射和接收设备）、通用设备、环保设备、仪器仪表、五金、交电、化工原料（不含危险化学品及一类易制毒品）、金属材料（不含稀贵金属）。（法律、法规禁止经营的，不得经营；法律、法规、国务院规定需经审批的，未获审批前不得经营）。

2006 年 6 月 7 日，重庆普天会计师事务所有限公司出具了重普天会验【2006】第 06205 号《验资报告》。经其审验，截至 2006 年 5 月 30 日，博啦互联已收到 Bolaa Holdings Limited 缴纳的实收资本 80 万元人民币，将 9.98 万美元按外汇汇率 1：8.0188 折合 80 万元人民币出资，占注册资本比例的 100%。

博啦互联设立时的出资情况如下：

股东名称	注册资本	实收资本	出资比例（%）	出资方式
Bolaa Holdings Limited	人民币 80 万元	人民币 80 万元	100.00	货币
<b>合计</b>	<b>人民币 80 万元</b>	<b>人民币 80 万元</b>	<b>100.00</b>	-

## （二）发行人设立情况



博拉网络股份有限公司是由重庆博拉网络发展有限公司依法整体变更设立

的股份公司。

2015年7月25日，有限公司召开临时股东会审议同意公司类型变更为股份有限公司，名称变更为博拉网络股份有限公司，确定公司整体变更发起设立股份有限公司的方案。2015年8月17日，股份公司名称预核准取得国家工商行政管理总局《企业名称变更核准通知书》（（国）名称变核内字【2015】第2465号）。

2015年8月15日，有限公司召开创立大会暨第一次股东大会，全体股东一致同意将公司整体变更为股份有限公司，公司名称变更为博拉网络股份有限公司。根据立信会计师事务所（特殊普通合伙）于2015年6月30日出具的信会师报字【2015】第850013号《审计报告》，以博拉有限截至2015年5月31日经审计的母公司账面净资产90,822,143.89元，按1:0.8808的比例折为80,000,000.00股（每股面值1.00元）作为股份公司的股本，净资产超过股本的部份10,822,143.89元计入资本公积。

2015年7月1日，银信资产评估有限公司接受公司的委托，以2015年5月31日为评估基准日，出具了银信评报字【2015】沪第0699号《评估报告》，在评估基准日2015年5月31日，博拉有限经审计后的总资产价值9,445.15万元，总负债362.94万元，净资产9,082.21万元。采用资产基础法评估后的总资产价值9,034.29万元，总负债362.94万元，净资产为8,680.35万元，净资产减值401.86万元，减值率4.42%。

为确保股改评估的公允性，公司聘请重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司对公司净资产在2015年5月31日的市场价值进行重新评估，并于2019年4月19日出具了重康评报字（2019）第119号《资产评估报告书》，其评估方法也同样采用资产基础法，评估价值为8,701.36万元，高于银信资产评估有限公司的评估结果。

2015年8月18日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）对改制变更后申请登记的注册资本进行审验并出具了信会师报字【2015】810126号《验资报告》。

2015年8月20日，股份公司在重庆两江新区市场和质量技术监督局领取了营业执照。

本公司历史沿革情况详见《发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见》。

### （三）发行人报告期内的股本和股东变化情况

#### 1、2015年12月，报告期内第一次增资

2015年12月17日，股份公司召开2015年第二次临时股东大会，审议通过公司定向发行股票方案，发行数量为不超过800万股（含），发行价格为10元/股。发行价格的确定依据：根据公司2015年预测净利润，参考发行当时新三板定增市场的平均市盈率，结合公司所属行业特征，与投资者沟通后确定。

本次增资最终发行数量为800万股，本次股票发行对象共计九位，包括五位机构投资者和四位自然人投资者。本次股票发行认购方式为现金，具体认购股数、认购金额、认购方式等信息如下表列示：

序号	股东姓名或名称	认购数量 (股)	金额(元)	认购方式
1	勤晟泓鹏价值证券投资基金	1,900,000	19,000,000.00	现金
2	北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	13,000,000.00	现金
3	新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	12,500,000.00	现金
4	新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	12,500,000.00	现金
5	刘世玉	700,000	7,000,000.00	现金
6	联合基金1号新三板基金	500,000	5,000,000.00	现金
7	王麟丽	400,000	4,000,000.00	现金
8	钟小宁	400,000	4,000,000.00	现金
9	孙杰	300,000	3,000,000.00	现金
合计		<b>8,000,000</b>	<b>80,000,000.00</b>	

2015年12月25日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本次增资进行审验并出具了信会师报字【2015】第850048号《验资报告》。

2016年2月17日，公司取得全国股份转让系统出具的《关于博拉网络股份有限公司股票发行股份登记的函》（股转系统函【2016】1321号），并于2016年3月7日，在中国证券登记结算有限责任公司北京分公司办理了股份登记手续。2016年3月17日，公司就本次增资事宜在重庆两江新区市场和质量技术监督局办理了工商变更登记手续。

本次增资完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	45,840,000	52.09%	净资产
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,000,000	13.64%	净资产
王树	4,800,000	5.45%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%	净资产
童毅	4,560,000	5.18%	净资产
海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）	2,666,640	3.03%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	2,400,000	2.73%	净资产
勤晟泓鹏价值证券投资基金	1,900,000	2.16%	货币
尤启明	1,600,000	1.82%	净资产
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	1,333,360	1.52%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
刘世玉	700,000	0.80%	货币
联合基金 1 号新三板基金	500,000	0.57%	货币
王麟丽	400,000	0.45%	货币
钟小宁	400,000	0.45%	货币
孙杰	300,000	0.34%	货币
<b>合计</b>	<b>88,000,000</b>	<b>100.00</b>	--

## 2、2017 年 9 月，股份公司在全国中小企业股份转让系统终止挂牌

为配合公司在境内资本市场上市的长期战略发展规划，经公司 2017 年 8 月 4 日召开的第一届董事会第八次会议、以及 2017 年 8 月 20 日召开的公司 2017 年第一次临时股东大会审议，通过了《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》，拟向全国中小企业股份转让系统申请终止挂牌。

经全国中小企业股份转让系统（股转系统函【2017】5467 号）同意，自 2017 年 9 月 18 日起，本公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌。

## 3、2017 年 9 月，报告期内第一次股权转让

2017 年 9 月 18 日，勤晟泓鹏价值证券投资基金与重庆龙商股权投资管理有限公司签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》，勤晟泓鹏价值证券投资基

金将所持有的 190 万股博拉网络股份转让给重庆龙商股权投资管理有限公司，转让价格为人民币 10 元/股，所获得的股权转让款源于该契约型基金持有人（鲁力等 11 名自然人）对重庆龙商股权投资管理有限公司的增资。上述股权转让完成后，勤晟泓鹏价值证券投资基金的持有人（鲁力等 11 名自然人）通过重庆龙商股权投资管理有限公司间接持有博拉网络股份。

2017 年 9 月 18 日，联合基金 1 号新三板基金与尤启明签订《股份转让协议书》，联合基金 1 号新三板基金将所持有的 50 万股博拉网络股份转让给尤启明，转让价格为人民币 16 元/股。

本次股份转让的原因及定价合理性：

为符合首发上市关于股东资格适格性的监管要求，公司当时的股东经友好协商后进行了此次股份转让。勤晟泓鹏价值证券投资基金的转让价格为人民币 10 元/股，与其 2015 年底时投资入股发行人的价格一致，原因为勤晟泓鹏价值证券投资基金的持有人由通过基金持有发行人股份转为通过重庆龙商股权投资管理有限公司间接持股，持股比例未发生变化，最终享有的权益未发生变化。联合基金 1 号新三板基金将所持有的发行人股份 50 万股转让给尤启明，系退出投资，转让价格为人民币 16 元/股，定价依据为入股成本加上合理回报（较联合基金 1 号新三板基金入股发行人的成本价 10 元/股溢价 60%）。

本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	45,840,000	52.09%	净资产
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,000,000	13.64%	净资产
王树	4,800,000	5.45%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%	净资产
童毅	4,560,000	5.18%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.89%	净资产、货币
海门时代伯乐股权投资合伙企业	2,666,640	3.03%	净资产
尤启明	2,100,000	2.39%	净资产、货币
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	1,333,360	1.52%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币

新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
刘世玉	700,000	0.80%	货币
王麟丽	400,000	0.45%	货币
钟小宁	400,000	0.45%	货币
孙杰	300,000	0.34%	货币
合计	<b>88,000,000</b>	<b>100.00%</b>	--

#### 4、2018年2月，报告期内第二次股权转让

2017年11月30日，尤启明向博拉网络董事会、股东大会递交书面《辞职书》载，因个人原因，尤启明自愿辞去公司董事一职。2017年12月9日，博拉网络召开第一届董事会第十二次会议，审议通过《关于补选余熙为公司第一届董事会非独立董事候选人的议案》，审议通过《关于补选黎健艺为公司第一届董事会非独立董事候选人的议案》。

（1）2018年2月6日，尤启明、博拉网络与台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》载，“

##### 第二条转让款的支付

1、本次股权转让款支付分为两次，合计人民币840万元（大写捌佰肆拾万元整）。

2、自本协议签订之日起的3个工作日内，乙方向甲方支付人民币336万元，作为定金，该定金自到达甲方指定账户之日起，视为甲乙双方对于本次股权转让已达成共识。未经甲方同意，乙方不得取消本次股权受让；未经乙方同意，甲方不得针对该部分转让股权另行签订相同或类似的股权转让协议。

3、自本协议第一条第5款所述的股权变更条款生效条件达成之日（2018年6月1日）起，乙方支付的定金自动转为股权转让款，并向甲方支付剩余人民币504万元股权转让款。2018年6月1日起3个工作日内，乙方应支付完毕上述股权转让款。如有特殊情况，经各方书面同意，可以适当予以延长逾期时限，但最长不得超过三个月。”

（2）2018年2月6日，尤启明、博拉网络与无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》载，“

##### 第二条转让款的支付

1、本次股权转让款支付分为两次，合计人民币 840 万元（大写捌佰肆拾万元整）。

2、自本协议签订之日起的 3 个工作日内，乙方向甲方支付人民币 336 万元，作为定金，该定金自到达甲方指定账户之日起，视为甲乙双方对于本次股权转让已达成共识。未经甲方同意，乙方不得取消本次股权受让；未经乙方同意，甲方不得针对该部分转让股权另行签订相同或类似的股权转让协议。

3、自本协议第一条第 5 款所述的股权变更条款生效条件达成之日（2018 年 6 月 1 日）起，乙方支付的定金自动转为股权转让款，并向甲方支付剩余人民币 504 万元股权转让款。2018 年 6 月 1 日起 3 个工作日内，乙方应支付完毕上述股权转让款。如有特殊情况，经各方书面同意，可以适当予以延长逾期时限，但最长不得超过三个月。”

（3）2018 年 3 月 20 日，尤启明、博拉网络与余艳平签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》载，“

#### 第二条转让款的支付

1、本次股权转让款支付分为两次，合计人民币 525 万元（大写伍佰贰拾伍万元整）。

2、自本协议签订之日起的 3 个工作日内，乙方向甲方支付人民币 210 万元，作为定金，该定金自到达甲方指定账户之日起，视为甲乙双方对于本次股权转让已达成共识。未经甲方同意，乙方不得取消本次股权受让；未经乙方同意，甲方不得针对该部分转让股权另行签订相同或类似的股权转让协议。

3、自本协议第一条第 5 款所述的股权变更条款生效条件达成之日（2018 年 6 月 1 日）起，乙方支付的定金自动转为股权转让款，并向甲方支付剩余人民币 315 万元股权转让款。2018 年 6 月 1 日起 3 个工作日内，乙方应支付完毕上述股权转让款。如有特殊情况，经各方书面同意，可以适当予以延长逾期时限，但最长不得超过三个月。”

综上，前述三份协议载，尤启明将所持有的 80 万股博拉网络股份转让给台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）；尤启明将所持有的 80 万股博拉网络股份转让给无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）；尤启明将所持有的 50 万股博拉网络股份转让给余艳平；转让价格均为人民币 10.50 元/股。

转让原因及定价合理性：尤启明因个人原因自愿辞任董事，退出持股，转让价格参照同期市场交易（主要是参考 2015 年 12 月底发行人定增价格 10 元/股和 2017 年 9 月勤晟泓鹏价值证券投资基金的转让价格 10 元/股）的公允价格 10.5 元/股，具有合理性。

本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	45,840,000	52.09%	净资产
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,000,000	13.64%	净资产
王树	4,800,000	5.45%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%	净资产
童毅	4,560,000	5.18%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.89%	净资产、货币
海门时代伯乐股权投资合伙企业	2,666,640	3.03%	净资产
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	1,333,360	1.52%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
刘世玉	700,000	0.80%	货币
王麟丽	400,000	0.45%	货币
钟小宁	400,000	0.45%	货币
孙杰	300,000	0.34%	货币
余艳平	500,000	0.57%	净资产、货币
<b>合计</b>	<b>88,000,000</b>	<b>100.00%</b>	--

#### 5、2018 年 4、5 月，报告期内第三次股权转让

2018 年 4 月 8 日，重庆同趣控股有限公司与共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）签订《股权转让协议》，重庆同趣控股有限公司将所持有的 400 万股博拉网络股份转让给共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙），转让价格为人民币 10.50 元/股。

2018年5月10日，重庆同趣控股有限公司与朱军签订《股份转让协议》，重庆同趣控股有限公司将所持有的20万股博拉网络股份转让给朱军，转让价格为人民币10.50元/股。

2018年5月14日，重庆同趣控股有限公司与张依林签订《股份转让协议》，重庆同趣控股有限公司将所持有的20万股博拉网络股份转让给张依林，转让价格为人民币10.50元/股。

转让原因及定价合理性：因同趣控股的最初一批股东投资时间较长，且部分基金股东面临基金到期的问题。为尽早回馈早期投资人对公司的认同和信赖，进一步回报老股东，应老股东的需求，同趣控股转让部分股权。转让价格参照同期市场交易的公允价格10.5元/股，具有合理性。

本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	41,440,000	47.09%	净资产
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,000,000	13.64%	净资产
王树	4,800,000	5.45%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%	净资产
童毅	4,560,000	5.18%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.89%	净资产、货币
共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）	4,000,000	4.55%	净资产
海门时代伯乐股权投资合伙企业	2,666,640	3.03%	净资产
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	1,333,360	1.52%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
刘世玉	700,000	0.80%	货币
王麟丽	400,000	0.45%	货币
钟小宁	400,000	0.45%	货币
孙杰	300,000	0.34%	货币



朱军	200,000	0.23%	净资产
张依林	200,000	0.23%	净资产
余艳平	500,000	0.57%	净资产、货币
<b>合计</b>	<b>88,000,000</b>	<b>100.00%</b>	--

## 6、2018年11月，报告期内第四次股权转让

2018年11月12日，王树与牟玲玲签订《博拉网络股份有限公司股权转让协议》，王树将所持有的150万股博拉网络股份转让给牟玲玲，转让价格为人民币10.50元/股。

转让原因及定价合理性：王树因资金安排等个人原因，自愿转让其持有的博拉网络部分股权。转让价格参照同期市场交易的公允价格10.5元/股，具有合理性。

本次股份转让完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	41,440,000	47.09%	净资产
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,000,000	13.64%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.45%	净资产
童毅	4,560,000	5.18%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.89%	净资产、货币
共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）	4,000,000	4.55%	净资产
王树	3,300,000	3.75%	净资产
海门时代伯乐股权投资合伙企业	2,666,640	3.03%	净资产
牟玲玲	1,500,000	1.70%	净资产
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	1,333,360	1.52%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.48%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.42%	货币
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	800,000	0.91%	净资产、货币
刘世玉	700,000	0.80%	货币
余艳平	500,000	0.57%	净资产、货币

王麟丽	400,000	0.45%	货币
钟小宁	400,000	0.45%	货币
孙杰	300,000	0.34%	货币
朱军	200,000	0.23%	净资产
张依林	200,000	0.23%	净资产
<b>合计</b>	<b>88,000,000</b>	<b>100.00%</b>	--

### 7、2018年12月，报告期内第二次增资

2018年12月25日，公司召开2018年第二次临时股东大会，审议通过《关于公司发行股份及增加注册资本议案》。2018年12月25日，博拉网络股份有限公司与上海乾臻投资管理中心（有限合伙）签订《关于上海乾臻投资管理中心（有限合伙）与博拉网络股份有限公司之股份认购协议》，上海乾臻投资管理中心（有限合伙）以现金认购博拉网络向其定向发行的300万股普通股，每股价格为人民币10.50元，认购总金额为人民币31,500,000.00元（大写人民币叁仟壹佰伍拾万元整）。其中人民币3,000,000.00元用于新增股本，另外人民币28,500,000.00元为资本溢价，计入公司资本公积。

增资原因及定价合理性：公司为适当补充资本金引入专业投资机构上海乾臻投资管理中心（有限合伙），经协商一致，增资价格参照同期市场交易的公允价格10.5元/股，具有合理性。

2018年12月29日，重庆金翰会计师事务所有限公司出具重金翰验[2018]0023号《验资报告》。

2019年3月27日，公司就本次增资事宜在重庆两江新区市场和监督管理局办理了工商变更登记手续。

本次增资完成后，公司的股权结构如下：

股东姓名或名称	持股数量（股）	持股比例（%）	出资方式
重庆同趣控股有限公司	41,440,000	45.54%	净资产
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,000,000	13.19%	净资产
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.27%	净资产
童毅	4,560,000	5.01%	净资产
重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.73%	净资产、货币
共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）	4,000,000	4.40%	净资产

王树	3,300,000	3.63%	净资产
上海乾臻投资管理中心（有限合伙）	3,000,000	3.30%	货币
海门时代伯乐股权投资合伙企业	2,666,640	2.93%	净资产
牟玲玲	1,500,000	1.65%	净资产
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	1,333,360	1.47%	净资产
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.43%	货币
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.37%	货币
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.37%	货币
台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	800,000	0.88%	净资产、货币
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	800,000	0.88%	净资产、货币
刘世玉	700,000	0.77%	货币
余艳平	500,000	0.55%	净资产、货币
王麟丽	400,000	0.44%	货币
钟小宁	400,000	0.44%	货币
孙杰	300,000	0.33%	货币
朱军	200,000	0.22%	净资产
张依林	200,000	0.22%	净资产
<b>合计</b>	<b>91,000,000</b>	<b>100.00%</b>	--

### 三、发行人报告期内的重大资产重组情况

报告期内，公司无单项交易金额超过人民币 100 万元（含）的重大资产重组行为。报告期内对公司较为重要的资产重组行为如下：

2016 年 1 月，博拉网络全资子公司北京博拉转让其持有的北京耀途科技有限公司（以下简称“北京耀途”）51%的股权，出让事项发生时北京耀途的基本情况如下：

成立日期：2014 年 11 月 18 日

注册资本：200 万元

注册地址：北京市朝阳区建国路 88 号 9 号楼 6 层 706

股权结构：北京博拉出资 102 万元（占比 51%）、徐涛出资 54.2 万元（占比 27.1%）、肖丹出资 21.6 万元（占比 10.8%）、黄俊杰出资 22.2 万元（占比 11.1%）

经营范围：技术推广服务；计算机系统服务；销售计算机、软件及辅助设备；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；企业策划。（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：计算机系统服务

**（一）北京耀途科技有限公司的财务数据，履行的相关决策程序，转让的原因以及转让价格的确定依据**

### 1、北京耀途科技有限公司的财务数据

转让前两年，北京耀途的主要财务数据如下：

单位：元

项目	2015 年度或 2015 年 12 月 31 日	2014 年度或 2014 年 12 月 31 日
资产	1,262,651.04	0
所有者权益	1,043,873.43	0
营业收入	1,235,149.33	0
净利润	-376,126.57	0

### 2、转让的原因

北京博拉设立北京耀途后，在实际业务开展过程中，发行人逐步发现：耀途的团队在区域市场开拓、渠道资源对接、技术实施和交付能力方面未能达到原来预期。

因此，北京博拉于 2016 年向徐涛转让了北京耀途的股权。转让完成后，北京博拉不再持有北京耀途的股权。

### 3、转让价格的确定依据和履行的相关决策程序

2016 年 1 月 15 日，北京博拉与徐涛（非关联方）签订《股权转让协议》，约定北京博拉将其持有的北京耀途 51% 的股权转让给徐涛；双方确定的转让价格为人民币 50 万元，以经立信会计师事务所（特殊普通合伙）重庆分所审计的北京耀途 2015 年 12 月 31 日净资产 104.39 万元为基础，经内部决策程序通过后，双方协商确定此价格，按照净资产值为基础定价具有合理性。

2016 年 1 月 20 日，北京耀途召开股东会，一致同意股东北京博拉将持有的北京耀途 51% 股权以 50 万元转让给徐涛。

前述股权转让完成后，北京博拉不再持有北京耀途的股权，不再享受相应的股东权利和承担义务，徐涛合计持有北京耀途 78.1% 的股权。2016 年 1 月 20 日及 3 月 15 日，徐涛分两次支付上述 50 万元股权转让款。2016 年 2 月 22 日，上述股权转让在北京市工商行政管理局朝阳分局依法办理了工商变更登记手续。

## （二）徐涛与发行人、控股股东或实际控制人的关系

徐涛先生，汉族，身份证号 43090319820304\*\*\*\*，住址为湖南省益阳市赫山区轻工路 25 号。

徐涛先生于 2004 年 7 月至 2006 年 7 月就职于新浪网，担任 Flash 游戏开发工程师；2006 年 8 月至 2009 年 10 月就职于北京天空堂科技有限公司（TKgame 天空游戏），担任项目经理；2009 年 11 月至 2011 年 6 月就职于星暴国际网络科技（北京）公司，担任天使之城页游部研发总监；2011 年 7 月至 2013 年 8 月就职于北京华清飞扬网络股份有限公司，担任 ARPG 页游制作人；自 2014 年 11 月就职于北京耀途。

徐涛先生也是长沙耀途的创始人，其于 2013 年 10 月 22 日全资成立长沙耀途信息科技有限公司，并担任长沙耀途的法定代表人、执行董事。

北京博拉控股北京耀途期间（2014 年 11 月至 2016 年 2 月），徐涛系发行人孙公司北京耀途的经理、法定代表人、少数股东，以及长沙耀途的执行董事、法定代表人，除此之外，徐涛系与发行人、控股股东或实际控制人无（关联）关系的第三人，其与发行人、控股股东或实际控制人不存在关联关系。

## （三）北京耀途科技有限公司与发行人业务的关系

2014 年 11 月，北京博拉与徐涛等合资成立北京博拉控股的北京耀途，2015 年 1 月，通过北京耀途收购徐涛持有的长沙耀途 100% 股权，系由于看好当时腾讯微信及腾讯云崛起的大背景，同时长沙耀途是腾讯云的公开接入商和合作伙伴之一，发行人想借助长沙耀途已有的团队和经验快速切入该市场。因此，北京博拉通过与长沙耀途创始人合资设立北京耀途、收购长沙耀途 100% 股权的方式，计划通过长沙耀途面向全国开展基于腾讯微信的技术应用服务。

从实际开展业务情况看，北京耀途基本未能实际开展业务，长沙耀途也相对发展缓慢，其客户均为区域性、微小型企业。因此，在北京博拉控股北京耀途期

间（2014年11月至2016年2月），北京耀途、长沙耀途存在与发行人经营同类业务的情形；但因业务开展并未产生预期的协同效应，长远来看可能对发行人生产经营产生不利影响，这也导致北京博拉于2016年向徐涛转让了北京耀途的股权。

#### 四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

2015年11月30日，股份公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌，股票代码834484，转让方式为协议转让。

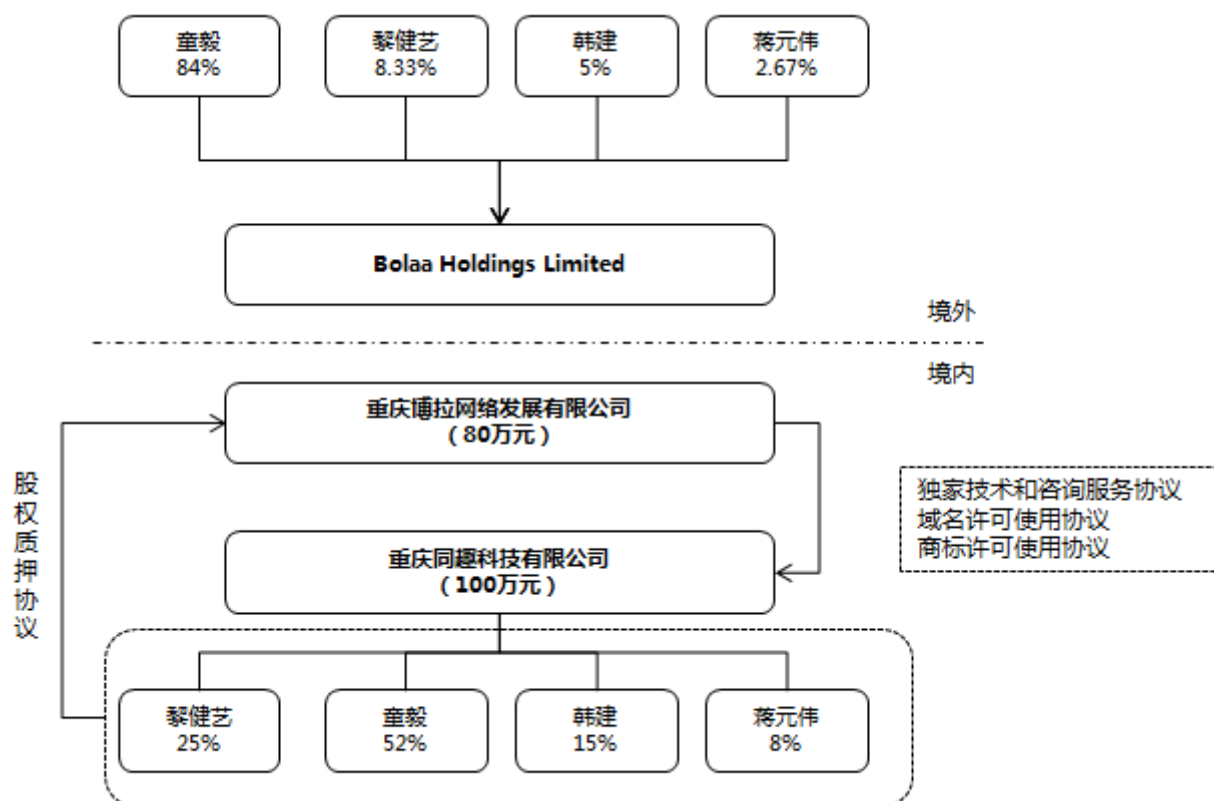
为配合公司在境内资本市场上市的长期战略发展规划，公司于2017年8月4日召开第一届董事会第八次会议、于2017年8月20日召开2017年第一次临时股东大会，审议通过《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》。经全国中小企业股份转让系统（股转系统函【2017】5467号）同意，自2017年9月18日起，公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌。

在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，公司未受到处罚。

#### 五、公司搭建境外红筹架构及终止过程

##### （一）红筹架构的设立

为进行境外融资及筹划境外上市，公司的实际控制人自2006年起搭建了红筹架构。该等红筹架构的结构关系如下图所示：



## 1、设立境外融资及拟上市主体—Bolaa Holdings Limited

根据香港康德明律师事务所于2016年3月14日出具的《法律意见书》，2006年1月24日，Bolaa Holdings Limited根据英属维尔京群岛（下称“BVI”）法律注册成立。设立时，Bolaa Holdings Limited向Ho Chi Sing（何志成）配发1股每股面值为0.01美元的新普通股（下称“普通股”）。

## 2、Bolaa Holdings Limited 设立境内外商独资企业—博啦互联

2006年4月，Bolaa Holdings Limited在境内设立外商独资企业重庆博啦互联网信息服务有限公司。根据重庆市人民政府核发《外商投资企业批准证书》（商外资渝资字[2006]4305号）及注册号为企独渝总字第80208号的《企业法人营业执照》，博啦互联成立于2006年4月18日，法定代表人童毅，企业类型为外商独资经营，注册资金80万人民币，住所为重庆市九龙坡区歇台子六店子归谷城市美墅9-3-101号。经营范围为：网络信息咨询，计算机系统服务，计算机、软件及辅助设备的技术开发、销售，销售社会公共安全设备、教学专用仪器、办公用品、通信设备（不含卫星发射和接收设备）、通用设备、环保设备、仪器仪表、

五金、交电、化工原料（不含危险化学品及一类易制毒品）、金属材料（不含稀贵金属）。

2008年9月16日，童毅取得国家外汇管理局重庆外汇管理部核发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，境外企业名称为 Bolaa Holdings Limited，注册于 British Virgin Islands，注册日期为2006年1月24日，净资产为200万美元，童毅持股比例为55.13%，所持股份账面总价值为110.26万美元。返程投资的境内企业名称为重庆博啦互联网信息服务有限公司。备案记录为2006年2月16日，童毅、黎健艺等4人办理特殊目的公司 Bolaa Holdings Limited 的外汇登记。2006年7月30日，IDG Technology Venture Investment Limited 向特殊目的公司股权融资50万美元，Berkview Limited 向特殊目的公司股权融资50万美元，Bolaa Holdings Limited 返程投资新设重庆博啦互联网信息服务有限公司，童毅、黎健艺等4人办理特殊目的公司外汇变更登记。

2008年9月16日，黎健艺取得国家外汇管理局重庆外汇管理部核发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，境外企业名称为 Bolaa Holdings Limited，注册于 British Virgin Islands，注册日期为2006年1月24日，净资产为200万美元，黎健艺持股比例为5.47%，所持股份账面总价值为10.94万美元。返程投资的境内企业名称为重庆博啦互联网信息服务有限公司。

2008年9月16日，韩建取得国家外汇管理局重庆外汇管理部核发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，境外企业名称为 Bolaa Holdings Limited，注册于 British Virgin Islands，注册日期为2006年1月24日，净资产为200万美元，韩建持股比例为3.28%，所持股份账面总价值为6.56万美元。返程投资的境内企业名称为重庆博啦互联网信息服务有限公司。

2008年9月16日，蒋元伟取得国家外汇管理局重庆外汇管理部核发的《境内居民个人境外投资外汇登记表》，境外企业名称为 Bolaa Holdings Limited，注册于 British Virgin Islands，注册日期为2006年1月24日，净资产为200万美元，蒋元伟持股比例为1.75%，所持股份账面总价值为3.5万美元。返程投资的境内企业名称为重庆博啦互联网信息服务有限公司。

### 3、相关协议的签署及执行情况



2006年4月，博啦互联与同趣科技及其当时的股东童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟签署了一系列协议，具体情况如下：

（1）2006年4月21日，博啦互联与同趣科技签署了《独家技术和咨询服务协议》，约定博啦互联为同趣科技提供独家技术服务和咨询服务，同趣科技按年向博啦互联支付服务费。（注：对于服务费具体支付标准、服务期限等，双方在协议中未明确约定。）

（2）2006年4月21日，同趣科技与博啦互联签署了《域名转让协议》及《域名许可使用协议》。《域名转让协议》，约定同趣科技将其拥有的域名（bolaa.com、bolaa.net、bolaa.com.cn、bolaa.net.cn、bolaa.cn、博啦.cn）全部转让给博啦互联。《域名许可使用协议》约定，博啦互联许可同趣科技非独占使用上述域名。（注：上述两份协议对于域名转让对价及域名许可使用费均未做明确约定。）

（3）2006年4月21日，黎健艺与博啦互联签署《商标转让协议》，约定黎健艺将其拥有的商标“博啦”、“bolaa”转让给博啦互联，双方并未在协议中约定商标转让对价。同日，博啦互联与同趣科技签署《商标许可使用协议》，约定博啦互联许可同趣科技非独家使用商标“博啦”及“bolaa”。（注：双方未在协议中约定商标许可使用费标准。）

（4）童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟与博啦互联签署《关于重庆同趣科技有限公司之股权质押协议》，约定童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟将其持有的同趣科技合计100%股权质押给博啦互联，作为对上述《独家技术和咨询服务协议》、《域名许可使用协议》、《商标许可使用协议》项下同趣科技所负合同义务的担保，该协议自各方签署且协议项下的股权质押已依法记载于同趣科技股东名册后方可生效。（注：前述《关于重庆同趣科技有限公司之股权质押协议》中无生效日期。）

发行人律师认为，第一，上述协议中部分关键条款（如独家技术和咨询服务费用支付标准、支付方式，股权质押协议生效日期、商标及域名转让费用及许可使用费用标准等条款）内容缺失，未予约定；第二，上述博啦互联与同趣科技的相关协议签署后并未实际履行。综上，博啦互联实际无法通过上述协议对同趣科技的业务、资产、人员等实现有效控制。

#### **4、Bolaa Holdings Limited 股权演变**

## (1) 2006年2月，股份转让及增发

2006年2月21日，Ho Chi Sing 向童毅转让1股普通股；Bolaa Holdings Limited 向童毅配发 839,999 股新普通股，按面值向黎健艺配发 83,300 股新普通股，按面值向韩建配发 50,000 股新普通股，按面值向蒋元伟配发 26,700 股新普通股。

本次变更完成后，Bolaa Holdings Limited 股份结构如下：

序号	股东姓名	股份数（万股）	比例	股票性质
1	童毅	84	84%	普通股
2	黎健艺	8.33	8.33%	普通股
3	韩建	5	5%	普通股
4	蒋元伟	2.67	2.67%	普通股
合计		100	100%	—

## (2) 2006年7月，股份增发

2006年7月30日，Bolaa Holdings Limited 以50万美元价格向 IDG Technology Venture Investment III, L.P.（下称“IDG”）配发 166,666 股每股面值为 0.01 美元的 A 系列优先股（下称“A 系列优先股”），以 50 万美元价格向 Berkview Limited（下称“Berkview”）配发 166,666 股 A 系列优先股。

本次变更完成后，Bolaa Holdings Limited 股份结构如下：

序号	股东姓名或名称	股份数（万股）	比例	股票性质
1	童毅	84	63.00%	普通股
2	黎健艺	8.33	6.25%	普通股
3	韩建	5	3.75%	普通股
4	蒋元伟	2.67	2.00%	普通股
5	IDG Technology Venture Investment III, L.P.	16.6666	12.50%	A 系列优先股
6	Berkview Limited	16.6666	12.50%	A 系列优先股
合计		133.3332	100%	—

## (3) 2008年6月，股份增发

2008年6月9日，Bolaa Holdings Limited 以 999,999 美元价格向 Qualicorp Limited（下称“Qualicorp”）配发 190,476 股每股面值为 0.01 美元的 A-1 系列优先股（下称“A-1 系列优先股”）。

本次变更完成后，Bolaa Holdings Limited 股份结构如下：

序号	股东姓名或名称	股份数（万股）	比例	股票性质
1	童毅	84	55.13%	普通股
2	黎健艺	8.33	5.47%	普通股
3	韩建	5	3.28%	普通股
4	蒋元伟	2.67	1.75%	普通股
5	IDG Technology Venture Investment III, L.P.	16.6666	10.94%	A 系列优先股
6	Berkview Limited	16.6666	10.94%	A 系列优先股
7	Qualicorp Limited	19.0476	12.50%	A-1 系列优先股
合计		<b>152.3808</b>	<b>100%</b>	—

（4）2010 年 12 月，股份转让（Qualicorp 退出）

2010 年 12 月 31 日，Qualicorp 以 275,000 美元的价格向 Ho Wing Technology Limited（下称“Ho Wing”）转让 65,476 股 A-1 系列优先股，以 72.5 万美元价格向 Berkview 转让 125,000 股 A-1 系列优先股，Qualicorp 自 2010 年 12 月 31 日起不再是公司的股东。

本次变更完成后，Bolaa Holdings Limited 股份结构如下：

序号	股东姓名或名称	股份数（万股）	比例	股票性质
1	童毅	84	55.13%	普通股
2	黎健艺	8.33	5.47%	普通股
3	韩建	5	3.28%	普通股
4	蒋元伟	2.67	1.75%	普通股
5	IDG Technology Venture Investment III, L.P.	16.6666	10.94%	A 系列优先股
6	Berkview Limited	16.6666	10.94%	A 系列优先股
7	Ho Wing Technology Limited	6.5476	4.30%	A-1 系列优先股
8	Berkview Limited	12.5	8.20%	A-1 系列优先股
合计		<b>152.3808</b>	<b>100%</b>	—

（5）2013 年 2 月，股份回购（IDG 退出）

2013 年 2 月 21 日，Bolaa Holdings Limited 以 75 万美元价格自 IDG 回购 166,666 股 A 系列优先股，IDG 自 2013 年 2 月 21 日起不再是公司的股东。

本次变更完成后，Bolaa Holdings Limited 股份结构如下：

序号	股东姓名或名称	股份数（万股）	比例	股票性质
1	童毅	84	61.89%	普通股

2	黎健艺	8.33	6.14%	普通股
3	韩建	5	3.68%	普通股
4	蒋元伟	2.67	1.97%	普通股
5	Berkview Limited	16.6666	12.28%	A 系列优先股
6	Ho Wing Technology Limited	6.5476	4.82%	A-1 系列优先股
7	Berkview Limited	12.5	9.21%	A-1 系列优先股
合计		<b>135.7142</b>	<b>100%</b>	—

(6) 2013 年 4 月，股份转让（Ho Wing 退出）

2013 年 4 月 2 日，Ho Wing 以 41.25 万美元向 Berkview 转让 65,476 股 A-1 系列优先股，Ho Wing 自 2013 年 4 月 2 日起不再是公司的股东。

本次变更完成后，Bola Holdings Limited 股份结构如下：

序号	股东姓名或名称	股份数（万股）	比例	股票性质
1	童毅	84	61.89%	普通股
2	黎健艺	8.33	6.14%	普通股
3	韩建	5	3.68%	普通股
4	蒋元伟	2.67	1.97%	普通股
5	Berkview Limited	16.6666	12.28%	A 系列优先股
6	Berkview Limited	19.0476	14.04%	A-1 系列优先股
合计		<b>135.7142</b>	<b>100%</b>	—

(7) 2016 年 1 月，Bola Holdings Limited 注销

2016 年 1 月 29 日，Bola Holdings Limited 自公司事务注册处取得《解散证明》（87AAF74854）。

## 5、童毅对 Bola Holdings Limited 及博啦互联的控制

根据香港康德明律师事务所出具的《法律意见书》，Bola Holdings Limited 自设立至解散期间，童毅的持股比例均超过 50%，是 Bola Holdings Limited 的控股股东，能够持续对 Bola Holdings Limited 以及 Bola Holdings Limited 的全资子公司博啦互联实施有效控制。

### (二) 红筹架构的拆除

#### 1、境外机构投资人的退出

##### (1) Qualicorp 的退出

根据香港康德明律师事务所出具的《法律意见书》，2010年12月31日，Qualicorp 分别与 Ho Wing、Berkview 签署《股份转让协议》，Qualicorp 以 275,000 美元的价格向 Ho Wing 转让 65,476 股 A-1 系列优先股及相应股东权益，以 72.5 万美元价格向 Berkview 转让 125,000 股 A-1 系列优先股及相应股东权益。转让完成后，Qualicorp 不再是 Bolaa Holdings Limited 的股东，不再对 Bolaa Holdings Limited 享有任何股东权益。

#### （2）IDG 的退出

根据香港康德明律师事务所出具的《法律意见书》，2013年1月28日，IDG 与 Bolaa Holdings Limited 签署《股权回购协议》，Bolaa Holdings Limited 以 75 万美元或等值人民币回购 IDG 所持有的 Bolaa Holdings Limited 的全部股份及所包含的全部股东权益。2013年2月21日，Bolaa Holdings Limited 以 75 万美元价格自 IDG 回购 166,666 股 A 系列优先股并完成相关变更登记手续。回购完成后，IDG 不再是 Bolaa Holdings Limited 的股东，不再对 Bolaa Holdings Limited 享有任何股东权益。

2013年2月21日，IDG 出具了收到回购价款的确认函。

#### （3）Ho Wing 的退出

根据香港康德明律师事务所出具的《法律意见书》，2013年4月2日，Ho Wing 以 41.25 万美元向 Berkview 转让 65,476 股 A-1 系列优先股及相关股东权益。转让完成后，Ho Wing 不再是 Bolaa Holdings Limited 的股东，不再对 Bolaa Holdings Limited 享有任何股东权益。

#### （4）Berkview Limited 的退出

根据香港康德明律师事务所出具的《法律意见书》，2016年1月29日，Bolaa Holdings Limited 取得《解散证明》（87AAF74854），Bolaa Holdings Limited 已依法清算及注销，Berkview Limited 不再对 Bolaa Holdings Limited 享有任何权益。

## 2、相关协议的解除

2012年12月5日，博拉有限、同趣科技、童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟共同签署《解除协议书》，主要内容如下：

“各方同意，自该协议书签署之日起解除各方于 2006 年 4 月签署的《独家技术和咨询服务协议》、《域名许可使用协议》、《商标许可使用协议》、《股权质押

协议》等一系列协议。各方确认，截至该协议签署之日，该等协议自始至终未实际履行也不再履行，各方不再受该等协议约束，亦不再享有该等协议约定的权利或承担该等协议约定的任何义务；该等协议解除后自始无法律约束力；各方不再因自身及协议任何一方未履行该等协议而主张任何违约责任。”

### 3、博啦互联变更为内资企业

2008年12月25日，博啦互联名称变更为重庆博拉网络发展有限公司。

2013年5月24日，博拉有限股东同意：（1）股东 Bolaa Holdings Limited 将持有的公司 62.5%的股权（852.56 万元出资）转让给王树；（2）股东 Bolaa Holdings Limited 将持有的公司 37.5%的股权转让给童毅；（3）公司企业类型由外资企业转为内资企业。

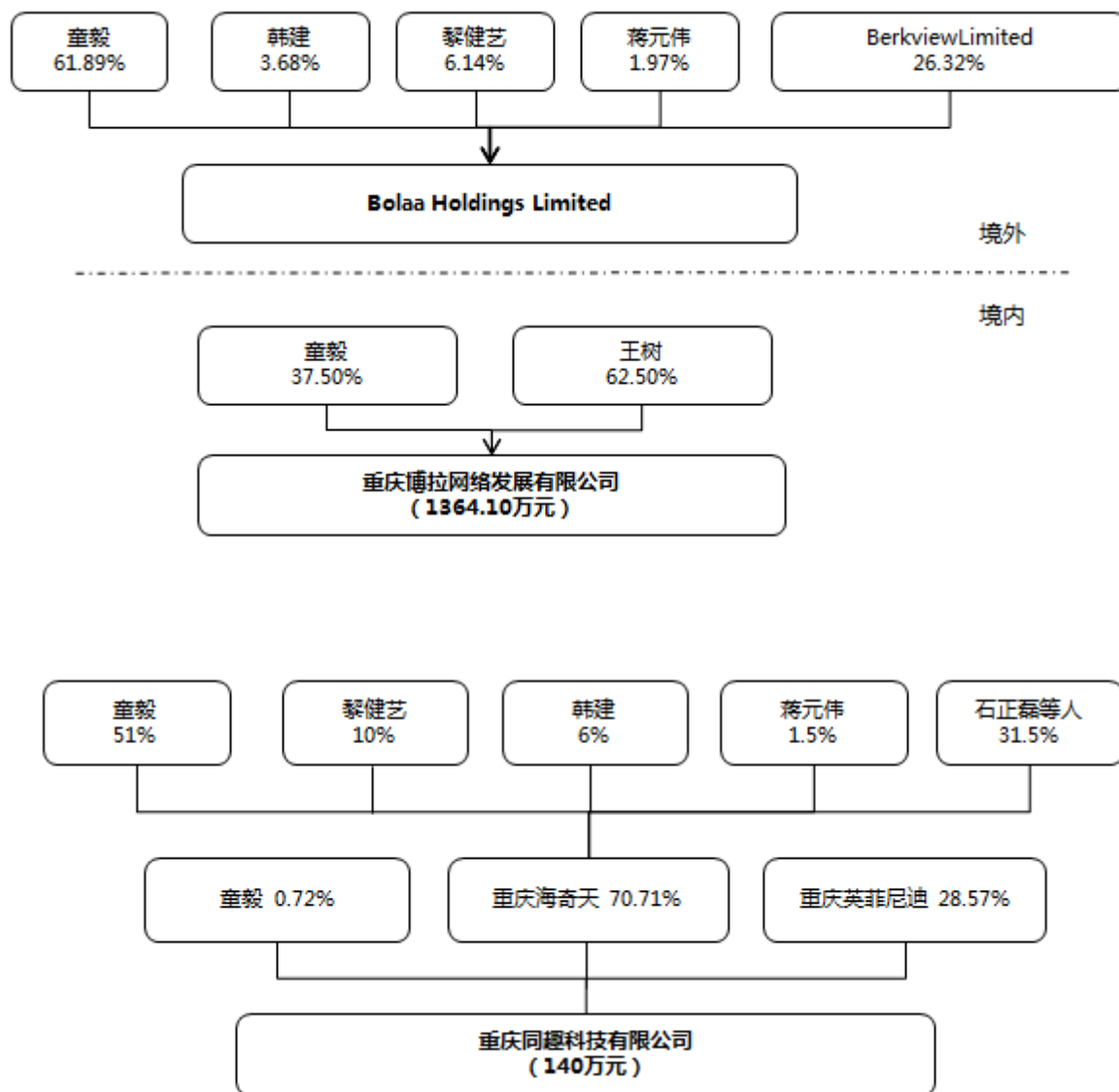
2013年5月24日，Bolaa Holdings Limited 与王树签订《重庆博拉网络发展有限公司股权转让协议》，约定 Bolaa Holdings Limited 将持有的博拉有限 62.5%的股权（出资 852.56 万元）以 773.34 万元转让给王树。

2013年5月24日，Bolaa Holdings Limited 与童毅签订《重庆博拉网络发展有限公司股权转让协议》，约定 Bolaa Holdings Limited 将持有的博拉有限 37.5%的股权（出资 511.54 万元）以 464 万元转让给童毅。

2013年6月8日，重庆北部新区管理委员会出具《关于同意重庆博拉网络发展有限公司“外转内”的批复》（渝新委外审[2013]27号），批复同意公司股权转让并由外资企业转为内资企业。

2013年7月3日，重庆市工商行政管理局核发 500903000067038 号《企业法人营业执照》。

红筹架构拆除时的股权结构如下：



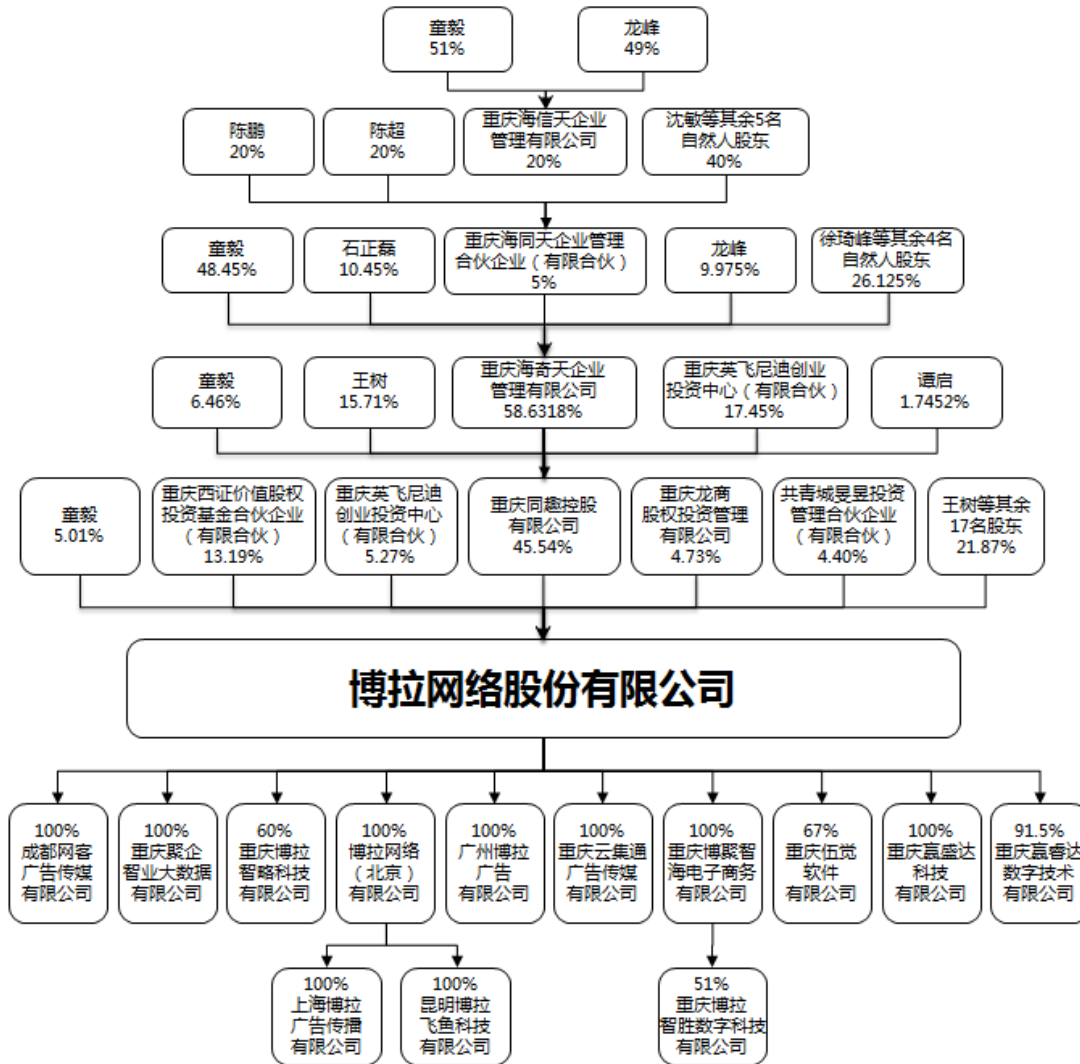
#### 4、2016年1月，Bolaa Holdings Limited 注销

2016年1月29日，Bolaa Holdings Limited 自公司事务注册处取得《解散证明》（87AAF74854）。至此，Bolaa Holdings Limited 已经完成清算注销手续。

## 六、发行人的股权结构图和组织结构

### （一）发行人股权结构图

截至本招股说明书签署之日，本公司的股权结构图如下：

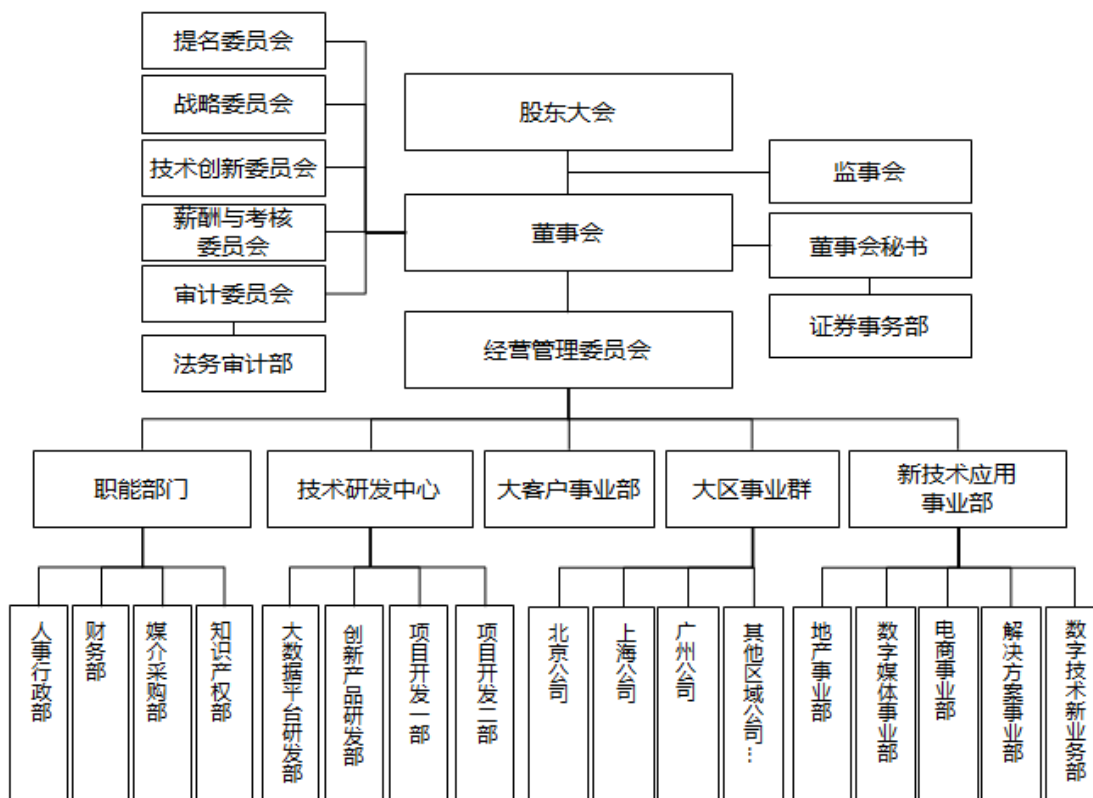


## (二) 发行人组织结构图

公司按照《公司法》及《公司章程》的规定，建立了较为完善的法人治理结构，设立了股东大会、董事会和监事会，其中董事会设有战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会、提名委员会。公司实行董事会领导下的总经理负责制，总理由董事会聘任或解聘，对董事会负责。

截至本招股说明书签署之日，公司的内部组织结构如下图：





## 七、发行人分公司及控股、参股公司情况

### （一）发行人分公司情况

截至本招股说明书签署之日，本公司未设立分公司。

### （二）发行人的全资或控股子公司

截至本招股说明书签署之日，本公司共计有十家全资或控股子公司，具体情况如下（以下子公司最近一年及一期的主要财务数据均经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计）：

单位：万元

序号	名称	主营业务	与发行人主营业务的关系	实收资本	主要生产营地
1	博拉网络（北京）有限公司	大数据应用服务、技术开发服务	主营业务的重要板块之一	1,000.00	北京及华北地区
2	重庆博聚智海电子商务有限公司	电子商务解决方案策划、电商技术开发、电商业务运营	主营业务的重要板块之一	500.00	全国
3	成都网客广告传媒	大数据营销和技术开发	与公司从事的	100.00	成都及四川

	有限公司	服务	主要业务存在明显的协同发展关系		区域
4	重庆博拉智略科技有限公司	大数据和人工智能技术在物联网等应用场景中的相关项目的技术开发和实施	与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系	120.00	重庆及西南地区
5	广州博拉广告有限公司	信息技术咨询业务	与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系	3.00	华南地区
6	重庆云集通广告传媒有限公司	大数据技术咨询服务、电子会员数据管理与运营项目的实施和相关技术开发	与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系	500.00	重庆及西南地区
7	重庆伍觉软件有限公司	大数据在智慧园区/智能家居的应用解决方案咨询，以及相关项目的技术开发和实施	与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系	100.00	重庆及西南地区
8	重庆赢盛达科技有限公司	大数据应用服务、技术开发服务	自成立以来，母公司的部分业务与技术资源逐步转移至赢盛达，由赢盛达负责具体承做、实施相关项目	3,000.00	全国
9	重庆聚企智业大数据有限公司	拟开展大数据在电子商务、数字营销、人工智能、物联网等应用场景的技术软件开发，并开展相关行业应用，为大型企业客户提供大数据智能应用整体解决方案	主营业务的重要板块之一	50.00	重庆及西南地区
10	重庆赢睿达数字技术有限公司	拟专注于从事大数据营销以及相关服务，系一家基于大数据开展数字媒体精准投放的技术服务	主营业务的重要板块之一	2,000.00	全国

## 1、博拉网络（北京）有限公司

### （1）基本情况

成立日期：2010年1月20日

注册资本：1,000万元

住所：北京市朝阳区建国路27号院1号楼7层01、02、03单元

统一社会信用代码：91110105699559093H

法定代表人：龙峰

经营范围：互联网信息服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；技术推广、技术服务、技术咨询、技术转让、技术开发；承办展览展示；会议服务；设计、制作、代理、发布广告；计算机系统服务；销售计算机、软件及辅助设备、机械设备、五金交电、电子产品、化工产品（不含危险化学品）、金属材料、文具用品、通讯设备；经济贸易咨询；企业管理咨询；企业策划；数据处理。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；互联网信息服务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。）

截至本招股说明书签署之日，北京博拉的股东构成及出资比例如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	1,000.00	100.00
<b>合计</b>	<b>1,000.00</b>	<b>100.00</b>

## （2）主要业务、主要财务数据

北京博拉系本公司开发北京及华北区域市场的重要子公司，在公司战略布局中具有重要地位。2014 年之前，北京博拉在实际经营过程中，主要从事业务承揽工作，主要进行项目的开拓以及业务的开发，拥有较为丰富的项目信息和营销渠道、客户资源等。2014 年成为本公司的控股子公司之后，北京博拉逐渐加强了自身技术团队的建设工作，逐步转型至项目承揽与承做并重，目前已拥有技术实力雄厚的技术部门与专业团队。

最近一年及一期，北京博拉的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019 年 1-6 月	2018.12.31 或 2018 年
资产	5,998.12	4,754.21
所有者权益	521.17	255.27
营业收入	3,919.80	7,307.98
净利润	265.90	-311.94

（3）报告期内，北京博拉的全资、控股子公司及合营、联营公司基本信息如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	北京博拉出资比例及控制情况	主要生产经营地	住所	主营业务及实际经营情况、与发行人主营业务的关系
1	上海博拉广告传播有限公司	2011年1月11日	500.00	100.00	100%	上海及华东地区	上海市奉贤区望园路2165弄3号262室	设计、制作、代理、发布各类广告，从事计算机科技、网络科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务；与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系。
2	昆明博拉飞鱼科技有限公司	2012年1月21日	100.00	100.00	100%	云南及西南地区	云南省昆明市盘龙区北辰财富中心商住楼A幢2301号	计算机软硬件的开发及应用；计算机系统集成；与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系。
3	北京耀途科技有限公司	2014年11月18日	200.00	200.00	51%	北京	北京市朝阳区建国路88号9号楼6层706	技术推广服务；计算机系统服务；北京博拉相关出资已于2016年1月转让；未形成协同效应。
4	BOLAA PTY LTD	2014年3月28日	澳元1.00	澳元1.00	100%	澳大利亚	CONCORD NSW 2137	媒体广告，未实际展业经营；已于2016年6月解散
5	北京云集通网络科技有限公司	2015年9月1日	100.00	100.00	100%	北京	北京海淀区清河三街72号6号楼3层3272室	计算机系统服务，未实际经营；已于2016年8月注销

2016年1月15日，北京博拉与徐涛签订了《股权转让协议》，约定北京博拉将其持有的北京耀途科技有限公司51%的股权转让给徐涛；双方确定的转让价格为人民币50万元；前述股权转让完成后，北京博拉不再持有北京耀途的股权，不再享受相应的股东权利和承担义务。

最近一年及一期，上海博拉广告传播有限公司的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019年1-6月	2018.12.31 或 2018年
资产	1,433.16	835.34

所有者权益	-135.14	-393.34
营业收入	892.99	631.32
净利润	258.20	-282.21

最近一年及一期，昆明博拉飞鱼科技有限公司的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019年 1-6月	2018.12.31 或 2018年
资产	684.56	510.86
所有者权益	261.24	148.11
营业收入	718.85	1,081.56
净利润	113.13	6.94

## 2、重庆博聚智海电子商务有限公司

### (1) 基本情况

成立日期：2013年1月14日

注册资本：500万元

住所：重庆市渝北区金开大道西段106号17幢1楼1#

统一社会信用代码：915000000598930699

法定代表人：黎健艺

经营范围：利用互联网销售：日用百货、包装材料、绿色植物、电子产品（不含电子出版物）、工艺美术品（象牙及其制品除外）、皮革制品、服装、鞋帽、玩具、钟表眼镜及配件、文教用品、照相器材、体育用品、家具、家用电器、装潢材料、电脑及配件、汽车饰品、宠物用品、针纺织品、卫生用品、母婴用品、洗涤用品、化妆品、厨房用具、珠宝首饰、五金工具、电子元器件、数码产品、办公用品、机械设备、化工产品（不含危险化学品）、初级农产品、饲料、园艺用品、金属材料、通讯设备（不含无线电地面接收设备及发射设备）、建筑材料（不含危险化学品）、仪器仪表、陶瓷制品、橡胶及塑料制品、化肥、I类医疗器械；计算机系统设计；平面及立体设计、制作；网页设计；承办经批准的文化艺术交流活动；展示、展览策划；企业形象设计；市场营销策划；销售：汽车、手机及配件；预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）；货物进出口、技术进出口；商务信息咨询；从事网络技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；软件开发及设计；设计、制作、代理、发布国内外广告；摄影服务；仓储服

务（不含危险品）；房屋租赁；机械设备安装、维修；出版物零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）；会议及展览服务；企业管理咨询；市场调研服务。（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）

截至本招股说明书签署之日，股东构成及出资比例：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	500.00	100.00
<b>合计</b>	<b>500.00</b>	<b>100.00</b>

## （2）经营情况和主要财务数据

报告期内，博聚智海主要从事电子商务解决方案策划、电商技术开发、电商业务运营等，是公司主营业务的重要板块之一。

最近一年及一期，博聚智海的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019 年 1-6 月	2018.12.31 或 2018 年
资产	885.93	826.63
所有者权益	566.87	120.29
营业收入	971.98	921.09
净利润	6.58	1.15

博聚智海全资、控股子公司及合营、联营公司基本信息如下：

序号	公司名称	成立时间	注册资本（万元）	实收资本（万元）	博聚智海出资比例及控制情况	主要生产经营地	住所	主营业务、与发行人主营业务的关系
1	重庆博拉智胜数字科技有限公司	2015 年 8 月 17 日	130.00	130.00	51%	重庆	重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 1 楼 2#	计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统设计与平面设计；网页设计；与公司从事的主要业务存在协同发展关系。

注：博拉智胜无下属子公司。

博拉智胜的其他股东：杨定华（出资比例 49%）。

最近一年及一期，重庆博拉智胜数字科技有限公司的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019 年 1-6 月	2018.12.31 或 2018 年
资产	20.04	20.12
所有者权益	19.74	19.82
营业收入	0	0
净利润	-0.08	-31.88

### 3、成都网客广告传媒有限公司

#### （1）基本情况

成立日期：2008年5月9日

注册资本：100万元

住所：中国（四川）自由贸易试验区成都高新区天府大道北段1700号1栋3单元7层703号

统一社会信用代码：9151010067432137XA

法定代表人：石正磊

经营范围：设计、制作、代理、发布广告（气球广告除外）；计算机软硬件的技术咨询服务；文化传播的咨询服务；汽车配件及饰品的销售；计算机软硬件的开发与销售（以上经营范围国家法律、法规禁止的除外，限制的取得许可后方可经营）

截至本招股说明书签署之日，成都网客的股东构成及出资比例：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	100.00	100.00
<b>合计</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

#### （2）经营情况和主要财务数据

报告期内，成都网客系本公司负责开发成都及四川区域市场的子公司，主要从事大数据营销和技术开发服务等，与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系。

最近一年及一期，成都网客的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019 年 1-6 月	2018.12.31 或 2018 年
资产	242.34	186.15
所有者权益	-31.04	-48.56
营业收入	97.09	174.76
净利润	17.52	34.77

#### 4、重庆博拉智略科技有限公司

##### （1）基本情况

成立日期：2011年3月18日

注册资本：200万元

住所：重庆市渝北区金开大道西段106号17幢1楼3#

统一社会信用代码：915000005699433025

法定代表人：黎健艺

经营范围：计算机系统服务；计算机软硬件及辅助设备的技术开发、销售；计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统集成；平面设计；网页设计；承办经批准的文化艺术交流活动；设计、制作、代理、发布国内外广告；展示、展览服务；企业形象设计；市场营销策划；仪器仪表、监控设备、工业自动化控制设备、电子产品、机械设备、通讯设备的销售、安装及技术服务、技术咨询。（以上经营范围依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署之日，股东构成及出资比例：

股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	120.00	60.00
北京大通恒益技术发展有限公司	80.00	40.00
合计	200.00	100.00

注：2017年2月14日，博拉智略注册资本由100万元变更为200万元。增资部分共计100万元，由博拉网络于2020年12月31日前以货币方式缴纳20万元，由北京大通恒益技术发展有限公司于2020年12月31日前以货币方式缴纳80万元。

##### （2）经营情况和主要财务数据

报告期内，博拉智略主要从事大数据和人工智能技术在物联网等应用场景中的相关项目的技术开发和实施，与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系。



最近一年及一期，博拉智略的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019 年 1-6 月	2018.12.31 或 2018 年
资产	182.75	211.00
所有者权益	143.76	122.42
营业收入	0.00	124.17
净利润	1.34	31.26

## 5、广州博拉广告有限公司

### （1）基本情况

成立日期：2015年4月1日

注册资本：3万元

住所：广州市天河区珠江东路28号4901房自编14-16单元（仅限办公用途）

统一社会信用代码：91440106340126806J

法定代表人：黎健艺

经营范围：软件开发；信息技术咨询服务

截至本招股说明书签署之日，股东构成及出资比例：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
博拉网络	3.00	100.00	货币
<b>合计</b>	<b>3.00</b>	<b>100.00</b>	

### （2）经营情况和主要财务数据

报告期内，广州博拉主要从事信息技术咨询业务等，与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系。

最近一年及一期，广州博拉的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019 年 1-6 月	2018.12.31 或 2018 年
资产	70.36	87.85
所有者权益	-12.50	-5.34
营业收入	0.00	33.98
净利润	-7.16	-6.72

## 6、重庆云集通广告传媒有限公司

### （1）基本情况

成立日期：2015年7月13日

注册资本：500万元

住所：重庆市渝北区金开大道西段106号17幢2楼1#

统一社会信用代码：915000003460227689

法定代表人：黎健艺

经营范围：设计、制作、代理、发布国内外广告；图文设计及制作；计算机系统服务；网络技术咨询、商务信息咨询、企业管理咨询；市场调研服务；企业营销策划；承办经批准的文化艺术交流活动；商务代理；展示展览服务、礼仪服务；销售汽车、汽车配件、手机及其配件。（以上经营范围法律、法规禁止的不得经营；法律、法规限制的取得许可或审批后方可经营）

截至本招股说明书签署之日，股东构成及出资比例：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	500.00	100.00
<b>合计</b>	<b>500.00</b>	<b>100.00</b>

### （2）经营情况和主要财务数据

报告期内，重庆云集通主要从事大数据技术咨询服务、电子会员数据管理与运营项目的实施和相关技术开发等，与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系。

最近一年及一期，重庆云集通的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019 年 1-6 月	2018.12.31 或 2018 年
资产	1,701.11	1,746.50
所有者权益	570.97	480.32
营业收入	335.42	963.60
净利润	90.65	-3.02

## 7、重庆伍觉软件有限公司

### （1）基本情况

成立日期：2015年6月23日

注册资本：100万元

住所：重庆市渝北区金开大道西段106号17幢2楼2#

统一社会信用代码：91500000345949262D

法定代表人：石正磊

经营范围：计算机系统服务，计算机软件及辅助设备的技术开发、销售；计算机领域内的技术服务与技术咨询；计算机系统设计；计算机软硬件的开发与销售；平面及立体设计制作；网页设计；承办经批准的文化艺术交流活动；设计、制作、发布广告；展示、展览策划；企业形象设计；市场营销策划（以上经营范围依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署之日，股东构成及出资比例：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	67.00	67.00
谭利辉	33.00	33.00
<b>合计</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

## （2）经营情况和主要财务数据

伍觉软件主要从事大数据在智慧园区/智能家居的应用解决方案咨询，以及相关项目的技术开发和实施等业务，与公司从事的主要业务存在明显的协同发展关系。

最近一年及一期，伍觉软件的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019年 1-6月	2018.12.31 或 2018年
资产	316.51	222.70
所有者权益	-193.94	-283.31
营业收入	122.64	45.25
净利润	89.37	-422.43

## 8、重庆赢盛达科技有限公司

### （1）基本情况

成立日期：2015年12月14日

注册资本：3,000万元

住所：重庆市渝北区仙桃街道数据谷东路19号

统一社会信用代码：91500112MA5U41TN0Y

法定代表人：黎健艺

经营范围：计算机系统服务；计算机软件及辅助设备的技术开发、销售；设计、制作、代理、发布国内外广告；图文设计及制作；计算机系统服务；网络技术咨询；企业管理咨询；市场调研服务；企业营销策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署之日，股东构成及出资比例：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	3,000.00	100.00
<b>合计</b>	<b>3,000.00</b>	<b>100.00</b>

## （2）经营情况和主要财务数据

出于整体战略规划考虑，为了对博拉网络总部及西南地区业务形成有力支持，并为满足不断拓展的业务需求，更好地服务客户，公司于2015年底设立了全资子公司重庆赢盛达科技有限公司。自成立以来，母公司的部分业务与技术资源逐步转移至赢盛达，由赢盛达负责具体承做、实施相关项目。

最近一年及一期，赢盛达的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019 年 1-6 月	2018.12.31 或 2018 年
资产	11,601.54	10,560.95
所有者权益	8,618.78	8,295.05
营业收入	8,978.93	15,010.34
净利润	323.73	2,930.23

## 9、重庆聚企智业大数据有限公司

### （1）基本情况

成立日期：2019年2月20日

注册资本：1,000万元

住所：重庆市北碚区云汉大道117号附485号

统一社会信用代码：91500000MA6090496M

法定代表人：石正磊

经营范围：大数据、计算机、网络技术领域的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；应用软件开发；数据处理与存储服务；计算机系统服务；计算

机系统设计；计算机软件及辅助设备的研发、设计、销售；网络技术咨询服务；平面设计；网页设计；三维动画设计；货物及技术进出口；计算机系统集成；市场调研；企业管理咨询；市场营销策划；商务信息咨询；企业形象设计；礼仪服务；承办经批准的文化艺术交流活动；会议及展览展示服务；设计、制作、代理、发布国内外广告；摄影服务；利用互联网销售日用百货；仓储服务（不含危险品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署之日，股东构成及出资比例：

股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	1,000.00	100.00
<b>合计</b>	<b>1,000.00</b>	<b>100.00</b>

## （2）经营情况和主要财务数据

出于整体战略规划考虑，为了延伸、完善博拉网络整体业务构架，进一步拓展和深耕大数据相关业务，拓宽行业渠道和丰富项目来源，公司全资成立重庆聚企智业大数据有限公司。聚企智业系一家大数据平台软件开发和行业应用公司，主要开展大数据在电子商务、数字营销、人工智能、物联网等应用场景的技术软件开发，并开展相关行业应用，为大型企业客户提供大数据智能应用整体解决方案。

聚企智业成立于2019年2月20日，聚企智业的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019年2-6月
资产	346.00
所有者权益	159.20
营业收入	265.83
净利润	109.20

## 10、重庆赢睿达数字技术有限公司

### （1）基本情况

成立日期：2019年3月11日

注册资本：2,000万元

住所：重庆市北碚区润兴路277号招商中心二楼207

统一社会信用代码：91500000MA609M4X2M

法定代表人：黎健艺

经营范围：大数据、计算机、网络技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；应用软件开发；数据处理与存储服务；计算机系统服务；计算机系统服务；计算机系统服务；计算机软硬件及辅助设备的研发、设计、销售；网络技术咨询服务；平面设计；网页设计；三维动画设计；货物及技术进出口；计算机系统集成；市场调研；企业管理咨询；市场营销策划；商务信息咨询；企业形象设计；礼仪服务；承办经批准的文化艺术交流活动；会议及展览展示服务；设计、制作、代理、发布国内外广告；摄影服务；利用互联网销售日用百货；仓储服务（不含危险品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署之日，股东构成及出资比例：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
博拉网络	1,830.00	91.50
刘晓凤	170.00	8.50
<b>合计</b>	<b>2,000.00</b>	<b>100.00</b>

2019年10月14日，公司与刘晓凤签署了股权转让协议，以200万元（含税）的价格收购刘晓凤持有赢睿达的全部股份。收购完成后，赢睿达将变为博拉网络的全资子公司。截至本招股说明书签署之日，相关工商变更手续正在办理中。

## （2）经营情况和主要财务数据

出于整体战略规划考虑，为了延伸、完善博拉网络整体业务构架，进一步拓展和深耕大数据相关业务，拓宽行业应用领域，丰富项目来源和营销渠道，公司成立重庆赢睿达数字技术有限公司。赢睿达专注于从事大数据营销以及相关服务，系一家基于大数据开展数字媒体精准投放的技术服务公司。

赢睿达成立于2019年3月11日，赢睿达的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019年 3-6 月
资产	6,527.32
所有者权益	2,000.59
营业收入	4,452.62
净利润	0.59

## （三）发行人参股公司

报告期内，发行人参股两家公司，其基本情况如下：

参股公司名称	出资金额 (万元)	出资比例	出资时间	控股方	主营业务情况
重庆职学大伽信息技术咨询有限公司	30	15%	2016.05.30	李鲁（85%）	对互联网、IT等相关专业人才的咨询、辅导服务
天津艺点意创科技有限公司	1,800	3%	2018.07.17	巩书凯 (69.66%)	综合性品牌策划和 CI（企业视觉形象识别系统）、VI（视觉识别系统）开发的创造性咨询，logo 及 VI 设计、CI 及 SI 等综合性创意服务

### 1、重庆职学大伽信息技术咨询有限公司

#### （1）基本情况

成立日期：2016年5月30日

注册资本：200万元

住所：重庆市渝北区青枫北路12号1幢高新园拓展区（A1A2）4号楼21楼2#

统一社会信用代码：91500000MA5U67H03P

法定代表人：李鲁

经营范围：网络信息技术咨询服务；企业管理咨询；软件开发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署之日，股东构成及出资比例如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
李鲁	200.00	100.00%
合计	200.00	100.00%

#### （2）参股的原因，与公司主营业务的关系以及未来的计划

为开拓并深耕IT咨询、辅导方面的业务，公司参股成立重庆职学大伽信息技术咨询有限公司。

职学大伽主要从事对互联网、IT等相关专业人才的咨询、辅导服务，如对中小企业和个人进行互联网营销与实务运用的技术辅导（指导）与智力支持等。

2019年6月20日，公司与李鲁签署了股权转让协议，以35万元的价格将其持有职学大伽的全部股份转让给李鲁。2019年7月2日，相关工商变更手续已经办理完毕。

#### （3）公司与职学大伽之间是否存在业务或资金往来

报告期内，除投资职学大伽35万元外，公司与职学大伽之间还存在如下交易：

2019年1月10日，发行人子公司昆明博拉与发行人参股公司职学大伽签署《项目申报专项服务协议》，约定由职学大伽为昆明博拉“引进域外业内知名科技服务机构的认定”项目提供专项申报的服务。2019年1月31日，职学大伽已完成全部服务，昆明博拉于2019年2月15日向职学大伽支付服务款9万元（含税）。该次向关联方采购服务已于2019年1月4日经董事长审批程序批准通过，履行了相关内部审批程序。

报告期内，除上述投资和专项服务外，公司与职学大伽之间不存在其他业务或资金往来。

## 2、天津艺点意创科技有限公司

### （1）基本情况

成立日期：2016年3月14日

注册资本：1,241.134万元

住所：天津市红桥区咸阳路19号中投保大厦三层

统一社会信用代码：91120106MA05J5EK14

法定代表人：霍迎迎

经营范围：计算机软件技术开发、转让、咨询、服务；企业形象策划；产品外包装设计；标牌设计；电脑图文设计；网页设计；展览展示服务；从事广告业务；企业营销策划；商务信息咨询；室内外装饰装修工程设计、施工；工艺品、日用百货、标牌、展柜、装饰装修材料、家用电器批发兼零售；计算机网络数据处理服务；包装装潢印刷品印刷；专利代理服务；消防设备安装。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署之日，股东构成及出资比例如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
巩书凯	864.606	69.66
重庆中以农业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	156.203	12.59
霍迎迎	100.00	8.06
博拉网络	37.257	3.00
山水从容传媒投资有限公司	24.078	1.94



嘉兴领创股权投资基金合伙企业（有限合伙）	23.596	1.90
中智领航（天津）企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	23.596	1.90
成都森本艺企业管理合伙企业（有限合伙）	11.798	0.95
<b>合计</b>	<b>1,241.134</b>	<b>100.00%</b>

（2）参股的原因，与公司主营业务的关系以及未来的计划

为开拓并深耕京津冀地区计算机软件技术开发方面的业务，公司于 2018 年 7 月 17 日参股投资天津艺点意创科技有限公司。

艺点意创主要从事包括企业形象、品牌形象建立，进行综合性品牌策划和 CI（企业视觉形象识别系统）、VI（视觉识别系统）开发的创造性咨询，logo 及 VI 设计、CI 及 SI（专卖店形象识别系统）导入、平面设计、产品与包装设计、画册设计、环境与导示设计、网站设计、工业产品设计、设计策划、下游的印刷及电商代运营等综合性创意服务产业。艺点意创主要为中小微企业提供除产品本身以外所有的跟市场相关的创意服务，并且将综合性创意服务产业进行线上化改造，利用互联网工具和思维，颠覆传统文化创意产业。

公司暂时没有对艺点意创追加投资或转让股权的计划。

（3）公司与艺点意创之间是否存在业务或资金往来

艺点意创为重庆忽米网络科技有限公司的主要股东，2019年上半年，发行人为重庆忽米网络科技有限公司提供技术开发服务，服务收入为198.11万元。

报告期内，除上述为重庆忽米网络科技有限公司提供技术开发服务和投资艺点意创1,800万元外，公司与艺点意创之间不存在其他业务或资金往来。

## 八、发起人、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

### （一）控股股东、实际控制人

#### 1、控股股东的基本情况

公司控股股东为重庆同趣控股有限公司，直接持有公司4,144万股的股份，持股比例为45.54%。

（1）同趣控股的基本情况如下：

成立日期：2005年6月10日

统一社会信用代码：91500000774873315X

法定代表人：韩建

住所：重庆市渝北区金开大道西段106号17幢4楼1-6#

注册资本：人民币3,000万元

经营范围：利用自有资金从事投资业务（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款、发放贷款以及证券、期货等金融业务）。

主营业务：投资管理

（2）历史沿革

同趣控股原名重庆同趣科技有限公司。重庆同趣科技有限公司成立于2005年6月10日，注册资本20万元，成立时的股权结构：吴远丽以货币出资10.4万元，占比52%；黎健艺以货币出资5万元，占比25%；韩建以货币出资3.0万元，占比15%；蒋元伟以货币出资1.6万元，占比8%。

2006年1月5日，同趣科技召开股东会通过以下决议：一、同意吴远丽将其持有的同趣科技52%的股权（人民币10.4万元）转让给童毅，其他股东放弃该等股权的受让权。双方于同日签订转让协议。二、同意新增注册资本80万元，增资后注册资本变更为100万元，增资部分由童毅出资41.6万元，黎健艺出资20万元，韩建出资12万元，蒋元伟出资6.4万元。

2013年1月28日，同趣科技召开股东会，同意童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟分别将其持有的同趣科技51%、25%、15%、8%的股权转让给海奇天。就上述事宜，2013年1月29日，海奇天分别与童毅、黎健艺、韩建、蒋元伟签订了《股权转让协议》。此次变更后，海奇天出资人民币99万元，占比99%；童毅出资1万元，占比1%。

2013年3月6日，同趣科技召开股东会，同意公司注册资本增至140万元，由重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）以货币出资2,000万元，其中40万元作为注册资本，其余1,960万元作为资本公积。此次变更后，海奇天出资人民币99万元，占比70.71%；重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）出资40万元，占比28.57%；童毅出资1万元，占比0.72%。

2013年5月13日，同趣科技召开股东会，同意公司资本公积金1,960万元转增注册资本（实收资本），同趣科技的注册资本增至2,100万元。

2013年7月4日，同趣科技召开股东会，同意同趣科技的注册资本由2,100万元增至3,000万元。本次增资的出资人及出资方式为：王树、童毅将其所分别持有的博拉有限62.5%、37.5%股权，以重庆华信资产评估房地产土地估价有限公司对博拉有限的股权评估价值（重华信评报【2013】43号）为基础，作价900万元，分别认缴同趣科技新增注册资本562.5万元、337.5万元，合计900万元。此次增资完成后，同趣科技的股权结构变更为：海奇天49.50%、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）20.00%、童毅11.75%、王树18.75%。

2013年7月4日，同趣科技分别与童毅、王树签订《重庆博拉网络发展有限公司股权转让协议》，约定将博拉有限100%股权过户至同趣科技名下。2013年8月7日，博拉有限就本次股权转让事宜在重庆市工商行政管理局办理了工商变更登记手续。

在办理同趣科技增资工商变更登记的过程中，工商登记主管部门要求对前述股东会决议内容进行补充完善修改。股东会决议原内容为：“同意重庆华信资产评估房地产土地估价有限公司评估报告对童毅（王树）持有的重庆博拉网络发展有限公司股权的评估价值...”工商主管部门要求增加评估报告的文号，修改后的内容如下：“同意重庆华信资产评估房地产土地估价有限公司[重华信评报（2013）43号]评估报告对童毅（王树）持有的重庆博拉网络发展有限公司股权的评估价值...”

2013年8月8日，在征得各股东的认可后，同趣科技的工商登记经办人员根据工商登记主管部门的要求完善了股东会决议内容，并将股东会决议的日期调整为工商办理日当天日期（即2013年8月8日）。

上述情况导致相关股东会决议所载召开日期（即2013年8月8日）晚于博拉有限办理工商变更登记日期（即2013年8月7日）。但，博拉有限本次股权变动事宜履行了全部必要的程序，相关程序合法合规。同趣科技也已就增资事项办理完成了工商变更登记，获得了工商登记主管部门的认可，程序合法有效。

2014年4月8日，同趣科技更名为重庆同趣控股有限公司。

2015年5月4日，同趣控股召开股东会，同意：王树、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）、童毅分别将其持有的同趣控股4.3%股权（129万元）、3.95%股权（118.5万元）、5.81%股权（174.3万元）转让给海奇天。同日，海奇天分别与王树、童毅、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）签订了《股权转让协议》。

2015年6月15日，同趣控股召开股东会，同意：海奇天将其持有的同趣控股1.7452%的股权（52.356万元）转让给谭启，海奇天将其持有的同趣控股0.52%的股权（15.6万元）转让给童毅，海奇天将其持有的同趣控股1.26%的股权（37.8万元）转让给王树，海奇天将其持有的同趣控股1.4%的股权（42万元）转让给重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）。同日，海奇天分别与谭启、王树、童毅、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）签订了《股权转让协议》。

2018年6月27日，同趣控股将经营范围变更为“利用自有资金从事投资业务（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款、发放贷款以及证券、期货等金融业务）”。

### （3）股权结构

截至本招股说明书签署之日，同趣控股股东出资情形如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
重庆海奇天企业管理有限公司	1,758.954	58.6318
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	523.47	17.45
王树	471.30	15.71
童毅	193.92	6.46
谭启	52.356	1.7452
<b>合计</b>	<b>3,000.00</b>	<b>100.00</b>

### （4）最近一年及一期的主要财务数据

最近一年及一期，同趣控股的主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	2019.6.30 或 2019年 1-6 月	2018.12.31 或 2018 年
资产	41,895.04	39,368.19
净资产	38,376.44	36,693.12
营业收入	21,612.16	35,361.45
净利润	1,763.40	7,696.33

注：上述财务数据已经重庆金翰会计师事务所有限公司审计

## 2、实际控制人的基本情况

除了直接持有本公司 456 万股股份以外，童毅直接持有同趣控股 6.46% 的股权，同时通过重庆海奇天企业管理有限公司（童毅直接和间接持有重庆海奇天企业管理有限公司 49.45% 的股权）间接持有同趣控股 28.99% 的股权，合计持有同趣控股 35.45% 的股权。同时，鉴于童毅为发行人职工持股合伙企业（即海同天）的唯一普通合伙人及执行事务合伙人（即海信天）的控股股东、法定代表人、执行董事、经理，综上，本次发行上市前，童毅通过同趣控股能够控制发行人 45.54% 的股权，再加上直接持有的 5.01% 股权，童毅合计能控制发行人 50.55% 的股权，为公司实际控制人。

童毅先生，汉族，中国国籍，公民身份号码 51020319750310\*\*\*\*，无境外永久居留权。

最近两年，公司实际控制人未发生变化。

报告期内，发行人的控股股东、实际控制人不存在替发行人承担成本费用的情况。

### 3、海奇天的基本情况

重庆同趣控股有限公司的控股股东为重庆海奇天企业管理有限公司。海奇天的基本情况如下：

成立日期：2013年1月28日

统一社会信用代码：915000000605178887

法定代表人：童毅

住所：重庆市渝北区金开大道西段106号17幢4楼1-1#

注册资本：人民币105.2631万元

经营范围：企业管理咨询；商务信息咨询（依法须批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

主营业务：投资控股型公司。目前，海奇天除持有同趣控股的股权外，没有开展其他业务。

重庆海奇天企业管理有限公司为发行人核心管理团队成员投资成立的公司，注册资本105.2631万元。其中：童毅以货币出资51万元，占比48.45%；石正磊以货币出资11万元，占比10.45%；徐琦峰以货币出资10万元，占比9.5%；龙峰以货币出资10.5万元，占比9.975%；黎健艺以货币出资10万元，占比9.5%；韩建以

货币出资6万元，占比5.70%；重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）以货币出资5.2631万元，占比5.00%；蒋元伟以货币出资1.5万元，占比1.425%。

截至本招股说明书签署之日，海奇天股东出资情形如下：

股东姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
童毅	51.00	48.45
石正磊	11.00	10.45
龙峰	10.50	9.975
徐琦峰	10.00	9.50
黎健艺	10.00	9.50
韩建	6.00	5.70
重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）	5.2631	5.00
蒋元伟	1.50	1.425
<b>合计</b>	<b>105.2631</b>	<b>100.00</b>

#### （1）重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）的基本情况

统一社会信用代码：91500000MA5U534Q7E

成立日期：2016年3月17日

主要经营场所：重庆市渝北区金开大道西段106号17幢4楼1-2#

执行事务合伙人/法定代表人：重庆海信天企业管理有限公司

合伙期限：2016年3月17日至2036年3月17日

经营范围：企业管理咨询、商务信息咨询（以上经营范围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）。

合伙人信息如下：

合伙人姓名或名称	承担责任方式	出资额（万元）	出资比例（%）
陈鹏	有限合伙	0.20	20.00
陈超	有限合伙	0.20	20.00
沈敏	有限合伙	0.10	10.00
蒋兵	有限合伙	0.10	10.00
赵犍	有限合伙	0.10	10.00
张萌	有限合伙	0.05	5.00
宋涛	有限合伙	0.05	5.00
重庆海信天企业管理有限公司	普通合伙	0.20	20.00
<b>合计</b>		<b>1.00</b>	<b>100.00</b>

重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）为公司员工持股平台，其设立目的为实现公司核心业务骨干间接持股，其自然人合伙人均为公司业务骨干，唯一普通合伙人重庆海信天企业管理有限公司的出资人为童毅及龙峰。除持有海奇天股权外，海同天未投资其他企业，不存在担任私募投资基金管理人的情形，也没有担任私募投资基金管理人的计划或安排。因此，海同天不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理登记和基金备案办法（试行）》中所规定的私募投资基金或私募基金管理人。

## （2）重庆海信天企业管理有限公司的基本情况

统一社会信用代码：91500000MA5U4RGHXN

成立日期：2016年2月29日

住所：重庆市渝北区金开大道西段106号17幢4楼1-3#

注册资本：人民币1万元

法定代表人：童毅

经营范围：企业管理咨询、商务信息咨询（以上经营范围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：投资控股型公司。目前，海信天除出资成立海同天外，没有开展其他业务。

重庆海信天企业管理有限公司为发行人实际控制人童毅及核心管理人员龙峰投资成立的公司，注册资本1万元。其中：童毅出资0.51万元，占比51%；龙峰出资0.49万元，占比49%。

截至本招股说明书签署之日，海信天股东出资情形如下：

股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
童毅	0.51	51.00
龙峰	0.49	49.00
合计	<b>1.00</b>	<b>100.00</b>

## （二）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之日，控股股东、实际控制人控制的其他企业的情况，见“第七节 公司治理与独立性”之“五、（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争情况”。

### （三）控股股东、实际控制人股份质押及其他争议情况

截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东、实际控制人持有本公司的股份不存在质押及其他争议的情况。

### （四）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东

本次发行前，除了重庆同趣控股有限公司、童毅以外，其他持有发行人 5%以上股份的主要股东包括：重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）和重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）。其基本情况如下：

#### 1、重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）

截至本招股说明书签署之日，重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）持有发行人 12,000,000 股，持股比例为 13.19%。其基本情况如下：

统一社会信用代码：91500000094996311X

成立日期：2014年3月24日

主要经营场所：重庆市渝北龙兴镇迎龙大道19号

执行事务合伙人：西证重庆股权投资基金管理有限公司

合伙期限：2014年3月24日至2022年12月31日

经营范围：从事股权投资业务（不得从事银行、证券、保险等需要取得许可或审批的金融业务）。

截至本招股说明书签署日，各合伙人出资信息如下：

合伙人名称	承担责任方式	认缴出资额(万元)	出资比例 (%)
招商财富资产管理有限公司(招商财富-西证并购基金专项资产管理计划)	有限合伙	24,920.00	59.90
西证股权投资有限公司	有限合伙	16,580.00	39.86
西证重庆股权投资基金管理有限公司	普通合伙	100.00	0.24
<b>合计</b>		<b>41,600.00</b>	<b>100.00</b>

注：西证重庆股权投资基金管理有限公司的股东为西证股权投资有限公司（西证股权投资有限公司系西南证券股份有限公司全资子公司）。

重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2014 年 12 月 8 日，基金编号



S21478。其基金管理人西证重庆股权投资基金管理有限公司已于2014年5月20日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号P1002066。

重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）并非为持有发行人股份而专门设立。

重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）及其合伙人与发行人的主要客户或供应商之间不存在关联关系。

## 2、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）

截至本招股说明书签署之日，重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）持有发行人4,800,000股，持股比例为5.27%。其基本情况如下：

统一社会信用代码/注册号：91500113581476997J

成立日期：2011年8月16日

主要经营场所：重庆市巴南区渝南大道200号15-1

执行事务合伙人：重庆英飞尼迪投资管理有限公司

合伙期限：2011年8月16日至2022年8月15日

经营范围：创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问机构。（法律、法规禁止的不得经营，法律、法规限制的取得许可或审批后经营。）

截至本招股说明书签署日，各合伙人出资信息如下：

合伙人姓名或名称	承担责任方式	认缴出资额 (万元)	出资比例 (%)
宗申产业集团有限公司	有限合伙	11,000.00	54.9725
重庆公路物流基地建设有限公司	有限合伙	5,000.00	24.9875
重庆四方新材股份有限公司	有限合伙	3,500.00	17.49125
尤启明	有限合伙	500.00	2.49875
重庆英飞尼迪投资管理有限公司	普通合伙	10.00	0.05
<b>合计</b>		<b>20,010.00</b>	<b>100.00</b>

重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间2015年11月5日。其基金管理人重庆英飞尼迪投资管理有限公司已于2015年11月4日进行了私募投资基金管理人登记，登记

编号P1025986。该基金普通合伙人重庆英飞尼迪投资管理公司由英飞尼迪（上海）创业投资管理有限公司、英飞尼迪（北京）创业投资管理有限公司初始出资。英飞尼迪（上海）和英飞尼迪（北京）创业投资管理有限公司由外商企业英飞尼迪资本管理有限公司独资设立。（外商设立批准证书分别为商外资沪独资字【2009】2787号、商外资京资字【2010】20011号）

重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）并非为持有发行人股份而专门设立。

重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）与发行人的主要客户或供应商之间不存在关联关系。

## 九、发行人股本情况

### （一）本次发行前后的股本情况

本次发行前公司总股本为9,100万股。本次公开发行股票均为公开发行新股，数量不低于30,333,334股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量），且公开发行股票的数量不低于发行后总股本的25%。本次公开发行不涉及老股东公开发售股份。假设按公开发行30,333,334股新股计算，本次发行前后的股本情况如下表：

单位：股

序号	股东姓名或名称	本次发行前		本次发行后（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）	
		股份数量	持股比例	股份数量	持股比例
1	重庆同趣控股有限公司	41,440,000	45.54%	41,440,000	34.15%
2	重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,000,000	13.19%	12,000,000	9.89%
3	重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.27%	4,800,000	3.96%
4	童毅	4,560,000	5.01%	4,560,000	3.76%
5	重庆龙商股权投资管理有限公司	4,300,000	4.73%	4,300,000	3.54%
6	共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）	4,000,000	4.40%	4,000,000	3.30%
7	王树	3,300,000	3.63%	3,300,000	2.72%
8	上海乾臻投资管理中心（有限合伙）	3,000,000	3.30%	3,000,000	2.47%
9	海门时代伯乐股权投资	2,666,640	2.93%	2,666,640	2.20%

	合伙企业				
10	牟玲玲	1,500,000	1.65%	1,500,000	1.24%
11	惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	1,333,360	1.47%	1,333,360	1.10%
12	北京天星盛世投资中心（有限合伙）	1,300,000	1.43%	1,300,000	1.07%
13	新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.37%	1,250,000	1.03%
14	新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	1,250,000	1.37%	1,250,000	1.03%
15	台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	800,000	0.88%	800,000	0.66%
16	无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	800,000	0.88%	800,000	0.66%
17	刘世玉	700,000	0.77%	700,000	0.58%
18	余艳平	500,000	0.55%	500,000	0.41%
19	王麟丽	400,000	0.44%	400,000	0.33%
20	钟小宁	400,000	0.44%	400,000	0.33%
21	孙杰	300,000	0.33%	300,000	0.25%
22	朱军	200,000	0.22%	200,000	0.16%
23	张依林	200,000	0.22%	200,000	0.16%
24	社会公众股东	-	-	30,333,334	25.00%
<b>合计</b>		<b>91,000,000</b>	<b>100.00%</b>	<b>121,333,334</b>	<b>100.00%</b>

## （二）发行人前十名股东

截至本招股说明书签署之日，本次公开发行前，本公司前十名股东及其持股情况如下表：

单位：股

序号	股东姓名或名称	持股数量	持股比例	股份性质
1	重庆同趣控股有限公司	41,440,000	45.54%	境内非国有法人股
2	重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	12,000,000	13.19%	合伙企业持股
3	重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	4,800,000	5.27%	合伙企业持股
4	童毅	4,560,000	5.01%	境内自然人股

5	重庆龙商股权投资管理 有限公司	4,300,000	4.73%	境内非国有 法人股
6	共青城旻昱投资管理合伙企业（有 限合伙）	4,000,000	4.40%	合伙企业持股
7	王树	3,300,000	3.63%	境内自然人股
8	上海乾臻投资管理中心 （有限合伙）	3,000,000	3.30%	合伙企业持股
9	海门时代伯乐股权投资 合伙企业	2,666,640	2.93%	合伙企业持股
10	牟玲玲	1,500,000	1.65%	境内自然人股
合计		81,566,640	89.63%	-

### （三）发行人前十名自然人股东及其在发行人处任职情况

本次发行前公司共有 23 名股东，其中自然人股东 10 名，截至本招股说明书签署之日，有 1 名自然人股东在发行人处担任职务，具体情况如下：

单位：股

序号	股东姓名	股份数量	直接持股 比例（%）	在发行人处 任职情况
1	童毅	4,560,000	5.01%	董事长
2	王树	3,300,000	3.63%	无
3	牟玲玲	1,500,000	1.65%	无
4	刘世玉	700,000	0.77%	无
5	余艳平	500,000	0.55%	无
6	王麟丽	400,000	0.44%	无
7	钟小宁	400,000	0.44%	无
8	孙杰	300,000	0.33%	无
9	朱军	200,000	0.22%	无
10	张依林	200,000	0.22%	无
合计		<b>12,060,000</b>	<b>13.25%</b>	-

本次发行完成后，前十名股东将根据发行结果确定。

### （四）国有股份及外资股份情况

截至本招股说明书签署日，发行人股本中不存在国有股份或外资股份。

### （五）股东中的战略投资者持股及其简况

截至本招股说明书签署日，发行人无战略投资者持股情况。

### （六）最近一年发行人新增股东情况

### 1、台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）

截至本招股说明书签署之日，台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）持有发行人 800,000 股，持股比例为 0.88%。其基本情况如下：

统一社会信用代码：91331003MA28GTPA54

成立日期：2016 年 11 月 2 日

主要经营场所：浙江省台州市黄岩区东城街道九峰社区桔洲新村8幢2单元201室

执行事务合伙人：北京泓石资本管理股份有限公司

合伙期限：2016年11月2日至2026年10月31日

经营范围：投资管理服务（未经金融等监管部门批准不得从事向公众融资存款，融资担保，代客理财等金融服务）。

截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资信息如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	北京泓石资本管理股份有限公司	100.00	0.91
2	鲍臻湧	3,200.00	29.09
3	王安邦	2,000.00	18.18
4	彭寅生	1,200.00	10.91
5	颜金练	1,000.00	9.09
6	宋德清	800.00	7.27
7	张贤杰	600.00	5.45
8	于勇	500.00	4.55
9	崔学海	500.00	4.55
10	黄进佳	500.00	4.55
11	吕惠芬	300.00	2.73
12	叶彩群	300.00	2.73
合计		<b>11,000.00</b>	<b>100.00</b>

台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2016 年 12 月 1 日，基金编号 SN2336。其基金管理人北京泓石资本管理股份有限公司已于 2015 年 3 月 19 日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1009511。

台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）并非为持有发行人股份而专门设立。

台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）及其合伙人与发行人的主要客户或供应商之间不存在关联关系。

## 2、无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）

截至本招股说明书签署之日，无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）持有发行人 800,000 股，持股比例为 0.88%。其基本情况如下：

统一社会信用代码：91320200MA1M9GLEW

成立日期：2015 年 10 月 14 日

主要经营场所：江阴市萧山路30号

执行事务合伙人：北京泓石资本管理股份有限公司（委派代表：宋德清）

合伙期限：2015年10月14日至2025年10月13日

经营范围：利用自有资金对外投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资信息如下：

序号	合伙人姓名或名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	北京泓石资本管理股份有限公司	500.00	2.17
2	陆建英	2,500.00	10.87
3	宋德清	2,000.00	8.70
4	梁永林	2,000.00	8.70
5	王安邦	2,000.00	8.70
6	姜礼平	2,000.00	8.70
7	赵宏林	2,000.00	8.70
8	张高帆	2,000.00	8.70
9	章程	1,000.00	4.35
10	张云弟	1,000.00	4.35
11	刘燕平	1,000.00	4.35
12	吴克平	1,000.00	4.35
13	廖瑜芳	800.00	3.48
14	王军	700.00	3.04
15	李建三	500.00	2.17
16	周家伟	500.00	2.17
17	牛晓华	500.00	2.17
18	葛祥明	400.00	1.74

19	潘和	300.00	1.30
20	田成立	300.00	1.30
合计		<b>23,000.00</b>	<b>100.00</b>

无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）为私募投资基金。该基金已在中国证券投资基金业协会备案，备案时间 2016 年 1 月 29 日，基金编号 SD8702。其基金管理人北京泓石资本管理股份有限公司已于 2015 年 3 月 19 日进行了私募投资基金管理人登记，登记编号 P1009511。

无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）并非为持有发行人股份而专门设立。

无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）及其合伙人与发行人的主要客户或供应商之间不存在关联关系。

### 3、余艳平

截至本招股说明书签署之日，余艳平持有发行人 500,000 股，持股比例为 0.55%。其基本情况如下：

余艳平女士，公民身份号码 42900119800519\*\*\*\*，中国国籍，无境外永久居留权。

经访谈余艳平以及其出具书面确认函，确认其对博拉网络的资金来源是个人多年积累的自有资金，收入构成主要为：工资、薪金所得；多年投资股票、基金等二级市场的利息和红利、投资收益等自有资金，对博拉网络的出资不存在对外借款情况，出资来源均合法合规。

### 4、共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）

截至本招股说明书签署之日，共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）持有发行人 4,000,000 股，持股比例为 4.40%。其基本情况如下：

统一社会信用代码：91360405MA37RJLH0U

成立日期：2018 年 3 月 23 日

主要经营场所：江西省九江市共青城市私募基金创新园内

执行事务合伙人：辜剑

合伙期限：2018年3月23日至2028年3月22日

经营范围：项目投资，投资管理，实业投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。

截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资信息如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	辜剑	1,785.00	42.50
2	刘炜瑜	735.00	17.50
3	李竞华	315.00	7.50
4	范惠红	315.00	7.50
5	康作添	210.00	5.00
6	区锦标	210.00	5.00
7	梁辉	210.00	5.00
8	梁星林	210.00	5.00
9	白云君	210.00	5.00
合计		4,200.00	100.00

共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）及其合伙人与发行人的主要客户或供应商之间不存在关联关系。

## 5、朱军

截至本招股说明书签署之日，朱军持有发行人 200,000 股，持股比例为 0.22%。其基本情况如下：

朱军先生，公民身份号码 11010219680910\*\*\*\*，中国国籍，无境外永久居留权。

经访谈朱军以及其出具书面确认函，确认其对博拉网络的资金来源是个人多年积累的自有资金，收入构成主要为：工资、薪金所得以及生产、经营所得、房产转让所得等自有资金，对博拉网络的出资不存在对外借款情况，出资来源均合法合规。

## 6、张依林

截至本招股说明书签署之日，张依林持有发行人 200,000 股，持股比例为 0.22%。其基本情况如下：

张依林先生，公民身份号码 33010819880411\*\*\*\*，中国国籍，无境外永久居留权。

经访谈张依林以及其出具书面确认函，确认其对博拉网络的资金来源均是个人多年积累的自有资金，收入构成主要为：工资、薪金所得以及股息红利等自有资金，对博拉网络的出资不存在对外借款情况，出资来源均合法合规。



## 7、牟玲玲

截至本招股说明书签署之日，牟玲玲持有发行人 1,500,000 股，持股比例为 1.65%。其基本情况如下：

牟玲玲女士，公民身份号码 33262119720724\*\*\*\*，中国国籍，无境外永久居留权。

经访谈牟玲玲以及其出具书面确认函，确认其对博拉网络的资金来源均是个人多年积累的自有资金，收入构成主要为：工资、劳务报酬、利息股息、财产转让所得等自有资金，对博拉网络的出资不存在对外借款情况，出资来源均合法合规。

## 8、上海乾臻投资管理中心（有限合伙）

截至本招股说明书签署之日，上海乾臻投资管理中心（有限合伙）持有发行人 3,000,000 股，持股比例为 3.30%。其基本情况如下：

统一社会信用代码：913102303986124282

成立日期：2014 年 7 月 11 日

主要经营场所：上海市崇明区新村乡耀洲路741号2幢277室（上海新村经济小区）

执行事务合伙人：朱建萍

合伙期限：2014年7月11日至2024年7月10日

经营范围：投资管理、咨询，企业管理、咨询，商务信息咨询，经济信息咨询，财务咨询（不得从事代理记账），资产管理，创业投资，翻译服务，展览展示服务，礼仪服务，会务服务。（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）

截至本招股说明书签署之日，各合伙人出资信息如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	刘畅	1,680.00	28.00
2	孟圣喜	1,560.00	26.00
3	朱建萍	1,500.00	25.00
4	葛珉	1,020.00	17.00
5	杜建平	240.00	4.00
合计		6,000.00	100.00

上海乾臻投资管理中心（有限合伙）并非为持有发行人股份而专门设立。

上海乾臻投资管理中心（有限合伙）及其合伙人与发行人的主要客户或供应商之间不存在关联关系。

有关最近一年发行人新增股东获得发行人股份的具体情况，详见本节“二、发行人及其前身设立情况”之“（三）发行人报告期内的股本和股东变化情况”。

#### （七）本次发行前各股东间的关联关系

发行人在本次发行前共有 23 名股东，根据各股东提供的资料及工商信息系统查询结果，本次发行前股东间的关联关系如下：

股东童毅系股东同趣控股的实际控制人和董事长；股东王树系同趣控股董事；同趣控股系股东王树、童毅和英飞尼迪投资等出资设立的有限责任公司。

海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）与惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）的基金管理人委派代表均为蒋国云。

新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）与新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）的管理人/执行事务合伙人均为东方汇富投资控股有限公司（委派代表均为阚治东）。

台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）与无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）的基金管理人均为北京泓石资本管理股份有限公司（法定代表人为宋德清）。

刘世玉先生系本公司副总经理徐琦峰的岳父。经刘世玉与徐琦峰共同书面确认，刘世玉先生投资博拉网络所用资金均为自筹合法资金，不存在接受他人委托代为出资、认购、持有公司股票的情形。

除上述关联关系外，本次发行前各股东之间不存在其他的关联关系。

#### （八）发行人正在执行的股权激励及其他制度安排和执行情况

本公司不存在正在执行的对公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、员工实行的股权激励及其他制度安排和执行情况。

#### （九）发行人股东公开发售股份对发行人的影响

公司本次发行全部为公司公开发行新股，不存在股东公开发售股份的情形。

### 十、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员

### （一）董事

发行人董事会由 7 人组成，其中：非独立董事 4 人，由发行人 2018 年度股东大会选举产生，任期 3 年；独立董事 3 人，由发行人 2018 年度股东大会选举产生，任期 3 年。董事任期届满可连选连任，现任董事基本情况如下：

姓名	职务	提名人	选聘情况	任职起止日期
童毅	董事长	同趣控股	2018 年度股东大会	2019.04-2022.04
龙峰	董事、总经理、 法定代表人	童毅	2018 年度股东大会	2019.04-2022.04
黎健艺	董事、副总经理 兼董事会秘书	童毅	2018 年度股东大会	2019.04-2022.04
王梦	董事	重庆西证价值股权投资基金 合伙企业（有限合伙）	2018 年度股东大会	2019.04-2022.04
曹靖	独立董事	董事会	2018 年度股东大会	2019.04-2022.04
刘可	独立董事	董事会	2018 年度股东大会	2019.04-2022.04
彭涛	独立董事	董事会	2018 年度股东大会	2019.04-2022.04

上述董事的简历如下：

#### 童毅先生

公司主要创始人，1975 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，软件工程硕士。1997 年 10 月至 1999 年 5 月历任世界 500 强 AirLiquide 重庆公司信息主管、总经理助理，并于 1998 年在中科院软件所进修取得 SCO Unix 工程师认证；1999 年 6 月至 2001 年 6 月历任乐捷网络应用服务有限公司长沙、上海、杭州、广州总经理，朝华科技（集团）股份有限公司董事长助理，兼任宁波朝华照明公司董事；2001 年 7 月至 2002 年 7 月任上海朝华数字娱乐公司董事、常务副总裁；2002 年 8 月至 2004 年 8 月任朝华科技股份有限公司（97 年 A 股上市）董事长助理、总裁助理，兼任朝华科技（集团）股份有限公司综合管理部部长；2004 年 9 月至 2005 年 9 月任奇琥科技首席执行官、创始人；2005 年 9 月至今任同趣控股董事长；2006 年 4 月至 2014 年 2 月任博拉有限执行董事、经理，兼任重庆市互联网界联合会理事、软件行业协会副理事长、重庆市云计算和大数据产业协会第一届监事长；2015 年 8 月起任发行人董事长。

#### 龙峰先生

1977 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2000 年 10 月至 2002 年 12 月任朝华科技软件公司分销业务副总经理；2002 年 12 月至 2005

年1月任IBM SWG 软件部工商行业（GMB）高级销售主管；2005年2月至2007年12月任IBM 渠道发展部经理；2007年12月至2014年2月任博拉有限副总经理；2014年2月至2015年7月任博拉有限总经理、执行董事；2015年8月起任发行人总经理、董事。

#### **黎健艺先生**

1975年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。1995年9月至2000年4月任湖南航天局助理会计师；2000年5月至2001年11月任长沙市乐捷网络服务有限公司总经理助理兼财务经理；2001年12月至2003年4月任重庆正东实业有限公司副总经理，2003年5月至2004年8月任重庆市涪陵建筑陶瓷集团有限公司信息部部长；2004年9月至2005年6月任重庆奇琥科技有限公司副总经理；2006年4月至2015年6月先后任博拉有限副总裁、监事；2015年8月起任发行人董事会秘书；2015年11月起任发行人副总经理；2017年12月起任发行人董事。

#### **王梦先生**

1986年11月生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2011年12月至2012年7月任天健会计师事务所重庆分所高级审计员；2012年8月至2017年9月任西证股权投资有限公司项目经理；2017年9月至今任西证股权投资有限公司高级经理，2018年3月至今任西证股权投资有限公司重庆投资一部负责人、投资决策委员会成员；2019年2月起任重庆两江西证股权投资基金合伙企业（有限合伙）执行事务合伙人；2019年4月起任发行人董事。

#### **曹靖先生**

1976年6月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历，中国注册会计师。1998年7月至2002年10月任重庆天健会计师事务所项目经理、部门经理；2002年11月至2004年8月任朝华科技（集团）股份有限公司审计部经理；2004年9月至2013年5月任新加坡维信集团股份有限公司区域（重庆及成都）财务总监、区域副总经理；2013年6月至2015年6月任大连万达集团股份有限公司财务管理中心副总经理；2015年7月至2016年12月任鑫苑（中国）置业有限公司财务管理部总经理；2017年1月至2018年3月任北京众美房地产开发有限公司财资中心总经理；2018年3月至今任泰禾集团股份有限公司华南区域财务中心总经理；2015年12月起任发行人独立董事。

**刘可先生**

1974年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。1996年7月至1999年7月在四川省国际经济贸易发展中心任进出口部业务员、办公室主任、总经理助理；1999年8月至2000年10月在四川中铁国际货运代理有限公司任业务代表；2000年11月至2003年9月在法国贝桑松大学学习；2003年10月至2005年12月在成都欧尚超市有限公司任生鲜处南北货部门经理；2006年1月至今任东方海外物流（中国）有限公司成都分公司业务主任；2011年1月至2018年12月任东方海外物流（中国）有限公司成都分公司经理；2011年1月起任东方海外货柜航运（中国）有限公司成都地区经理；2015年12月起任发行人独立董事。

**彭涛先生**

1974年11月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。1998年3月至2000年9月任中国国际贸易促进委员会成都分会国际联络部主管；2000年10月至2005年3月新西兰留学；2006年1月至2009年12月任四川柯瑞帝特投资有限公司副总经理；2010年1月至2014年5月任四川铭誉置业有限公司总经理；2014年6月至今自由从事证券投资工作；2015年12月起任发行人独立董事。

**（二）监事**

发行人监事会由3人组成，其中监事会主席1人，由发行人第二届监事会第一次会议选举产生，任期3年；非职工代表监事韩建、黄英由发行人2018年度股东大会选举产生；职工代表监事1人，由发行人职工代表大会选举产生，任期3年。监事任期届满可连选连任，现任监事基本情况如下：

姓名	职务	提名人	选聘情况	任职起止日期
韩建	监事会主席	童毅	2018年度股东大会	2019.04-2022.04
黄英	监事	海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）	2018年度股东大会	2019.04-2022.04
江渝	职工代表监事	职工代表大会	职工代表大会	2019.04-2022.04

上述监事的简历如下：

**韩建先生**

1974年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1997年6月至2000年6月任重庆太平洋百货公司IT工程师；2000年7月至2004年4月任

上海 6560 网络有限公司产品经理；2004 年 5 月至 2005 年 4 月任重庆奇琥科技有限公司副总经理；2006 年 8 月至今任同趣控股总经理；2014 年 2 月至 2015 年 7 月任有限公司监事；2015 年 8 月起任发行人监事会主席。

### 黄英女士

1969 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1998 年 10 月至 2004 年 2 月，任湖南新邦软件开发有限公司财务审计部经理；2004 年 3 月至 2008 年 1 月任深圳市科创兴科技开发有限公司财务审计部财务总监；2008 年 2 月至 2011 年 7 月任嘉重贸易（深圳）咨询有限公司财务部财务部长；2011 年 8 月至 2019 年 1 月 31 日任深圳市瀚信资产管理有限公司总裁助理兼财务审计总部总经理、运营管理总部总经理；2019 年 2 月 1 日至今任深圳市时代伯乐创业投资管理有限公司财务审计总部总经理兼监事；2015 年 8 月起任山西安顺生物科技有限公司监事；2015 年 12 月起任深圳市火乐科技发展有限公司监事；2015 年 12 月起任广东金易科技股份有限公司监事会主席；2016 年 4 月至 2019 年 4 月任傲基科技股份有限公司监事；2016 年 6 月至 2019 年 5 月任太阳城（厦门）户外用品科技股份有限公司董事；2016 年 10 月至 2017 年 7 月任惠州市天泽盈丰物联网科技股份有限公司董事；2015 年 12 月起任发行人监事。

### 江渝女士

1979 年 4 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2000 年 5 月至 2001 年 1 月任重庆元炳律师事业所律师；2001 年 1 月至 2004 年 12 月任朝华科技（集团）股份有限公司综合管理部市场专员；2005 年 1 月至 2006 年 1 月任重庆正大华日软件有限公司总经办人事经理；2006 年 2 月至今任博拉网络人事总监；2015 年 8 月起任发行人职工代表监事。

### （三）高级管理人员

发行人设总经理 1 人，副总经理 3 人，其中总经理龙峰、副总经理石正磊、徐琦峰、黎健艺由第二届董事会第一次会议聘任，董事会秘书 1 人，由发行人第二届董事会第一次会议聘任，财务负责人 1 人，由发行人第二届董事会第一次会议聘任，任期均为 3 年。现任高级管理人员基本情况如下：

姓名	职务	任期
龙峰	法定代表人、董事、总经理	2019.04-2022.04
石正磊	副总经理	2019.04-2022.04

徐琦峰	副总经理	2019.04-2022.04
黎健艺	董事、副总经理、董事会秘书	2019.04-2022.04
张花丽	财务负责人	2019.04-2022.04

上述高级管理人员的简历如下：

### 龙峰先生

龙峰先生的简历参见本节“十、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“（一）董事”。

### 石正磊先生

1970年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。1993年9月至1997年9月任重庆通信发展有限公司网络工程师；1997年9月至2002年12月任重庆长丰通信有限公司网络工程师、销售经理；2002年12月至2005年6月任UT斯达康通讯有限公司重庆分公司高级销售经理、新业务部客户主任；2005年7月至2006年4月任四川通信科研规划设计有限公司重庆分公司市场部经理、总经理助理；2006年4月至2008年7月任广州亿讯科技有限公司重庆分公司销售负责人；2008年7月至2015年7月任博拉有限副总经理；2015年8月起任发行人副总经理。

### 徐琦峰先生

1975年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。上海市中青年知识分子联谊会理事、上海市信息与服务业行业协会理事、上海市奉贤区青年联合会常委。1997年9月至2000年3月任灿坤电器中国市场总部产品经理；2000年4月至2002年1月任新好耶信息技术（上海）有限公司高级客户经理；2002年2月至2004年5月任朝华数字娱乐有限责任公司市场部部长；2004年6月至2006年2月任上海盛大网络发展有限公司广告推广部经理；2006年3月至2009年9月任上海赢思软件技术有限公司营销总监；2009年10月至2015年7月任博拉有限副总经理；2015年8月起任发行人副总经理。

### 黎健艺先生

黎健艺先生的简历参见本节“十、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员简介”之“（一）董事”。

### 张花丽女士

1978年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。中国注册会计师、高级会计师。1998年7月至2007年10月任重庆铁马工业集团有限公司财务室负责人；2007年10月至2013年9月任天健会计师事务所（特殊普通合伙）高级项目经理；2013年10月至2014年11月任重庆英飞尼迪投资管理有限公司高级财务顾问；2014年12月至2015年7月任博拉有限财务负责人；2015年8月起任发行人财务负责人。

#### （四）核心技术人员

截至本招股说明书签署之日，本公司核心技术人员共6人，其基本情况如下：

姓名	在本公司任职情况
童毅	董事长
沈敏	大数据平台研发部技术总监
周波依	项目开发部技术总监
罗磊	项目开发部技术副总监
郑磊	项目开发部技术副总监
谭利辉	创新产品研发部技术总监

上述核心技术人员的简历如下：

#### 童毅先生

童毅先生的简历参见本节“十、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员”之“（一）董事”。

#### 沈敏先生

1978年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2002年7月至2004年7月任浪潮集团软件工程师；2004年7月至2006年4月任金算盘软件公司软件工程师；2006年4月至今先后任博拉有限/博拉网络技术部副总助理、总工程师、大数据平台研发部技术总监。

#### 周波依先生

1976年4月出生，中国国籍，无境外永久居留权，信息管理专业，本科学历。1999年8月至2000年2月任重庆电子工程学院任教；2001年1月至2003年3月任重庆运通资讯有限公司任软件工程师；2003年4月至2005年3月任苏州博尔科技有限公司技术部经理；2005年5月至2009年6月任北大青鸟阿博泰克讲师；2009年7月至



2011年3月任成都色诺芬科技有限公司技术部总经理；2011年5月至2013年7月任重庆蓝盒子科技产品总监、部门经理；2013年8月起任博拉网络股份有限公司项目开发部技术总监。

#### 罗磊先生

1986年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权，软件工程专业本科。2009年1月至2010年3月任上海网务网络信息有限公司软件工程师职位。2010年4月加入公司。2018年3月起任项目开发部技术副总监。

#### 郑磊先生

1984年12月出生，中国国籍，无境外永久居留权，计算机科学与技术专业本科。2009年8月加入博拉，2015年1月起任项目开发部技术副总监。

#### 谭利辉先生

1984年1月出生，中国国籍，无境外永久居留权，法学专业本科。2011年9月至2011年11月任彩生活服务集团技术部研发总监，2012年1月至2014年4月任四川大学能士科技发展有限公司科技技术部总监，2014年6月至2015年5月任重庆公众城市一卡通P2B事业部总监，2015年6月加入博拉网络，2018年6月起任创新产品研发部技术总监。

### （五）对公司设立、发展有重要影响的相关人员

公司的实际控制人、董事长、核心技术人员童毅，董事、经理、法定代表人龙峰，董事、副总经理、董事会秘书黎健艺以及技术总监沈敏对公司设立、发展有重要影响。2006年3月21日，发行人前身重庆博啦互联网信息服务有限公司成立，童毅、黎健艺作为公司创始人管理公司运营；2007年12月，龙峰加入博拉网络，与童毅共同全面负责公司的经营管理工作；沈敏全面负责公司的技术研发与管理工作。

### （六）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的兼职情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员在除公司及其控股子公司之外的其他单位的任职/兼职情况如下：

姓名	本公司任职	兼职单位	在兼职单位职务	与本公司的关联关系
童毅	董事长	重庆同趣控股有限公司	董事长	控股股东
		重庆神指奇动网络有限公司	董事长	实际控制人控股子公司
		重庆海奇天企业管理有限公司	执行董事、经理、	控股股东的控股股东

姓名	本公司任职	兼职单位	在兼职单位职务	与本公司的关联关系
			法定代表人	
		重庆海信天企业管理有限公司	执行董事、经理、法定代表人	实际控制人控股子公司
		重庆赢者科技有限公司	董事长	重庆神指奇动网络有限公司控股子公司
		朝华科技集团重庆经贸有限公司	监事会主席	实际控制人担任监事公司，已吊销
		郑州市乐捷网络服务有限公司	法定代表人	实际控制人担任法定代表人公司，已吊销
		武汉乐捷网络服务有限公司	法定代表人	实际控制人担任法定代表人公司，已吊销
		南宁乐捷网络服务有限公司	法定代表人	实际控制人担任法定代表人公司，已吊销
		西安乐捷网络技术服务有限公司	法定代表人	实际控制人担任法定代表人公司，已吊销
		重庆奇润富企业管理咨询有限公司	执行董事	实际控制人控股子公司
曹靖	独立董事	泰禾集团股份有限公司	华南区域财务中心总经理	无关联关系
刘可	独立董事	东方海外货柜航运（中国）有限公司	区域经理	无关联关系
韩建	监事会主席	重庆同趣控股有限公司	法定代表人、经理	控股股东
		重庆车快保汽车服务有限公司	执行董事、总经理、法定代表人	控股股东的全资子公司
		重庆网秀商贸有限公司	执行董事、经理、法定代表人	控股股东的全资子公司
黄英	监事	深圳市火乐科技发展有限公司	监事	参股股东投资企业
		广东金易科技股份有限公司	监事会主席	参股股东投资企业
		深圳市时代伯乐创业投资管理有限公司	监事	参股股东的执行事务合伙人的股东
		广东宝瑞坦医药集团有限公司	监事	无关联关系
		山西安顺生物科技有限公司	监事	无关联关系
		上海灵加资产管理有限公司	监事	无关联关系
		基业常青创新技术研究院江苏有限公司	监事	无关联关系
		深圳瀚信泰安对冲护本一期投资管理合伙企业（有限合伙）	清算组成员	无关联关系

（七）发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所签定的对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的协议

发行人与在公司任职并领取薪酬的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员签订了《劳动合同》或《董事聘任协议》，并与高级管理人员、核心技术人员签订了《保密及数据安全、知识产权及竞业禁止协议》。截至本招股说明书签署之日，该等协议均正常有效履行，不存在违约情形。除此以外，报告期内，发行人不存在其他与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签定对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响协议的情形。

#### （八）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持股份发生被质押冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署之日，董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所持发行人股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

#### （九）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

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员相互之间不存在直系亲属关系。

#### （十）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

经过保荐机构、发行人律师和申报会计师辅导，本公司董事、监事、高级管理人员均对股票发行上市，上市公司规范运作等有关法律法规和规范性的文件进行了学习，已经了解股票发行上市的法律法规，知悉其作为上市公司董事、监事、高级管理人员的法定义务和责任。

### 十一、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

#### （一）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持股情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员持有本公司股份的情况如下：

姓名	本公司职务	直接持股比例	间接持股比例
童毅	董事长	5.01%	16.14%
龙峰	董事、总经理、 法定代表人	-	2.67%
黎健艺	董事、副总经理、 董事会秘书	-	2.54%

王梦	董事	-	-
曹靖	独立董事	-	-
刘可	独立董事	-	-
彭涛	独立董事	-	-
韩建	监事会主席	-	1.52%
黄英	监事	-	-
江渝	职工代表监事	-	-
石正磊	副总经理	-	2.79%
徐琦峰	副总经理	-	2.54%
张花丽	财务负责人	-	-
沈敏	大数据平台研发部 技术总监	-	0.13%
周波依	项目开发部技术总监	-	-
罗磊	项目开发部 技术副总监	-	-
郑磊	项目开发部 技术副总监	-	-
谭利辉	创新产品研发部 技术总监	-	-
<b>合计</b>		<b>5.01%</b>	<b>28.33%</b>

1、童毅直接持有博拉网络 5.01%的股份，通过同趣控股间接持有博拉网络 16.14%的股份。间接持股的具体情况如下：

由于童毅持有同趣控股 6.46%的股份，同时通过重庆海奇天企业管理有限公司（童毅直接和间接共计持有重庆海奇天企业管理有限公司 49.45%的股份）间接持有同趣控股 28.99%的股份，合计持有同趣控股 35.45%的股份。同趣控股持有博拉网络 45.54%的股份，童毅作为同趣控股的实际控制人间接持有博拉网络 16.14%的股份。

2、龙峰通过海奇天间接持有博拉网络 2.67%的股份。间接持股的具体情况如下：

龙峰通过重庆海奇天企业管理有限公司（龙峰直接和间接持有重庆海奇天企业管理有限公司 9.99%的股份）间接持有同趣控股 5.86%的股份，同趣控股持有博拉网络 45.54%的股份，故龙峰间接持有博拉网络 2.67%的股份。

3、韩建通过海奇天间接持有博拉网络 1.52%的股份。间接持股的具体情况如下：

韩建通过重庆海奇天企业管理有限公司（韩建持有重庆海奇天企业管理有限公司 5.7%的股份）间接持有同趣控股 3.34%的股份，同趣控股持有博拉网络 45.54%的股份，故韩建间接持有博拉网络 1.52%的股份。

4、石正磊通过海奇天间接持有博拉网络 2.79%的股份。间接持股的具体情况如下：

石正磊通过重庆海奇天企业管理有限公司（石正磊持有重庆海奇天企业管理有限公司 10.45%的股份）间接持有同趣控股 6.13%的股份，同趣控股持有博拉网络 45.54%的股份，故石正磊间接持有博拉网络 2.79%的股份。

5、徐琦峰通过海奇天间接持有博拉网络 2.54%的股份。间接持股的具体情况如下：

徐琦峰通过重庆海奇天企业管理有限公司（徐琦峰持有重庆海奇天企业管理有限公司 9.5%的股份）间接持有同趣控股 5.57%的股份，同趣控股持有博拉网络 45.54%的股份，故徐琦峰间接持有博拉网络 2.54%的股份。

6、黎健艺通过海奇天间接持有博拉网络 2.54%的股份。间接持股的具体情况如下：

黎健艺通过重庆海奇天企业管理有限公司（黎健艺持有重庆海奇天企业管理有限公司 9.5%的股份）间接持有同趣控股 5.57%的股份，同趣控股持有博拉网络 45.54%的股份，故黎健艺间接持有博拉网络 2.54%的股份。

7、沈敏通过海奇天间接持有博拉网络 0.13%的股份。间接持股的具体情况如下：

沈敏通过重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）（沈敏持有重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）10.00%的股份）间接持有同趣控股 0.0029%的股份，同趣控股持有博拉网络 45.54%的股份，故沈敏间接持有博拉网络 0.13%的股份。

截至本招股说明书签署之日，上述人员所持股份无冻结及质押情况。

## （二）直系亲属持股情况

本公司股东刘世玉先生系本公司副总经理徐琦峰的岳父。除前述情形外，截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶未直接或间接持有本公司股份。

截至本招股说明书签署之日，前述公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其配偶、父母、配偶的父母、子女、子女的配偶直接或间接持有公司股份不存在质押或被冻结的情况。

### （三）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，除本公司外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况如下（包括但不限于本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“六、（四）关键管理人员控制或可以施加重大影响的其他公司”）：

单位：万元

姓名	本公司任职情况	对外投资单位名称	出资金额	权益比例/出资或持股比例	是否与公司存在利益冲突
童毅	董事长	重庆神指奇动网络有限公司	442.67	68.01%	无冲突
		重庆海奇天企业管理有限公司	51.00	48.45%	无冲突
		重庆海信天企业管理有限公司	0.51	51.00%	无冲突
		重庆同趣控股有限公司	193.92	6.46%	无冲突
		重庆奇润富企业管理咨询有限公司	0.58	58.00%	无冲突
龙峰	法定代表人、董事、总经理	重庆海奇天企业管理有限公司	10.50	9.98%	无冲突
		重庆海信天企业管理有限公司	0.49	49.00%	无冲突
黎健艺	董事、副总经理、董事会秘书	重庆海奇天企业管理有限公司	10.00	9.50%	无冲突
王梦	董事	无	-	-	-
曹靖	独立董事	无	-	-	-
刘可	独立董事	无	-	-	-
彭涛	独立董事	四川柯瑞帝特投资有限公司	80.00	40.00%	已吊销，无冲突
韩建	监事会主席	重庆海奇天企业管理有限公司	6.00	5.70%	无冲突
黄英	监事	深圳市时代伯乐创业投资管理有限公司	157.7733	2.10%	无冲突
江渝	职工代表监事	无	-	-	-
石正磊	副总经理	重庆海奇天企业管理有限公司	11.00	10.45%	无冲突
徐琦峰	副总经理	重庆海奇天企业管理有限公司	10.00	9.50%	无冲突
		上海觅泰投资管理中心(有限合伙)	100.00	5.41%	无冲突

姓名	本公司任职情况	对外投资单位名称	出资金额	权益比例/出资或持股比例	是否与公司存在利益冲突
张花丽	财务负责人	无	-	-	-
沈敏	大数据平台研发部技术总监	重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）	0.10	10.00%	无冲突
周波依	项目开发部技术总监	无	-	-	-
罗磊	项目开发部技术副总监	无	-	-	-
郑磊	项目开发部技术副总监	无	-	-	-
谭利辉	创新产品研发部技术总监	无	-	-	-

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员除上述所列投资外，无其他对外投资情况，并且上述投资的公司与本公司不存在同业竞争及利益冲突。

## 十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况

公司遵守《中华人民共和国劳动合同法》等有关法律法规、部门规章和规范性文件，以公司发展战略为依据，同时结合行业及公司经营特点，制订了员工薪酬政策。公司董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员及核心技术人员从本公司领取的薪酬主要由工资、年终奖、专项奖金、社会保险、住房公积金、补助等项目构成；公司实行结构化工资制度，工资由基本工资、岗位工资、绩效工资、加班工资等组成。独立董事每年领取津贴，除津贴外，独立董事不享受其他福利待遇。

董事、监事、高级管理人员薪酬的确定依据：根据董、监、高各自所承担的主要指标、责任大小、贡献大小、所分管的工作的业务工作量、所管人员的多少、公司所处行业和地区的薪酬水平并结合公司实际经营情况以及兼职情况综合考虑后确定。公司薪酬制度以外部市场情况为依据、与个人绩效、公司整体效益相结合，以岗位及个人对公司的相对价值决定不同员工薪酬水平的差别，体现责任、权利和利益的对等性。公司定期根据绩效考核情况对员工薪酬作相应调整，并为优秀员工提供奖励和晋升渠道。

公司将继续保持相对稳健的薪酬核算体系，并根据宏观经济形势、行业平均薪酬水平和公司实际经营情况，适时对员工薪酬水平进行相应调整。同时，公司将定期依据员工考核情况对员工薪酬作出相应调整。未来随着社会人力成本的逐

步提高，以及公司经营活动的稳步开展，预计公司员工收入水平总体将呈逐步上升趋势。

所履行的法律程序：根据《公司法》及《博拉网络股份有限公司章程》、《博拉网络股份有限公司董事会薪酬与考核委员会工作细则》的有关规定，发行人董事人员的薪酬由董事会薪酬与考核委员会确定方案，报经董事会同意，并提交股东大会审议通过后方可实施；高级管理人员的薪酬由薪酬与考核委员会确定方案，并报董事会批准。所履行的法律程序具体如下：

2016年3月16日，公司召开第一届董事会薪酬与考核委员会第二次会议，审议通过《公司董事、监事、高级管理人员2016年度薪酬计划》。

2017年3月27日，公司召开第一届董事会薪酬与考核委员会第四次会议，审议通过《公司2016年度董事、监事、高级管理人员薪酬及绩效考核的报告》、审议通过《公司董事、监事、高级管理人员2017年度薪酬计划》。

2018年5月7日，公司召开第一届董事会薪酬与考核委员会第五次会议，审议通过《公司2017年度董事、监事、高级管理人员薪酬及绩效考核的报告》、审议通过《公司董事、监事、高级管理人员2018年度薪酬计划》。

2019年4月11日，公司召开第二届董事会薪酬与考核委员会第一次会议，审议通过《公司2018年度董事、监事、高级管理人员薪酬及绩效考核的报告》、审议通过《公司董事、监事、高级管理人员2019年度薪酬计划》。

非董事、高级管理人员的核心技术人员以及其他人员薪酬由发行人人事行政部拟定方案，最终由公司总经理决定。报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员自公司领取的薪酬总额占公司利润总额比重分别为4.25%、4.71%、6.58%和8.72%。

本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从本公司及关联方领取的薪酬情况如下：

单位：元

姓名	任职	2018年从公司 领取的薪酬（税前）	2018年从关联方领取的薪酬 （税前）
童毅	董事长	0	（在同趣控股领取薪酬） 492,000.00
龙峰	法定代表人、董事、 总经理	470,000.00	0



姓名	任职	2018年从公司 领取的薪酬（税前）	2018年从关联方领取的薪酬 （税前）
黎健艺	董事、董事会秘书、 副总经理	340,000.00	0
王梦	董事	0	0
曹靖	独立董事	60,000.00	0
刘可	独立董事	60,000.00	0
彭涛	独立董事	60,000.00	0
韩建	监事会主席	0	（在同趣控股领取薪酬） 236,000.00
黄英	监事	0	0
江渝	职工代表监事	109,240.00	0
石正磊	副总经理	312,000.00	0
徐琦峰	副总经理	390,000.00	0
张花丽	财务负责人	290,000.00	0
沈敏	大数据平台研发部 技术总监	180,000.00	0
周波依	项目开发部技术总 监	263,700.00	0
罗磊	项目开发部技术副 总监	230,180.00	0
郑磊	项目开发部技术副 总监	228,800.00	0
谭利辉	创新产品研发部技 术总监	222,463.83	0

前述领取薪酬的原因：1、均因系在公司或关联方（同趣控股）任职；2、童毅最近1年在发行人控股股东同趣控股担任董事长并领取薪酬，并自2019年3月开始在发行人领取薪酬，不再从同趣控股领取薪酬，且社会保险关系已转移至发行人；3、韩建最近1年在发行人控股股东同趣控股担任经理并领取薪酬；4、独立董事系其独立董事津贴。

上述在本公司领取薪酬的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员，未在其他关联企业领取工资等薪酬或享受退休金计划等待遇。

### 十三、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、承诺及履行情况

本公司与高级管理人员、核心技术人员及在本公司领薪的董事、监事依法签订了《劳动合同》。

本公司与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订了《保密及知识产权协议》，约定了其应承担的保密、竞业限制、知识产权转让及违约赔偿等义务，有效防止了公司重要人才的流失和技术秘密的外泄。持有本公司股份的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员分别出具了《承诺函》，承诺进行股份流通限制及自愿锁定，具体请参见本招股说明书“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺”。

实际控制人童毅出具了《避免同业竞争承诺函》、《关于避免占用公司资金的承诺函》和《规范并减少关联交易的承诺函》、《关于填补被摊薄即期回报的承诺》，具体详见“第七节 公司治理与独立性”之“五、（二）发行人控股股东、实际控制人为避免同业竞争而出具的承诺”、“第七节公司治理与独立性”之“七、（二）偶发性关联交易”和“第十节 投资者保护”之“三、（四）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员所作出的承诺均正常履行，不存在与所承诺事项不符的情况。

## 十四、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员近两年变动情况及原因

### （一）董事近两年变动情况

2017年11月30日，尤启明、任英勇向博拉网络董事会、股东大会递交书面《辞职书》载，因个人原因，尤启明、任英勇自愿辞去公司董事一职。2017年12月9日，博拉网络召开第一届董事会第十二次会议，审议通过《关于补选余熙为公司第一届董事会非独立董事候选人的议案》，审议通过《关于补选黎健艺为公司第一届董事会非独立董事候选人的议案》。2018年1月22日，本公司召开2018年第一次临时股东大会，补选黎健艺、余熙为公司第一届董事会非独立董事。

2019年4月8日，本公司召开2018年度股东大会，选举童毅、龙峰、黎健艺、王梦为本公司第二届董事会非独立董事，选举曹靖、刘可、彭涛为本公司第

二届董事会独立董事。2019年4月10日，本公司第二届董事会第一次会议选举童毅为董事长。

综上，发行人董事最近两年变动情况如下表：

任职期间	董事会成员
2017年1月1日至2017年11月30日	童毅、龙峰、尤启明、吴远丽、彭笑、任英勇、曹靖、刘可、彭涛
2017年12月1日至2018年1月21日	童毅、龙峰、吴远丽、彭笑、曹靖、刘可、彭涛
2018年1月22日至2019年4月7日	童毅、龙峰、黎健艺、吴远丽、余熙、彭笑、曹靖、刘可、彭涛
2019年4月8日至今	童毅、龙峰、黎健艺、王梦、曹靖、刘可、彭涛

最近两年，虽然发行人部分董事发生了变化，但主要是由于原股东退出持股并辞任董事、机构股东委派人员变更以及发行人董事会换届选举所致；发行人董事长童毅，非独立董事、公司法定代表人、总经理龙峰，以及3名独立董事曹靖、刘可、彭涛均未发生变化；发行人上述董事的变更符合《公司法》和《公司章程》的有关规定，已履行必要的法定程序，发行人近两年董事人员未发生重大不利变化。

#### （二）监事近两年变动情况

最近两年，发行人的监事未发生变化。

#### （三）高级管理人员近两年变动情况

最近两年，发行人的高级管理人员未发生变化。

#### （四）核心技术人员的变动情况

任职期间	核心技术人员
2017年1月1日至2017年12月31日	童毅、沈敏
2018年1月1日至今	童毅、沈敏、周波依、罗磊、郑磊、谭利辉

2017年12月15日，博拉网络召开经营管理委员会会议，同意增加认定周波依、罗磊、郑磊、谭利辉为发行人核心技术人员，自2018年1月1日起生效执行。本次认定完成后，发行人核心技术人员由2人增加为6人，分别为童毅、沈敏、周波依、罗磊、郑磊、谭利辉。

综上，最近两年，发行人核心技术人员未发生减少变化，并自2018年开始新增四名核心技术人员（且报告期内，前述四名核心技术人员一直在公司任职），未发生重大不利变化。

综上所述，发行人近两年董事、核心技术人员变化系为加强公司的治理水平，规范公司法人治理结构，增加并夯实公司研发实力所致，且已履行必要的法定程序，符合法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定；公司董事、监事和高级管理人员的更换和选聘符合公司治理和发展要求。

公司董事、核心技术人员的上述变动未对公司的重大事项、生产经营及财务的决策与执行构成实质重大影响，公司最近两年董事及核心技术人员未发生重大变化，不会对公司的经营发展产生重大不利影响，不影响发行人经营的稳定。

在报告期内，公司实际控制人未发生变更，公司经营思路和经营理念均未发生变化，公司业绩持续增长。

## 十五、发行人员工情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司及其子公司在册员工总数为 478 人，具体情况如下：

### （一）员工人数及其变化情况

报告期内各期末，公司及其子公司在册人数及其变化情况如下表：

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
员工人数（人）	478	443	454	440
增长率	7.90%	-2.42%	3.18%	3.53%

最近三年及一期，公司注重稳员增效，员工数量比较稳定。

报告期内，公司及其子公司全部员工均签订了劳动合同。

### （二）员工专业结构

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其子公司在册员工按专业分工的情况如下表：

专业分工	人数（人）	占总人数的比例
研发及技术人员	173	36.19%
运营人员	261	54.60%
行政管理人员	31	6.49%
财务人员	13	2.72%
合计	478	100.00%

### （三）员工教育程度

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其子公司在册员工接受教育程度的情况如下表：

教育程度	人数（人）	占总人数的比例
博士/硕士研究生	13	2.72%
本科	300	62.76%
大专	142	29.71%
大专以下	23	4.81%
合计	478	100.00%

#### （四）社会保险及住房公积金缴纳情况

报告期内，发行人及子公司社会保险、住房公积金实际缴纳人数如下表所示：

单位：人

项目	2019.6.30			2018.12.31			2017.12.31			2016.12.31		
	在册人数	实缴人数	未缴占比	在册人数	实缴人数	未缴占比	在册人数	实缴人数	未缴占比	在册人数	实缴人数	未缴占比
养老保险	478	444	7.11%	443	422	4.74%	454	423	6.83%	440	408	7.27%
医疗保险		444	7.11%		422	4.74%		423	6.83%		408	7.27%
失业保险		444	7.11%		422	4.74%		423	6.83%		408	7.27%
生育保险		444	7.11%		422	4.74%		423	6.83%		408	7.27%
工伤保险		444	7.11%		422	4.74%		423	6.83%		408	7.27%
住房公积金		444	7.11%		422	4.74%		423	6.83%		408	7.27%

报告期内，发行人及其子公司在与员工签订劳动合同后，按照法律法规及社保主管部门的规定及时为员工办理社保、公积金缴纳的相关手续。截至 2019 年 6 月 30 日，发行人未予员工 34 人缴纳全部五项社会保险和住房公积金，前述 34 人均均为新入职员工（截至本招股说明书签署之日，已有 23 人已办理完毕；11 人已离职）。除前述情形外，发行人及其子公司为其他员工办理了社会保险、缴纳了住房公积金。公司与员工签订劳动合同后，将依法为新入职员工办理社保、公积金缴纳手续。

报告期内，发行人及子公司社会保险、住房公积金实际缴纳金额如下：

单位：元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
养老保险	1,501,435.87	3,062,772.14	2,397,463.78	2,284,562.52
医疗保险	991,218.20	1,894,422.81	1,570,608.36	1,337,047.39
失业保险	50,176.52	97,009.11	88,757.95	100,158.52

工伤保险	34,882.81	98,631.18	68,840.56	60,234.76
生育保险	50,272.60	88,384.98	102,422.69	100,282.71
住房公积金	522,274.00	987,647.00	913,679.00	795,639.00
合计	<b>3,150,260.00</b>	<b>6,228,867.22</b>	<b>5,141,772.34</b>	<b>4,677,924.90</b>

根据重庆两江新区社会保障局、重庆市渝北区人力资源和社会保障局、广州市天河区社会保险基金管理中心、上海市社会保险事业管理中心、成都市社会保险部门、北京市朝阳区社会保险基金管理中心出具的证明文件，报告期内，公司及子公司没有因违反社会保险法律法规而被社会保险主管部门处罚的情形。

根据重庆市住房公积金管理中心、广州市天河区住房公积金管理中心、上海市公积金管理中心、成都住房公积金管理中心出具的证明文件以及北京博拉《住房公积金汇缴书》，报告期内，公司及子公司没有因违反住房公积金法律法规而被住房公积金主管部门处罚的情形。

公司的控股股东已出具承诺：如发生政府主管部门或其他有权机构因发行人在报告期内未为全体员工缴纳、未足额缴纳或未及时缴纳五险一金对其予以追缴、补缴、收取滞纳金或处罚；或发生员工因报告期内发行人未为其缴纳、未足额缴纳或未及时缴纳五险一金要求补缴、追索相关费用、要求有权机关追究的行政责任或就此提起诉讼、仲裁等情形，本公司承担因此遭受的全部损失以及产生的其他全部费用，且在承担相关责任后不向发行人追偿，保证发行人不会因此遭受任何损失。

综上，报告期公司及子公司已依法为职工参加基本养老、基本医疗、工伤、生育、失业五大保险，缴费正常，没有发生因违反劳动保障法律法规而受到处罚的情况；报告期公司及子公司已依法办理住房公积金的缴存登记手续，为在册员工缴存住房公积金，不存在因违反住房公积金相关规定而受到行政处罚的情况。

## 第六节 业务和技术

### 一、公司主营业务、主要服务及其变化情况

#### （一）公司的主营业务

博拉网络是企业大数据服务提供商，基于自主研发的 E2C（E-service to Company）数字商业大数据云平台，通过“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式，为企业客户提供技术开发服务和大数据应用服务（主要包括数据分析咨询、数据采集和管理、增值运营服务，以及大数据在数字营销、电子商务、客户关系管理等应用场景的行业解决方案），帮助实体企业构建大数据资产和智能应用平台，推动实体企业逐步实现以数据为驱动力的数字化转型升级。

## 大数据服务类型和内容

■ 标红部分为博拉网络涉及业务



数据来源：国家标准 GB/T 35274-2017《信息安全技术大数据服务安全能力要求》

根据国家标准 GB/T 35274-2017《信息安全技术大数据服务安全能力要求》，大数据应用提供者可以为数据、技术和服务三种产业链角色。大数据应用提供者应采用机器学习、数据挖掘等技术帮助大数据使用者开展诸如精准营销等各种分

析与咨询服务等。公司构建的“大数据+技术产品+应用服务”的业务体系，属于“大数据应用服务”和大数据平台中的“服务组件”的定义范围。

**公司的大数据来源：**自 2006 年成立以来，公司为众多实体企业提供了大量的数字营销、电商、会员管理等项目服务，并在服务过程中不断积累和沉淀数据资源，通过对各类数字媒体和各种营销渠道（包含基于社交媒体的信息挖掘、全网监测及 SEM 挖掘、线上及线下互动活动、EDM、网站浏览、移动 APP 应用、CRM、销售网点、用户会员组织、数字媒体广告投放、行业数据等）的数据采集和整合，构建了精准人群数据库，以及在汽车、快消、3C 家电、电商和零售等主要垂直行业的用户数据库。

公司提供的企业大数据服务，根据服务类型主要分为技术开发服务和大数据应用服务两大类：

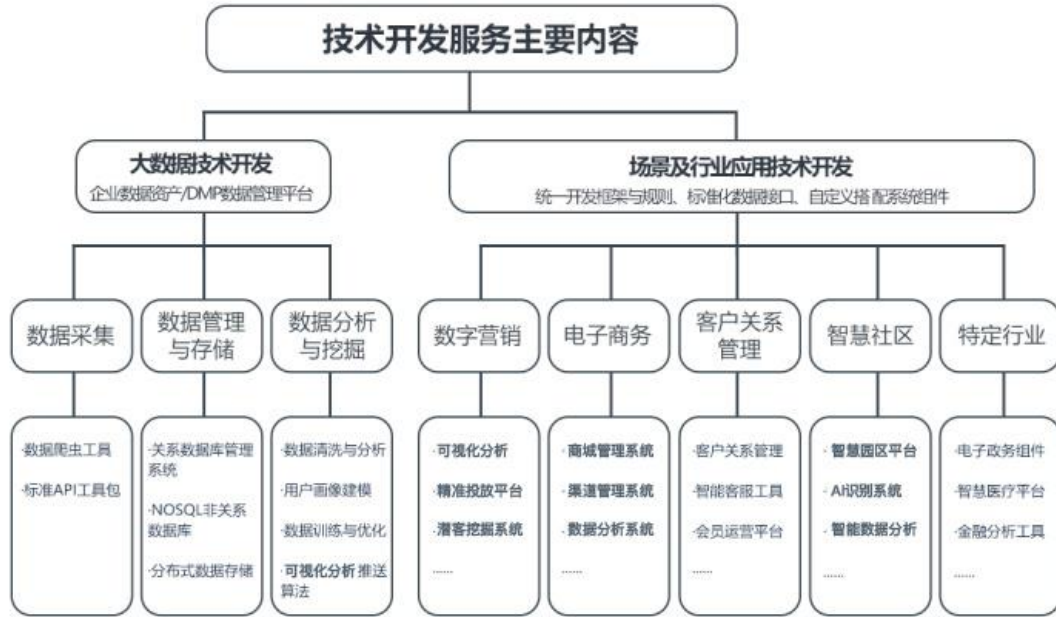
### 1、技术开发服务

根据企业客户的行业属性和业务需求，公司为其定制开发各类大数据应用系统和相关技术应用工具，帮助企业获取、分析、管理数据资源，挖掘、利用数据价值，满足企业在管理决策、市场传播、产品销售、客户服务等各个方面的应用需求。技术开发内容主要包括以下类型：

- （1）企业各类商业数据的采集、管理和分析系统；
- （2）企业数据资产管理平台，用于整合、管理企业内外部各种零散数据源（如销售、客服、生产经营等）和可视化分析等；
- （3）营销应用场景的各种互动集客组件、精准投放平台，潜在客户挖掘系统；
- （4）电子商务应用场景的商城管理系统、渠道管理系统，数据分析系统；
- （5）客户关系管理应用场景的会员（或粉丝）的数据管理和运营平台；
- （6）智慧社区应用平台，智慧园区平台、AI 识别系统，智能数据分析等；
- （7）针对政府、金融等特定行业的运营管理和数据分析系统；
- （8）相关的各类 AR/VR、APP、H5、小程序等技术应用组件。

在长期服务企业客户过程中，公司研发和积累了不同类型的大数据应用程序组件，采用统一技术开发规则（开发框架、数据和接口规范等），可以根据客户功能需求进行自定义的搭配组装和应用，从而提升开发效率，降低开发成本。





## 2、大数据应用服务

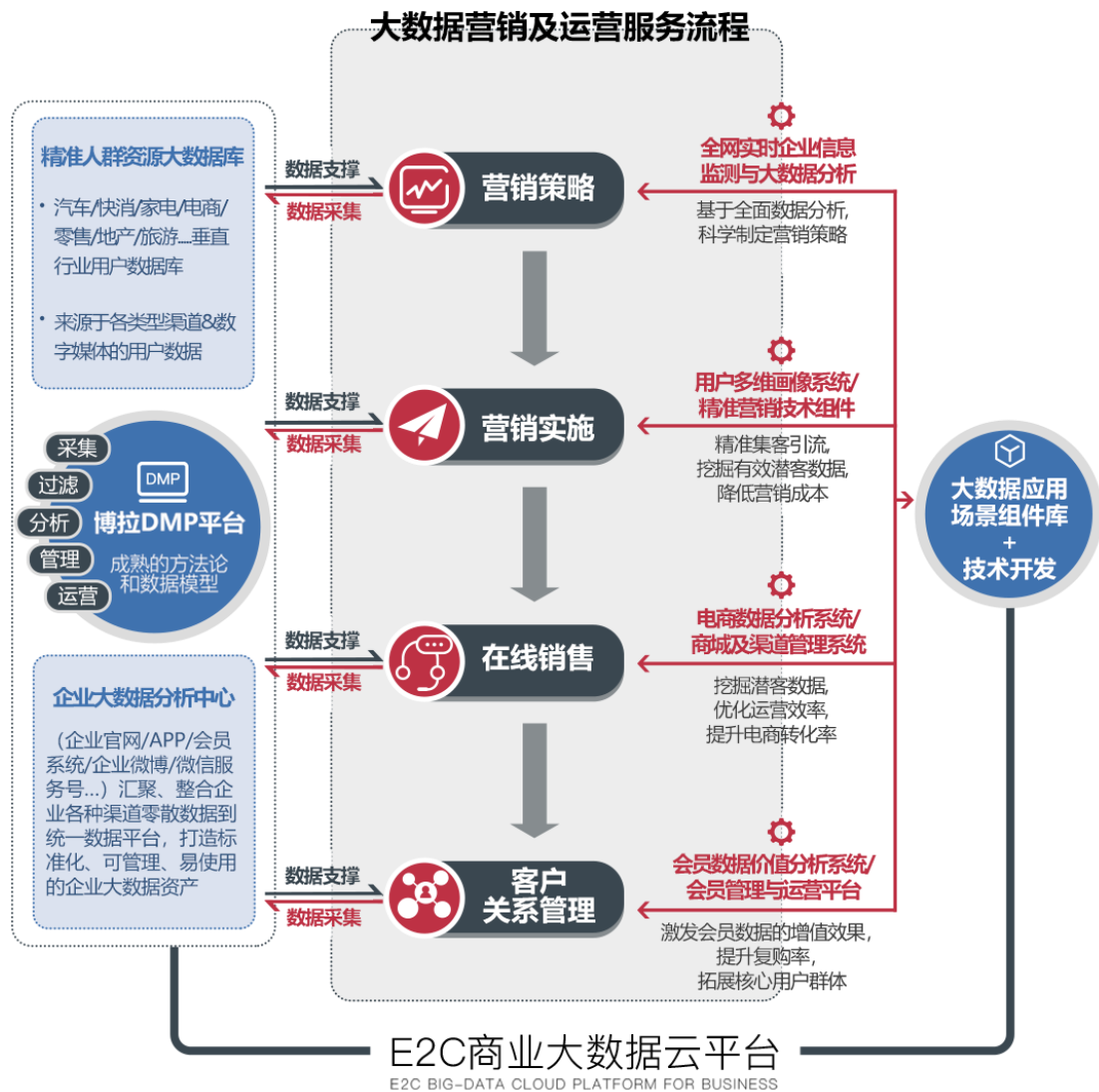
公司基于 E2C（E-service to Company）大数据云平台和应用组件库的技术产品，为企业客户提供大数据在各商业场景的应用解决方案，目前主要分为大数据营销及运营、数字媒体投放、电商及其他三种类型。

### （1）大数据营销及运营

基于公司 E2C 大数据平台和各类营销技术产品组件，为企业提供各类商业数据的采集、监测与分析服务；潜在客户数据挖掘和精准集客引流；企业自媒体的托管运营、数据整合和管理服务；电商营销、电商数据分析和运营优化；企业会员或粉丝数据管理与运营；最终实现企业数据资产体系的构建（企业各类数据源的聚合、管理、分析和价值挖掘）。主要服务流程和内容如下表：

## 大数据营销及运营服务流程及技术应用

服务流程	主要服务内容	主要应用的软件产品	技术作用
1.营销策略	为企业品牌或产品提供全网实时商业信息数据的采集、监测与多维分析服务，定期向企业客户提供各类数据分析报告（市场调研、消费者意见反馈、产品改进分析、竞品动态、营销策略分析等）	互联网商业信息监测与大数据分析系统等	基于数据分析，科学制定各类经营决策
2.营销实施	①基于搜索优化、数据分析等关键技术的应用，整合多元化数字媒体渠道和创意互动形式，帮助客户实施精准营销，进行精准集客引流和潜在客户挖掘； ②提供企业数据聚合、管理和运营服务，帮助企业客户汇集和整合各类用户数据（企业官网、APP、官方微博、微信服务号/公众号、小程序、CRM、线上/线下门店等），构建企业自有数据资产。	360度全景产品展示系统、虚拟现实VR导览应用系统、精准广告联盟系统，博拉数字营销管理平台、集客通-移动营销软件系统，E-SBS社会化营销资产管理平台，微信通-微信营销商业支持系统、线下营销数据监测系统	基于多维用户画像实现精准营销，采集和挖掘潜在客户数据，积累媒体和用户数据资源，提升营销效果，降低成本
3.在线销售	①基于电子商城管理、电商数据分析、渠道管理、物流仓储等技术系统的应用，为客户提供电商解决方案，构建在线销售体系； ②基于消费分析、精准推送、创意展示、在线团购等大数据营销和技术手段，帮助客户获取精准潜在客户数据、实施电商销售管理，O2O导流至线下实体店促发最终销售等。	电子商务大数据分析系统、B2B电商平台管理软件，跨平台电商渠道管理系统，区域市场电商促销系统，微团O2O电商软件，物流中转管理电子平台等	基于数据分析和挖掘获取精准潜在客户，提升电商转化率和O2O销售效果，降低获客成本，提升渠道管理效能
4.客户关系管理	基于会员数据管理和运营系统的应用，为企业提供在线电子会员（例如车友会、粉丝团等用户组织）的数据采集、数据管理和运营服务（会员价值分析/会员活动组织/会员积分管理/消费反馈沟通/精准信息推送/会员智能服务）等，通过打造企业“品牌粉丝圈”，聚集核心用户群体。	E-SCRM互联网客户关系管理系统，CRM智能应答系统，车友会平台软件，B-HOME智慧社区服务云平台等	分析和挖掘会员数据价值，激发会员数据的增值效应，提升复购率



## （2）数字媒体投放

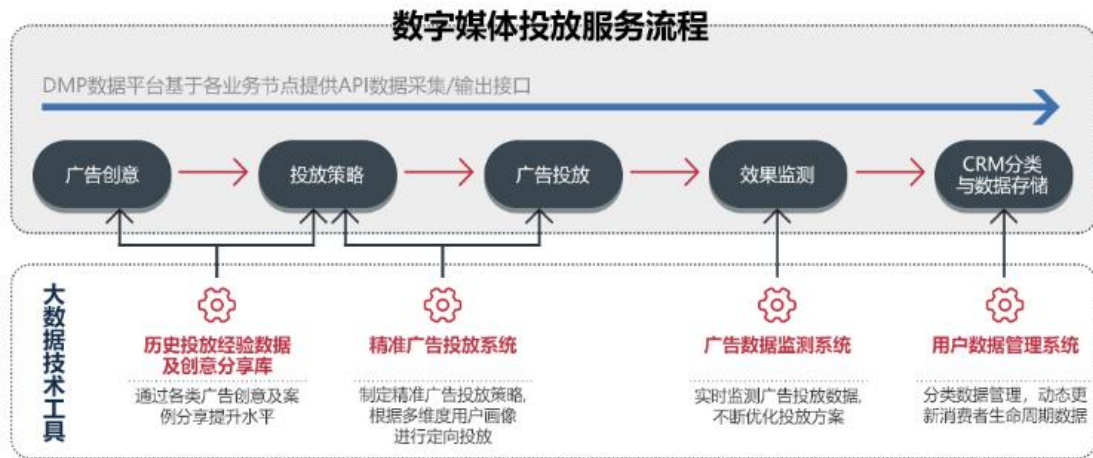
公司为企业客户提供程序化媒体投放服务，利用大数据算法和技术自动实现精准目标受众的定向广告投放，具体流程如下：

**投放前：**结合对企业目标受众群体基本属性的洞察和既往媒体投放的经验，分析提炼目标人群特征，与企业或数字媒体的用户数据多维度画像标签（年龄、地理位置、兴趣爱好、消费习惯、社会关系链等）进行精准匹配，针对性地为企业客户制定投放方案（投放渠道、投放人群、投放时间、投放内容和形式、投放价格等），以实现精准投放的目的。

投放中：实时监测和分析反馈投放效果数据，不断优化投放人群画像标签和投放策略等；

投放后：进行投放方案、投放效果和投放渠道的及时价值评估，形成多维分析报表为下一次投放提供数据优化支撑；不断累积、扩增通过媒体投放效果转化的精准用户数据资产，实施分类管理，丰富用户画像标签，关联企业客户关系管理系统，激发更多数据增值效应。

公司目前的数字媒体投放主要集中在微信朋友圈、今日头条等社交媒体。



### （3）电商及其他

公司目前的电商运营服务通常采用买断式销售的方式，即公司向供货企业采购商品，再通过京东等线上电商平台将商品售卖给最终客户；商品通过电商渠道售卖的过程中，公司为该商品提供销售线索挖掘、精准营销、电商运营和优化，以及其他配套的技术和营销等服务。

其他业务主要是公司代理销售甲骨文公司 oracle 数据库产品服务。

发行人通过对电商平台的消费者来源、商品浏览偏好、消费行为路径、商品评价和反馈等关键数据的采集和分析，有针对性地制定和调整营销渠道和策略，优化上架商品、排序和展示效果、仓储备货数量、物流配送等电商运营方案，达到提升用户转化率，促进实际销售，降低仓储物流成本，减少货损等效果。

### 3、大数据应用服务与技术开发服务两块业务的关联性

公司为客户提供的是“技术开发+应用服务”的整合性服务，两者是相辅相成、有机融合的关系。

面对如何有效处理互联网用户和信息数据的问题，以及企业缺乏专业技术人才和应用经验的现状，单一的技术产品或是脱离技术的传统服务方式都已无法满足企业日益增长和深入的大数据应用需求，而必须是技术与应用服务的有机结合，通过产品技术来解决数据的处理，而通过服务将技术应用渗透到企业的各个经营环节，这样才能让技术在应用中发挥真正价值，两者是相辅相成的。出于减少内部沟通成本、提高商业运营效率的考量，客户需要具备整合服务能力和服务商，不仅能为其开发技术系统和平台，还能提供系统平台的后续运营和大数据应用服务。公司系互联网和大数据技术出身，且经过长期服务众多大型企业客户而积累了丰富的应用服务经验，可以较好地满足客户“技术开发+应用服务”的整合性服务需求。



公司“技术开发+应用服务”整合性服务的案例：

以公司通过竞标取得长安汽车《长安乘用车经销商网上云店系统建设及运营项目合同》项目为例：

为了满足长安汽车“让传统经销商实体店开展线上销售，建立厂商自有的电商分销平台和大数据中心，促进销售转化和提升用户满意度”等商业需求，公司与客户签定了《长安汽车经销商网上云店系统建设及运营项目合同》，主要服务内容如下：

- 技术开发服务：公司为长安汽车设计开发了“经销商网上云店系统”，

基于长安汽车的官方服务号构建起了自有的网上电商矩阵体系。该体系类似天猫商城模式，以长安汽车的网上云店系统为统一的电商运营平台，并打通全国 700 余家经销商的所有微信服务号的连接，每家经销商均可以自己在该平台上开店，自主管理配置店铺，经销商的销售顾问即为店小二（随时随地接收和回复用户咨询）。该系统作为电商流量的主要入口，会根据对来访用户的移动终端数据进行分析，然后将其自动分流至所在地理区域的经销商线上店铺，用户可以通过二维码下订单、交订金、提交消费反馈，以及促发 O2O 实际销售等。长安汽车还可以通过该系统实现对所有经销商店铺的店端管理，所有经销店的潜客、会员数据也都会汇聚到厂商的大数据中心，解决了以前相关数据分散于经销商手中的问题。通过统一的数据收集和管理，为后续提升销售转化率、加强售后管理、激发会员增值效应都奠定了良好的基础。此外，长安汽车还可以将以前分散给各经销商的市场费用集中使用到统一电商流量入口平台，有效提升了营销效果。

公司利用自主研发的程序组件库的成熟电商组件，在较短时间内即为客户组装、开发完成了该经销商云店平台。该平台具有产品在线展示、在线订车、商城管理、店小二管理、终端活动管理、数据管理等一系列功能，较好地实现了客户的电商和渠道管理功能需求。

● 大数据应用服务：在上述技术开发所产生的系统平台上，公司为长安汽车提供了后续的大数据应用服务方案。公司不仅将该系统迅速在长安汽车和其全国 1,600 余家经销商进行部署应用，还提供了该电商平台后续的大数据营销和运营服务，包括通过一系列的精准营销方式进行集客引流，吸引目标用户的关注和加入，以及接下来的平台用户数据管理、用户价值分析、用户活动组织、定向精准促销信息推送、客户服务和关系管理等持续性的应用服务，使进入该平台的用户数据保持活性和逐步形成粘性，聚合沉淀厂商的核心客户群体，不断产生增值效果，带动和影响其他新的潜在客户的关注和加入，不断循环扩展用户数据资源。

上述技术开发和应用服务的有机结合，不仅解决了长安汽车因为人才和经验缺乏而存在的技术难题，还通过后续的应用服务帮助客户有效构建起了在线销售的用户数据资产和应用体系，整合性服务确保了大数据技术系统能够真正发挥其应用价值，得到了长安汽车的认可。

## （二）公司主营业务收入构成

公司专注于主业的发展，报告期内的主营业务收入全部来自于大数据应用服务和技术开发服务收入。

单位：万元

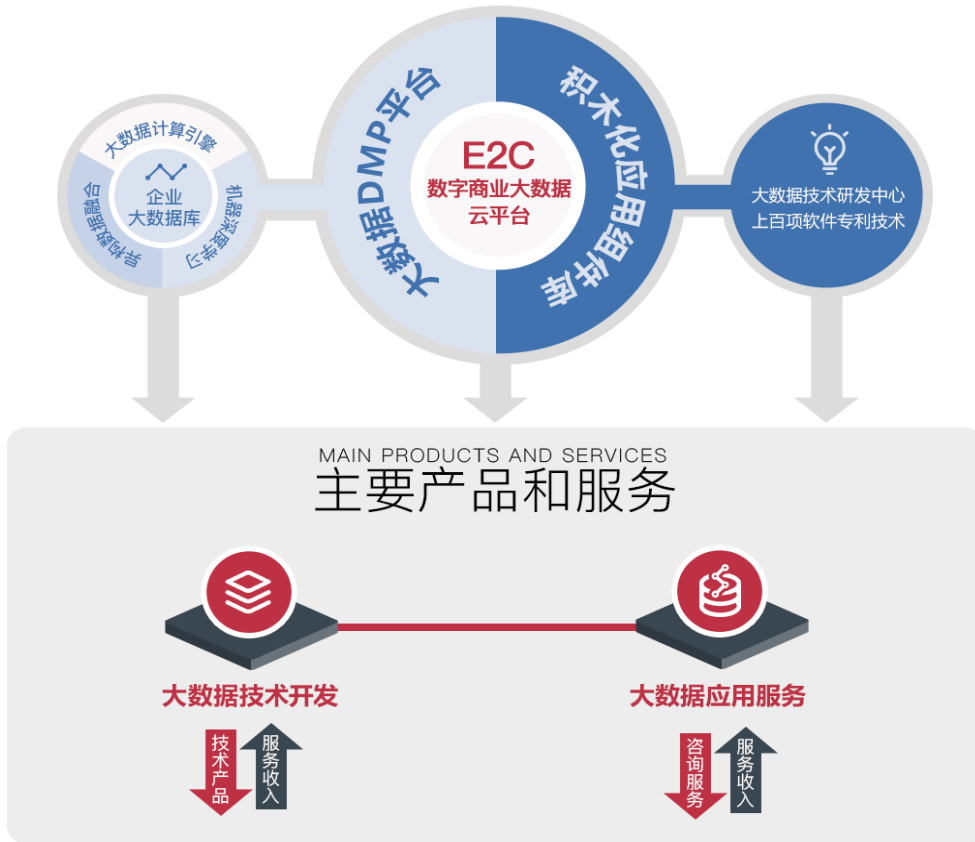
项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
大数据应用服务	19,125.07	90.04%	24,561.17	80.35%	12,664.67	70.50%	10,399.53	65.20%
营销及运营收入	8,933.63	42.06%	15,935.87	52.13%	12,664.67	70.50%	10,399.53	65.20%
数字媒体投放	8,164.58	38.44%	7,851.56	25.69%	—	—	—	—
电商及其他	2,026.86	9.54%	773.73	2.53%	—	—	—	—
技术开发服务收入	2,115.69	9.96%	6,006.56	19.65%	5,299.40	29.50%	5,551.82	34.80%
<b>合计</b>	<b>21,240.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,567.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,951.35</b>	<b>100.00%</b>

### （三）公司主要经营模式

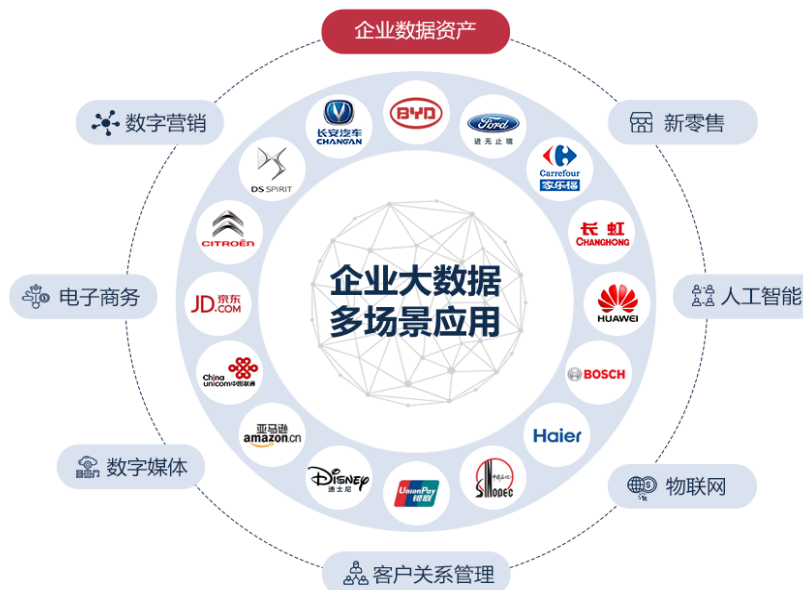
#### 1、公司的盈利模式

公司通过 E2C 大数据云平台及大数据应用技术产品体系，向企业客户提供技术开发服务和大数据应用服务，帮助客户采集、管理、分析、挖掘精准用户数据，并将用户数据在各个商业应用场景进行价值激活，并向客户收取相应的服务费用。

### BUSINESS MODEL 商业模式图



### MAIN CUSTOMERS 主要客户





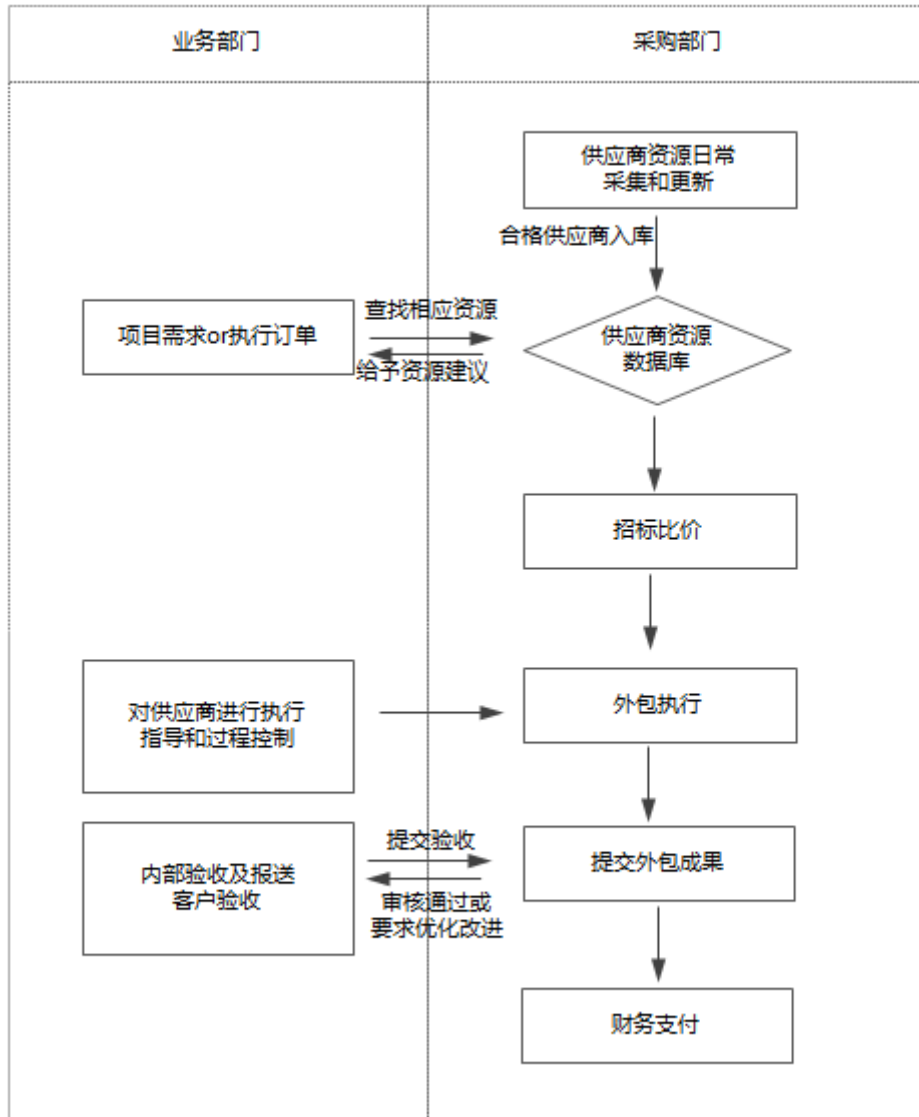
## 2、采购模式

公司的对外采购主要系为客户提供的整合性服务项目中涉及的部分需要外包的服务内容，如各类自媒体，视频、美术、动画等创意作品的设计和制作、网络内容发布、线下活动执行、数字媒体投放，以及买断式销售业务的货物采购等。

公司主要通过公开发布招标和任务信息，通过行业网站、专业社区、搜索引擎定向搜寻、优质作品溯源、以及与大型服务交易平台、自媒体交易平台合作等方式来获取供应商信息。

为加强采购计划管理，公司制定了《采购管理制度》。根据制度规定，公司建立了供应商资源数据库，并定期对供应商进行复查和清理，对其服务品质进行评鉴，存优汰劣。在业务实施过程中，各业务单元的对口采购专员协助项目组制定采购策略，并根据业务需求从公司供应商资源数据库中筛选符合条件的供应商（原则上不少于 3 家），进入采购议价程序，然后严格按照规定流程履行价格谈判或招标程序，按“质优、价廉”的原则货比多家，择优采购。

项目实施过程中的采购流程图：



### 3、服务模式

公司的服务模式主要分为：

**(1) 直客（即“直接客户”，指建立直接合作关系的终端企业客户）的整体框架服务或年度代理服务：**

公司以“大数据解决方案+产品技术+场景应用服务”的整合模式为企业客户提供大数据服务，此类服务通常涵盖的服务内容较多，服务时间周期相对较长，所以通常以框架协议进行整体服务约定，或是签订年度代理协议，最终按照公司实际提供并经客户验收的服务内容和服务金额结算服务费用。

**(2) 直客的项目定制服务（即“个案”，case by case）**

直客在特定的时间阶段（如节假日、双十一等），或是根据特定的服务需求

和建设目标发起单独的服务项目，公司针对性地为客户提供定制的项目服务。同一客户一年内可能发生连续性的或并行的多个项目的需求。

### （3）中间代理商的项目外包服务

作为专业的企业大数据整合服务提供商，公司在业内具有一定的知名度和影响力，因此一些代理商（主要是广告公关公司、软件集成商等）在为终端企业客户提供整合服务时，如果有涉及大数据、数字营销、技术开发、数字媒体投放等方面的服务外包需求时，委托发行人为其提供相关服务。此类服务通常为周期较短的阶段性的项目服务，目的较为明确，内容和形式较为单一。

#### 1) 中间商的选取标准

中间代理商有外包业务需求时，一般会在公开市场上选取数家具有相应服务能力、服务经验、和具备一定实力规模的供应商，进行比稿比价，择优选用。

#### 2) 中间商模式下发行人如何实施服务

发行人通过与中间代理商签订服务协议，根据协议约定的服务内容，将终端客户的部分或全部数字技术服务或媒体资源项目委托公司实施，进而间接为最终客户提供服务。发行人与中间商根据签订的服务协议明确双方权利义务，和发行人与直接企业客户签订的服务协议并无实质区别。

代理商根据发行人的技术实力和服务质量等，自行决定是否选择由发行人为其提供服务，不是由最终客户指定代理商向发行人进行采购。

#### 3) 收入确认政策及收入确认的凭证

发行人收到代理服务商确认的验收证明时予以确认收入，该方法与直客模式的收入确认政策没有差异。

报告期内，直客的整体框架收入、直客的项目定制收入和中间代理商的收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直客的整体框架收入	5,063.79	23.84%	10,106.44	33.06%	5,051.30	28.12%	4,732.02	29.67%
直客的项目定制收入	7,168.13	33.75%	14,221.64	46.53%	10,613.03	59.08%	10,751.02	67.40%
中间代理商收入	9,008.84	42.41%	6,239.65	20.41%	2,299.74	12.80%	468.31	2.94%
<b>合计</b>	<b>21,240.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,567.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,951.35</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，直客收入（包括整体框架收入和项目定制收入）和中间代理商收入金额均逐年递增，中间代理商占比逐年升高。

直客收入中，由于与公司签订整体框架协议的大型企业客户数量和服务额度均有明显增加，因此整体框架收入逐年稳定增长。

2018 年项目定制收入金额的增加主要与互联网、大数据技术更新迭代较快的特征相吻合。直客整体框架协议往往约定是需持续提供的、相对比较固定的服务内容，而由于数字技术的快速迭代，在较长的全年服务周期里通常会产生许多新的技术开发和个性化应用需求，再加上客户自身经营策略也会根据市场形势变化而进行调整，这部分需求无法在整体框架协议里提前规划和明确，因此导致客户会频繁增加相关项目定制服务（个案）需求。

中间代理商收入增加，主要是部分跨国集团企业在中国区域内业务，需要通过其全球统一策略服务商作为中间代理商间接提供服务。2018 年以来，公司逐步新承接了一些中间代理商的数字媒体精准投放业务，这是导致最近一年一期中间代理商收入和占比大幅增加的主要因素。

2019 年 1-6 月，中间代理商的收入较多，主要是因为发行人在 2019 年 3 月成立了重庆赢睿达数字技术有限公司，从事基于大数据开展数字媒体精准投放业务，该公司陆续承接了一些中间代理商的数字媒体精准投放业务所致。如：广州新峰菲德网络科技有限公司、成都网讯优速信息技术有限公司均为代理商，主要面向中小型企业提供微信朋友圈、今日头条等媒体平台的数字媒体精准投放服务以及数据分析和运营优化等服务。2019 年 1-6 月剔除数字媒体投放后的收入占比如下：

项目	2019 年 1-6 月	
	金额	占比
直客的整体框架收入	4,179.36	31.96%
直客的项目定制收入	7,168.13	54.82%
中间代理商收入	1,728.68	13.22%
合计	<b>13,076.17</b>	<b>100.00%</b>

可见，2019 年 1-6 月剔除数字媒体投放后的收入占比和以前年度相比变化不大。

#### （4）三种服务模式之间的关系

直客的整体框架服务、直客的项目定制服务均为公司与直接客户签订服务合同并直接向最终客户提供服务，只是按合同的签订方式不同进行了区分。

而自 2018 年起，发行人开始加大基于大数据开展数字媒体精准投放业务，该业务主要是通过承接一些中间代理商的数字媒体精准投放业务，由此造成最近一年一期间中间代理商客户的占比提高较大。

#### **（5）三种服务模式与发行人收入类别之间的关系**

报告期内，直客的整体框架服务、直客的项目定制服务、中间代理商的个性化项目外包服务，是按合同签订主体、签订方式的不同做出的分类。但其实际所包含的服务内容并不会因此产生较大区别，均需应用公司的各项核心技术或积累的各类数字媒体资源，公司针对不同主体、在不同服务周期内提供的服务也多为整合性服务，均有可能涉及产生各种收入类别。

而发行人的收入类型是按发行人向客户提供的具体业务类型进行的分类。无论哪一种类型的服务模式，均可能对应各种收入类型，二者是不同的统计口径，没有必然的对应关系，均是依靠核心技术产品的应用服务和技术开发服务产生。

### **4、营销模式**

公司获取业务订单的方式大致分为两类：

第一，直客模式下，采取竞标方式（招投标或者“比稿比价”）。公司服务的客户主要系各行业内具有较高知名度的大型企业。在竞标过程中，客户通常通过招投标方式或者“比稿比价”（行业术语，指方案和价格的比选）方式，选择若干家在业界具有一定资质和知名度的大数据营销服务企业进入其供应商库。公司一般在入选客户的供应商库后，再根据客户具体的项目需求与客户签署相应的服务协议。这是公司获取业务的主要方式。

第二，与中间代理商合作的方式下：中间代理商与终端客户确立代理关系后，将终端客户的部分或全部数字技术服务或媒体资源项目委托发行人实施。中间代理商一般以比稿比价的形式确定其供应商。

报告期内发行人通过招投标和中间代理商合作等不同方式获得的收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
直客模式	12,231.92	57.59%	24,328.08	79.59%	15,664.33	87.20%	15,483.04	97.06%
其中：招投标	4,099.13	19.30%	13,148.91	43.02%	7,277.52	40.51%	5,701.57	35.74%
其中：比稿比价	8,101.15	38.14%	11,156.72	36.50%	8,361.34	46.54%	9,759.32	61.18%
中间商模式	9,008.83	42.41%	6,239.65	20.41%	2,299.74	12.80%	468.31	2.94%
合计	<b>21,240.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,567.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,951.35</b>	<b>100.00%</b>

## 5、各项服务的具体盈利模式、营销模式和经济业务内容

项目	销售模式	盈利模式	具体经济业务内容
技术开发服务		根据企业客户的行业属性和业务需求，公司为其定制开发各类大数据应用系统和相关技术应用工具，一般按固定金额向企业客户收取服务佣金。	会员数据管理系统、电子商务管理系统、移动营销组件、客户关系管理系统、O2O功能组件、智能园区平台、特定行业的数据分析工具等。 如：与家乐福（中国）管理咨询服务有限公司签订《家乐福中国COS客服系统定制开发》，与重庆长安车联科技有限公司签订《长安商城自媒体平台建设及运营项目合同》。
大数据营销及运营	通过竞标方式获得终端用户订单，或通过中间代理商（如广告公司、软件集成商、数字媒体渠道商等）获得终端客户订单。	基于公司E2C大数据平台和各类营销技术产品组件，为企业提供大数据在各商业场景的应用解决方案，一般按固定金额向企业客户收取服务佣金。	互联网商业信息监测与数据分析、内容营销、会员数据管理与运营、搜索引擎营销、自媒体托管及数据管理、数字营销策略规划等。 如：与四川长虹电器股份有限公司签订《长虹·虹领金日常运营数字商业服务协议》，与智者同行品牌管理顾问（北京）股份有限公司签订《数字商业服务协议（央视网微博发布）》。
数字媒体投放		向数字媒体方支付的价款与向客户（广告主或代理商）收取的价款之间的价差、向客户收取的技术及运营服务费用、根据销售额完成情况获取的媒体返点。	微信朋友圈、今日头条精准投放广告。 如：与上海衣页信息科技有限公司签订《媒体平台推广合作合同》。

电商及其他	即公司作为主体，以买断形式从供应商采购产品，再将商品直接销售给特定电商平台或客户确认收入。	公司与品牌供应商通过协商确定采购价格，再通过电商平台确定的销售价格或者最终用户购买的销售价格，赚取购销价差收益。	电商平台销售产品，主要为家电、美妆、Oracle 数据库产品服务。 如：与合肥荣事达小家电有限公司签订《炊具系列产品京东商城自营平台独家经营商》，与广东长虹日电科技有限公司签订《长虹日电产品电商销售合同（长虹日电集成灶）》。
-------	---	--	---

## 6、公司经营模式形成原因、影响因素及变动趋势

### （1）团队从业背景

公司创始团队曾创立和运营过搜索聚合网站和大型社区电子商务平台，具备较强的互联网基因和产品技术研发实力，并沉淀了较为丰富的营销及运营经验。在此基础上，经过多年持续不断的业务实践和技术探索，公司确立了“以技术研发为核心，以大数据驱动商业发展”的经营理念，打造了公司核心团队“技术开发服务+大数据应用服务”的双核基因。

### （2）市场趋势推动

实体企业在互联网和大数据应用过程中面临的主要问题是：缺乏相关的专业人才和经验，对以数字化商业升级的理解和应用需要较长的学习时间，且不具备大数据的自主研发能力。公司适应广大实体企业普遍性的市场需求，构建了“大数据+技术产品+应用服务”的整合性业务模式，较为全面地解决了企业在专业人才、技术研发、应用经验上的诸多难题，从而能够在激烈的市场环境中保持竞争优势。

## 7、公司主营业务创新情况

公司属于典型的互联网、大数据和实体经济深度融合的科技创新企业。公司为企业客户提供的大数据服务的自主创新能力体现于技术产品和行业应用上的创新，包括以下几个方面：

（1）在业界较早推出了企业大数据整合服务模式。企业客户的大数据应用服务需求，并不是简单地提供用户数据源，或是单纯的软件开发、营销策划的概念。发行人的企业大数据服务体系，可为企业提供“大数据整体解决方案——多元数据的整合和分析挖掘——大数据应用技术产品开发——大数据场景应用（营销、运营、电商、客户关系管理）——会员数据增值运营”的全过程服务，覆盖

了企业经营决策分析、市场传播、销售、客户关系管理、经营现场管理等主要业务环节，为其构建较为完整有效的大数据应用体系。

（2）创新推出了多场景的大数据应用产品体系。公司将大数据与云计算、人工智能、物联网、虚拟现实等前沿技术有机结合，创新研发了近百项拥有自主知识产权的大数据应用技术产品，形成了产品矩阵体系，大数据应用场景较为丰富，涉及营销及运营、电子商务、数字媒体投放、物联网等多个主要应用场景板块，并结合“大数据+技术产品+应用服务”三位一体的运营模式，可以满足不同行业、不同应用领域的客户需求。

（3）创新推出了支持用户自定义的技术组件平台。公司的大数据应用技术体系主要由 E2C 大数据平台和上百款自主研发的数据应用技术组件构成，企业客户可以自定义选择组件库中的技术产品模块，组合成吻合其应用需求的大数据系统平台，从而以更快的部署速度和更低的成本获取更贴近其实际需求的技术产品，构建企业自有的数据资产和应用体系。

（4）创新推出了构建“企业数据资产平台”的行业解决方案。公司基于 E2C（E-service to Company）大数据云平台为企业客户提供大数据行业解决方案，帮助客户兼容、连接企业内外部的多种数据源（生产、业务渠道、营销、CRM 等）和数据技术系统，整合和管理各类零散数据，形成共享数据服务体系，进行数据的管理、运营和可视化分析，通过统一的数据平台标准化、易使用、可视化地输出数据应用价值，帮助企业积累自有的大数据资产，以数据驱动企业商业运营的优化升级。

#### （四）公司自成立以来主营业务的发展变化进程

公司自 2006 年创立至今，大致经过以下几个发展阶段：

##### **第一阶段 业务探索和技术研发（2006 年-2008 年）**

公司成立于 2006 年，成立后首先选择“基于博客人跨平台聚合网络的社区电子商务”作为突破口，创设了跨平台博客人聚合平台，并在此基础上构建了博客精准广告系统和体验式直销系统，以及大型社区电子商务系统等。

基于上述业务探索，公司积累了以博客人作为主要代表的各类自媒体用户资源，建立了基于 SNS 社交网络的自媒体画像大数据，逐步切入了企业级客户的大数据营销市场，在此过程中研发了包括精准广告、社区电子商务、电商直销、



互联网商业信息监测和大数据分析在内的多项关键性技术系统，为公司日后的企业大数据整合服务奠定了技术基础。

### **第二阶段 业务布局和拓展阶段（2008年-2012年）**

2008年，面对全球金融危机，互联网企业都面临方向性抉择。公司发现：随着互联网的快速普及，企业级客户对互联网的应用需求快速增长，将催生需求旺盛的企业互联网应用市场。因此，公司的经营策略调整为：互联网产品技术和商业运营实践双结合，基于自行研发的互联网技术产品，为实体经济提供“技术+营销及运营”的互联网服务。在此阶段，公司在北京、上海、广州、成都等全国主要中心城市快速布局，迅速扩大市场份额。而公司创新的产品体系和服务理念也在应用中逐步成熟，并逐渐奠定了公司在业界的行业地位和品牌影响力。

### **第三阶段 商业模式升级和业务规模快速扩张阶段（2013年至今）**

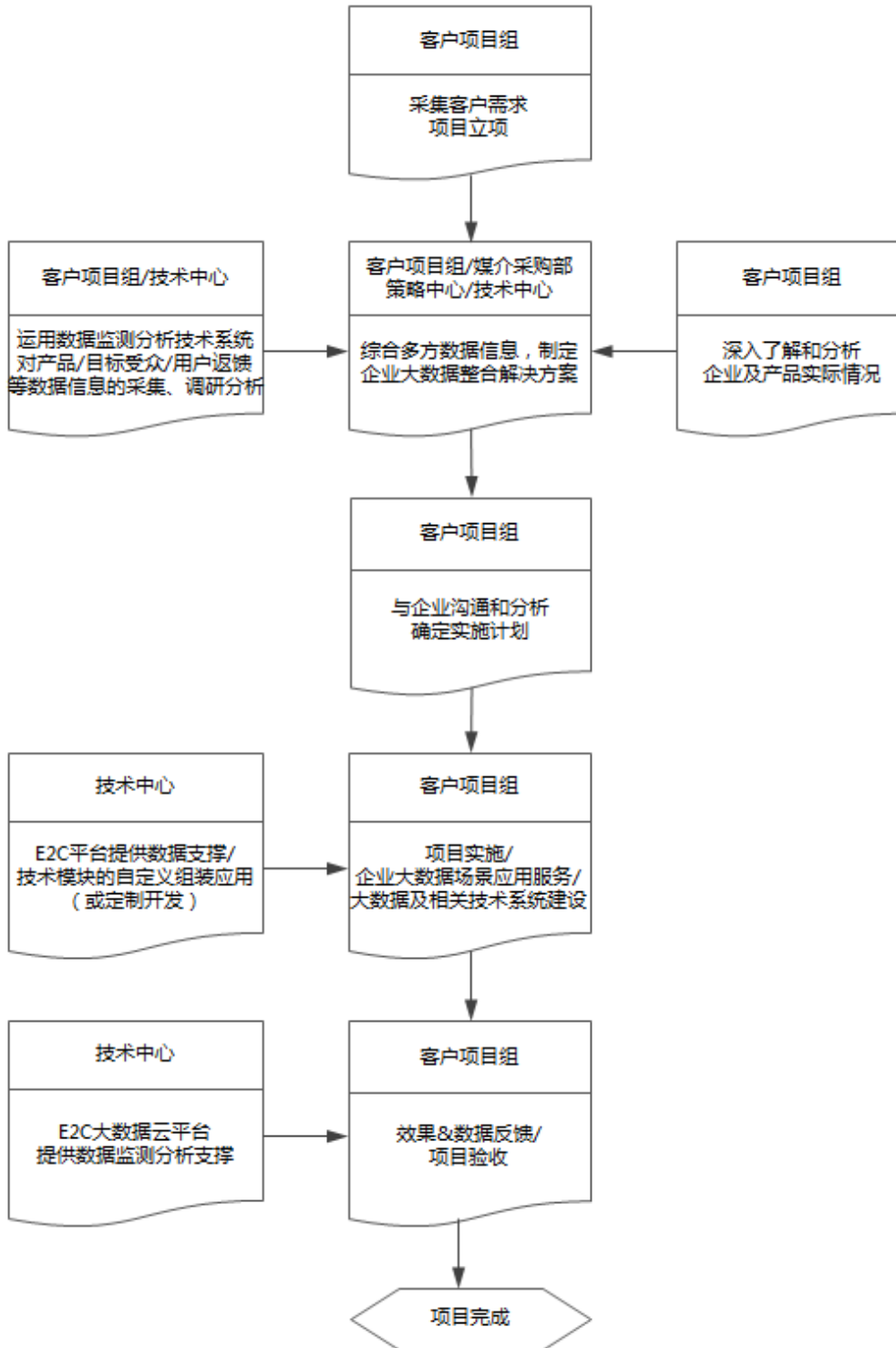
随着传统产业转型升级的升温，市场需求快速增加，企业对互联网和数字技术的应用范围和应用深度显著扩大，公司的市场拓展持续发力，客户数量和业务规模持续增长。基于长期服务客户的实践和技术探索，公司在大数据资源和应用技术、经验上的积累日益丰富，大数据服务在企业“互联网+”转型升级进程中的作用也更加凸显，公司的商业模式也实现进一步升级，构建了以企业大数据整合服务为核心的业务模式和产品技术体系，并进一步迅速扩大了公司在主要细分行业领域中的大数据整合服务市场。

在此阶段，公司在持续加大研发大数据及相关产品技术的同时，对汽车、3C家电、快消等重点行业制定了针对性的行业解决方案，加快了公司在这些行业的市场拓展速度。

2018年以来，适应互联网新的发展趋势，公司的大数据服务新增了数字媒体投放和电商及其他两类商业应用场景。2019年公司进一步在视频大数据识别领域布局，以期在即将到来的5G视频时代获得广泛的行业应用价值。

### **（五）公司主要服务的流程图**

公司面向企业用户（B2B）提供大数据整合服务的主要流程如下图所示：



#### （六）与互联网及大数据服务业务相关的合法合规性事项

我国针对个人信息保护出台了多份法律、法规、规章制度，但较分散，随着大数据产业纵深发展，对数据立法的呼声越来越大。企业在数据使用上需依据现有法律法规开展业务，做到行业自律。

1、严格遵守国家法律法规。公司历来重视对个人隐私的保护，在实际经营过程中，公司业务开展符合《关于加强网络信息保护的決定》、《电信和互联网用户个人信息保护规定》、《关于办理侵犯公民个人信息刑事案件适用法律若干问题的解释》等相关规定，不存在侵犯个人隐私的行为。

2、合法使用外部数据源。公司在经营业务过程中获取的数据，主要包括开展营销时获取的数据，以及提供数据服务时从企业客户获得的数据（第一方数据）。在营销活动中取得的数据，主要是通过对互联网公开信息和数据的采集，以及举办在线营销活动、开展电商和自媒体运营时用户主动注册或参与活动而提供的信息数据，公司在营销页面都征求了参与用户、客户的同意和授权，并且遵循信息的最小化原则，在数据存储也按最短原则实施，对于长期保存的信息对个人信息进行了删除或匿名化处理；对于取得的企业客户第一方数据（为达到精准营销等目标，企业客户向公司提供其自有的各类商业数据），也是取得企业客户同意后获取的。因此公司的数据来源均是合法合规的。另外，公司仅将数据用于相关技术研发和基于数据分析的企业场景应用，不存在非法披露或出售的行为。

3、技术安全部署。公司通过对数据实施5层分级保护机制，从物理安全、主机系统安全、数据库安全、数据传输安全、数据应用安全，构建起安全管理框架。公司还对数据管理实施了严格的读取权限管理和加密措施，只有核心专职技术人员才可以接触到核心数据。

4、建立数据安全制度。公司内部建立了较完善的数据使用、信息安全保护制度。公司制定了完善的网络安全管理制度、保密制度和应急响应指引，定期不定期举行信息安全技术培训，提升员工对数据使用的安全意识和保密意识。安排专人、专岗负责网络系统安全、数据安全，防止外部对信息的恶意入侵和非法访问。公司对大数据相关安全事件，有完整的处置预案和流程。完全可以应对相关事件。公司每季度定期开展大数据及个人信息安全影响评估，并且进行安全审计。

5、对企业客户存在的负面影响的信息和新闻的处理。公司严格执行国家《互联网信息服务管理办法》（2011修订）、《互联网新闻信息服务管理规定》（2017）等相关法律法规的规定，对企业客户存在负面影响的信息和新闻，主要提供信息监测和分析服务，即发现该类信息后第一时间向客户报告负面信息的网址、发布来源、转载扩散情况、影响趋势分析等，协助客户对负面信息进行必要用户沟通、

解释和说明等。报告期内，公司不存在因违规处理客户负面信息而被主管部门处罚的情况。

### （七）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司在大数据应用服务和技术开发服务提供的过程中没有造成环境污染。公司生产经营活动未产生国家环境保护相关法律法规所管制的废水、废气、噪声、危险固体废弃物等环境污染物，报告期内公司不存在有违反国家环境保护相关法律法规的处罚记录。

## 二、公司所处行业的基本情况

### （一）公司所属行业及确定所属行业的依据

#### 1、公司所属行业

公司所处行业属于中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012年修订）中的“I64-互联网和相关服务业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业属于“I6450-互联网数据服务”；根据《战略性新兴产业分类（2018）》，公司所处行业属于“互联网与云计算、大数据服务”。

#### 2、确定公司所属行业的依据

##### （1）主营业务和经营模式

自2006年成立以来，发行人构建了“大数据+技术产品+应用服务”的业务体系，通过E2C大数据云平台及应用技术产品体系，面向实体企业提供大数据在数字营销、电子商务、数字媒体投放、物联网等各个商业场景应用中的技术开发服务和增值运营服务。

##### （2）业务收入构成

报告期内，公司的主营业务收入均来自于大数据应用服务收入和技术开发收入。

### （二）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规和政策

#### 1、行业主管部门和监管体制

国家工业和信息化部是互联网和大数据行业的主管部门。同时，互联网营销服务业务涉及的广告和公关业务的行业主管部门为国家市场监督管理总局。为维护国家网络空间安全和利益，中共中央网络安全和信息化委员会办公室管理国家计算机网络与信息安全。

公司所属行业协会为中国互联网协会。

行业主管部门和行业协会职能如下：

部门/协会	职能/性质
工业和信息化部	主要负责制定并组织实施工业、通信业的行业发展规划、产业政策、技术标准和规范，依法对电信与信息服务市场进行监管，指导推进信息化建设，承担通信网络安全及相关信息安全管理责任。
国家市场监督管理总局	对互联网营销业务中涉及广告发布的活动进行监督管理，其下属的广告监督管理司负责拟订广告业发展规划、政策措施并组织实施；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的工作。
中共中央网络安全和信息化委员会	中共中央网络安全和信息化委员会着眼国家安全和长远发展，统筹协调涉及经济、政治、文化、社会及军事等各个领域的网络安全和信息化重大问题，研究制定网络安全和信息化发展战略、宏观规划和重大政策，推动国家网络安全和信息化法治建设，不断增强安全保障能力。
国家网信办（中华人民共和国国家互联网信息办公室）	主要职责是落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理，负责网络新闻业务及其他相关业务的审批和日常监管，指导有关部门做好网络游戏、网络视听、网络出版等网络文化领域业务布局规划，协调有关部门做好网络文化阵地建设的规划和实施工作，负责重点新闻网站的规划建设，组织、协调网上宣传工作，依法查处违法违规网站，指导有关部门督促电信运营企业、接入服务企业、域名注册管理和服务机构等做好域名注册、互联网地址（IP 地址）分配、网站登记备案、接入等互联网基础管理工作，在职责范围内指导各地互联网有关部门开展工作。
中国互联网协会	2001年由国内从事互联网行业的网络运营商、服务提供商、设备制造商、系统集成商以及科研、教育机构等70多家互联网从业者共同发起成立，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织，该协会受工信部主管。

## 2、国家和地方出台的行业主要法律法规和产业政策

### （1）《互联网信息服务管理办法》（2011年修订）

2000年9月25日国务院颁布了《互联网信息服务管理办法》（2011年根据2011年1月8日《国务院关于废止和修改部分行政法规的规定》修订），该办法是中国互联网内容管理的基本法，主要规范互联网信息服务相关主体和行为。该办法规定，互联网信息服务分为经营性和非经营性两类。国家对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。从事新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械等互联网信息服务，依照法律、行政法规以及国家有关规定须经有关主管部门审核同意的，在申请经营许可或者履行备案手续前，应当依法经有关主管部门审核同意。

（2）《产业结构调整指导目录（2011年本）》（2013年修正）

根据国家发展和改革委员会2011年发布、2013年修正的《产业结构调整指导目录（2011年本）》，“科技服务业”中的“在线数据与交易处理、IT设施管理和数据中心服务，移动互联网服务，因特网会议电视及图像等电信增值服务”和“信息技术外包、业务流程外包、知识流程外包等技术先进型服务”被列为鼓励类产业。

（3）《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》（2016版）

根据国家发展和改革委员会公布的《战略性新兴产业重点产品和服务指导目录》（2016版）（国家发展和改革委员会2017年第1号公告），“新一代信息技术产业”中的“1.2.2“互联网+”应用服务”属于战略性新兴产业重点产品和服务。

（4）《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》

2015年6月，国务院常务会议通过《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》（国发【2015】40号），这是中央政府在深刻认识和准确把握互联网发展规律的基础上，立足国情、统筹全局，对互联网与经济社会融合发展做出的重大战略部署和顶层设计，将“互联网+”提升至国家行动的战略高度，具有划时代的重大意义和深远影响。

该《指导意见》提出：到2018年，互联网与经济社会各领域的融合发展进一步深化，基于互联网的新业态成为新的经济增长动力，互联网支撑大众创业、万众创新的作用进一步增强，互联网成为提供公共服务的重要手段，网络经济与

实体经济协同互动的发展格局基本形成。到 2025 年，“互联网+”新经济形态初步形成，“互联网+”成为我国经济社会创新发展的重要驱动力量。

（5）《促进大数据发展行动纲要》

2015 年 8 月 31 日，国务院以国发〔2015〕50 号印发《促进大数据发展行动纲要》。该《行动纲要》的内容可以概括为“三位一体”，即围绕全面推动我国大数据发展和应用，加快建设数据强国这一总体目标，确定三大重点任务：一是加快政府数据开放共享，推动资源整合，提升治理能力；二是推动产业创新发展，培育新业态，助力经济转型；三是健全大数据安全保障体系，强化安全支撑，提高管理水平，促进健康发展。

（6）《国家信息化发展战略纲要》

2016 年 7 月 27 日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《国家信息化发展战略纲要》。该纲要指出：坚持走中国特色信息化发展道路，以信息化驱动现代化，建设网络强国，迫在眉睫、刻不容缓。信息技术应用不断深化，“互联网+”异军突起，经济社会数字化网络化转型步伐加快，网络空间正能量进一步汇聚增强，信息化在现代化建设全局中引领作用日益凸显。到 2020 年，重点行业数字化、网络化、智能化取得明显进展，网络化协同创新体系全面形成，电子政务支撑国家治理体系和治理能力现代化坚实有力，信息化成为驱动现代化建设的先导力量。

（7）《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》

2016 年 11 月 29 日，国务院公布《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》（国发【2016】67 号），数字创意被列为“十三五”国家五大产值规模 10 万亿元级的战略性新兴产业之一。该规划提出：

实施网络强国战略，加快建设“数字中国”，推动物联网、云计算和人工智能等技术向各行业全面融合渗透，构建万物互联、融合创新、智能协同、安全可控的新一代信息技术产业体系。到 2020 年，力争在新一代信息技术产业薄弱环节实现系统性突破，总产值规模超过 12 万亿元。推进“互联网+”行动：促进新一代信息技术与经济社会各领域融合发展，培育“互联网+”生态体系。鼓励运用信息网络技术推动生产、管理和营销模式变革，重塑产业链、供应链、价值链，

加快形成新的生产和流通交换模式。推动数字创意在电子商务、社交网络中的应用，发展虚拟现实购物、社交电商、“粉丝经济”等营销新模式。

（8）《国务院关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》

2016年5月13日，国务院以国发〔2016〕28号印发《关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》。

该《意见》提出，要坚持创新驱动，激发转型新动能；坚持融合发展，催生制造新模式；坚持分业施策，培育竞争新优势；坚持企业主体，构筑发展新环境。到2018年，制造业重点行业骨干企业互联网“双创”平台普及率达到80%，成为促进制造业转型升级的新动能来源，制造业数字化、网络化、智能化取得明显进展；到2025年，力争实现制造业与互联网融合“双创”体系基本完备，融合发展新模式广泛普及，新型制造体系基本形成，制造业综合竞争实力大幅提升。

（9）《大数据产业发展规划（2016-2020年）》

2017年1月17日，工业和信息化部正式印发了《大数据产业发展规划（2016-2020年）》（以下简称《规划》），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。

该《发展规划》通过定量和定性相结合的方式提出了2020年大数据产业发展目标。在总体目标方面，提出到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。在此基础之上，明确了2020年的细化发展目标，即技术产品先进可控、应用能力显著增强、生态体系繁荣发展、支撑能力不断增强、数据安全保障有力。

（10）《重庆市“互联网+”行动计划》

2015年12月31日，重庆市人民政府办公厅印发《重庆市“互联网+”行动计划》（渝府办【2015】210号）。该行动计划提出了重庆市“互联网+”行动计划的发展目标：到2018年，全市初步建立互联网创业创新体系，云服务、协同制造、众创众包众扶众筹等互联网新兴业态不断涌现；互联网产业整体发展水平显著提升，引进培育互联网骨干企业30家，大中型互联网应用和服务企业100家，软件和信息服务业产值达2,500亿元，电子商务交易额达到14,000亿元，建



成 10 个以上“互联网+”产业示范基地；互联网经济成为全市经济的重要增长动力，重庆成为全国重要的互联网经济高地。到 2020 年，引进培育互联网骨干企业 50 家，软件和信息服务业产值达 4,000 亿元，互联网产业生态体系基本完善；全市信息化综合发展水平进入全国前列，重庆成为全国领先的互联网经济高地。

（11）《重庆市大数据发展工作方案（2016-2018 年）》

2016 年，重庆市发布《重庆市大数据发展工作方案（2016-2018 年）》，指出到 2018 年重庆要建成国内领先的大数据应用示范先行区和产业高地。加快发展大数据产品与服务。引导科研机构 and 人才团队向我市集聚，加强在数据存储、处理、挖掘、可视化和芯片、传感器、高性能计算机等领域技术产品的研发和产业化，推动大数据与物联网、云计算、人工智能、高性能集成电路等新兴信息技术融合应用，形成一批面向各行业领域的大数据技术和产品解决方案。在大数据示范应用、共享开放、基础设施和要素流通等重点方向开展大数据企业和项目试点示范工作，引导社会信息资源有序开发、大数据深度分析挖掘，加快大数据产业培育，完善我市大数据产业生态发展环境。

### 3、行业管理体制及行业政策对发行人的影响

本公司属于典型的互联网、大数据和实体经济深度融合的科技创新企业。“互联网+”是把互联网的创新成果与经济社会各领域深度融合，推动技术进步、效率提升和组织变革，提升实体经济创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和创新要素的经济社会发展新形态。在互联网快速普及、物联网加速渗透的背景下，PC、手机、传感设备等全面兴起，推动全球数据呈现倍数增长、海量集聚的特点，为大数据产业发展奠定了庞大的数据基础。

随着互联网的快速发展产生大数据，大数据反过来加速推动互联网各种各样应用的演进。在全球新一轮科技革命和产业变革中，互联网、大数据与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力，已成为不可阻挡的时代潮流，正对各国经济社会发展产生着战略性和全局性的影响。经过近几年的发展，通过对大数据的全面挖掘已经产生较多新的应用，大数据应用已渗透政府、电信、金融、人力资源、医疗、物流等多个行业，从产品角度而言，除传统的工具/产品化服务（精准营销、舆情监控等）外，整体式的解决方案亦愈加丰富，将促使产生更多的新业态，给人类生活带来更多的便利和惊喜。

作为新兴行业，互联网和大数据行业的监管法律法规尚处于逐步建立健全的过程中。我国互联网和大数据行业的发展已经在全球形成比较优势，立法和监管的主旨均为保障行业的健康有序发展。

“互联网+”和大数据行业目前出台的法规和产业政策，顺应了时代发展潮流，为公司的发展创造了良好的政策环境，特别是国务院 2015 年发布的《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》、《促进大数据发展行动纲要》、2016 年发布的《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》，以及工信部、各地政府贯彻落实国家“互联网+”和大数据战略部署制定的细化措施，将大力推进互联网、大数据与传统行业的融合进程，进而为本公司的快速发展开拓了广阔的市场空间。

### （三）行业发展概况

#### 1、大数据行业发展概况

互联网的普及必然产生大数据，大数据是信息化发展的新阶段，大数据技术革新也促进了互联网发展，两者相互促进。数字化的过程通常被称为数字化转型，它正在深刻改变着当今商业形态，其影响了各行各业以及世界各地的消费者。

2018 年 11 月，根据希捷科技赞助、国际数据公司 IDC 发布的白皮书《数据时代 2025》显示，2018 年全球创建和复制的数据总量为 33ZB，2018 至 2025 年全球数据圈将增长 5 倍以上，预计 2025 年将达到 175ZB（1ZB 等于 1 万亿 GB）。

#### 全球数据圈的每年规模

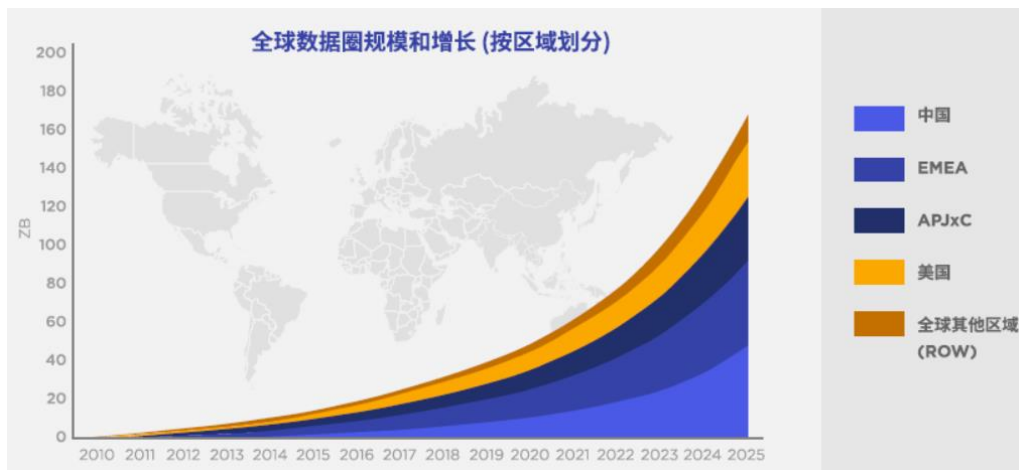


数据来源：IDC《数据时代 2025》

随着信息技术和人类生产生活交汇融合，互联网快速普及，全球数据呈现爆发增长、海量集聚的特点，对经济发展、社会治理、国家管理、人民生活都产生了重大影响。

2019年1月，根据希捷科技赞助、IDC发布的《2025年中国将拥有全球最大的数据圈》白皮书，中国数据圈增速最为迅速，平均每年的增长速度比全球快3%。2018年，中国数据圈占全球数据圈的23.4%，即7.6ZB。预计到2025年将增至48.6ZB，占全球数据圈的27.8%，中国将成为全球最大的数据圈。与全球动态相似，中国数据圈将受到来自物联网设备信号、元数据、娱乐相关数据、云计算和边缘计算增长的驱动。越来越多的物联网设备在数据的创建位置处理并分析原始数据，以及建筑、桥梁、智慧城市等智能基础设施利用边缘设施和计算来赋能实时世界，在中国数据圈，边缘创建和复制的数据所占比例几乎翻了一番——占比将从数据总量的13%增加到23%。

### 全球数据圈规模和增长（按区域划分）



数据来源：IDC《数据时代 2025》，EMEA 指欧洲、中东和非洲，APJxC 指亚太和日本

## 2、市场规模

### （1）互联网服务行业的市场规模

两化（工业化和信息化）深度融合、“互联网+”国家行动计划实施、传统行业转型升级的内在需求，构成了互联网服务行业快速增长的重要基石。

随着智能手机的大力推广和普及，推动着移动互联网市场规模的进一步扩张，用户规模不断攀升。互联网行业持续稳健发展，互联网已成为推动我国经济社会发展的重要力量，随着智能手机的大量推广和普及，中国移动互联网市场规模保持稳定增长。根据中国互联网协会发布的《中国互联网发展报告 2018》显示，2017年，移动互联网市场规模达到 8.23 万亿元，增速放缓降至 48.8%，进入存量时代。在“新零售”助力下，移动购物市场份额扩大至 73.7%，依然保持

绝对优势。预计到 2020 年，移动互联网市场规模将突破 19 万亿元，持续保持快速增长态势。

### 2013-2020 年中国移动互联网市场规模及预测



数据来源：《中国互联网发展报告 2018》，易观咨询

以网络广告板块为例，目前中国网络广告市场正在经历高速发展阶段，与此同时，数字营销向移动端发展的趋势较为明显。

根据 CNNIC 发布的《第 43 次中国互联网络发展状况统计报告》显示，我国网络广告整体市场规模从 2010 年的 318 亿元增长至 2018 年的 3,717 亿元，保持稳定发展态势。2018 年我国网络广告产业发展呈现三个特点：第一，就广告载体而言，移动广告占市场主流；第二，就广告形式而言，信息流广告成广告产业新的增长点；第三，就广告平台而言，短视频平台广告收入增速明显。

### 2010-2018 年中国网络广告市场规模及增长率



资料来源：CNNIC

2017 年，随着更多用户转化为深度用户，中国移动营销市场逐渐成熟，市场规模保持稳定增长，同比增速为 51.2%，移动营销市场规模已达到 2,470.9 亿元。根据易观预计，我国移动营销市场将继续保持一定增长水平，在 2020 年市场规模将超过 4,000 亿元。

2013-2020 年中国移动营销市场规模及增长率



数据来源：易观咨询

## (2) 大数据服务行业的市场规模

最近几年，大数据在我国政策、技术、产业、应用等多个层面都取得了显著进展。党的十九大提出“推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合”，习近平总书记在政治局集体学习中深刻分析了我国大数据发展的现状和趋势，对我国实施国家大数据战略提出了更高的要求。

根据中国信息通信研究院结合对大数据相关企业的调研测算，2017 年我国大数据产业规模为 4,700 亿元，同比增长 30%，预计到 2020 年市场规模将突破 1 万亿元。

我国大数据市场产值图（单位：亿元）



数据来源：中国信息通信研究院

我国大数据产业不断成熟，持续向经济运行、社会生活等各应用领域渗透。受益于巨大的 IT 投入、良好的信息化基础、畅通的数据业务链条等有利因素，互联网、金融和政务等领域的大数据公司发展最快、体量最大、应用成熟度最高。

根据 IDC 市场追踪数据，截止到 2018 年底，中国大数据解决方案市场软硬件和服务总额达到 388.8 亿元人民币。中国大数据市场预计未来五年将保持持续增长的趋势，年复合增长率将达到 17.3%，到 2023 年市场规模将突破 800 亿元。

### 2018-2023年中国大数据解决方案市场规模预测



数据来源：IDC

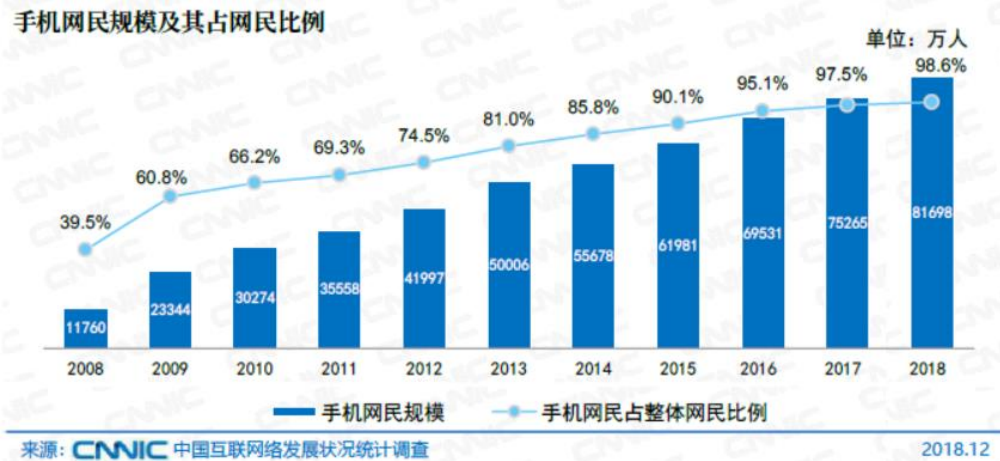
### 3、大数据行业的发展趋势

随着互联网和信息产业的快速发展，大数据应用市场不断扩大，大数据作为国家战略，在推动我国经济转型升级过程中发挥着关键作用。根据国家统计局公布的《战略性新兴产业分类（2018）》，大数据是我国重点发展的战略新兴产业中新一代信息技术产业的细分行业之一。

#### （1）互联网普及率加快催生大数据行业的发展

根据 CNNIC 发布的《中国互联网络发展状况统计报告（第 43 次）》，截至 2018 年 12 月，我国网民规模为 8.29 亿，全年新增网民 5,653 万，互联网普及率达 59.6%。2018 年我国手机网民规模达 8.17 亿，网民通过手机接入互联网的比例高达 98.6%，全年新增手机网民 6,433 万。2018 年互联网普及率在城乡地区得到了同步提升，截至 2018 年 12 月，我国城镇地区互联网普及率为 74.6%，较 2017 年底提升 3.6 个百分点；农村地区互联网普及率为 38.4%，较 2017 年底提升 3 个百分点。

## 中国手机网民规模及其占网民比例



资料来源: CNNIC

根据中国商业智能服务商 QuestMobile 发布的《中国移动互联网 2018 年度大报告》显示, 2018 年中国移动互联网月度活跃智能设备规模增至 11.3 亿, 2018 全年净增 4,600 万。



数据来源: QuestMobile

## (2) 互联网服务数据化

企业进行互联网转型升级, 目的主要是应对传统消费人群向互联网的迁移, 需要解决在面对海量的信息和用户规模下如何有效地将品牌和产品推送给需要的人群, 以及如何利用互联网工具提升企业自身的管理、运营效率并降低成本。而未来的互联网技术、特别是大数据应用将会帮助企业在有限的投入下实现利益最大化。借助于大数据概念, 通过互联网技术对外收集和分析、挖掘消费数据, 对内采集分析人力、资源、管理等各方面的数据, 通过整合企业内部和外部的数

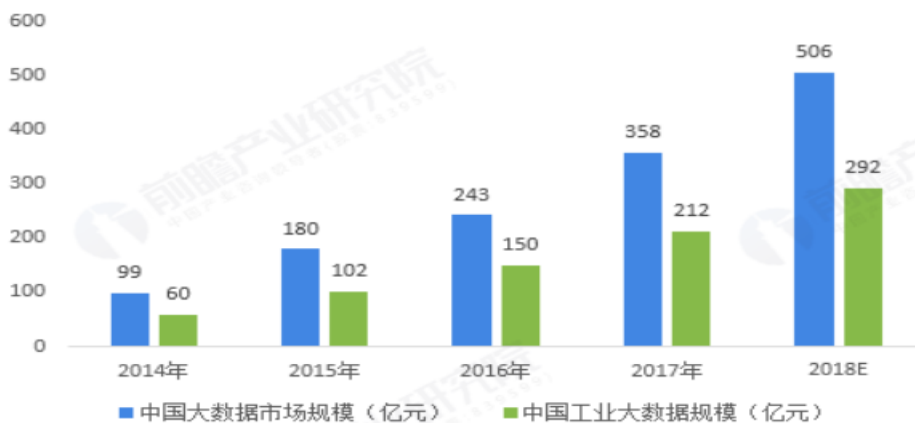
据不断优化企业管理和提升营销效果，让有限的企业资源达到最大化的利用。未来企业的内外经营成果均可以通过数据形式得以展现，互联网服务的数据化将成为一种趋势，也是互联网服务行业争夺市场的重要武器，而这主要还是依靠互联网技术平台工具，技术手段是其核心要素。

### （3）大数据在工业领域中的应用

从全球工业大数据的发展现状反观我国工业的发展现状，目前工业领域对工业大数据的价值利用及其有限，但是近年来，智能制造、工业 4.0 发展概念对互联网和智能化的引入对推动我国工业大数据的发展具有积极的促进作用。

《中国制造 2025》提出了未来我国工业发展要向着智能化转变，而工业大数据的发展是一个重要的推动因素，目前我国已经在贵阳布局了大数据中心的建设，为国内工业大数据的发展提供了基础支撑。据贵阳大数据交易所统计资料显示，2017 年我国工业大数据市场规模约为 212 亿元，较上年同比增长 41.3%，增速较快。按照国内工业数据化的发展及政策支持的推进，预计 2018 年国内工业大数据的规模增加至 292 亿元。

2014-2018 年我国大数据及工业大数据市场规模



数据来源：贵阳大数据交易所、前瞻产业研究院整理

随着互联网与工业融合创新的不断发展，智能制造时代的到来和工业 4.0 的发展，将促进我国工业由传统的制造业不断向数字化和智能化方向发展。随着工业数字化的发展，工业大数据的采集、处理、存储、分析和利用的价值不断提升。

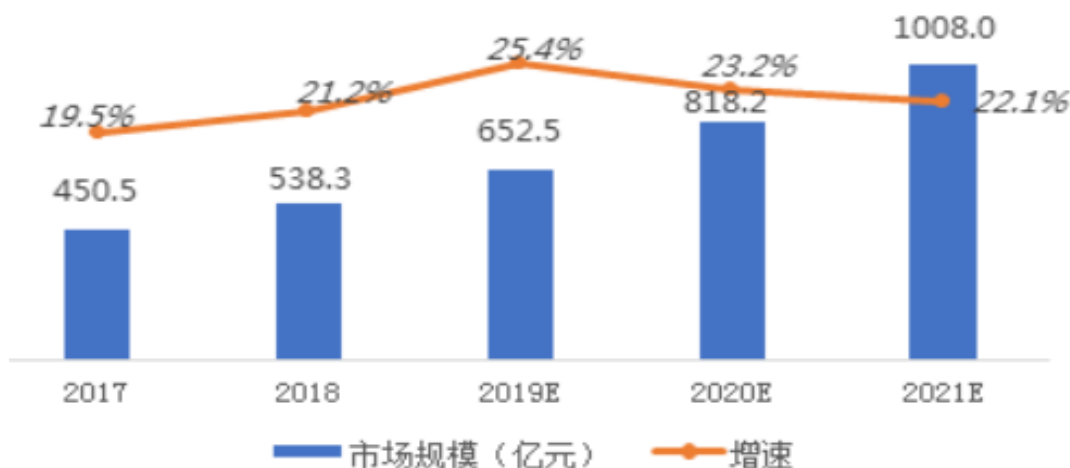
### （4）大数据在数字营销中的应用

赛迪顾问发布的《2019 年中国数字营销解决方案市场白皮书》显示，数字化经济正在推动全球产业和社会转型，白皮书预测，在中国宏观经济下行、经



济结构的转型升级、激烈的市场竞争等大背景下，2020 年中国数字营销市场规模将达到 818.20 亿元。

中国数字营销市场规模（单位：亿元）



数据来源：赛迪顾问《2019 年中国数字营销解决方案市场白皮书》

营销大数据的本质是，通过把握企业或个人的特征，挖掘识别其需求，并据此将正确的产品和服务推送给有需求的客户，并从中收取费用，最终达成三赢的效果。大数据营销通常以网络广告的形式呈现，涵盖搜索广告、展示类广告和社交网络广告三大类。这些广告业务广泛应用了大数据和人工智能技术，其在客群分类识别，广告内容智能化生成，个性化精准推送等方面已经相对成熟。

- 营销大数据的本质是，通过把握企业或个人的特征，挖掘识别其需求，并据此将正确的产品和服务推送给有需求的客户，并从中收取客户费用，最终达成三赢的效果。
- 在用户注意力资源已经饱和的当下，线下场景营销由于自带的精准性成为竞争焦点
- 线下场景营销的关键在于数据整合
  - 数据整合：线上数据（搜索数据、移动设备用户属性数据、网购数据、社交网络数据、移动运营商数据、广告主数据等）和线下场景数据（商用WiFi数据、iBeacon数据、消费数据、注册数据等）的整合。
  - 线下场景：各大商场、汽车4S店、滑雪场、机场、高铁站等。



数据来源：中国大数据产业生态联盟《2018 中国大数据产业发展白皮书》

### 大数据在营销中的作用效果图



数据来源：艾瑞咨询，中信建投证券研究发展部

依托大数据为驱动力将使得营销更加精准、投资回报率更高。大数据营销不仅仅是量上的，更是数据背后对用户的感知。营销公司利用数据挖掘技术，分析受众的个人特征、媒介接触、消费行为甚至是生活方式等，帮助广告主找出目标受众，然后对广告信息、媒体和用户进行精准匹配，从而达到提升营销效果的目的。大数据的应用让营销更精准体现在三个方面：一是精准定制产品，通过对用户大数据的分析，企业可以了解用户需求，进而定制个性化产品；二是精准信息推送，避免向用户发送不相干的信息造成用户反感；三是精准推荐服务，通过对用户现有的浏览和搜索行为数据的分析，预测其当下及后续的需求，由此开展更精准和更实时的营销推广。

同时，数字营销是实现以消费者需求为核心的数字化体验创新，将传统营销进行在线化和智能化改造，是数字经济时代企业的主流营销方式和发展趋势。此外，在“技术+数据”的双重驱动下，也将引发新一代数字营销服务市场 IT 应用架构的迭代进阶。

#### （5）大数据将为我国数字经济注入新动能

当今世界正在经历一场更大范围、更深层次的科技革命和产业变革。互联网、大数据和人工智能等现代信息技术不断取得突破，数字经济蓬勃发展。因此，需要把握新一轮科技革命和产业变革的历史契机，做大做强数字经济，以信息化培

养新动能，用新动能推动新发展。国家互联网信息办公室《数字中国建设发展报告（2017年）》显示，2017年我国数字经济规模达27.2万亿元，占GDP比重达32.9%，仅次于美国，位居全球第二，预计到2020年，传统行业的数字化改造将为我国带来超过40万亿元的总市值规模；《2018年全球数字经济发展指数》显示，通过数字基础设施、数字消费者、数字产业生态、数字公共服务、数字可研五方面综合评价数字经济的水平、结构与发展路径，我国全球排名第二，位列美国之后。在国家大数据行业方面一系列政策的推动下，我国数字经济持续保持蓬勃发展趋势，大数据在数字技术方面的应用发挥了对传统产业创新升级的驱动作用，有利于提高全要素生产率，提升新型工业化、农业现代化、服务业现代化的发展水平。

#### （四）行业的竞争状况

##### 1、行业竞争格局

###### （1）大数据服务行业的产业链及应用场景

###### 1) 市场结构

基础支撑、数据服务和融合应用相互交融，协力构建了完整的大数据产业链。

#### 大数据产业链



数据来源：中国大数据产业生态联盟《2018中国大数据产业发展白皮书》

基础支撑层是整个大数据产业的引擎与核心，它涵盖了网络、存储和计算等硬件基础设施，资源管理平台、以及各类与数据采集、预处理、分析和展示相关的方法和工具。从数据流动的角度来看，除去硬件设施和资源管理平台，大数据

架构可以理解为：前端的数据采集、中端的流处理、批处理、即时查询和数据挖掘等服务，以及末端的数据可视化服务。

在基础支撑层之上，融合应用层包含了与政务、工业、农业、金融、交通和电信等行业紧密相关的应用软件和整体解决方案。

数据服务层，则是围绕各类应用和市场需求，提供辅助性的服务，包括数据交易、数据资产管理、数据采集加工分析、数据安全等。

我国大数据企业竞争格局总体呈现数据资源型企业、技术拥有型企业和服务型企业“三分天下”局面。在各个层级中，都聚集了大量企业，市场化程度高，竞争较为充分。

数据资源型企业，即先天拥有或者以汇聚数据资源为目标的企业，这类企业将占据一定先发优势，利用手中的数据资源，或挖掘数据来提升企业竞争力，或主导数据交易平台机制的形成。以在自身行业积累了丰富数据资源，和力图汇聚开放网络数据的企业以及互联网企业为代表。

技术拥有型企业是以技术开发见长的，即专注开发数据采集、存储、分析及可视化工具的企业，包括软件企业、硬件企业和解决方案商。

应用服务型企业是指为客户提供云服务和数据服务的应用服务型企业，这类企业广泛对接各个行业，专注于产品的便捷化和易维护性，同时要针对不同行业客户的需求提供差异化的服务。

## 2) 区域分布

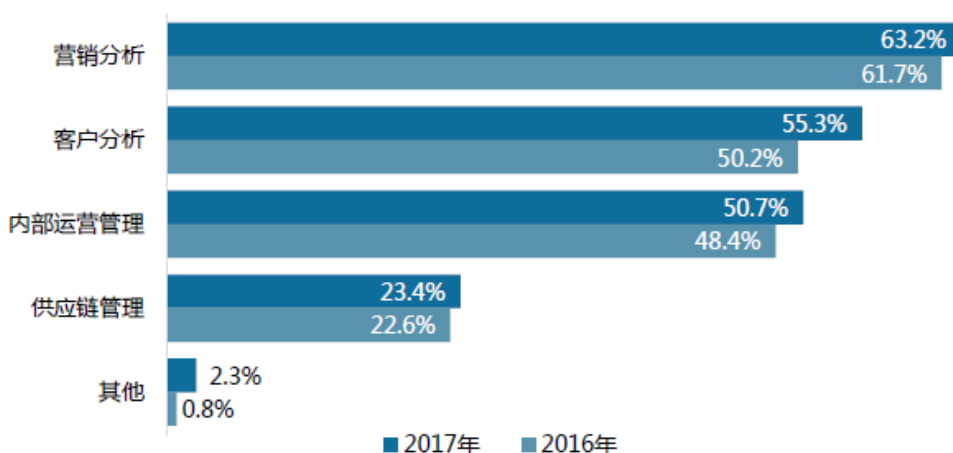
我国大数据产业集聚区主要位于经济比较发达的地区，北京、上海、广东是发展的核心地区，这些地区拥有知名互联网及技术企业、高端科技人才、国家强有力政策支撑等良好的信息技术产业发展基础，形成了比较完整的产业业态，且产业规模仍在不断扩大。

除此之外，以贵州、重庆为中心的大数据产业圈，虽然地处经济比较落后的西南地区，但是贵州、重庆等地依托政府对其大数据产业发展提供的政策引导，积极引进大数据相关企业及核心人才，力图占领大数据产业制高点，带动区域经济新发展。

## 3) 应用场景

营销分析、客户分析和内部运营管理是企业大数据应用场景最广泛的三个领域。根据中国信息通信研究院发布的《中国大数据发展调查报告（2018年）》显示，2017年已经应用大数据的企业中，将大数据用于营销分析的企业占比最高，达到63.2%，与2016年相比上升了1.5%；其次，55.3%的企业将大数据应用于客户分析，比2016年提升了5.1%，部分企业已将大数据应用于分析客户反馈并改进产品和服务等场景；另外，将大数据应用于内部运营管理的企业占比为50.7%，与2016年相比上升了2.3%。

企业大数据应用场景



数据来源：中国信息通信研究院《中国大数据发展调查报告（2018年）》

随着人口结构变换，企业营销手段正面临结构性调整，高效、触达精准、投放可控的数字营销越来越被企业所重视，且必须借助于网络、通信技术和数字交互式媒体来实现营销目的。

## （2）互联网和大数据服务行业竞争程度

### 1）市场化竞争程度远高于传统服务领域

互联网数据资源和应用的非稀缺性决定了互联网服务的市场化竞争程度远高于传统服务方式。互联网信息具有海量数据特征，用户和信息数量巨大，种类繁多；同时，借助于技术创新、模式创新、内容创新，互联网和大数据服务提供商还可推动互联网应用不断创造新的营销资料，可供营销资源不再稀缺。互联网和大数据服务提供商必须更加关注客户的需求、技术的进步、模式的创新，只有不断提高自身的市场化竞争水平，全面满足客户各种需求，才能在市场竞争中胜

出，实现可持续发展。因此，互联网和大数据服务的市场化竞争程度高于传统服务方式。

## 2) 行业集中度较低，但高于传统服务领域

由于互联网服务行业没有限制性的准入政策，只要能够为客户提供一些个性化服务的公司都有机会从事互联网服务业务；互联网媒体种类繁多、数据资源量巨大，也为众多服务提供商提供了较大的生存空间；此外互联网和大数据服务行业自身发展比较迅速，商业模式、技术、服务形式也在不断变化，大量的创新性企业不断进入这个行业参与竞争，因此行业内的从业企业数量较多，行业竞争较为充分，行业整体集中度较低。但就我国互联网和大数据服务市场的整体规模而言，其发展仅有十余年的历史，因此其从业企业数量整体上仍然少于传统服务领域，行业集中度相对高于传统服务领域。

## 3) 企业差距逐步拉开，领先企业的先发优势更加明显

尽管我国互联网和大数据服务行业的发展历史较短，但整体上行业企业数量较多，市场竞争较为充分，并且由于互联网服务是先发优势非常典型的行业，因此，行业内领先企业的核心竞争优势已基本确立，企业之间综合实力差距已逐步拉开，对于新进入的企业而言，若没有独特的技术优势、客户资源优势或其他无法取代的竞争优势，其很难与领先企业展开竞争，甚至超越行业龙头企业，领先企业的优势仍将继续加大。但由于互联网媒体和数据资源数量巨大，存在大量来自实体企业的应用需求，因此，大量的互联网和大数据服务提供商也凭借其专业化、有特色的服务以及企业实体和行业客户的差异化营销需求赢得了生存空间。

## 4) 我国互联网服务行业的整体竞争力水平与国际同行无明显差距

互联网行业在全球范围内均是新兴领域，大规模商业化发展以来只有不到20年的时间，我国在互联网领域内的发展略晚于发达国家，但发展速度非常快，基本上保持了与国际同行的同步发展水平，是我国少数具有国际竞争力的行业之一。而且，经过激烈的市场竞争，我国互联网领域已经诞生了一批具有世界级竞争力的大型互联网公司。

互联网服务行业的发展与网络技术和应用模式的发展息息相关。我国在网络媒体、特别是移动互联网媒体（如微信微博）方面的发展不逊于国际其他国家，甚至在某些方面已处于世界先进水平，因此，我国互联网和大数据服务领域

的技术水平、商业模式、服务形式等与国际相比并无明显差距，并且国内行业内的领先企业为该领域内的本土龙头企业。

5) 以本土企业为行业竞争主体，行业龙头为本土优秀民营企业

以互联网服务中的数字营销为例，目前我国数字营销领域仍以国内优秀本土民营企业为竞争主体。互联网环境下的媒体特征、市场化竞争程度、信息传播特征、消费者行为特征等均较传统媒体环境下发生了巨大变化，而这种变化给了众多本土数字营销服务提供商生存、发展、壮大的土壤。在传统媒体环境下，受媒体资源相对稀缺，且传播方式、手段的局限性、同质化等的限制，国际大型营销服务提供商在营销方法论、创意思维、客户资源等方面的竞争优势可以较为顺利的转化到国内市场，因此在我国传统营销领域，以国际 4A 公司为代表的大型营销集团取得了较大市场份额。但在互联网环境下，传统营销的方法、思维均受到巨大冲击，很难直接适用于数字营销；互联网技术水平也构成较高壁垒；另外，数字营销下的一个重要特征是，互联网信息和用户数据具有极强地域性文化色彩的特征，必须对互联网用户的心理特征、文化生活习惯等有深入的了解，才能形成营销供求双方的有效沟通，才能发挥营销的作用，而国际 4A 公司的管理层主要由外籍人士担任，缺乏对中国本土文化、人文习惯、消费特征的深入了解，短期内很难通过自身内涵式发展改变目前我国的数字营销的市场竞争格局。

6) 国际大型公司通过收购方式加快介入竞争

一方面，传统经营环境下的大量服务经验、分析方法、技术手段等在互联网环境下不再适用，导致国际大型服务公司的传统竞争优势大打折扣；另一方面，我国人口众多、幅员辽阔，各地区生活、文化等方面的差异较大，而互联网媒体和应用种类繁多、数量巨大、差异明显，这一点造成国际大型服务公司存在本土化劣势，造成其进入我国互联网和大数据服务市场存在一定困难。针对这种竞争局面，国际化公司一方面凭借在资金、客户资源等方面的传统竞争优势直接介入互联网和大数据服务领域，同时也通过收购兼并国内优秀互联网和大数据服务提供商的方式加快了进入这一领域步伐，对目前我国现有的优秀本土企业的发展构成了强有力的竞争。但同时，收购兼并往往会带来一定的整合困难、文化冲突、沟通成本，收购兼并的协同效应不可能在短期内发挥较大作用。因此，尽管国际

大型公司通过收购兼并方式加速进入互联网和大数据服务领域，但目前仍未能有效改变国内优秀本土企业作为行业龙头的地位。

#### 7) 本土企业与国际大型服务公司既有竞争也有合作

本土互联网和大数据服务提供商具有数量众多、各有所长的特征，并且其中不乏规模较大、综合竞争实力较强的大型企业，就互联网和大数据服务行业的整体竞争态势而言，本土企业与国际大型服务公司存在直接竞争。国际大型公司具有规模大、实力强、行业经验丰富、全球客户资源丰富等众多竞争优势，但在国内互联网和大数据服务领域，其进入相对较晚，行业经验、分析方法、人才团队、技术手段、本土化等方面均存在一定竞争劣势，因此其在互联网和大数据服务方面也与本土公司存在业务合作，借助本土公司在行业经验、媒体和数据资源等方面的优势，实现其在互联网和大数据服务领域的市场拓展。

## 2、行业内主要企业情况

鉴于互联网及大数据应用行业和范围较为广泛，而当前国内实体企业在大数据上的应用主要还是集中在市场营销方面，并且公司为企业客户提供的大数据服务目前大多数也是基于数字营销场景，竞争对手也主要是可提供数据服务的国内知名大型数字营销服务商，因此下面主要对该类型数字营销公司进行说明。

行业主要企业	公司简要情况
<b>■ 外资企业</b>	
埃森哲	全球第一大咨询公司，全球规模最大的数字营销服务提供商。在美国《广告时代》杂志（Ad Age）发布的《2018年营销服务提供商报告》中，埃森哲互动数字营销被评为全球规模最大的数字营销服务提供商，这是埃森哲连续第三年获此殊荣。
IBM	IBM 数字营销优化解决方案使用了 SaaS（Software-as-a-service，软件即服务）的商业模式，并在中国投资建设了支持 SaaS 服务的本地基础设施。IBM 数字营销优化解决方案依托于大数据分析、云、社交和移动整合，通过大数据改变行业，并以云提供一种新的业务模式，通过 SaaS 交付数字营销服务，同时融入社交和移动属性，建立起交互式的系统。
WPP 集团	1989 年 WPP 收购奥美广告（Ogilvy & Mather），成为全球最大的广告集团。为众多世界知名品牌提供全方位传播服务。业务涉及广告、媒体投资管理、一对一传播、顾客关系管理、数码传播、公共关系与公共事务、品牌形象与标识、医药营销与专业传播等。
<b>■ 本土企业</b>	
蓝色光标	全称“北京蓝色光标数据科技股份有限公司”，中国本土公共关系行业最



<p>（股票代码 300058）</p>	<p>著名的品牌之一。从成立至今，从服务公关公司快速成长为数字营销、精准营销公司，进而转型为企业提供营销等服务的数据科技公司。蓝色光标从公关公司起家，为大客户提供定制化的服务，逐步成长为一家具有行业影响力的公司。公司上市后收购了精准阳光、今久广告、美广互动、思恩客（SNK）、博杰广告等公司，开启了资本并购整合之路。在整合产业中，公司以“全球化”和“数字化”为两大核心。在全球化方面，先后收购了全球领先的创意设计广告公司 FUSE Project、WAVS、Metta 及 Vision7 等。在数字化方面，公司收购了移动营销公司多盟和亿动等，强化公司的技术壁垒和企业服务能力。2016 年开始，公司加强技术投入，陆续孵化了 CRM 业务、自媒体投放业务、Date+精准用户画像投放业务等；2018 年，联想控股旗下西藏耀旺与蓝色光标联姻，考拉科技入股蓝色光标；随后蓝色光标与拉卡拉联合成立“昆仑堂”大数据实验室。目前，蓝色光标已经初步转型为一家数据及算法驱动的互联网公司，成为一个为品牌客户在大数据及互联网时代开展智慧经营的赋能平台。</p>
<p>省广集团 （股票代码 002400）</p>	<p>全称“广东省广告集团股份有限公司”，国家一级广告企业，经营规模多年位居中国本土广告公司第一。技术上，公司建立起行业领先的“广告数字化运营系统”和“指标品牌力模型”，集消费者洞察、品牌策略、创意发想、媒介策划、功能和情感价值，为企业提供营销全链条解决方案。</p>
<p>宣亚国际 （股票代码 300612）</p>	<p>全称“宣亚国际营销科技（北京）股份有限公司”，目前已经成长为中国最具综合实力和发展潜力的专业整合传播集团之一。宣亚国际以打造“中国传播行业第一推动力”为核心使命和目标，坚持“合适就是竞争力”的经营哲学，通过借鉴与学习国际传播行业的先进经验及其深刻的消费者洞察体系，结合中国本土市场的传播特征和独特需求，建立了品牌全传播服务体系，品牌咨询、公关、广告、体育营销、数据化营销、娱乐营销等多个业务板块，形成了具有差异化的体系竞争力，从而能够为客户量身定制合适的整合传播解决方案。</p>
<p>腾信股份 （股票代码 300392）</p>	<p>全称“北京腾信创新网络营销技术股份有限公司”，是中国最早从事互联网营销服务的公司之一，其业务主要分为互联网广告服务业务和互联网公关服务业务。腾信股份在为客户提供互联网广告和公关服务的过程中，需要辅助以技术手段进行数据的采集、分析和应用，从而提高营销服务效果。腾信股份通过对互联网营销服务进行平台化和标准化开发及应用，建立了稳定和持续的盈利模式。</p>
<p>科达股份 （股票代码 600986）</p>	<p>全称“科达集团股份有限公司”，2015 年开始全面进军互联网营销产业。公司业务涵盖了智能和数字营销、移动营销、精准营销、视频营销、大数据与调研、体验与内容营销、自有媒体等数字营销全链条，深度服务网络服务、游戏、电子商务、金融理财、在线旅游、汽车、快消全行业客户。公司通过数据+技术构建智能营销平台，不断提高流量运营效率撬动流量价值，凭借规模化优势，打造行业营销解决方案，缔造全能力数字营销集团。</p>

利欧股份 (股票代码 002131)	全称“利欧集团股份有限公司”，2014年度，公司通过对漫酷广告、上海氩氦和琥珀传播的成功收购，进军数字营销业务领域。2015年度，公司又成功完成对万圣伟业、微创时代的收购，公司数字营销服务已覆盖营销策略和创意、媒体投放和执行、效果监测和优化、社会化营销、精准营销、流量整合等完整的服务链条，成功建立了从基础的互联网流量整合到全方位精准数字营销服务于一体的整合营销平台。目前，公司成为行业内为数不多的能够提供一站式整合数字营销服务的数字营销集团，已成功跻身国内数字营销行业的领先梯队。
新意互动 (易车 BITA.N)	全称“北京新意互动数字技术有限公司”（CIG），系美国纽约交易所上市公司易车集团的子公司。其特点是始终专注汽车行业，是专业的汽车行业数字营销解决方案提供商。
品友互动	全称“北京品友互动信息技术股份公司”，是数字广告互联网技术公司，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。品友互动拥有卓越的数据挖掘和机器学习算法科研团队，在广告技术领域率先引入大数据研究方法。

### 3、行业的经营模式及盈利模式

国内主要大数据营销企业的经营模式主要可分为三类：以创意策略为核心、以技术为核心，以及以媒体资源为核心。本公司采取的是以技术为核心的经营模式。

大数据整合营销企业的盈利模式主要有以下几种：

（1）服务费以及佣金：对于提供整合营销和技术开发业务的公司，其业务涉及策划、创意、技术、实施和效果评估等各个环节，其往往与客户约定按固定金额收取各类服务费，或是按营销投放或是营销效果金额乘以某个比例收取佣金。本公司的业务一般采取按固定金额收取服务费的收费模式。

（2）数字媒体代理投放价差及媒体返点：广告代理公司以较为优惠的价格取得数字媒体的广告代理权后，其向媒体支付的价款与向广告主收取的价款之间的差额，以及技术及运营服务费用构成其盈利收入。此外，数字媒体通常还会根据广告代理公司的销售额完成情况，返还一定的奖励金额，即媒体返点，这也是广告代理公司的重要收入来源。

（3）面向媒体和广告主的不同计价模式价差：主要适用于程序化购买的精准营销公司，其先向媒体方以固定价格买断部份广告资源，经过技术处理后向精准目标受众推送分类广告，并按照 CPM（按每千人展示）、CPC（按每千人点

击）、CPS（按实际销售提成）等效果收费模式向广告主收取价款。此类模式下，广告公司需要承担转化率风险。

## （五）发行人的市场地位、技术水平及特点、竞争优势与劣势

### 1、发行人的市场地位以及报告期内的变化情况

互联网和大数据服务行业市场化程度较高，行业集中度低，各服务商市场占有率较低。目前尚无权威机构提供准确的的市场占有率数据。

公司兼具高新技术企业、企业技术中心认定等技术资质和 4A 会员企业等营销资质，并先后获得了大数据应用解决方案提供商百强（2016-2018 连续三年入选）、国家商务部电子商务示范企业（2015-2018 连续四年入选），目前还担任重庆市软件行业协会副理事长单位、上海市数字营销委员会副主任单位。

近年来，公司还陆续获得以下权威机构的认可或颁发的荣誉，反映了公司在行业内日益增强的影响力，从侧面印证了公司市场地位的不断提升：

编号	奖项名称	颁发单位
1	中国大数据应用解决方案提供商 100 强（2016-2018 年连续三年入选）	中国科学院《互联网周刊》
2	商务部电子商务示范企业（2015-2018 年连续四年入选）	中华人民共和国商务部
3	2018 年度中国行业信息化领军企业	中国电子信息产业发展研究院，《互联网经济》，赛迪网
4	数字中国推动者 TOP100 企业	中国科学院《互联网周刊》，eNet 研究院
5	2017 年度中国互联网+行业最具影响力企业	中国科学院信息化研究中心
6	2016 互联网+行业最佳解决方案	国家软件公共服务平台，国家信息产业公共服务平台
7	上海市信息服务业行业协会理事会理事单位	上海市信息服务业行业协会
8	2018 重庆市科技创业领军人才：董事长童毅	重庆市科技局
9	重庆市云计算与大数据协会监事长单位	重庆市云计算与大数据协会
10	虚拟现实产业联盟会员单位	虚拟现实产业联盟，中国电子信息产业发展研究院
11	2018 中国财经峰会（行业）影响力品牌奖	环球网、大公网、中新网、国际在线、中国日报网、凤凰网、中华网等影响力媒体联合主办
12	改革开放 40 年重庆品牌风云榜上榜企业	重庆报业集团、重庆日报

13	2018 云计算服务优秀案例（长安乘用车经销商网上云店系统）	重庆市云计算和大数据产业协会
14	重庆市软件行业协会副理事长单位	重庆市软件行业协会
15	优秀互联网信息服务企业	重庆市经济和信息化委员会
16	2018 中国 4A 年度突出贡献奖	中国商务广告协会
17	中国商务广告协会综合代理专业委员会会员单位（中国 4A 会员）	中国商务广告协会 综合代理专业委员会
18	最佳互联网数字营销企业	中国互联网协会网络营销工作委员会
19	金网奖数字营销最佳创新奖	中国互联网协会
20	中国网络营销金网奖 9 项：场景营销类案例、社会化营销类、网络移动营销类、情感营销类	中国互联网协会网络营销工作委员会
21	中国商务广告协会数字营销委员会会员单位	中国商务广告协会
22	上海市数字营销专业委员会副主任单位	上海市信息服务业行业协会数字营销专业委员会
23	重庆市战略新兴重点项目	重庆市经济与信息化委员会
24	上海市优秀公共关系案例评选优秀企业社会责任奖	上海市公共关系协会
25	IAI 国际广告奖内容营销奖	中国传媒大学广告学院、中国商务广告协会
26	中国经典传播虎啸大奖：家电及家居用品类	中国商务广告协会数字营销委员会、虎啸传媒
27	TMA 移动营销大奖 3 项：内容营销类、互动体验类、视频直播营销类案例	北京大学新媒体营销传播（CCM）研究中心、网赢天下网、广州 4A
28	TMA 移动营销峰会微信技术支持奖	北京大学新媒体营销传播（CCM）研究中心、网赢天下、广州 4A
29	中国广告主峰会金远奖 5 项：网络类、移动类、整合营销传播类案例	中国传媒大学商学院，《广告主》杂志
30	社交网络营销金蜜蜂奖 7 项：策划类、最佳整合营销类、最佳互动类、最佳效果类案例	《广告主》杂志，中国传媒大学 MBA 学院、品微会
31	网络营销大赛金鼠标奖 4 项：整合营销类、数字媒体整合类、移动营销互动类案例	北京大学新媒体营销传播研究中心、网赢天下
32	金投赏创意奖 5 项	金投赏组委会
33	中国内容营销金成奖 3 项：社会化整合营销类、最佳内容营销类、最佳微信内容营销类案例	《成功营销》杂志
34	华尊奖中国互联网数字营销服务客户满意第一品牌	《经济》杂志社、中国日报社、中国管理科学研究院行业发展研究所等联合主办
35	华尊奖中国企业十佳创新优秀案例	《经济》杂志社、中国日报社、中国管理科学研究院行业发展研究所

		等联合主办
36	中国十大新兴媒体	传媒杂志社，北京大学新闻与传播学院，清华大学新闻与传播学院
37	2018 最具潜力企业家：总裁龙峰	中国电子企业协会
38	2017 十大重庆经济年度人物：总裁龙峰	重报都市传媒
39	OHSMS18001 职业健康安全管理体系认证证书	深圳市环通认证中心有限公司
40	ISO14001 环境管理体系认证证书	深圳市环通认证中心有限公司
41	ISO9001 质量管理体系认证证书	深圳市环通认证中心有限公司
42	ISO 27001 信息安全管理体认证证书	江苏艾凯艾国际标准认证有限公司
43	ISO 20000 信息技术服务管理体系认证证书	江苏艾凯艾国际标准认证有限公司
44	2019 中国国际大数据产业博览会（数博会）-2019 领先科技成果“优秀项目”	中国国际大数据产业博览会组委会
45	2019 中国云计算和物联网大会-2019 中国云计算/大数据及物联网影响力企业奖	2019 中国云计算和物联网大会组委会、中国电子学会
46	中国创业企业新苗榜-年度科创企业	证券时报社

此外，公司服务的客户主要为世界及国内知名大型行业龙头企业，大型品牌企业客户的选择和长期持续服务，也从另一个角度充分验证了公司的行业地位和竞争优势。

## 2、发行人技术水平及特点、报告期内的变化情况及未来可预见的变化趋势

### （1）行业的技术壁垒

大数据服务属于全球新兴科技密集型产业，虽然我国发展迅速但较之国际先进水平，在技术升级换代速度、研发转换率、场景应用能力等方面具有较高的技术壁垒。

#### ■ 数据资源壁垒

在大数据时代，数据资源成为核心生产原料。目前国内的数据资源广泛散布于政府、行业、企业三个子系统中，大数据资源的开放和共享程度较弱，数据垄断和数据孤岛问题相对比较严重。大数据服务企业除了需要具备对数据资源的采集、管理、分析和挖掘等核心技术能力，还需要较长时间对数据资源进行积累和沉淀，或是花费较高的成本向第三方购买数据来源，这都对大数据服务商提出很高的要求，具备足够体量的数据资源是大数据服务商的主要“护城河”。此外，数据资源的规范治理，也是对大数据服务企业的重要考量之一。

### ■ 技术创新壁垒

目前大数据基础算法日趋成熟，使得大数据的服务核心更多侧重于应用端，相应要求大数据服务商深刻理解和洞察客户普遍性需求，具备应对不同数据应用场景的技术产品创新开发能力，具备有机结合其他不同类型的数字技术的整合研发能力。企业必须具备较强的技术人才储备、技术产品创新研发能力，才能真正应用好大数据资源，不断通过创新应用提炼出大数据的价值。

### ■ 整合性服务壁垒

实体企业对大数据服务的需求往往不是单一的数据源提供或是技术开发，而是整合性的服务需求，不仅涉及技术，还链接了生产、内部运营、市场营销等各个应用环节，需求多样且复杂。这就需要大数据服务商不仅要具备专业的技术研发实力，还需具备咨询、管理、营销等应用服务能力，且两者需在企业服务实践过程中不断地整合、打磨。以大数据在营销领域的应用为例，业务单一的大数据资源或技术提供商，通常只能将自身业务打包整合进入大型数字营销公司或广告公司的服务体系，间接提供给企业实体，可能导致与客户的需求脱节。

### ■ 品牌壁垒

大数据服务在国内虽然诞生时间较短，但客户企业对服务的先进性、安全性和可靠性提出了越来越高的要求。早期进入大数据服务领域的企业通过长期的积累，在数据资源、技术产品和服务经验等方面愈发成熟，具备了市场竞争的先发优势，新进者难以在短期内缩小差距。因此，大数据服务商的品牌知名度、从事相关项目的成功经验和业绩水平，成为企业客户选择服务商时所考虑的重要因素，也成为其他企业进入该行业的壁垒之一。

## （2）行业的技术水平

由于互联网用户数量和信息数据体量巨大，数据载体形态纷呈繁杂，所以已无法依靠单纯的人工来进行数据处理，必须通过互联网和大数据技术来加以解决。目前实体企业对大数据的应用，主要集中在市场营销领域。

企业大数据在营销领域的技术应用类型主要包括：

■ 基于用户画像的精准广告投放：主要是通过技术系统对网络用户的行为轨迹（广告页面到达、停留时间、回访率...）的深刻洞察，分析其属性特征（地域、年龄层、兴趣爱好...）和消费倾向（关注的商品，消费偏好，关注点...）等，

勾勒出立体饱满的用户画像，构建用户行为数据模型，进而迅速找到精准用户群体，针对性地向其推送和展示特定的广告内容或信息。涉及到精准用户画像技术，精准营销和广告监测、转化等数据的统计和效果分析技术。

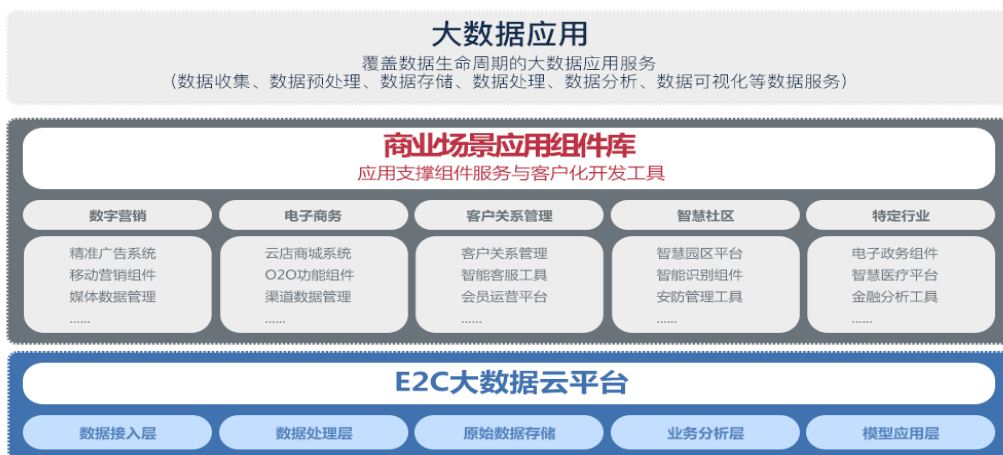
■ **基于用户数据分析的营销决策：**通过技术系统采集大体量的消费者样本数据，更精准地对消费者进行深度洞察，解析消费者的消费倾向、消费体验、消费反馈等信息，采用多个纬度的数据关联分析，推导出产品设计和改进、营销策略等重要决策依据，大数据分析的重点是理解消费者背后的动态海量数据，挖掘和分析用户需求和反馈，并最终提供准确的决策依据。

■ **全网信息监测和分析：**通过技术系统对全网或定向类别的互联网信息内容进行实时采集和分析，从而帮助企业及时监测产品或品牌的相关敏感信息、竞品动态信息、用户意见信息等。涉及信息采集爬虫技术、信息索引和过滤，分词和语义分析等技术。

■ **大数据与各类应用场景的结合：**在数字营销、电子商务、客户关系管理、智慧社区、以及特定行业场景或情境应用中，结合大数据分析技术的应用，以改进用户体验、提升营销效果，促进用户增值等。涉及到大数据技术与各类场景中所应用的其他技术系统，以及人工智能、视觉识别、物联网、虚拟现实（AR/VR）等各类技术的无缝对接与有效结合。

### （3）本公司的技术水平特点

企业大数据技术产品体系，主要由公司自主研发的 E2C（E-service to Company）大数据云平台 and 大数据商业应用组件库（包含 100 多项具备软件著作权和发明专利的技术系统和软件产品）构成：



## ■ E2C（E-service to Company）大数据云平台

该平台具备从数据采集处理、存储运算、数据分析、价值挖掘、可视化展示等核心环节的大数据技术能力。凭借多年的数据积累和独特的算法优势，公司自主研发的 E2C（E-service to Company）大数据云平台通过对数字媒体、营销等渠道（包含基于社交媒体的信息挖掘、全网监测及 SEM 挖掘、线上及线下互动活动、EDM、网站浏览、移动 APP 应用、CRM、销售网点、用户会员组织、数字媒体广告投放、行业数据等）的数据采集、汇聚、清洗过滤、智能运算，构建了第三方精准人群数据中心和汽车、快消、3C 家电、电商和零售等主要垂直行业用户数据库，并基于模型算法和机器深度学习，根据用户的行为特征进行贴标分类，分析其基础属性、兴趣爱好、地理位置、资产特征、消费倾向等多维度特征，形成精准用户画像，帮助企业客户识别、判断潜在客户偏好的产品与服务，促使企业有效触达潜在客户，满足企业及其产品到消费者的数据链接需求。

此外，公司还基于该平台为企业客户提供大数据行业解决方案，帮助客户兼容、连接企业内外部的多种数据源（生产、业务、渠道、营销、CRM 等）和数据系统，整合和管理各类零散数据，形成共享数据服务体系，进行数据的管理、运营和可视化分析，通过统一的数据中台标准化、易使用、可视化地输出数据应用价值，解决企业数据孤岛和使用率利的问题，帮助企业积累自有的大数据资产，通过数据驱动企业商业运营的优化升级。

## ■ 大数据商业场景应用组件库

该组件库由公司自主研发的 100 多项具备软件著作权和发明专利的技术系统和软件产品组成，在云计算和大数据基础上，整合应用了搜索引擎、云计算、人工智能、物联网、数字视觉、移动网络等各类型数字技术和解决方案，实现了大数据在数字营销（E-Marketing）、电子商务服务（E-Commerce）、电子会员服务（E-Club）、企业管理等主要应用场景的关键功能，从而将大数据应用技术与企业客户在市场定位、产品研发、生产销售、客户服务等整个商业生态体系的各个环节相连接，帮助企业客户充分利用各种渠道和来源的数据资源，激活数据价值，有效开展市场调研、消费反馈分析、新客获取和潜在客户激活、广告投放优化、



在线销售、客户关系管理、老用户增值、竞品分析等各种经营活动，达到提升市场决策科学度、管理效率和营销效果，促进实际销售等商业目标。

公司在服务大型企业客户过程中研发和积累的成熟技术功能组件，由于在应用实践中反复磨合，成熟性高，并可针对新客户进行自定义组合安装使用，由此减少了新客户应用的试错成本，提升了部署、实施效率，帮助企业以较低的成本快速获取技术革新。并且，发行人创新地将这些技术组件通过模块化、标准化、软件化的封装，逐步实现针对向中小微企业的批量售卖，以及通过 SaaS 平台为中小企业用户提供一站式、个性化、按需选用的大数据应用工具与服务，进一步扩大发行人技术产品的应用范围和市场覆盖面。

### 3、发行人与同行业可比公司的对比分析

营销分析是企业大数据应用场景最广泛的领域。根据中国信通院发布的《中国大数据发展调查报告（2018年）》显示，2017年已经应用大数据的企业中，将大数据用于营销分析的企业占比最高，达到63.2%。

发行人为企业提供的大数据服务也主要应用于数字营销领域。由于发行人具备“大数据+技术产品+场景应用服务”的整合服务能力，而非单一的数据资源提供或是技术服务（即不需要将自身业务整合打包进大型数字营销公司间接提供给企业客户），公司的市场主要竞争对手均系国内大型数字整合营销公司。

蓝色光标、省广集团、宣亚国际、腾信股份、科达股份和利欧股份是公司的可比A股上市公司。

#### （1）经营情况对比

单位：万元

行业主要企业	项目	2018年度	2017年度	2016年度
蓝色光标 (股票代码 300058)	营业收入	2,310,396.85	1,523,083.77	1,231,910.59
	其中：数字营销	—	1,322,462.41	1,010,744.79
	传统营销	—	200,489.04	221,008.61
	经营活动产生的现金流量净额	189,276.03	-12,391.06	-9,011.12
省广集团 (股票代码 002400)	营业收入	1,211,475.11	1,129,519.62	1,091,502.23
	其中：数字营销	511,080.66	439,307.07	325,728.70
	媒介代理	611,114.21	607,598.37	662,884.86
	经营活动产生的现金流量净额	54,990.22	35,273.98	59,699.19
宣亚国际	营业收入	36,928.12	50,451.03	46,744.20

(股票代码 300612)	其中：数字营销	23,134.48	27,372.00	23,330.91
	传统营销	13,793.65	23,079.03	23,413.28
	经营活动产生的现金流量净额	11,428.84	-2,976.15	5,097.77
腾信股份 (股票代码 300392)	营业收入	133,206.65	162,438.46	134,915.96
	其中：互联网广告服务	129,340.71	157,541.35	126,880.58
	互联网公关服务	3,865.93	4,897.11	8,035.37
	经营活动产生的现金流量净额	8,199.19	-4,773.22	-551.52
科达股份 (股票代码 600986)	营业收入	1,420,949.89	946,976.80	702,542.96
	其中：互联网服务	1,384,241.26	812,837.87	477,738.21
	经营活动产生的现金流量净额	667.95	-2,523.58	70,113.63
利欧股份 (股票代码 002131)	营业收入	1,225,003.86	1,057,263.07	728,853.84
	其中：媒介代理	961,848.15	798,676.57	280,708.42
	数字营销服务	31,306.78	36,106.32	40,546.75
	经营活动产生的现金流量净额	-16,664.65	-34,031.78	7,580.25
发行人	营业收入	30,677.68	17,964.07	15,951.55
	其中：营销及运营	15,935.87	12,664.67	10,399.53
	数字媒体投放	7,851.56	—	—
	技术开发	6,006.56	5,299.40	5,551.82
	经营活动产生的现金流量净额	-3,282.25	432.73	2,164.23

数据来源：可比上市公司定期报告、招股说明书

注：蓝色光标 2018 年业务分类发生较大变化，未按照数字营销及传统营销进行分类。

可比上市公司主要从事广告代理业务，广告代理投放是典型的“大进大出”运营模式，可以体现较大的营收体量，这是可比上市公司的收入规模高于本公司的主要原因。

这一差异的产生源于公司的发展路径不同于可比上市公司。自 2006 年创设之日起，公司即利用自身在互联网产品技术上的研发优势，实施差异化发展路径，体现出有别于其他以互联网广告代理和投放为主流营销形式的同行业企业的个性化特征，也正是因为基于产品技术上的差异化优势，公司才得以切入以前被大型广告营销公司所垄断的品牌企业客户服务市场并获得了迅速发展。2018 年以前公司不做广告代理业务，主要因为公司的核心优势是技术产品体系，而非媒体资源。

## (2) 技术实力对比

技术方面，公司与同行业可比公司的相对竞争优势体现在以下几个方面：

### 1) 技术应用的广度

同行业公司大多由传统广告、公关公司转型而来，其数字营销收入主要由广告代理业务构成，因此其研发的技术产品主要是针对广告方面的，如广告数据的监测、统计和数据分析等，主要的研发方向也是面对精准客户。

公司的技术定位并不单纯针对广告或营销需求，是通过大数据技术和应用帮助企业实现数字化、智能化，具备大数据运营能力，形成企业自有的数据资产。发行人的技术出身使其对新技术的敏感度更高，研发范围从搜索引擎、数字营销工具、电子商务软件、数据分析、客户关系管理软件、物联网技术，到为各个行业定制的各类软件系统等，很多都是同类上市公司较少涉及的。

#### 2) 技术应用的深度

公司目前在数据源取得、数据采集、清洗、分析等方面具备丰富的经验和实力，具有更深层次的技术应用的比较优势。发行人开发了独有的挖掘算法和计算引擎，结合机器深度学习等人工智能技术加快数据处理速度和提炼效率，形成了“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式，满足企业智能应用需求。

#### 3) 产品矩阵所构成的高效成熟作业

公司研发了一系列大数据场景应用模式的软件产品，并通过长期的服务实践积累了具有标准化特征的功能程序模块，形成了程序组件储备池，可通过重复组装即可以快速响应客户不同层级和不同复杂度的功能需求，确保了高效开发效率，减少了客户试错成本。

#### 4) 技术与营销结合的紧密度

公司竞争的相对优势还体现在技术和营销的整合服务能力，更容易链接企业客户的营销、客户管理、内部运营、数字资产建立、技术升级等需求，形成较具粘性的深度合作。

发行人的经营模式是以技术驱动营销，收入构成中技术开发收入占有一定比重，传统数字营销公司业务是以互联网广告代理为主，技术开发收入较少，涉及技术开发或数字资源的需求时往往还需要外包给类似发行人这样的专业性公司。因此发行人与行业内数字营销公司是既竞争又合作的关系。

虽然各大型数字营销公司、广告公关公司也在通过自建、并购的方式建立自己的技术研发体系，但由于技术人才、技术产品、研发经验、数据资源都需要较

长时间的积累和整合才能显现明显效果，所以在较长的一个周期里发行人仍保持相对竞争优势，并通过自身技术的不断迭代升级保持市场优势。

#### 4、发行人的竞争优势与劣势

##### （1）公司的竞争优势

###### 1) 企业大数据引擎和算法的技术优势

公司管理和技术核心团队具备互联网产品技术底蕴，在搜索引擎、数据采集和语义分析、信息挖掘技术方面积累了丰富的经验和技術实力，为发行人以大数据为核心的技术产品研发和创新奠定了基础。

在长期为企业客户提供服务的实践中，公司持续加强技术研究和产品创新探索，开发了独有的数据挖掘算法和计算引擎，将机器深度学习等人工智能技术引入数据的处理、加工流程中，构建了个性化标签体系和精准人群数据中心，具备了对数据的采集、清洗、智能运算能力，以及实时的全网数据监测分析能力，掌握了大数据核心关键技术，形成了以 E2C（E-service to Company）大数据云平台为技术核心，以“大数据+技术产品+应用服务”为业务模式的企业大数据智能应用平台。

###### 2) 数据资源优势

公司在 10 多年的发展过程中积累了各类型数据资源，建立了大数据资源的优势和门槛。

在发展的早期阶段，公司主要从事 TOC 模式的搜索引擎信息聚合业务模式，汇聚了博客、微博、社区论坛等基于 SNS 社交网络的自媒体用户资源和行业用户数据。并基于上述数据的积累、模型算法和用户画像，通过技术迭代升级和用户数据精准匹配，为后续向企业客户提供精准营销服务发挥了重要作用，为公司向 TOB 业务模式的转型中能够快速切入企业服务市场奠定了坚实基础。

此后，公司在长期为众多实体企业提供的数字营销、电商、会员管理等服务项目中，持续不断积累和沉淀数据资源，通过对各类数字媒体和各种营销渠道（包含基于社交媒体的信息挖掘、全网监测及 SEM 挖掘、线上及线下互动活动、EDM、网站浏览、移动 APP 应用、CRM、销售网点、用户会员组织、数字媒体广告投放、行业数据等）的数据采集和整合，构建了精准人群数据库，以及在汽车、快消、3C 家电、电商和零售等主要垂直行业的用户数据库。

### 3) 技术产品创新优势

公司创新研发了拥有自主知识产权的大数据应用技术产品，涉及一系列数据场景应用，并结合了云计算、人工智能、物联网、虚拟现实等前沿技术，推出了“数据+智能技术+场景”三位一体的应用模式，可覆盖企业经营决策分析、市场传播、销售、CRM、生产现场管理等主要环节，凭借技术产品的创新优势，公司才能在激烈竞争中迅速切入和不断扩大企业大数据服务市场。

截至本招股说明书签署之日，公司已拥有 95 项原始取得的软件著作权；拥有和申请了大数据及相关发明专利 52 项；拥有 3 项高新技术产品。

### 4) 技术产品成熟度优势

公司在服务大型企业客户过程中研发并积累了成熟技术功能组件，通过在实际应用中反复磨合，成熟度较高，形成了有机结合的产品矩阵，并可针对新客户需求进行自定义组合安装使用，可减少新客户应用的试错成本，提升部署、实施效率，帮助客户以较低的成本快速获取技术革新。另一方面，公司将这些技术组件通过模块化、标准化、软件化的封装，逐步实现面向中小微企业的批量售卖，以及通过 SaaS 平台为中小企业用户提供一站式、个性化、按需选用的大数据应用工具与服务，进一步扩大了发行人技术产品的应用范围。

### 5) “技术开发+应用服务”的整合服务能力优势

基于公司核心团队在互联网产品技术上的创业背景及不同发展路径，相较于起家于传统广告代理、公关的数字营销企业，公司在技术上具备相对竞争优势；相较于从事纯技术开发或数据售卖的大数据企业，公司在长期经营实践中积累了丰富的营销经验，拥有其所欠缺的市场营销认知。

对于企业客户而言，选择具备“技术开发+应用服务”整合服务能力的供应商，可减少沟通层次，提高服务响应效率，降低综合成本。借助“技术开发+应用服务”的整合服务能力，发行人可快速切入以前被大型广告公司垄断的品牌企业客户市场，并不断扩大服务领域。

技术人才、技术产品、研发经验、数据资源、营销经验等的积累和整合并非旦夕之功，因此发行人“技术开发+应用服务”的整合服务能力，有助于发行人在激烈的市场竞争中保持相对有利的地位。

此外，以广告代理业务为主的数字营销公司，还经常会将技术开发服务外包给类似发行人这样的专业性公司（因此发行人的客户名录中还有各大型广告营销公司），由此发行人与行业内数字营销公司是既竞争又合作的关系。

#### 6) 客户资源优势

公司的主要客户为世界和国内知名各行业头部企业。截止目前，发行人已服务了包括长安福特、家乐福中国、长虹、比亚迪、达能、可口可乐、汇源、王老吉、支付宝、京东、博世、中石化、捷豹路虎、东风雪铁龙、DS、中国银联、中国联通、香港迪士尼、香港机场等在内的诸多大型知名品牌企业，涵盖汽车、3C 家电、快消、零售、电商等多个行业，积累了大量成功案例，在业内具备较高的市场认可度。

#### 7) 服务网络优势

公司已初步建立起了全国性的营销和服务布局，这对面向全国市场的大型品牌客户而言，更能符合其全国性推广和在各主要城市就近服务的需求。因此，相较于大多数只能提供区域性服务的大数据公司来讲，公司的服务网络更具竞争优势。



注：公司已在重庆总部基地内建立全国技术研发中心，为公司所有服务区域的业务发展提供技术保障。

### (2) 公司的竞争劣势

### 1) 品牌和资本劣势

公司在大数据整合服务领域特别是数字营销板块的主要竞争对手如蓝色光标、腾信股份、宣亚国际等都是上市公司。与之相比，公司虽然在细分行业领域具备一定的先发优势和核心技术门槛，但在品牌、规模、资本实力等方面存在明显差距，客观上制约了公司的业务拓展、人才引进、对外并购，从而对公司的市场竞争造成一定影响。

### 2) 地理区域劣势

公司的主要技术研发机构位于西南地区，相对沿海发达城市，在大型科研机构 and 一流院校的合作、高端技术人才的引进、前沿技术讯息分享交流机会、战略资本引入等方面，均受到一定的地理条件限制。

## （六）影响公司发展的有利和不利因素

### 1、影响公司发展的有利因素

#### （1）传统行业与互联网、大数据的深度融合

互联网革命作为两次工业革命后最重要的技术变革深刻影响了经济生活和形态。对众多企业而言，互联网以营销为入口，正在深刻影响和改变企业的市场、销售、客户关系管理、供应链乃至商业模式。2015年国务院《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》将“互联网+”行动提升至国家发展战略高度，鼓励传统产业树立互联网思维，积极与“互联网+”相结合，推动互联网向经济社会各领域加速渗透，以融合促创新，推动融合性新兴产业成为经济发展新动力和新支柱。

在党的十九大报告“贯彻新发展理念，建设现代化经济体系”一章中，专门提到“推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合”，高屋建瓴地指出了我国大数据发展重点方向。

我国持续增长的网民数量和互联网普及率为数据量的扩大奠定基础，随着“互联网+”的发展、信息技术的创新、互联网的普及，越来越多的数据将会得到记录，数据源范围会不断扩大，所属行业会不断丰富。

因此，互联网和大数据浪潮的全方位渗透、传统企业转型升级的内在需求、国家产业政策的明确导向，都将加快传统行业“互联网+”和大数据深入的进程。

#### （2）政府大数据迎来开放

数据开放共享是促进大数据产业发展的重要举措，我国政府部门掌握着全社会大量的信息资源，但这些信息资源由于部门或区域利益分别被不同的部门控制，且不同部门的数据标准不一致，导致信息流的上游环节处于封闭状态，不能有效地释放和共享，数据源的欠缺直接影响大数据分析和处理的需求，导致大数据应用缺乏价值。

根据 2015 年国务院印发的《促进大数据发展行动纲要》的要求，2018 年底以前，我国将建成国家政府数据统一开放平台；2020 年底以前，逐步实现信用、交通、医疗、卫生、就业、社保、地理、文化、教育、科技、资源、农业、环境、安监、金融、质量、统计、气象、海洋、企业登记监管等民生保障服务相关领域的政府数据集向社会开放。

复旦大学联合提升政府治理能力大数据应用技术国家工程实验室、国家信息中心数字中国研究院 2018 年 5 月发布了《2018 中国地方政府数据开放报告》，报告显示，截止到 2018 年 4 月，我国的政府数据开放平台建设呈现出从东南沿海地区向内陆地区不断扩散的趋势，全国各地政府数据开放平台呈现“群落式”与“绿洲式”两种分布特征。

政府数据的对外开放将为大数据行业带来宝贵的数据资产“活水”，将带动整个行业快速发展，同时使沉睡在政府手中的数据实现价值变现；而政府数据的内部共享将打通各部门的数据间隔，在外部技术合作伙伴的协助下实现数据融合，并在此基础上进行数据分析，提升政府治理能力，同时令大数据技术合作方充分收益。

### （3）技术进步

#### 1) 大数据与云计算进一步融合

大数据和云计算的关系是相辅相成的，大数据必须采用分布式架构，在对海量数据进行分布式数据挖掘的过程中，大数据必须依托云计算的分布式处理、分布式数据库和云存储、虚拟化技术。

云计算降低了使用 IT 资源的门槛，为数据集中化创造了基础，极大的促进了大数据产业的发展。未来，企业将不用再购买服务器，而是直接购买终端，输送至数据中心，从而形成服务器集群产业链，满足大数据存储和挖掘的需求。

#### 2) 信息技术与大数据营销进一步融合



相较传统营销方式，大数据营销具有成本低、评估可数据化、营销可互动性等明显的比较优势。从发达国家的发展经验来看，大数据营销方式一旦被市场认可，将成为传统营销的有力竞争者，替代相当部分的传统营销市场。随着大数据营销的范围拓展、程度深化、技术优化，我国大数据营销将进一步取代传统营销，其潜在市场空间还将继续加大。

大数据营销从诞生之初至今在技术上有了很大改进，特别是效果监测和精准营销技术的应用，在很大程度上解决了传统营销中受众不清、效果不明的问题，营销效率比传统方式有很大提高。随着信息技术的进一步发展，大规模分布式计算、海量数据挖掘等基础技术逐渐成熟并得到应用，大数据营销将能更深入的洞察消费者需求、制订更高效的营销方案，从而更好的解决客户的营销挑战。运用新技术提升营销效率，是大数据营销行业内生增长的主要动力。此外，移动互联网和层出不穷的诸如 VR、AR 等各类互联网新技术运用，也迅速、广泛地加深、加强了大数据在各行各业、方方面面的应用和渗透，推动了大数据应用的大趋势，使大数据服务成为人们工作和生活中不可或缺的组成部分。

## 2、影响公司发展的不利因素

### （1）数据安全风险日益突出

随着云计算、物联网和移动互联网等新一代信息技术的飞速发展，大数据应用规模日趋扩大，数据及其应用皆呈指数级增长态势，当企业用数据挖掘和数据分析获取商业价值的时候，黑客也可以利用大数据分析向企业发起攻击，同时社交网站的隐私数据也可能被不法商家利用等等，这都给数据安全带来了巨大的挑战。

数据安全是大数据发展的底线。如前所述，我国大数据的安全保障能力还不够强，安全体系建设还未完成。一方面需要强化数据法律的建设，加强重要基础设施和关键领域的法律监管，尤其在个人信息保护方面需要“重拳整治”。另一方面需要强调行业自律，由于数据不可避免的出现“寡头现象”，部分大企业所拥有的数据涉及到众多用户的信息安全，这就需要企业强化自律。从政府角度，需要主动适应并努力引领新变化，加强政策、监管与法律的统筹协调，动态优化政策法规体系，积极构建大数据健康发展的有利环境。

### （2）技术创新与支撑能力有待加强

技术创新是推动大数据产业发展的内在动力，但是目前我国在新型计算平台、分布式计算架构、大数据分析方法和模型、算法等方面技术水平与国外仍存在一定差距，在前瞻性技术研发方面仍处于跟随状态，技术创新对于大数据产业的引领作用仍然不强。一方面，国内企业对大数据核心技术、开源技术和相关生态系统影响力总体较弱，如商用数据库等主流产品市场仍由国外企业主导。另一方面，大多数大数据企业的创新仍以模仿性、渐进性创新为主，突破性、颠覆性创新偏少，自主研发具有国际影响力的先进技术较少，同质化竞争日益加剧。此外，由于我国科学技术水平基础条件不够成熟，大数据底层技术与国外存在很大差距，大数据应用的商业模式走在了技术前面，较少通过技术手段来推动创新。大数据行业发展，技术才是真正的发力点，我国大数据技术创新能力有待提高。

### （3）复合型人才缺乏

我国仍存在严峻的互联网和大数据人才短缺问题，尤其紧缺基础技术开发、专业咨询、数据分析挖掘等方面的专业人才以及兼具专业运作能力、行业动态理解力、解决问题能力的多学科复合型人才，难以满足互联网和大数据产业的高速发展需求。一方面，我国高科技人才储备不足，高科技人才储备难以应对与日俱增的大数据人才市场需求。另一方面，我国大数据人才培养体系不完善，大数据人才培养体系起步晚，规模小，层次和模式相对单一，技能知识和理念落后，难以有效匹配产业发展速率。此外，我国大数据人才还存在地域和行业供需不均衡、学历层次错位明显、预期薪资与市场脱节等问题，这些都严重制约了大数据的快速发展。另外，企业信息管理与分析能力低，缺乏既懂互联网技术又懂营销管理的复合型人才等，也是制约互联网服务发展的一大障碍。

## 三、公司的销售情况和主要客户

### （一）报告期内的销售收入

报告期内，公司的主营业务收入占营业收入的比重分别为 100%、100%、99.64%和 99.03%。公司的主营业务收入 100%来自互联网和大数据服务收入，包括大数据应用服务和技术开发服务两大板块。

单位：万元





























































项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、主营业务收入	<b>21,240.75</b>	<b>99.03%</b>	<b>30,567.73</b>	<b>99.64%</b>	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,951.35</b>	<b>100.00%</b>
大数据应用服务	19,125.07	89.17%	24,561.17	80.06%	12,664.67	70.50%	10,399.53	65.20%
营销及运营收入	8,933.63	41.65%	15,935.87	51.95%	12,664.67	70.50%	10,399.53	65.20%
数字媒体投放	8,164.58	38.07%	7,851.56	25.59%	—	—	—	—
电商及其他	2,026.86	9.45%	773.73	2.52%	—	—	—	—
技术开发服务收入	2,115.69	9.86%	6,006.56	19.58%	5,299.40	29.50%	5,551.82	34.80%
二、其他业务收入	<b>207.47</b>	<b>0.97%</b>	<b>109.96</b>	<b>0.36%</b>	—	—	<b>0.20</b>	<b>0.00%</b>
合计	<b>21,448.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,677.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,951.55</b>	<b>100.00%</b>

## （二）公司服务的主要客户群体、销售价格的总体变动情况

### 1、公司服务的主要客户群体

互联网、大数据与主要业务流程的深度融合，已成为各行业实现数字化转型升级的必由之路，发行人的业务应用领域不断拓展，服务的客户群体覆盖面较为广泛。

报告期内，公司服务过并确认收入的主要客户（包括通过中间代理商服务的终端用户）：

◆ 主要客户名录 ◆					
 长安汽车 CHANGAN	 DS SPIRIT	 BYD	 CITROËN	 Ford	 SINOPEC
 吉利汽车 GEELY AUTO	 LINCOLN	 长城润滑油	 斯威汽车	 SUZUKI	 LIFAN
 Carrefour 家乐福	 HUAWEI	 ASUS	 CHANGHONG 长虹	 BOSCH 博世 科技成就生活之美	 UnionPay 银联
 广发证券 GF SECURITIES	 中国邮政 CHINA POST	 UDC 中国（上海）自由贸易试验区 跨境贸易综合服务平台运营者	 中国邮政	 新世界中国地产	 富力地产 R&F PROPERTIES
 绿地集团 Greenland Group	 AGILE 雅居乐	 NORTHSTAR 诺江湾集团	 7UP	 JD 京东 JD.COM	 pepsi
 汇源	 Heineken	 燕之屋	 Kerchin 凯尔源	 新希望乳业 New Hope Dairy	 kabrita
 澳牧 Aurora OWN	 liby 立白	 KOMI 开米	 BAYER	 Hong Kong Disneyland 香港迪士尼乐园	 HKS HONG KONG INTERNATIONAL ARCHITECT
 阅文集团 Wanwen Group	 CCTV.com 央视网	 中国日报网 china-daily.com.cn	 1. 一点资讯	 完美世界 PERFECT WORLD	 网易游戏 NETEASE GAMES
 360 游戏	 网站娱乐	 腾讯网 qq.com	 搜 狐 SOHU.COM	 支 支付宝 ALIPAY	 花椒直播
 CQL 重庆·两江新区 Chongqing Lang Jiang New Area	 CITIC 中信	 MO&Co.	 Mozhu 码尚	 滴滴 DIDI	 7 Days

## 2、销售收入的行业分布

公司发展初期，主要服务汽车行业的大型企业。近年来，随着各行各业对互联网营销的重视程度和投入力度的加大，以及公司营销网络的布局优化，公司服务的行业呈现日益多元化的特征。

报告期内公司销售收入按所服务行业划分的构成如下：

单位：万元

项 目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
汽车行业	4,131.56	19.26%	10,122.32	33.00%	6,027.35	33.55%	5,406.88	33.90%
快速消费品行业	4,222.71	19.69%	8,606.16	28.05%	4,388.19	24.43%	2,810.28	17.62%
家电、数码等耐用消费品行业	2,070.19	9.65%	3,223.53	10.51%	1,847.02	10.28%	1,641.91	10.29%
流通业	2,106.01	9.82%	2,332.65	7.60%	658.09	3.66%	890.12	5.58%
互联网游戏行业	1,956.52	9.12%	2,292.83	7.47%	887.08	4.94%	1,772.21	11.11%
旅游行业	241.55	1.13%	714.52	2.33%	919.35	5.12%	841.56	5.28%
金融行业	1,190.17	5.55%	837.72	2.73%	268.85	1.50%	379.57	2.38%
教育行业	600.24	2.80%	426.69	1.39%	135.67	0.76%	347.02	2.18%
医药行业	305.10	1.42%	266.26	0.87%	230.91	1.29%	314.78	1.97%
房产行业	850.57	3.97%	1,586.37	5.17%	1,085.75	6.04%	904.07	5.67%
其他行业	3,773.61	17.59%	268.63	0.88%	1,515.81	8.44%	643.15	4.03%
<b>营业收入合计</b>	<b>21,448.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,677.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,951.55</b>	<b>100.00%</b>

公司发展初期即开始服务汽车行业，在汽车行业积累了技术和用户资源，服务的客户包括长安汽车、比亚迪、长安福特、长安标致雪铁龙、东风标致、东风雪铁龙、吉利等多家知名汽车厂商。近三年，汽车行业客户收入从 2016 年的 5,406.88 万元增长至 2018 年的 10,122.32 万元，年复合增长率 38.63%，主要原因为：其一，近年来汽车行业销售增速总体放缓，行业竞争加剧，汽车厂商加大了互联网和大数据营销投放力度；其二，报告期内公司新增了汽车行业客户（如比亚迪、长安标致雪铁龙等）。最近三年，公司来自汽车行业收入占比稳定，约占总收入的三分之一。

最近三年，公司快速消费品及零售行业客户收入从 2016 年的 2,810.28 万元增长至 2018 年的 8,606.16 万元，年复合增长率 75%，该行业客户中家乐福、汇源等大客户对公司大数据营销及运营服务需求持续增长。

最近三年，家电、数码等耐用消费品行业客户收入从 2016 年的 1,641.91 万元增长至 2018 年的 3,223.53 万元，年复合增长率 40.12%，公司提供的服务多以大数据营销和技术开发为主，与近年来家电、数码等商品逐渐加强线上销售息息相关。

2019 年上半年，发行人数字媒体投放业务大幅增加，其中渠道类客户划分为其他行业，导致其他行业客户占比显著增加。受此影响汽车行业和快速消费品行业占比下降。

此外，公司在旅游、金融、流通、教育、医药、房产等行业的收入近三年均呈增长态势，一方面反映了各行各业大数据应用进程的加快及投入的增加，另一方面也反映了公司的技术产品及服务在跨行业应用中具有较强的竞争优势和良好的客户体验。

总体而言，互联网和大数据应用在各行各业的渗透是大的趋势，公司积极拓展服务应用的行业领域、分散经营风险具有合理的商业逻辑。

### 3、销售收入的区域分布

公司总部设于重庆，但一直致力于全国市场，并已初步建立起全国性的营销网络，公司服务区域的全国性布局轮廓特征日益清晰。

报告期内公司销售收入按区域分布的情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
西南片区	5,225.63	24.36%	8,013.32	26.04%	5,401.06	30.07%	7,383.12	46.28%
华东片区	3,625.57	16.90%	10,117.70	32.87%	5,222.12	29.07%	3,135.09	19.65%
华南片区	6,729.24	31.37%	6,449.82	20.96%	2,864.02	15.94%	1,443.88	9.05%
华北片区	4,981.13	23.22%	5,491.87	18.17%	3,034.02	16.89%	3,194.56	20.03%
海外（香港）	114.93	0.54%	478.22	1.55%	746.44	4.16%	600.12	3.76%
其他区域	771.72	3.60%	126.75	0.41%	696.41	3.88%	194.78	1.22%
<b>营业收入合计</b>	<b>21,448.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,677.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,951.55</b>	<b>100.00%</b>

上述收入的区域分布是按照客户注册地所在地区划分的。实际上，公司服务的客户大多是全国性的营销网络布局，如：长安福特的注册地为重庆市，但营销机构的布局是全国化的，其营销管理总部设于上海，还在国内主要城市设有大区营销管理部门。根据客户的属地化服务原则，公司的北京、上海、重庆团队均为长安福特在当地的营销管理部门提供服务。此外，家乐福、四川长虹等客户也都是全国性的营销网络布局，公司均是协同当地业务团队为其提供就近的属地服务。

未来，随着现有存量客户的渠道下沉及开发二三线城市潜在增量客户的市场

需求不断增长，公司的营销网络将继续优化配置，公司业务收入的区域化色彩将逐步淡化，全国化及国际化的趋势将更为明显。

#### 4、主要服务的销售定价原则及销售价格变动情况

根据公司的服务模式，公司大部分的业务合同采取竞标方式（招投标或者“比稿比价”）取得，客户一般根据技术方案、价格等因素综合评定，选择互联网和大数据服务供应商。公司的主要销售定价原则为：

##### （1）大数据应用的定价方式

营销及运营的定价方式：公司根据服务内容、服务范围、服务时间及与之相匹配的需投入的人力、物力等成本，客观分析当前市场招投标（市场竞争因素）、市场同类服务的价格等因素后，综合确定服务价格。

数字媒体投放的定价方式：发行人在广告发布平台或中间代理商报价基础上，根据客户广告投放的规模，增加一定的毛利率计算广告投放业务的价格。主要采用 CPM 计价方式，价格因投放城市区域、投放标的物、市场竞争程度的不同而有所差异。广告发布平台为微信朋友圈、今日头条、抖音等媒体方平台，发行人在媒体方提供的管理后台进行投放用户画像标签设置、投放素材制作与上传、投放管理、效果数据评估、优化投放建议等运营服务。

电商及其他业务的定价方式：发行人对照市场同类产品零售价，考虑合理利润和相关费用，在此基础上确定销售价格。

##### （2）技术开发服务业务的定价方式

发行人根据各类定制化的技术开发的开发难度、开发时间、开发成本，以及与之相匹配的需投入的人力、物力成本，综合确定技术开发服务的价格。

公司提供上述服务内容的定价原则，在报告期内未发生重大变化。

由于公司向不同类型的客户以及向相同客户在不同时间段提供的服务内容存在较大差异，因此无法对销售价格的变动进行直接对比分析。

##### （三）报告期内主要客户情况

#### 1、报告期内合同及客户分布的总体状况

报告期内，按框架合同和非框架合同（项目定制合同）划分，公司每年签署的合同数量、合同金额及合同平均金额如下：

单位：合同数量 个，金额 万元

项目	2016 年度			2017 年度		
	合同数量	合同金额	平均金额	合同数量	合同金额	平均金额
框架合同	16	3,156.84	197.30	18	761.00	42.28
非框架合同	422	13,012.90	30.84	373	14,368.14	38.52
<b>合计</b>	<b>438</b>	<b>16,169.74</b>	<b>36.92</b>	<b>391</b>	<b>15,129.14</b>	<b>38.69</b>
项目	2018 年度			2019 年 1-6 月		
	合同数量	合同数量	合同金额	合同数量	合同金额	平均金额
框架合同	80	4,695.83	58.70	102	1,191.81	11.68
非框架合同	347	12,825.66	36.96	177	10,936.14	61.79
<b>合计</b>	<b>427</b>	<b>17,521.49</b>	<b>41.03</b>	<b>279</b>	<b>12,127.95</b>	<b>43.47</b>

最近三年及一期，公司客户按其合同（订单）金额分布如下表所示。总体上，公司客户总数、以及大客户（销售额 100 万元）以上的数量均呈逐年增长态势。

单位：客户数量 个

合同订单金额	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	客户数量	客户数量	增幅	客户数量	增幅	客户数量
50 万元及以下	140	200	35.14%	148	-6.92%	159
50-100 万元（含）	14	19	-34.48%	29	38.10%	21
100-500 万元（含）	31	36	0.00%	36	38.46%	26
500 万元以上	12	14	40.00%	10	42.86%	7
<b>合计</b>	<b>197</b>	<b>269</b>	<b>20.63%</b>	<b>223</b>	<b>4.69%</b>	<b>213</b>



## 2、报告期内向前十大客户销售的情况

序号	客户名称	销售金额（元）	占总收入比重	客户性质	主要交易（服务）内容
<b>2019年1-6月</b>					
1	广东信翔信息科技有限公司	25,923,237.46	12.09%	代理商	精准用户投放策略，数字媒体投放，提供行业数据分析和运营优化等服务
2	广州新蜂菲德网络科技有限公司	20,448,954.77	9.53%	代理商	精准用户投放策略，数字媒体投放，提供行业数据分析和运营优化等服务
3	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	9,948,039.37	4.64%	直客	京东云跨境电商解决方案
	北京京东世纪贸易有限公司	9,050,618.97	4.22%	直客	电商产品销售
	小计	18,998,658.34	8.86%		
4	长安福特汽车有限公司	9,789,264.72	4.56%	直客	互联网商业信息监测与数据分析；数字营销策略规划；车友会数据管理与运营服务；社交网络营销服务；以及相关各类数字技术开发等
5	成都网讯优速信息技术有限公司	8,679,245.32	4.05%	代理商	精准用户投放策略，数字媒体投放，提供行业数据分析和运营优化等服务
6	阳狮广告有限公司	8,611,192.44	4.01%	代理商	官方自媒体&官网&小程序托管运营项目；社交网络营销服务
7	北京时代网创科技发展有限公司	7,547,169.60	3.52%	代理商	数据推广服务
8	华油阳光（北京）科技股份有限公司	6,701,798.21	3.12%	直客	Oracle 数据库服务
9	重庆长安汽车股份有限公司	5,514,150.90	2.57%	直客	互联网商业信息监测与大数据分析；数字营销策略规划；在线互动活动策划与组织执行；车友会数据管理与运营服务；官方电商平台开发和运营；社交网络营销服务；百度 SEO 项目；以及相关各类数字技术开发等
10	雅氮文化传播（上海）有限公司	4,496,323.21	2.10%	代理商	社交化网络营销及运营服务、数字媒体投放
<b>合计</b>		<b>116,709,994.97</b>	<b>54.41%</b>		

序号	客户名称	销售金额（元）	占总收入比重	客户性质	主要交易（服务）内容
<b>2018 年度</b>					
1	重庆长安汽车股份有限公司	30,741,416.00	10.02%	直客	互联网商业信息监测与大数据分析；数字营销策略规划；在线互动活动策划与组织执行；车友会数据管理与运营服务；官方电商平台开发和运营；电商节日促销；社交网络营销服务；直达客户运营体系搭建及服务项目；百度 SEO 代理项目；以及相关各类数字技术开发等
2	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	25,183,328.98	8.21%	直客	家乐福中国线下连锁店互联网化转型解决方案策划服务，包括数字化品牌规划，自媒体运营托管，网络支付体系规划与建设、线上会员管理体系建设和管理，以及相关的各类互联网技术开发等
3	比亚迪汽车销售有限公司	10,434,296.09		直客	互联网商业信息监测与大数据分析；车友会数据管理与运营服务；官方自媒体托管运营项目；社交网络整合营销服务
	比亚迪汽车工业有限公司	9,787,174.04			互联网商业信息监测与大数据分析；数字营销策略规划；在线直播营销项目；社交网络营销服务；搜索营销 SEO 项目
	<b>小计</b>	<b>20,221,470.13</b>	<b>6.59%</b>		
4	阳狮广告有限公司	19,468,851.09	6.35%	代理商	官方自媒体&官网&小程序托管运营项目；社交网络营销服务
5	广东信翔信息科技有限公司	17,309,219.59	5.64%	代理商	精准用户投放策略；微信朋友圈数字媒体投放
6	上海衣页信息科技有限公司	14,910,422.14	4.86%	直客	精准用户投放策略；微信朋友圈数字媒体投放
7	上海奔越广告有限公司	8,162,488.79		代理商	社会化营销年度服务
	上海蓝瀚广告有限公司	4,374,177.66			
	<b>小计</b>	<b>12,536,666.45</b>	<b>4.09%</b>		
8	长安福特汽车有限公司	8,986,231.02	2.93%	直客	互联网商业信息监测与数据分析；数字营销策略规划；车友

序号	客户名称	销售金额（元）	占总收入比重	客户性质	主要交易（服务）内容
					会数据管理与运营服务；社交网络营销服务；以及相关各类数字技术开发等
9	四川长虹电器股份有限公司	8,753,260.74	2.85%	直客	互联网商业信息监测与数据分析；数字营销策略规划；在线互动活动策划与组织执行；企业自媒体代运营服务；会员平台数据管理与运营；搜索营销 SEO 项目；抖音运营服务；以及相关各类数字技术开发等
10	上海合印网络科技有限公司	7,695,602.47	2.51%	代理商	针对促销活动提供终端促销策划、创意、设计表现、文案内容服务，以及移动支付平台开展 O2O 精准促销
<b>合计</b>		<b>165,806,468.04</b>	<b>54.05%</b>		
<b>2017 年度</b>					
1	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	17,990,603.19	10.01%	直客	家乐福中国新零售解决方案策略策划服务，包括数字化品牌规划与实施，社会化媒体营销，O2O 活动策略与执行；网络支付体系和线上会员管理体系建设和管理，以及相关的各类互联网技术开发等
2	四川长虹电器股份有限公司	10,422,769.67	6.01%	直客	互联网商业信息监测与数据分析；移动互联网与电商技术开发；整合数字营销和电商策略与推广；品牌粉丝圈管理与运营；品牌自媒体管理和运营；在线活动策划与执行
	四川虹微技术有限公司	367,274.34			
	<b>小计</b>	<b>10,790,044.01</b>			
3	北京汇源食品饮料有限公司	5,283,018.78	4.78%	直客	互联网商业信息监测与数据分析；数字化传播整体创意策略；在线活动策划与执行；社会化媒体营销，以及相应的各类移动互联网技术开发等
	宁夏汇源饮料有限公司	3,301,886.79			
	<b>小计</b>	<b>8,584,905.57</b>			

序号	客户名称	销售金额（元）	占总收入比重	客户性质	主要交易（服务）内容
4	重庆长安铃木汽车有限公司	8,238,635.85	4.59%	直客	互联网商业信息监测与数据分析；数字营销策略规划；社会化媒体整合营销等；在线活动策划与组织执行；以及相应的移动端技术开发等
5	上海奔越广告有限公司	6,453,750.02	4.34%	代理商	广告的大数据策略整合、投放
	上海蓝瀚广告有限公司	1,336,000.01			互联网商业信息监控与大数据分析，社交网络营销
	小计	7,789,750.03			
6	重庆长安汽车股份有限公司	6,209,086.76	4.12%	直客	市场及品牌网络监测与数据分析；网络品牌营销年度代理服务；移动互联网技术开发体系
	重庆长安车联科技有限公司	1,200,157.53			
	小计	7,409,244.29			
7	东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	6,956,882.07	3.87%	直客	互联网商业信息监测与数据分析；数字化传播整体创意策略；车友会活动策划与实施；网络自媒体营销；以及相应技术应用系统开发等
8	香港国际主题乐园有限公司	6,785,298.70	3.78%	直客	互联网商业信息监测与数据分析；数字营销整体策略与创意输出；互联网日常运营及维护服务；在线活动策划与执行；数据分析系统开发及相应硬件配套系统构建、移动互联网技术开发等
9	长安福特汽车有限公司	5,147,098.96	2.87%	直客	移动互联网技术开发；数字营销策略规划；车友会运营，在线活动策划与执行；品牌自媒体运营托管；互联网商业信息监测与数据分析等
10	重庆力帆汽车销售有限公司	2,608,490.55		直客	互联网商业信息监测与数据分析；数字营销策略规划；在线互动活动策划与组织执行；社交网络营销服务；以及相关各类数字技术开发等
	重庆力帆喜生活摩托车销售有限公司	1,493,396.20			
	重庆裕途商贸有限公司	896,226.40			

序号	客户名称	销售金额（元）	占总收入比重	客户性质	主要交易（服务）内容
	重庆力帆实业（集团）进出口有限公司	59,433.96			
	小计	5,057,547.11	2.82%		
	合计	84,750,009.78	47.18%		
<b>2016 年度</b>					
1	长安福特汽车有限公司	19,713,414.80	12.36%	直客	移动互联网技术开发；数字营销策略规划；车友会运营，在线活动策划与执行；品牌自媒体运营托管；互联网商业信息监测与数据分析
2	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	14,360,938.08	9.00%	直客	家乐福中国线下连锁店互联网化转型解决方案策划服务，包括数字化品牌规划，自媒体运营托管，网络支付体系规划与建设、线上会员管理体系建设和管理，以及相关的各类互联网技术开发等
3	北京世界星辉科技有限责任公司	10,514,398.80		直客	游戏 app 数字营销策略服务；在线活动策划和执行
	趣游时代（北京）科技有限公司	1,870,303.75			
	小计	12,384,702.55	7.76%		
4	四川长虹电器股份有限公司	4,247,262.49		直客	互联网商业信息监测与数据分析；移动互联网与电商技术开发（H5 开发）；整合数字营销和电商策略与推广；品牌粉丝圈管理与运营；品牌自媒体管理和运营；在线活动策划与执行
	四川虹微技术有限公司	2,452,830.13			
	绵阳科技城大数据技术有限公司	3,962,264.07			
	小计	10,662,356.69	6.68%		
5	重庆长安汽车股份有限公司	9,850,638.65	6.18%	直客	市场及品牌网络监测与数据分析；网络品牌营销年度代理服

序号	客户名称	销售金额（元）	占总收入比重	客户性质	主要交易（服务）内容
					务；移动互联网技术开发体系（H5 开发、微信平台升级开发等）
6	鲁中汇源食品饮料有限公司	4,698,113.03		直客	自媒体运营托管；重大节日在线活动策划、执行；移动互联网技术开发等
	哈尔滨汇源食品饮料有限公司	1,768,867.85			
	<b>小 计</b>	<b>6,466,980.88</b>	<b>4.05%</b>		
7	东风裕隆汽车销售有限公司	6,364,000.17	3.99%	直客	交互式网络内容营销服务；移动互联网技术开发；车友会运营；数字营销策划与执行；网络内容营销策划与执行；互联网品牌内容报告
8	香港国际主题乐园有限公司	6,001,205.12	3.76%	直客	互联网日常运营及维护服务；移动互联网技术开发；在线活动策划与执行；文案创意输出
9	重庆汽摩交易所有限公司	4,043,174.49	2.53%	直客	数字商业总体策略及数字技术开发
10	华晨鑫源重庆汽车有限公司	3,505,615.69	2.20%	直客	市场及品牌网络监测与数据分析；品牌营销年度代理服务；互联网商业策略服务；在线互动活动策划与执行
<b>合计</b>		<b>93,353,027.12</b>	<b>58.52%</b>		

注：1、上述销售金额为不含税金额。

2、根据重庆长安汽车股份有限公司的定期报告、国家企业信用信息公示系统查询结果，长安福特汽车有限公司系福特汽车（中国）有限公司（出资 15%）、福特亚太汽车控股有限公司（出资 35%）和重庆长安汽车股份有限公司（出资 50%）共同投资成立的合营企业，双方各拥有 50% 股份，重庆长安汽车股份有限公司对长安福特汽车有限公司无控制权。因此，披露报告期内前 10 名客户，未将发行人向长安福特汽车有限公司和重庆长安汽车股份有限公司的销售金额予以合并。

3、根据国家企业信用信息公示系统查询结果，鲁中汇源食品饮料有限公司、哈尔滨汇源食品饮料有限公司、宁夏汇源食品饮料有限公司、北京汇源食品饮料有限公司均系汇源北京控股有限公司的控股企业。因此，披露报告期内前 10 名客户时将前述公司的销售金额予以合并。

4、根据国家企业信用信息公示系统查询结果，四川虹微技术有限公司、绵阳科技城大数据技术有限公司均系四川长虹电器股份有限公司控制的企业。因此，披露报告期内前 10 名客户时将前述两公司的销售金额与四川长虹电器股份有限公司予以合并。

5、根据国家企业信用信息公示系统查询结果，趣游时代（北京）科技有限公司系趣游科技集团有限公司的全资子公司，趣游科技集团有限公司系北京世界星辉科技有限责任公司的全资子公司。因此，披露报告期内前 10 名客户时将前述两公司的销售金额予以合并。

6、根据国家企业信用信息公示系统查询结果，比亚迪汽车销售有限公司和比亚迪汽车工业有限公司均系比亚迪股份有限公司控制的企业，因此，披露报告期内前 10 名客户时将前述公司的销售金额予以合并。

7、根据国家企业信用信息公示系统查询结果，上海奔越广告有限公司和上海蓝瀚广告有限公司均系 WPP MARKETING COMMUNICATIONS (HONG KONG) LIMITED 控制的企业，因此，披露报告期内前 10 名客户时将前述公司的销售金额予以合并。

8、根据国家企业信用信息公示系统查询结果，重庆力帆汽车销售有限公司、重庆力帆喜生活摩托车销售有限公司、重庆裕途商贸有限公司、重庆力帆实业（集团）进出口有限公司均系尹明善、陈巧凤、尹索微、尹喜地控制的企业，因此，披露报告期内前 10 名客户时将前述公司的销售金额予以合并。

9、根据国家企业信用信息公示系统查询结果，北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司和北京京东世纪贸易有限公司系重要的关联企业，因此，披露报告期内前 10 名客户时将前述公司的销售金额予以合并。

## 3、公司前十大客户基本情况及销售变化情况

序号	客户名称	客户基本情况	最近三年一期销售金额（万元）				销售金额变化原因
			2016年	2017年	2018年	2019年1-6月	
1	长安福特汽车有限公司	我国知名汽车合资厂商，成立于2001年，由长安汽车股份有限公司和福特汽车公司共同出资成立。	1,971.34	514.71	898.62	978.93	2017年和2018年长安福特的部分业务通过代理商上海奔越广告有限公司进行间接销售。报告期内持续合作，收入根据客户的需求金额而定。
2	家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	运营家乐福在中国的大卖场，家乐福中国的销售额在国内连锁超市中名列前三。	1,436.09	1,799.06	2,518.33	—	新零售商业转型进一步深入，以及线上精准营销的投入逐年大幅度递增。2019年1-6月发行人通过阳狮广告有限公司为其提供服务。
3	北京世界星辉科技有限责任公司	奇虎360的国内运营实体之一，是奇虎360旗下的一家主营网络游戏业务的公司，有360游戏中心、360游戏开放平台、360棋牌大厅等游戏平台。	1,051.44	215.65	—	—	游戏行业政策影响和客户自身市场策略调整影响。
	趣游时代（北京）科技有限公司	成立于2011年7月，注册资本1,000万元，北京世界星辉科技有限责任公司全资孙公司，系中国网页游戏行业的引领者，互动即时娱乐的专	187.03	46.33	—	—	



		业服务商。					
4	四川长虹电器股份有限公司	上交所 A 股上市公司，中国知名电器制造商，全球五百强企业。	424.73	1,042.28	875.33	110.78	集团整体在互联网和大数据转型，重视数字营销，根据集团的战略调整，分子公司的营销业务都统一由总部签署。
	四川虹微技术有限公司	四川长虹电器股份有限公司控股企业（持股 70%），主营软件技术开发、软件开发、电子元器件销售。	245.28	36.73	—	—	
	绵阳科技城大数据技术有限公司	四川长虹电器股份有限公司控股企业（持股 58.33%），主营：数据收集、分析与数据服务，第三方计算机应用平台开发、销售与服务，软、硬件系统集成，基于大数据、云计算、物联网技术领域的新兴产业孵化与应用。	396.23	—	—	—	
5	重庆长安汽车股份有限公司	深交所 A 股、B 股国有控股上市公司，中国最大的自主品牌汽车制造商之一。	985.06	620.91	3,074.14	551.42	进一步加大大数据营销、电商系统方面的投入和升级改造；2019年受市场整体环境影响，上半年总体预算有所减少。
	重庆长安车联科技有限公司	重庆长安汽车股份有限公司全资控股，依托长安汽车优质汽车产品和服务产业链，提供新能源分时租赁、智能充电与公务服务用车等出行服务。	—	120.02	—	—	

	鲁中汇源食品饮料有限公司	系汇源北京控股有限公司的全资子公司。主要经营饮料果汁及蔬菜汁类、蛋白饮料类、茶饮料类、碳酸饮料。	469.81	—	—	—	
6	哈尔滨汇源食品饮料有限公司	成立于 2004 年，注册资本 2 亿元，系汇源北京控股有限公司在哈尔滨双城设立的全资企业。汇源纯果汁和中浓度果汁饮料的市场份额一直处于全国领先地位。	176.89	—	—	—	根据市场形势变化，客户最近三年在数字营销方面的投入持续增加。2019年度由于客户业务方向调整尚未完成，因此本年度推广暂停。
	北京汇源食品饮料有限公司	系汇源北京控股有限公司下属的全资企业。	—	528.30	660.38	—	
	宁夏汇源饮料有限公司	系汇源北京控股有限公司下属的全资企业。	—	330.19	—	—	
7	东风裕隆汽车销售有限公司	东风汽车公司与台湾裕隆集团（台湾最大汽车生产厂商）在杭州合资成立的汽车制造企业，生产和销售“纳智捷”品牌汽车。	636.40	126.25	—	—	客户股权结构发生重大变化，以及业务形态的重大调整。
8	香港国际主题乐园有限公司	于 1999 年创立的、由香港特别行政区政府及沃特迪士尼公司合资成立的一家公司，拥有及负责营运香港迪士尼乐园度假区。	600.12	678.53	367.84	2.17	受整体经济环境的影响，客户营销预算有所减少。
9	重庆汽摩交易所有限公司	成立于 2009 年，以服务重庆特色实体产业为宗旨，系全	404.32	—	—	—	二手车交易平台的一次性技术开发，已于当年完成。

		国汽摩行业唯一一家经由国务院部际联席会议审核通过并备案的商品交易所。					
10	华晨鑫源重庆汽车有限公司	由华晨汽车集团与东方鑫源控股有限公司合资组建而成，在国内微车市场排名前五。	350.56	25.22	0.34	—	双方业务合作暂时中断。
11	重庆长安铃木汽车有限公司	由华晨汽车集团与东方鑫源控股有限公司合资组建而成，2016年销售“金杯”、“斯威”等自主品牌汽车约12万台，在国内微车市场排名前五。	—	823.86	85.90	92.15	客户股权结构发生重大变化，以及业务形态发生重大调整。
12	上海奔越广告有限公司	由北京奔跑世纪科技发展有限公司控股，实际控制人为WPP Marketing Communications (Hong Kong) Limited，以互联网营销为主，主要客户群体为世界五百强企业，为其提供线上传播、宣传服务，是国内领先的广告宣传公司。	—	645.38	816.25	342.48	2017年开始合作，传统媒体转型，线上业务的投入逐年增加。2019年上海蓝瀚广告受代理客户长安福特合作的变化（相关合作直接由长安福特与发行人进行），没有继续与公司开展合作。
	上海蓝瀚广告有限公司	由WPP MARKETING COMMUNICATIONS (HONG KONG) LIMITED 全资控股，全球福特战略合作伙伴，全	—	133.60	437.42	—	

		媒体整合供应商。					
13	东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	成立于 2014 年，由东风汽车集团股份有限公司和 PSA Automobiles SA 各持股 50%，主要经营汽车销售，包括两个品牌东风雪铁龙、东风标致，目前全国排名三十左右。	—	695.69	636.75	391.20	2016年年末开始合作，合作金额主要根据客户营销预算情况确定。
14	重庆力帆汽车销售有限公司	成立于 2006 年，由重庆力帆乘用车有限公司控股，主要业务为销售汽车及汽车零部件、内燃机及内燃机零部件。	33.02	260.85	346.23	35.38	持续合作，合作金额主要根据客户营销预算情况确定。
	重庆力帆喜生活摩托车销售有限公司	成立于 2011 年，由力帆实业（集团）股份有限公司全资控股，主要业务为销售汽车零配件、摩托车零配件、摩托车、自行车等。	—	149.34	12.92	3.77	
	重庆裕途商贸有限公司	成立于 2014 年，控股股东为重庆精益精信息产业有限公司，主要业务为销售煤炭、橡胶制品、皮革制品、矿产品等。	188.68	89.62	—	—	
	重庆力帆实业（集团）进出口有限公司	成立于 2000 年，由力帆实业（集团）股份有限公司全资控股，主要业务为批发和代销医疗器械。	80.19	5.94	—	—	

15	阳狮广告有限公司	由 PUBLICIS WORLDWIDE (HONG KONG) LIMITED 控股，全球广告传播集团，全世界目前排名第三，8 万多名员工。	—	—	1,946.89	861.12	2018年新获取客户，合作金额主要根据客户营销预算情况确定。
16	广东信翔信息科技有限公司	成立于 2011 年，主要经营微信广告、微信支付、智慧营销等，在微信广告方面排名前六。	—	—	1,730.92	2,592.32	2018年新获取客户，合作金额主要根据客户营销预算情况确定。
17	上海衣页信息科技有限公司	成立于 2015 年，由上海人赢网络科技有限公司全资控股，主要经营在线服装定制（男装），处于行业第一，旗下有男士线上轻定制平台“MatchU 码尚”。	—	—	1,491.04	—	2018年新获取客户，2019年受自身调整由其控股股东上海人赢网络科技有限公司与发行人进行合作。
	上海人赢网络科技有限公司	2016 年成立，提供男装在线 AI 轻定制服务。以男装衬衫轻定制为切入点，自主研发了国内领先的 AI Vega。	—	—	—	111.49	
18	比亚迪汽车销售有限公司	成立于 2004 年，注册资本 10.5 亿元，由比亚迪汽车有限公司控股，主要经营比亚迪汽车销售。	—	394.73	1,043.43	204.97	客户对互联网和大数据营销需求增长明显，投入逐年增长。
	比亚迪汽车工业有限公司	成立于 2006 年，比亚迪股份有限公司持股 72.20%，BYD (H.K.) CO., LIMITED 持	—	105.38	978.72	306.15	

		股 26.64%，主要经营乘用车、商用车，电池、电子、轨道交通等，在乘用车纯电动销量排名第一，在电子、动力电池领域行业领先。					
19	上海合印网络科技有限公司	成立于 2015 年，系上海合印科技股份有限公司的子公司，主要经营网络、信息、计算机、电子专业技术领域内的技术服务、技术咨询、技术开发、技术转让，计算机软件的开发及维护，电子商务。	—	162.58	769.56	363.58	2017年开始合作，随着合作的深入，逐步加大服务领域和服务额度。
20	雅氮文化传播（上海）有限公司	成立于 2017 年，主要经营文化艺术交流活动策划，设计、制作各类广告，利用自有媒体发布各类广告等。	—	—	—	449.63	2019年新获取客户。
21	广州新蜂菲德网络科技有限公司	成立于 2018 年，由互众广告（上海）有限公司全资控股，主要经营信息技术咨询服务、广告代理业务等。	—	—	—	2,044.90	2019年新获取客户。
22	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	成立于 2007 年，实际控制人为刘强东，隶属批发和零售业，主要业务涉及电商板块。	—	—	336.12	994.80	2018年新增客户，随着合作的深入，合作收入金额增加。
	北京京东世纪贸易有限公司	成立于 2007 年，由京东香港国际有限公司全资控股，隶	—	—	384.17	905.06	2018年新增客户，随着合作的深入，合作收入金额增加。

		属批发和零售业，主要业务涉及电商板块。					
23	成都网讯优速信息技术有限公司	成立于 2017 年，主要业务为设计、制作、代理、发布广告等。	—	—	—	867.92	2019年新获取客户。
24	北京时代网创科技发展有限公司	成立于 2007 年，主要业务为设计、制作、代理、发布广告等。	—	—	141.51	754.72	2018年新增客户，随着合作的深入，合作收入金额增加。
25	华油阳光（北京）科技股份有限公司	成立于 2002 年，于 2014 年在新三板挂牌，主要业务包括油田技术服务和石油勘探软件开发和服务，是石油勘探软件开发及随钻一体化服务行业的专业提供商。主要客户是中海油、中石油、中石化。	—	—	—	670.18	2019年新获取客户。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售比例超过总额50%的情况，公司的主要客户比较稳定，不存在对单一重大客户依赖的情形。

公司近年来一直致力于开拓新的行业客户资源，报告期内，前十大客户的收入占比分别为58.52%、47.18%、54.05%和54.41%。

客户黏性分析：报告期内，发行人自通过市场竞标方式取得客户供应商资质后，除了少数因客户自身原因未继续合作的情形以外，与大部分主要客户均保持着持续业务合作关系，客户黏性总体上较强。

报告期内，公司、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方及持股5%以上的股东均未在上述客户中任职或拥有权益。

#### 4、不同服务模式前五大客户的情况

##### （1）直客的整体框架收入

##### 2016 年度

单位名称	金额（万元）	占比
长安福特汽车有限公司	1,644.84	34.76%
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	1,184.23	25.03%
东风裕隆汽车销售有限公司	636.40	13.45%
香港国际主题乐园有限公司	600.12	12.68%
重庆长安汽车股份有限公司	544.50	11.51%
合计	<b>4,610.09</b>	<b>97.42%</b>

##### 2017 年度

单位名称	金额（万元）	占比
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	1,799.06	35.62%
重庆长安铃木汽车有限公司	823.86	16.31%
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	695.69	13.77%
香港国际主题乐园有限公司	678.53	13.43%
长安福特汽车有限公司	514.71	10.19%
合计	<b>4,511.85</b>	<b>89.32%</b>

##### 2018 年度

单位名称	金额（万元）	占比
家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	2,518.33	24.92%
上海衣页信息科技有限公司	1,491.04	14.75%
长安福特汽车有限公司	898.62	8.89%



东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	636.75	6.30%
中国自控系统工程有限公司	517.24	5.12%
<b>合计</b>	<b>6,061.99</b>	<b>59.98%</b>

## 2019年1-6月

单位名称	金额（万元）	占比
北京京东世纪贸易有限公司	905.06	17.87%
北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	902.35	17.82%
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	391.20	7.73%
湖南猎豹汽车股份有限公司	377.36	7.45%
武汉快游互动信息技术有限公司	332.08	6.56%
<b>合计</b>	<b>2,908.05</b>	<b>57.43%</b>

## (2) 直客的项目定制收入

## 2016年度

单位名称	金额（万元）	占比
北京世界星辉科技有限责任公司	1,051.44	9.78%
鲁中汇源食品饮料有限公司	469.81	4.37%
重庆长安汽车股份有限公司	440.56	4.10%
四川长虹电器股份有限公司	424.73	3.95%
重庆汽摩交易所有限公司	404.32	3.76%
<b>合计</b>	<b>2,790.86</b>	<b>25.96%</b>

## 2017年度

单位名称	金额（万元）	占比
四川长虹电器股份有限公司	1,042.28	9.82%
重庆长安汽车股份有限公司	620.91	5.85%
北京汇源食品饮料有限公司	528.30	4.98%
比亚迪汽车销售有限公司	394.73	3.72%
长安标致雪铁龙汽车有限公司	371.13	3.50%
<b>合计</b>	<b>2,957.35</b>	<b>27.87%</b>

## 2018年度

单位名称	金额（万元）	占比
重庆长安汽车股份有限公司	3,074.14	21.62%
比亚迪汽车销售有限公司	1,043.43	7.34%
比亚迪汽车工业有限公司	978.72	6.88%

四川长虹电器股份有限公司	875.33	6.15%
北京汇源食品饮料有限公司	660.38	4.64%
<b>合计</b>	<b>6,631.99</b>	<b>46.63%</b>

## 2019年1-6月

单位名称	金额（万元）	占比
长安福特汽车有限公司	816.95	11.40%
华油阳光（北京）科技股份有限公司	670.18	9.35%
重庆长安汽车股份有限公司	551.42	7.69%
比亚迪汽车工业有限公司	306.15	4.27%
重庆百亚卫生用品股份有限公司	286.46	4.00%
<b>合计</b>	<b>2,631.15</b>	<b>36.71%</b>

报告期内，发行人直客的整体框架收入和直客的项目定制收入前五名客户均呈现一定变化（客户变动和收入金额变动），主要原因如下：

第一、客户每年的服务需求随着市场变化随之变化，对营销的投入金额也随之变化，直客整体框架协议内容也会发生相应变化，导致相关收入的变化；

第二、由于数字技术的快速迭代，客户通常会产许多新的技术开发和个性化应用需求，其自身经营策略也会根据市场形势变化而进行调整，这部分需求无法在整体框架协议里提前规划和明确，因此导致客户会频繁增加相关项目定制服务（个案）需求；

第三、新增客户产生的影响，如2017年新增比亚迪汽车销售有限公司、比亚迪汽车工业有限公司和重庆长安铃木汽车有限公司；2019年新增华油阳光（北京）科技股份有限公司、湖南猎豹汽车股份有限公司、重庆百亚卫生用品股份有限公司等。

## (3) 中间代理商收入

## 2016年度

单位名称	金额（万元）	占比	最终客户或品牌
广州市劲迈经纬市场策划有限公司	179.25	38.27%	佳贝艾特
奥美世纪（北京）广告有限公司	82.54	17.63%	雀巢
广州市达生市场推广有限公司	42.25	9.02%	三禾厨具
昌荣传媒股份有限公司	35.87	7.66%	滴滴
上海碟泉广告有限公司	33.49	7.15%	雀巢

<b>合计</b>	<b>373.40</b>	<b>79.73%</b>	
-----------	---------------	---------------	--

## 2017 年度

单位名称	金额（万元）	占比	最终客户或品牌
上海奔越广告有限公司	645.38	28.06%	长安福特
广东零距离广告有限公司	234.04	10.18%	蓝天六必治
上海际恒品牌管理有限公司	193.05	8.39%	长安汽车
昌荣传媒股份有限公司	178.30	7.75%	中国银联
北京指尖政务科技有限公司	153.77	6.69%	汇源
<b>合计</b>	<b>1,404.53</b>	<b>61.07%</b>	

## 2018 年度

单位名称	金额（万元）	占比	最终客户或品牌
阳狮广告有限公司	1,946.89	31.20%	家乐福
广东信翔信息科技有限公司	1,730.92	27.74%	腾跃互动游戏、城市进化论等
上海奔越广告有限公司	816.25	13.08%	福特、百事、林肯、立白、妮维雅、奥利奥、佳得乐、荣威、玫琳凯等
上海合印网络科技有限公司	769.56	12.33%	不凡帝、亿滋、玛氏等
上海蓝瀚广告有限公司	437.42	7.01%	长安福特
<b>合计</b>	<b>5,701.03</b>	<b>91.37%</b>	

## 2019 年 1-6 月

单位名称	金额（万元）	占比	最终客户或品牌
广东信翔信息科技有限公司	2,592.32	28.78%	腾跃互动游戏、城市进化论、招联金融等
广州新蜂菲德网络科技有限公司	2,044.90	22.70%	上海弘贯网络科技有限公司、武汉欢乐谷等
成都网讯优速信息技术有限公司	867.92	9.63%	高德地图、北京易天新地网络科技有限公司等
阳狮广告有限公司	861.12	9.56%	家乐福
北京时代网创科技发展有限公司	754.72	8.38%	ZARA
<b>合计</b>	<b>7,120.98</b>	<b>79.04%</b>	

2017年、2018年前五大中间代理商收入金额大幅增加的原因：报告期内，公司部分主要客户（主要系合资企业）将部分向公司直接采购的服务转由通过其全球统一的营销策略服务商间接采购的模式。这一模式转变并非仅针对本公司一家

供应商，而是客户整体经营策略的调整。从模式调整后的实际情况来看，公司对直客的服务内容、项目流程、服务价格并未发生本质性变化，客户黏性依然牢固。此外，公司逐步新承接了一些中间代理商的数字媒体精准投放业务。具体如下：

**长安福特：**根据福特总部的策略调整要求，自2017年4月起，涉及长安福特市场部的业务，本公司不再直接与长安福特签署服务合同，而改为与福特汽车全球统一的广告传播服务商——WPP集团的下属公司（即：上海奔越广告有限公司、上海蓝瀚广告有限公司）签署服务合同，间接为长安福特市场部提供数字营销服务。自2018年7月起，又转变为原模式，由长安福特直接与本公司签署服务合同。由于自服务以来，公司与上述公司合作比较顺利，服务品质得到认可，因此公司逐步开始为其代理的其他客户（如百事可乐、林肯汽车和立白等）展开相关服务。

**家乐福：**根据家乐福全球总部的策略调整要求，自2018年10月起，涉及家乐福中国的业务，本公司不再直接与家乐福中国签署服务合同，而改为与家乐福全球统一的广告策略服务商——法国阳狮广告集团的下属公司（即阳狮广告有限公司）签署服务合同，通过阳狮广告有限公司间接为家乐福中国提供大数据营销及运营服务，该业务调整不会对发行人构成实质性不利影响。

**广东信翔信息科技有限公司、上海合印网络科技有限公司：**自2018年起，发行人因客户需求变化和自身业务拓展需要新增数字媒体投放业务，主要是为企业客户提供程序化媒体投放服务，利用大数据算法和技术自动实现精准目标受众的定向广告投放。其中针对广东信翔信息科技有限公司，发行人主要服务为精准投放策略和微信朋友圈数字媒体投放，包括腾跃互动游戏、城市进化论等；针对上海合印网络科技有限公司，发行人主要服务为面向快消品品牌，利用商超卖场的线上平台（App、微信公众号、微信小程序、支付宝等）和目标人群社交圈精准推送开展O2O促销活动，带动品牌在商超卖场的销售增长，包括不凡帝、亿滋、玛氏等品牌。

2019年1-6月，发行人前五大中间代理商收入金额继续增加，主要是发行人在2019年3月成立了重庆赢睿达数字技术有限公司，从事基于大数据开展数字媒体精准投放业务，该公司陆续承接了一些中间代理商的数字媒体精准投放业务所致。如：广州新蜂菲德网络科技有限公司、成都网讯优速信息技术有限公司均为代理商，主要进行微信朋友圈、今日头条等媒体平台的数字媒体精准投放业务

以及提供行业数据分析和运营优化等服务。

#### 5、在手合同或订单及其完成量的相关情况

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
合同订单金额(元)	121,279,455.23	175,214,897.48	151,291,405.04	161,697,353.12
合同订单数量(个)	279	427	391	438
结转收入(元)	212,407,528.30	305,677,256.94	179,640,695.90	159,513,458.72
期末在手订单金额(元)	39,754,240.70	91,256,817.74	47,267,131.24	16,995,658.37
期末在手订单数量(个)	159	57	46	46

最近三年末在手订单全部为大数据营销及运营、技术开发服务的项目（该二项业务由于签订合同时常常绑定在一个框架合同或服务协议中，因此难以准确区分每项业务的在手订单情况），2018年末在手订单没有数字媒体投放和电商及其他业务。

2019年6月30日，期末在手订单数量中包括数字媒体投放订单61个和电商及其他业务订单2个。

报告期各期，公司签订的合同订单金额未出现明显增加，主要是由于承接业务时，部分客户签订未约定具体金额的框架性合同所致。

最近三年，发行人在手订单金额逐年增加。期末在手订单为已签订尚未执行完毕的合同，除此之外还存在已经中标但尚未签订合同、以及签订未约定具体金额框架性合同的情形。

### 四、公司的采购情况和主要供应商

#### （一）报告期内的对外采购情况

公司的对外采购主要系根据项目需要的外包服务采购，如数字媒体投放、视频、美术、动画等创意作品的设计和制作，以及各类自媒体、软件开发，线下活动执行等。目前能提供上述服务支持的企业数量很多，公司在选择服务商的过程中根据质量和价格择优挑选，具有完全的自主性，不存在对供应商的依赖。

除数字媒体投放外，公司市场化采购外包服务内容的定价原则在报告期内未发生变化。由于公司外包服务采购是根据项目的需要进行，不是标准化产品，客户需求（项目内容）差异化较大导致公司采购的外包服务内容存在较大差异，因

此无法对报告期内的采购价格进行直接对比分析。总体而言，虽然随着社会总体运营成本（人力成本等）的上升导致外包服务成本存在上涨的动能，但由于市场竞争激烈，供应商可选择面广泛，而且公司可以通过规模化采购有效控制部分外包成本，因此，外包服务价格在报告期内总体上未发生重大变化，在可预见的未来较长时间内价格大幅上涨的可能性也较小。

2018 年公司开始对外采购数字媒体投放，且投放主要集中在微信朋友圈、今日头条等社交媒体，这是基于社交媒体的传播属性和雇主企业大数据营销需求做出的服务导向。而大数据应用最主要的场景在营销分析，因此社会化媒体沉淀的上亿用户，为企业营销提供精准数据资源，也是大数据应用的重要用途之一。

伴随智能移动设备的普及，社会化媒体逐渐成为精准流量的聚合体，以微信为例，合并月活跃账户数近 11 亿，今日头条的累计激活用户也有 66 亿，因此社交媒体成为大数据营销的主要“战场”，而且迅速在企业间覆盖。腾讯数据显示，约有 80% 的中国 500 强企业成为企业微信注册用户。

鉴于微信等自媒体已成为大数据精准营销的重要载体和渠道，企业客户也有明确的社交媒体广告投放需求，发行人作为企业客户的大数据整合营销服务提供商，也需要整合社交媒体资源，将媒体广告投放和内容营销等各种形式有机结合，帮助企业通过社交网络精准触达和影响潜在用户，放大营销推广效果，提升产品或服务的销售转化率。同时，公司还可以根据企业客户已有的用户数据库，通过对消费偏好、年龄、所在区域、移动号码等多维度信息的比对，定制精准目标人群的广告投放方案，再匹配适合的社交媒体账号、投放区域、营销形式，进行同类型人际网络的传播，释放和提升客户数据资源价值。公司还将根据调整此类广告投放规模和形式，更好满足企业大数据营销需求。

电商及其他业务是公司 2018 年扩展的新业务，目前处于尝试阶段，该业务主要是公司借助为客户服务积累的技术和经验向新领域的延伸。具体实现形式是公司以买断的方式从厂商购买商品，通过电商平台实现对外销售；其他业务主要是公司代理销售甲骨文公司 oracle 数据库产品服务。

报告期内，公司对外采购金额及占比：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
网络内容的设计和制作	825.28	5.85%	1,084.51	6.52%	1,595.80	29.55%	1,098.00	23.73%
网络内容发布	2,840.69	20.13%	5,110.34	30.71%	3,001.70	55.57%	2,345.32	50.69%
线下活动执行	670.75	4.75%	1,145.54	6.88%	322.36	5.97%	330.65	7.15%
数字媒体投放	7,767.90	55.06%	7,602.58	45.69%	—	—	—	—
电商及其他	1,742.00	12.35%	597.61	3.59%	—	—	—	—
技术开发	262.69	1.86%	1,099.85	6.61%	481.31	8.91%	852.71	18.43%
合计	<b>14,109.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>16,640.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,401.17</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,626.68</b>	<b>100.00%</b>

## （二）报告期前十大供应商

公司报告期内向前十名供应商的采购情况如下：

序号	供应商名称	采购金额 (元)	占采购总额 比重 (%)	采购内容
<b>2019年1-6月</b>				
1	重庆黎古科技有限公司	37,678,256.33	26.70%	微信朋友圈及腾讯新闻、腾讯 APP 数字媒体投放
2	北京派瑞威行互联技术有限公司	17,573,622.52	12.46%	微信朋友圈、广点通数字媒体投放
3	深圳市微网力合信息技术有限公司	9,245,283.33	6.55%	趣头条数字媒体投放
4	北京云锐国际文化传媒有限公司	9,143,825.50	6.48%	微信朋友圈、广点通数字媒体投放
5	中国软件与技术服务股份有限公司	6,083,129.34	4.31%	Oracle 数据库产品售卖
6	北京润泰嘉尚商贸有限公司	4,564,989.71	3.24%	电商美妆产品购销
7	北京爱点互动科技有限公司	4,338,809.05	3.08%	社交网络媒体发布、新媒体合作
8	甲骨文（中国）软件系统有限公司	3,387,606.30	2.40%	Oracle 软件服务、软件升级及技术支持
9	重庆福百宏科技有限公司	2,385,561.01	1.69%	社交网络媒体发布
10	合肥荣事达小家电有限公司	2,331,059.86	1.65%	炊具系列产品京东商城自营平台独家经营商
<b>合计</b>		<b>96,732,142.95</b>	<b>68.56%</b>	
<b>2018年度</b>				
1	重庆黎古科技有限公司	34,970,055.58	21.02%	腾讯朋友圈广告平台

序号	供应商名称	采购金额 (元)	占采购总额 比重 (%)	采购内容
				代充值服务；腾讯新闻、腾讯体育 APP 互联网媒体广告投放
2	北京腾讯文化传媒有限公司	20,075,355.60	12.06%	腾讯广告代理和执行
3	北京爱点互动科技有限公司	16,509,467.08	9.92%	新媒体合作
4	道有道（北京）科技股份有限公司	6,434,564.67	3.87%	自媒体投放
5	合肥荣事达小家电有限公司	3,747,031.03	2.25%	炊具系列产品京东商城自营平台独家经营商
6	重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司	3,664,572.27	2.20%	文案撰写及创意设计，网络内容发布
7	重庆众海营销策划中心	3,406,570.24	2.05%	网络内容发布、文案撰写及创意设计
8	重庆高驰广告设计中心	3,392,366.56	2.04%	网络内容发布、文案撰写及创意设计
9	甲骨文（中国）软件系统有限公司	2,857,951.21	1.72%	应用系统、诊断包等采购
10	北京润泰嘉尚商贸有限公司	2,651,833.39	1.59%	产品购销
<b>合计</b>		<b>97,709,767.63</b>	<b>58.72%</b>	
<b>2017 年度</b>				
1	北京腾讯文化传媒有限公司	4,639,918.11	8.59%	网络自媒体发布
2	重庆福百宏科技有限公司	3,809,057.33	7.05%	新闻发布，微博微信写稿等
3	重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司	2,776,717.22	5.14%	文案撰写及创意设计，网络内容发布
	重庆市荣昌区梦玥传媒有限公司	126,233.01	0.23%	
	小计	2,902,950.23	5.37%	
4	重庆高驰广告设计中心	2,787,254.53	5.16%	文案撰写及创意设计，网络内容发布
5	重庆众海营销策划中心	2,595,849.79	4.81%	网络内容发布、文案撰写及创意设计
6	道有道（北京）科技股份有限公司	1,566,994.80	2.90%	自媒体投放
7	上海风藤文化传播有限公司	1,515,591.49	2.81%	设计、视频制作
8	昆明杜比文化传媒有限公司	1,343,760.58	2.49%	SEO 优化内容制作及创意设计
9	北京七乐文化传媒有限公司	1,082,284.09	2%	新媒体投放资源采购
10	江西尚品致荟文化传播有限公司	1,063,583.03	1.97%	网络自媒体内容发布
<b>合计</b>		<b>23,307,243.98</b>	<b>43.15%</b>	
<b>2016 年度</b>				



序号	供应商名称	采购金额 (元)	占采购总额 比重 (%)	采购内容
1	荣昌县梦锋网络传媒有限公司	2,125,425.19	4.59%	文案撰写及创意设计，网络内容发布
	荣昌县梦玥传媒有限公司	363,841.61	0.79%	
	小计	2,489,266.80	5.38%	
2	北京腾讯文化传媒有限公司	1,678,849.06	3.63%	网络广告发布
3	虎扑（上海）文化传播股份有限公司	1,603,773.54	3.47%	网络广告发布
4	重庆德闻软件服务中心	1,566,401.14	3.39%	技术开发、软件服务、创意设计、动画制作
5	重庆高驰广告设计中心	1,510,523.06	3.26%	文案撰写及创意设计，网络内容发布
6	上海瑞式展览有限公司	1,490,566.00	3.22%	会议展览服务
7	北京微播易科技股份有限公司	1,486,941.19	3.21%	网络内容发布
8	重庆众海营销策划中心	1,443,626.28	3.12%	网络内容发布、文案撰写及创意设计
9	重庆杰廷文化创意策划中心	1,368,696.64	2.96%	创意设计稿件撰写、网络内容发布、技术开发服务
10	上海风藤文化传播有限公司	1,305,065.06	2.82%	设计、视频制作
合计		<b>15,943,708.77</b>	<b>34.46%</b>	

注：1、采购金额为不含税金额。

2、2017年2月，荣昌县梦玥传媒有限公司、荣昌县梦锋网络传媒有限公司分别更名为重庆市荣昌区梦玥传媒有限公司、重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司。

报告期内公司前十大供应商变动较大，这是公司的经营模式所决定的，原因具体如下：

第一，互联网和大数据服务内容多元化所致。

公司目前主营业务是通过自有技术平台为客户提供服务，因此外包的服务规模不大，主要面向可以提供单一形式专业服务的中小型供应商（自媒体、视频拍摄、美术设计、动画制作、专业稿件撰写等），此类外包服务供应商的主要特点就是规模小、数量庞大、变化极快、透明度高、响应速度快。除了少量独有或垄断资源、以及结合度要求较高的服务以外，公司的大部分创意外包服务均可在网上搜寻到较多同质化服务的供应商。

由于互联网和大数据应用模式每年都在发生快速变化（从博客到微博再到微信，从PC互联网到移动互联网），导致客户的个案项目需求也不断发生改变，具体内容差异大、执行周期短、形式较为单一，因此在项目实施过程中所需要的外包供应商也相应不断变化，公司根据每个项目的具体需求快速搜寻3家以上的

供应商，公开透明地进行价格、交付期限、既有案例质量的比选以确定供应商，从而在效率、质量、成本控制上保障项目的整体执行。

由于互联网具有典型的更新迭代速度快的特征，不仅是互联网应用和技术更新迭代非常快，而且互联网营销内容也是与时俱进、差异化和迭代特色显著，因此中小型供应商的变化也非常快，这是导致报告期内公司前十大供应商变动较大的主因，符合公司的商业模式，具有合理性。

第二，供应商与公司一直保持业务关系，但由于前十大供应商金额门槛的提高而未进入后续年度的主要供应商名单之列。最近三年，随着业务规模的扩大，公司对外采购金额分别为 4,626.68 万元、5,401.17 万元、16,640.43 万元，2017 年、2018 年的增幅分别为 16.74%、208.09%。采购规模大幅增加，相应进入发行人前十大供应商的门槛也由 2016 年的 130 万元提高至 2018 年的 260 万元，因此出现以前年度进入前十大的供应商，由于采购金额变化较小而未能进入当年前十大供应商。例如，江西尚品致荟文化传播有限公司系 2017 年公司前 10 大供应商（当年公司向其采购 106.36 万元），2018 年公司继续向其采购金额 101.15 万元，但由于 2018 年前十名供应商的采购额均在 250 万元以上，因此其未能进入 2018 年前十大供应商行列。

第三，2018 年新增大量的数字媒体投放，主要系因为 2018 年公司开始对外采购数字媒体投放，且投放主要集中在微信朋友圈、今日头条等社交媒体，这是基于社交媒体的传播属性和雇主企业大数据营销需求做出的服务导向。

鉴于微信等自媒体已成为大数据精准营销的重要载体和渠道，企业客户也有明确的社交媒体广告投放需求，发行人作为企业客户的整合营销服务提供商，也需要整合社交媒体资源，将广告传播和内容营销等各种型式有机结合，帮助企业通过社交网络精准触达和影响潜在用户，放大营销推广效果，提升产品或服务的销售转化率。

报告期内，公司不存在向单个供应商的采购比例超过总额 50% 的情形。公司采购的服务在市场上拥有较多同质化服务的供应商，公司不存在严重依赖于少数供应商的情况。

公司、公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方及持股 5% 以上的股东均未在上述供应商中任职或拥有权益。

## 五、与公司业务相关的资源要素

### （一）固定资产

#### 1、固定资产总体情况

本公司的固定资产的主要内容为房屋及建筑物、办公设备、运输工具。

截至 2019 年 6 月 30 日，公司主要固定资产情况如下：

单位：万元

固定资产分类	固定资产原值	累计折旧	减值准备	固定资产净值	成新率
房屋及建筑物	1,496.86	20.31	—	1,476.55	98.64%
办公设备	489.22	343.01	—	146.21	29.89%
运输工具	361.48	134.15	—	227.33	62.89%
<b>合计</b>	<b>2,347.56</b>	<b>497.47</b>	<b>—</b>	<b>1,850.09</b>	<b>78.81%</b>

公司系典型轻资产运作的互联网企业，办公场所绝大部分以租赁方式取得。公司的固定资产金额在总资产中的占比较小，固定资产主要为房屋及建筑物、服务器、员工办公用电脑、业务用车辆、以及必备的办公家具及办公电器，根据业务、员工规模分布、配置于母公司及下属各地子公司之中，按照会计制度的规定计提折旧，使用一定期限后及时更新更换，能够保证公司业务经营的正常运行。

#### 2、公司自有房产的情况

截至本招股说明书签署日，本公司拥有自有房产 11 宗，均已获得不动产权证，具体情况如下：

序号	产权人	权属证号	用途	坐落地	面积（m <sup>2</sup> ）
1	北京博拉	鲁（2016）青岛市城阳区不动产权第 0005462 号	商服/办公	青岛市城阳区山河路 702 号 46 号楼 2 单元 3 层 306 室	116,373（共用土地使用权面积）/65.64（房屋建筑面积）
2	博拉网络	渝（2019）渝北区不动产权第 000094041 号	其他商服用地/商业服务	渝北区余溪路 82 号（两江春城春玺苑 12-1、2、3 幢裙楼 1-商业 1）	59,878.92（共有宗地面积）/251.56（房屋建筑面积）
3	博拉网络	渝（2019）渝北区不动产权第 000093988 号	其他商服用地/商业服务	渝北区余溪路 84 号（两江春城春玺苑 12-1、2、3 幢裙楼 1-商业 2）	59,878.92（共有宗地面积）/85.10（房屋建筑面积）
4	重庆云集通	渝（2019）渝北	其他	渝北区余溪路 86	59,878.92（共有宗

		区不动产权第000093897号	商服用地/商业服务	号（两江春城春玺苑12-1、2、3幢裙楼1-商业3）	地面积)/85.10（房屋建筑面积）
5	重庆云集通	渝（2019）渝北区不动产权第000093833号	其他商服用地/商业服务	渝北区余溪路88号（两江春城春玺苑12-1、2、3幢裙楼1-商业4）	59,878.92（共有宗地面积)/85.10（房屋建筑面积）
6	博拉网络	川（2018）彭州市不动产权第0029486号	商业用地/商业	天彭镇朝阳东巷68号1层	8,424.66（共有宗地面积)/43.82（房屋建筑面积）
7	博拉网络	川（2018）彭州市不动产权第0029476号	商业用地/商业	天彭镇朝阳东巷70号1层	8,424.66（共有宗地面积)/43.82（房屋建筑面积）
8	博拉网络	川（2018）绵阳市不动产权第0035028号	商服用地/商业服务	涪城区剑南路西段8号富临东方广场5栋1层8号	24,838.65（宗地面积)/78.47（房屋建筑面积）
9	博拉网络	川（2019）绵阳市不动产权第4006447号	商服用地/商业服务	绵阳市高新区绵兴东路85号1886汽车生活馆一期1栋1层37号	3.76（分摊土地使用权面积)/35.69（房屋建筑面积）
10	博拉网络	川（2019）绵阳市不动产权第4006448号	商服用地/商业服务	绵阳市高新区绵兴东路85号1886汽车生活馆一期1栋2层33号	8.42（分摊土地使用权面积)/79.87（房屋建筑面积）
11	博拉网络	川（2019）绵阳市不动产权第4006450号	商服用地/商业服务	绵阳市高新区绵兴东路85号1886汽车生活馆一期1栋2层34号	8.81（分摊土地使用权面积)/83.58（房屋建筑面积）

### 3、租赁房产情况

（1）截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司租赁使用的办公用房的情况如下：

承租方	出租方	租赁物业地址	面积（m <sup>2</sup> ）	租赁期限	用途	租金（元/月）
博拉网络股份有限公司	重庆渝高新科技发展有限公司	重庆市渝北区金开大道西段106号17幢1层1、2、3号房，2层1、2房，3层1、2号房，5层1号房	共计2278.81	2019.06.01—2022.05.31	办公	2016.06.01-2016.08.31 免交租金 2016.08.31-2019.05.31 租金：68,365.00 2019.06.01-2022.05.31 租金：68,365.00

承租方	出租方	租赁物业地址	面积（m <sup>2</sup> ）	租赁期限	用途	租金（元/月）
博拉网络（北京）有限公司	北京富华丽紫檀木宫廷工艺品有限公司	北京市朝阳区建国路27号紫檀大厦7层01、02、03号	822.06	2019.06.01—2022.05.31	办公	156,191.40
成都网客广告传媒有限公司	贺红、肖利	成都市高新区天府大道1700号环球中心东1区3单元7层703	138.58	2019.05.20—2022.05.19	办公	前两年租金为每月8,000.00元，第三年租金为每月8,480.00元。
重庆云集通广告传媒有限公司	广州景耀置业有限公司	广州市天河区珠江东路28号写字楼4901房自编14-16单元	640.75	2017.04.25—2020.04.30	办公	61,024-129,371
重庆赢盛达科技有限公司	周秀环、诸勤	上海市徐汇区云锦路500号801、802、803室	280.15	2018.07.09—2020.07.08	办公	2018.06.09-2018.07.08 免交租金 2018.07.09-2020.07.08 租金：47,719.00
上海博拉广告传播有限公司	刘仁花	上海市徐汇区云锦路500号绿地汇中心A栋1909-1913室	351.18	2018.07.09—2020.07.08	办公	53,408.63
重庆赢睿达数字技术有限公司	刘印	重庆市渝中区时代天街2号1幢1204	175.77	2019.04.18—2021.04.17	办公	14,835.00
上海博拉广告传播有限公司	青岛燕园校友创业服务有限公司	青岛国际创新园A座17层B1709房间	134.00	2019.04.29—2020.04.28	办公	8,598.33
重庆赢睿达数字技术有限公司	上海长城建设开发有限公司	上海市中山北路3000号上海长城大厦第45层第06、07单元	407.32	2019.05.01—2021.04.30	办公	75,574.83
重庆赢睿达数字技术有限公司	张博文、岳宪华	北京市通州区新华东街289号院2号楼12层1203	213.00	2019.05.01—2020.04.30	办公	25,915
昆明博拉飞鱼科技有限公司	谷献民	昆明市北京路北辰财富中心A栋23层	524.58	2019.06.01—2021.05.31	办公	36,720.60

上述公司租赁的房产中，除承租的广州市天河区珠江东路28号写字楼4901房自编14-16单元、上海市徐汇区云锦路500号801、802、803室、上海市徐汇区云锦路500号绿地汇中心A栋1909-1913室等三处物业履行了备案登记（延续备案登记）手续之外，其他房屋租赁未履行备案登记手续。

主要原因：根据《商品房屋租赁管理办法》第十四条规定，房屋租赁合同订立后三十日内，房屋租赁当事人应当到租赁房屋所在地直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门办理房屋租赁登记备案。相关租赁合同签订后，发行人及其子公司遂要求与对方（出租方）去办理租赁备案手续。但部分出租方由于法

律意识淡薄，且相关租赁合同未进行需履行租赁备案手续的强制性约定，致使截至本招股说明书签署日，部分租赁物业未履行备案登记手续。

根据《城市房地产管理法》（2009 修正）及住房和城乡建设部《商品房屋租赁管理办法》，我国的房屋租赁实行登记备案制度。房屋租赁当事人应在租赁合同签订后到房屋所在地县级以上政府建设或房地产管理部门办理房屋租赁登记备案手续；违反前述规定未办理房屋租赁登记备案的，由建设或房地产管理部门责令限期改正；个人逾期不改正的，处以 1,000 元以下罚款；单位逾期不改正的，处以 1,000 元以上 10,000 元以下罚款。

根据最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》第四条的规定，当事人以房屋租赁合同未按照法律、行政法规规定办理登记备案手续为由，请求确认合同无效的，人民法院不予支持。当事人约定以办理登记备案手续为房屋租赁合同生效条件的，从其约定。但当事人一方已经履行主要义务，对方接受的，则不影响该租赁合同的效力。

发行人及其子公司与出租方签署的房屋租赁合同均未明确约定以办理租赁合同备案登记为合同生效条件。因此，上述租赁合同未办理租赁备案登记手续不会影响租赁合同的效力。此外，针对发行人及其子公司部分房屋租赁合同未办理备案登记的情况，公司控股股东同趣控股已出具承诺，承诺因租赁备案登记事宜给公司造成的任何损失，均由其承担。

综上，租赁物业未履行备案登记手续存在被处以行政处罚的可能。但鉴于：第一，截至本招股说明书签署之日，广州市天河区珠江东路 28 号写字楼 4901 房自编 14-16 单元、上海市徐汇区云锦路 500 号 801、802、803 室、上海市徐汇区云锦路 500 号绿地汇中心 A 栋 1909-1913 室等三处物业已履行完毕备案登记（延续备案登记）手续；北京市朝阳区建国路 27 号紫檀大厦 7 层 01、02、03 号等物业尚未履行完毕备案登记手续的，发行人及子公司已联系出租方，相关备案登记手续工作正在进行中，以此彻底消除合规性瑕疵；第二，截至本招股说明书签署之日，发行人及子公司未因租赁物业未履行备案登记手续而被处于行政处罚，也未曾被建设或房地产管理部门责令限期改正；第三，公司控股股东同趣控股已出具承诺，若公司因租赁备案登记事宜而导致被罚款或给公司造成任何损失时，由其承担所有的费用及给公司造成的任何经济损失；第四，目前发行人及其子公司

均签订了租赁合同，房产均在正常使用中，租赁物业未履行备案登记手续，其行政处罚最高为处以 10,000 元以下罚款（且同趣控股已出具损失承担声明），未发现因租赁房屋未备案而对公司的正常生产经营造成不利影响的情形，也可以合理预见，租赁房屋未备案不会对公司的正常生产经营造成不利影响。

综上所述，发行人房屋租赁方面存在的上述瑕疵对发行人的本次发行上市不构成实质性影响。

发行人律师认为：上述发行人及其子公司与出租方的租赁关系合法有效。发行人房屋租赁方面存在的上述瑕疵对发行人的本次发行上市不构成实质性影响。

## （二）主要无形资产

### 1、商标

截至本招股说明书签署之日，发行人拥有的注册商标详细信息如下：

序号	商标内容	国际分类	有效期限	注册号	质押情况
1	博拉	35 类	2011-2-28 至 2021-2-27	第 7935554 号	无
2	博拉网	42 类	2012-2-7 至 2022-2-6	第 6381934 号	无
3	博啦网站 BOLAA	42 类	2019-6-7 至 2029-6-6	第 5097580 号	无
4	<b>BOLAA</b>	42 类	2016-10-21 至 2026-10-20	第 17566463 号	无
5	<b>BOLAA</b>	35 类	2016-11-7 至 2026-11-6	第 17566392 号	无
6	博拉旺客	9 类	2018-9-7 至 2028-9-6	第 26582826 号	无
7	博拉旺客	35 类	2018-9-7 至 2028-9-6	第 26570423 号	无
8	博拉旺客	42 类	2018-9-7 至 2028-9-6	第 26577848 号	无

另外，截至本招股说明书签署之日，发行人已提交了 1 项商标的注册申请，具体情况如下：

序号	商标	国际分类	申请日	申请号	核定服务项目
1		35 类	2017.01.22	22714268	为商品和服务的买卖双方提供在线市场；为第三方进行商业贸易的谈判和缔约；为零售目的在通讯媒体上展示商品；商业中介服务；广告；成本价格分析；进出口代理；通过网站提供商业信息；为消费者提供商业信息和建议（消费者建议机构）；替他人采购

注：商标具体状态为行政诉讼判决撤销驳回复审决定，判决商标评审委员会重新作出审查决定。

## 2、软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司获得的软件著作权共计 95 项，具体情况如下：

序号	软件名称	证书号	登记号	首次发表日期	登记日期	取得方式	著作权人
1	互联网商业信息监测与大数据分析系统 V1.0	软著登字第 1040951 号	2015SR 153865	2015.4.20	2015.8.10	原始取得	博拉网络
2	博拉电商营销大数据分析系统 V1.0	软著登字第 1040965 号	2015SR 153879	2015.3.15	2015.8.10	原始取得	博拉网络
3	电子商务大数据分析系统 V1.0	软著登字第 1248033 号	2016SR 069416	2015.11.15	2016.4.6	原始取得	博拉网络
4	基于大数据的 Mooc 数字培训软件 V1.0	软著登字第 1476743 号	2016SR 298126	2016.5.26	2016.10.19	原始取得	博拉网络
5	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统 V1.0	软著登字第 2465891 号	2018SR 136796	2017.12.29	2018.3.01	原始取得	赢盛达
6	物联网信息处理与数据分析系统	软著登字第 2462191 号	2018SR 133096	2017.12.28	2018.2.28	原始取得	博拉网络
7	线下营销数据监测系统 V1.0	软著登字第 2462529 号	2018SR 133434	2017.11.21	2018.2.28	原始取得	赢盛达
8	博拉微电商平台 V1.0	软著登字第 1100602 号	2015SR 213516	2015.8.15	2015.11.5	原始取得	博拉网络
9	博拉数字营销管理平台 V1.0	软著登字第 1101060 号	2015SR 213974	2015.5.2	2015.11.5	原始取得	博拉网络
10	博拉跨境投资服务电子平台 V1.0	软著登字第 1246546 号	2016SR 067929	2015.6.15	2016.4.5	原始取得	博拉网络
11	电子商务数字营销服务系统（简称：数字营销）V1.0	软著登字第 1477684 号	2016SR 299067	2016.1.30	2016.10.20	原始取得	博拉网络
12	博拉电子商务销售服务软件 V1.0	软著登字第 0906088 号	2015SR 019006	2014.11.26	2015.1.31	原始取得	博拉网络
13	博拉电子商务分销管理系统 V1.0	软著登字第 1040981 号	2015SR 153895	2015.6.19	2015.8.10	原始取得	博拉网络
14	电子商务数字营销服务系统（简称：数字营销）V2.0	软著登字第 1551303 号	2016SR 372687	2016.7.28	2016.12.14	原始取得	博拉网络



15	360度全景产品展示系统 V1.0	软著登字第1605836号	2017SR020552	2016.8.17	2017.1.20	原始取得	博拉网络
16	虚拟现实 VR 导览应用系统（简称：VR 导览） V1.0	软著登字第1477689号	2016SR299072	2016.3.25	2016.10.20	原始取得	博拉网络
17	伍觉全景微展示系统 V1.0	软著登字第1081773号	2015SR194687	2015.7.19	2015.10.12	原始取得	伍觉软件
18	交互式企业在线虚拟展馆应用系统 V1.0	软著登字第1605660号	2017SR020376	2016.7.24	2017.1.20	原始取得	博拉网络
19	管网巡检 AR 管理系统	软著登字第2462022号	2018SR132927	2017.12.31	2018.2.28	原始取得	博拉网络
20	博拉物流中转管理电子平台 V1.0	软著登字第1100607号	2015SR213521	2015.7.25	2015.11.5	原始取得	博拉网络
21	综合跨境电商平台 V1.0	软著登字第2462534号	2018SR133439	2017.11.08	2018.2.28	原始取得	赢盛达
22	汽车云店商城系统 V1.0	软著登字第2468686号	2018SR139591	2017.11.16	2018.3.02	原始取得	赢盛达
23	二手车综合在线交易服务平台 V1.0	软著登字第2465906号	2018SR136811	2017.11.10	2018.3.01	原始取得	赢盛达
24	智能视频安防管理系统	软著登字第2438442号	2018SR109347	2017.12.31	2018.2.12	原始取得	北京博拉
25	物业智能终端系统 V1.0	软著登字第2463773号	2018SR134678	2017.11.21	2018.3.01	原始取得	伍觉软件
26	电子政务基础管理平台 V1.0	软著登字第2464810号	2018SR135715	2017.11.15	2018.3.01	原始取得	伍觉软件
27	伍觉社区智能服务平台 V1.0	软著登字第2002830号	2017SR417546	2017.5.24	2017.8.2	原始取得	伍觉软件
28	跨平台电商渠道管理系统 V1.0	软著登字第1100643号	2015SR213557	2015.3.10	2015.11.5	原始取得	博拉网络
29	博拉精准广告联盟系统 V1.0	软著登字第1100995号	2015SR213909	2015.6.15	2015.11.5	原始取得	博拉网络
30	博拉在线游戏互动营销软件 V1.0	软著登字第1101024号	2015SR213938	2015.7.15	2015.11.5	原始取得	博拉网络
31	E-SBS 社会化营销资产管理平台 V1.0	软著登字第1101032号	2015SR213946	2015.5.15	2015.11.5	原始取得	博拉网络
32	数字街市-微电商聚合平台 V1.0	软著登字第1101069号	2015SR213983	2015.8.15	2015.11.5	原始取得	博拉网络
33	扫拉会员推广互联网软件 V1.0	软著登字第BJ39892号	2014SRBJ0335	2014.3.6	2014.6.4	原始取得	北京博拉
34	微团 OTO 电商互联网软件 V1.0	软著登字第BJ40007号	2014SRBJ0450	2014.5.26	2014.8.22	原始取得	北京博拉
35	赛事提醒互联网软件 V1.0	软著登字第BJ40008号	2014SRBJ0451	2014.5.26	2014.8.22	原始取得	北京博拉

36	赛事竞猜互联网软件 V1.0	软著登字第 BJ40009 号	2014SR BJ0452	2014.5.26	2014.8.22	原始取得	北京博拉
37	潘多拉魔盒互动游戏互联网软件 V1.0	软著登字第 BJ40280 号	2014SR BJ0723	2014.9.11	2014.12.19	原始取得	北京博拉
38	微信通-微信营销商业支持系统 V1.0	软著登字第 1100584 号	2015SR 213498	2015.8.15	2015.11.5	原始取得	博拉网络
39	博拉我爱车车友会平台软件 V1.0	软著登字第 0892498 号	2015SR 005416	2014.12.1	2015.1.12	原始取得	上海博拉
40	E-CMS 大型网站内容管理系统 V1.0	软著登字第 1081776 号	2015SR 194690	2015.7.25	2015.10.12	原始取得	伍觉软件
41	P2P 金融服务电子平台 V1.0	软著登字第 1081974 号	2015SR 194888	2015.7.22	2015.10.12	原始取得	伍觉软件
42	伍觉物联网综合协议服务平台 V1.0	软著登字第 1082095 号	2015SR 195009	2015.8.5	2015.10.12	原始取得	伍觉软件
43	特许加盟经营管理平台（简称：加盟管理平台）V1.0	软著登字第 1486415 号	2016SR 307798	2016.2.23	2016.10.26	原始取得	博拉网络
44	网上税务局综合服务大厅信息服务平台 v1.0	软著登字第 1477042 号	2016SR 298425	2016.5.25	2016.10.19	原始取得	伍觉软件
45	税务综合服务 iOS 版移动应用软件 V1.0	软著登字第 1503148 号	2016SR 324531	2016.8.10	2016.11.9	原始取得	伍觉软件
46	电商物流调度管理移动平台 Android 版软件 V1.0	软著登字第 1477680 号	2016SR 299063	2016.3.25	2016.10.20	原始取得	博拉网络
47	企业在线虚拟积分管理系统 V1.0	软著登字第 1476748 号	2016SR 298131	2016.2.23	2016.10.19	原始取得	博拉网络
48	B-HOME 智慧社区服务云平台 V1.0	软著登字第 1486410 号	2016SR 307793	2016.3.25	2016.10.26	原始取得	博拉网络
49	电商物流调度管理移动平台 iOS 版软件（简称：物流管理 iOS 版软件）V1.0	软著登字第 1476740 号	2016SR 298123	2016.6.22	2016.10.19	原始取得	博拉网络
50	税务综合服务 Android 版移动应用软件 V1.0	软著登字第 1477455 号	2016SR 298838	2016.8.15	2016.10.19	原始取得	伍觉软件
51	企业绩效管理服务平台 V1.0	软著登字第 1497550 号	2016SR 318933	2016.4.25	2016.11.04	原始取得	北京博拉
52	旅游集散中心站务管理系统 V1.0	软著登字第 1575130 号	2016SR 396514	2016.4.13	2016.12.26	原始取得	赢盛达
53	工程建设招标投标交易管理系统 V1.0	软著登字第 1605655 号	2017SR 020371	2016.5.10	2017.1.20	原始取得	赢盛达

54	股票交易分析移动应用软件 V1.0	软著登字第 1615667 号	2017SR 030383	2016.7.15	2017.2.4	原始取得	上海博拉
55	金融信贷授信计算管理软件 V1.0	软著登字第 1612854 号	2017SR 027570	2016.11.24	2017.2.3	原始取得	上海博拉
56	汽车金融在线服务平台 V1.0	软著登字第 1615665 号	2017SR 030381	2016.8.19	2017.2.4	原始取得	上海博拉
57	汽车销售交车管理系统 V1.0	软著登字第 1614296 号	2017SR 029012	2016.4.28	2017.2.4	原始取得	上海博拉
58	图文智能识别与管理软件 V1.0	软著登字第 1611167 号	2017SR 025883	2016.7.28	2017.1.25	原始取得	北京博拉
59	E-Mob 移动 APP 营销系统 V1.0	软著登字第 1100539 号	2015SR 213453	2015.7.25	2015.11.5	原始取得	博拉网络
60	微信矩阵应用管理系统 V1.0	软著登字第 1612165 号	2017SR 026881	2016.8.15	2017.1.26	原始取得	赢盛达
61	众创空间 O2O 信息服务平台 V1.0	软著登字第 1630043 号	2017SR 044759	2016.12.16	2017.2.16	原始取得	赢盛达
62	E-SHOP 电子商城管理平台 V1.0	软著登字第 1040984 号	2015SR 153898	2015.4.15	2015.8.10	原始取得	博拉网络
63	酒业 B2B 全渠道管理平台软件 V1.0	软著登字第 1640994 号	2017SR 055710	2016.12.22	2017.2.27	原始取得	北京博拉
64	智慧医疗健康 o2o 服务平台 V1.0	软著登字第 1641970 号	2017SR 056686	2016.12.21	2017.2.27	原始取得	上海博拉
65	新零售电商运营平台	软著登字第 2436741 号	2018SR 107646	2017.12.31	2018.2.11	原始取得	上海博拉
66	农村生鲜电商管理平台	软著登字第 2435652 号	2018SR 106557	2017.11.19	2018.2.09	原始取得	上海博拉
67	孵化园区项目管理平台	软著登字第 2435656 号	2018SR 106561	2017.11.15	2018.2.09	原始取得	上海博拉
68	O2O 社区电商平台	软著登字第 2435661 号	2018SR 106566	2017.11.24	2018.2.09	原始取得	上海博拉
69	区域市场电商促销系统	软著登字第 2438475 号	2018SR 109380	2017.11.12	2018.2.12	原始取得	北京博拉
70	食品安全 VR 教育系统 V1.0	软著登字第 2463786 号	2018SR 134691	2017.11.24	2018.3.01	原始取得	伍觉软件
71	博啦博客话题广告系统 V1.0	软著登字第 101589 号	2008SR 14410	2007.3.15	2008.7.23	原始取得	博拉网络
72	博拉品牌汽车移动 app IOS 版软件 V1.0	软著登字第 0765397 号	2014SR 096153	2013.5.26	2014.7.11	原始取得	博拉网络
73	博拉品牌汽车移动 app android 版软件 V1.0	软著登字第 0765399 号	2014SR 096155	2013.5.26	2014.7.11	原始取得	博拉网络
74	博拉 B2B 电商平台管理软件 V1.0	软著登字第 0765402 号	2014SR 096158	2013.5.28	2014.7.11	原始取得	博拉网络

75	博拉会务管理 IOS 版软件 V1.0	软著登字第 0765411 号	2014SR 096167	2013.5.28	2014.7.11	原始取得	博拉网络
76	博拉会务管理 android 版软件 V1.0	软著登字第 0765415 号	2014SR 096171	2013.5.28	2014.7.11	原始取得	博拉网络
77	博拉微喜帖软件微喜帖 V1.0	软著登字第 0765439 号	2014SR 096195	2013.5.28	2014.7.11	原始取得	博拉网络
78	博拉微信分享达人软件 V1.0	软著登字第 0869082 号	2014SR 199849	2014.10.19	2014.12.18	原始取得	博拉网络
79	博拉微信全民经纪人软件 V1.0	软著登字第 0869561 号	2014SR 200328	2014.10.19	2014.12.18	原始取得	博拉网络
80	伍觉社区智能服务平台 V2.0	软著登字第 2473629 号	2018SR 144534	2017.12.31	2018.3.5	原始取得	伍觉软件
81	博拉 O2O 终端门店管理电子平台 V1.0	软著登字第 1040958 号	2015SR 153872	2015.6.15	2015.8.10	原始取得	博拉网络
82	博拉微电商分销体系管理系统 V1.0	软著登字第 1100541 号	2015SR 213455	2015.7.18	2015.11.5	原始取得	博拉网络
83	集客通-移动营销软件系统 V1.0	软著登字第 1040954 号	2015SR 153868	2015.5.20	2015.8.10	原始取得	博拉网络
84	E-SEM 搜索营销系统 V1.0	软著登字第 1100524 号	2015SR 213438	2015.6.15	2015.11.5	原始取得	博拉网络
85	商业直供渠道管理电子平台 V1.0	软著登字第 1100611 号	2015SR 213525	2015.5.10	2015.11.5	原始取得	博拉网络
86	电子商务客服服务平台 V1.0	软著登字第 1661905 号	2017SR 076621	2016.12.29	2017.3.13	原始取得	博拉网络
87	微信 CRM 智能应答系统 V1.0	软著登字第 1612564 号	2017SR 027280	2016.9.15	2017.1.26	原始取得	赢盛达
88	博拉集客服务平台软件 V1.0	软著登字第 BJ40722 号	2015SR BJ0164	2015.1.26	2015.3.27	原始取得	北京博拉
89	E-SCRM 互联网客户关系管理系统 V1.0	软著登字第 1040960 号	2015SR 153874	2015.3.15	2015.8.10	原始取得	博拉网络
90	基于云技术的汽车销售全流程平台 V1.0	软著登字第 4192602 号	2019SR 0771845	2019.6.5	2019.7.25	原始取得	博拉网络
91	博拉校园卫士系统（简称：博拉校园卫士）V1.0	软著登字第 4149290 号	2019SR 0728533	2019.6.14	2019.7.15	原始取得	北京博拉
92	AIMV-IMMS 博拉物体识别技术智能管理平台 V1.0	软著登字第 3966609 号	2019SR 0545852	2018.12.25	2019.5.30	原始取得	博拉智略
93	AI 安防管理系统 V1.0	软著登字第 3966522 号	2019SR 0545765	2018.7.10	2019.5.30	原始取得	博拉智略
94	云擎软件（简称：	软著登字第	2019SR	2019.6.25	2019.7.9	原始	伍觉

	云擎) V1.0	4127944 号	0707187			取得	软件
95	考棚小学软件（简称：考棚小学）V1.0	软著登字第 4417319 号	2019SR 0996562	未发表	2019.9.26	原始取得	北京博拉

公司各类软件系统和产品均使用国际标准的开放源代码系统或语言自主研发，并且获得软件著作权，公司通过对这些软件和产品模块的组装应用，构建了博拉大数据应用系统平台及针对主要行业的定制化应用平台，涵盖数字营销（E-Marketing）、电子商务服务（E-Commerce）、电子会员服务（E-Club）等主要场景应用板块，成为公司向企业提供“大数据+技术产品+应用服务”业务模式的基础。

### 3、域名使用权

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有域名证书共计 32 项，具体情况如下：

序号	域名	注册所有人	注册时间	到期时间
1	bolaa.cn	博拉网络股份有限公司	2005.6.3	2020.6.3
2	bolaa.com.cn	博拉网络股份有限公司	2005.6.3	2020.6.3
3	bolaa.net.cn	博拉网络股份有限公司	2005.6.3	2020.6.3
4	bolaa.com	博拉网络股份有限公司	2005.4.20	2021.4.20
5	bolaa.net	博拉网络股份有限公司	2005.4.22	2021.4.22
6	fordapp.top	博拉网络股份有限公司	2015.8.26	2022.8.26
7	changan001.cn	博拉网络股份有限公司	2015.11.17	2020.11.17
8	bolaa.cc	博拉网络股份有限公司	2016.4.12	2026.4.12
9	wauwo.cn	重庆伍觉软件有限公司	2015.7.7	2020.7.7
10	wauwo.com	重庆伍觉软件有限公司	2015.7.7	2020.7.7
11	wauwo.net	重庆伍觉软件有限公司	2015.7.7	2020.7.7
12	52che.com	重庆云集通广告传媒有限公司	2007.4.4	2025.4.4
13	52che.cn	重庆云集通广告传媒有限公司	2007.9.15	2023.9.15
14	cqysda.com	重庆赢盛达科技有限公司	2016.2.24	2021.2.24
15	carrefourvip.com.cn	重庆赢盛达科技有限公司	2016.4.6	2021.4.6
16	lifan001.com	重庆赢盛达科技有限公司	2016.4.20	2020.4.20
17	migateway.com	重庆赢盛达科技有限公司	2016.5.13	2020.5.13
18	bolaae2c.com	重庆赢盛达科技有限公司	2016.5.25	2020.2.25
19	dsn2017.com	重庆赢盛达科技有限公司	2016.11.11	2020.11.11
20	lingmu001.com	重庆赢盛达科技有限公司	2016.12.30	2020.12.30

21	changan002.cn	重庆赢盛达科技有限公司	2017.5.5	2020.5.5
22	china4ajinyinjiang.com	重庆赢盛达科技有限公司	2017.6.23	2020.6.23
23	china4ajinyin.com	重庆赢盛达科技有限公司	2017.6.23	2020.6.23
24	china4ajyj.com	重庆赢盛达科技有限公司	2017.6.23	2020.6.23
25	ysdact.com	重庆赢盛达科技有限公司	2018.1.23	2020.1.23
26	e2cysd.com	重庆赢盛达科技有限公司	2018.1.23	2020.1.23
27	changan003.cn	重庆赢盛达科技有限公司	2018.5.20	2020.5.20
28	becdoor.com	重庆博聚智海电子商务有限公司	2012.11.30	2020.11.30
29	cafconference.com	重庆博聚智海电子商务有限公司	2013.12.9	2020.12.9
30	bolaafy.cn	昆明博拉飞鱼科技有限公司	2016.4.14	2021.4.14
31	kmbolaafy.cn	昆明博拉飞鱼科技有限公司	2017.9.7	2020.9.7
32	kmbolaa.cn	昆明博拉飞鱼科技有限公司	2018.2.23	2020.2.23

#### 4、已获专利

截至本招股说明书签署之日，发行人及子公司拥有专利 21 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利号	专利类型	申请日	授权公告日	专利权人	有效期
1	基于 MapReduce 的 LBS 兴趣点发现方法	2014100379997	发明	2014.1.26	2016.11.9	博拉网络	20 年
2	一种社交网络中的社区结构发现方法	2014100200366	发明	2014.1.16	2017.1.18	博拉网络	20 年
3	基于目标空间关系约束的视频监控智能预警方法	2013104754107	发明	2013.10.12	2016.4.6	博拉网络	20 年
4	基于视觉注意的全景可定位视频编码方法	2013104761505	发明	2013.10.12	2016.10.26	博拉网络	20 年
5	基于子网格特征自适应加权的视频图像文字识别方法	2012101243764	发明	2012.4.25	2014.2.12	博拉网络	20 年
6	一种基于 GPU 的并行演化超网络 DNA 微阵列基因数据分类系统及方法	201310200205 X	发明	2013.5.24	2016.12.28	博拉网络	20 年

7	一种基于多特征和稀疏表示的图像检索系统及方法	2014103338791	发明	2014.7.14	2018.4.27	博拉网络	20年
8	一种基于自学习算法的预警系统及移动终端	2015107673628	发明	2015.11.10	2018.9.7	博拉网络	20年
9	一种新型元数据管理系统和一种元数据属性混合索引方法	2011102564518	发明	2011.8.31	2013.8.21	赢盛达	20年
10	基于机器视觉的安全带佩带识别方法及装置	2012100187108	发明	2012.1.20	2013.10.23	赢盛达	20年
11	一种社会网络数据敏感属性隐私保护方法	2013106830020	发明	2013.12.13	2017.1.11	赢盛达	20年
12	一种应用于多核系统的分布式引用计数系统及计数方法	2014101208168	发明	2014.3.28	2017.8.11	赢盛达	20年
13	一种基于数据库参数利用的系统开发的方法	2014103452496	发明	2014.7.21	2016.5.25	赢盛达	20年
14	基于时间信息的适应用户兴趣变化的动态推荐方法	2014105839817	发明	2014.10.27	2018.9.7	赢盛达	20年
15	传感器、传感器应用电路、人工智能设备、智能机器人、具有机器学习能力人工神经元硬件	2014107447618	发明	2014.12.9	2017.12.8	赢盛达	20年
16	一种 NFC 系统智能识别方法	2015102491820	发明	2015.5.15	2018.4.3	赢盛达	20年
17	一种基于改进 ABC 算法与 DE 变异策略的自适应聚类方法	2015107665195	发明	2015.11.11	2018.11.27	赢盛达	20年
18	设置基于互联网的大数据分发平台的巴士	2017109887584	发明	2017.1.20	2018.6.15	赢盛达	20年
19	一种人工智能交互支架	2018100205688	发明	2018.1.9	2019.2.15	赢盛达	20年

20	基于图像分析的拥堵程度判断系统	2018102430110	发明	2018.3.23	2019.4.5	赢盛达	20年
21	大数据画面内容核查方法	2018102690372	发明	2018.3.29	2019.4.9	赢盛达	20年

根据发行人提供的《专利登记簿副本》、发行人出具的书面说明，并登录国家知识产权局网站——中国及多国专利审查信息查询系统进行查询，并前往国家知识产权局走访，经核查，截至招股说明书签署日，发行人目前拥有的上述专利权属清晰、存续状态良好，不存在权属争议，也不存在质押、司法查封等可能导致权利行使受到限制的情形。保荐机构对于发行人及子公司就上述专利缴纳年费的凭证进行了查验，根据查验结果，截至本招股说明书签署日，发行人及子公司每年均按期缴纳专利年费，已披露的专利不存在因漏缴、欠缴相应费用导致专利失效的情形。

## 5、高新技术产品

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有的高新技术产品具体情况如下：

序号	服务/产品名称	类别	技术来源	证书编号
1	互联网商业信息监测与大数据分析系统技术服务	重庆市高新技术产品	自主研发	渝科委 2017A1317
2	电商营销大数据分析系统技术服务	重庆市高新技术产品	自主研发	渝科委 2017A1318
3	集客通-移动营销软件系统技术服务	重庆市高新技术产品	自主研发	渝科委 2017A1319

### （三）公司的业务许可资格或资质情况

取得人	名称	编号	发证时间	发证机关
博拉有限	软件企业认定证书	渝 R-2013-0132	2014年5月6日	重庆市经济和信息化委员会
博拉有限	软件及信息服务外包企业认定证书	渝 S-2010-0008	2010年9月25日	重庆市经济和信息化委员会
博拉有限	电子商务企业认定证书	渝 EC-2013-0001	2013年5月2日	重庆市经济和信息化委员会
重庆云集通	增值电信业务经营许可证	渝 B2-20170002	2017年1月3日	重庆市通信管理局
重庆云集通	ICP/IP地址/域名信息备案（网站域	备案主体备案/许可证号：	2016年6月7日	工业和信息化部



	名：52che.com)	渝 ICP 备 16005637 号 网站备案/许可 证号：渝 ICP 备 16005637 号-1		
博拉网络	ICP/IP 地址/域名 信息备案（网站域 名：bolaa.com.cn； bolaa.com； bolaa.cn； bolaa.net； bolaa.net.cn；）	备案主体备案/ 许可证号： 渝 ICP 备 15011108 号 网站备案/许可 证号：渝 ICP 备 15011108 号-1	2018 年 4 月 12 日	工业和信息化部
博聚智海	食品经营许可证	JY15003590086 865	2019 年 4 月 8 日	重庆两江新区市场 和质量监督管理局

上述《电子商务企业认定证书》、《软件及信息服务外包企业认定证书》、《软件企业认定证书》的公司名称仍为“重庆博拉网络发展有限公司”。整体变更设立股份公司后，公司及时向发证机关提出了更名申请。

2016 年 2 月 29 日，重庆市经济和信息化委员会出具《关于博拉网络股份有限公司申请变更证书名称的回复意见》，确认根据国务院下发的《关于取消和调整一批行政审批项目等事项的决定》（国发【2015】11 号）以及重庆市经济和信息化委员会下发的《关于废止部分规范性文件的通知》（渝经信法规【2015】18 号），停止软件企业认定以及重庆市软件及信息服务外包企业、重庆市电子商务企业的认定。

发行人律师经核查后认为：由于发行人系由博拉有限整体变更设立的股份有限公司，因此，上述证书所载公司名称无法变更不会对发行人正常生产经营造成实质性法律障碍。

#### （四）高新技术企业认定

2015 年 11 月 20 日，博拉有限取得重庆市科学技术委员会、重庆市财政局、重庆市国家税务局、重庆市地方税务局核发的《高新技术企业》证书（编号：GR201551100320），有效期三年。

2018 年 11 月 12 日，博拉网络取得重庆市科学技术局、重庆市财政局、国家税务总局重庆市税务局核发的《高新技术企业》证书（编号：GR201851100439），有效期三年。

2018年11月12日，重庆伍觉软件有限公司取得重庆市科学技术局、重庆市财政局、国家税务总局重庆市税务局核发的《高新技术企业》证书（编号：GR201851100034），有效期三年。

#### （五）企业技术中心认定

2018年12月6日，发行人获得重庆市企业技术中心认定。重庆市企业技术中心系由重庆市经济和信息化委员会牵头，会同重庆市财政局、国家税务总局重庆市税务局和重庆海关联合开展认定的企业技术研发与创新机构，认定的企业是在该区域行业中具有显著的发展优势和竞争优势，具有较强的技术创新能力和水平。

### 六、特许经营权

本公司所从事的业务不涉及特许经营。

### 七、核心技术和研发

目前，大数据技术无论是在大数据文件系统、数据存储、大数据搜集、数据处理、查询引擎、分析和报告工具、调度与管理服务等方面均有大量开源工具，已经构建了庞大和完整的大数据开源组件图谱。著名的大数据开源框架，例如批处理框架 Hadoop、流处理框架 Storm、混合框架 Spark 等已经被业内广泛使用。国内外大多数知名数字经济企业如谷歌、IBM、Oracle、英特尔、Adobe、Facebook、Twitter、华为等均明确支持，并且大量使用开源技术框架，在开源基础上开发大量自有产品和应用功能。在国内的大数据及互联网企业，包括阿里、百度、腾讯、360等均全面采用开源大数据技术框架进行数据处理和产品开发，共享大数据知识成果。

由此，大数据行业领域和权威专家学者也都普遍认为，在开源的生态环境中，大数据企业如何拥有自己的核心技术和竞争力，关键就是理解、掌握开源代码，能优化提升现有数据处理工具的效率和处理范围，能更合理的使用开源基础来解决实际的应用问题，能为行业和客户id提供满足其需求的大数据工具和应用服务。

“大数据没有应用场景（目的）就没有价值”，大数据已应用到企业经营的各个环节，其中决策支持、效率提升和精准营销三项为最主要、也是最广泛的应用方

向，这也需要大数据服务商能够提供高度融合的行业应用产品，将大数据技术落地和产生实际应用价值。

博拉网络作为国内知名的企业大数据服务提供商，依托积累了十多年的行业数据资源与 E2C 大数据云平台，为企业提供多类型大数据软件的技术开发，并帮助企业在数字营销、媒体投放、电子商务、客户关系管理等多个主要商业场景中运营、升级这些大数据软件，应用大数据帮助企业制定决策、提升效率和实施精准营销，构建实体企业的大数据资产和智能应用平台。

### （一）公司的核心技术及技术来源

#### 1、公司的核心技术、技术来源、技术先进性及具体表征、对应的相关发明专利情况

公司以互联网和大数据技术起家，技术是公司的核心竞争优势。公司管理和技术核心团队拥有互联网产品技术底蕴和互联网思维。公司在搜索引擎、数据采集和语义分析、信息挖掘技术方面积累了丰富的经验和技術实力，为公司以大数据为核心的技术产品研发和创新奠定了坚实的基础。

公司在长期为企业客户提供服务的实践中持续加强技术研究和产品创新探索，进一步升级了主要的技术和产品体系，开发了独有的数据挖掘算法和计算引擎，将机器深度学习等人工智能技术引入数据的处理、加工流程中，构建了个性化标签体系和精准人群数据中心，具备了对数据的采集、存储、智能运算和管理能力，以及实时的全网数据监测分析能力，掌握了大数据核心关键技术，形成了以 E2C（E-service to Company）大数据云平台为技术核心，以“大数据+技术产品+应用服务”为主要业务模式的企业大数据智能应用体系，创新研发了一批拥有自主知识产权的大数据应用技术产品，涉及的大数据场景应用非常丰富，并结合了云计算、人工智能、物联网、虚拟现实等前沿技术，推出了“数据+智能技术+场景”三位一体的应用模式，覆盖了企业经营决策分析、市场传播、销售、CRM、现场管理等主要业务环节。

公司已拥有自主研发的高新技术产品 3 项；原始取得的软件著作权 95 项；拥有和正在申请的大数据及相关发明专利 52 项，具体情况参见本节“五、与公司业务相关的资源要素”之“（二）主要无形资产”。

公司自主研发的互联网和大数据主要核心技术如下：

核心技术名称	技术先进性及具体表征	技术来源	应用领域	对应的相关发明专利（21项） （3项已获得，18项已受理审查）
企业商业数据监测技术	<p>1、数据和信息的采集能力：通过自主开发的分布式网络智能蜘蛛（NSS）采集系统对企业信息、口碑等进行全网实时监测跟踪,对有效数据进行存储。</p> <p>2、数据和信息的挖掘和分析能力：利用按行业自主训练的 NLP（自然语言处理技术）对信息主题、情感进行分析归类，自动生成分析报告，对敏感信息和热点信息进行跟踪分析。能根据全网的舆情信息进行行业数据实时收集和分析、跟踪，对舆情处理有自动化的建议和响应机制，通过舆情大数据分析更及时的智能生成数字商业方案和执行策略调整。</p> <p>3、数据和信息的业务积累、整合、应用能力：通过多年的数据合作渠道，在广告投放和营销活动中，对投放渠道进行效果建模、验证和分析，对媒体渠道的用户特点、兴趣、喜好有全面的多维度的数据积累。</p>	自主研发	企业市场调研、竞品动态和品牌舆情监测，客户数字品牌分析，产品改进和市场营销等经营决策的制定，供应链金融服务，潜在客户收集和挖掘	<p>1、一种基于大数据的用户搜索匹配方法（等待实审提案）；</p> <p>2、面向文本大数据的词语处理方法（等待实审提案）；</p> <p>3、基于子网格特征自适应加权的视频图像文字识别方法（已取得）；</p> <p>4、一种社交网络中的社区结构发现方法（已取得）；</p> <p>5、一种基于大数据的用户购买意向预测方法（等待实审提案）；</p> <p>6、一种云计算服务方法装置和存储介质（等待实审提案）；</p> <p>7、一种基于大数据的供应链需求预测方法（等待实审提案）</p>
用户大数据画像技术	<p>1、强大的结构化数据和非结构化的数据自动处理能力，利用 Kafka、spark streaming 的实时流技术，以及 MongoDB、HBase 等分布式数据库收集用户行为数据，并高效率进行清洗、脱敏、存储、索引、搜索等数据处理，实现其标准化；具备数据挖掘，算法定制，数据可视化，预测性分析等核心技术能力。</p> <p>2、十多年的行业数据积累和以多形态、多模态数据进行交互并利用,通过 Spark MLlib（spark 机器学习库）利用上千次项目实践的业务数据进行强化迭代训练，按用户对产品兴趣、个体行为等特征进行数据分析收集，按行业建立了用户属性参数、产品属性参数、用户兴趣参数的多维度用户分析大数据画像模型，其用户参数维度数量和分析精准性具有优势。</p>	自主研发	精准营销，企业品牌&产品&客户分析，企业 DMP 数据资产平台建设，个性化客户服务，	<p>1、大数据精准模型的构建方法及装置（等待实审提案）；</p> <p>2、基于用户习惯的大数据画像及模型构建方法（等待实审提案）；</p> <p>3、一种购买意愿预测方法装置和商品管理服务器（等待实审提案）</p>

	3、实现用户不同触点的统一视图，打通用户在短信、社交媒体、电商平台、实体店铺，客服中心的可识别的用户标识 UniqueID（不限于 Cookie, IDFA, UDID 等）的管理，实现用户的全周期全息的归一分析。			
智能营销技术	<p>1、营销效果预测：根据上万数字营销案例和数百种方案维度和效果参数，结合自身已实现的数千万条营销和电商方案大数据进行特征归类，根据研发的自动化训练模型进行机器学习训练，预估效果准确，让广告投放选择更精准的媒体渠道，让营销和电子商务活动价值落地，实现智能优化营销路径，提升效果。</p> <p>2、精准营销：和数据监控技术的分析数据结合，对方案聚类、归纳、效果优化，能迅速的根据客户和业务团队需求精准匹配，给出多种可行营销方案建议，提供更丰富和个性化的营销方案和电子商务转化路径，结合用户的实际场景实时跟踪转化路径和效果并及时调整营销方案，使用户价值最大化。</p> <p>3、营销数据支撑软件库：建立了超过 100 项的以大数据为支撑的专业组件，企业客户可根据智能分析营销结果选择组件库中的技术模块，组合成起吻合其应用需求的数据业务平台。</p>	自主研发	客户营销策划的量化分析，辅助营销方案制定，电商建设和运营服务、客户关系管理，企业数据资产平台的快速搭建和部署	<p>1、一种基于大数据用户行为分析的个性化推荐方法（等待实审提案）；</p> <p>2、互联网产品运用中的 360 度全景展示系统（等待实审提案）；</p> <p>3、一种大数据金融场景下的用户购买预测方法（等待实审提案）；</p> <p>4、一种基于移动大数据的用户购买意向预测方法（等待实审提案）；</p> <p>5、O2O 渠道数据分析系统（等待实审提案）；</p> <p>6、基于大数据分析销售数据算法（等待实审提案）；</p> <p>7、电商后台数据分析算法（等待实审提案）；</p> <p>8、基于大数据搜索的 AI 机器人对话控制方法和系统（等待实审提案）；</p> <p>9、一种训练人工智能摄像头识别特征物体的训练方法（等待实审提案）；</p> <p>10、一种用于自助存取件的物流调度平台及方法（等待实审提案）；</p> <p>11、基于 MapReduce 的 LBS 兴趣点发现方法（已取得）</p>

## (1) 企业商业数据监测技术独特性和突破

核心技术名称	使用的平台技术及技术框架	独特性和突破点
企业商业数据监测技术	Python、Scala、Flume 分布式、Zookeeper、Kafka、MongoDB、Redis、Hadoop、Hbase、Hive、Sqoop、Elasticsearch 等	<p>1、对海量数据持续跟踪的分布式智能协调调度技术，让采集服务器在可控的资源成本下高效协调采集跟踪数据，并提高了数据的复用度；</p> <p>2、智能大数据架构，伸缩弹性更大。设备自组网、自我管理，支持企业便捷私有化部署，按需弹性扩容。支持分布式搜索引擎，通过分布式数据库 MongoDB，支持数据存储，PB 级记录，毫秒级即可完成数据检索。实现从数据采集到实际场景的完整技术框架。基于数据和行业特征生成企业定制模型，集成到企业行业相关软件组件中，并运用到行业具体场景中进行落地实施。兼容各种数据来源、各种处理算法、各种开发平台及行业应用的大数据架构，能够高效通过组件调度技术快速生成行业解决方案；</p> <p>3、智能分析技术，基于 AI 引擎能实现全互联网分析，除语义分析外，还包括视频图像、图片等内容进行理解和分析，生成可视化分析结果和商业行为的特征信息。基于计算机多媒体识别算法，包括视频监控数据和商业运营数据通过智能分析技术进行用户购买意向等商业行业的预测和分析。</p>

举例：商业信息监测及数据分析系统：



发行人为汽车行业客户开发了互联网商业信息监测和数据分析系统，该系统可以 24 小时不间断自动采集客户汽车品牌在互联网上的相关信息，分析该品牌

的网络声量、分布区域、用户关注度、车型评价，客户对该车型的配置、操控、安全、油耗高低、空间等各个产品要素的总体反馈意见，及时发现和追踪用户投诉和负面信息，分析比较竞争对手的产品优缺点和市场最新动态等，为客户在产品改进、营销规划等方面提供数据支撑。

独特性和突破点如下：

通过大数据手段，打通了企业外部及内部各个系统间的信息孤岛，整合各类信息资源并挖掘信息深层次价值。

#### 1) 支持智能分析技术，多媒体信息挖掘

区别于传统舆情监测系统的数据分析，发行人自主研发的智能分析技术基于计算机图像识别算法技术，能够实现对图片、文字内容进行理解和分析，还支持汽车行业产品及相关媒体数据，实现精准语义理解、情感判断学习，生成可视化内容和行为的描述信息。

#### 2) 基于行业定制的智能事件挖掘

突破常规舆情监测系统针对事件以时间、数据本身进行分析的维度，打造基于客户行业定制化的分析纬度，构建对单一或多个媒体、KOL 或产品、竞争产品关联的事件分析，能够有效的进行情感预判，分析事件走向。

#### 3) 行业数据监测体系构建

与传统数据监测只提供数据检索的服务不同，针对汽车行业专门建立数据指标体系，涵盖产品功能体系、媒体舆论体系，企业活动相关的 UGC（用户原创内容）内容体系、企业活动相关的用户情感体系等，体系内容可灵活更新扩充，并提供相关的舆情监测自定义信息推送服务。

### （2）用户大数据画像技术独特性和突破

核心技术名称	使用的平台技术及技术框架	独特性和突破点
用户大数据画像技术	Mahout、Spark、Storm、Scikit-learn、Tensorflow、MongoDB、Redis、Hadoop、Hbase、Hive、Sqoop、Elasticsearch 等	1、对海量商业数据进行自动化多维度的数据标注技术，替代了人工实施数据标注的行业通用做法，数据处理速度更快，成本更低。产生用于后续进行机器学习、智能分析的高价值商业数据标注库； 2、多维度智能分析能力，通过对精准模型的构建方法和基于用户习惯的大数据画像模型的研究，形成了独有的模型架构和分析方法，

	<p>并支持可视化操作管理和图形化研判分析及智能标签分析；</p> <p>3、实现对线下商业场景视频监控中出现的用户/物体/动作等内容精准识别并进行标签画像；</p> <p>4、大于 250 个用户基础画像标签，可根据业务和商业场景需要生成上万个不同的组合标签。</p>
--	---

举例：零售行业客户小程序会员管理项目：



### 聚焦用户生命周期，持续挖掘转化潜在价值

该小程序会员管理项目形成了智慧零售的数字会员管理，更精准触达目标消费人群，提升品牌忠诚度的目的。该项目主要运用用户大数据画像技术，通过独立业务场景进行数据采集与用户行为分析，度量运营效果，融合业务消费场景，打通数据孤岛，丰富自建数据平台的用户画像。针对应用场景下的模型需求进行数据训练，验证数据模型的可行性与准确性。

发行人提供了完善的渠道数据采集接入方案，提升了监控、度量引流效果。采集并记录应用中每一个用户的活跃状态、流量分布特征，能够清晰地统计各应用载体中留存用户数据，提炼留存用户特征模型。平台中的销售转化漏斗功能记录每一个转化节点的数据，便于项目测评与优化，提升销售质量。同时提供 AB test 机制测评可行性方案、多种自传播效果度量手段，适用于不同的应用场景，如：“一人一码”、微信朋友圈广告自传播等组件服务。

独特性和突破点如下：

1) 以跨平台大数据驱动新零售链路



公众号+小程序+微信支付+卡券的互通营销链路，形成营销闭环、拉动复购；充分利用社交分享，提升回访率及拉新率，通过公众号模板消息精准推送消费者，带动小程序领券及核销。

2) 对千万级会员数据进行自动化多维度的数据标注，精准接触消费人群  
为客户小程序的会员进行精准的用户画像，触达更具转化价值的消费人群。数据维度包括：年龄、学历、性别、星座、消费行为、消费偏好、兴趣爱好、互动行为、转发行为等。

3) 基于用户画像技术，提升转化、促进销售

线上线下用户画像整合促进销售，借助小程序精准推送不同客户群体，优化优惠券发放形式，全场券针对用户消费客单价（每一个顾客平均购买商品的金额，客单价也即是平均交易金额）、活跃度等多维关联行为标签筛选，进行促活拉新，有助提高客单价；联合品牌资源制定单品券，针对用户偏好、消费行为进行投放，吸引用户到店，拉动销售。

4) 通过用户偏好推送分类信息，大数据实现“千人千面”，提升用户体验

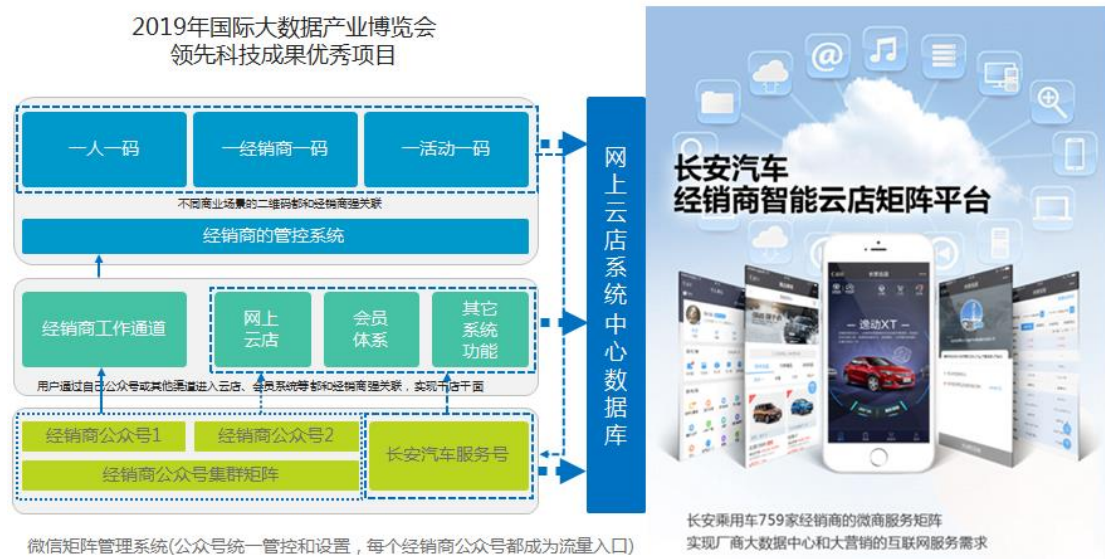
通过精准人群定向技术，针对不同用户人群进行分类券推送，培养不同用户群体线上领券转化消费，单一业务场景活动尝试。同时通过多类互动活动，培养用户打开小程序习惯，区别单一的粗放式领券。不同互动活动刺激不同用户关注，通过参与取得额外“收获”，提升用户体验。

### （3）智能营销技术独特性和突破

核心技术名称	使用的平台技术及技术框架	独特性和突破点
智能营销技术	Flume 分布式、Zookeeper、Kafka、Mahout、Spark、Storm、Scikit-learn、Tensorflow、MongoDB、Redis、Hadoop、Hbase、Hive、Sqoop、Elasticsearch 等	1、营销效果预测技术：根据独有的营销模型算法和业务经验，提供离线特征计算、效果仿真评估、AB 测试服务，并基于流式技术支持客户进行实时决策，实现营销路径的智能优化，提升营销效果； 2、精准营销技术：基于营销大数据的挖掘与分析，提供从营销策划到人群定向、创意设计、媒介投放、电商管理的营销全生命周期数据化运营支撑，并结合用户应用场景实时跟踪转化路径和效果，实现了基于分类场景和用户行为分析的消费预测及个性化推荐、AI 客服等特有方法和技术；

	3、营销数据支撑软件库：建立了超过 100 项的以大数据为支撑的专业组件，企业客户可根据智能分析营销结果选择组件库中的技术模块，自定义组合成吻合其自身应用需求的数据业务平台，从而实现快速搭建可落地的数据系统的功能。
--	---

案例：乘用车经销商网上云店系统项目：



该乘用车经销商网上云店平台管理系统和前端产品均由博拉网络根据汽车客户需求、线下销售特点，在考虑到针对用户精准营销的前提下进行设计开发。整体应用系统开发采用用户名、密码、CA 认证等多重系统安全认证体系，支持灵活的权限设计，系统通讯过程进行了加密传输和存储。采用灵活、互动式的功能设计和界面设计，体现现有的业务流程，实现功能性和易用性的统一，使平台具有强大的数据处理以及业务管理能力。

独特性和突破点如下：

1) 打破汽车厂商与经销商的用户及潜在客户数据孤岛的行业应用

乘用车经销商网上云店平台是一种创新型电商通过与经销商及其活动的管控以及与微信矩阵的结合，最终形成一个创新型的矩阵电商平台系统。这是传统企业联网思维经营的一次有益尝试。

2) 通过自有数据平台构建起了企业的“数据资产”

用户无论是扫描经销商顾问、经销商活动还是经销商处二维码最终会聚焦在汽车客户微信服务号下，微信服务号成为用户的“蓄水池”。数据采集、分析关

乎到如何寻觅潜在客户、提升已有客户忠诚度。以往全国消费者和潜在客户的数据都是分散在各地经销商手中，厂商很难描绘出消费者的“画像”，等于流失了数字资产，有了这个“蓄水池”就能为之后的决策提供客观依据。

### 3) 不仅实现了精准营销，还通过粉丝数据运营实现了长期价值

乘用车经销商网上云店平台通过一店一码、一人一码、一活动一码实现了每个经销商的活动都有一个专属页面，且是粉丝聚合到服务号上，契合了大数据智能营销技术中关于“千店千面”的构想。经销商可维护自身引进的粉丝，向这部分粉丝单独推送消息，提升用户黏性。厂商可统一管控所有经销商的微信公众账号，实现对经销商公众号的图文统一推送、菜单统一管理、粉丝用户信息统一聚合等功能，有效掌握粉丝变动情况，也便于推送覆盖所有经销商的活动，实现步调一致，而且利用模板信息向消费者进行信息推送内容,打破服务号每月限制4次内容推送的限制。

## (4) 发行人现有核心技术与行业先进水平存在的差距

### 1) 与行业先进水平存在的差距

发行人核心技术及独特性			行业先进水平	行业差距
技术名称	技术描述	独创性		
企业商业数据监测技术	对海量数据持续跟踪的分布式智能协调调度技术	让采集服务器在可控的资源成本下高效协调采集跟踪数据，提高了数据的复用度。	浙江工商大学一种基于区域的多智能体互联网数据采集任务调度方法提供一种根据智能体节点和数据源所在区域的带宽级别估算机制，并基于带宽数据、任务信息及节点状态信息作出综合分配运算，优先为采集能力匹配度高的节点分配采集任务，从而使得分布式数据采集系统获得较高的采集性能，提高了互联网信息的爬取效率。	基于服务器硬件、数据源索取的带宽级别估算与数据采集相关的技术优化方面与行业先进水平存在一定差距。

	智能大数据架构	<p>实现从数据采集到实际场景的完整技术框架，基于数据和行业特征生成企业定制模型，集成到企业行业相关软件组件中，并运用到行业具体场景中进行落地实施，兼容各种数据源、各种处理算法、各种开发平台及行业应用的大数据架构，能够高效通过组件调度技术快速生成行业解决方案。</p>	<p>省广集团 GIMC 云计算中心 微服务架构结合 DevOps，动态增减容，稳健的高可用系统。</p> <p>强健大数据基建系统架构，支持 TB 级数据存储处理，支持离线、实时分析。</p> <p>丰富前沿的机器学习/深度学习框架，支持各种自定义算法，数据建模分析。</p> <p>强大的运维监控体系，天网实时监控，服务自动治理，确保系统的安全性。</p>	<p>在大数据 SAAS 云服务上与行业先进水平存在一定差距。</p>
	智能分析技术	<p>基于 AI 引擎能实现全互联网分析，除语义分析外，还包括视频图像、图片等内容进行理解和分析，生成可视化分析结果和商业行为的特征信息。</p>	<p>不可比，发行人拥有的智能分析技术涵盖范围广泛，无完全一样的相关行业技术进行对比。</p>	

用户大数据画像技术	对海量商业数据进行自动化的数据标注技术	替代了人工实施数据标注的行业通用做法，数据处理速度更快，成本更低。	<p>上海艾德韦宣股份有限公司 一种大数据智能营销系统及营销方法中国专利</p> <p>本发明公开了一种大数据智能营销系统的营销方法其主要步骤如下：<b>S101</b>：通过人口属性特征分析，定向目标人群的性别、年龄、学历标签；<b>S102</b>：通过用户状态特征分析，定向目标人群的婚恋、消费和居住标签；<b>S103</b>：通过终端设备特征分析，筛选目标人群的设备类型、型号、系统标签；<b>S104</b>：通过线下场景数据采集设备和用户的连接，判断用户所处时间、地点、天气及其他 <b>LBS</b> 信息；<b>S105</b>：将收集到的信息采用 <b>TGI</b> 算法，分析用户兴趣和行为偏好特征，量化用户偏好程度，进行立体用户画像。本发明通过采集用户行为数据、线下硬件设备数据的采集，对用户线下行为量化，用户线上数据和线下数据的结合使对用户行为预测更为精准，围绕客户需求生产营销内容。</p>	<p>基于终端设备的特征、线下场景数据采集设备和用户所在地天气及其他 <b>LBS</b> 信息的相关用户画像采集及标注技术方面与行业先进水平存在一定差距。</p>
	用户基础画像标签构建的用户购买意向预测模	可准确地预测用户未来的购买需求，输出高潜用户和目标商品的匹配	<p>中国科学技术大学 电商用户消费行为预测与心理建模方法研究 用户消费时的犹豫心</p>	<p>在消费心理进行相关大数据预测模型方面与行业先进水平存在一定差距。</p>

	型	结果，为精准营销提供高质量的目标群体。	理进行了研究，提出了一种数据驱动的犹豫心理建模方法。	
智能营销技术	营销效果预测	可产生未来 24 小时多个维度的营销效果预测曲线，包括营销热度预测（曝光量、点击量、互动量等）和营销结果预测（注册量、存留量、交易量等）。	蓝色光标 BlueMC 营销捕手帮助营销人快速得到自媒体数据的分析平台，通过书记分析算法如 NLP、社群分析、阅读真伪判别等优化传播内容。实时可视化呈，帮助营销人快速高效地完成策略分析、人群洞察、执行监测、效果评估等全流程工作。	在基于媒体数据、广告数据分析、传播内容分析方面与行业先进水平存在一定差距。
	营销数据支撑软件库	可根据智能分析营销结果选择组件库中的技术模块，自定义组合成符合应用需求的数据业务平台，从而实现快速搭建可落地的数据系统的功能。	不可比，发行人拥有的智能营销组件涵盖范围广泛，无完全一样的相关行业技术进行对比	

## 2) 发行人现有核心技术的新颖性

发行人专门聘请科学技术部西南信息中心查新中心(国家一级科技查新咨询单位)就发行人现有核心技术的新颖性进行科技查新并出具《科技查新报告》，发行人现有核心技术的新颖性说明如下：

技术名称	技术描述	查新结论
企业商业数据监测技术	海量数据持续跟踪的分布式智能协调调度技术	1、基于区域的多智能体互联网数据采集任务调度方法，工业分布式数据采集系统中的任务调度方法，国内已见报道； 2、本项目所述让网络爬虫能在分布式的架构下按智能调度规则进行数据采集，支持上万台服务器毫米级智能调度，运用爬虫智能感知技术，让分布在多台服务器的爬虫相互实时感知状态，支持数百个同类型爬虫在多台服务器智能协作，协同配合完成爬取任

		务的一种针对海量数据采集的分布式智能协调调度技术，国内未见文献报道。
	一种基于大数据的智能解决方案架构	1、基于大数据分布式技术架构在上网行为分析中的解决方案，大数据架构解决方案，国内已见报道； 2、本项目所述包含七个步骤：数据采集、数据存储、数据传输、数据分析、行业数据分析模型、智能调度组件库和行业应用解决方案的一种基于大数据的智能解决方案架构，除本项目外，国内未见文献报道。
	一种基于大数据的智能监控技术	涉及本项目所述一种基于大数据的智能监控技术，集成人工智能算法模型，能够对视频、图片、文字、语音等数据进行监控识别，并进行特征提取和相关的图计算分析，从而输出相关可视化的监控分析报告供其他系统调用等技术特点，国内未见文献报道。
用户大数据画像技术	一种对海量商业数据进行自动化的数据标注技术	涉及综合本项目所述特点“基于用户习惯的大数据画像及模型构建方法，包括以下内容：本技术方案中，根据用户的购买行为、购买账号等数据来分析用户之间的社交关系，使得最终生成的用户网购模型中包含用户的社交关系网络，可以使得最终的用户画像模型更加准确，同时利用亲密度以及社交关系，将与用户亲密的其他用户，如用户的亲人、配偶、朋友等的需求列表的产品推送给用户，可以让用户得知其朋友最近的需求，一方面，使得用户在为亲人、配偶或者朋友挑选礼物时，可以让用户挑选的商品是对方所需要的，进而降低用户挑选礼物的难度，确保挑选的礼物对方真的需要和喜欢；另一方面通过这种方式，可以实现精准的推荐，有利于提高推荐的成功率和商品的成交率，向用户的推荐列表中添加的商品与用户的经济能力对应”的一种对海量商业数据进行自动化的数据标注技术，进而使得推荐更加精准，在所检文献以及时限范围内，除本项目外，国内未见相同文献报道。
	基于用户习惯的大数据画像及模型构建	1、基于大数据下 RFM 模型对用户重复购买习惯标签化的分析研究、网购用户从众行为影响因素实证研究等内容，国内已见报道； 2、涉及本项目申报单位公开的专利：基于用户习惯的大数据画像及模型构建方法（CN201910032398.X）、大数据精准模型的构建方法及装置（CN201910033017.X）所述基于用户网购习惯的大数据画像及模型构建，主要应用于为用户提供更为精准的网购推荐服务，在电商平台内的每个商品都设有偏好标签、价值标签、类别标签以及亲密度标签；偏好标签代表着用户的购物偏好，类别标签则代表商品的具体类型，主要用于同类推荐，价值标签主要根据商品的价格在同类商品中的排名划分价值等级，以价值等级作为价值标签，按照价格由低到高划分为十个等级，亲密度标签则是根据商品的具体类型和价值提前预设好的属性等内容，除委托项目参与人自己发表的文献外，未见其他影响查新项目新颖性的文献报道。
智能营销技术	基于智能分析技术的营销效果预测	1、采用两层模型迭代学习算法的基于大数据用户行为分析的高潜在用户购买意向预测方法；采用了 XGBoost、GBDT 和历史均值模型的融合历史均值与提升树的客流量预测模型，国内分别已见报道；

		2、本项目申请有发明专利“一种基于大数据的用户购买意向预测方法（CN201910021419.8）”；采用了本项目所述专利技术的“基于智能分析技术的营销效果预测”，在所检文献以及时限范围内，除本项目外，国内未见相同文献报道。
--	--	--

## 2、核心技术对应的相关主要服务或产品，及其技术用途、竞争优势

公司自主研发的核心技术对应的主要相关服务或产品具体情况如下：

序号	服务/产品名称	知识产权类别	技术来源	技术用途及特点	行业相关竞争优势
1	互联网商业信息监测与大数据分析系统技术服务	重庆市高新技术产品	自主研发	采用的高并发、分布式的信息采集技术，根据关键词设定对全网信息源进行实时的、针对性的数据采集和过滤，再通过具备高处理能力的智能数据分析系统，对有效信息进行深层次、多维度分析。	根据行业客户需求进行深度智能监控。与智能营销、电商服务功能深度融合，帮助企业客户科学制定经营决策。
2	电商营销大数据分析系统技术服务	重庆市高新技术产品	自主研发	通过对电商平台的消费者来源、消费者使用设备种类、商品浏览偏好、页面停留时间、页面访问频率、消费行为路径、商品评价和反馈等关键数据统一采集，再应用系统预设的电商分析模型对渠道营销效果、消费能力与倾向、商品偏好度、产品性能等进行评估和分析。数据源接入广，可以接入企业内部、E2C平台、第三方的数据源进行分析。	分析结果以价值创造为导向：该技术一般应用在大型企业的电商合作框架中，为实现客户总体销售目标提供重要支撑。
3	集客通-移动营销软件系统技术服务	重庆市高新技术产品	自主研发	该系统由集客工具集、数据分析系统、S-CRM 三大功能模块组成。基于企业数据资产管理体系，主要用于线上集客、引流、企业 O2O 应用，以及客户获取渠道的分析和分类管理、用户消费行为跟踪与分析、价值用户挖掘、企业客户大数据分析，帮助企业进行在线客户关系管理。	可与各类社交网络电商平台、在线营销渠道整合，通过智能分析，为客户提供数据采集、分析挖掘、在线销售、客户数据管理等一站式服务，直接促进客户实际销售结果。
4	跨平台电商渠道管理系统	软件著作权	自主研发	该系统可支持对跨平台的电商渠道数据的综合性采集与分析，帮助企业进行商品管理，各类促销活动的管理，对各电商渠道的竞品、竞店实时监测，实现商品评价和用户反馈的分析，以及创建、管理产品知识库；该系统可以与电子商务分销管理系统无缝连接。	帮助企业对多个跨平台电商渠道进行监控和管理，提升管理效率，快速响应市场变化。
5	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统 V1.0	软件著作权	自主研发	是基于多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现技术、感知数据集的标注规范与知识表示体系，是通过对内容、图片等知识数据进行检索，导出来实现相应特点的提取	整合接入更广泛的数据源进行分析，根据客户需求进行数据挖掘。



序号	服务/产品名称	知识产权类别	技术来源	技术用途及特点	行业相关竞争优势
				操作。	
6	O2O 终端门店管理电子平台	软件著作权	自主研发	该系统采用 B2B2C 架构的电子商城，主要功能模块包括终端管理、商品管理、仓储管理、促销管理和客户管理等，实现线上订单智能匹配到线下门店，借助平台的数据分析能力，智能推送给权重更高的门店进行服务，提升客户满意度。让商家实现店、商品、消费者三方之间数据传输，有效提升用户粘性，提供可视化平台，商家可随时了解各终端门店的销售动态，优化仓储、物流和配送的管理，提高商家运营水平。	降低了店面管理难度，提升了线上线下流量转化率，实现了商品流通的互动、互补。
7	E-SCRM 互联网客户关系管理系统	软件著作权	自主研发	该系统通过企业营销活动，自媒体平台、渠道电商、垂直门户等各个渠道接口获取潜在客户资源，获取客户消费动态，根据用户价值 RFM 分析模型进行客户价值评级和实施分层管理，运用用户行为因素分析，实施用户关怀计划和定向推送促销信息，促动新用户消费决策转化和老用户复购等增值效果。	实现了对用户数据的全场景精准管理，并能够与用户进行深度互动沟通并提供服务，建立企业与消费者的在线沟通平台。
8	电子商务数字营销服务系统（简称：数字营销）V2.0	软件著作权	自主研发	该系统包括人群筛选、在线投放、媒介筛选、投放数据分析，投放风险预警、内容管理、促销活动管理等。	既可独立为客户提供优质数字营销服务，也可与 E2C 相关服务进行整合使用，提升客户电商系统综合效益，降低总体成本。
9	汽车云店商城系统 V1.0	软件著作权	自主研发	基于增强实境等数字化产品展示技术和大数据技术打造的汽车厂商移动商城系统，系统为车企提供了经销商、车主、潜客的数据管理及行为分析，并提供汽车相关的商品展示及查询、汽车配件展示及查询、会员管理、物流管理、财务管理、订单管理等丰富功能。	行业领先的汽车主机厂商多品牌、多渠道销售及客户管理工具，帮助车企实现对渠道的管理和控制，数据资产的沉淀和分析利用，广泛适用于国内汽车行业各主机厂商。
10	B-HOME 智慧社区服务云平台	软件著作权	自主研发	该系统集成物联网和大数据技术功能，通过特有的中间件集成技术，整合社区内分散的各类系统的管理，如安防、智能设备和客户服务等，并支持智慧家居系统集成，形成社区一体化智能服务体系。构建	跨系统的一体化集成智能服务，广泛适用于集宅社区和工业园区的智慧化建设和改造升级。

序号	服务/产品名称	知识产权类别	技术来源	技术用途及特点	行业相关竞争优势
				社区商业服务闭环，拓展物业服务的增值渠道，如物业费用缴纳，周边消费与配送等。	

### 3、未获专利

截至本招股说明书签署之日，发行人及其子公司正在申请的专利 31 项，具体情况如下：

序号	专利名称	专利申请号	申请人	发明人	类型	申请日	状态
1	一种云计算服务方法装置和存储介质	2019100161881	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.8	等待实审提案
2	一种用于自助存取件的物流调度平台及方法	2019100162009	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.8	等待实审提案
3	一种智慧社区模块化管理系统	2019100162051	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.8	等待实审提案
4	一种大数据门禁管理方法及其管理系统	2019100167322	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.8	等待实审提案
5	一种商业信息处理方法装置及存储介质	2019100167479	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.8	等待实审提案
6	一种购买意愿预测方法装置和商品管理服务器	2019100243237	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
7	一种基于移动大数据的用户购买意向预测方法	2019100214075	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案

8	一种基于大数据的用户购买意向预测方法	2019100214198	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
9	一种基于大数据的小型企业失信预测方法	2019100214253	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
10	一种大数据金融场景下的用户购买预测方法	2019100214287	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
11	一种基于大数据的用户搜索匹配方法	2019100214319	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
12	一种基于大数据用户行为分析的个性化推荐方法	2019100214323	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
13	一种基于大数据的供应链需求预测方法	2019100214342	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.10	等待实审提案
14	一种全景图像展示方法系统及存储介质	2019100274860	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.11	等待实审提案
15	互联网产品运用中的360度全景展示系统	2019100278734	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.11	等待实审提案
16	O2O渠道数据分析系统	2019100278876	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.11	等待实审提案
17	基于大数据搜索的AI机器人对话控制方法和系统	201910032359X	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案

18	一种训练人工智能摄像头识别特征物体的训练方法	201910032373X	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
19	基于用户习惯的大数据画像及模型构建方法	201910032398X	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
20	大数据精准模型的构建方法及装置	201910033017X	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
21	面向文本大数据的词语处理方法	2019100323674	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
22	一种用于特殊区域的人工智能识别系统	2019100329952	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
23	基于VR的管网巡检系统	2019100330131	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
24	一种用于人工智能监控系统的服务器	2019100330199	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.14	等待实审提案
25	电商后台数据分析算法	2019100683788	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.24	等待实审提案
26	基于大数据分析销售数据算法	2019100687717	博拉网络	童毅、周波依	发明	2019.1.24	等待实审提案
27	室内火灾预警识别方法、装置、存储介质及电子设备	2019108115453	博拉智略	童毅、谭利辉	发明	2019.8.30	申请受理

28	吸烟识别方法、装置、存储介质及电子设备	201910811599X	博拉智略	童毅、谭利辉	发明	2019.8.30	申请受理
29	聚众斗殴行为识别方法、装置、存储介质及电子设备	2019108147327	博拉智略	童毅、谭利辉	发明	2019.8.30	申请受理
30	人体入侵行为识别方法、装置、存储介质及电子设备	2019108109467	博拉智略	童毅、谭利辉	发明	2019.8.30	申请受理
31	高空抛物行为识别方法、装置、存储介质及电子设备	2019108156167	博拉智略	童毅、谭利辉	发明	2019.8.30	申请受理

公司目前有 31 项正在申请的专利，是否能够获得授权存在不确定性。虽然公司前期已对核心技术的主要构成组件以软件著作权的形式进行了有效保护，但若上述专利最终不能获得授权，则公司的核心技术可能无法从发明专利角度得到有效保护，可能会对公司的经营发展产生一定程度的不利影响。

#### 4、主持或参与制定国家标准、行业标准情况

为贯彻落实《促进大数据发展行动纲要》和工信部《大数据产业发展规划（2016-2020）》，全面推进我国大数据国家标准化工作，2014 年全国信息技术标准化技术委员会大数据标准工作组成立。该工作组由中科院院士担任组长，由工业和信息化部、国家市场监督管理总局共同指导，其职责是负责制定和完善我国大数据领域标准体系，组织开展大数据相关技术和标准的研究，承担我国大数据领域国家标准、行业标准制修订任务。大数据标准工作组目前下设 10 个专题组，包括：总体专题组、国际专题组、技术专题组、产品和平台专题组、工业大数据专题组、政务大数据专题组、服务大数据专题组，电力大数据专题组，生态环境大数据专题组，大数据治理专题组，统筹业内资源，开展大数据相关标准化工作。

鉴于博拉网络在国内大数据产业中的技术优势以及一定的市场影响力，公司作为大数据产业核心企业，经全国信息技术标准化技术委员会大数据标准工作组

批复，公司成为全国信标委大数据标准工作组全权成员单位，共同参与我国大数据领域国家标准、行业标准的规划及制定工作。

### 5、独立或牵头承担的省部级重大科研项目情况

序号	参与形式	项目名称	项目级别	来源
1	主持	基于大数据的电子商务数据分析平台	省部级	重庆市商委
2	主持	基于大数据的营销预测系统	省部级	重庆市经信委
3	主持	基于精准技术下的汽车电子商务平台建设项目	省部级	重庆市经信委
4	主持	基于 GIS 的虚拟增强现实关键技术及软件平台研发	省部级	重庆市科委

### 6、获得的科技方面奖项、资质和荣誉等情况

报告期内，公司研发团队取得的科研成果体现为公司的核心技术产品，该技术成果也斩获了国内行业权威机构颁发的多项荣誉，详情参见本节“二（五）、1、发行人的市场地位以及报告期内的变化情况”。

公司在发展中不断夯实技术水平和研发实力，公司体系中已有 2 家企业（博拉网络、控股公司伍觉软件）均获得了高新技术企业认定。

2018 年 12 月 6 日，公司获得重庆市企业技术中心认定，该认定系由重庆市经济和信息化委员会牵头，会同重庆市财政局、国家税务总局重庆市税务局和重庆海关联合开展认定的企业技术研发与创新机构，认定的企业是在该区域行业中具有显著的发展优势和竞争优势，具有较强的技术创新能力和水平。

### 7、核心技术产品收入占营业收入的比例

作为大数据服务提供商，公司在大数据技术领域拥有一批研究成果，面向实体企业提供包括基于大数据核心技术和资源的各类型场景应用服务，通过产品和服务迭代更新的前沿技术优势，推动实体企业逐步实现以数据为驱动力的数字化转型升级。

公司为实体企业提供“大数据整体解决方案——多元数据的整合和分析挖掘——大数据应用技术产品开发——大数据场景应用（营销、运营、电商、客户关系管理）——会员数据增值运营”的全过程服务，帮助企业构建完整的大数据资产及应用体系。因此，在业务开展中，公司的核心技术产品服务是综合利用、有机结合、相辅相成的，从而体现公司互联网和大数据整合解决方案服务商的核心优势。

报告期内，公司核心技术产品服务收入占主营业务收入的比例均为100%。

## **8、正在从事的主要研发项目**

单位：亿元

项目名称	所处阶段	研发方式	项目负责人	预计研发费用	拟达到研发目标	行业先进水平介绍	本项目与行业先进水平的异同
大数据 SAAS 云服务平台	开发阶段（2019年启动）	自主研发	周波依、罗磊、郑磊	0.25	将已经和即将取得的专利技术转化为服务组件，为客户提供 SAAS 云服务，使企业大数据应用场景能发挥更大价值。	平台名称：省广 GIMC SaaS 云平台。 技术先进性： 1、稳定的标准化服务； 2、推广更加容易； 3、基于营销领域优化的云服务。	相同： 1、采用私有云技术部署； 2、功能实现包括营销策略数据指导、营销执行监测、效果转化评估等。 区别： 功能更完善，发行人以企业数字数据资产为核心，不仅限于数字营销领域如电商、会员管理等，也会针对行业组件提供 SAAS 化云服务。
大数据交换平台研发	开发阶段（2019年启动）	自主研发	沈敏	0.30	解决信息“孤岛”问题，实现数据在不同主体间进行交换和调用；实现数据实现商业价值变现。	平台名称：省广 G-nova 数据平台。 技术先进性：实现异构数据源的 ETL 操作，统一数据模型及存储。	相同： 实现异构数据源的 ETL 操作，统一数据模型及存储 区别： 1、不仅限于营销相关数据，也包括数据资产相关数据，其适应性更广； 2、按功能提供数据交换包，以业务目标为基础进行数据归集，提供完整、必要的数据集进行交换，快速满足业务需要。
人工智能监控识别机器	试用阶段	自主研发	谭利辉	0.03	人工智能在监控领域的物体识别与行为数据特征识别，应用在智慧园区领域。	1、技术名称：人脸识别技术 技术先进性： 行业对人脸识别已经非常普遍，能够进行深层次具体特征（例如：表情、地域特征）的	相同： 其监控与运行效率与国内先进水平基本持平，每幅图处理时间 0.02~0.09 秒。 区别：



视觉技术						分析和挖掘。 2、技术名称：物品识别技术 技术先进性：各个科技相关单位也在进行相关研究，均有突破和产品推出，如在商品、植物种类、环保监测等。 3、技术名称：人体肢体识别 技术先进性：基于骨骼进行人体的行为、肢体识别，识别骨骼关键点位数量目前国内最高 17~22 个，目前国内外已有相关研究，市场也推出了少量产品。	发行人除拥有通用的人脸、物品、人体识别技术外，还具备人与物体、人与人及人群等相关的综合识别能力。
智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统	测试阶段	合作开发	谭利辉	0.08	通过系统中整合的管网数字信息，结合前端模组的高精定位功能，将虚拟的管网数据通过 3D 模型的形式投射到检修人员的移动设备上查看；通过系统平台获取该设备的维修方案以及设备拆解、组装数据以及该设备的安全操作流程，同时在维修中系统会记录维修的全过程。	技术名称：AR 技术管网巡检技术 技术先进性： 1、巡检无需开挖，即可了解管网历史数据及运行情况； 2、在业务故障处理中，进行实时指导，获得最佳处理方案； 3、在线记录处理过程，供事后分析。	相同： 与行业先进水平一致。 区别： 1、针对行业制定企业定制模型，降低设备硬件需求； 2、与相关数据资产进行对接，提高管网数据集度和信息交互内容，实现客户价值提升。
多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现	开发阶段	自主研发	谭利辉	0.21	全网收集异构信息进行整理和聚合，通过对自然语言的深度学习自动发现并且建立产品评价维度和标准，从而自动判定用户对产品的关注维度，进行用户识别，实现基于用户行为	平台名称：蓝色光标 iDataBot 营销数据平台。 技术先进性：该平台集成了金融、营销、海外媒体、咨询机构、媒体等相关多源异构数据的融合。	相同： 与行业水平一致，能够融合多种渠道、多行业相关数据。 区别： 在充分吸取现有先进经验的基础上，加入人体行为视频分析结果，利用 LSTM

系统					的智能推荐。		神经网络、协同推荐算法等建立多维度分析模型，将推出更精准知识发现系统。
基于大数据的电子商务数据分析平台	试用阶段	自主研发	沈敏	0.015	通过对电子商务相关数据收集、应用专业大数据行业模型，进行大数据多维分析，获取电子商务相关的知识为商家提供有价值的信息，寻找全新商业增长点。	技术名称：电子商务数据分析技术 技术先进性：整合行业数十家电商平台应用场景，而形成典型的不同行业的电商分析模型，将用户行为和业务数据的打通，帮助电商客户科学决策。如“小红书”是基于社交电商分析模型。	相同： 多数据源的电商大数据应用场景整合，形成特定行业的电商分析模型。 区别： 1、针对发行人业务相关行业定制企业的电商模型，更有针对的为客户进行数据分析，可以进一步推广到行业进行使用； 2、数据可集成化，可将分析结果集成到客户的商业数字解决方案中与数字营销、会员管理等结合，形成整合方案。
智慧社区大数据服务平台项目	试用阶段	自主研发	谭利辉	0.08	社区智能服务平台依托现代信息技术，统筹各类社区资源，通过顶层设计、标准化数据采集和交换接口开发、搭建平台框架，建设社区特色应用，与民生板块的项目对接，构建一个面向社区居民提供多元化服务渠道的平台。	技术名称：智慧社区大数据服务技术 技术先进性：通过先进的大型云服务平台，利用综合集成优势，链接物业、业主、商家，接驳更多商业服务及公共服务，提供个性化、智慧化、数据化内容支持，服务于社区生态圈。	相同： 与行业先进水平一致，完全满足智慧社区相关标准。 区别： 发行人研发的智慧社区大数据服务平台还具有政府数据管理模块，可以快速在各地省市进行全面推广。
智能商业大数据分析平台	开发阶段（2019年启动）	自主研发	沈敏	0.15	对于营销数据包括自动投放、线上线下监测数据的大数据分析，商业场景及客户行为分析，客户转化路径优化分析，客户跨界营销等商业数据的分析。	平台名称：蓝色光标 MIX™ 数据策略系统 技术先进性： 1、多方数据融合产生数据策略体系； 2、品牌知识图谱转化为可直接落地媒体的人群拆解映射；	相同： 与行业先进水平一致。 区别： 1、除了数字媒体投放数据、数字营销及运营数据以外增加电商、会员相关的业

						3、针对场景、人群定制的个性化内容，标签化数据回收和迭代优化。	务数据，进行综合数据分析； 2、新型数据模型的研究，基于分析线上、线下数据整合，建立企业定制的商业数据模型，提供行业商业综合数据分析结果。
智慧校园系统平台	开发阶段（2019年启动）	自主研发	谭利辉	0.02	实现校园视频大数据的智能安防管理，大数据教学资源的研究和在线推送管理。	技术名称：智慧校园系统技术 技术先进性：基于统一的数据标准，为各业务系统提供便捷的数据交换与共享，整合教育信息化应用，统一身份认证、统一用户权限，提供按用户对象的服务门户，让用户应用更加方便高效。	相同： 基于物联网提供智慧校园整合教育信息化应用，统一身份认证、统一用户权限。 区别： 以智慧校园的安全模块进行切入，结合人工智能算法进行具象化的分析，通过智能组件调度技术，提供定制化的解决方案。
智慧家居集成管理系统	开发阶段（2019年启动）	自主研发	谭利辉	0.015	集成家居产品及控制设备和主流协议，统一控制研发，实现大数据应用场景在家居的延伸。	技术名称：智能家居系统技术 技术先进性：包含智慧家居生态服务的控制中枢，能够与其他家居设备可以互联互通，同时具备人工智能，提供了机器自我学习自主决策的实现路径，在设备自适应运行的同时，设备之间可以协同并进行全屋资源智能协同。	相同： 智慧家居生态服务的控制中枢，能够与其他家居设备可以互联互通。 区别： 1、为业主单位定制数据采集及分析模型，让业主单位能够获取其数据价值； 2、将商业化的智能应用程序通过业主单位智慧家居集成管理系统推送到智能家电中。

## 9、与其他单位合作研发的情况

公司与多所研究高校建立了广泛的分层次的产学研合作，分为与双一流的高校进行了前沿技术研究、与区域重点本科院校进行了项目的推进与开发、与一般本科院校进行了人才的共同培养。

序号	协议名称	合作方	合作协议有效期	合作方式及具体内容	应用领域	研究成果归属分配
1	国家重点研发计划“现代服务业共性关键技术研发及应用示范”专项“基于大数据的科技咨询技术与服务平台研发（共性关键技术类）”项目联合申报协议书	重庆市科学技术研究、重庆大学、北京大学、北京航空航天大学等18个科研院所及大数据企业	2018.9.13-验收	共同研究科技咨询的数据关联化、层次化、图谱化技术，研究科技咨询的大数据采集、存储与处理技术；支撑科技咨询的数据资源模型，搭建科技咨询大数据资源体系；研究基于数据的咨询分析方法与工具，研究面向产业创新生态的产业竞争态势分析、区域人才资源分析、企业外部环境分析等大数据分析等方法，围绕前沿产业开展咨询服务，提升信息过载环境下的咨询服务效率和质量，增强咨询服务的即时性和准确性。	大数据	共同所有
2	《产学研合作协议书》	重庆大学计算机学院	2018.4-2020.12	双方在大数据和人工智能，电子商务运用方向进行科研合作，由企业提供研究方向，高校提供研究人员和设备，共享研究成果。其中课题内容为，收集互联网大数据通过神经网络进行社会化媒体的关联性分析，建立了统一的影响力指数，为营销活动提供科学的数据支撑。这类课题，为企业的发展提供了前沿的技术支撑，降低了研发风险。为高校提供了实际的研究方向，提升了技术的转化能力。	大数据和人工智能	共同所有
3	《联合开发协议》	重庆邮电大学	2018.10.1-2020.10.1	双方建立战略合作关系及交流合作常态机制，成立重邮博拉网络联合开发基地，共同进行大数据、人工智能等领域前沿技术探讨和研究开发工作，正在进行中的有大数据API平台研究及开发。	大数据	在发行人同意的情况下，合作方可以在教学、课题研究、论文、学术交流等领域使用。取得

						专利成果双方共同申请共同所有。项目所取得的技术资料归发行人所有。
4	《校企合作框架协议》	北京工业大学北京智慧城市研究院	2018.10.10-2021.10.9	双方共同挂牌成立建设智慧城市科技协同创新中心，共同进行基于云计算、物联网的研究开发和技术改进，围绕高精尖、自主可控或国内薄弱环节进行共性、关键技术的研发，突破智慧城市共性关键技术和应用瓶颈，形成具有自主知识产权的专利技术和专有技术，共同进行大数据智能化应用规范的研究。	云计算、物联网	专利申请权和专利权双方共同所有。使用研究成果产生的收益由双方协商确定分配方式。
5	协同育人合作协议	重庆工商大学商务策划学院	2018.5.24-2019.5.23	共同承担教育部协同育人项目工作，对在实际项目遇到的知识点及难点进行整理，与高校的相关的专家及老师进行难点攻关，建立了教师培养、课程建设、学生实训等方式的产学研合作，将项目输出到高校课程中，助推实用型人才培养。	电子商务	发行人向学校出资投资的项目产生的知识产权由公司所有。

## （二）报告期的研发投入

报告期内，公司研发投入具体情况如下：

单位：元

项 目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
1、职工薪酬	6,777,213.16	11,226,736.90	11,102,907.42	11,059,134.76
2、技术维护费	2,323,202.46	2,327,942.76	4,319,006.94	2,150,054.38
3、折旧费	124,804.97	241,741.34	273,325.81	180,656.27
4、知识产权费	820,409.56	—	—	—
5、其他	60,374.18	27,621.27	15,285.02	197,237.54
研发支出合计	10,106,004.33	13,824,042.27	15,710,525.19	13,587,082.95
研发支出占营业收入的比重	4.71%	4.51%	8.75%	8.52%

## （三）公司的研发团队情况

## 1、研发管理情况

### 1) 研发体系及配套管理制度

公司成立了由董事长童毅牵头的技术创新委员会，为研发创新提供组织保障。技术创新委员会的职责是负责公司科研方向的总体规划、项目统筹、资源配置、协调、督察和验收，规范完善技术创新项目的管理制度，对项目执行情况及经费使用情况进行跟踪、协调、督察，组织创新项目进行阶段评审、结题、审定。

技术创新委员会下设技术研发中心（包含大数据平台研发部、项目开发部、创新产品研发部），以及财务、行政人事，知识产权部等协同部门。技术研发中心负责科技创新计划项目的实施并按要求反馈执行情况和经费使用情况；财务部负责科研经费的拨付和统计；行政人事部负责后勤保障和人力资源供给；知识产权部负责知识产权管理，项目的市场转化和推广以及产学研合作。

发行人还建立、完善了研发创新的详细管理办法和制度，包括技术创新项目管理条例、技术创新激励体系、研发费用核算管理办法、对外合作科研项目管理制度、软件开发管理制度、知识产权奖励制度、专利管理制度、著作权管理制度、商标管理制度、招聘管理制度、岗位人员评价制度、员工培训管理制度、员工嘉奖管理制度等。

通过以上研发管理机制的建立，发行人有效地提升了研发战略规划合理性，调动了技术创新人员的积极性，规范了研发流程和经费使用，确保了研发工作有序、高效开展，技术成果的有效转化和公司知识产权安全。

### 2) 激励和约束机制

发行人为激发新产品、新场景研发和深入，激活研发人员创造性和积极性，设立了目标考核+制度保证的激励和约束机制。

公司人事行政部依据公司年度重点工作内容和技术研发需要，年初会同财务部门统筹安排，与核心人员充分沟通后对目标进行分解，最后由人事行政部组织审核和实施。

发行人出台了《科技创新激励体系管理办法》，在企业盈利的前提下让技术人员充分分享公司成功的果实。该办法包括职业发展激励、知识产权激励、项目申报激励、创新提成、技术改进与合理化建议成果激励、制度激励等多种激励办法并举。

约束制度，包括项目问责制，对因技术问题导致产品质量缺陷甚至经济损失的，对技术人员进行相应的处罚；末位淘汰制，年度绩效考核不称职、实施降级、降薪或调岗处理，连续两年考核不称职，转入人员流动站或劝退；分配审批制，科技创新奖励（提成）必须遵行程序和原则审批发放。

## 2、研发人员数量

报告期内，发行人的研发队伍不断壮大，截至 2019 年 6 月 30 日，发行人的研发及技术人员总数为 173 人（其中研发人员 98 人），占发行人全体员工总数的 36.19%。发行人研发人员一般均具有大学本科以上学历，部分研发人员具备研究生学历。研发人员具备计算机或软件专业背景，主要涉及数据分析、大数据架构、数据监测、数据库开发等方向。

## 3、核心技术人员情况

发行人的核心技术人员为童毅、沈敏、周波依、郑磊、谭利辉和罗磊。发行人管理团队和技术核心骨干都具有十年以上的互联网和大数据领域经验，具有丰富的数字技术和产品研发经验，带头人引领科研攻关的作用明显。董事长童毅还被评选为 2018 年重庆市“科技创业领军人才”。

发行人与全部核心技术人员及其他技术人员签订了保密协议和竞业禁止协议。发行人核心技术人员稳定，最近两年未发生变动。

核心技术人员的学历背景构成，取得的专业资质及重要科研成果和获得奖项情况，对公司研发的具体贡献如下：

### ■ 童毅

公司董事长、技术带头人，重庆大学软件工程硕士、SCO Unix 工程师、重庆市云计算和大数据产业协会第一届监事长、软件行业协会副理事长、重庆市互联网界联合会理事。

童毅早期曾在世界五百强 AirLiquide，负责组建重庆公司 MARP II 系统并参与集团 Strategy ERP 系统实施。1999 年加盟中国最早的云平台项目（乐捷网络）的早期创建，在湖南带领团队成功建立基于 internet 出租应用服务的网络平台，一年内发展了 10 万中国早期的拨号上网用户并基于 IBM Domino 数据库提供网络存储空间、邮件、即时通讯，以及数据库软件、远程数据协作软件等多种软件的 ASP 应用服务云租用服务，后迅速扩张至全国，并被上市公司收购。2001 年

参与创办注资 5000 万的上海朝华数字娱乐有限公司，带领 200 名工程师从事网络游戏的研发与运营，在游戏引擎、服务器网络、数据库方面经验丰富。

2004 年，童毅辞职创业，成为中国搜索聚合模式的创建人。2004 年 9 月，童毅创办了中国第一个搜索聚合网站-奇虎网，凭借创新的动态网页搜索引擎技术与商业模式创新，仅用 9 个月时间，奇虎网就名列 ALEXA 中文网站百强，成为 PC 互联网时代访问量较大的个性化信息索引平台。

2006 年，童毅二次创业，创办博拉网络。童毅提出基于博客人的 KNOW-WHO 数据算法，即不再以网页链接、网页内容为 data 基础，而是以 Blogger 博客人为代表的所有网客（网络空间上的各种人物坐标）为基础的 SNS 社交网络大数据分析与应用。

2010 年，基于多年的大数据技术的实践积累与成功案例，童毅带领博拉网络全面进军 2B 行业，把 2C 的大数据技术与算法运用于 2B 行业，面向世界与国内知名行业龙头企业提供大数据服务。

童毅还带领博拉网络与多家高校、科研院所共同建立了产学研战略合作基地和企业大数据技术研发中心，构建了规模化的技术研发团队。

童毅是公司 31 件正在申请的发明专利的第一发明人，被评为 2018 年重庆市科技创业领军人才（列入重庆市人民政府“高层次人才特殊支持计划”）。

## ■ 沈敏

大数据平台研发部技术总监，西南交通大学计算机专业。

2006 年加入公司至今，历任核心技术程序开发、技术部经理等职，现为公司大数据平台研发部技术总监。主要负责大数据分析、企业需求分析、大数据驱动研发创新等领域。

沈敏长期研究搜索引擎算法和大数据采集、分析挖掘技术，在大数据挖掘分析以及通过数据提升产品体验和用户增长方面有独特的理解和技术沉淀，尤其是在针对汽车等主要垂直行业研发了行业大数据-用户关注耦合挖掘算法方面有深刻理解。

在职期间，沈敏重点负责“我爱车网”的建设，该网站是中国第一汽车口碑评论网站，技术上基于汽车用户搜索兴趣的自动化内容推荐平台，通过数据爬虫技术实现无需人工值守的自动化内容抓取和聚合内容平台生成，并通过搜索技术



优化实现精准用户引流，日独立 IP 访问量最高突破 43.6 万人，浏览量达到 188 万。沈敏还主持开发了博拉网络舆情大数据平台（自动化的舆情监测、跟踪、分析系统）以及其他相关核心研发项目。

#### ■ 周波依

公司项目开发部技术总监，北京物资学院信息管理专业，本科学历。

周波依在互联网、移动互联网及大数据应用领域有丰富的实战经验和领悟，曾主导开发了多个商业自动化、ERP、CRM 项目，以及金融大数据生产平台、通用电商平台、CRM 移动互联网应用等项目。

在职期间，负责率领技术开发团队完成通用产品打造，致力于实现底层大数据驱动企业产品创新和营销拓展，不断拓展大数据产品应用深度。

周波依是公司 26 件正在申请的发明专利的第二发明人，主持了国家教育部协同育人项目。

#### ■ 郑磊

公司项目开发部技术副总监，广西科技大学计算机科学与技术专业，本科学历。

郑磊对系统后台开发、移动端开发、数据库规划、优化等领域有深刻研究，在软件设计、大数据与应用场景融合运用有丰富的经验。

在职期间，郑磊负责汽车行业解决方案的优化和升级、汽车行业大数据分析平台模型创建及行业智能搜索引擎规划研发的工作；主导研发了汽车行业舆情全网监测系统、汽车行业销售全生命周期管理系统、汽车行业外展活动效果监测系统。

郑磊是公司高新技术产品集客通-移动营销软件系统的开发负责人，是 3 件省部级科研项目（精准技术下的汽车电子商务平台建设项目、E-SCRM 互联网客户关系管理系统、基于大数据的营销预测系统）的牵头人。

#### ■ 罗磊

公司项目开发部技术副总监，中北大学软件工程专业，本科学历。

罗磊有着丰富的电商行业大数据应用经验，在通用电商系统的规划及研发、电商大数据整合及分析领域有独到的见解和创新。罗磊精通市场各业态、主流的

电商系统构建与迭代建设，包括 B2B、B2C、B2B2C、F2B2C、跨境电商、分销等。先后为五粮液、金六福、长安欧尚、京东、达能集团等知名企业提供了服务。罗磊是公司 2 件高新技术产品，即电商营销大数据分析系统和互联网商业信息监测与大数据分析系统的开发负责人。

罗磊是 2 件省部级项目的牵头人，即重庆市商委科研项目——第五批现代服务业综合试点项目基于大数据的电子商务数据分析平台，重庆市商委科研项目——商务发展专项 E2C 电子商务数字商业系统。

#### ■ 谭利辉

公司创新产品研发部技术总监，北京大学毕业，本科学历。谭利辉负责了永川区整体智能化建设、鲁能全国社区智能化建设、新世界中国社区智能化建设等重大项目的核心技术攻坚与组织实施，更涉猎政府信息化与大数据建设，并组织实施了重庆市税务局的办公信息化与纳税大数据等重大工程。

2015 年，谭利辉负责人工智能、物联网与个体项目深度融合，主持打造了 AI 视觉智能监控系统，该系统已运用于国内长城润滑油天津、济南制造厂区中。2016 年，谭利辉主导了公司智慧社区项目建设，该项目被列为重庆市商务委第七批现代服务业综合试点项目，2018 年底实现了在两江新区人才公寓的应用。2017 年，谭利辉主导了重庆市科委重点产业共性关键技术创新专项--基于 GIS 的虚拟增强现实关键技术及软件平台研发。目前，谭利辉还以顾问身份帮助重庆市城乡建设委员会智慧城市-智慧小区标准的编订与技术标准的规范。

谭利辉是公司 5 件正在申请的发明专利的第二发明人。

#### （四）公司保持技术创新的机制

大数据技术研发能力一直是发行人取得市场竞争优势的根本保证。因此，公司始终注重对技术人才的引进、技术团队的培养，以及技术研发的创新，通过建立各种机制来保持技术创新优势：

1、重视对专业技术人才的引进，通过各种渠道和方式吸纳高端研发人才的加盟，加强发行人技术研发团队的建设。

2、在内部建立成熟的技术人员培养机制，通过定期的内部技术分享、技术培训、外出学习、组织同行业技术交流等多种方式，提升技术人员的整体知识水平和综合素质。

3、通过职级晋升、奖金和股权等激励机制，充分调动起技术研发人员的进取和创新热情，提升技术人员的积极性、主动性和创造性，激发技术创新团队的创新潜力。

4、公司的技术人员主要包括重庆的研发技术中心人员，以及全国分支机构的技术人员。公司建立了成熟的技术支持、交流和分享机制，使两者形成了有机联动的整体技术架构。位于全国各城市分支机构前端的技术人员，可将企业客户的最新技术需求、意见反馈、前瞻性的技术发展趋势、新技术研发状况、市场合作需求、关键性数据等各方面信息及时传达给重庆后端的技术研发团队，而重庆总部的规模化技术研发团队则通过快速响应、高效实现、持续改进的研发模式为前端提供全面的技术支持。

5、将与创新有关的如高端人才引进、中小企业客户开拓等列入发行人战略性发展规划中，时刻、密切关注市场变化，以市场、企业发展为依据，协调好人力资源、财务、后勤、管理机制确保发行人的持续创新。

6、密切跟踪国内外前沿技术，保持、加大在行业的竞争优势，不断追逐技术能力储备。在数据获取、挖掘、分析上探索更快、更精准的技术手段；提升已有专利、软件著作权成果转化率，深入满足企业客户大数据应用需求。

## 八、公司的境外经营情况

### （一）境外经营的具体经过

为拓展海外营销网络，北京博拉自 2013 年起开始考察澳洲投资环境。北京博拉拟在澳洲设立子公司主要是基于澳大利亚作为华人海外投资置业的重要目的地，希望能够开拓澳大利亚互联网数字营销商业市场。

2014 年 9 月 18 日，北京市朝阳区商务委员会出具《关于北京博拉广告传媒有限公司申请在澳大利亚设立博拉有限公司的请示》（朝商发【2014】149 号），同意北京博拉在澳大利亚悉尼新设境外公司。

2014年10月20日，北京市商务委员会签发《企业境外投资证书》（境外投资证第N1100201400083号）：“北京博拉境外投资博拉有限公司符合《境外投资管理办法》，境外企业（最终目的地）名称：博拉有限公司；国家/地区：澳大利亚；设立方式：新设；投资主体：北京博拉广告传媒有限公司，股比100%；投资总额：中方人民币4.622409万元（折合美元0.754408万元）；中方境内现金出资实际币种和金额：澳大利亚元0.8566万元；中方投资构成：现金（自有资金）4.622409万元；经营范围：媒体广告；核准或备案文号：京境外投资【2014】N0083号。”

## （二）BOLAA PTY LTD 的相关情况

### 1、BOLAA PTY LTD 的基本情况

公司名称：BOLAA PTY LTD

成立日期：2014年3月28日

股份数：10,000股

股本：10,000澳元

业务注册号码（ABN Australian Business Numbers）/公司编号（Company Nunmer）：72168800860

公司注册号码（ACN Australian Company Numbers）：168800860

注册税号（TFN Tax File Number）：379800970

注册地址：新南威尔士州悉尼内城西区 TRAFALGAR PARADE 街道 44 号  
(C/-KUN LI 44 TRAFALGAR PARADE CONCORD NSW 2137)

主要办公地址：TRAFALGAR PARADE CONCORD NSW 2137

负责人：KUN LI（李崑）

### 2、BOLAA PTY LTD 的经营情况

BOLAA PTY LTD 在其存续期间，未实际开展经营活动，没有业务收入。

## （三）BOLAA PTY LTD 的解散

BOLAA PTY LTD 设立后，因受海外市场拓展经验、人才资源等方面的限制，相关业务迟迟未能开展，因此，公司决定予以注销。

根据澳大利亚证券和投资委员会（The Australian Securities And Investments

Commission，简称“ASIC”）出具的文件，BOLAA PTY LTD 已于 2016 年 6 月 8 日解散。2016 年 7 月 22 日，北京市商务委员会出具的《企业境外投资注销确认函》载，经企业申请，BOLAA PTY LTD（中文名：博拉有限公司）已注销，《企业境外投资证书》（境外投资证第 N1100201400083 号）已收回作废。

根据澳洲 SHS LAW PTY.LTD 律师事务所于 2016 年 8 月 11 日出具的《尽职调查报告》，2016 年 6 月 8 日，BOLAA PTY LTD 已依法清算及注销（解散），北京博拉不再对 BOLAA PTY LTD 享有任何权益。

## 第七节 公司治理与独立性

### 一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会运行及履职情况

自 2015 年 8 月股份公司设立以来，本公司按照《公司法》、《证券法》等相关规定建立了股东大会、董事会、监事会和经理层，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》及一系列法人治理细则。本公司的权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确，运作相互协调、相互制衡，形成了规范、完善的治理结构。

本公司的股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度均按照《公司章程》及公司治理制度规范有效运行。报告期内，公司治理情况良好，不存在重大缺陷。

#### （一）股东大会制度的建立、健全及运行情况

本公司自整体变更以来共召开了 14 次股东大会，公司股东大会严格按照有关法律法规、《股东大会议事规则》及《公司章程》的规定规范运作，股东以通讯或现场方式出席了历次股东大会，股东依法履行股东义务、行使股东权利，股东大会的召集、召开及表决程序合法，决议合法有效。不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

#### （二）董事会制度的建立、健全及运行情况

本公司自整体变更以来共召开了 22 次董事会，按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》等相关制度的规定，对公司选聘高级管理人员、设置专门委员会、制订公司主要管理制度、公司重大经营决策、关联交易、股东分红回报规划、公司发展战略规划等事项作出了决议。公司董事（包括独立董事）以通讯和现场方式出席了历次董事会，监事、部分高级管理人员列席董事会；历次董事会会议的召集、召开和决议内容合法有效，不存在违反相关法律、法规行使职权的行为。

#### （三）监事会制度的建立、健全及运行情况

本公司自整体变更以来共召开了 12 次监事会，按照《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》等相关制度的规定，对公司董事、高级管理人员的履职行为、财务决算报告、内部控制制度的执行情况等进行了监督、评价。公司监事均出席了历次监事会，部分高级管理人员列席监事会；历次监事会会议的召集、召开和决议内容合法有效，不存在违反相关法律、法规行使职权的行为。

#### **（四）独立董事制度的建立、健全及运行情况**

自公司股东大会选举独立董事以来，独立董事依据有关法律法规、《公司章程》和有关上市的规则谨慎、认真、勤勉地履行了权利和义务，参与了公司重大经营决策，对公司的风险管理、内部控制及公司的发展提出了很多的意见和建议，并对需要独立董事发表意见的事项进行了认真的审议并发表独立意见，对完善本公司的法人治理结构和规范本公司运作发挥了积极的作用，不存在独立董事对公司有关事项曾提出异议的情况。

#### **（五）董事会秘书制度的建立、健全及运行情况**

根据《公司章程》的规定，公司设董事会秘书一名，董事会秘书是公司的高级管理人员，对董事会负责，由董事长提名，董事会委任。董事会秘书主要负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜。

自公司董事会委任董事会秘书以来，董事会秘书严格按照《公司章程》、《博拉网络股份有限公司董事会秘书工作细则》以及其他相关法律法规的规定筹备董事会、股东大会，认真做好会议记录，并积极配合独立董事履行职责。

#### **（六）专门委员会设置及运行情况**

为进一步完善公司治理结构，更好地发挥独立董事的作用，根据《公司法》、《上市公司治理准则》、《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》等有关法律法规和规范性文件，公司董事会根据股东大会的决议设立战略、提名、审计、薪酬与考核四个专门委员会。专门委员会为董事会的专门工作机构，对董事会负责，各专门委员会的提案提交董事会审议决定。

根据《公司章程》的规定，专门委员会成员全部由董事组成，其中审计委员

会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事应占多数并担任召集人，审计委员会中至少应有一名独立董事是会计专业人士。

目前，专门委员会的具体组成情况如下：

### **1、战略委员会**

战略委员会主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。公司战略委员会由董事童毅、龙峰、黎健艺三人组成，其中童毅为主任委员。公司战略委员会设立以来有效运行，截至本招股说明书签署之日，共计召开6次会议。

战略委员会的主要职责是对公司发展战略规划进行研究并提出建议；对须经董事会批准的重大投资决策进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；负责董事会授权的其他事宜。

### **2、提名委员会**

提名委员会主要负责对公司董事和经理人员的人选、选择标准和程序进行选择并提出建议。公司提名委员会由独立董事彭涛、刘可及董事童毅三人组成，其中彭涛为主任委员。公司提名委员会设立以来有效运行，截至本招股说明书签署之日，共计召开5次会议。

提名委员会的主要职责是：（1）研究董事、经理人员的选择标准和程序并提出建议；（2）广泛搜寻合格的董事和经理人员的人选；（3）对董事候选人和经理人选进行审查并提出建议。

### **3、审计委员会**

审计委员会主要负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作。公司审计委员会由独立董事曹靖、彭涛及董事童毅三人组成，其中曹靖为主任委员。

审计委员会的主要职责权限：（1）提议聘请或更换外部审计机构；（2）指导公司内部审计工作；（3）监督公司的内部审计制度及其实施；（4）负责内部审计与外部审计之间的沟通；（5）审核公司的财务信息及其披露；（6）审查公司内部控制制度，履行对各部门内部审计制度的评估和执行情况的检查，负责检查公司的财务政策、财务状况、财务报告程序，对重大关联交易、重大投资等进行审计；（7）对公司高级管理人员履行职务行为进行审查监督；（8）公司董事会授予的其他事宜。审计委员会对董事会负责，委员会的提案提交董事会审议决定。审计委员会



应配合监事会的监事审计活动。

审计委员会的运行情况：本公司审计委员会自 2015 年 12 月 17 日设立以来，认真履行职责，审阅了公司财务报告和内部控制报告，提出了合理化建议，并对内部审计和内控制度的执行情况进行了监督。公司审计委员会自设立以来设立以来有效运行，截至本招股说明书签署之日，共计召开 17 次会议。

#### **4、薪酬与考核委员会**

薪酬与考核委员会主要负责制定公司董事及经理人员的考核标准并进行考核；负责制定、审查公司董事及经理人员的薪酬政策与方案，对董事会负责。本公司薪酬与考核委员会由独立董事彭涛、刘可及董事童毅三人组成，其中彭涛为主任委员。公司薪酬与考核委员会设立以来有效运行，截至本招股说明书签署之日，共计召开 7 次会议。

薪酬与考核委员会的主要职责是：（1）研究董事与经理人员考核的标准，进行考核并提出建议；（2）研究和审查董事、高级管理人员的薪酬政策与方案。

## **二、管理层对内控制度的自我评估及注册会计师的鉴证意见**

### **（一）公司管理层关于内部控制制度的自我评估意见**

公司管理层认为：公司已结合自身的经营特点建立了一套较为健全的内部控制制度，并得到有效执行，保证了公司各项经营活动的正常有序进行，保护了公司资产的安全和完整。公司将继续严格遵守中国证监会的有关规定及《企业内部控制基本规范》的要求，按照内控制度的规定，一方面不断加大公司董事、监事、高级管理人员及员工培训学习的力度，一方面加强公司内部控制，规范运作，进一步完善公司治理结构，提高公司规范治理的水平。公司内部控制制度总体而言体现了完整性、合理性、有效性。

### **（二）发行人会计师对公司内部控制制度的鉴证报告**

立信会计师事务所（特殊普通合伙）接受本公司的委托，按照《企业内部控制审计指引》及中国注册会计师执业准则的相关要求，出具了信会师报字【2019】第 ZD10230 号《内部控制鉴证报告》，审验了本公司截至 2019 年 6 月 30 日内部的控制的有效性，认为：博拉网络按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基

本规范》及相关规定于 2019 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

### 三、发行人最近三年及一期违法违规行为情况

报告期内，公司及董事、监事和高级管理人员、核心技术人员均严格按照公司章程、制度规则及相关法律法规的规定开展经营活动，坚持依法经营与规范运作，不存在重大违法违规行为和被相关主管机关处罚的情况。

### 四、公司独立性

发行人在业务、资产、人员、机构、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，具有完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

#### （一）资产独立完整

本公司系有限责任公司整体变更方式设立的股份有限公司，依法承继了博拉有限的全部资产。公司拥有的资产产权清晰，独立完整，并在整体变更设立后依法办理相关资产产权变更手续。根据重庆金翰会计师事务所有限公司2018年12月29日出具的重金翰验[2018]0023号《验资报告》，截至2018年12月26日，公司注册资本9,100万元，实收股本总额9,100万元，公司的注册资本已全部到位。根据《审计报告》，公司的财产主要为流动资产，如货币资金、应收账款等，此外还包括办公设备、房产、无形资产等，公司合法拥有上述财产。公司对所有资产拥有完全的控制和支配权，主要资产权利不存在产权归属纠纷或潜在相关纠纷。同时，公司的资产独立于股东资产，与股东的资产权属关系界定明确。公司没有以资产、权益或信誉为股东债务提供担保，公司对所属资产具有完全的控制支配权，不存在资产、资金被股东占用而损害公司利益的情形。

#### （二）人员独立

截至报告期末，公司已与全体员工签订了书面劳动合同，股份公司的董事、监事及高级管理人员的任免均根据《公司法》和《公司章程》的规定，通过合法程序进行，相应人员也具备任职资格；发行人的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员的产生符合法律、法规、规范性文件以及《公司章

程》的有关规定，上述人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；发行人的财务人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。公司建立了独立完整的劳动、人事管理体系。

### （三）财务独立

公司设立了独立的财务部门及审计部门，配备了专门的财务人员和内部审计人员，建立了独立的会计核算体系，并制订完善了公司财务管理制度、内部审计制度。公司能够独立作出财务决策，不存在控股股东及实际控制人干预财务管理的情形。公司开设了独立的银行账户，基本存款账户开户银行为招商银行股份有限公司重庆分行北部新区支行，账号为123903811110805。公司依法办理了税务登记，依法独立纳税。

### （四）机构独立

根据《公司法》、《公司章程》及相关规定，公司建立了股东大会、董事会、监事会和经营管理层的完整组织架构，设置了人事行政部、财务部、法务审计部、技术研发中心、知识产权部、媒介采购部、证券事务部等职能部门和各业务经营部门，制定了相应的规章制度，对各部门作了明确分工，各部门负责人由公司按照《公司章程》规定的程序任免。公司组织机构健全且完全独立于控股股东及实际控制人，董事会、监事会、经理层及所有职能部门均独立运作，依法行使职权。公司的机构设置、日常运作及生产经营场所等与控股股东及其控制的其他企业完全分开，不存在混合经营、合署办公的情形。

### （五）业务独立

公司具有独立的研发、营销、服务、管理体系，拥有独立的经营决策权和实施权，具有直接面向市场独立经营的能力。公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。目前公司控股股东、实际控制人未从事与公司具有同业竞争的业务，公司与控股股东、实际控制人及其他关联方在报告期内也不存在显失公允的关联交易。

### （六）主营业务、控制权、管理团队稳定

发行人主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定，最近2年内主营业务和董事、高级管理人员及核心技术人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近2年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

### （七）具备持续经营能力

公司主要资产、商标等重要生产要素不存在重大权属纠纷。公司经营状况良好，不存在重大偿债风险，且无重大担保、诉讼、仲裁等或有事项。公司所处行业发展态势良好，经营环境中不存在已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

经核查，保荐人认为发行人在资产、人员、财务、机构、业务、经营稳定性、持续经营能力等各方面已达到发行监管机构对公司独立性的基本要求，上述披露内容真实、准确、完整。

## 五、同业竞争情况

### （一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争情况

公司主要从事互联网和大数据服务，业务属于 B to B（商家），客户为企业用户（商家）。截至本招股说明书签署之日，除发行人外，公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的基本情况如下：

单位：万元

关联企业	关联关系	经营范围	实际经营业务	2018年/2018.12.31 主要财务数据			
				总资产	净资产	营业收入	净利润
重庆同趣控股有限公司	控股股东	利用自有资金从事投资业务（不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款、发放贷款以及证券、期货等金融业务）	不进行其他实际经营活动，其主要业务为投资持股。	39,368.19	36,693.12	35,361.45	7,696.33
重庆海奇天企业管理有限公司	间接控股股东	企业管理咨询；商务信息咨询（依法须批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	不进行其他实际经营活动，目前仅持有同趣控股的股权。	2,045.50	2,045.50	0	1,940.93
重庆海信天企业管理有限公司	童毅出资51%	企业管理咨询、商务信息咨询（以上经营范围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）	不进行其他实际经营活动，其主要业务为投资持股。	1.24	0.93	0	-0.01
重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）	员工持股平台	企业管理咨询、商务信息咨询（以上经营范围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）。	不进行其他实际经营活动，系发行人员工持股平台。	5.39	0.88	0	0
重庆奇润富企业管理咨询有限公司	童毅出资58%	商务信息咨询、企业管理咨询。（以上经营范围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）	拟从事企业管理咨询业务，目前尚未实际开展业务。	0.03	0.03	0	0
重庆神指奇动网络科技有限公司	童毅出资68.01%	游戏设计开发及销售；动漫设计、网络游戏开发、动漫产品的研发	手机游戏的研发以及运营。	1,567.04	140.50	29.09	-29.17

重庆神指游戏有限公司	神指奇动网络的全资子公司	网络游戏的开发、运营、销售（依法经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）。	主要从事网络游戏（手游）的开发、运营、销售。	503.66	501.14	17.29	1.28
深圳神指科技有限公司	神指奇动网络的全资子公司	网络游戏的设计、开发及销售。	主要从事网络游戏（手游）的开发、运营、销售。	0	-0.1	0	0
重庆手之舞游戏有限公司	神指奇动网络的全资子公司	游戏设计、开发、销售及技术服务、知识产权代理。（以上经营范围依法经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	主要从事手机游戏设计开发及销售业务。	3.64	-349.67	0.33	-63.93
重庆赢者科技有限公司	神指奇动网络的控股子公司	游戏软件设计、开发及销售；动漫设计；动漫产品研发；影视节目制作；从事经营性互联网文化活动；电信业务经营（以上须经审批的经营项目，取得审批后方可从事经营）。（依法须经批准的项目、经相关部门批准后方可开展经营活动）	主要从事网络游戏（手游）的开发、运营、销售。	622.11	602.25	182.82	-271.36
重庆网秀商贸有限公司	同趣控股的全资子公司	批发、零售：酒店用品、酒店设备；酒店管理。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	拟主要从事商品贸易。	354.16	108.76	0	-38.18
重庆车快保汽车服务有限公司	同趣控股全资子公司	汽车美容，汽车维修，汽车保养服务。（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取得相关行政许可后方可经营）	拟主要从事汽车美容、汽车维修、汽车保养服务。	288.46	57.96	0	-1.79
重庆宝缙嘉科技有限公司	童晓明（童毅之父亲）出资99%	混合集成电路的技术开发。（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）	拟从事混合集成电路的技术开发	9.69	9.69	0	-0.03

注：1、除同趣控股外，其余公司上述财务数据均未经审计。

2、除同趣控股数据为合并报表口径以外，其余公司数据均为单体报表口径。

截至本招股说明书签署之日，除前表已披露的情况外，实际控制人童毅及其配偶吴远丽、童毅关系密切的家庭成员所控制或有重大影响的其他企业，其经营范围或注销情况如下：

企业名称	关联关系及经营（或注销）情况
重庆随手科技有限公司	同趣控股的全资子公司，已于2016年1月4日注销
重庆博趣科技有限公司	同趣控股的全资子公司，已于2016年2月16日注销
上海驾临商贸有限公司	同趣控股的全资子公司，已于2016年7月28日注销
重庆新车道贸易有限公司	发行人董事、实际控制人之配偶吴远丽（出资比例90%）投资成立、并担任监事的公司，已于2016年9月29日注销
重庆奇琥科技有限公司	发行人实际控制人、董事长童毅（出资比例35%）以及发行人副总经理、董事会秘书黎健艺（出资比例65%）投资成立的公司，已于2016年2月25日注销
重庆秀品科技有限公司	发行人实际控制人之配偶吴远丽（出资比例99%）和自然人任英勇（出资比例1%）投资成立，并由吴远丽担任监事的公司，其主要经营混合集成电路的技术开发。
重庆奇润赢企业管理合伙企业（有限合伙）	发行人实际控制人之配偶吴远丽出资比例66.22%，其主要经营企业管理咨询；商务信息咨询。
成都淞本家餐饮管理有限公司	发行人实际控制人之配偶吴远丽出资比例30%，其主要经营餐饮管理。
重庆萌次元科技有限公司	发行人实际控制人之配偶吴远丽出资比例39.52%，其拟经营集成电路技术研发，未实际开展经营。
重庆我爱车电子商务有限公司	同趣控股的控股子公司，已于2019年2月20日注销

综上，公司的控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，其经营范围与实际主营业务，均不存在与本公司从事相同或相似业务的情况；其技术、客户（服务对象）、供应商与公司均不存在重叠情况。因此，公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争。

## （二）发行人控股股东、实际控制人为避免同业竞争而出具的承诺

为避免同业竞争，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，同趣控股、海奇天已于 2019 年 3 月 2 日就避免同业竞争出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺：

“1、在本承诺函签署之日，本公司及本公司控制的企业均未以任何方式直接或间接经营与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也未参与投资任何与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

2、自本承诺函签署之日起，本公司及本公司控制的企业将不以任何方式直接或间接经营与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

3、自本承诺函签署之日起，若本公司及本公司控制的企业进一步拓展业务范围，本公司及本公司控制的企业将不与发行人及其下属子公司拓展后的业务相竞争；若与发行人及其下属子公司拓展后的业务产生竞争，则本公司及本公司控制的企业将以停止经营相竞争的业务的方式，或者将相竞争的业务纳入到发行人经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。

4、在本公司及本公司控制的企业与发行人存在关联关系期间，本承诺函为有效之承诺。如上述承诺被证明是不真实的或未被遵守，本公司将向发行人赔偿一切直接和间接损失，并承担相应的法律责任。”

童毅、吴远丽已于 2019 年 2 月 21 日就避免同业竞争出具了《避免同业竞争承诺函》，承诺：

“1、在本承诺函签署之日，本人及本人控制的企业均未以任何方式直接或间接经营与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，



也未参与投资任何与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

2、自本承诺函签署之日起，本人作为发行人实际控制人期间，本人及本人控制的企业将不以任何方式直接或间接经营与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，也不参与投资任何与发行人及其下属子公司经营的业务构成竞争或可能构成竞争的其他企业。

3、自本承诺函签署之日起，本人作为发行人实际控制人期间，若本人及本人控制的企业进一步拓展业务范围，本人及本人控制的企业将不与发行人及其下属子公司拓展后的业务相竞争；若与发行人及其下属子公司拓展后的业务产生竞争，则本人及本人控制的企业将以停止经营相竞争的业务的方式，或者将相竞争的业务在同等条件下优先纳入到发行人经营的方式，或者将相竞争的业务转让给无关联关系的第三方的方式避免同业竞争。

4、本人承诺，如果本人违反上述声明与承诺并造成发行人经济损失的，本人将赔偿发行人因此受到的全部损失。”

## 六、关联方与关联关系

按照《公司法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》及《上海证券交易所科创板股票上市规则》等交易所颁发的业务规则等有关法律法规、规章制度的相关规定，本公司目前的关联方及其关联关系如下：

### （一）持有发行人 5%以上股份的股东

股东姓名或名称	直接持股比例	与公司关系
重庆同趣控股有限公司	45.54%	本公司控股股东
重庆海奇天企业管理有限公司	-	本公司间接控股股东
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	13.19%	持股 5% 以上的主要股东
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	5.27%	持股 5% 以上的主要股东
童毅	5.01%	本公司实际控制人

### （二）控股股东、实际控制人控股、参股的其他公司

#### 1、控股股东、实际控制人控股企业情况

详见本节之“五、（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争情况”。

## 2、控股股东、实际控制人参股企业情况

截至本招股说明书签署之日，控股股东未参股其他企业。

报告期内，实际控制人童毅参股一家企业，即重庆奇琥科技有限公司，其基本情况如下：

成立日期：2004年8月27日

注册资本：100万元

注册地址：九龙坡区科园一路5创新大厦6楼号

股权结构：童毅出资35万元（占比35%）、黎健艺出资65万元（占比65%）

经营范围：计算机软件开发、销售及技术服务，销售计算机及外围设备、网络设备。

注销日期：2016年2月25日

注销原因：没有实际业务经营，2008年11月已吊销。

2016年2月25日，重庆市工商行政管理局九龙坡区分局出具的《准予注销登记通知书》（（渝高）登记内销字[2016]第003057号）载，“重庆奇琥科技有限公司注销登记申请符合法定形式，我局决定准予注销登记。”

实际控制人童毅之配偶吴远丽控制或参股的其他企业，共计四家，基本情况如下：

### （1）重庆奇润赢企业管理合伙企业（有限合伙）

统一社会信用代码：91500113MA5UTC RP0J

成立日期：2017年9月4日

主要经营场所：重庆市巴南区渝南大道305号4幢26-6

执行事务合伙人：重庆新宜飞网科技有限公司

合伙期限：2017年9月4日至2037年9月4日

出资比例：吴远丽66.22%；蒋元伟10%；余浩10%；任洪岚10%；蔡江陵2.78%；重庆新宜飞网科技有限公司1%

经营范围：企业管理咨询；商务信息咨询。（依法须经批准的项目、经相关部门批准后方可开展经营活动）。

## (2) 重庆萌次元科技有限公司

统一社会信用代码：91500104305290213M

成立日期：2014年9月10日

注册资本：20万元

法定代表人：廖彦彧

注册地址：重庆市大渡口区跃街道大堰三村16-1-15#

出资比例：廖彦彧43.18%；吴远丽39.52%；谭启10%；钟桂英4.3%；余浩3%

经营范围：集成电路技术研发。（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）

## (3) 成都淞本家餐饮管理有限公司

统一社会信用代码：91510107350562177C

成立日期：2015年7月30日

注册资本：20万元

法定代表人：余敬

注册地址：成都市武侯区大华街9号1栋1单元28号

出资比例：余敬40%；周治30%；吴远丽30%

经营范围：餐饮管理；销售：预包装食品；餐饮服务。（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）

## (4) 重庆秀品科技有限公司

统一社会信用代码：915001075687432296

成立日期：2011年1月27日

注册资本：10万元

法定代表人：任英勇

注册地址：重庆市九龙坡区石桥铺华宇名都小区3号1-4号

出资比例：吴远丽99%；任英勇1%

经营范围：混合集成电路的技术开发。（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）

另，童毅父亲童晓明投资重庆宝缙嘉科技有限公司，出资比例99%。

除上述情形外，发行人实际控制人及其近亲属不存在控制或参股其他企业的

情形。

### （三）发行人的全资或控股子公司

截至报告期末，公司全资或一级控股子公司共计 10 家，分别为博拉网络（北京）有限公司、重庆博聚智海电子商务有限公司、成都网客广告传媒有限公司、重庆博拉智略科技有限公司、广州博拉广告有限公司、重庆云集通广告传媒有限公司、重庆伍觉软件有限公司、重庆赢盛达科技有限公司、重庆聚企智业大数据有限公司、重庆赢睿达数字技术有限公司。

### （四）关键管理人员控制或可以施加重大影响的其他公司

关键管理人员控制或可以施加重大影响的其他公司详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十一、（三）董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的其他对外投资情况”。

### （五）关键管理人员及其主要亲属

关键管理人员包括公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员；与其关系密切的家庭成员指在处理与公司的交易时有可能影响某人或受其影响的家庭成员。

## 七、关联交易

公司具有独立、完整的业务体系，对实际控制人不存在依赖关系，报告期内，公司与关联方存在以下关联交易：

### （一）经常性关联交易

本公司的经常性关联交易主要为向公司高级管理人员支付薪酬。

详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十二、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况”。

### （二）偶发性关联交易

#### 1、收购关联方网站

2016年3月13日, 本公司的子公司重庆云集通广告传媒有限公司与控股股东同趣控股签订《网站收购合同》, 交易标的为“我爱车”网站, 网站首页地址: [www.52che.com](http://www.52che.com), 网站域名: [52che.com](http://52che.com)。本次交易的成交金额为人民币521万元。

### (1) 关联交易的原因及必要性

#### 1) “我爱车”网站主营业务

“我爱车”网站是一家基于垂直搜索技术应用的汽车消费信息聚合网站。该网站通过搜索技术, 将各大网站的汽车类精华网页内容和车主消费评论信息聚合起来, 并按车型或主题建立分类索引后, 在“我爱车”网站展示出来并供用户浏览。该网站较为充分地运用了搜索引擎优化技术, 聚集了一定规模的精准汽车访客量和忠实读者群体。

#### 2) 网站具体功能

A、帮助公司所服务的汽车客户进行集客引流。基于“我爱车”网站所拥有的汽车读者规模和用户画像数据分析, 通过内容推荐、站内广告引导、定向推送、用户互动等方式将网站用户流量引导至营销页面, 为公司的汽车客户提供精准集客和潜在客户挖掘服务。

B、为公司的电子会员服务(E-Club体系)核心业务提供平台支撑。公司基于该网站平台, 一方面为汽车厂商提供第一手的用户消费反馈数据分析报告, 另一方面还为公司的汽车品牌客户聚集真实车主用户人群, 并通过线上(会员俱乐部)及线下(车友会组织)的相互导流和互动活动, 打造线上车友会的核心粉丝群体, 进一步激发言论营销和增值消费的效果。

#### 3) 收购对公司的战略意义

鉴于本公司服务的汽车品牌客户, 因此“我爱车”网站的精准汽车用户流量具有较高的商业与应用价值, 对为各品牌汽车厂商进行客户集客引流、深度用户教育、潜客挖掘、销售转化、提升客户忠诚度、提升品牌与产品的知名度与美誉度等均有比较重要的战略意义, 对本公司提升营销效果和增加客户满意度发挥积极与重要作用。

[新车资讯](#) | [购车买车](#) | [汽车行情](#) | [选车向导](#) | [汽车专区](#) | [汽车图库](#) | [业界新闻](#) | [香车美女](#) | [用车养车](#) | [汽车文化](#) | [维修保养](#) | [交通违章查询](#)

**我爱车**  
**52CHE.com**  
最真实的汽车消费评论

微车评 车主谈车 大事件 新车 购车 用车 文化 俱乐部

 微型  小型  紧凑型  中型  中大型  豪华型  SUV  MPV

资料来源：“我爱车”网站首页截图

#### 4) “我爱车”网站运营情况

发行人子公司重庆云集通广告传媒有限公司在完成“我爱车”网站的收购后，“我爱车”网站 2016 年和 2017 年的用户流量仍保持了增长。2018 年起针对用户浏览习惯逐步从 PC 端向移动端转移的趋势，我爱车网站进一步延伸了移动端应用服务，拓展了移动端的订阅注册用户规模，不仅有效提升了公司汽车客户的营销服务效果，增加了客户的满意度，取得了较好的业界口碑，还为推进公司拓展汽车行业其他客户也发挥了重要作用，为此后陆续中标东风雪铁龙、长安铃木、比亚迪等汽车客户的年度数字营销服务订单做出了贡献。

#### (2) 交易定价依据

经内部决策程序，重庆云集通委托具有从事证券期货相关业务资格的重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司作为本次交易的资产评估机构。根据重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司于 2016 年 3 月 1 日出具的《资产评估报告书》（重康评报字【2016】第 72 号），本次评估基准日为 2016 年 1 月 31 日，经运用市场法评估，“我爱车”网站的评估价值为人民币 521 万元。

##### 1) 选取市场法确定资产评估值的理由和依据

“我爱车”网站系无形资产，由于无形资产历史成本具有不完整性、弱对应性及虚拟性的特点，采用成本法不能真实反映其内在价值；由于“我爱车”网站处于开拓阶段，无历史收益资料，未来收入、成本、费用及经营性现金流量等无法合理预测，不宜采用收益法；由于可收集到与“我爱车”网站类似无形资产的市场交易案例，且与“我爱车”网站的经济指标、技术特征具有可比性，因此，评估时采用了市场法。

##### 2) 主要评定估算过程

本次评估的“我爱车”网站，主要包含了其域名、网站网速、网站兼容性、数据安全性、网站代码质量等因素构成的网站基础价值，也包含了一个网站的活跃度反映的一个网站的管理规范与综合实力的营销价值。

评估人员对“我爱车”网站采用市场法进行评估，其具体评估方法与评定估算过程如下：评估人员对“我爱车”网站进行核实，获取其点击量、跳出率、浏览量等指标，并了解“我爱车”网站的经营模式、盈利状况等资料；评估人员进

行市场调查，通过互联网、ifind 等多种渠道，广泛收集与“我爱车”网站有关的市场价格信息、规划资料等，并对所收集的信息资料进行归类整理和全面分析；在同一市场条件下，根据替代原则，以条件类似的资产与“我爱车”网站之间加以对照比较，就两者之间的日均 PV（页面浏览量）、网站跳出率、网站访问时长以及综合排名状况等因素的差别进行修正，求取“我爱车”网站在估价日期的价格。

### （3）交易及过户情况

根据相关合同约定，重庆云集通拟在取得与网站相关域名的所有证明文件和注册证书等，以及合法并实际获得域名管理权限之日起10日内，支付本次转让价款。2016年5月18日，重庆云集通取得网站相关域名的所有证明文件和注册证书，并于2016年6月3日支付本次转让价款共计人民币521万元。

### （4）报告期各期“我爱车”网站的主要经营数据

年份	移动端订注册 用户数(人)	PC 端访客数 (UV)	PC 端访客 活跃用户数	PC 端浏览量 (PV)	跳出率	平均访问时长
2016 年	—	71,641,739	26,119,935	137,682,974	82.98%	0:01:53
2017 年	—	70,227,150	27,166,853	150,220,537	87.36%	0:02:00
2018 年	193,166	20,681,080	6,117,559	35,892,788	81.16%	0:02:07
2019 年 1-6 月	192,339	3,896,572	1,099,559	6,118,597	83.32%	0:02:05

注：1、移动端订注册用户数，是指关注了我爱车移动端微信订阅号的用户人数，即统计订阅了我爱车网移动端媒体内容的用户数量。只要是微信公众号粉丝，就能够被触达推送，因此没有活跃用户的概念。

2、UV（Unique Visitor）独立访客，统计 1 天内访问某站点的用户数(以 cookie 为依据)；访问网站的一台电脑客户端为一个访客。

3、PV（Page View）访问量，即页面浏览量或点击量，衡量网站用户访问的网页数量；在一定统计周期内用户每打开或刷新一个页面就记录 1 次，多次打开或刷新同一页面则浏览量累计。

4、跳出率是指在只访问了入口页面（例如网站首页）就离开的访问量与所产生总访问量的百分比。跳出率计算公式：跳出率=访问一个页面后离开网站的次数/总访问次数。

“我爱车”网站已经在工业和信息化部ICP/IP地址/域名信息备案管理系统中进行了备案（网站备案编号：渝ICP备16005637号-1），且重庆云集通作为“我

爱车网”的所有者取得了重庆市通信管理局核发的《增值电信业务经营许可证》(渝B2-20170002)。

报告期内，发行人子公司重庆云集通广告传媒有限公司合规经营，“我爱车”网站的运营不存在违法违规情形，也未被处以行政处罚，因此上述备案或许可续期不存在障碍。

2018年起我爱车网站还重点延伸了移动端应用服务，进一步拓展了移动用户规模，移动端应用的固定订阅用户数已近20万人，这也是2018年以来PC端访客数、浏览量大幅减少的主要原因。公司持续通过“我爱车”网站向汽车品牌客户输送目标人群数据，进行精准集客引流和潜客挖掘，进一步助推公司在汽车类客户的销售规模，提升营销效果和客户满意度，为公司后续汽车行业业务规模的继续扩大奠定了一定基础。同时，公司还针对“我爱车”网站积累的核心用户数据的多维度精准画像，将用户数据在服装、快消、游戏、3C家电等行业进行跨界应用，有效推动了上述类型客户的业务拓展。此外，公司进一步引导目标人群特征与“我爱车”用户较为匹配的企业客户进行了“我爱车”网站广告投放，实现了收入，通过网站用户流量价值转换获取了一定收益。

#### (5) 报告期末“我爱车”网站减值测试的情况

根据《企业会计准则第8号—资产减值》的相关规定，北京北方亚事资产评估事务所(特殊普通合伙)对“我爱车”网站2019年6月30日公允价值进行评估，以对“我爱车”网站进行减值测试，并于2019年9月23日出具了北方亚事评报字[2019]第01-553号评估报告。

“我爱车”网站减值测试的具体过程如下：

“我爱车”网站产权持有人重庆云集通。

#### 1) 评估假设

##### ①收购时的评估假设

主要包括一般假设、评估环境假设、公开交易条件假设和其他假设。

##### ②本次减值测试评估假设

主要包括一般假设(含公开市场假设、持续使用假设)和特殊假设

##### ③前后二次假设差异

通过对比分析，前后二次评估假设不存在重大差异。



## 2) 评估方法的选择

本次评估范围内的无形资产可比参照物较难收集，不具备采用市场法的条件。所以本次评估不采用市场法。

本次与“我爱车”网站有关的营业收益额及收益期可预测，未来风险能量化，因此，本次评估采用收益法。本次评估“我爱车”网站采用了收益提成率法进行无形资产贡献的分析工作，从而确定无形资产的价值。

按照收益现值法的评估思路，此次评估采用的评估模型如下：

$$V = \alpha \cdot \sum_{t=1}^n F_t \cdot (1+i)^{-t} \times [T \times \delta \div (m-T \times \delta)]$$

$$\delta = 1/i \times [1 - (1+i)^{-m}]$$

式中：V——委估域名资产价值

$F_t$ ——委估域名产品未来各年收益额

$\alpha$ ——分成率

$i$ ——折现率

$n$ ——委估域名的经济年限

$t$ ——序列年期

$T$ ——所得税率

$m$ ——剩余摊销年限

$\delta$ ——计算系数

## 3) 评估模型中各主要参数的选取

### ①委估域名预测期限

委估域名的预测期限为永续期。

### ②收益期

本次评估中，考虑到产权持有人重庆云集通持续经营假设，将持续经营的资产未来收益分为前后两段，第一阶段为2019年7月1日至2023年12月31日，在此阶段根据企业的经营情况、收益状况以及相关行业发展状况逐年分析预测企业的未来收益；第二阶段为2024年1月1日至永续经营，在此阶段中，公司经营规模基本稳定，并假设在2024年业绩与2023年持平。

## 4) 未来收益的预测

因重庆云集通我爱车（52che.com)网的网站引流功能属博拉网络统一共享，所以重庆云集通我爱车（52che.com)网站及域名收入为博拉网络所有与汽车行业相关收入总和。本次对重庆云集通我爱车（52che.com)网站及域名未来汽车行业收入预测是以博拉网络 2016 年度—2019 年 6 月的汽车行业合并的经营业绩为基础，遵循我国现行的有关法律、法规，根据国家宏观政策、国家及地区的宏观经济状况，企业的发展规划和经营计划、优势、劣势、机遇及风险等，尤其是企业所面临的市场环境和未来的发展前景及潜力，并结合企业未来年度财务预算对未来的财务数据进行预测，其中主要数据预测说明如下：

#### ①营业收入分析

历史年度博拉网络汽车行业合并收入情况如下：

#### 2016 至 2019 年 6 月博拉网络汽车行业合并营业收入

单位：万元

序号	名称	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年 1-6 月
1	汽车行业	5,406.88	6,027.35	10,122.32	4,131.56
	合 计	5,406.88	6,027.35	10,122.32	4,131.56
	增长率 (%)		11.5%	67.9%	

从历史数据可以看出，博拉网络近三年汽车行业销售收入逐年增长。但由于网站浏览量有所下降，汽车行业市场竞争加剧，未来汽车行业营业收入较历史增长速度会相对放缓。

#### ②营业收入预测

对未来年度的营业收入估测，以前三年历史数据为基础，在分析整理行业发展状况的基础上，考虑重庆云集通自身特点和优势，结合公司未来发展规划和未來市场需求以及历史营业收入情况综合得出。博拉网络汽车行业合并营业收入预测如下：

#### 博拉网络汽车行业合并营业收入预测表

单位：万元

序号	名称	2019年 7-12月	2020年	2021年	2022年	2023年	终值
1	汽车行业	6,100.00	10,538.51	10,854.66	11,071.76	11,182.47	11,182.47
合计		<b>6,100.00</b>	<b>10,538.51</b>	<b>10,854.66</b>	<b>11,071.76</b>	<b>11,182.47</b>	<b>11,182.47</b>
增长率(%)				3.0%	2.0%	1.0%	0.0%

### 5) 分成率的计算

无形资产对未来收益分成率是指委估无形资产对企业未来收益的贡献大小。本次评估中，考虑到“我爱车”网站及域名应用时间不长，可选参考分析的经营数据较少，考虑到国内A股市场相类似上市企业较多，而上市公司的市场价值和相关财务数据比较容易获得，因此本次采用了分析可比公司资本结构的方法来估算“我爱车”网站的分成率。

#### ①可比公司的选择

通过 Wind 查询互联网及相关服务行业中与委估资产经营业务相似的上市公司作为可比上市公司。

#### ②分成率的确定

在企业经营中，无形资产对企业的贡献都是通过间接销售模式实现收益，因此，无形资产产生的收益可以用无形资产的价值在公司资本结构中所占的比率来估算其产生的收益。一般认为企业的资本结构与同行业的上市公司相比应相同或近似。因此，评估中参考可比公司的资本结构确定使用无形资产公司应有的资本结构，并进而估算网站的贡献率或提成率。

最终，“我爱车”网站域名的分成率按博拉网络汽车业务收入的 0.60% 计算。

### 6) 折现率

折现率由无风险报酬率和风险报酬率组成。

国债收益率通常被认为是无风险的，因为持有该债权到期不能兑付的风险很小，可以忽略不计。无风险报酬率反映的是在本金没有违约风险、期望收入得到保证时资金的基本价值。本次选取距评估基准日到期年限 5 年以上的国债到期收益率 3.56%（复利收益率）作为无风险收益率。

风险报酬率的确定运用综合评价法,即按照政策风险、技术风险、市场风险、资金风险、管理风险五个因素量化求和确定。

综合上述风险因素分析,确定最终折现率为 13.96%。

#### 7) “我爱车”网站域名评估结果计算表

单位:万元

项目名称	未来预测数据					
	2019年 7-12月	2020年	2021年	2022年	2023年	终值
销售收入	6,100.00	10,538.51	10,854.66	11,071.76	11,182.47	11,182.47
网站及域名提成率	0.60%	0.60%	0.60%	0.60%	0.60%	0.60%
网站及域名贡献合计	36.75	63.49	65.40	66.71	67.37	67.37
所得税	5.51	9.52	9.81	10.01	10.11	10.11
税后网站及域名贡献	31.24	53.97	55.59	56.70	57.27	57.27
折现年限	0.25	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00
折现系数	0.9679	0.8775	0.7700	0.6757	0.5929	4.2472
网站及域名贡献现值小计	30.2	47.4	42.8	38.3	34.0	243.2
网站及域名贡献现值合计	436.00					
无形资产折现率	13.96%					
摊销年限	6.5					
所得税率	15.00%					
计算系数 $\delta$	4.1					
税务摊销价值	45.6					
网站及域名评估价值	482.00					

综上,公司对“我爱车”网站减值测试过程合规。最终“我爱车”网站 2019 年 6 月末的评估值为 482.00 万元,高于其账面价值 335.86 万元,因此不存在减值迹象,不需要计提资产减值准备。

## 2、关联方资金往来

### (1) 向控股股东资金拆借情况

单位：元

**2018 年度：**

关联方	金额	起始日	终止日	备注
<b>拆入：</b>				
重庆同趣控股有限公司	5,000,000.00	2018 年 8 月 2 日		
重庆同趣控股有限公司	7,000,000.00	2018 年 8 月 7 日		
<b>归还：</b>				
重庆同趣控股有限公司	2,000,000.00		2018 年 10 月 30 日	
重庆同趣控股有限公司	10,000,000.00		2018 年 12 月 21 日	期末无余额

报告期内，博拉网络在 2018 年下半年与关联方（控股股东同趣控股）存在资金往来。2018 年 8 月，因日常生产经营所需补充流动资金，博拉网络从控股股东同趣控股处拆入 1,200 万元，双方未签订正式借款协议，也未约定支付借款利息（实际为无息）。2018 年 12 月末，上述款项已全部清理完毕。公司控股股东、实际控制人已承诺以后不再发生此类关联交易。

**(2) 向核心技术人员出借资金购买客户抵债汽车**

2019 年 1 月 7 日，发行人与核心技术人员郑磊及其配偶邓攀签订《汽车抵押借款合同》，约定以邓攀购置的客户抵债汽车 DS7 里沃利歌剧院版（一台）向公司抵押借款 139,440 元给郑磊，借款期限自 2019 年 1 月 3 日起至 2020 年 12 月 30 日止，用于支付邓攀从发行人购买该车辆的尾款。郑磊每月向公司偿还 5,810 元，由公司直接从其税后工资中代扣，直至付清之日为止。截至本招股说明书签署之日，该合同正在履行中。该笔借款已于 2019 年 1 月 4 日经董事长审批通过，履行了相关内部审批程序。

鉴于博拉网络与控股股东仅存在资金拆入，及向核心技术人员出借资金购买客户抵债汽车的情况，前述情形不涉及对其他中小股东的利益损害，故博拉网络与关联方之间资金往来的行为未对博拉网络的财务状况和经营成果造成重大影响。

**3、关联方买卖车辆**

在参照二手车市场价格处理的车辆中，有 2 辆客户抵债汽车的销售属于关联交易，具体交易情况如下：

序号	买方	合同签订时间	交易金额（元）	车辆型号及配置	关联关系
1	邓攀	2019.01.07	200,366.38	DS7 里沃利歌	是，发行人核心技

				剧院版	术人员郑磊之配偶
2	黎彩云	2019.01.12	162,870.69	DS7 里沃利 先锋版	是，发行人副总经理、董事会秘书黎健艺之姐

注：交易金额系发行人出售价格（不含税）。

#### 4、采购商品/接受劳务

关联方	关联交易内容	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
重庆职学大伽信息技术有限公司	咨询服务	87,378.64	0	0	0

注：前述交易金额系不含税金额。

2019年1月10日，发行人子公司昆明博拉与发行人当时的参股公司职学大伽签署《项目申报专项服务协议》，约定由职学大伽为昆明博拉“引进域外业内知名科技服务机构的认定”项目提供专项申报的服务。2019年1月31日，职学大伽已完成全部服务，昆明博拉于2019年2月15日向职学大伽支付服务款87,378.64元（不含税）。前述向关联方采购服务已于2019年1月4日经董事长审批通过，履行了相关内部审批程序。

#### 5、履行的程序

2017年4月19日，发行人召开2016年度股东大会审议确认了2016年度的关联交易，认为相关关联交易遵循了平等、自愿的原则，不存在损害公司及其他股东利益的情况。相关关联股东在表决相关关联交易时在股东大会上已回避表决。

针对收购关联方网站事项，2016年3月16日，发行人第一届董事会第四次会议审议通过《关于公司子公司重庆云集通广告传媒有限公司向重庆同趣控股有限公司购买“我爱车”网站的议案》。2016年4月7日，发行人召开2015年度股东大会审议确认了该项关联交易。关联董事、关联股东在董事会、股东大会上已回避表决。

2017年3月27日，《博拉网络股份有限公司独立董事对2016年年报及第一届董事会第七次会议相关事项发表的独立意见》中对关联交易价格的公允性等发表了如下意见：“本次交易将有利于公司业务发展，且交易价格系根据具备相关资质的评估机构出具的评估报告确定，具备公允性。本次交易遵循了诚实信用、

平等自愿、等价有偿、公平、公正、公开的原则，不存在损害公司和全体股东权益的情形。”

针对关联方资金往来事项，根据发行人《公司章程》、《关联交易管理制度》中关于关联交易决策程序的要求：未达到股东大会审议标准，但达到下述标准之一的，应由公司董事会审议通过。（一）与同一关联法人在一个会计年度内发生的总额超过 1,500 万元且占公司最近一期经审计的合并报表总资产 5% 的日常经营性关联交易；关联交易未达到股东大会和董事会审议标准的，由公司董事长批准。

2018 年 8 月发行人与同趣控股发生关联资金拆借时，根据发行人当时有效的《关联交易管理制度》的规定，该笔关联交易金额未到达发行人股东大会或董事会审议标准，由公司董事长批准。公司已分别于 2019 年 8 月 1 日、2019 年 8 月 6 日履行董事长审批手续，相应的决策程序合规合法，本次关联交易没有损害公司、公司股东、债权人、公司员工和客户的利益，未对公司正常生产经营造成重大不利影响。

此外，为充分保障本次资金拆借的合规合法性和公允性，2019 年 4 月 8 日，发行人召开 2018 年度股东大会审议确认了 2018 年公司与同趣控股 1,200 万元的资金拆借事项，审议通过了《关于确认公司最近三年（2016 年 1 月 1 日-2018 年 12 月 31 日）关联交易合法性和公允性的议案》。《博拉网络股份有限公司独立董事对 2018 年年度股东大会相关事项发表的独立意见》中对关联交易价格的公允性等发表了如下意见：“公司关联交易事项的决策程序符合相关法律、法规及公司章程的规定，其公平地依据等价有偿、公允市价的原则定价，没有违反公开、公平、公正的原则，不存在显失公平的关联交易，不存在损害公司和中小股东利益的情形。”

针对关联方买卖客户抵债车辆（含借款）事项和向重庆职学大伽信息技术咨询有限公司采购咨询服务事项，根据发行人当时有效的《关联交易管理制度》的规定，上述关联交易金额均未到达发行人股东大会或董事会审议标准，由公司董事长批准。公司已于 2019 年 1 月履行董事长审批手续，同意上述关联交易事项，履行了相关内部审批程序。

## 6、今后避免关联方占用发行人资金的制度安排

报告期内，发行人存在与关联方之间的资金往来情况，截至招股说明书签署日，发行人已经全部清理了与关联方之间资金往来。发行人已设立了独立的财务部门，建立了独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，并制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《财务管理制度》、《内部审计制度》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》等与财务管理相关的规章制度，建立起规范、独立的财务会计制度和独立完整的财务管理体系。《财务管理制度》明确规定了各级财务负责人的职责和权限、货币资金管理的各项细则，以确保公司资金的安全管理。

因此，发行人具备独立完整的财务管理体系，发行人的财务独立。发行人将根据新出台的法律法规进一步完善内控制度，杜绝资金占用行为，规范关联交易的审批、决策程序。

发行人将以保护全体股东利益为基础，规范和减少关联交易。对于不可避免的关联交易，本公司将严格执行《公司章程》、《关联交易管理制度》中所规定的决策权限、决策程序、回避制度等内容，充分发挥独立董事的作用，并认真履行信息披露义务，保护股东和公司利益不受损害。

本公司实际控制人童毅及其配偶吴远丽已于 2019 年 4 月 19 日出具《避免占用资金的承诺函》。承诺如下：

“一、本人、近亲属及本人所控制的关联企业在与博拉网络发生的经营性资金往来中，将严格限制占用博拉网络资金。

二、本人、近亲属及本人控制的关联企业不得要求博拉网络垫支工资、福利、保险、广告等费用，也不得要求博拉网络代为承担成本和其他支出。

三、本人、近亲属及本人控制的关联企业不谋求以下列方式将博拉网络资金直接或间接地提供给本人、近亲属及本人控制的关联企业使用，包括：（1）有偿或无偿地拆借博拉网络的资金给本人、近亲属及本人控制的关联企业使用；（2）通过银行或非银行金融机构向本人、近亲属及本人控制的关联企业提供委托贷款；（3）委托本人、近亲属及本人控制的关联企业进行投资活动；（4）为本人、近亲属及本人控制的关联企业开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；（5）代本人、近亲属及本人控制的关联企业偿还债务；（6）中国证监会认定的其他方式。



本人将促使本人直接或间接控制的其他经济实体遵守上述承诺。如本人或本人控制的其他经济实体违反上述承诺，导致博拉网络或其他股东的权益受到损害，本人将依法承担相应的赔偿责任。”

同趣控股已于2019年4月19日、海奇天、重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）已于2019年4月19日分别出具《避免占用资金的承诺函》。承诺如下：

“一、本企业及本企业所控制的关联企业在与博拉网络发生的经营性资金往来中，将严格限制占用博拉网络资金。

二、本企业及本企业控制的关联企业不得要求博拉网络垫支工资、福利、保险、广告等费用，也不得要求博拉网络代为承担成本和其他支出。

三、本企业及本企业控制的关联企业不谋求以下列方式将博拉网络资金直接或间接地提供给本企业及本企业控制的关联企业使用，包括：（1）有偿或无偿地拆借博拉网络的资金给本企业及本企业控制的关联企业使用；（2）通过银行或非银行金融机构向本企业及本企业控制的关联企业提供委托贷款；（3）委托本企业及本企业控制的关联企业进行投资活动；（4）为本企业及本企业控制的关联企业开具没有真实交易背景的商业承兑汇票；（5）代本企业及本企业控制的关联企业偿还债务；（6）中国证监会认定的其他方式。

如本企业或本企业控制的其他经济实体违反上述承诺，导致博拉网络或其他股东的权益受到损害，本企业将依法承担相应的赔偿责任。”

### （三）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

报告期内公司发生的关联交易主要系偶发性关联交易，其金额和性质均未对公司的财务状况和经营成果造成重大影响。关联交易没有损害公司、公司股东、债权人、公司员工和客户的利益，未对公司正常生产经营造成重大不利影响。

### （四）关联交易的必要性、公允性、未来持续性

#### 1、收购关联方网站

2016年3月13日，本公司的子公司重庆云集通广告传媒有限公司与控股股东同趣控股签订《网站收购合同》，交易标的为“我爱车”网站。鉴于公司服务的汽车品牌客户，因此“我爱车”网站的精准汽车用户流量具有较高的商业与应用价值，对为各品牌汽车厂商进行客户集客引流、深度用户教育、潜在客户挖掘、销售

转化、提升客户忠诚度、提升品牌与产品的知名度与美誉度等均有比较重要的战略意义，对本公司提升营销效果和增加客户满意度发挥积极与重要作用。“我爱车”网站的收购价格为具有从事证券期货相关业务资格的评估机构的评估结果，因此该项关联交易的作价是公允的。

该项关联交易属偶发性质，不具备持续性。

## 2、关联方资金拆借

报告期内，博拉网络仅在2018年下半年与关联方（控股股东同趣控股）存在资金往来。因日常生产经营所需补充流动资金，博拉网络从控股股东同趣控股处拆入人民币1,200万元，双方未签订正式借款协议，也未约定支付借款利息（实际为无息）。

2018年12月末，上述款项已全部归还清理完毕，期末无余额。鉴于博拉网络与控股股东仅存在资金拆入的情况，前述情形不涉及对博拉网络其他中小股东的利益损害，故博拉网络与关联方之间资金往来的行为未对博拉网络的财务状况和经营成果造成重大影响。公司控股股东、实际控制人已承诺以后不再发生此类关联交易。

该项关联交易属偶发性质，不具备持续性。

## 3、关联方买卖车辆

相关车辆系发行人以物抵债而来，该项关联交易属偶发性质，不具备持续性。

## 4、向关联方出借资金

该项关联交易属偶发性质，不具备持续性。

## 5、关联方采购服务

该项关联交易属偶发性质，不具备持续性。

### （五）报告期内关联交易简要汇总表

单位：万元

类型	交易内容	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
经常性关联交易	关键管理人员薪酬	168.45	321.64	220.36	191.90
偶发性关联交易	关联方资金往来	13.944	1,200.00	-	-
	收购“我爱车”网站	-	-	-	491.51 (不含税)
	关联方买卖车辆	36.32	-	-	-

		(不含税)			
	关联方采购服务	8.74 (不含税)	-	-	-

## 八、比照关联方披露的交易

### (一) 比照关联方

序号	名称	与发行人的关联关系
1	重庆黎古科技有限公司	黎剑飞于2017年3月至2019年4月为黎古科技的控股股东；2019年3月11日，黎剑飞与发行人共同设立赢睿达，2019年3月11日至2019年4月18日，黎剑飞持有赢睿达10%的股权，并担任法定代表人、执行董事、经理。

截至本招股说明书出具日，黎古科技的基本情况如下：

名称	重庆黎古科技有限公司
统一社会信用代码	91500113MA5UDP7E11
类型	有限责任公司
法定代表人	胡儒松
注册资本	2,000 万元
住所	重庆市巴南区巴滨路1号8幢8-1
经营范围	计算机软件研发；广告制作、设计、策划、代理服务；利用互联网销售；计算机软硬件、五金交电、办公用品及耗材；商务信息咨询；会议及展览服务；企业管理咨询；企业形象设计；企业营销策划；市场推广。（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）***
经营期限	自2017年3月14日至永久

截至本招股说明书出具日，黎古科技的股权结构如下：

股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
胡儒松	1,700.00	85.00	货币
潘琼	300.00	15.00	货币
合计	2,000.00	100.00	—

### (二) 比照关联方与发行人之间的交易

采购商品或服务

单位：元

名称	交易内容	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
黎古科技	微信朋友圈及腾讯新闻、腾讯APP数字媒体投放；微信朋友圈广告平台代充值服务	37,678,256.33	34,970,055.58	—	—

### (三) 比照关联交易履行的决策程序

发行人报告期内已制定《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》等制度对发行人关联交易事宜予以规范。根据上述相关制度，发行人报告期内与比照关联方之间的交易不属于关联交易，故无需履行发行人关联交易的决策程序。

## 九、报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

### (一) 报告期内关联交易制度的执行情况

公司产供销系统独立、完整，生产经营上不存在依赖关联方的情形。

2015年8月，公司制定了《关联交易管理制度》并经股份公司创立大会审议通过；2016年8月，公司修订了《关联交易管理制度》并经2016年第一次临时股东大会审议通过；2019年8月，公司修订了《关联交易管理制度》并经2019年第二次临时股东大会审议通过。之后公司发生的关联交易均严格按照《关联交易管理制度》及《公司章程》的规定履行相关决策程序，不存在严重损害中小股东利益的情形。

### (二) 独立董事关于关联交易的意见

独立董事对关联交易履行程序的合法性及交易价格的公允性发表了如下意见：

“公司关联交易事项的决策程序符合相关法律、法规及公司章程的规定，其公平地依据等价有偿、公允市价的原则定价，没有违反公开、公平、公正的原则，不存在显失公平的关联交易，不存在损害公司和中小股东利益的情形。”

## 十、报告期内关联方的变化情况

报告期内，关联方的主要变化情况具体如下：

### (一) 发行人转让和注销的子公司

1、2016年1月，发行人全资子公司北京博拉转让其持有的北京耀途51%的股权。股权转让完成后，北京博拉不再持有北京耀途的股权。2016年2月22日，上述股权转让在北京市工商行政管理局朝阳分局依法办理了工商变更登记手续。

有关该次转让的具体情况，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“三、发行人报告期内的重大资产重组情况”。

2、2016年7月22日，北京市商务委员会出具的《企业境外投资注销确认函》载，经企业申请，BOLAA PTY LTD（中文名：博拉有限公司，北京博拉全资子公司）已注销。

3、2016年8月，发行人全资子公司北京博拉的全资子公司北京云集通网络科技有限公司完成工商注销。

4、2019年1月，公司控股子公司天津星趣游科技有限公司完成工商注销。

5、2019年1月，公司全资子公司上海网延文化传媒有限公司完成工商注销。

6、公司转让参股公司职学大伽的全部股权。2019年6月20日，公司与李鲁签署了股权转让协议，以35万元的价格将其持有职学大伽的全部股份转让给李鲁。2019年7月2日，办理完成相关工商变更登记手续，职学大伽变更为李鲁独资的一人有限责任公司。

## （二）控股股东、实际控制人及关联方注销的子公司

1、2016年1月，同趣控股全资子公司重庆随手科技有限公司完成工商注销。

2、2016年2月，同趣控股全资子公司重庆博趣科技有限公司完成工商注销。

3、2016年7月，同趣控股全资子公司上海驾临商贸有限公司完成工商注销。

4、2016年9月，实际控制人童毅之配偶吴远丽控股子公司重庆新车道贸易有限公司完成工商注销。

5、2016年2月，实际控制人童毅和董事会秘书黎健艺合计持股100%的重庆奇琥科技有限公司完成工商注销。

6、2019年2月，同趣控股控股子公司重庆我爱车电子商务有限公司完成工商注销。

7、2016年1月，实际控制人童毅和董事会秘书黎健艺等控股子公司 Bolaa Holdings Limited 自公司事务注册处取得《解散证明》(87AAF74854)，完成注销。

## （三）其他关联方的变化情况

关联方名称	与公司关联关系	备注
尤启明	报告期内曾任公司董事	主动辞职

王树	报告期内持有发起人 5%以上股份股东	因增资被稀释到 5%以下
任英勇	报告期内曾任公司董事	主动辞职
余熙	报告期内曾任公司董事	发行人董事换届
彭笑	报告期内曾任公司董事	发行人董事换届
重庆久青广告有 限公司	报告期内董事曹靖曾持股 60%并曾担任监 事的公司	2017 年 6 月注销
深圳市锦平金融 服务有限公司	报告期内董事曹靖曾担任执行董事的公司	2019 年 1 月退出
深圳市前海旭日 阳光互联网金融 服务有限公司	报告期内董事曹靖曾担任执行董事的公司	2019 年 1 月退出
展柏(深圳)金 融服务有限责任 公司	报告期内董事曹靖曾担任执行董事的公司	2019 年 1 月退出
众美至道科技 (北京)有限公 司	报告期内董事曹靖曾担任执行董事的公司	2019 年 1 月退出
众美德俊科技 (北京)有限公 司	报告期内董事曹靖曾担任经理的公司	2019 年 1 月退出
深圳市鸿创达资 产管理有限公司	报告期内监事黄英曾持股 1%的公司	2019 年 1 月注销
深圳市瀚信资产 管理有限公司	报告期内监事黄英曾持股 0.9967%的公司	2018 年 9 月退出
惠州市天泽盈丰 物联网科技股份 有限公司	报告期内监事黄英曾任董事的公司	2017 年 7 月退出
四川柯瑞帝特投 资有限公司	报告期内董事彭涛持股 40%的公司	2018 年 5 月吊销
爱若蔓(上海) 商贸有限公司	报告期内董事龙峰持股 10%的公司	2016 年 1 月退出
重庆数讯科技有 限公司	报告期内副总经理石正磊曾任监事的公司	2016 年 5 月吊销

太阳城(厦门)户外用品科技股份有限公司	报告期内监事黄英曾任董事的公司	2019年5月因换届退出
傲基科技股份有限公司	报告期内监事黄英曾任监事的公司	2019年4月因换届退出

## 十一、关联方占用发行人资金及发行人对关联方的担保情况

公司报告期内与关联方发生的资金往来情况具体详见本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“七、（二）偶发性关联交易”。

股份公司成立后，《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》和《关联交易管理制度》等已明确对外担保的审批权限和审议程序，从制度上保证公司的对外担保行为合法、合规。

截至本招股说明书签署之日，公司不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金的情况，也不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况，也不存在其他对外担保的情况。

## 十二、发行人关于对外投资、担保事项和资金管理的政策制度安排及执行情况

公司在《公司章程》中对规范对外投资、收购和出售资产及对外担保作出了政策和制度安排；同时为规范公司对外投资和对外担保行为，维护投资者利益，按照有关法律法规和公司章程的规定，结合公司实际情况，发行人制定并修订了《对外投资管理制度》和《对外担保管理制度》，并经2016年第一次临时股东大会审议通过。上述两项制度对公司对外投资、对外担保应履行的程序、风险管理、信息披露等方面做了较为详尽的规定。

### （一）对外投资的制度安排及执行情况

#### 1、对外投资的制度安排

《对外投资管理制度》规定公司对外投资的审批权限如下：

(1) 达到下列标准之一的对外投资事项，由总经理提出相关议案经董事会审议通过之后提交股东大会审批：

1) 交易涉及的资产总额（同时存在账面值和评估值的，以高者为准）占公司最近一期经审计总资产 50% 以上；

2) 交易的成交金额占公司最近一期经审计净资产 50% 以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

3) 交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 1,000 万元；

4) 交易标的在最近一个会计年度相关的营业务收入占公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的 50% 以上，且绝对金额超过 5,000 万元；

5) 交易标的在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50% 以上，且绝对金额超过 1,000 万元。

上述指标涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

(2) 董事会有权审议决定公司下列对外投资事宜。

1) 交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 10% 以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

2) 交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 10% 以上，且绝对金额超过 500 万元；

3) 交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10% 以上，且绝对金额超过 100 万元；

4) 交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 10% 以上，且绝对金额超过 500 万元；

5) 交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10% 以上，且绝对金额超过 100 万元。

上述指标涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

(3) 董事会授权董事长在董事会闭会期间决定公司下列对外投资事宜：

1) 对外投资交易涉及的资产总额（同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据）低于公司最近一期经审计总资产的 10%；



2) 对外投资交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的营业收入低于公司最近一个会计年度经审计主营业务收入的 10%，或者绝对金额不超过 500 万元的；

3) 对外投资交易标的(如股权)在最近一个会计年度相关的净利润低于公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%，或者绝对金额不超过 100 万元的；

4) 对外投资交易的成交金额(含承担债务和费用)低于公司最近一期经审计净资产的 10%，或者绝对金额不超过 500 万元的；

5) 对外投资交易产生的利润低于公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%，或者绝对金额不超过 100 万元的。

上述指标涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

对外投资事项虽在董事长对外投资决策权限范围内，但董事长认为该对外投资事项涉及公司重大利益的，董事长可将该对外投资事项提交董事会集体决策。

对外投资的组织管理机构的规定如下：

对需经董事会、股东大会决策的投资项目，由总经理将相应的投资方案提交董事会，董事会审议通过相关投资项目后，需提交股东大会审议的，再将相关投资项目提交股东大会审议。

总经理组织审议需报送董事会的对外投资方案，并负责审批权限范围内的公司对外投资。总经理负责对外投资的日常工作。

公司财务部负责对外投资的资金和财务管理。

公司聘请会计师事务所负责对外投资的审计工作，并向董事会进行报告。

董事会秘书严格按照《公司法》、《证券法》、《公司章程》等有关规定履行公司对外投资的信息披露义务。

## **2、对外投资制度的执行情况**

报告期内，公司对外投资均履行了董事会、股东大会审议程序，符合《公司章程》及其他相关法律法规的规定。

### **(二) 对外担保的制度安排及执行情况**

#### **1、对外担保的制度安排**

公司对外担保的最高决策机构为公司股东大会，董事会根据《公司章程》有关董事会对外担保审批权限的规定，行使对外担保的决策权。超过《公司章程》

规定的董事会的审批权限的，董事会应当提出预案，并报股东大会批准。董事会组织管理和实施经股东大会通过的对外担保事项。

对于董事会权限范围内的担保事项，应当经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意并做出决议。

应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。须经股东大会审批的对外担保，包括但不限于下列情形：

- (1) 单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10% 的担保；
- (2) 公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50% 以后提供的任何担保；
- (3) 为资产负债率超过 70% 的担保对象提供的担保；
- (4) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；
- (5) 连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50% 且绝对金额超过 3,000 万元人民币；
- (6) 对股东、实际控制人及其关联人（不包括公司及子公司，下同）提供的担保。

股东大会审议担保事项时，应经出席会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上通过。股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决。

除上述所列须由股东大会审批的对外担保以外的其他对外担保事项，由董事会根据《公司章程》对董事会对外担保审批权限的规定，行使对外担保的决策权。

## **2、对外担保的执行情况**

报告期内，公司未对外提供担保。

### **(三) 资金管理的制度安排及执行情况**

#### **1、资金管理的制度安排**

为了加强对货币资金的内部控制和有效管理，保证货币资金的安全，公司根据《中华人民共和国会计法》和《内部会计控制规范—货币资金（试行）》等法律法规，结合公司实际情况，制定了《货币资金管理制度》。

《货币资金管理制度》从岗位分工、授权批准、财务预算执行、日常的收支和存取结算、现金和票据的盘点、财务印章的管理、监督检查等方面对公司的资金管理进行了较为细致和具体的规定，有效保障了公司的资金安全和合理使用。

同时，公司从保护中小投资者利益的角度，还制订了《防止控股股东及其关联方资金占用专项制度》。该制度规定：公司董事、监事和高级管理人员对维护公司资金安全负有法定义务；公司要严格防止控股股东及其他关联方的非经营性资金占用的行为，公司与控股股东及其他关联方发生的经营性资金往来中，应当严格限制控股股东及其他关联方占用公司资金；控股股东及其他关联方不得要求上市公司为其垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不得互相代为承担成本和其他支出；控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不得利用其股东权利或者实际控制能力操纵、指使公司或者公司董事、监事、高级管理人员从事损害公司及其他股东的利益的行为等。

公司已从内部控制和公司治理层面建立起了有效的资金管理机制，维护公司资产安全和资金有效使用的同时，最大程度的保护投资者的利益。

## **2、资金管理制度的执行情况**

报告期内，公司严格执行上述相关制度的规定，资金管理较规范。

## 第八节 财务会计信息与管理层分析

公司聘请立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日和 2019 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注进行了审计。立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了标准无保留意见的《审计报告》（信会师报字[2019]第 ZD10226 号）。

本节的财务会计数据及有关的分析说明反映了公司最近三年及一期经审计的财务报表及附注的主要内容。非经特别说明，本节数据均引自经审计的公司财务报表或据其计算所得，按合并报表口径披露。

投资者若欲对公司的财务状况、经营成果、现金流量及会计政策进行更详细的了解，应当认真阅读财务报告和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

### 一、发行人财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据自身所处的行业和发展阶段，公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。基于对公司业务性质及规模的考虑，2016 年和 2017 年主要考虑采用营业收入确定合并财务报表重要性水平，即根据 2016 年、2017 年合并财务报表营业收入\* 0.5%的平均数来确定；2018 年和 2019 年 1-6 月主要考虑采用税前利润确定合并财务报表重要性水平，即根据 2018 年和 2019 年 1-6 月合并财务报表税前利润的 3%来确定。

### 二、对发行人持续经营能力或财务状况可能产生影响的重要因素

对发行人持续经营能力或财务状况可能产生影响的重要因素，请参见本招股说明书“第四节 风险因素”。

### 三、发行人报告期的财务报表

#### (一) 最近三年及一期合并财务报表

##### 1、合并资产负债表

单位：元

资产	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
货币资金	80,039,617.89	90,792,649.24	84,680,216.30	87,337,222.66
应收票据	8,852,134.31	16,632,111.96	5,146,174.70	8,430,000.00
应收账款	210,026,085.68	172,578,804.76	111,515,959.51	69,425,403.73
预付款项	20,430,772.78	6,816,024.84	1,267,664.25	2,798,611.32
其他应收款	7,562,079.43	6,340,773.64	5,141,811.67	2,330,067.75
存货	985,551.33	3,396,989.76	189,574.00	—
其他流动资产	660,667.62	437,225.58	30,453,703.39	30,533,192.97
<b>流动资产合计</b>	<b>328,556,909.04</b>	<b>296,994,579.78</b>	<b>238,395,103.82</b>	<b>200,854,498.43</b>
可供出售金融资产	—	18,350,000.00	350,000.00	350,000.00
其他权益工具投资	18,350,000.00	—	—	—
投资性房地产	5,107,144.72	5,178,152.62	419,202.18	431,528.46
固定资产	18,500,893.25	19,175,792.08	3,297,440.51	1,981,673.58
无形资产	3,536,120.06	3,793,975.16	4,248,655.04	4,656,254.72
长期待摊费用	1,077,348.03	2,113,457.84	3,987,469.17	5,293,821.71
递延所得税资产	5,522,515.87	5,028,338.00	2,188,086.56	1,937,986.11
其他非流动资产	—	—	14,923,384.73	15,273,384.73
<b>非流动资产合计</b>	<b>52,094,021.93</b>	<b>53,639,715.70</b>	<b>29,414,238.19</b>	<b>29,924,649.31</b>
<b>资产总计</b>	<b>380,650,930.97</b>	<b>350,634,295.48</b>	<b>267,809,342.01</b>	<b>230,779,147.74</b>

##### 2、合并资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
短期借款	20,000,000.00	—	—	—
应付账款	4,638,872.89	5,975,996.90	4,087,431.51	3,121,039.61
预收款项	756,680.12	618,335.00	53,000.00	500,000.00
应付职工薪酬	5,021,709.04	6,259,255.11	6,438,806.86	5,949,371.01

应交税费	4,572,902.41	9,250,685.75	2,602,916.87	3,414,767.66
其他应付款	547,041.29	355,986.16	505,020.91	1,093,025.23
<b>流动负债合计</b>	<b>35,537,205.75</b>	<b>22,460,258.92</b>	<b>13,687,176.15</b>	<b>14,078,203.51</b>
递延所得税负债	89,713.53	103,034.81	—	—
<b>非流动负债合计</b>	<b>89,713.53</b>	<b>103,034.81</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>负债合计</b>	<b>35,626,919.28</b>	<b>22,563,293.73</b>	<b>13,687,176.15</b>	<b>14,078,203.51</b>
股本	91,000,000.00	91,000,000.00	88,000,000.00	88,000,000.00
资本公积	115,058,821.01	113,984,548.32	83,336,002.95	81,187,457.57
盈余公积	9,074,659.47	9,074,659.47	7,034,029.61	2,856,530.89
未分配利润	128,744,131.29	114,860,441.33	75,050,556.51	43,930,325.88
归属于母公司所有者权益合计	343,877,611.77	328,919,649.12	253,420,589.07	215,974,314.34
少数股东权益	1,146,399.92	-848,647.37	701,576.79	726,629.89
<b>所有者权益合计</b>	<b>345,024,011.69</b>	<b>328,071,001.75</b>	<b>254,122,165.86</b>	<b>216,700,944.23</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>380,650,930.97</b>	<b>350,634,295.48</b>	<b>267,809,342.01</b>	<b>230,779,147.74</b>

### 3、合并利润表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
<b>一、营业总收入</b>	<b>214,482,226.15</b>	<b>306,776,812.46</b>	<b>179,640,695.90</b>	<b>159,515,458.72</b>
其中：营业收入	214,482,226.15	306,776,812.46	179,640,695.90	159,515,458.72
<b>二、营业总成本</b>	<b>191,557,562.71</b>	<b>255,265,826.58</b>	<b>135,102,807.82</b>	<b>117,238,646.75</b>
其中：营业成本	161,219,051.56	204,443,194.18	82,058,663.07	72,664,641.65
税金及附加	779,732.83	1,254,091.68	1,038,995.83	658,218.98
销售费用	12,725,729.34	20,578,644.15	18,822,172.92	18,721,599.51
管理费用	9,310,168.04	15,999,268.70	17,973,823.31	12,485,112.56
研发费用	10,106,004.33	13,824,042.27	15,710,525.19	13,587,082.95
财务费用	-2,583,123.39	-833,414.40	-501,372.50	-878,008.90
其中：利息费用	21,600.00	—	—	—
利息收入	2,644,530.61	823,863.87	653,355.10	727,893.19
加：其他收益	3,732,883.35	3,925,206.58	4,033,617.95	—
投资收益（损失以“-”号填列）	—	695,683.64	1,518,040.83	241,276.95
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-6,215,138.22	—	—	—
资产减值损失（损失以“-”号填列）	—	-7,030,223.87	-3,385,185.03	-733,240.14

资产处置收益（损失以“-”号填列）	-161,056.14	-41,766.41	—	—
<b>三、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>20,281,352.43</b>	<b>49,059,885.82</b>	<b>46,704,361.83</b>	<b>41,784,848.78</b>
加：营业外收入	27,000.00	88,900.00	131,142.76	3,511,358.25
减：营业外支出	1,000,000.00	248,417.34	9,562.00	134,575.95
<b>四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>19,308,352.43</b>	<b>48,900,368.48</b>	<b>46,825,942.59</b>	<b>45,161,631.08</b>
减：所得税费用	1,529,615.18	5,960,077.96	6,273,266.34	6,528,758.30
<b>五、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>17,778,737.25</b>	<b>42,940,290.52</b>	<b>40,552,676.25</b>	<b>38,632,872.78</b>
1. 持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	17,778,737.25	42,940,290.52	40,552,676.25	38,632,872.78
1. 归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	17,483,689.96	44,490,514.68	40,577,729.35	38,475,682.84
2. 少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	295,047.29	-1,550,224.16	-25,053.10	157,189.94
<b>六、综合收益总额</b>	<b>17,778,737.25</b>	<b>42,940,290.52</b>	<b>40,552,676.25</b>	<b>38,632,872.78</b>
归属于母公司所有者的综合收益总额	17,483,689.96	44,490,514.68	40,577,729.35	38,475,682.84
归属于少数股东的综合收益总额	295,047.29	-1,550,224.16	-25,053.10	157,189.94
（一）基本每股收益（元/股）	0.19	0.51	0.46	0.44
（二）稀释每股收益（元/股）	0.19	0.51	0.46	0.44

#### 4、合并现金流量表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
销售商品、提供劳务收到的现金	249,654,489.46	236,488,658.03	144,571,728.28	143,959,063.90
收到的税费返还	—	—	—	1,040.16
收到其他与经营活动有关的现金	25,415,826.57	22,480,380.63	5,274,138.01	19,748,796.82
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>275,070,316.03</b>	<b>258,969,038.66</b>	<b>149,845,866.29</b>	<b>163,708,900.88</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	218,144,369.73	181,984,248.36	55,546,141.76	44,923,577.55
支付给职工以及为职工支付的现金	34,378,991.19	61,073,471.78	53,650,187.14	51,594,268.00
支付的各项税费	13,178,049.68	11,788,207.28	15,703,974.97	12,780,296.52
支付其他与经营活动有关的现金	35,839,559.80	36,945,612.76	20,618,260.09	32,768,455.25
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>301,540,970.40</b>	<b>291,791,540.18</b>	<b>145,518,563.96</b>	<b>142,066,597.32</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-26,470,654.37</b>	<b>-32,822,501.52</b>	<b>4,327,302.33</b>	<b>21,642,303.56</b>

收回投资收到的现金	—	60,737,424.66	91,518,040.83	10,077,246.58
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	140,000.00	—	—	—
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	—	—	—	290,916.75
投资活动现金流入小计	140,000.00	60,737,424.66	91,518,040.83	10,368,163.33
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	450,568.76	2,656,545.18	3,215,075.04	27,707,113.19
投资支付的现金	—	48,000,000.00	90,000,000.00	40,350,000.00
投资活动现金流出小计	450,568.76	50,656,545.18	93,215,075.04	68,057,113.19
投资活动产生的现金流量净额	-310,568.76	10,080,879.48	-1,697,034.21	-57,688,949.86
吸收投资收到的现金	1,700,000.00	31,500,000.00	—	460,462.55
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	1,700,000.00	—	—	460,462.55
取得借款收到的现金	20,000,000.00	—	—	—
筹资活动现金流入小计	21,700,000.00	31,500,000.00	—	460,462.55
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,621,600.00	2,640,000.00	5,280,000.00	3,080,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	2,050,000.00	—	—	3,540,000.00
筹资活动现金流出小计	5,671,600.00	2,640,000.00	5,280,000.00	6,620,000.00
筹资活动产生的现金流量净额	16,028,400.00	28,860,000.00	-5,280,000.00	-6,159,537.45
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-208.22	-5,945.02	-7,274.48	7,806.43
五、现金及现金等价物净增加额	-10,753,031.35	6,112,432.94	-2,657,006.36	-42,198,377.32
加：期初现金及现金等价物余额	90,792,649.24	84,680,216.30	87,337,222.66	129,535,599.98
六、期末现金及现金等价物余额	80,039,617.89	90,792,649.24	84,680,216.30	87,337,222.66

## (二) 最近三年及一期母公司财务报表

## 1、资产负债表

单位：元

资产	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
货币资金	18,731,319.68	76,403,669.62	59,853,945.58	59,976,952.00
应收票据	2,260,776.00	4,344,656.50	2,970,000.00	1,250,000.00
应收账款	54,114,896.91	68,990,709.67	33,053,835.86	31,535,581.32
预付款项	4,108,632.84	3,173,147.43	84,810.52	2,281,948.65
其他应收款	131,111,021.07	60,712,093.31	54,716,612.03	38,645,065.91
存货	—	2,281,773.39	—	—



其他流动资产	—	—	30,212,666.89	30,405,195.17
<b>流动资产合计</b>	<b>210,326,646.50</b>	<b>215,906,049.92</b>	<b>180,891,870.88</b>	<b>164,094,743.05</b>
可供出售金融资产	—	18,350,000.00	350,000.00	350,000.00
长期股权投资	69,456,182.89	46,056,182.89	47,056,182.89	27,056,182.89
其他权益工具投资	18,350,000.00	—	—	—
投资性房地产	4,706,431.96	4,771,276.72	—	—
固定资产	9,819,603.20	10,008,942.80	841,639.73	832,051.58
无形资产	177,472.28	189,572.66	152,743.10	68,833.34
长期待摊费用	630,327.68	1,386,720.86	2,901,264.87	4,060,773.25
递延所得税资产	346,411.44	484,183.35	269,113.13	155,348.13
其他非流动资产	—	—	9,078,805.54	9,078,805.54
<b>非流动资产合计</b>	<b>103,486,429.45</b>	<b>81,246,879.28</b>	<b>60,649,749.26</b>	<b>41,601,994.73</b>
<b>资产总计</b>	<b>313,813,075.95</b>	<b>297,152,929.20</b>	<b>241,541,620.14</b>	<b>205,696,737.78</b>

## 2、资产负债表（续）

单位：元

负债和所有者权益	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
短期借款	20,000,000.00	—	—	—
应付账款	655,296.42	1,201,545.45	4,243,829.19	3,614,319.01
应付职工薪酬	411,382.38	974,071.16	1,234,874.43	1,058,107.33
应交税费	936,007.86	3,135,179.78	602,637.68	-309,102.98
其他应付款	768,850.00	7,070,055.20	2,103,045.21	6,620,301.24
<b>流动负债合计</b>	<b>22,771,536.66</b>	<b>12,380,851.59</b>	<b>8,184,386.51</b>	<b>10,983,624.60</b>
<b>负债合计</b>	<b>22,771,536.66</b>	<b>12,380,851.59</b>	<b>8,184,386.51</b>	<b>10,983,624.60</b>
股本	91,000,000.00	91,000,000.00	88,000,000.00	88,000,000.00
资本公积	115,099,167.71	114,024,895.02	83,376,349.65	81,227,804.27
盈余公积	9,074,718.26	9,074,718.26	7,034,088.40	2,856,530.89
未分配利润	75,867,653.32	70,672,464.33	54,946,795.58	22,628,778.02
<b>所有者权益合计</b>	<b>291,041,539.29</b>	<b>284,772,077.61</b>	<b>233,357,233.63</b>	<b>194,713,113.18</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>313,813,075.95</b>	<b>297,152,929.20</b>	<b>241,541,620.14</b>	<b>205,696,737.78</b>

## 3、利润表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
一、营业收入	34,702,415.93	98,133,080.77	53,158,154.44	62,285,249.01
减：营业成本	17,165,122.54	61,048,511.61	24,754,345.92	42,207,101.01

税金及附加	192,266.18	298,507.88	162,386.80	72,666.68
销售费用	1,091,770.65	2,226,833.13	2,211,402.06	3,242,104.94
管理费用	4,708,634.28	8,337,078.64	10,719,217.51	6,007,658.49
研发费用	3,052,688.63	3,510,370.42	4,669,489.02	5,585,239.81
财务费用	-2,545,798.89	-760,330.10	-459,344.54	-656,038.04
其中：利息费用	21,600.00	—	—	—
利息收入	2,585,409.88	766,184.97	523,829.02	659,914.92
加：其他收益	44,130.58	870,380.95	1,617,156.00	—
投资收益(损失以“-”号填列)	-6,367.24	690,831.24	31,518,040.83	72,874.13
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-11,061.78	—	—	—
资产减值损失(损失以“-”号填列)	—	-1,433,801.47	-758,433.31	-448,533.98
资产处置收益(损失以“-”号填列)	-161,056.14	—	—	—
<b>二、营业利润(亏损以“-”号填列)</b>	<b>10,903,377.96</b>	<b>23,599,519.91</b>	<b>43,477,421.19</b>	<b>5,450,856.27</b>
加：营业外收入	—	—	—	2,440,000.00
减：营业外支出	1,000,000.00	—	—	—
<b>三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)</b>	<b>9,903,377.96</b>	<b>23,599,519.91</b>	<b>43,477,421.19</b>	<b>7,890,856.27</b>
减：所得税费用	1,108,188.97	3,193,221.30	1,701,846.12	973,019.13
<b>四、净利润(净亏损以“-”号填列)</b>	<b>8,795,188.99</b>	<b>20,406,298.61</b>	<b>41,775,575.07</b>	<b>6,917,837.14</b>
(一)持续经营净利润(净亏损以“-”号填列)	8,795,188.99	20,406,298.61	41,775,575.07	6,917,837.14
<b>五、综合收益总额</b>	<b>8,795,188.99</b>	<b>20,406,298.61</b>	<b>41,775,575.07</b>	<b>6,917,837.14</b>

#### 4、现金流量表

单位：元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
销售商品、提供劳务收到的现金	53,614,140.91	58,997,529.79	52,216,402.69	56,881,130.27
收到其他与经营活动有关的现金	34,468,007.07	56,257,265.92	25,333,822.16	18,965,787.07
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>88,082,147.98</b>	<b>115,254,795.71</b>	<b>77,550,224.85</b>	<b>75,846,917.34</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	15,398,520.10	66,529,862.94	24,720,589.58	25,942,228.79
支付给职工以及为职工支付的现金	3,757,293.52	6,754,158.94	10,210,153.93	8,872,944.27
支付的各项税费	4,519,968.72	2,953,371.22	2,353,609.78	5,446,199.10
支付其他与经营活动有关的现金	113,045,744.28	70,798,768.85	36,041,216.82	33,347,752.73

经营活动现金流出小计	<b>136,721,526.62</b>	<b>147,036,161.95</b>	<b>73,325,570.11</b>	<b>73,609,124.89</b>
经营活动产生的现金流量净额	<b>-48,639,378.64</b>	<b>-31,781,366.24</b>	<b>4,224,654.74</b>	<b>2,237,792.45</b>
收回投资收到的现金	2,640.93	60,742,572.26	90,000,000.00	10,077,246.58
取得投资收益收到的现金	—	7,100,000.00	21,518,040.83	—
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	140,000.00	—	—	—
投资活动现金流入小计	<b>142,640.93</b>	<b>67,842,572.26</b>	<b>111,518,040.83</b>	<b>10,077,246.58</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	103,804.01	365,536.96	578,427.51	13,892,965.71
投资支付的现金	23,400,000.00	48,000,000.00	110,000,000.00	51,850,000.00
投资活动现金流出小计	<b>23,503,804.01</b>	<b>48,365,536.96</b>	<b>110,578,427.51</b>	<b>65,742,965.71</b>
投资活动产生的现金流量净额	<b>-23,361,163.08</b>	<b>19,477,035.30</b>	<b>939,613.32</b>	<b>-55,665,719.13</b>
吸收投资收到的现金	—	31,500,000.00	—	—
取得借款收到的现金	20,000,000.00	—	—	—
筹资活动现金流入小计	<b>20,000,000.00</b>	<b>31,500,000.00</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	3,621,600.00	2,640,000.00	5,280,000.00	3,080,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	2,050,000.00	—	—	3,540,000.00
筹资活动现金流出小计	<b>5,671,600.00</b>	<b>2,640,000.00</b>	<b>5,280,000.00</b>	<b>6,620,000.00</b>
筹资活动产生的现金流量净额	<b>14,328,400.00</b>	<b>28,860,000.00</b>	<b>-5,280,000.00</b>	<b>-6,620,000.00</b>
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	<b>-208.22</b>	<b>-5,945.02</b>	<b>-7,274.48</b>	<b>7,806.43</b>
五、现金及现金等价物净增加额	<b>-57,672,349.94</b>	<b>16,549,724.04</b>	<b>-123,006.42</b>	<b>-60,040,120.25</b>
加：期初现金及现金等价物余额	76,403,669.62	59,853,945.58	59,976,952.00	120,017,072.25
六、期末现金及现金等价物余额	<b>18,731,319.68</b>	<b>76,403,669.62</b>	<b>59,853,945.58</b>	<b>59,976,952.00</b>

#### 四、审计意见类型

本公司委托立信会计师事务所(特殊普通合伙)对2016年12月31日、2017年12月31日、2018年12月31日和2019年6月30日公司的合并资产负债表,2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月公司的合并利润表、合并现金流量表及合并所有者权益变动表进行了审计。立信会计师事务所(特殊普通合伙)出具了标准无保留意见的《审计报告》(信会师报字[2019]第ZD10226号)。

#### 五、合并财务报表的范围及变化情况

##### (一) 合并财务报表范围

报告期内各期末，公司合并财务报表范围内子公司情况如下：

公司名称	是否纳入合并财务报表范围			
	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
重庆博聚智海电子商务有限公司	是	是	是	是
博拉网络(北京)有限公司(原名:北京博拉广告传媒有限公司)	是	是	是	是
重庆博拉智略科技有限公司(原名:重庆博拉智略广告传媒有限公司)	是	是	是	是
成都网客广告传媒有限公司	是	是	是	是
上海网延文化传媒有限公司	否	否	是	是
上海博拉广告传播有限公司	是	是	是	是
昆明博拉飞鱼科技有限公司	是	是	是	是
广州博拉广告有限公司	是	是	是	是
重庆伍觉软件有限公司	是	是	是	是
重庆云集通广告传媒有限公司	是	是	是	是
重庆博拉智胜数字科技有限公司	是	是	是	是
重庆赢盛达科技有限公司	是	是	是	是
天津星趣游科技有限公司	否	是	是	否
重庆赢睿达数字技术有限公司	是	—	—	—
重庆聚企智业大数据有限公司	是	—	—	—

## (二) 报告期内合并报表范围变更情况

1、2016年6月8日，北京博拉广告传媒有限公司之子公司 BOLAA PTY LTD 完成注销。

2、2016年8月10日，北京博拉广告传媒有限公司之子公司北京云集通网络科技有限公司完成注销。

3、2017年5月22日，公司设立控股子公司天津星趣游科技有限公司，该公司注册资本100万元，实缴资本0元。本公司对其持股比例为70%，实施控制。2019年1月，该公司注销。

4、上海网延文化传媒有限公司于2018年12月完成账务注销，于2019年1月完成工商注销。

5、2019年2月20日，公司成立重庆聚企智业大数据有限公司，该公司注册资本1,000.00万元，实缴资本50.00万元。本公司对其持股比例为100.00%，

实施控制。

6、2019年3月11日，公司成立重庆赢睿达数字技术有限公司，该公司注册资本2,000.00万元，实缴资本2,000.00万元。本公司对其持股比例为91.50%，实施控制。

## 六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

立信会计师事务所（特殊普通合伙）确定下列事项是需要在审计报告中沟通的关键审计事项。

- 1、收入确认；
- 2、应收账款的可收回性；

公司下列重要会计政策、会计估计根据企业会计准则制定，未提及的会计业务按企业会计准则中相关会计政策执行。

### （一）收入

#### 1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

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

#### 2、提供劳务收入依据

公司在资产负债表日，当提供劳务的收入金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；交易的完工进度能够可靠地确定且交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量时，按完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

（1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

（2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

#### 3、确认让渡资产使用权收入的依据

当与让渡资产使用权相关的经济利益很可能流入企业且收入的金额能够可靠地计量时确认收入。利息收入按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定；使用费收入按合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

#### 4、公司确认收入的具体原则

公司的主营业务为企业大数据服务收入，包括大数据应用服务和技术开发服务，其中大数据应用服务包括大数据营销及运营收入、数字媒体投放收入和电商及其他业务收入。具体的确认原则如下：

(1) 大数据营销及运营收入：公司与客户签订的大数据营销及运营服务合同一般包含一定期限内的运营服务和项目服务。对于一定期限内的运营服务，公司与客户签订一定期限（一般为一年、9个月、6个月）的运营服务合同，合同约定在此期限内的结算周期（每月或每季）和服务费金额，公司按合同约定提供服务，在每一结算周期末经客户验收后，根据客户确认的验收证明确认收入；对于项目服务合同，一般包含若干项可拆分、可独立验收的具体服务项目，每个具体服务项目结束后，公司收到客户确认的验收证明时予以确认收入。

(2) 数字媒体投放收入：当完成合同约定的服务后，收到客户确认的验收证明时予以确认收入。根据业务具体执行情况的不同，公司对数字媒体投放业务分别采用“总额法”和“净额法”确认业务收入，具体如下：

项目	数字媒体投放运营服务	数字媒体投放充值服务
销售内容	博拉网络利用大数据算法和技术自动为客户精准目标受众的定向广告投放和运营服务，包括针对性地为企业客户制定投放方案；实时监测和分析反馈投放效果数据，不断优化投放人群画像标签和投放策略等；广告投放素材创意及素材制作；进行投放方案、投放效果和投放渠道的数据整理、分析和价值评估等一系列服务	博拉网络按照上游代理商的推广计划，根据上游代理商约定的具体合作金额和相关信息，垫付款项向上游代理商指定的媒体平台账户投放信息
采购内容	主要为媒体资源	为上游代理商先期垫付广告投放充值款，将充值款直接支付给下游数字媒体代理商
盈利模式	博拉网络提供全面的数字媒体投放运营服务，获取广告主或代理商的全	博拉网络仅提供数字媒体充值服务，

项目	数字媒体投放运营服务	数字媒体投放充值服务
	部收入, 并支付相应的媒体资源采购成本, 赚取之间的差价(如向客户收取的技术及运营服务费用、根据销售额完成情况获取的媒体返点)	从中收取服务费
收入确认方式	全额法	净额法
涵盖的新媒体传播平台范围	涵盖多个平台, 包括: 微信、今日头条等	涵盖多个平台, 包括: 微信、今日头条等

(3) 电商及其他业务收入包含电商运营收入和其他销售类业务两种形式, 电商运营收入和其他销售类业务收入确认原则分别如下:

电商运营收入: 电商运营收入根据销售模式分为自营旗舰店销售和通过京东自营销售两种模式, 两种模式对应的收入确认时点、收入确认条件及依据如下:

销售模式	代表产品	收入确认时点	收入确认条件及依据
自营旗舰店销售	荣事达	公司收到京东结算清单(以最终向京东用户销售数量为准)后确认收入	在京东平台向京东用户实现对外销售后, 与公司进行实销实结, 发行人收到实销实结清单后, 风险与报酬转移, 收入成本能够可靠计量
通过京东自营销售	美妆	公司交付产品, 京东签收(以最终向京东销售数量为准)后确认收入	公司向京东交付产品后, 实现风险与报酬转移, 历史经验证明退货风险很小, 几乎可以忽略不计, 收入成本能够可靠计量

其他销售类业务: 公司其他销售类业务主要为销售 Oracle 数据库服务。公司将产品销售给客户, 并经客户验收确认后, 根据客户提供的验收单确认收入。

(4) 技术开发服务收入: 在技术开发服务完成、经客户确认后, 根据客户确认的验收证明一次性确认为收入的实现。

2017年7月, 财政部发布了财会【2017】22号文, 对《企业会计准则第14号——收入》(以下简称“新收入准则”)进行了修订, 改变了收入确认的模式和理念。

新收入准则将分三步骤实施。在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业, 自2018年1月1日起施行; 其他境内上市企业, 自2020年1月1日起施行; 执行企业会计准则的非上市企业, 自2021年1月1日起施行。同时, 允许企业提前执行。

根据新收入准则，其修订的内容主要如下：（1）将现行收入和建造合同两项准则纳入统一的收入确认模型；（2）以控制权转移替代风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准；（3）对于包含多重交易安排的合同的会计处理提供更明确的指引；（4）对于某些特定交易（或事项）的收入确认和计量给出了明确规定。

新收入准则下，对发行人收入的核算影响如下：

业务类型	项目	现行收入确认政策	新收入准则规定	是否存在差异
大数据营销及运营收入、数字媒体投放收入、技术开发服务收入	收入类型	提供劳务收入	某一时点履行	不存在
	确认方法	成果交付并收到客户验收确认时确认收入	在客户取得相关商品控制权时点确认收入	不存在
大数据营销及运营收入	收入类型	提供劳务收入	某一时段内履行	不存在
	确认方法	一定期限内的成果交付并收到客户验收确认时确认收入	项目已验收的工作量占项目总工作量的比例	不存在
电商及其他业务	收入类型	销售商品收入	某一时点履行	不存在
	确认方法	商品交付并收到客户验收确认时确认收入	在客户取得相关商品控制权时点确认收入	不存在

综上，按照新收入准则的规定，公司评估了主要业务类型收入的确认和计量、核算和列报等方面，公司的收入确认时点满足新收入准则规定的将产品控制权转移至客户时（客户验收合格），如果未来采用新收入准则对公司财务报表无重大影响。

## （二）合并财务报表的编制方法

### 1、合并范围

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括本公司所控制的被投资方可分割的部分）均纳入合并财务报表。

### 2、合并程序

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据



相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

#### （1）增加子公司或业务

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

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计

量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

## (2) 处置子公司或业务

### ① 一般处理方法

在报告期内，本公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降从而丧失控制权的，按照上述原则进行会计处理。

### ② 分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

- i. 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；
- ii. 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；
- iii. 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；
- iv. 一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在

丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

### (3) 购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

### (4) 不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

## (三) 现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

## (四) 金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

### 1、金融工具的分类

2019年1月1日前适用的会计政策：

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

自2019年1月1日起适用的会计政策：

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

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

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

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

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

1) 该项指定能够消除或显著减少会计错配。

2) 根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略,以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价,并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

3) 该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

## 2、金融工具的确认依据和计量方法

2019年1月1日前适用的会计政策:

(1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产(金融负债)

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

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

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

#### (2) 持有至到期投资

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

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

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

#### (3) 应收款项

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

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

#### (4) 可供出售金融资产

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

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

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

#### (5) 其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策：

#### (1) 以摊余成本计量的金融资产

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

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

(2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）

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

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

(3) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

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

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

(4) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

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

终止确认时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

(5) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍

生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

#### (6) 以摊余成本计量的金融负债

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

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

### 3、金融资产转移的确认依据和计量方法

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

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

(1) 所转移金融资产的账面价值；

(2) 因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

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

(1) 终止确认部分的账面价值；

(2) 终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

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

#### 4、金融负债终止确认条件

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

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

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

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

#### 5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

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

#### 6、金融资产（不含应收款项）减值的测试方法及会计处理方法

2019年1月1日前适用的会计政策：

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

（1）可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上



升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

(2) 持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策：

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

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

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

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

**(五) 应收款项坏账准备**

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策：

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准：

应收账款	金额在 300 万元以上（含 300 万元）
其他应收款	金额在 300 万元以上（含 300 万元）

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

## 2、按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

确定组合的依据	
组合 1：销售款项组合	单项不重大应收款项及经单独测试后未发现减值迹象的单项金额重大应收款项
组合 2：内部往来组合	应收本公司合并报表范围内关联方款项
组合 3：押金及保证金	其他应收款中缴付的各项押金、保证金
按组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1：销售款项组合	账龄分析法
组合 2：内部往来组合	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备
组合 3：押金、保证金组合	按账面余额的 5% 计提

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	3.00	3.00
1-2 年（含 2 年）	10.00	10.00
2-3 年（含 3 年）	30.00	30.00
3 年以上	100.00	100.00

对于应收票据，由于银行承兑汇票到期不能收回的风险较小，因此公司未计提坏账准备。对于商业承兑汇票，由于其期限都在 1 年以内，公司比照账龄分析法 1 年以内（含 1 年）的计提比例 3% 计提坏账准备。

## 3、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

对单项金额不重大但个别信用风险特征明显不同，已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，本公司单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

## 4、坏账损失的确认标准

公司将因债务人破产或死亡，以其破产财产或遗产不足偿还的款项；因债务单位撤消、资不抵债或现金流量严重不足确实不能收回的款项；因发生严重自然灾害等导致债务单位停产而在短期内无法偿还的款项；因债务人逾期未履行偿债义务超过三年而确实无法收回的款项，按规定程序批准后确认为坏账冲销坏账准备。

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策：

## 1、应收账款、其他应收款

对于应收账款、其他应收款，无论是否包含重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

本公司将该应收账款按类似信用风险特征（账龄）进行组合，并基于所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，对该应收账款坏账准备的计提比例进行估计如下：

账龄	应收账款计提比例（%）
1年以内（含1年）	3.00
1—2年	10.00
2—3年	30.00
3年以上	100.00

## 2、其他的应收款项

对于除应收账款及其他应收款以外其他的应收款项（包括应收票据、长期应收款等）的减值损失计量，比照本节“六、（四）金融工具 6、金融资产（不含应收款项）减值的测试方法及会计处理方法”处理。

## （六）存货

### 1、存货的分类

存货分类为：劳务成本、外购服务、库存商品、发出商品等。

### 2、发出存货的计价方法

存货的初始计量按发生时的实际成本。

发出存货的计价方法：按项目结转成本。

### 3、不同类别存货可变现净值的确定依据

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

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

## （七）长期股权投资

### 1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。本公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为本公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为本公司联营企业。

### 2、初始投资成本的确定

#### （1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法

核算的初始投资成本。

#### (2) 其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资,按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。

以发行权益性证券取得的长期股权投资,按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下,非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值和应支付的相关税费确定其初始投资成本,除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠;不满足上述前提的非货币性资产交换,以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资,以所放弃债权的公允价值和可直接归属于该资产的税金等其他成本确定其入账价值,并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额,计入当期损益。

### 3、后续计量及损益确认方法

#### (1) 成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资,采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外,公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

#### (2) 权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资,采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额,不调整长期股权投资的初始投资成本;初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额,计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额,分别确认投资收益和其他综合收益,同时调整长期股权投资的账面价值;按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分,相应减少长期股权投资的账面价值;对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动,调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时,以取得投资时被投资单位可辨认

净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

### （3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致本公司持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的,在编制个别财务报表时,处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的,购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转;处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的,其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

## (八) 投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值,或两者兼有而持有的房地产,包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物(含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物)。

公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产—出租用建筑物采用与本公司固定资产相同的折旧政策,出租用土地使用权按与无形资产相同的摊销政策执行。

## (九) 固定资产

### 1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有,并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认:

- (1) 与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业;
- (2) 该固定资产的成本能够可靠地计量。

### 2、折旧方法

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

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下:

类别	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
办公设备	平均年限法	3	5	31.67
房屋及建筑物	平均年限法	35	5	2.71
运输设备	平均年限法	4	5	23.75

### 3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

公司与租赁方所签订的租赁协议条款中规定了下列条件之一的，确认为融资租入资产：

- (1) 租赁期满后租赁资产的所有权归属于本公司；
- (2) 公司具有购买资产的选择权，购买价款远低于行使选择权时该资产的公允价值；
- (3) 租赁期占所租赁资产使用寿命的大部分；
- (4) 租赁开始日的最低租赁付款额现值，与该资产的公允价值不存在较大的差异。

公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费。

#### 4、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

公司在每期末判断固定资产是否存在可能发生减值的迹象。

固定资产存在减值迹象的，估计其可收回金额。可收回金额根据固定资产的公允价值减去处置费用后的净额与固定资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

当固定资产的可收回金额低于其账面价值的，将固定资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为固定资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的固定资产减值准备。

固定资产减值损失确认后，减值固定资产的折旧在未来期间作相应调整，以使该固定资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的固定资产账面价值（扣除预计净残值）。

固定资产的减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

有迹象表明一项固定资产可能发生减值的，企业以单项固定资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项固定资产的可收回金额进行估计的，以该固定资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

#### 5、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。



## (十) 无形资产

### 1、无形资产的计价方法

(1) 公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于使该资产达到预定用途所发生的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

(2) 后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

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

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项 目	预计使用寿命	摊销方法	依据
网站域名	10 年	预计使用期限	网站域名
营销管理系统	10 年	预计使用期限	营销管理系统

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。

经复核，本年期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

3、使用寿命不确定的无形资产的判断依据以及对其使用寿命进行复核的程序

截止资产负债表日，本公司没有使用寿命不确定的无形资产。

4、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

#### 5、开发阶段支出资本化的具体条件

第一，完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

第二，具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

第三，无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；

第四，有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

第五，归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

开发阶段的支出，若不满足上列条件的，于发生时计入当期损益。研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

### (十一) 长期资产减值

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

商誉和使用寿命不确定的无形资产至少在每年年度终了进行减值测试。

本公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。在将商誉的账面价值分摊至相关的资产组或者资产组组合时，按照各资产组或者资产组组合的公允价值占相关资产组或者资产组组合公

允价值总额的比例进行分摊。公允价值难以可靠计量的，按照各资产组或者资产组组合的账面价值占相关资产组或者资产组组合账面价值总额的比例进行分摊。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

## （十二）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司长期待摊费用为房屋装修费。

### 1、摊销方法

长期待摊费用在受益期内平均摊销。

### 2、摊销年限

类别	摊销年限
房屋装修费	3年

## （十三）职工薪酬

### 1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工为本公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

本公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为本公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

### 2、离职后福利的会计处理方法

#### 设定提存计划

本公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工

为本公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

### 3、辞退福利的会计处理方法

本公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

## （十四）股份支付

本公司的股份支付是为了获取职工提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。本公司的股份支付为以权益结算的股份支付。

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。在等待期内每个资产负债表日，本公司根据最新取得的[可行权职工人数变动]、[是否达到规定业绩条件]等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。但授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

对于最终未能行权的股份支付，不确认成本或费用，除非行权条件是市场条件或非可行权条件，此时无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足所有可行权条件中的非市场条件，即视为可行权。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

## （十五）政府补助

### 1、类型

政府补助，是本公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、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。

## 2、确认时点

政府补助同时满足下列条件时，予以确认：一是公司能够满足政府补助所附条件；二是公司能够收到政府补助。

## 3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）；

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿本公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与本公司日常活动相关的，计入其他收益；与本公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

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

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

## （十六）递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

## （十七）借款费用

### 1、借款费用资本化的确认原则

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用以及因外币借款而发生的汇兑差额等。

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

借款费用同时满足下列条件时开始资本化：

（1）资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

（2）借款费用已经发生；

（3）为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

### 2、借款费用资本化期间

资本化期间，指从借款费用开始资本化时点到停止资本化时点的期间，借款费用暂停资本化的期间不包括在内。

当购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。

当购建或者生产符合资本化条件的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。

购建或者生产的资产的各部分分别完工，但必须等到整体完工后才可使用或可对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

### 3、暂停资本化期间

符合资本化条件的资产在购建或生产过程中发生的非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，则借款费用暂停资本化；该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。在中断期间发生的借款费用确认为当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始后借款费用继续资本化。

### 4、借款费用资本化率、资本化金额的计算方法

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以专门借款当期实际发生的借款费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，来确定借款费用的资本化金额。

对于为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用的一般借款，根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的借款费用金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

## (十八) 租赁

### 1、经营租赁会计处理

(1) 公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

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

(2) 公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接

费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

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

## 2、融资租赁会计处理

(1) 融资租入资产：公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。公司采用实际利率法对未确认的融资费用，在资产租赁期间内摊销，计入财务费用。公司发生的初始直接费用，计入租入资产价值。

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

## (十九) 关联方

一方控制、共同控制另一方或对另一方施加重大影响，以及两方或两方以上同受一方控制、共同控制的，构成关联方。关联方可为个人或企业。仅仅同受国家控制而不存在其他关联方关系的企业，不构成本公司的关联方。

本公司的关联方包括但不限于：

- (1) 本公司的母公司；
- (2) 本公司的子公司；
- (3) 与本公司受同一母公司控制的其他企业；
- (4) 对本公司实施共同控制的投资方；
- (5) 对本公司施加重大影响的投资方；
- (6) 本公司的合营企业，包括合营企业的子公司；
- (7) 本公司的联营企业，包括联营企业的子公司；
- (8) 本公司的主要投资者个人及与其关系密切的家庭成员；
- (9) 本公司或其母公司的关键管理人员及与其关系密切的家庭成员；
- (10) 本公司的主要投资者个人、关键管理人员或与其关系密切的家庭成员



控制、共同控制的其他企业。

## (二十) 主要会计政策、会计估计的变更

### 1、会计政策变更

#### (1) 2016 年

执行《增值税会计处理规定》

财政部于 2016 年 12 月 3 日发布了《增值税会计处理规定》(财会[2016]22 号), 适用于 2016 年 5 月 1 日起发生的相关交易。本公司执行该规定的主要影响如下:

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) 将利润表中的“营业税金及附加”项目调整为“税金及附加”项目。	税金及附加
(2) 将自 2016 年 5 月 1 日起企业经营活动发生的房产税、土地使用税、车船使用税、印花税从“管理费用”项目重分类至“税金及附加”项目, 2016 年 5 月 1 日之前发生的税费不予调整。比较数据不予调整。	调增税金及附加 2016 年金额 49,010.18 元, 调减管理费用 2016 年金额 49,010.18 元。
(3) 将“应交税费”科目下的“应交增值税”、“未交增值税”、“待抵扣进项税额”、“待认证进项税额”、“增值税留抵税额”等明细科目的借方余额从“应交税费”项目重分类至“其他流动资产”(或“其他非流动资产”)项目。比较数据不予调整。	调增其他流动资产 2016 年期末余额 526,536.22 元, 调减应交税费 2016 年期末余额 526,536.22 元。

#### (2) 2017 年

执行《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》、《企业会计准则第 16 号——政府补助》和《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》。

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于 2017 年度发布了《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》，对一般企业财务报表格式进行了修订，适用于 2017 年度及以后期间的财务报表。

本公司执行上述三项规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) 在利润表中分别列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”。比较数据相应调整。	列示持续经营净利润 2017 年金额 40,552,676.25 元，2016 年金额 38,632,872.78 元。
(2) 与本公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入。比较数据不调整。	调增 2017 年其他收益 4,033,617.95 元，调减 2017 年营业外收入 4,033,617.95 元。

(3) 2018 年

财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。本公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目名称和金额
(1) 资产负债表中“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”；“应收利息”和“应收股利”并入“其他应收款”列示；“应付利息”和“应付股利”并入“其他应付款”列示；“固定资产清理”并入“固定资产”列示；“工程物资”并入“在建工程”列示；“专项应付款”并入“长期应付款”列示。比较数据相应调整。	“应收票据”和“应收账款”合并列示为“应收票据及应收账款”，2018 年金额 189,210,916.73 元，2017 年金额 116,662,134.21 元，2016 年金额 77,855,403.73 元；“应付票据”和“应付账款”合并列示为“应付票据及应付账款”，2018 年金额 5,975,996.90 元，2017 年金额 4,087,431.51 元，2016 年金额 3,121,039.61 元；
(2) 在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	调减“管理费用”2018 年金额 13,824,042.27 元，2017 年金额 15,710,525.19 元，2016 年金额 13,587,082.95 元，重分类至“研发费用”。
(3) 所有者权益变动表中新增“设定受益计划变动额结转留存收益”项目。比较数据相应调整。	本公司执行该准则对本公司本年报表无影响。

(4) 2019 年

2019 年 1 月 1 日首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况。

合并资产负债表

单位：万元

项目	2018年12月31日	2019年1月1日	调整数
可供出售金融资产	1,835.00	不适用	-1,835.00
其他权益工具投资	不适用	1,835.00	1,835.00

## 母公司资产负债表

单位：万元

项目	2018年12月31日	2019年1月1日	调整数
可供出售金融资产	1,835.00	不适用	-1,835.00
其他权益工具投资	不适用	1,835.00	1,835.00

## 2、会计估计变更

本报告期公司无重要会计估计变更。

## (二十一) 前期会计差错更正

公司将研发支出区分为研究阶段和开发阶段，并将进入开发阶段且满足资本化条件的研发项目进行了资本化。现根据企业会计准则及谨慎性考虑，对原资本化的项目，现进行费用化处理。上述调整主要对2016年12月31日/2016年度的产生影响，具体影响如下：

单位：万元

科目	调整前	调整后	差异
无形资产	1,209.25	465.63	-743.63
开发支出	—	—	—
递延所得税资产	132.67	193.80	61.13
<b>资产总计</b>	<b>23,760.41</b>	<b>23,077.91</b>	<b>-682.50</b>
应交税费	416.35	341.48	-74.87
<b>负债合计</b>	<b>1,482.69</b>	<b>1,407.82</b>	<b>-74.87</b>
盈余公积	328.08	285.65	-42.43
未分配利润	4,957.15	4,393.03	-564.12
<b>少数股东权益</b>	<b>73.75</b>	<b>72.66</b>	<b>-1.08</b>
<b>所有者权益合计</b>	<b>22,277.73</b>	<b>21,670.09</b>	<b>-607.63</b>
管理费用	2,533.75	2,607.22	73.47
所得税费用	660.89	652.88	-8.01
<b>净利润</b>	<b>3,928.74</b>	<b>3,863.29</b>	<b>-65.45</b>
<b>归属于母公司所有者的净利润</b>	<b>3,913.02</b>	<b>3,847.57</b>	<b>-65.45</b>

少数股东损益	15.72	15.72	—
--------	-------	-------	---

## 七、经注册会计师鉴证的非经常性损益

1、本公司报告期内非经常性损益项目及金额如下表所示：

单位：万元

项 目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
非流动资产处置损益	-16.11	-4.18	—	16.84
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	303.09	401.29	415.97	351.13
债务重组损益	—	-8.25	-0.96	—
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	<b>-27.10</b>	<b>-16.47</b>	<b>0.50</b>	<b>-13.45</b>
其他符合非经常性损益定义的损益项目	—	69.57	151.80	7.29
非经常性损益小计	<b>259.88</b>	<b>441.96</b>	<b>567.32</b>	<b>361.81</b>
所得税影响额	<b>-39.50</b>	<b>-64.94</b>	<b>-86.01</b>	<b>-53.41</b>
少数股东权益影响额	<b>-2.71</b>	<b>-1.18</b>	<b>-21.20</b>	<b>-24.75</b>
合 计	<b>217.67</b>	<b>375.84</b>	<b>460.11</b>	<b>283.64</b>

注：其他符合非经常性损益定义的损益项目系赎回保本型理财产品获得的投资收益。

2、计入当期损益的政府补助如下：

单位：万元

种类	金额	计入当期损益或冲减相关成本费用损失的金额				计入当期损益或冲减相关成本费用损失的项目
		2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度	
失业保险稳岗补贴	7.16	0.90	3.28	2.98	—	其他收益
2016年拟上市重点培育企业财政奖励资金	100.00	—	—	—	100.00	营业外收入
重庆两江新区财政局区2016产业扶持股改补助	100.00	—	—	—	100.00	营业外收入
社区智能服务平台项目补助资金	75.00	—	—	—	75.00	营业外收入
E-SCRM互联网客户关系管理系统项目资金	24.00	—	—	—	24.00	营业外收入
2016年度重庆市企业自主创新引导专项补助	20.00	—	—	—	20.00	营业外收入
创新扶持补助资金	9.83	—	—	—	9.83	营业外收入
重庆两江新区产业扶持资金	22.30	—	—	—	22.30	营业外收入
产业扶持资金	764.40	299.49	299.53	165.38	—	其他收益
现代服务业综合试点项目-大数据分析平台项目补助资金	140.00	—	—	140.00	—	其他收益

现代服务业综合试点项目-社区智能服务平台项目补助资金	75.00	—	—	75.00	—	其他收益
重点产业共性关键技术创新专项补助	15.00	—	—	15.00	—	其他收益
高新产业扶持补助	4.00	—	—	4.00	—	其他收益
国际贸易专项资金-外贸离岸奖励补助	1.00	—	—	1.00	—	其他收益
奉贤现代农业园区管理委员会创新扶持款	21.08	2.70	8.77	9.61	—	营业外收入
2017年第一批工业振兴专项资金预算(拨款)	3.00	—	—	3.00	—	营业外收入
工业信息化专项资金	84.00	—	84.00	—	—	其他收益
个税手续费返还	5.61	0.90	4.71	—	—	其他收益
国际贸易专项资金	1.00	—	1.00	—	—	其他收益
<b>合计</b>	<b>1,472.37</b>	<b>303.98</b>	<b>401.29</b>	<b>415.97</b>	<b>351.13</b>	

### 3、与资产相关的政府补助

发行人报告期内不存在与资产相关的政府补助，均是与收益相关的政府补助。

## 八、适用税率及享受的主要财政税收优惠政策

### (一) 主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	3%、6%、9%、10%、13%、16%	3%、6%、16%、17%	3%、6%	3%、6%
城市维护建设税	按实际缴纳的营业税、增值税计征	7%、1%	7%、1%	7%、1%	7%、1%
教育费附加	按实际缴纳的营业税、增值税计征	3%	3%	3%	3%
地方教育费附加	按实际缴纳的营业税、增值税计征	2%	2%	2%	2%
应交河道管理费	按实际缴纳的营业税、增值税计征	1‰	1‰	1‰	1‰
企业所得税	按应纳税所得额计征	5%、10%、15%、25%	10%、15%、25%	10%、15%、25%	10%、15%、25%

合并范围内各纳税主体企业所得税税率情况：

纳税主体名称	企业所得税税率			
	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
博拉网络股份有限公司	15%	15%	15%	15%
博拉网络(北京)有限公司	25%	25%	25%	25%

重庆博拉智略科技有限公司	25%	25%	25%	25%
成都网客广告传媒有限公司	25%	25%	25%	25%
上海网延文化传媒有限公司	—	25%	25%	25%
广州博拉广告有限公司	25%	25%	25%	25%
重庆博聚智海电子商务有限公司	5%、10%	10%	15%	15%
上海博拉广告传播有限公司	25%	25%	25%	25%
昆明博拉飞鱼科技有限公司	5%、10%	10%	10%	10%
重庆伍觉软件有限公司	15%	15%	15%	15%
重庆云集通广告传媒有限公司	5%、10%	15%	15%	15%
重庆博拉智胜数字科技有限公司	25%	25%	25%	25%
重庆赢盛达科技有限公司	15%	15%	15%	15%
北京云集通网络科技有限公司	—	—	—	25%
天津星趣游科技有限公司	25%	25%	25%	—
重庆聚企智业大数据有限公司	5%、10%	—	—	—
重庆赢睿达数字技术有限公司	25%	—	—	—

## (二) 税收优惠

1、根据《财政部、国家税务总局、海关总署关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》(财税[2011]58号),自2011年1月1日至2020年12月31日,对设在西部地区的鼓励类产业企业减按15%的税率征收企业所得税。经主管税务机关审核批准,博拉网络2016-2018年度享受西部大开发税收优惠政策,减按15%税率征税,2019年公司的经营业务未发生改变,暂按15%税率申报缴纳企业所得税;重庆云集通广告传媒有限公司2016-2018年度企业所得税减按15%征收、重庆博聚智海电子商务有限公司2016-2017年度企业所得税减按15%征收;重庆伍觉软件有限公司2016-2018年度企业所得税减按15%征收,2019年公司的经营业务未发生改变,暂按15%税率申报缴纳企业所得税;重庆赢盛达科技有限公司自2016-2018年度企业所得税按15%征收,2019年公司的经营业务未发生改变,暂按15%税率申报缴纳企业所得税;根据《财政部、国家税务总局关于小型微利企业所得税优惠政策的通知》(财税(2015)34号)规定,2016-2018年昆明博拉飞鱼科技有限公司企业所得税减按10%征收、2018年重庆博聚智海电子商务有限公司企业所得税减按10%征收;2019年根据《关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》(财税(2019)13号)规定,昆明博拉飞鱼科技有

限公司、重庆博聚智海电子商务有限公司、重庆聚企智业大数据有限公司、重庆云集通广告传媒有限公司年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。

2、根据《财政部、国家税务总局关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36 号）规定》，纳税人提供技术转让、技术开发和与之相关的技术咨询、技术服务免征增值税。报告期内公司符合免税条件的收入申报免征增值税。

3、根据《财政部、国家税务总局关于将铁路运输和邮政业纳入营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2013〕106 号）规定》，纳税人提供离岸信息技术外包服务免征增值税。报告期内公司符合免税条件的收入申报免征增值税。

## 九、报告期主要财务指标

### （一）主要财务指标

以下指标除资产负债率以母公司财务报告的财务数据为基础计算，其余指标均以合并财务报告数据为基础计算。各年度主要财务指标列示如下：

项目	2019.6.30/ 2019 年 1-6 月	2018.12.31/ 2018 年度	2017.12.31/ 2017 年度	2016.12.31/ 2016 年度
流动比率（倍）	9.25	13.22	17.42	14.27
速动比率（倍）	9.22	13.07	17.40	14.27
资产负债率（母公司）	7.26%	4.17%	3.39%	5.34%
应收账款周转率（次）	1.12 <sup>1</sup>	2.16	1.99	2.56
存货周转率（次）	73.57 <sup>2</sup>	114.01	865.72	315.35
息税折旧摊销前利润（元）	21,675,569.72	53,014,053.28	50,502,316.20	46,492,828.39
归属于公司普通股股东的净利润（元）	17,483,689.96	44,490,514.68	40,577,729.35	38,475,682.84
归属于公司普通股股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	15,306,990.46	40,732,148.54	35,976,644.13	35,639,260.04
研发投入占营业收入的比例	4.71%	4.51%	8.75%	8.52%
每股经营活动现金流量（元）	-0.29	-0.36	0.05	0.25

<sup>1</sup> 2019 年 1-6 月，应收账款周转率 1.12，未做年化处理，年化为 2.24。报告期内呈上升趋势。

<sup>2</sup> 2019 年 1-6 月，存货周转率 73.57，未做年化处理，年化为 147.15。

每股净现金流量(元)	-0.12	0.07	-0.03	-0.48
归属于公司普通股每股净资产(元)	3.78	3.61	2.88	2.45

注：上述指标的计算除特别说明外，以本公司合并财务报表的数据为基础进行计算，主要财务指标计算说明如下：

流动比率=流动资产÷流动负债

速动比率=(流动资产-存货)÷流动负债

资产负债率=(负债总额÷资产总额)×100.00%

应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均余额

资产周转率=营业收入÷总资产平均余额

存货周转率=营业成本÷存货平均余额

息税折旧摊销前利润=合并利润总额+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

每股经营活动产生的净现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总数

每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末股本总数

归属于公司股东的每股净资产=归属于母公司股东权益÷期末股本总数

## (二) 净资产收益率与每股收益

根据《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)，报告期内，本公司净资产收益率、每股收益指标如下：

报告期内利润	报告期间	加权平均净资产收益率(%)	每股收益(元/股)	
			基本	稀释
归属于公司普通股股东净利润	2019年1-6月	5.18	0.19	0.19
	2018年度	16.15	0.51	0.51
	2017年度	17.21	0.46	0.46
	2016年度	19.49	0.44	0.44
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2019年1-6月	4.53	0.17	0.17
	2018年度	14.79	0.46	0.46
	2017年度	15.26	0.41	0.41
	2016年度	18.05	0.40	0.40

## 十、经营成果分析



## (一) 营业收入分析

### 1、公司营业收入构成及变动分析

报告期收入具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、主营业务	21,240.75	99.03%	30,567.73	99.64%	17,964.07	100.00%	15,951.35	100.00%
二、其他业务	207.47	0.97%	109.96	0.36%	—	—	0.20	0.00%
合计	<b>21,448.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,677.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,951.55</b>	<b>100.00%</b>

发行人报告期内的主营业务收入全部来自大数据应用服务和技术开发服务。2016年、2017年、2018年和2019年上半年，公司实现营业收入分别为15,951.55万元、17,964.07万元、30,677.68万元和21,448.22万元。2017年度、2018年度的营业收入增幅分别为12.62%、70.77%，年复合增长率为38.68%。

主营业务收入增长主要来自原有大客户业务量的增长和新业务领域的拓展。原有客户业务量增加，以家乐福和长安汽车为例，2016年、2017年和2018年来自家乐福的收入分别为1,436.09万元、1,799.06万元、2,518.33万元，2017年和2018年分别较上年增长了25.27%、39.98%；2016年、2017年和2018年来自长安汽车（2017收入包括重庆长安车联科技有限公司）的收入分别为985.06万元、740.92万元、3,074.14万元，2017年和2018年分别较上年增长了-24.78%、314.90%。

新业务领域拓展最明显的是数字媒体投放业务，该业务2018年、2019年1-6月分别实现营业收入7,851.56万元、8,164.58万元，呈现快速增长趋势。

其他业务收入为自有房产的对外出租收入和客户抵款车辆的销售，金额及占比很小。

### 2、主营业务收入构成及变动分析

#### (1) 按服务模式分类

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
大数据应用服务	<b>19,125.07</b>	<b>90.04%</b>	<b>24,561.17</b>	<b>80.35%</b>	<b>12,664.67</b>	<b>70.50%</b>	<b>10,399.53</b>	<b>65.20%</b>
营销及运营收入	8,933.63	42.06%	15,935.87	52.13%	12,664.67	70.50%	10,399.53	65.20%

数字媒体投放	8,164.58	38.44%	7,851.56	25.69%	—	—	—	—
电商及其他	2,026.86	9.54%	773.73	2.53%	—	—	—	—
技术开发服务收入	<b>2,115.69</b>	<b>9.96%</b>	<b>6,006.56</b>	<b>19.65%</b>	<b>5,299.40</b>	<b>29.50%</b>	<b>5,551.82</b>	<b>34.80%</b>
合计	<b>21,240.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,567.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>15,951.35</b>	<b>100.00%</b>

公司主要从事大数据应用服务和技术开发服务两种业务，其中大数据应用服务子项数字媒体投放和电商及其他业务为 2018 年新增。报告期内，公司主营业务稳定。

#### 1) 营销及运营

项目		2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营销及运营收入	金额(万元)	8,933.63	15,935.87	12,664.67	10,399.53
	变动比例	—	25.83%	21.78%	—
客户数量	个数	122	198	181	173
	变动比例	—	9.39%	4.62%	—

大数据营销及运营业务是公司的传统核心业务。公司在数据挖掘和分析方面具备十多年的技术沉淀，应用于客户的互联网营销及数字化运营，具有较强的竞争优势。报告期内，该项业务收入逐年上升，一方面基于老客户的需求较为稳定，另一方面得益于新客户的不断开发。例如：公司 2017 年底进入比亚迪的供应商库，2018 年为比亚迪提供大数据营销及运营服务并确认的收入合计近 2,000 万元，系 2018 年公司营销及运营板块的主要增长来源之一。

2019 年 1-6 月，公司营销及运营收入 8,933.63 万元较上年同期的 6,114.92 万元，增加 2,818.71 万元，增长 46.10%。增长部分除原有客户业务增加外，主要来自新增客户如北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司、湖南猎豹汽车股份有限公司等。

营销及运营服务细分为运营服务和项目服务，具体情况如下：

**运营服务：**该服务系发行人在整个服务期内，需要向客户持续提供的、例行的、相对固定的服务内容，例如每月的企业信息监测和数据分析报告、企业自媒体的日常托管运营、会员系统的数据管理和运营等，通常专门与客户签订一定期限（一般为一年、9 个月、6 个月）的运营服务合同，合同约定在此期限内的结算周期（每月或每季）和服务费金额，公司按合同约定提供服务，在每一结算周期未经客户验收后，予以确认收入。如发行人与广州雅锦房地产开发有限公司签订的《雅居乐地产双微年度托管项目数字商业服务协议》，约定发行人为“雅居

乐地产”官方双微提供日常内容运营及托管服务，服务周期为2018年7月1日起至2019年6月30日止。合同中有明确的固定服务金额。

项目服务：根据客户在特定时间阶段，或是针对特定事件而策划和执行的项目服务。如中秋节日促销活动、新车上市的精准集客活动等。

单位：万元、个

项目	2019年1-6月			2018年度		
	客户数量	销售收入	占比	客户数量	销售收入	占比
运营服务	38	987.97	11.06%	36	1,983.25	12.45%
项目服务	94	7,945.66	88.94%	184	13,952.63	87.55%
<b>合计</b>	<b>132</b>	<b>8,933.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>220</b>	<b>15,935.87</b>	<b>100.00%</b>
项目	2017年度			2016年度		
	客户数量	销售收入	占比	客户数量	销售收入	占比
运营服务	40	1,631.65	12.88%	24	1,256.13	12.08%
项目服务	164	11,033.02	87.12%	164	9,143.39	87.92%
<b>合计</b>	<b>204</b>	<b>12,664.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>188</b>	<b>10,399.53</b>	<b>100.00%</b>

由于部分客户同时存在运营服务和项目服务，因此上述表格客户合计数量存在部分重合。

最近三年，发行人的运营服务和项目服务销售收入均呈现一定的增长。

## 2) 数字媒体投放

数字媒体投放业务是公司根据客户要求，在微信、今日头条等互联网渠道，通过程序化购买的方式为客户进行精准投放广告的业务。发行人作为企业客户的整合大数据营销服务提供商，将广告传播和内容营销等各种形式有机结合，帮助企业通过社交网络精准触达和影响潜在用户，放大营销推广效果，提升产品或服务的销售转化率。同时，公司还可以根据企业客户已有的用户数据库，通过对消费偏好、年龄、所在区域、手机号码等多维度信息的比对，定制精准目标人群的广告投放方案，再匹配适合的社交媒体账号、投放区域、营销形式，进行定性定向的人际网络传播，释放和提升客户数据资源价值。未来，公司还将调整此类广告投放规模和形式，更好满足企业大数据营销需求。

公司开展数字媒体投放业务的目的不仅是为了增加新的赢利点，更是为了满足原有客户对数字媒体投放业务（主要针对可精准定位用户的社交网络媒体）的需求。以公司的长期客户——家乐福为例，2018年公司直接来自家乐福的收入

2,518.33 万元,通过其全球代理商——阳狮广告间接实现的收入为 1,946.89 万元,合计为 4,465.22 万元,较 2017 年度源自该客户的收入增加了 2,666.16 万元,其中新增数字媒体投放业务实现收入就达到 2,226.60 万元。

2019 年,公司鉴于数字媒体投放业务的快速增长,成立了重庆赢睿达数字技术有限公司,专门从事与数字媒体投放相关的业务,人员队伍与专业化程度大幅提升,业务规模持续增长。

### 3) 电商及其他

电商及其他业务是公司 2018 年扩展的新业务,目前处于尝试阶段,2018 年实现收入 773.73 万元;2019 年上半年继续稳定增长,达到 2,026.86 万元,主要为商品销售所得。该业务主要是公司借助为客户服务积累的营销模型及技术工具向新领域的延伸。

目前具体实现形式是:电商业务为公司以买断方式从厂商购买商品,即公司向供货企业采购商品,再通过京东等线上电商平台将商品售卖给最终客户。其他业务主要是公司代理销售甲骨文公司 oracle 数据库产品服务。

电商及其他业务目前主要系销售荣事达炊具系列(厨房炒锅、不锈钢保温杯等)、美妆产品(阿玛尼、汤姆福特等品牌口红等)和 Oracle 数据库产品服务。

### 4) 技术开发服务

项 目		2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
技术开发服务收入	金额(万元)	2,115.69	6,006.56	5,299.40	5,551.82
	变动比例	—	13.34%	-4.55%	—
客户数量	个数	36	96	101	112
	变动比例	—	-4.95%	-9.82%	—

技术开发服务主要是公司通过自有的技术研发团队,根据客户需求,定制开发大数据应用系统。

公司技术开发服务的客户可以简单分为两类,一类是整合服务中包含有技术开发需求的客户,一类是有单纯技术开发服务需求的客户,两者比例大致相当。公司提供的技术开发服务主要集中在数据挖掘及分析系统、精准营销系统、用户数据管理系统、电商服务系统等具有技术优势的领域。

2018 年公司主要集中精力对大型客户的大型项目进行技术开发,提高了平均单个客户的收入金额。虽然客户数量减少 5 个,但技术开发服务总收入增加了

707.16 万元，表明公司具有良好的技术能力支持大客户、大项目的技术开发。客户数量的微小变化属于正常的经营波动，公司不存在客户流失的重大风险。

2019 年 1-6 月技术开发服务收入占 2018 年全年的比例为 35.22%，占比较低，主要是因为公司的业务具有一定的季节性，上半年特别是一季度节假日较多，大多数客户在该阶段主要是制定年度总体策略、比稿竞标和执行开始初期，上半年直接完工项目相对较少。

### (2) 按客户所属行业分类

具体分析参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司的销售情况和主要客户”部分

### (3) 按客户所属地区分类

具体分析参见本招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、公司的销售情况和主要客户”部分

## 3、营业收入的季节性波动

报告期内，发行人营业收入的季节占比及增幅情况如下表：

单位：万元

季度	2019 年 1-6 月		2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	金额	比例	金额	比例	增幅	金额	比例	增幅	金额	比例
第一季度	8,297.74	38.69%	3,385.53	11.04%	37.90%	2,455.13	13.67%	31.35%	1,869.16	11.72%
第二季度	13,150.48	61.31%	7,124.45	23.22%	31.26%	5,427.63	30.21%	20.04%	4,521.35	28.34%
第三季度	—	—	8,620.54	28.10%	60.87%	5,358.57	29.83%	15.38%	4,644.37	29.12%
第四季度	—	—	11,547.16	37.64%	144.50%	4,722.74	26.29%	-3.94%	4,916.67	30.82%
合计	<b>21,448.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>30,677.68</b>	<b>100.00%</b>	<b>70.77%</b>	<b>17,964.07</b>	<b>100.00%</b>	<b>12.62%</b>	<b>15,951.55</b>	<b>100.00%</b>

### (1) 2016 年不同业务类型各季度收入

单位：万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
大数据营销及运营收入	1,239.99	3,020.20	3,635.62	2,503.72	10,399.53
技术开发服务收入	629.18	1,501.15	1,008.75	2,412.74	5,551.82
其他业务收入	—	—	—	0.20	0.20
合计	<b>1,869.16</b>	<b>4,521.35</b>	<b>4,644.37</b>	<b>4,916.67</b>	<b>15,951.55</b>

### (2) 2017 年不同业务类型各季度收入

单位：万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
大数据营销及运营收入	2,265.10	3,929.09	3,624.09	2,846.39	12,664.67
技术开发服务收入	190.02	1,498.55	1,734.49	1,876.34	5,299.40
<b>合计</b>	<b>2,455.13</b>	<b>5,427.63</b>	<b>5,358.57</b>	<b>4,722.74</b>	<b>17,964.07</b>

## (3) 2018年不同业务类型各季度收入

单位：万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
大数据营销及运营收入	2,071.64	3,933.32	4,885.50	5,045.42	15,935.87
数字媒体投放	426.87	1,644.38	1,812.18	3,968.14	7,851.56
电商及其他收入	—	133.69	168.30	471.75	773.73
技术开发服务收入	887.02	1,303.10	1,754.57	2,061.86	6,006.56
其他业务收入	—	109.96	—	—	109.96
<b>合计</b>	<b>3,385.53</b>	<b>7,124.45</b>	<b>8,620.54</b>	<b>11,547.16</b>	<b>30,677.68</b>

## (4) 2019年1-6月不同业务类型各季度收入

单位：万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
大数据营销及运营收入	2,757.50	6,176.13	—	—	8,933.63
数字媒体投放	3,711.96	4,452.62	—	—	8,164.58
电商及其他收入	863.32	1,163.54	—	—	2,026.86
技术开发服务收入	831.05	1,284.64	—	—	2,115.69
其他业务收入	133.91	73.56	—	—	207.47
<b>合计</b>	<b>8,297.74</b>	<b>13,150.48</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>21,448.22</b>

## 1) 同比分析:

公司近三年业务收入都具有明显的季节性特征，其中三、四季度是公司收入确认高峰期，主要是由于上半年特别是一季度节假日较多，大多数客户在该阶段主要是制定年度总体策略、比稿竞标和执行开始初期，上半年直接完工项目相对较少，而在二季度之后特别是下半年进入项目实施和执行的高峰阶段，也是客户需求最为旺盛的阶段，较多项目通常在下半年执行完毕，因此公司收入主要体现在下半年特别是第四季度，2018年仍沿续了该季节性特征。

2018年四季度营业收入较上年同期增加6,824.43万元，增幅144.50%，增长主要来自大数据营销及运营、数字媒体投放两个板块，主要原因：

第一、2018年四季度大数据营销及运营较上年同期增加2,089.07万元，增长73.39%，主要来自客户业务量的增长，以比亚迪（比亚迪汽车销售有限公司和比亚迪汽车工业有限公司）为例，2018年四季度，来自比亚迪的大数据营销及运营服务收入合计1,345.08万元，较上年同期增加1,214.82万元，增长932.62%；以长安福特汽车有限公司（含销售分公司）为例，2018年四季度，来自长安福特的大数据营销及运营服务收入合计425.68万元，较上年同期增加379.80万元，增长827.96%。

第二，公司2018年增加了数字媒体投放和电商及其他业务收入，这两个新增业务板块于2018年第四季度实现收入4,439.89万元，也是导致2018年第四季度整体收入较上年同期大幅增加的主要原因。

2019年1-6月营业收入较上年同期增加10,938.24万元，增长104.07%，主要来自于大数据营销及运营和数字媒体投放两项业务。

## 2) 环比分析：

2018年四季度收入较三季度增加2,926.62万元，增长33.95%，主要来自于数字媒体投放和电商及其他业务的增长，这是由于四季度适逢各厂商客户包括双十一等在内的年终促销高峰来临，而数字媒体投放和电商服务的主要客户本来就是以电商、新零售客户为主，客户在四季度的投入迅速进入高峰期，因此导致四季度这两个业务板块的收入较前面几个季度实现了大幅增长。以广东信翔信息科技有限公司为例，广东信翔信息科技有限公司四季度广告投放较三季度增加了828.30万元，增长164.59%。

## (二) 主营业务成本分析

### 1、营业成本构成

报告期内，公司主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目		2019年1-6月		2018年度	
		金额	占比	金额	占比
营销及运营	网络内容的设计和制作	825.28	5.18%	1,084.51	5.37%

	网络内容发布	2,840.69	17.84%	5,110.34	25.31%
	线下活动执行	670.75	4.21%	1,145.54	5.67%
	合计	4,336.72	27.24%	7,340.39	36.35%
数字媒体投放	数字媒体投放	7,767.90	48.79%	7,602.58	37.65%
电商及其他	电商及其他	1,742.00	10.94%	597.61	2.96%
数字技术开发	技术开发	262.69	1.65%	1,099.85	5.45%
<b>外购服务小计</b>		<b>14,109.31</b>	<b>88.62%</b>	<b>16,640.43</b>	<b>82.41%</b>
营销及运营——人工成本		1,341.06	8.42%	2,708.74	13.41%
数字媒体投放——人工成本		26.88	0.17%	45.56	0.23%
电商及其他——人工成本		102.12	0.64%	153.04	0.76%
数字技术开发——人工成本		341.76	2.15%	644.26	3.19%
<b>人工成本小计</b>		<b>1,811.82</b>	<b>11.38%</b>	<b>3,551.61</b>	<b>17.59%</b>
<b>合计</b>		<b>15,921.13</b>	<b>100.00%</b>	<b>20,192.04</b>	<b>100.00%</b>
<b>项目</b>		<b>2017 年度</b>		<b>2016 年度</b>	
		<b>金额</b>	<b>占比</b>	<b>金额</b>	<b>占比</b>
营销及运营	网络内容的设计和制作	1,595.80	19.45%	1,098.00	15.11%
	网络内容发布	3,001.70	36.59%	2,345.32	32.28%
	线下活动执行	322.36	3.93%	330.65	4.55%
	合计	4,919.86	59.96%	3,773.97	51.95%
数字媒体投放	数字媒体投放	—	—	—	—
电商及其他	电商及其他	—	—	—	—
数字技术开发	技术开发	481.31	5.87%	852.71	11.74%
<b>外购服务小计</b>		<b>5,401.17</b>	<b>65.83%</b>	<b>4,626.68</b>	<b>63.68%</b>
营销及运营——人工成本		2,168.71	26.43%	1,986.31	27.34%
数字媒体投放——人工成本		—	—	—	—
电商及其他——人工成本		—	—	—	—
数字技术开发——人工成本		634.75	7.74%	652.24	8.98%
<b>人工成本小计</b>		<b>2,803.46</b>	<b>34.17%</b>	<b>2,638.55</b>	<b>36.32%</b>
<b>合计</b>		<b>8,204.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,265.23</b>	<b>100.00%</b>

公司营业成本包括人工成本和外购服务费。其中人工成本系与经营活动相关的各事业部及子公司人员的工资薪酬；外购服务费系根据项目实施需要进行的外包服务采购，分为网络内容的设计和制作、网络内容发布、技术开发、线下活动执行、数字媒体投放、电商及其他六部分，其中：

(1) 网络内容设计和制作



视频、美术、动画等创意作品作为数字营销推广载体之一，通常是公司为客户设计整体营销方案的一部分。以 2018 年公司与客户绿瘦健康产业集团有限公司签订的《绿瘦产品营养餐制作和拍摄服务项目》为例，项目名称为“绿瘦产品营养餐制作和拍摄服务项目”，具体服务内容就包含了为客户进行视频拍摄并围绕该视频进行一系列的精准人群传播。

#### (2) 网络内容发布

与上述视频、美术、动画等创意作品的设计与制作相似，公司采购各类自媒体进行客户品牌或产品推广，是为客户提供数字营销服务的重要组成部分。通常公司为客户提供各类营销计划，根据计划公司需要通过自媒体（微博/微信/博客等）推广平台、垂直论坛推广平台、wiki 平台等多种渠道或形式为客户进行针对精准目标人群的内容营销。

#### (3) 技术开发

外包的技术开发是公司技术开发的部分补充，即在公司技术开发工作量处于阶段性峰值时，或是项目中部分涉及非公司主要技术研发方向时，公司有可能需要将少量技术组件开发工作进行外包。外包供应商完成技术组件开发并通过公司验收后，最终由公司技术团队进行技术整合。

#### (4) 线下活动执行

线下活动执行是公司整合营销服务、E-CLUB 电子会员服务的部分组成。在公司的部分整合营销项目中，有可能涉及线上线下结合的部分执行内容。公司在实施 O2O 导流（将线上流量引导至线下实体销售）、组织线上会员参加厂商的线下用户活动时，均会涉及线下活动的部分执行工作。

#### (5) 数字媒体投放

数字媒体投放是公司对客户进行数字媒体投放时，向媒体资源平台如腾讯、今日头条等社交网络媒体公司采购的媒体采买成本。

#### (6) 电商及其他

电商及其他指公司开展电商及其他业务销售时，对应的从供应商处采购的货物成本等。

## 2、营业成本变动分析

(1) 报告期内，营销及运营成本变动分析如下：

单位：万元

项目	2019年 1-6月	2018年度			2017年度			2016年 度
	金额	金额	增加额	增幅	金额	增加额	增幅	金额
网络内容的设计和制作	825.28	1,084.51	-511.29	-32.04%	1,595.80	497.80	45.34%	1,098.00
网络内容发布	2,840.69	5,110.34	2,108.64	70.25%	3,001.70	656.38	27.99%	2,345.32
线下活动执行	670.75	1,145.54	823.18	255.36%	322.36	-8.29	-2.51%	330.65
外购服务成本合计	4,336.72	7,340.39	2,420.53	49.20%	4,919.86	1,145.89	30.36%	3,773.97
人工成本	1,341.06	2,708.74	540.03	24.90%	2,168.71	182.40	9.18%	1,986.31
<b>总计</b>	<b>5,677.78</b>	<b>10,049.13</b>	<b>2,960.56</b>	<b>41.77%</b>	<b>7,088.57</b>	<b>1,328.29</b>	<b>23.06%</b>	<b>5,760.28</b>

报告期内，公司用于营销及运营的外购服务成本呈上升趋势，2017年、2018年合计增幅分别为30.36%和49.20%。

#### 1) 网络内容发布的影响

网络内容发布是成本增加的主要因素。随着移动互联网和自媒体平台兴起，互联网用户逐渐向微信、今日头条等寡头平台靠拢，同时优质自媒体凭借原创内容和个人影响力也获取了众多互联网用户，这些平台及自媒体对内容发布端的议价能力提升，导致公司通过这部分平台为客户进行内容投放的成本相应增加。

报告期内，网络内容发布分项目采购金额变化如下：

单位：万元

项目	2019年 1-6月	2018年度		2017年度		2016年 度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
KOL 自媒体发布	1,725.68	2,716.41	93.86%	1,401.20	125.27%	622.00
社交网络发布	247.57	1,036.56	51.33%	684.96	192.08%	234.51
垂直媒体内容发布	582.62	799.12	29.14%	618.78	-40.55%	1,040.85
门户网站新闻推荐	266.89	558.25	88.88%	295.56	-34.02%	447.96
其他	17.92	—	—	1.20	—	—
<b>合计</b>	<b>2,840.69</b>	<b>5,110.34</b>	<b>70.25%</b>	<b>3,001.70</b>	<b>27.99%</b>	<b>2,345.32</b>

最近三年，随着互联网用户逐渐向移动社交网络和自媒体靠拢，发行人通过KOL自媒体和社交网络进行内容发布的投入数量和金额越来越大，同时由于该类资源的影响力与日俱增，采购单价也呈逐年上升趋势；2019年1-6月社交网络发布有所减少的主要原因为随着移动新媒体营销的趋势变化，企业营销投入更多地往具有大流量效应的头部KOL自媒体倾斜，而对流量低、范围大、具有一定

长尾性质的常规性社交网络领域的投放有所减少。此外，垂直媒体和门户网站投放数量与客户需求密切相关，因此报告期内呈现一定波动，其中垂直媒体采购价格呈现下降趋势，而门户网站采购价格比较平稳。

2016年至2018年网络内容发布的采购金额分别为2,345.32万元、3,001.70万元和5,110.34万元，增加的主要原因为KOL自媒体发布和社交网络发布增加，具体如下：

随着移动和社交网络的迅速发展，基于社交网络的大数据采集和传播在企业营销中发挥了越来越重要的作用，所以众多企业厂商都大幅增加了在社交网络媒体（专业社区/WIKI/短视频/社交电商等）上的投入；同时，具备较大影响力且粉丝流量较大的各类KOL自媒体已迅速成为企业营销投放的热点，投放数量和金额逐年增长。

在KOL自媒体发布中，头部效应也愈发明显，营销投入也逐步向影响力更大的头部KOL自媒体（惯指位于金字塔顶部的粉丝流量巨大的那部分KOL）倾斜和集中，所以投放单价也呈现快速上涨的势头，相应导致KOL自媒体投放总额的快速上升。这是造成公司2018年网络内容发布成本上升的最主要原因。

## 2) 网络内容的设计和制作的影响

另一方面，基于上述原因，客户对网络内容发布的渠道要求更加具体，传统线上活动和分散式营销份额降低，公司根据市场环境变化调整了部分人员岗位，由营销部门转向业务部门，公司针对网络内容的设计和制作的外购服务也相应减少。

按网页、图片或视频等计量单位分析网络内容的设计和制作的构成及变动如下：

单位：万元、%

项目	2019年1-6月		2018年度			2017年度			2016年度	
	数量	金额	数量	金额	金额增幅	数量	金额	金额增幅	数量	金额
常规营销稿件创作（篇）	2,871	68.15	6,965	162.99	-56.88	16,605	377.97	-25.53	26,023	507.54
垂直媒体新闻稿创作（篇）	1,148	64.62	1,384	78.14	-44.27	2,387	140.21	-34.86	3,625	215.26
精华营销稿件创作（篇）	382	71.39	462	84.08	-67.79	1,512	261.00	69.78	1,140	153.73

摄影摄像拍摄制作(个)	177	349.07	230	554.19	-12.25	147	631.56	318.22	39	151.01
图片设计(海报、漫画、手绘、长图等)(次)	1,771	199.71	754	139.01	-20.20	817	174.19	159.75	444	67.06
H5设计(次)	8	30.40	15	18.60	91.36	23	9.72	—	—	—
翻译(千字)	6	0.62	16	3.37	193.04	3	1.15	—	—	—
其他	—	41.31	—	44.13	—	—	—	—	—	3.40
<b>合计</b>	<b>—</b>	<b>825.28</b>	<b>—</b>	<b>1,084.51</b>	<b>-32.04</b>	<b>—</b>	<b>1,595.80</b>	<b>45.34</b>	<b>—</b>	<b>1,098.00</b>

2017年网络内容的设计和制作采购金额为1,595.80万元,较2016年的1,098.00万元增加497.80万元,主要系2017年摄影摄像拍摄制作增加480.55万元所致。随着4G网络的普及,互联网和大数据应用迅猛发展,加上视频网站和短视频等媒体模式的兴起,导致公司2017年的视频制作数量和金额同步增加。此外,随着各类自媒体的发展,其内容配图的数量和制作费用也有所增加,而传统的营销和新闻类稿件创作逐步减少(原因同2018年的分析)。

2018年网络内容的设计和制作采购金额为1,084.51万元,较2017年1,595.80万元减少511.29万元,主要系2018年营销稿件类创作减少391.90万元所致。原因主要有二个:第一,公司为许多客户提供了官方自媒体内容运营和数据管理服务。随着报告期内自媒体模式的演变发展,自媒体热点从微博向微信、短视频等演变,自媒体内容发布更新频次发生明显改变(例如微博以前通常每天定时更新3-8篇不等,而微信服务号则限定每周只能发布一次,微信订阅号限定每天发布一次),稿件创作数量相应随之减少;第二,随着社交网络的迅速发展,网络用户更关注真实用户体验分享类型的内容,此类稿件可促成更好的传播、集客和口碑效果。而且公司在2018年O2O线上线下相结合的营销项目也明显增多,因此公司对内容营销策略也做出相应调整,通过各类线上线下活动鼓励和激发用户更多地参与各种消费体验和分享类作品,在各类社交网络中形成自发性的转载传播,而相应减少自主制作的其他评测、评论类的营销稿件创作。

此外,为更好的控制采购成本,2018年公司对视频制作时间有所要求:2016、2017年的视频主要是以长视频为主,2018年增加短视频。由于短视频的价格相对便宜,因此2018年公司摄影摄像拍摄制作采购数量增加的同时支付金额却相应减少。

### 3) 线下活动执行的影响

公司线下活动执行外购服务增长，则完全是基于客户要求，增加的线下推广活动，公司从事的是大数据营销和策划，因此有关线下活动的执行主要通过外购服务。

#### 4) 人工成本的影响

2017年、2018年营销及运营的人工成本分别上涨9.18%、24.90%，与该业务收入增长相匹配。

(2) 报告期内，数字技术开发成本变动分析如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度			2017年度			2016年度
	金额	金额	增长额	增幅	金额	增长额	增幅	金额
外购服务	262.69	1,099.85	618.54	128.51%	481.31	-371.40	-43.56%	852.71
人工成本	341.76	644.26	9.51	1.50%	634.75	-17.49	-2.68%	652.24
<b>合计</b>	<b>604.45</b>	<b>1,744.11</b>	<b>628.05</b>	<b>56.27%</b>	<b>1,116.06</b>	<b>-388.89</b>	<b>-25.84%</b>	<b>1,504.95</b>

报告期内，公司技术开发外购服务成本有所波动。2017年、2018年增幅分别为-43.56%和128.51%，公司提供的技术开发服务主要是数据管理系统、电商系统、监测分析系统等软件开发，客户产品需求没有明显的时间周期规律。因此虽然报告期公司技术开发收入稳定增长，但相应外购成本却呈现波动。

公司技术开发服务的客户主要来源：1、企业客户有明确的技术开发规划和项目需求，公司根据与客户签订的合同提供定制化技术开发和相关后续服务，其业务与提供定制化服务的软件公司相类似。2、随着技术在精准营销中的作用越来越大，企业客户的整合服务需求中也普遍存在相匹配的软件系统开发需求，如客户大数据管理、信息监测、电商、大数据营销的系统搭建等。

公司技术优势集中在互联网大数据挖掘与分析，更多的是集中在应用层面。目前市场上的软件多采用组件或模块式开发，公司从经济角度出发外购部分技术，属于行业普遍情况。

公司从事技术开发的团队人员相对稳定，因此报告期内人工成本变动不大。

(3) 报告期内，数字媒体投放成本变动分析

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
外购服务	7,767.90	7,602.58	—	—
人工成本	26.88	45.56	—	—

合计	7,794.78	7,648.14	—	—
----	----------	----------	---	---

数字媒体投放业务为 2018 年新增，数字媒体投放属于资金大进大出的业务，且周转速度较快，因此 2019 年 1-6 月，与收入规模增幅相适应，该项业务的外购服务的成本超过 2018 年全年。

#### (4) 报告期内，电商及其他成本变动分析

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
外购服务	1,742.00	597.61	—	—
人工成本	102.12	153.04	—	—
合计	1,844.12	750.65	—	—

电商及其他成本是通过电商平台及其他方式进行的商品销售行为，业务环节从谈判、采购、运营到售后，对人员数量有一定的要求，目前公司该业务处于起步阶段，2018 年实现收入 773.73 万元，处于盈亏平衡状态。2019 年增加了 Oracle 系列产品服务销售，导致采购成本出现较大增幅。

### (三) 毛利率分析

#### 1、主营业务毛利及综合毛利率

报告期内公司主营业务毛利及毛利率如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
主营业务收入	21,240.75	30,567.73	70.16%	17,964.07	12.62%	15,951.35
主营业务成本	15,921.12	20,192.03	146.11%	8,204.63	12.93%	7,265.23
主营业务毛利	5,319.63	10,375.70	6.31%	9,759.44	12.36%	8,686.12
主营业务毛利率	25.04%	33.94%	-20.38%	54.33%	-0.12%	54.45%

报告期内，公司主营业务毛利呈增长趋势，但综合毛利率降低，2018 年较 2017 年下降 20.38%，2019 年上半年下降幅度亦较大。

#### 2、按收入分类的毛利率分析

##### (1) 主营业务毛利率分析

单位：万元

项 目	2019年1-6月			2018年度		
	毛利额	毛利率	毛利率增幅	毛利额	毛利率	毛利率增幅
主营业务	5,319.63	25.04%	-8.90个百分点	10,375.70	33.94%	-20.38个百分点
项 目	2017年度			2016年度		
	毛利额	毛利率	毛利率增幅	毛利额	毛利率	毛利率增幅
主营业务	9,759.44	54.33%	-0.12个百分点	8,686.12	54.45%	—

报告期内主营业务毛利率呈下降趋势,其中2016年和2017年基本持平,2018年毛利率下降20.38个百分点,2019年上半年继续下降8.90个百分点,主要原因:2018年起公司新增的数字媒体投放业务属于程序化购买,帮助客户在微信、今日头条等平台精准投放广告,该业务资金量大,毛利率低,通常毛利率会随着业务规模的增加而增加,是行业普遍特性。公司数字媒体投放业务处于起步阶段,业务规模尚小,因此毛利率相对较低。此外公司其他业务外购服务成本增长较快及用工成本上升也是公司毛利率降低的原因。

报告期内,各业务板块毛利额及占比情况如下:

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比	毛利额	占比
<b>1、大数据应用服务</b>	<b>3,808.40</b>	<b>71.59%</b>	<b>6,113.25</b>	<b>58.92%</b>	<b>5,576.10</b>	<b>57.14%</b>	<b>4,639.25</b>	<b>53.41%</b>
其中:营销及运营收入	3,255.86	61.20%	5,886.74	56.74%	5,576.10	57.14%	4,639.25	53.41%
数字媒体投放	369.81	6.95%	203.43	1.96%	—	—	—	—
电商及其他	182.73	3.44%	23.08	0.22%	—	—	—	—
<b>2、技术开发服务收入</b>	<b>1,511.23</b>	<b>28.41%</b>	<b>4,262.45</b>	<b>41.08%</b>	<b>4,183.33</b>	<b>42.86%</b>	<b>4,046.87</b>	<b>46.59%</b>
<b>主营业务毛利额合计</b>	<b>5,319.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>10,375.70</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,759.44</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,686.11</b>	<b>100.00%</b>

最近三年一期,公司利润主要来源于营销及运营、技术开发服务两个板块,两者毛利合计占比分别为100.00%,100.00%、97.82%和89.61%,虽然2018年以后公司新增的数字媒体投放业务增长快速,但毛利率较低,短期内不会成为公司的主要利润来源。

## (2) 营销及运营毛利率分析

单位：万元

项 目	2019年1-6月			2018年度		
	毛利额	毛利率	毛利率增幅	毛利额	毛利率	毛利率增幅
营销及运营	3,255.85	36.44%	-0.50个百分点	5,886.74	36.94%	-7.09个百分点
项 目	2017年度			2016年度		
	毛利额	毛利率	毛利率增幅	毛利额	毛利率	毛利率增幅
营销及运营	5,576.1	44.03%	-0.58个百分点	4,639.25	44.61%	—

报告期内，营销及运营毛利率下降，一方面是外购服务成本上升，具体原因见本节“营业成本变动分析”。另一方面用工成本上升，2016年至2018年公司人均薪酬分别11.73万元、11.82万元、13.79万元，2017年、2018年分别较上年增长了3.98%和13.84%。

### (3) 技术开发服务

单位：万元

项 目	2019年1-6月			2018年度		
	毛利额	毛利率	毛利率增幅	毛利额	毛利率	毛利率增幅
技术开发服务	1,511.24	71.43%	0.47个百分点	4,262.45	70.96%	-7.98个百分点
项 目	2017年度			2016年度		
	毛利额	毛利率	毛利率增幅	毛利额	毛利率	毛利率增幅
技术开发服务	4,183.34	78.94%	6.05个百分点	4,046.87	72.89%	-

技术开发服务是公司毛利率最高的业务，报告期内该业务的毛利率保持在70%以上，2018年略有下降，主要是因为公司拥有成熟的技术开发团队，向客户交付的产品以自主开发为主，外部采购占比较少。同时公司提供的技术开发服务细分领域较多，外购部分的成本变化较大，毛利率波动属于正常现象。

### (4) 数字媒体投放



单位：万元

项 目	2019年1-6月			2018年度		
	毛利额	毛利率	毛利率增幅	毛利额	毛利率	毛利率增幅
数字媒体投放	369.81	4.53%	1.94个百分点	203.42	2.59%	—
项 目	2017年度			2016年度		
	毛利额	毛利率	毛利率增幅	毛利额	毛利率	毛利率增幅
数字媒体投放	—	—	—	—	—	—

数字媒体投放业务为公司 2018 年新增业务，属于媒介代理业务，根据行业的一般经营特征，媒介代理和程序化购买的毛利率普遍偏低，而公司属于该行业的新进者，在渠道资源方面处于尝试阶段，因此毛利率水平不高。

#### (5) 电商及其他

单位：万元

项 目	2019年1-6月			2018年度		
	毛利额	毛利率	毛利率增幅	毛利额	毛利率	毛利率增幅
电商及其他	182.73	9.02%	6.04个百分点	23.08	2.98%	—
项 目	2017年度			2016年度		
	毛利额	毛利率	毛利率增幅	毛利额	毛利率	毛利率增幅
电商及其他	—	—	—	—	—	—

电商及其他与数字媒体投放业务一样属于公司 2018 年新增业务，公司从生产厂商处直接购买商品，再通过电商平台（目前主要京东商城）或其他渠道实现对外销售。公司拥有丰富的电商营销经验和成熟团队，相对传统的、以线下为主的生产厂商在营销方面更具优势，但由于公司从事该项业务时间较短，规模较小，营销经验和团队优势未能得到有效释放，导致了毛利率较低。

2019年1-6月毛利率上升主要是因为公司 2018 年开始从事电商及其他业务，业务规模小，人工成本等固定开支相对较大，不具备规模效应。2019 年上半年随着业务规模的提升，毛利率逐渐增加。

### 3、与同行业上市公司的毛利率比较分析

#### (1) 营销及运营板块

公司名称	业务板块	2018 年度	2017 年度	2016 年度
蓝色光标	数字营销	—	16.17%	18.53%
省广集团	数字营销	16.39%	16.14%	19.35%
宣亚国际	数字营销	44.51%	48.16%	48.99%
利欧股份	数字营销	57.74%	62.16%	51.27%
新意互动 (易车 BITA.N)	数字营销 解决方案	53.08%	56.19%	61.42%
博拉网络	营销及运营	36.94%	44.03%	44.61%

数据来源：可比上市公司定期报告

注：蓝色光标 2018 年起收入不再根据营销方式进行划分，因此无法获取其数字营销的毛利率。

目前，公司服务类别和商业模式与同行业上市公司不完全相同，因此毛利率不完全可比。同行业上市公司对数字营销的划分和界定上存在一定差异，如蓝色光标和省广集团数字营销服务毛利率较低，而其他三家毛利率相对较高。以蓝色光标为例，其数字营销板块含有毛利率低的广告代理业务，因此单纯通过业务板块进行毛利率对比并不十分准确。

同时，随着行业进入者不断增加以及竞争的不断加剧，同行业上市公司毛利率几乎均存在普遍下滑趋势。

### (2) 技术开发板块

公司名称	业务板块	2018 年度	2017 年度	2016 年度
每日互动	移动应用开发者服务	92.84%	91.49%	88.64%
博拉网络	技术开发	70.96%	78.94%	72.89%

数据来源：可比上市公司定期报告、招股说明书

由于技术开发毛利率水平取决于软件用途、技术难度、工期、团队效率等多重因素，因此与同行业上市公司毛利率存在差异属于正常现象，但技术开发服务业务毛利率较高是信息技术行业的普遍特征。

### (3) 数字媒体投放

公司名称	业务板块	2018 年度	2017 年度	2016 年度
省广集团	媒介代理	7.35%	3.52%	12.93%

利欧股份	媒介代理服务	6.98%	10.79%	14.06%
博拉网络	数字媒体投放	2.59%	—	—

数据来源：可比上市公司定期报告

数字媒体投放业务为公司 2018 年新增业务，公司在渠道和客户资源获取方面与同行业上市公司存在一定差距，数字媒体投放业务属于“大进大出”的业务，资金占用量较大，毛利率受规模效应影响较大，通常毛利率会随着业务规模的增长而增加。公司该业务处于起步阶段，业务规模与同行业上市公司相比差额很大，因此毛利率相对较低。

#### (四) 期间费用情况

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
销售费用	1,272.57	2,057.86	9.33%	1,882.22	0.54%	1,872.16
管理费用	931.02	1,599.93	-10.99%	1,797.38	43.96%	1,248.51
研发费用	1,010.60	1,382.40	-12.01%	1,571.05	15.63%	1,358.71
财务费用	-258.31	-83.34	—	-50.14	—	-87.80
营业收入	21,448.22	30,677.68	—	17,964.07	—	15,951.55
销售费用/营业收入	5.93%	6.71%	—	10.48%	—	11.74%
管理费用/营业收入	4.34%	5.22%	—	10.01%	—	7.83%
研发费用/营业收入	4.71%	4.51%	—	8.75%	—	8.52%
财务费用/营业收入	-1.20%	-0.27%	—	-0.28%	—	-0.55%

##### 1、销售费用

在营业规模扩大的同时，公司强化了对销售环节的精细化管理，对销售费用实施有效地控制。报告期内，公司销售费用稳步上升，但占营业收入的比重逐年下降。

(1) 报告期公司销售费用的构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	464.94	36.54%	804.60	39.10%	916.59	48.70%	863.05	46.10%
租赁费	178.98	14.06%	376.72	18.31%	312.75	16.62%	319.96	17.09%

差旅费	139.05	10.93%	246.20	11.96%	217.27	11.54%	148.32	7.92%
交通及通信费	123.34	9.69%	167.58	8.14%	149.77	7.96%	112.67	6.02%
办公费	107.78	8.47%	158.19	7.69%	165.29	8.78%	161.96	8.65%
销售服务费(含招标服务费)	123.51	9.71%	95.29	4.63%	0.80	0.04%	—	—
长期待摊费用摊销	25.61	2.01%	53.05	2.58%	47.75	2.54%	23.54	1.26%
广告宣传费	18.39	1.45%	46.08	2.24%	2.25	0.12%	43.19	2.31%
会议费	4.26	0.34%	21.96	1.07%	5.56	0.30%	12.80	0.68%
折旧费	20.56	1.62%	18.62	0.90%	11.27	0.60%	12.12	0.65%
物业费用(含水电气费、物管费)	4.35	0.34%	11.38	0.55%	13.85	0.74%	25.03	1.34%
业务招待费	41.43	3.26%	10.52	0.51%	18.70	0.99%	62.29	3.33%
其他费用	20.37	1.60%	47.68	2.32%	20.35	1.08%	87.23	4.66%
<b>合计</b>	<b>1,272.57</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,057.86</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,882.22</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,872.16</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，销售费用主要由职工薪酬、租赁费和差旅费构成，2016年、2017年、2018年和2019年1-6月三者合计占比分别为71.11%、76.86%、69.37%和61.53%。公司业务主要面向公司客户，因此广告宣传费支出占比较小。

(2) 报告期公司销售费用的增减变动情况如下：

项 目	2019年1-6月	2018年度		2017年度		2016年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
职工薪酬	464.94	804.60	-12.22%	916.59	6.20%	863.05
租赁费	178.98	376.72	20.45%	312.75	-2.25%	319.96
差旅费	139.05	246.20	13.32%	217.27	46.49%	148.32
交通及通信费	123.34	167.58	11.89%	149.77	32.93%	112.67
办公费	107.78	158.19	-4.30%	165.29	2.06%	161.96
销售服务费(含招标服务费)	123.51	95.29	11811.25%	0.80	—	—
长期待摊费用摊销	25.61	53.05	11.10%	47.75	102.85%	23.54
广告宣传费	18.39	46.08	1948.00%	2.25	-94.79%	43.19
会议费	4.26	21.96	294.96%	5.56	-56.56%	12.80
折旧费	20.56	18.62	65.22%	11.27	-7.01%	12.12
物业费用(含水电气费、物管费)	4.35	11.38	-17.83%	13.85	-44.67%	25.03
业务招待费	41.43	10.52	-43.74%	18.70	-69.98%	62.29
其他费用	20.37	47.68	134.30%	20.35	-76.67%	87.23

合 计	1,272.57	2,057.86	9.33%	1,882.22	0.54%	1,872.16
-----	----------	----------	-------	----------	-------	----------

### 1) 职工薪酬

2018 年公司根据业务发展的实际需要，压缩了营销部门的岗位设置，造成销售费用中的职工薪酬较上年减少 111.99 万元，降幅 12.22%。

随着互联网技术和模式的快速发展迭代，企业客户对大数据服务的应用深度和整合性需求进一步提升，公司的销售模式也随之逐步发生变化，已无法依靠单纯销售人员的市场推动力度，而是需要运用“销售+技术+策略”的整体团队竞标攻关方式，因此公司相应地缩减了单一的销售岗位。

同时，为提升销售人员的积极性、工作效率和报酬，2018 年起公司实施减员增效、奖优惩劣、末尾淘汰等销售人员管理制度，通过对销售岗位的客户开发能力、服务水平、维护水平，客户竞标资料和中标率、销售线索和资源的挖掘和整合等各方面进行综合考核，以达到在压缩营销部门人员的前提下，达到资源整合最优化、销售服务能力最强化、公司业绩回报最大化的目的。

通过 2018 年改革的实施，公司 2018 年度的营业收入增幅达到 70.77%，对业务规模的增长产生了积极的推动作用；同时，销售人员的人均薪酬也由 2017 年的 13.09 万元上升为 2018 年的 14.37 万元，达到双赢的结果。此外，2019 年上半年，公司销售人员数量小幅增加，继续带动营业收入较去年同期大幅增长 10,938.24 万元，增幅 104.07%。

### 2) 销售服务费

2018 年销售服务费 95.29 万元，为公司开展电商业务时支付给电商平台的服务费。2019 年上半年销售服务费 123.51 万元，主要为京东商城收取的促销费、TC 运费等费用支出。

### (3) 本公司的销售费用率与同行业上市公司的比较分析：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
蓝色光标	4.19%	7.50%	9.07%
省广集团	4.52%	5.85%	5.81%
科达股份	1.92%	1.99%	2.03%
宣亚国际	21.10%	15.14%	19.84%
利欧股份	3.89%	4.15%	4.68%
腾信股份	1.60%	1.30%	2.30%
平均	6.20%	5.99%	7.29%

博拉网络	6.71%	10.48%	11.74%
------	-------	--------	--------

数据来源：可比上市公司定期报告

从上表可以看出，由于具体业务的差异，同行业上市公司销售费用率差异较大：2016年、2017年与公司尚未开展数字媒体投放此类“大进大出”的业务形态，业务类型与宣亚国际、较为接近，销售费用率明显高于其他同时从事媒介代理的上市公司，2018年公司开始介入媒介代理后，销售费用率明显下降。

## 2、管理费用

(1) 报告期公司管理费用的构成如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	467.09	50.17%	825.37	51.59%	798.47	44.42%	587.94	47.09%
租赁费	98.05	10.53%	174.52	10.91%	167.61	9.33%	176.03	14.10%
长期待摊费用摊销	80.35	8.63%	173.74	10.86%	165.11	9.19%	28.77	2.30%
咨询顾问费	65.70	7.06%	100.37	6.27%	301.30	16.76%	160.72	12.87%
折旧费	69.17	7.43%	89.39	5.59%	64.73	3.60%	27.65	2.21%
办公费	34.27	3.68%	64.48	4.03%	86.55	4.82%	113.63	9.10%
无形资产摊销	25.79	2.77%	51.17	3.20%	50.21	2.79%	32.88	2.63%
差旅交通费	53.78	5.78%	50.89	3.18%	84.25	4.69%	41.42	3.32%
广告宣传费	4.72	0.51%	21.20	1.32%	11.59	0.65%	—	0.00%
物业费用	7.39	0.79%	19.16	1.20%	17.81	0.99%	6.26	0.50%
会议费	6.68	0.72%	7.32	0.46%	6.74	0.37%	30.05	2.41%
业务招待费	6.65	0.71%	3.54	0.22%	6.76	0.38%	8.97	0.72%
保险费	—	—	2.06	0.13%	1.57	0.09%	—	0.00%
董事会费	—	—	—	—	—	0.00%	16.50	1.32%
税费	—	—	—	—	—	0.00%	7.26	0.58%
其他费用	11.40	1.22%	16.73	1.05%	34.69	1.93%	10.43	0.84%
<b>合计</b>	<b>931.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,599.93</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,797.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,248.51</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司管理费用主要有职工薪酬、租赁费、长期待摊费用摊销和咨询顾问费，四者合计占比分别为76.36%、79.70%、79.63%和76.39%，其中前三者为常态化支出，咨询顾问费主要是公司拟发行上市和股权融资支付的中介机构费用。

## (2) 报告期公司管理费用的增减变动情况如下:

单位: 万元

项 目	2019 年 1-6 月	2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
职工薪酬	467.09	825.37	3.37%	798.47	35.81%	587.94
租赁费	98.05	174.52	4.12%	167.61	-4.78%	176.03
长期待摊费用摊销	80.35	173.74	5.23%	165.11	473.90%	28.77
咨询顾问费	65.70	100.37	-66.69%	301.30	87.47%	160.72
折旧费	69.17	89.39	38.10%	64.73	134.10%	27.65
办公费	40.94	64.48	-25.50%	86.55	-23.83%	113.63
无形资产摊销	25.79	51.17	1.91%	50.21	52.71%	32.88
差旅交通费	53.78	50.89	-39.60%	84.25	103.40%	41.42
广告宣传费	4.72	21.20	82.92%	11.59	—	—
物业费用(含水电气 费、物管费)	7.39	19.16	7.58%	17.81	184.50%	6.26
会议费	—	7.32	8.61%	6.74	-77.57%	30.05
业务招待费	6.65	3.54	-47.63%	6.76	-24.64%	8.97
保险费	—	2.06	31.21%	1.57	—	—
董事会费	—	—	—	—	-100.00%	16.5
税费	—	—	—	—	-100.00%	7.26
其他费用	11.40	16.73	-51.77%	34.69	232.60%	10.43
<b>合 计</b>	<b>931.02</b>	<b>1,599.93</b>	<b>-10.99%</b>	<b>1,797.38</b>	<b>43.96%</b>	<b>1,248.51</b>

## 1) 职工薪酬

2017 年、2018 年职工薪酬较 2016 年明显上涨, 主要原因: 2016 年底公司对部分核心员工进行股权激励, 每年因股份支付计提管理费用 214.85 万元。

## 2) 长期待摊费用

2017 年长期待摊费用较上年增长 473.90%, 主要是公司本部及北京子公司 2017 年更换了新办公场地, 该费用为经营场所装修费用的摊销。

## 3) 咨询顾问费

报告期内, 咨询顾问费为公司上市申报及融资支付给中介机构费用。

## (3) 本公司的管理费用率与同行业上市公司的比较分析:

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
蓝色光标	4.16%	6.67%	7.40%

省广集团	4.56%	2.84%	2.62%
科达股份	4.04%	3.83%	3.66%
宣亚国际	10.97%	10.25%	7.92%
利欧股份	5.12%	5.21%	5.93%
腾信股份	6.53%	4.73%	6.73%
平均	5.85%	5.59%	5.71%
博拉网络	5.22%	10.01%	7.83%

数据来源：可比上市公司定期报告

管理费用率同行业上市公司对比的差异及变动原因与销售费用率差异及变动原因基本一致。

### 3、研发费用

#### (1) 研发投入的确认依据

报告期内发行人对研发投入按照项目进行管理，即把为研发项目投入的直接费用和间接相关费用纳入研发费用核算，公司研发投入主要为实施研发项目所耗费的职工薪酬、技术服务费、折旧与摊销等。

#### (2) 研发投入核算方法

公司根据《企业会计准则第6号——无形资产》的相关规定对研发支出进行核算，将研发项目研究阶段的支出全部费用化，计入当期损益（研发费用）；研发项目开发阶段的支出符合条件的资本化，不符合资本化条件的计入当期损益（研发费用）；若无法区分研究阶段的支出和开发阶段的支出的，将其所发生的研发支出全部费用化，计入当期损益（研发费用）。

由于公司各研发项目带来的未来收益及期间存在不确定性，无法准确判断其摊销年限。基于谨慎性原则，公司将报告期内的研发支出全部费用化并计入当期损益（研发费用）。

#### (3) 报告期内公司研发费用构成如下：

单位：万元

项 目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	677.72	67.06%	1,122.67	81.21%	1,110.29	70.67%	1,105.91	81.39%
技术维护费	232.32	22.99%	232.79	16.84%	431.90	27.49%	215.01	15.82%
折旧费	12.48	1.23%	24.17	1.75%	27.33	1.74%	18.07	1.33%



交通费	0.55	0.05%	1.79	0.13%	1.13	0.07%	0.44	0.03%
办公费用	3.53	0.35%	0.76	0.06%	0.13	0.01%	0.58	0.04%
差旅费	1.96	0.19%	0.21	0.02%	0.27	0.02%	6.16	0.45%
知识产权费	82.04	8.12%	—	—	—	—	—	—
其他	—	—	—	—	—	—	12.54	0.92%
<b>合计</b>	<b>1,010.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,382.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,571.05</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,358.71</b>	<b>100.00%</b>

研发费用主要由职工薪酬和技术维护费两部分构成，报告期内，两者合计占比分别为 97.21%、98.16%、98.05% 和 90.05%。

2019 年 1-6 月，知识产权费 82.04 万元，主要为公司购买专利的转让费用及专利申请费用。

发行人基于核心算法和场景技术自主研发各项研发项目，研发过程中涉及技术较多，因此对于市场上已有的成熟基础组件可以进行集成，以缩短项目研发周期、节约成本，使发行人集中主要精力进行核心技术的开发。所以成熟基础组件的采集、部分接口开发、设备接入等外围技术和产品多采用直接采购方式，但核心技术仍由发行人自己研发和取得。

1) 报告期内各研发项目对应的技术维护费如下：

单位：万元

年份	研发项目名称	金额
2016 年	图文智能识别大数据系统	27.29
	税务综合服务移动应用软件	47.73
	汽车销售交车管理系统	23.78
	金融交易数据分析移动应用软件	23.78
	汽车金融在线服务平台	23.78
	金融信贷授信计算及数据管理软件	23.78
	智慧医疗健康 o2o 服务平台	23.78
	电子商务数字营销服务系统	21.10
2017 年	智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统	34.46
	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	3.75
	人工智能视频安防管理系统	2.91
	智慧社区大数据服务平台项目	390.77
2018 年	智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统	47.99
	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	21.47

	智慧社区大数据服务平台项目	163.33
2019年1-6月	智能商业大数据分析平台	109.12
	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	120.62
	大数据 SAAS 云服务平台	0.69
	智慧家居集成管理系统	1.89

2) 其中大额技术维护费具体内容如下:

2017年技术维护费大额支付明细:

单位: 万元

研发项目名称	支付对象	支付金额	支付依据
智慧社区大数据服务平台项目	南岸区、渝北区、江北区重点社区及周边社区商业大数据调研及信息采集年度服务	77.40	签订合同、并依据提供的具体服务内容进行支付
	智慧社区平台整体 UI/UE 及年度创意设计定制服务	40.00	
	社区监控核心 SDK 与智能设备接入服务	88.00	
	社区硬件统一整合平台开发服务	40.00	
	GIS 高精度定位系统开发	60.00	
合计		305.40	

2018年技术维护费大额支付明细:

研发项目名称	支付对象	支付金额	支付依据
智慧社区大数据服务平台项目	协同办公系统集成开发	63.21	签订合同、并依据提供的具体服务内容进行支付
	Boocenter 技术服务合同	63.21	
	工作流引擎开发服务	19.42	
合计		145.84	

2019年1-6月技术维护费大额支付明细:

研发项目名称	支付对象	支付金额	支付依据
智能商业大数据分析平台	京东云的云计算资源、行业数据分析报告	87.26	签订合同、并依据提供的具体服务内容进行支付
多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	京东云的云计算资源、商品图片素材及分析服务	63.68	签订合同、并依据提供的具体服务内容进行支付
	智能分析平台前端开发	56.60	
合计		207.55	

(4) 报告期内公司研发的具体项目、预算及进度情况

## 2016 年度

单位：万元

序号	研发项目名称	总体预算	费用支出金额	实施进度	实施部门
1	云集客-数字商业支持系统研究	400.00	418.45	100%	博拉股份
2	图文智能识别大数据系统	250.00	268.64	100%	北京博拉
3	税务综合服务移动应用软件	80.00	109.10	100%	伍觉
4	旅游集散中心站务数据管理系统	4.00	3.20	100%	赢盛达
5	工程建设招投标交易管理系统	3.00	3.20	100%	赢盛达
6	微信矩阵应用管理系统	15.00	14.41	100%	赢盛达
7	微信 CRM 智能应答系统	25.00	20.98	100%	赢盛达
8	众创空间 O2O 信息服务平台	40.00	37.54	100%	赢盛达
9	网络创业孵化平台	40.00	37.54	100%	赢盛达
10	微信运营及数据应用平台	40.00	37.54	100%	赢盛达
11	汽车销售交车管理系统	50.00	53.60	100%	上海博拉
12	金融交易数据分析移动应用软件	50.00	53.60	100%	上海博拉
13	汽车金融在线服务平台	60.00	53.60	100%	上海博拉
14	金融信贷授信计算及数据管理软件	50.00	53.60	100%	上海博拉
15	智慧医疗健康 o2o 服务平台	50.00	53.60	100%	上海博拉
16	电子商务数字营销服务系统	100.00	88.40	100%	博拉股份
17	电子商务客服服务平台	50.00	51.67	100%	博拉股份
合计		<b>1,307.00</b>	<b>1,358.71</b>		

## 2017 年度

单位：万元

序号	研发项目名称	总体预算	费用支出金额	实施进度	实施主体
1	智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统	760.00	466.95	50%	博拉股份
2	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	2,125.00	303.99	30%	重庆赢盛达
3	基于大数据的新零售电商运营平台	200.00	154.82	100%	上海博拉
4	人工智能视频安防管理系统	200.00	209.22	100%	北京博拉
5	智慧社区大数据服务平台项目	800.00	436.07	50%	伍觉
合计		<b>4,085.00</b>	<b>1,571.05</b>		

## 2018 年度

单位：万元

序号	研发项目名称	总体预算	费用支出金额	实施进度	实施主体
1	智慧社区管网巡检 AR 及数据管理系统	760.00	351.04	100%	博拉股份
2	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	2,125.00	361.16	70%	重庆赢盛达
3	基于大数据的电子商务数据分析平台	150.00	126.08	100%	上海博拉
4	人工智能监控识别机器视觉技术项目	300.00	195.19	100%	北京博拉
5	智慧社区大数据服务平台项目	800.00	348.94	100%	伍觉
合计		<b>4,135.00</b>	<b>1,382.40</b>		

2019 年 1-6 月

单位：万元

序号	研发项目	总体预算	金额	实施进度	实施主体
1	多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统	2,125.00	464.00	85%	赢盛达
2	智能商业大数据分析平台	1,500.00	310.07	20%	博拉
3	大数据 SAAS 云服务平台	2,500.00	114.59	4.58%	北京博拉
4	大数据交换平台	3,000.00	50.03	1.60%	上海博拉
5	智慧校园系统平台	200.00	58.37	29%	伍觉软件
6	智慧家居集成管理系统	150.00	13.53	0.90%	聚企智业
合计		<b>9,475.00</b>	<b>1,010.60</b>		

## (5) 本公司的研发费用率与同行业上市公司的比较分析

公司简称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
蓝色光标	0.41%	1.09%	1.39%
省广集团	2.62%	2.88%	2.10%
宣亚国际	3.98%	3.73%	2.54%
科达股份	1.04%	0.70%	0.65%
利欧股份	1.32%	1.35%	1.79%
腾信股份	2.96%	2.74%	4.02%
博拉网络	4.51%	8.75%	8.52%

数据来源：可比上市公司定期报告

公司以互联网技术起家，始终重视技术在公司经营中的作用和地位，持续强化研发投入。因此，报告期内，公司的研发费用率均高于同行业上市公司。

## (6) 各期末研发人员的数量、学历结构、年龄结构、从业年限结构

各期末，研发人员按学历结构划分如下：

单位：个

学历	2019年1-6月		2018年末		2017年末		2016年末	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
博士/硕士研究生	4	4.08%	4	4.35%	4	4.35%	3	3.49%
本科	61	62.24%	51	55.43%	54	58.70%	52	60.47%
大专	31	31.63%	35	38.04%	33	35.87%	30	34.88%
大专以下	2	2.04%	2	2.17%	1	1.09%	1	1.16%
<b>合计</b>	<b>98</b>	<b>100.00%</b>	<b>92</b>	<b>100.00%</b>	<b>92</b>	<b>100.00%</b>	<b>86</b>	<b>100.00%</b>

各期末，研发人员按年龄结构划分如下：

单位：个

年龄	2019年1-6月		2018年末		2017年末		2016年末	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
30岁及以下(含)	53	54.08%	52	56.52%	55	59.78%	62	72.09%
31-40岁(含)	36	36.73%	34	36.96%	34	36.96%	21	24.42%
41岁及以上	9	9.18%	6	6.52%	3	3.26%	3	3.49%
<b>合计</b>	<b>98</b>	<b>100.00%</b>	<b>92</b>	<b>100.00%</b>	<b>92</b>	<b>100.00%</b>	<b>86</b>	<b>100.00%</b>

各期末，研发人员按从业年限结构划分如下：

单位：个

从业年限	2019年1-6月		2018年末		2017年末		2016年末	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
1年以下(不含)	2	2.04%	2	2.17%	1	1.09%	3	3.49%
1年(含)-5年(不含)	28	28.57%	24	26.09%	24	26.09%	30	34.88%
5年(含)-10年(不含)	29	29.59%	30	32.61%	34	36.96%	30	34.88%
10年以上(含)	39	39.80%	36	39.13%	33	35.87%	23	26.74%
<b>合计</b>	<b>98</b>	<b>100.00%</b>	<b>92</b>	<b>100.00%</b>	<b>92</b>	<b>100.00%</b>	<b>86</b>	<b>100.00%</b>

(7) 研发职工薪酬中相关部门构成、员工数量、职级、人均薪酬、薪酬总额及其变动情况分析，与同行业可比上市公司的对比情形

公司设立技术研发中心专门从事研发工作，部门人员的工资薪酬全部计入研发费用，部门人员构成如下：

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
职工薪酬(万元)	677.72	1,122.67	1,110.29	1,105.91

人数(个)	98	92	92	86
平均薪酬(万元)	6.92	12.20	12.07	12.86

公司的研发团队包括技术总监 3 名、技术副总监 2 名及研发工程师等。

报告期内，公司研发薪酬总额总体保持小幅上升，人均薪酬由于研发人员结构的变化呈现小幅波动。

研发人员人均薪酬与同行业上市公司（2016 年交易所均未要求披露研发费用明细情况）对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2018 年度	2017 年度
宣亚国际	37.43	34.74
博拉网络	12.20	12.07

数据来源：根据同行业上市公司定期报告计算。蓝色光标、省广集团和腾信股份由于没有单独披露研发费用薪酬（未区分资本化和费用化）和研发人员人数的匹配情况，无法准确计算研发人员人均薪酬。

通过与宣亚国际对比，公司的人均薪酬明显偏低，这主要跟宣亚国际注册地在北京（北京地区人均薪酬显著高于发行人所在的重庆地区），研发人员划分以及研发投入的具体产品不同而存在差异。同时需要注意的是，由于可取的样本量较小，因此相关对比不具有代表性。

#### （8）研发费用加计扣除的情况

报告期内，公司实际发生的研发费用和向税务机关申请研发费用加计扣除优惠政策的研发费用金额的对比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
实际发生的研发费用金额	1,010.60	1,382.40	1,571.05	1,358.71
向税务机关申请研发费用加计扣除优惠政策的研发费用金额	690.20	1,506.78	1,516.62	678.80
差异	320.40	-124.38	54.43	679.91

产生上述差异的原因如下：

报告期内，发行人及子公司根据《财政部、国家税务总局、科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119 号）、《国家税务总局关于企业研究开发费用税前加计扣除政策有关问题的公告》（税务总局公告 2015 年第 97 号）、《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题

的公告》(国家税务总局公告 2017 年第 40 号)及《财政部、税务总局、科技部关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》(财税[2018]99 号)等相关规定,向税务机关报备研发费用加计扣除金额及明细。

上述文件明确了企业发生的研发费用在税务口径可以加计扣除的范围及比例限制,对于人工费用、直接投入费用、折旧费用、无形资产摊销费用、新产品设计费、新工艺规程制定费、新药研制的临床试验费、勘探开发技术的现场试验费及其他相关费用可以申报加计扣除。其中,其他相关费用总额不得超过可加计扣除研发费用总额的 10%。对于不符合该范围以及超出该比例的研发费用项目,企业不可以享受研发费用加计扣除优惠。

因此,发行人未将研发费用明细中技术服务费申报加计扣除,主要将职工薪酬、折旧费等申报加计扣除。除此之外,2016 年和 2018 年差异较大的原因主要是:

(1) 2016 年发行人实际发生的职工薪酬和累计折旧与申报加计扣除金额之间的差异原因及合理性:根据《国家税务总局关于企业研究开发费用税前加计扣除政策有关问题的公告》(税务总局公告 2015 年第 97 号),研发费用加计扣除实行备案管理,企业应当不迟于年度汇算清缴纳税申报时,向税务机关报送《企业所得税优惠事项备案表》和研发项目文件完成备案,2016 年发行人子公司重庆赢盛达科技有限公司成立不久,发行人经办人员工作疏忽,未及时进行研发费用加计扣除备案,因此当期的研发费用未享受加计扣除,导致研发费用实际发生额大于申报加计扣除金额,具有合理性。

(2) 2018 年发行人申报加计扣除的研发费用金额超过当期实际发生的研发费用的原因、合理性及合规性:2017 年以前年度,发行人将部分研发费用资本化,计入“无形资产”,所得税纳税申报时按照无形资产摊销金额申报研发费用加计扣除。2017 年发行人创业板审核时认为该部分已资本化研发费用应当费用化,因此,发行人在 2017 年进行了前期会计差错更正,将原资本化的研发费用进行了费用化调整。2018 年,经与发行人主管税务局沟通,税务局同意发行人在 2018 年所得税纳税申报时,将以前年度资本化且尚未摊销完毕的研发费用 199.22 万元,在 2018 年度一次性加计扣除(已在 2018 年年度所得税汇算清缴申报表中予

以体现和申报), 从而导致发行人 2018 年度申报加计扣除的研发费用金额超过 2018 年度当年实际发生的研发费用。

#### 4、财务费用

公司报告期内的财务费用明细如下:

单位: 万元

类别	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
利息费用	2.16	—	—	—
减: 利息收入	264.45	82.39	65.34	72.79
汇兑损益	0.76	-5.55	6.47	-18.69
手续费	3.20	4.49	3.01	3.62
其他	0.02	0.11	5.72	0.06
<b>合计</b>	<b>-258.31</b>	<b>-83.34</b>	<b>-50.14</b>	<b>-87.80</b>

报告期内, 公司财务费用主要系银行存款利息收入、汇兑损益及手续费。

#### (五) 对报告期经营成果有重大影响的非经常性损益项目

##### 1、营业外收入

单位: 万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
政府补助	2.70	8.77	12.61	351.13
其他	—	0.12	0.50	0.01
<b>合计</b>	<b>2.70</b>	<b>8.89</b>	<b>13.11</b>	<b>351.14</b>

公司营业外收入主要是与经营无关的政府补助, 与经营相关的政府补助在其他收益中进行列示, 报告期内公司政府补助的具体内容参见本节“七、经注册会计师鉴证的非经常性损益”。

##### 2、营业外支出

报告期内, 公司营业外支出情况如下表:

单位: 万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
债务重组损失	—	8.28	0.96	—
赔偿金	100.00	16.56	—	6.27
对外捐赠	—	—	—	7.18
<b>合计</b>	<b>100.00</b>	<b>24.84</b>	<b>0.96</b>	<b>13.46</b>



2016 年度对外捐赠 7.18 万元，为子公司赢盛达为支持扶贫公益事业，向中国扶贫基金会捐赠一台长安汽车。

2016 年其他营业外支出 6.27 万元，为公司营销过程中产生肖像权纠纷，双方已达成和解协议。

2018 年债务重组损失 8.28 万元，主要为公司客户抵款车辆的减值。

2018 年赔偿金 16.56 万元，主要为子公司上海博拉因租赁合同尚未到期，变更营业场所，出租人收取的房屋押金。

2019 年 1-6 月赔偿金 100 万元，具体原因如下：

发行人于 2019 年 1 月 17 日与重庆磐石臻和股权投资基金合伙企业（有限合伙）（以下简称“磐石臻和”）签署《股份认购协议》，约定磐石臻和认购发行人定向增发 1,428,571 股股份，每股价格为人民币 10.50 元，认购总金额为人民币 14,999,995.50 元。磐石臻和已于 2019 年 1 月 22 日，向发行人支付了本次认购股份对价人民币 14,999,995.50 元。

《股份认购协议》第 13.2.4 约定：“本协议签署后至 2019 年 3 月 31 日前，本协议尚未生效。若乙方因首次公开发行申报计划及时间安排等因素，决定不接受甲方本次定增投资，乙方有权在向甲方发出解约通知后立即单方面解除本协议并于 7 日内退还投资款并给予人民币壹佰万元作为补偿”；15.6 条约定：“本协议自双方正式交割并满足本协议 13.2.4 相关约定后生效”。

2019 年 3 月 22 日，发行人根据《股份认购协议》的约定，向磐石臻和发出《告知函》，决定不接受磐石臻和本次股份认购，单方面解除《股份认购协议》。同日，磐石臻和出具书面回执，确认已收悉该《告知函》，及确认《股份认购协议》无效。2019 年 3 月 28 日，发行人退还磐石臻和支付的本次认购股份对价人民币 14,999,995.50 元，并支付其人民币 1,000,000.00 元，作为对解除磐石臻和认购股份的补偿。

公司解除该协议，主要因为：根据国家政策形势及公司自身情况，公司在 2019 年 1 月 1 日后，开展的融资计划均应配合公司首次公开发行股票并上市计划时间及相关法律法规规定，故在与磐石臻和签署《股份认购协议》时，对该协议生效条件作了保留性的约定，预留了公司享有单方面解除该份协议的权利。后

因磐石臻和该次认购股份与公司上市计划的时间安排相左,因此公司在慎重考虑并与磐石臻和充分沟通协商的基础上决定解除该协议,并不接受本次股份认购。

针对上述补偿事项,本保荐机构核查了《股份认购协议》、《告知函》及回执等文件内容;查询了本次认购汇入和汇出银行流水;对磐石臻和执行事务合伙人委派代表杨眉先生进行了现场访谈;查询发行人出具的相关无纠纷和利益安排的承诺函。

(1) 经查询国家企业信用信息公示系统,磐石臻和基本情况如下:

名称	重庆磐石臻和股权投资基金合伙企业(有限合伙)
统一社会信用代码	91500113MA5U9LAA5M
类型	有限合伙企业
执行事务合伙人	重庆磐石臻和股权投资基金管理有限责任公司
住所	重庆市巴南区鱼洞巴县大道45号1幢附2号415
经营范围	股权投资。(不得从事吸收公众存款或变相吸收公众存款、发放贷款以及证券、期货等金融业务)
经营期限	自2016年12月19日至2021年12月18日

截至本招股说明书出具日,各合伙人出资信息如下:

序号	合伙人名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	重庆洲际酒店投资有限公司	3,000.00	30.00
2	重庆天使投资引导基金有限公司	3,000.00	30.00
3	李枫	2,400.00	24.00
4	重庆市巴南区产业引导股权投资基金管理有限	1,500.00	15.00
5	重庆磐石臻和股权投资基金管理有限责任公司	100.00	1.00
合计		10,000.00	100.00

(2) 本次股份认购退出程序合法合规

《股份认购协议》第13.2.4约定:“本协议签署后至2019年3月31日前,本协议尚未生效。若乙方因首次公开发行申报计划及时间安排等因素,决定不接受甲方本次定增投资,乙方有权在向甲方发出解约通知后立即单方面解除本协议并于7日内退还投资款并给予人民币壹佰万元作为补偿”;15.6条约定:“本协议自双方正式交割并满足本协议13.2.4相关约定后生效”。据此,本保荐机构认为,截至本招股说明书出具日,《股份认购协议》并未生效,且双方已经按该协议约定方式予以解除,符合《中华人民共和国合同法》等法律法规的相关规定。

(3) 本次股份认购及最终退出,是各方的真实意思表示,不存在其他权益纠纷或者利益安排。

2019年3月28日,本保荐机构和发行人律师共同对磐石臻和执行事务合伙人委派代表杨眉先生进行了现场访谈,并形成经杨眉签署确认的《重庆磐石臻和的访谈提纲》。根据该份文件,杨眉及代表磐石臻和确认以下事实:1.《股份认购协议》签署成立日期为2019年1月17日,且访谈提供的该协议复印件与签署原价是一致的,该协议的签署已经过合伙企业的内部决策,投资决策委员会和投资顾问委员会;2.2019年3月22日,磐石臻和已收到《告知函》,已签收回执,目前已收到100万元补偿,不存在其他补偿,磐石臻和对于本次发行人不接受投资不存有争议或潜在争议;3.磐石臻和没有与发行人签署其他协议或补充协议,不存在任何非书面的口头协议、承诺或合意。不存在委托他人持股、特殊利益安排等直接或间接持有发行人股权的情形;4.磐石臻和与发行人的股东、董事、监事、高管以及主要客户、供应商不存在关联关系。

此外,发行人于2019年3月28日针对本次认购事项出具《无纠纷和利益安排的承诺函》,确认本次认购和退出,是公司的真实意思表示,除100万元的现金补偿外,不存在对磐石臻和的其他额外补偿;发行人没有与磐石臻和签署其他协议或补充协议,不存在任何非书面的口头协议、承诺或合意。不存在特殊利益安排等使磐石臻和直接或间接持有发行人股权的情形

综上,经核查,本保荐机构认为,截至本招股说明书出具日,磐石臻和不属于发行人的关联方;上述《股份认购协议》并未生效,发行人已依据该协议约定,解除与磐石臻和签署的《股份认购协议》,本次股份认购及最终退出,是各方的真实意思表示,该等解除行为不存在违约纠纷或可预见的潜在法律风险,也不存在利益安排等损害发行人利益等情形,本次股份认购退出合法、有效。

#### (六) 报告期公司应缴与实缴的税额

单位:万元

税项	2019年1-6月		2018年度	
	应缴金额	实缴金额	应缴金额	实缴金额
增值税	554.63	766.07	889.70	641.70
所得税	212.80	434.04	838.24	440.01
税项	2017年度		2016年度	
	应缴金额	实缴金额	应缴金额	实缴金额
增值税	688.12	577.45	518.26	569.76

所得税	693.41	909.89	532.44	638.09
-----	--------	--------	--------	--------

报告期内，公司享有的税收优惠主要系西部大开发税收优惠政策，报告期内，公司税收政策不存在重大变化。

报告期内公司实际享受到企业所得税优惠情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度		2017年度		2016年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
利润总额	1,930.84	4,890.04	4.43%	4,682.59	3.69%	4,516.16
所得税费用	152.96	596.01	-4.99%	627.33	-3.91%	652.88
净利润	1,777.87	4,294.03	5.89%	4,055.27	4.97%	3,863.29
税收优惠金额	113.57	579.86	39.39%	415.99	3.34%	402.53
税收优惠占净利润比例	6.39%	13.50%	—	10.26%	—	10.42%

### （七）股份支付事项及对公司盈利能力的影响分析

本公司的间接控股股东——重庆海奇天企业管理有限公司的股东重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）为公司员工持股平台。本公司的7名核心技术人员及业务骨干人员于2016年2月22日作为有限合伙人入伙重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）。

根据《重庆海同天企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》规定（以下简称“合伙协议”），有限合伙人自实缴合伙企业出资额之日起5年内不得出售、转让、抵押、质押、赠予其持有的合伙企业份额，但经合伙企业的普通合伙人同意的除外；如果有限合伙人首次实缴有限合伙企业份额之日起的5年内，与博拉网络的劳动合同解除或终止的，除非该有限合伙人与普通合伙人另有约定，否则，该有限合伙人应将其持有的全部合伙企业份额无偿转让给普通合伙人或普通合伙人认可的第三方。

合伙协议将服务期和禁售期均规定为5年。

7名涉及股份支付的人员信息如下：

有限合伙人姓名	职位
陈鹏	北京事业部总经理
陈超	广州事业部总经理
沈敏	大数据平台研发部技术总监
蒋兵	上海事业部副总经理
赵键	重庆事业部副总经理

张萌	广州事业部副总经理
宋涛	北京事业部副总经理

根据合伙协议条款,激励对象获授持有的限制性股票属于“完成等待期内的服务期限条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付”。根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》第六条的规定,在等待期的每个资产负债表日,应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础,按照权益工具授予日的公允价值,将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。等待期是指授予日至可行权日的期间,其中有限合伙人实缴合伙企业出资额之日可视为“授予日”,职工完成 5 年服务期限可视为“行权日”。

7 位有限合伙人实际缴纳出资的日期为 2016 年 12 月 27 日,故“等待期”为 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。公司将“禁售期”视为服务期并分期确认股份支付费用符合企业会计准则的相关规定。

授予日的公允价值参考公司离授予日最近一次的定向增资价格,即 2015 年 12 月定向增资时的每股价格 10 元/股;7 位有限合伙人持有公司的股份数量按照各层比例相乘计算合计为 1,075,072.68 股;公司取得服务的成本按照授予日授予股份的公允价值减去 7 位有限合伙人实际支付的对价确认,即 10,742,726.85 元。故 2017 年至 2021 年,公司每年因股份支付应确认的成本费用为 2,148,545.37 元,占公司 2016 年利润总额的 4.76%。

2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月,公司因股份支付确认的费用分别为 2,148,545.37 元、2,148,545.37 元和 1,074,272.69 元,分别占公司当期利润总额的 4.59%、4.39%和 5.56%。

## 十一、公司资产质量分析

### (一) 资产状况分析

#### 1、资产构成及变化

报告期各期末,公司主要资产的构成及变化情况如下:

单位:万元

资产	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	32,855.69	86.31%	29,699.46	84.70%	23,839.51	89.02%	20,085.45	87.03%

非流动资产	5,209.40	13.69%	5,363.97	15.30%	2,941.42	10.98%	2,992.46	12.97%
<b>资产总计</b>	<b>38,065.09</b>	<b>100.00%</b>	<b>35,063.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>26,780.93</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,077.91</b>	<b>100.00%</b>

公司主要从事大数据服务业,属于轻资产公司,流动资产占总资产比例较高。

2018年末、2017年末公司总资产分别较2017年末和2016年末增加282.50万元和3,703.02万元,主要系业务规模扩大及对外融资(2018年吸收投资款3,150万元)所致。

2019年6月末总资产较上年末增加3,001.66万元,增长8.56%,主要系银行借款增加2,000万元所致。

## 2、流动资产构成及变化

报告期各期末,公司流动资产的构成及变化情况如下:

单位:万元

资产	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	8,003.96	24.36%	9,079.26	30.57%	8,468.02	35.52%	8,733.72	43.48%
应收票据	885.21	2.69%	1,663.21	5.60%	514.62	2.16%	843.00	4.20%
应收账款	21,002.61	63.92%	17,257.88	58.11%	11,151.60	46.78%	6,942.54	34.57%
预付款项	2,043.08	6.22%	681.60	2.29%	126.77	0.53%	279.86	1.39%
其他应收款	756.21	2.30%	634.08	2.13%	514.18	2.16%	233.01	1.16%
存货	98.56	0.30%	339.70	1.14%	18.96	0.08%	—	—
其他流动资产	66.07	0.20%	43.72	0.15%	3,045.37	12.77%	3,053.32	15.20%
<b>流动资产合计</b>	<b>32,855.69</b>	<b>100.00%</b>	<b>29,699.46</b>	<b>100.00%</b>	<b>23,839.51</b>	<b>100.00%</b>	<b>20,085.45</b>	<b>100.00%</b>

报告期内,流动资产的增加主要是应收账款增加造成。

### (1) 货币资金

货币资金构成如下:

单位:万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
库存现金	—	11.65	1.26	6.88
银行存款	8,003.96	9,067.62	8,466.76	8,726.84
<b>合计</b>	<b>8,003.96</b>	<b>9,079.26</b>	<b>8,468.02</b>	<b>8,733.72</b>
货币资金/总资产	21.03%	25.89%	31.62%	37.84%
变动额	-1,075.30	611.24	-265.70	—
变动率	-11.84%	7.22%	-3.04%	—

报告期各期末，公司货币资金余额变动较小。

为了规范对货币资金的内部控制，保证货币资金的安全，提高货币资金的使用效益，公司制订了《货币资金管理制度》，对货币资金管理的职责分工、权限范围和审批程序，特别是对银行存款账户管理、授权与批准、记录与审核、文件管理及账户核对等制订了严格的相关规范。

## (2) 应收票据

单位：万元

项 目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
银行承兑汇票	851.42	1,532.84	450.42	843.00
商业承兑汇票	33.80	130.37	64.20	—
<b>合 计</b>	<b>885.21</b>	<b>1,663.21</b>	<b>514.62</b>	<b>843.00</b>
应收票据/总资产	2.33%	4.74%	1.92%	3.65%
变动额	-778.00	1,148.59	-328.38	—
变动率	-46.78%	223.19%	-38.95%	—

报告期内，公司应收票据主要系银行承兑汇票，不存在追索权纠纷及重大风险因素，公司建立了较为完善的票据管理制度并有效执行，公司采用应收票据的结算方式符合业务合同的相关约定。

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应收票据前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占应收票据合计数的比例（%）
哈尔滨汇源食品饮料有限公司	370.00	43.89%
鲁中汇源食品饮料有限公司	298.00	35.35%
重庆长安汽车股份有限公司	125.00	14.83%
重庆移峰能源有限公司	50.00	5.93%
<b>合计</b>	<b>843.00</b>	<b>100.00%</b>

截至 2017 年 12 月 31 日，公司应收票据前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占应收票据合计数的比例（%）
鲁中汇源食品饮料有限公司	200.00	44.40%
浙江吉利控股集团汽车销售有限公司	79.00	17.54%
重庆力帆汽车销售有限公司	71.00	15.76%
比亚迪汽车销售有限公司	61.69	13.70%
比亚迪汽车工业有限公司	20.73	4.60%

合计	432.42	96.00%
----	--------	--------

截至 2018 年 12 月 31 日，公司应收票据前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占应收票据合计数的比例（%）
比亚迪汽车销售有限公司	698.06	41.87%
重庆长安汽车股份有限公司	419.47	25.16%
比亚迪汽车工业有限公司	400.31	24.01%
重庆力帆汽车销售有限公司	82.50	4.95%
重庆力帆财务有限公司	25.00	1.50%
合计	1,625.34	97.49%

截至 2019 年 6 月 30 日，公司应收票据前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	占应收票据合计数的比例（%）
比亚迪汽车销售有限公司	379.12	42.68%
比亚迪汽车工业有限公司	256.10	28.83%
重庆长安汽车股份有限公司	226.08	25.45%
云南恒云置业有限公司	16.90	1.90%
昆明恒畅置业有限公司	10.00	1.13%
合计	888.20	100.00%

2017 年末应收票据大幅降低，主要是发行人对应收票据收款进行了有效管理所致。

2018 年末应收票据大幅增长，主要原因：2018 年国内外经济形势比较严峻，客户资金支付压力普遍趋紧，公司的部分主要客户，如比亚迪汽车销售有限公司、重庆长安汽车股份有限公司和比亚迪汽车工业有限公司使用票据结算货款。

2019 年上半年，发行人对应收票据进行了有效管理并到期承兑了大部分年初票据，导致 2019 年 6 月末应收票据余额下降较大。

### （3）应收账款

报告期各期末，应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年末	2017 年末	2016 年末
应收账款账面余额	22,748.35	18,424.95	11,757.02	7,216.97
坏账准备	1,745.74	1,167.06	605.42	274.43
应收账款账面价值	21,002.61	17,257.88	11,151.60	6,942.54



应收账款账面价值/总资产	55.18%	49.22%	41.64%	30.08%
坏账准备变动额	578.68	561.65	330.99	—
坏账准备变动率	49.58%	92.77%	120.61%	—
应收账款账面价值变动额	3,744.73	6,106.28	4,209.06	—
应收账款账面价值变动率	21.70%	54.76%	60.63%	—

报告期内，公司应收账款余额大幅增加，主要是公司营业收入增加、新客户数量增加和原有客户需求增长所致，同时公司客户多属于国内外大型知名品牌企业，内部付款审批流程较长，通常服务结束至客户付款需要约 3-6 个月左右的时间。

各报告期末，应收账款按不同收入阶段、账龄进行划分情况如下：

单位：万元、个

项目	期末客户数量	1 年以内	1—2 年	2—3 年	3 年以上	合计	截至 2019 年 10 月 31 日期后回款	回款占比
<b>2016 年末</b>								
1000 万元以上	1	1,208.58	—	—	—	1,208.58	1,208.58	100.00%
500 万元至 1000 万元	1	1,215.28	12.12	—	—	1,227.40	1,227.41	100.00%
100 万元至 500 万元	13	2,647.30	197.31	—	—	2,844.61	2,494.02	87.68%
100 万元以下	102	1,556.54	338.82	28.92	12.10	1,936.38	1,432.95	74.00%
<b>合计</b>	<b>117</b>	<b>6,627.71</b>	<b>548.24</b>	<b>28.92</b>	<b>12.10</b>	<b>7,216.97</b>	<b>6,362.95</b>	<b>88.17%</b>
<b>2017 年末</b>								
1000 万元以上	—	—	—	—	—	—	—	—
500 万元至 1000 万元	4	1,984.04	542.09	—	—	2,526.13	2,496.32	98.82%
100 万元至 500 万元	30	6,084.51	779.65	82.72	—	6,946.88	5,276.16	75.95%
100 万元以下	121	1,648.81	301.41	295.72	38.05	2,283.99	1,651.81	72.32%
<b>合计</b>	<b>155</b>	<b>9,717.37</b>	<b>1,623.15</b>	<b>378.45</b>	<b>38.05</b>	<b>11,757.02</b>	<b>9,424.29</b>	<b>80.16%</b>
<b>2018 年末</b>								
1000 万元以上	3	6,291.90	—	—	—	6,291.90	5,166.24	82.11%
500 万元至 1000 万元	7	4,715.22	166.96	—	—	4,882.18	2,896.39	59.33%
100 万元至 500 万元	19	2,893.85	1,134.02	293.42	—	4,321.29	2,002.96	46.35%
100 万元以下	159	1,683.69	645.80	272.95	327.14	2,929.58	1,625.37	55.48%

合计	187	15,584.66	1,946.78	566.37	327.14	18,424.95	11,690.96	63.45%
<b>2019年6月末</b>								
1000万元以上	4	7,143.79	143.01	—	—	7,286.81	4,353.54	59.75%
500万元至1000万元	6	3,827.53	756.45	—	—	4,583.98	1,929.06	42.08%
100万元至500万元	32	6,409.56	232.14	1,160.34	190.00	7,992.03	3,033.80	37.96%
100万元以下	167	1,885.70	184.31	453.52	361.99	2,885.53	889.88	30.80%
合计	209	19,266.58	1,315.91	1,613.86	551.99	22,748.35	10,206.28	44.86%

注：部分客户为集团公司或上级单位统一采购，各子单位分别结算，上表未对该事项进行汇总统计。

报告期内，账龄在1年以上的应收账款增加，主要是因为：第一，公司服务的客户多为品牌企业，其付款的审核流程较长，回款较慢；第二，2018年起新增的数字媒体投放业务大多是公司先行支付给媒体资源商进行前期投放，再于次月向客户收款；第三，部分客户因营销策略或经营情况等发生变化，后续互联网营销投入减少或资金压力增大，付款出现一定延迟。针对该部分欠款，公司非常重视且加强了催收力度，目前尚未出现客户违约现象。

截至2019年10月31日，公司已收回2018年末应收账款11,690.96万元，占2018年末应收账款余额的63.45%，核销坏账0万元；公司已收回2019年6月末应收账款10,206.28万元，占2019年6月末应收账款余额的44.86%，核销坏账0万元。

从公司的客户构成可以看出，公司以服务大中型客户为主，通常客户与公司会就多项业务分别签订合同，公司根据合同要求提供服务，交客户需求部门验收，验收无误后，由客户需求部门向财务申请付款。

#### 1) 应收账款分类

##### A、应收账款按账龄分类

单位：万元

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	应收账款余额	占比	应收账款余额	占比	应收账款余额	占比	应收账款余额	占比
1年以内(含1年)	19,266.58	84.69%	15,584.66	84.58%	9,717.37	82.65%	6,627.71	91.83%
1至2年(含2年)	1,315.91	5.78%	1,944.67	10.55%	1,623.15	13.81%	548.24	7.60%
2至3年(含3年)	1,613.86	7.09%	560.05	3.04%	378.45	3.22%	28.92	0.40%
3年以上	551.99	2.43%	335.57	1.82%	38.05	0.32%	12.10	0.17%

合 计	22,748.35	100%	18,424.95	100%	11,757.02	100%	7,216.97	100%
-----	-----------	------	-----------	------	-----------	------	----------	------

## B、应收账款按坏账计提方法分类

单位：万元

类别	2019.6.30				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	金额
按单项计提坏账准备	10.54	0.05%	10.54	100.00%	—
按组合计提坏账准备	22,737.81	99.95%	1,735.20	7.63%	21,002.61
其中：组合 1	22,737.81	99.95%	1,735.20	7.63%	21,002.61
<b>合计</b>	<b>22,748.35</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,745.74</b>	<b>—</b>	<b>21,002.61</b>
类别	2018.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	金额
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	—	—	—	—	—
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	18,414.41	99.94%	1,156.53	6.28%	17,257.88
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	10.54	0.06%	10.54	100.00%	—
<b>合计</b>	<b>18,424.95</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,167.06</b>	<b>6.33%</b>	<b>17,257.88</b>
类别	2017.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	金额
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	—	—	—	—	—
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	11,757.02	100.00%	605.42	5.15%	11,151.60
单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款	—	—	—	—	—
<b>合计</b>	<b>11,757.02</b>	<b>100.00%</b>	<b>605.42</b>	<b>5.15%</b>	<b>11,151.60</b>
类别	2016.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例	金额
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	—	—	—	—	—
按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款	7,216.97	100.00%	274.43	3.80%	6,942.54
单项金额不重大但单独计	—	—	—	—	—

提坏账准备的应收账款					
<b>合计</b>	<b>7,216.97</b>	<b>100.00%</b>	<b>274.43</b>	<b>3.80%</b>	<b>6,942.54</b>

公司各报告期末应收账款账龄主要集中在一年以内，一年以上的应收账款比重较低，应收账款账龄结构稳定、合理。

#### 2) 报告期内计提、转回或收回的坏账准备情况

单位：万元

项 目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
计提坏账准备	578.67	564.76	331.94	76.95
收回/转回坏账准备	—	—	—	—

#### 3) 本期实际核销的应收账款情况

单位：万元

项 目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
实际核销的应收账款	—	3.12	0.96	—

#### 4) 结算方式、信用账期分析，信用政策

公司的客户一般为大型企业，每个客户对供应商的结算政策各有差异、且客户在结算政策的确定上占据相对主导地位。大多数情况下，公司对客户的信用政策为服务结束、客户验收后 3-6 个月（具体时间因客户而异）内付款，数字媒体投放业务的信用政策大部分为投放后次月付款。另一方面，就每个客户而言，除了客户根据自身经营情况统一调整对供应商（包括公司在内的其他同类供应商）的结算政策以外，报告期内的结算政策一般不会发生变更。

客户通过银行汇兑（主要结算方式）或银行承兑票据与公司进行结算。公司与客户合同约定的收款期通常为 1-6 个月，部分客户在约定付款日发起客户内部付款申请流程，因此实际付款日较合同约定时间有所延迟。公司客户多为国内外大型知名企业，极少出现恶意拖欠服务费的情形，因此应收账款账龄大部分在 1 年以内。

#### 5) 应收账款主要债务人情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司应收账款前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	与本公司的关系	应收账款	占应收账款合计数的比例 (%)	坏账准备
阳狮广告有限公司	非关联方	2,976.48	13.08	89.29

重庆长安汽车股份有限公司	非关联方	2,102.00	9.26	63.06
广州新峰菲德网络科技有限公司	非关联方	1,133.37	4.99	34.00
东风标致雪铁龙汽车销售有限责任公司	非关联方	1,074.95	4.74	42.26
雅氮文化传播(上海)有限公司	非关联方	956.10	4.21	28.68
<b>合计</b>		<b>8,242.91</b>	<b>34.99</b>	<b>257.30</b>

截至 2018 年 12 月 31 日, 公司应收账款前五名客户的具体情况如下:

单位: 万元

单位名称	与本公司的关系	应收账款	占应收账款合计数的比例(%)	坏账准备
重庆长安汽车股份有限公司	非关联方	2,330.80	12.65	69.92
阳狮广告有限公司	非关联方	2,063.70	11.20	61.91
家乐福(中国)管理咨询服务有限公司	非关联方	1,897.40	10.30	56.92
四川长虹电器股份有限公司	非关联方	964.80	5.24	31.53
北京汇源食品饮料有限公司	非关联方	830.00	4.50	34.00
<b>合计</b>		<b>8,086.70</b>	<b>43.89</b>	<b>254.28</b>

截至 2017 年 12 月 31 日, 公司应收账款前五名客户的具体情况如下:

单位: 万元

单位名称	与本公司的关系	应收账款	占应收账款合计数的比例(%)	坏账准备
家乐福(中国)管理咨询服务有限公司	非关联方	691.08	5.88	20.73
东风裕隆汽车销售有限公司	非关联方	688.04	5.85	58.59
重庆长安汽车股份有限公司	非关联方	646.80	5.50	19.40
四川长虹电器股份有限公司	非关联方	633.41	5.39	19.00
北京汇源食品饮料有限公司	非关联方	460.00	3.91	13.80
<b>合计</b>		<b>3,119.34</b>	<b>26.53</b>	<b>131.53</b>

截至 2016 年 12 月 31 日, 公司应收账款前五名客户的具体情况如下:

单位: 万元

单位名称	与本公司的关系	应收账款	占应收账款合计数的比例(%)	坏账准备
长安福特汽车有限公司	非关联方	1,208.58	16.75	36.26
东风裕隆汽车销售有限公司	非关联方	686.71	9.52	21.45
重庆长安汽车股份有限公司	非关联方	540.70	7.49	16.22
北京世界星辉科技有限责任公司	非关联方	431.63	5.98	12.95

家乐福（中国）管理咨询服务有限公司	非关联方	400.65	5.55	12.02
合计		<b>3,268.27</b>	<b>45.29</b>	<b>98.90</b>

## 6) 与同行业上市公司坏账准备计提政策的对比

上市公司	半年以内	半年-1年	1-2年	2-3年	3年以上
蓝色光标	0%	2%	30%	100%	100%
省广集团	0.5%	0.5%	10%	20%	100%
宣亚国际	0%	5%	30%	100%	100%
科达股份 (互联网营销分类)	1%	1%	10%	20%	100%
利欧股份	5%	5%	10%	30%	100%
腾信股份	5%	5%	10%	20%	100%
<b>博拉网络</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>10%</b>	<b>30%</b>	<b>100%</b>

数据来源：可比上市公司定期报告

公司管理层对坏账准备的计提方法、比例以及实际计提情况进行了认真分析复核。管理层认为：公司的服务对象主要为各行业中信誉良好的龙头企业，极少出现应收账款发生坏账的情形。公司坏账准备计提比例与同行业上市公司平均水平相当，也符合公司实际经营特征，体现了财务处理的谨慎性原则。

## (4) 预付款项

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
预付账款	2,043.08	681.60	126.77	279.86
预付账款/总资产	5.37%	1.94%	0.47%	1.21%
变动额	1,361.48	554.84	-153.09	—
变动率	199.75%	437.68%	-54.70%	—

## 1) 预付账款账龄分类

单位：万元

账龄	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例	账面余额	比例
1年以内(含1年)	2,022.94	99.01%	679.20	99.65%	126.22	99.57%	279.86	100.00%
1至2年(含2年)	19.97	0.98%	2.24	0.33%	0.54	0.43%	—	—
2至3年(含3年)	0.16	0.01%	0.16	0.02%	—	—	—	—
3年以上	—	—	—	—	—	—	—	—
合计	<b>2,043.08</b>	<b>100%</b>	<b>681.60</b>	<b>100%</b>	<b>126.77</b>	<b>100%</b>	<b>279.86</b>	<b>100%</b>

报告期内公司预付款项的账龄普遍较短，大部分在 1 年以内。2018 年末公司预付款主要为购买京东云服务、软件服务、房屋租金及客户备付金等。2019 年 6 月末公司预付款主要为预付的数字媒体投放业务款等。

## 2) 报告期末前五名单位情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司预付款项前五名单位的具体情况如下：

单位：万元

预付对象	与本公司的关系	期末余额	占预付款项期末余额合计数的比例 (%)	款项性质
北京派瑞威行互联技术有限公司	非关联方	635.21	31.09	预付服务费
北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	非关联方	259.82	12.72	预付服务费
优矩互动(北京)科技有限公司	非关联方	149.51	7.32	预付服务费
北京影谱科技股份有限公司	非关联方	108.45	5.31	预付服务费
北京腾讯文化传媒有限公司	非关联方	107.49	5.26	预付服务费
<b>合计</b>		<b>1,260.48</b>	<b>61.70</b>	

2019 年 6 月末，公司预付北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司 259.82 万元服务费，明细构成如下：

单位：万元

付款单位	预付金额	预付时间	期末余额	形成原因	与公司主营业务的关系
博拉网络股份有限公司	185.00	2018 年 12 月	87.26	支付京东云的云计算资源、行业数据分析报告等服务费用，服务期限为 2018-12-22 至 2019-12-21	用于公司智能商业大数据分析平台研发项目
重庆赢盛达科技有限公司	135.00	2018 年 11 月	42.45	支付京东云的云计算资源、商品图片素材及分析服务费用等，服务期限为 2018-11-13 至 2019-11-12	用于公司多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统研发项目
重庆赢盛达科技有限公司	130.00	2019 年 6 月	130.00	公有云 SaaS 专享服务	用于多源异构数据的决策知识特征提取与知识发现系统项目
重庆博聚智海电子商	15.00	2018 年 12 月	0.00	技术服务费	公司开展网络销

务有限公司					售业务,北京京东提供技术支持服务
重庆博聚智海电子商务有限公司	0.10	2019年6月	0.10	京东云服务器购买	服务器购买,支持公司业务开展
<b>合计</b>	<b>465.10</b>		<b>259.82</b>		

截至2018年12月31日,公司预付款项前五名单位的具体情况如下:

单位:万元

预付对象	与本公司的关系	期末余额	占预付款项期末余额合计数的比例(%)	款项性质
北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	非关联方	306.13	44.91	预付服务费
甲骨文(中国)软件系统有限公司	非关联方	64.35	9.44	预付采购款
重庆市荣昌区梦玥传媒有限公司	非关联方	49.20	7.22	预付服务费
重庆众海营销策划中心	非关联方	23.96	3.52	预付服务费
故宫文化创意产业有限公司	非关联方	23.20	3.40	预付服务费
<b>合计</b>		<b>466.85</b>	<b>68.49</b>	

截至2017年12月31日,公司预付款项前五名单位的具体情况如下:

单位:万元

预付对象	与本公司的关系	期末余额	占预付款项期末余额合计数的比例(%)	款项性质
上海经纬集团天滋方不动产管理有限公司	非关联方	20.23	15.96	房租
重庆市江北区双乾科技有限责任公司	非关联方	11.37	8.97	预付采购款
谷献民	非关联方	11.24	8.87	房租
江门市乐玩家网络科技有限公司	非关联方	8.00	6.31	预付服务费
郑州遇见网络科技有限公司	非关联方	5.01	3.95	预付服务费
<b>合计</b>		<b>55.85</b>	<b>44.06</b>	

截至2016年12月31日,公司预付款项前五名单位的具体情况如下:



单位：万元

预付对象	与本公司的关系	期末余额	占预付款项期末余额合计数的比例(%)	款项性质
立信会计师事务所(特殊普通合伙)	非关联方	92.45	33.04	中介费用
申万宏源证券承销保荐有限责任公司	非关联方	75.47	26.97	中介费用
国浩律师(上海)事务所	非关联方	15.09	5.39	中介费用
谷献民	非关联方	11.80	4.22	房租
广州博影文化传媒有限公司	非关联方	7.93	2.83	预付服务费
<b>合计</b>		<b>202.75</b>	<b>72.45</b>	

## (5) 其他应收款

单位：万元

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
其他应收款账面余额	849.69	683.67	522.50	233.80
其他应收款坏账准备	93.48	49.60	8.32	0.79
其他应收款账面价值	756.21	634.08	514.18	233.01
其他应收款账面价值/总资产	1.99%	1.81%	1.92%	1.01%
变动额	122.13	119.90	281.17	—
变动率	19.26%	23.32%	120.67%	—

## 1) 其他应收款按账龄分类

单位：万元

账龄	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
1年以内	445.44	310.34	374.33	175.50
1至2年	111.02	252.60	121.89	17.47
2至3年	174.33	107.58	16.40	30.61
3年以上	118.90	13.16	9.88	10.22
<b>合计</b>	<b>849.69</b>	<b>683.67</b>	<b>522.50</b>	<b>233.80</b>

## 2) 其他应收款按款项性质分类情况

单位：万元

款项性质	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
备用金	96.81	173.89	75.63	19.60
押金及保证金	569.36	308.67	249.39	207.97

代扣代缴款项	3.70	3.56	5.04	6.02
代垫款	169.50	169.50	169.50	—
其他往来款	10.32	28.06	22.94	0.21
<b>合计</b>	<b>849.69</b>	<b>683.67</b>	<b>522.50</b>	<b>233.80</b>

## 3) 其他应收款按坏账计提方法分类

单位：万元

2019.6.30					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备	9.38	1.10	9.38	100	—
按组合计提坏账准备	840.31	98.90	84.10	10.01	756.21
其中：组合 1	280.33	32.99	56.10	20.01	224.23
组合 3	559.98	65.90	28.00	5.00	531.98
<b>合计</b>	<b>849.69</b>	<b>100</b>	<b>93.48</b>	<b>—</b>	<b>756.21</b>
2018.12.31					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	—	—	—	—	—
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	674.29	98.63	40.22	5.96	634.08
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	9.38	1.37	9.38	100	—
<b>合计</b>	<b>683.67</b>	<b>100</b>	<b>49.60</b>	<b>—</b>	<b>634.08</b>
2017.12.31					
类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	—	—	—	—	—
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	522.50	100	8.32	1.59	514.18
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	—	—	—	—	—
<b>合计</b>	<b>522.50</b>	<b>100</b>	<b>8.32</b>	<b>—</b>	<b>514.18</b>
2016.12.31					

类别	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
单项金额重大并单独计提坏账准备的其他应收款	—	—	—	—	—
按信用风险特征组合计提坏账准备的其他应收款	233.80	100	0.79	0.34	233.01
单项金额不重大但单独计提坏账准备的其他应收款	—	—	—	—	—
<b>合计</b>	<b>233.80</b>	<b>100</b>	<b>0.79</b>	<b>—</b>	<b>233.01</b>

## 4) 报告期末前五名单位情况

截至 2019 年 6 月 30 日，公司其他应收款前五名单位的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
上海开米科技有限公司	代垫款	169.50	2-3 年	19.95	50.85
武汉永源文化传媒有限公司	保证金	80.00	1 年以内	9.42	4.00
北京富华丽紫檀木宫廷工艺品有限公司	押金	55.00	3 年以上	6.47	2.75
重庆长安铃木汽车有限公司	保证金	40.00	2-3 年	4.71	2.00
富泰通达(北京)科技有限公司	保证金	33.00	1 年以内	3.88	1.65
<b>合计</b>		<b>377.50</b>		<b>44.43</b>	<b>61.25</b>

应收上海开米科技有限公司代垫款 169.50 万元的原因及合理性：公司为上海开米科技有限公司代垫的 169.50 万元系上海开米科技有限公司支付京东的广告费用。根据合同约定，发行人向上海开米科技有限公司提供的是互联网+整体解决方案，其中也包括了为其在京东上做推广。但是，由于京东店的账户开立人为上海开米科技有限公司，按京东的规定只能开发票给账户开立人（上海开米科技有限公司），而不能直接开发票给发行人。因此，上海开米科技有限公司于 2017 年 5 月 25 日出具《代垫款付款通知书》，由发行人先行垫付 169.50 万元，上海开米科技有限公司后续直接付给发行人。

应收上海开米科技有限公司代垫款 169.50 万元尚未收回的原因：该笔其他应收款的账龄为 2-3 年。由于上海开米科技有限公司新工厂建设投资较大等客观原因，其在资金安排上优先确保新工厂的投入以能早日实现生产，造成支付供应

商款项时间延期。公司已和上海开米科技有限公司进行多次沟通，其已在筹措资金用于偿付对公司的欠款。

截至 2018 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名单位的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
上海开米科技有限公司	代垫款	169.50	1-2 年	24.79	16.95
北京富华丽紫檀木宫廷工艺品有限公司	押金	49.57	2-3 年	7.25	2.48
重庆长安铃木汽车有限公司	保证金	40.00	2-3 年	5.85	2.00
广州景耀置业有限公司	保证金	25.87	1-2 年	3.78	1.29
合肥荣事达小家电有限公司	返利	16.00	1 年以内	2.34	0.48
<b>合计</b>		<b>300.94</b>		<b>44.01</b>	<b>23.20</b>

截至 2017 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名单位的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
上海开米科技有限公司	代垫款	169.50	1 年以内	32.44	5.09
北京富华丽紫檀木宫廷工艺品有限公司	押金	49.57	1-2 年	9.49	—
重庆长安铃木汽车有限公司	保证金	40.00	1-2 年	7.66	—
广州景耀置业有限公司	保证金	25.87	1 年以内	4.95	—
上海经纬集团天滋方不动产管理有限公司	押金	15.76	1 年以内	3.02	—
<b>合计</b>		<b>300.70</b>		<b>57.56</b>	<b>5.09</b>

截至 2016 年 12 月 31 日，公司其他应收款前五名单位的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占其他应收期末余额合计数的比例 (%)	坏账准备期末余额
北京富华丽紫檀木宫廷工艺品有限公司	押金	49.57	1 年以内	21.20	—
重庆长安铃木汽车有限公司	投标保证金	40.00	1 年以内	17.11	—
重庆高科集团有限公司	押金	21.84	1 年以内， 3 年以上	9.34	—
重庆渝高新兴科技发展有限公司	押金	13.67	1 年以内	5.85	—
上海德英物业管理有限公司	押金	12.01	2-3 年	5.14	—
<b>合计</b>		<b>137.09</b>		<b>58.64</b>	<b>—</b>

## (6) 存货

## 1) 存货构成情况

单位：万元

项 目	2019.6.30			2018.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
低值易耗品	—	—	—	—	—	—
库存商品	98.56	—	98.56	431.82	92.95	338.87
劳务成本	—	—	—	0.83	—	0.83
合 计	<b>98.56</b>	<b>—</b>	<b>98.56</b>	<b>432.65</b>	<b>92.95</b>	<b>339.70</b>
项 目	2017.12.31			2016.12.31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
低值易耗品	18.96	—	18.96	—	—	—
库存商品	—	—	—	—	—	—
劳务成本	—	—	—	—	—	—
合 计	<b>18.96</b>	<b>—</b>	<b>18.96</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>

2018年末，公司存货主要由两部分构成，1、公司客户以出厂车辆抵款形成的存货，共25辆，全部为7座以下乘用车，账面余额321.13万元。2、公司从事电商及其他业务，购进但尚未实现销售的商品（锅具），账面余额110.69万元。

2019年6月末存货主要为公司开展电商及其他业务购进的存货，金额较小。

## 2) 存货跌价准备

公司于报告期各期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备，库存商品以其预计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

汽车存货一部分通过车辆品牌的4S店进行销售，一部分公司自行销售。由于受汽车消费市场增速放缓的影响，销售价格有所下滑。2018年公司参照期后销售均价对库存车辆计提了减值准备。

## (7) 其他流动资产

单位：万元

项 目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
增值税留抵税额	66.07	43.72	4.29	52.65
理财产品	—	—	3,000.00	3,000.00
其他	—	—	41.08	0.67

合计	66.07	43.72	3,045.37	3,053.32
----	-------	-------	----------	----------

2016 年末、2017 年末，公司的理财产品主要为购买交通银行的短期理财产品。

### 3、非流动资产构成及变化

报告期各期末，公司非流动资产的构成及变化情况如下：

单位：万元

资产	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可供出售金融资产	—	—	1,835.00	34.21%	35.00	1.19%	35.00	1.17%
其他权益工具投资	1,835.00	35.22%	—	—	—	—	—	—
投资性房地产	510.71	9.80%	517.82	9.65%	41.92	1.43%	43.15	1.44%
固定资产	1,850.09	35.51%	1,917.58	35.75%	329.74	11.21%	198.17	6.62%
无形资产	353.61	6.79%	379.40	7.07%	424.87	14.44%	465.63	15.56%
长期待摊费用	107.73	2.07%	211.35	3.94%	398.75	13.56%	529.38	17.69%
递延所得税资产	552.25	10.60%	502.83	9.37%	218.81	7.44%	193.80	6.48%
其他非流动资产	—	—	—	—	1,492.34	50.74%	1,527.34	51.04%
<b>非流动资产合计</b>	<b>5,209.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,363.97</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,941.42</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,992.46</b>	<b>100.00%</b>

公司属于轻资产型，报告期内非流动资产主要分为三部分：对外投资（可供出售金融资产或其他权益工具投资）、因生产经营所需购置或形成的资产（固定资产等）、客户实物抵款形成的资产（投资性房地产），2019 年 6 月末三部分占比分别为 35.22%、35.51% 和 9.80%。

2018 年末公司非流动资产较 2017 年末增加 2,422.55 万元，增幅 82.36%，主要系可供出售金融资产和固定资产增加所致。

#### （1）可供出售金融资产

2018 年末，公司可供出售金融资产明细如下：

单位：万元

被投资单位	投资金额	在被投资单位持股比例（%）
重庆职学大伽信息技术咨询有限公司	35.00	15
天津艺点意创科技有限公司	1,800.00	3
<b>合计</b>	<b>1,835.00</b>	

2016 年 5 月 30 日，公司与汤波、李鲁以货币形式共同出资设立重庆职学大伽信息技术咨询有限公司，注册资本 100 万元。

2016年7月26日, 职学大伽变更注册资本为200万元, 并在重庆两江新区市场和监督管理局依法办理了工商变更登记手续。

2018年6月, 公司与天津艺点意创科技有限公司签订投资协议, 向其增资人民币1800万元, 认购其3%的普通股。

2019年6月20日, 公司与李鲁签署了股权转让协议, 以35万元的价格将其持有职学大伽的全部股权转让给李鲁。2019年7月2日, 已经办理完成相关工商变更登记手续。

报告期各期末, 公司可供出售金融资产不存在减值迹象, 未计提减值准备。

公司自2019年1月1日首次执行新金融工具准则, 将可供出售金融资产转入其他权益工具投资进行核算。

### (2) 投资性房地产

2019年6月末, 公司投资性房地产构成如下:

单位: 万元

分类	原值	累计折旧	减值准备	净值
房屋、建筑物	523.22	12.50	—	510.71
<b>合计</b>	<b>523.22</b>	<b>12.50</b>	<b>—</b>	<b>510.71</b>

公司投资性房地产为客户抵款, 持有目的为出租或出售。截止报告期末不存在减值迹象。

公司持有的投资性房地产明细如下:

单位: 万元

房产地址	产权所有人	面积 (m <sup>2</sup> )	原值
四川省成都市天彭镇朝阳东巷68号1楼	博拉网络	43.82	102.16
四川省成都市天彭镇朝阳东巷70号1楼	博拉网络	43.82	102.16
四川省绵阳市涪城区剑南路西段8号	博拉网络	78.47	94.36
四川省绵阳市高新区绵兴东路85号33号铺面	博拉网络	79.76	87.51
四川省绵阳市高新区绵兴东路85号34号铺面	博拉网络	83.47	91.62
青岛市城阳区山河路702号46号楼2单元306	北京博拉	65.64	45.41
<b>合计</b>		<b>394.98</b>	<b>523.22</b>

### (3) 固定资产

截至2019年6月末, 公司固定资产的主要构成如下:

单位：万元

固定资产分类	固定资产原值	累计折旧	减值准备	固定资产净值	占固定资产净值合计的比例
房屋建筑物	1,496.86	20.31	—	1,476.55	79.81%
运输工具	361.48	134.15	—	227.33	12.29%
办公设备	489.22	343.01	—	146.21	7.90%
<b>合计</b>	<b>2,347.56</b>	<b>497.47</b>	<b>—</b>	<b>1,850.09</b>	<b>100.00%</b>

2018年末公司资产原值较2017年末增加1,711.84万元，增幅280.34%，其中房屋建筑物为公司及其子公司重庆云集通购买的位于重庆渝北区“两江春城”四处房产，该笔资产之前因未达到固定资产确认条件，在其他非流动资产科目下进行核算，2018年12月该房产已实现交房，并于2019年1月取得不动产权证书。

#### 1) 以预付款形式购买重庆渝北区“两江春城”四处房产的原因

房产属于特殊的商品，根据房地产行业的交易惯例，签订合同后，要先行支付开发商购房款后，待房屋建设完毕、验收合格后，才能办理交房和房产证等手续。

#### 2) 与发行人主营业务的关系

为了将汽车、3C、金融地产等类型企业客户的线上具备核心价值的用户资源O2O导流至线下，构建企业会员组织和开展互动活动，以及公司大数据技术结合物联网、人工智能、AR/VR等前沿技术的最新技术成果的展示和客户交流的需要，公司及子公司重庆云集通于2016年新增购置四套房产，用于满足上述业务开展的相应场地需要。

#### (4) 无形资产

截至2019年6月末，无形资产摊销和减值情况如下：

单位：万元

项目	取得方式	原值	累计摊销	减值准备	账面价值	摊销年限
网站域名	购买	491.51	155.64	—	335.86	10年
营销管理系统	购买	22.15	4.40	—	17.75	10年
<b>合计</b>		<b>513.66</b>	<b>160.05</b>	<b>—</b>	<b>353.61</b>	

2016年3月13日，公司的子公司重庆云集通广告传媒有限公司与控股股东同趣控股签订《网站收购合同》，交易标的为“我爱车”网站，网站首页地址：[www.52che.com](http://www.52che.com)，网站域名：[52che.com](http://52che.com)。本次交易的成交金额为人民币521万元



(含税)。

公司无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“(十)无形资产”。

经减值测试，公司无形资产无减值迹象，不存在可收回金额低于账面价值的情形。

#### (5) 长期待摊费用

报告期内，公司长期待摊费用均为办公场所装修费，具体的明细如下：

单位：万元

装修地点	摊销年限	租赁期限	期末余额	计入管理费用金额	计入销售费用金额
<b>2016年</b>					
重庆高科财富园财富三号 A 栋 3 楼 1#	3 年	2 年	2.39	1.54	2.21
广州市天河区华夏路 30 号 2701 号	3 年	3 年	1.81	4.34	—
重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 1 层 1、2、3 号房，2 层 1、2 房，3 层 1、2 号房，5 层 1 号房	3 年	3 年	401.87	5.60	—
广州市天河区华夏路 30 号 2701 号	3 年	3 年	2.69	—	0.24
成都市高新区天府大道 1700 号环球中心东 1 区 3 单元 7 层 703	3 年	3 年	2.57	—	2.27
北京市朝阳区建国路 27 号紫檀大厦 7 层 01、02、03 号	3 年	3 年 4 个月	84.21	2.90	17.42
昆明市北京路北辰财富中心 A 栋-23 层	3 年	4 年	28.08	14.04	—
上海市瞿溪路 694 号 516 室	3 年	3 年	5.76	0.34	—
重庆高科财富园财富三号 A 栋 3 楼 04#	3 年	2 年	—	—	1.38
<b>合计</b>	—	—	<b>529.38</b>	<b>28.77</b>	<b>23.54</b>
<b>2017年</b>					
重庆高科财富园财富三号 A 栋 3 楼 1#	3 年	2 年	—	2.39	—
重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 1 层 1、2、3 号房，2 层 1、2 房，3 层 1、2 号房，5 层 1 号房	3 年	3 年	290.13	146.64	—
广州市天河区华夏路 30 号 2701 号	3 年	3 年	—	—	4.50
广州市天河区珠江东路 28 号写字楼 4901 房自边 14-16 单元	3 年	3 年	40.01	—	7.32
成都市高新区天府大道 1700 号环球中心东 1 区 3 单元 7 层 703	3 年	3 年	1.48	—	1.09
北京市朝阳区建国路 27 号紫檀大厦 7 层 01、02、03 号	3 年	3 年 4 个月	49.36	—	34.85

昆明市北京路北辰财富中心 A 栋-23 层	3 年	4 年	14.04	14.04	—
上海市瞿溪路 694 号 516 室	3 年	3 年	3.73	2.03	—
<b>合计</b>	—	—	<b>398.75</b>	<b>165.10</b>	<b>47.75</b>
<b>2018 年</b>					
重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 1 层 1、2、3 号房，2 层 1、2 房，3 层 1、2 号房，5 层 1 号房	3 年	3 年	138.67	151.26	—
广州市天河区珠江东路 28 号写字楼 4901 房自边 14-16 单元	3 年	3 年	24.29	—	16.10
成都市高新区天府大道 1700 号环球中心东 1 区 3 单元 7 层 703	3 年	3 年	—	—	1.48
北京市朝阳区建国路 27 号紫檀大厦 7 层 01、02、03 号	3 年	3 年 4 个月	15.68	—	33.68
昆明市北京路北辰财富中心 A 栋-23 层	3 年	4 年	—	14.04	—
上海市瞿溪路 694 号 516 室	3 年	3 年	—	3.73	—
上海市徐汇区云锦路 500 号绿地汇中心 A 栋 1909-1913 室	3 年	2 年	23.54	4.70	—
上海市徐汇区云锦路 500 号 801、802、803 室	3 年	2 年	9.17	—	1.79
<b>合计</b>	—	—	<b>211.35</b>	<b>173.73</b>	<b>53.05</b>
<b>2019 年 1-6 月</b>					
重庆市渝北区金开大道西段 106 号 17 幢 1 层 1、2、3 号房，2 层 1、2 房，3 层 1、2 号房，5 层 1 号房	3 年	3 年	63.03	75.64	—
广州市天河区珠江东路 28 号写字楼 4901 房自编 14-16 单元	3 年	3 年	16.19	—	8.10
成都市高新区天府大道 1700 号环球中心东 1 区 3 单元 7 层 703	3 年	3 年	—	—	—
北京市朝阳区建国路 27 号紫檀大厦 7 层 01、02、03 号	3 年	6 年 4 个月	—	—	15.68
昆明市北京路北辰财富中心 A 栋-23 层	3 年	4 年	—	—	—

上海市徐汇区云锦路 500 号绿地汇中心 A 栋 1909-1913 室	3 年	2 年	21.18	4.71	—
上海市徐汇区云锦路 500 号 801、802、803 室	3 年	2 年	7.33	—	1.83
合计	—	—	<b>107.73</b>	<b>80.35</b>	<b>25.61</b>

## （二）负债状况分析

报告期各期末，公司负债情况如下：

单位：万元

项目	2019年6月30日		2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	2,000.00	56.14%	—	—	—	—	—	—
应付账款	463.89	13.02%	597.60	26.49%	408.74	29.86%	312.10	22.17%
预收款项	75.67	2.12%	61.83	2.74%	5.30	0.39%	50.00	3.55%
应付职工薪酬	502.17	14.10%	625.93	27.74%	643.88	47.04%	594.94	42.26%
应交税费	457.29	12.84%	925.07	41.00%	260.29	19.02%	341.48	24.26%
其他应付款	54.70	1.54%	35.60	1.58%	50.50	3.69%	109.30	7.76%
<b>流动负债合计</b>	<b>3,553.72</b>	<b>99.75%</b>	<b>2,246.03</b>	<b>99.54%</b>	<b>1,368.72</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,407.82</b>	<b>100.00%</b>
递延所得税负债	8.97	0.25%	10.30	0.46%	—	—	—	—
<b>非流动负债合计</b>	<b>8.97</b>	<b>0.25%</b>	<b>10.30</b>	<b>0.46%</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
<b>负债合计</b>	<b>3,562.69</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,256.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,368.72</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,407.82</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司负债以流动负债为主，其中应付账款、应付职工薪酬、应交税费和短期借款（2019年新增）占比较大，2016年末、2017年末、2018年末和2019年6月末四者合计占负债总额的比例分别为88.68%、95.92%、95.23%和96.09%。

2018年末公司负债总额较2017年末增加887.61万元，增长64.85%，主要系应付账款和应交税费增加所致，其中：应付账款增加188.86万元，应交税费增加664.78万元。

2019年6月末公司负债总额较2018年末增加1,306.36万元，增长57.90%，主要系短期借款增加2,000万元所致。

### 1、短期借款

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
抵押借款	2,000.00	—	—	—
合计	<b>2,000.00</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>

2019年5月10日，公司与招商银行股份有限公司重庆分行签订《授信协议》，获取5,000万元授信额度，授信期间为2019年5月10日至2020年5月9日。

据此，2019年6月12日，公司向该行借款2,000万元，借款期限12个月，年化利率5.22%。

2019年9月30日，公司已向招商银行股份有限公司重庆分行提前偿还1,000万元银行借款。

## 2、应付账款

报告期各期末，应付账款余额如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付账款	463.89	597.60	408.74	312.10
其中：外购服务费	463.89	597.60	408.74	312.10
合计	463.89	597.60	408.74	312.10
应付账款/总负债	13.02%	26.49%	29.86%	22.17%
变动额	-133.71	188.86	96.64	—
变动率	-22.37%	46.20%	30.96%	—

截至2019年6月30日，公司账龄1年以内的应付账款占全部应付账款的比例为100%。公司不存在应付持有公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位及其他关联方款项。

（1）报告期各期末，应付账款前五名单位情况

截至2019年6月30日，公司应付账款前五名单位的具体情况如下：

单位：万元

公司名称	期末余额	占比	采购内容
北京云锐国际文化传媒有限公司	55.72	12.01%	数字媒体投放服务
北京七乐文化传媒有限公司	52.80	11.38%	网络内容发布
北京联创达美广告有限公司	36.55	7.88%	数字媒体投放服务
重庆市荣昌区梦锋网络传媒有限公司	28.87	6.22%	社交网络发布服务
重庆市远华科技开发有限公司	21.30	4.59%	技术开发服务
合计	195.24	42.09%	

截至2018年12月31日，公司应付账款前五名单位的具体情况如下：

单位：万元

公司名称	期末余额	占比	采购内容
甲骨文（中国）软件系统有限公司	145.55	24.36%	应用系统、诊断包等采购

嘉锐世新科技（北京）有限公司	49.47	8.28%	网络内容的设计和制作
天津英创伟业科技发展有限公司	22.66	3.79%	网络内容的设计和制作
央视国际网络有限公司	20.96	3.51%	服务费
成都榆木白羊文化传媒有限公司	18.00	3.01%	网络广告发布
<b>合计</b>	<b>256.64</b>	<b>42.95%</b>	

截至 2017 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名单位的具体情况如下：

单位：万元

公司名称	期末余额	占比	采购内容
重庆市江北区双乾科技有限责任公司	34.24	8.38%	技术开发服务
道有道（北京）科技股份有限公司	31.92	7.81%	自媒体投放
中恩国际文化发展有限公司	23.54	5.76%	线下活动服务
有米科技股份有限公司	20.85	5.10%	自媒体投放
北京七乐文化传媒有限公司	18.65	4.56%	网络内容发布
<b>合计</b>	<b>129.20</b>	<b>31.61%</b>	

截至 2016 年 12 月 31 日，公司应付账款前五名单位的具体情况如下：

单位：万元

公司名称	期末余额	占比	采购内容
广东睿恩广告传媒有限公司	99.75	31.96%	网络内容发布
虎扑（上海）文化传播股份有限公司	85.38	27.36%	网络广告发布
北京道仔文化传媒有限公司	11.88	3.80%	网络自媒体内容发布
南京掌领互动文化传媒有限公司	10.60	3.40%	网络广告发布
北京八零印象广告有限公司	9.65	3.09%	线下活动服务
<b>合计</b>	<b>217.26</b>	<b>69.61%</b>	

## （2）报告期各期末，应付账款波动的原因

报告期内，应付账款对应的内容主要为公司从事营销及运营、技术开发服务和数字媒体投放业务进行的采购。公司的数字媒体投放业务处于起步阶段，大多数情况下采用预付款的方式和供应商进行结算；营销及运营、技术开发服务是公司通过自有技术平台为客户提供服务，外包服务规模普遍较小，主要面向可以提供单一形式专业服务的中小型供应商（自媒体、视频拍摄、美术设计、动画制作、专业稿件撰写等）。此类外包服务供应商的主要特点是规模小、数量大、变化快、

透明度高、响应速度快。除了少量独有或垄断资源、以及结合度要求较高的服务以外，公司的大部分创意外包服务均可在网上搜寻到供应商。

由于互联网和大数据应用模式每年都在发生快速变化（从博客到微博再到微信，从 PC 互联网到移动互联网），具有典型的更新迭代速度快的特征，不仅是应用和技术更新迭代非常快，而且营销内容也是与时俱进、差异化和迭代特色显著，导致客户的个案项目需求也不断发生改变，具体内容差异大、执行周期短、形式较为单一，因此在项目实施过程中所需要的外包供应商也相应不断变化。

综上，由于供应商比较分散，导致各个供应商提供的信用期有所不同；另外，由于公司为客户提供服务内容的多元化，导致各种服务的结算方式及结算周期也会有所不同。以上两个方面的因素是导致公司各期末前五大应付账款波动的主要原因。

### 3、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬情况如下：

单位：万元

项 目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
短期薪酬	502.17	625.93	643.88	593.96
离职后福利-设定提存计划	—	—	—	0.97
合 计	<b>502.17</b>	<b>625.93</b>	<b>643.88</b>	<b>594.94</b>
应付职工薪酬/总负债	<b>14.10%</b>	<b>27.74%</b>	<b>47.04%</b>	<b>42.26%</b>
变动额	-123.76	-17.96	48.94	—
变动率	-19.77%	-2.79%	8.23%	—

报告期内，公司应付职工薪酬按明细列示情况如下：

单位：万元

项 目	2018.12.31	本期增加	本期减少	2019.6.30
短期薪酬				
（1）工资、奖金、津贴和补贴	625.93	2,867.73	2,991.49	502.17
（2）职工福利费	—	110.40	110.40	—
（3）社会保险费	—	107.64	107.64	—
其中：医疗保险费	—	99.12	99.12	—
工伤保险费	—	3.49	3.49	—
生育保险费	—	5.03	5.03	—
（4）住房公积金	—	52.23	52.23	—



(5) 工会经费和职工教育经费	—	0.49	0.49	—
离职后福利-设定提存计划				
基本养老保险	—	150.14	150.14	—
失业保险费	—	5.02	5.02	—
辞退福利		20.50	20.50	
<b>合 计</b>	<b>625.93</b>	<b>3,314.14</b>	<b>3,437.90</b>	<b>502.17</b>
<b>项 目</b>	<b>2017.12.31</b>	<b>本期增加</b>	<b>本期减少</b>	<b>2018.12.31</b>
<b>短期薪酬</b>				
(1) 工资、奖金、津贴和补贴	643.88	5,247.20	5,265.16	625.93
(2) 职工福利费	—	219.30	219.30	—
(3) 社会保险费	—	208.14	208.14	—
其中：医疗保险费	—	189.44	189.44	—
工伤保险费	—	9.86	9.86	—
生育保险费	—	8.84	8.84	—
(4) 住房公积金	—	98.76	98.76	—
(5) 工会经费和职工教育经费	—	—	—	—
离职后福利-设定提存计划				
基本养老保险	—	306.28	306.28	—
失业保险费	—	9.70	9.70	—
<b>合 计</b>	<b>643.88</b>	<b>6,089.39</b>	<b>6,107.35</b>	<b>625.93</b>
<b>项 目</b>	<b>2016.12.31</b>	<b>本期增加</b>	<b>本期减少</b>	<b>2017.12.31</b>
<b>短期薪酬</b>				
(1) 工资、奖金、津贴和补贴	593.96	4,750.21	4,700.29	643.88
(2) 职工福利费	—	150.12	150.12	—
(3) 社会保险费	—	174.19	174.19	—
其中：医疗保险费	—	157.06	157.06	—
工伤保险费	—	6.88	6.88	—
生育保险费	—	10.24	10.24	—
(4) 住房公积金	—	91.37	91.37	—
(5) 工会经费和职工教育经费	—	0.43	0.43	—
离职后福利-设定提存计划				
基本养老保险	0.97	238.77	239.75	—
失业保险费	—	8.88	8.88	—
<b>合 计</b>	<b>594.94</b>	<b>5,413.96</b>	<b>5,365.02</b>	<b>643.88</b>

项 目	2015.12.31	本期增加	本期减少	2016.12.31
<b>短期薪酬</b>				
（1）工资、奖金、津贴和补贴	558.91	4,653.96	4,618.91	593.96
（2）职工福利费	—	72.70	72.70	—
（3）社会保险费	—	149.76	149.76	—
其中：医疗保险费	—	133.70	133.70	—
工伤保险费	—	6.02	6.02	—
生育保险费	—	10.03	10.03	—
（4）住房公积金	—	79.56	79.56	—
（5）工会经费和职工教育经费	—	0.03	0.03	—
离职后福利-设定提存计划				
基本养老保险	—	229.43	228.46	0.97
失业保险费	—	10.02	10.02	—
<b>合 计</b>	<b>558.91</b>	<b>5,195.46</b>	<b>5,159.43</b>	<b>594.94</b>

2016年、2017年、2018年和2019年上半年，公司计提的应付职工薪酬分别为5,195.46万元、5,413.96万元、6,089.39万元和3,314.14万元。2017年和2018年增幅分别4.21%和12.48%，呈逐年上升趋势，主要系员工人数变动及人均薪酬上涨所致。报告期各期末，公司在册员工分别为440人、454人、443人和478人。

#### 4、应交税费

单位：万元

税费项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
增值税	239.61	451.05	203.06	92.38
企业所得税	180.11	401.35	3.12	219.60
个人所得税	13.82	14.54	19.23	18.57
城市维护建设税	13.49	33.86	13.30	5.42
教育费附加	10.07	24.24	10.33	5.19
其他税费	0.19	0.02	11.26	0.31
<b>合 计</b>	<b>457.29</b>	<b>925.07</b>	<b>260.29</b>	<b>341.48</b>
应交税费/总负债	12.84%	41.00%	19.02%	24.26%
变动额	-467.78	664.78	-81.19	—
变动率	-50.57%	255.40%	-23.77%	—

报告期内，公司应交税费主要为增值税、企业所得税、个人所得税。

报告期各期末，公司应交税费余额合计分别为 341.48 万元、260.29 万元、925.07 万元和 457.29 万元，占负债的比例分别为 24.26%、19.02%、41.00% 和 12.84%。2018 年末应交税费较上年大幅增加，主要原因系：1)、公司开展的电商服务增值税率为 16%，高于营销及运营业务的增值税率 6%；2)、公司四季度增加的收入较多，应交所得税相应增加。

### （三）股东权益变动情况

#### 1、股本

报告期各期末，本公司股本情况如下：

单位：万元

股东名称	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
重庆同趣控股有限公司	4,144.00	4,144.00	4,584.00	4,584.00
重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
尤启明	—	—	210.00	160.00
重庆龙商股权投资管理有限公司	430.00	430.00	430.00	240.00
重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）	480.00	480.00	480.00	480.00
童毅	456.00	456.00	456.00	456.00
王树	330.00	330.00	480.00	480.00
海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）	266.66	266.66	266.66	266.66
惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）	133.34	133.34	133.34	133.34
勤晟泓鹏价值证券投资基金	—	—	—	190.00
联合基金 1 号新三板基金	—	—	—	50.00
刘世玉	70.00	70.00	70.00	70.00
孙杰	30.00	30.00	30.00	30.00
王麟丽	40.00	40.00	40.00	40.00
钟小宁	40.00	40.00	40.00	40.00
新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）	125.00	125.00	125.00	125.00
新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）	125.00	125.00	125.00	125.00
北京天星盛世投资中心（有限合伙）	130.00	130.00	130.00	130.00
上海乾臻投资管理中心（有限合伙）	300.00	300.00	—	—
共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）	400.00	400.00	—	—
朱军	20.00	20.00	—	—
张依林	20.00	20.00	—	—

台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）	80.00	80.00	—	—
无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）	80.00	80.00	—	—
余艳平	50.00	50.00	—	—
牟玲玲	150.00	150.00	—	—
<b>合计</b>	<b>9,100.00</b>	<b>9,100.00</b>	<b>8,800.00</b>	<b>8,800.00</b>

报告期内，本公司具体股本变动情况请参见“第五节 发行人基本情况”之“二、（三）发行人报告期内股本和股东变化情况”的相关内容。

## 2、资本公积

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
资本溢价（股本溢价）	10,968.75	10,968.75	8,118.75	8,118.75
其他资本公积	537.14	429.71	214.85	—
<b>合计</b>	<b>11,505.88</b>	<b>11,398.45</b>	<b>8,333.60</b>	<b>8,118.75</b>

### （1）资本公积变动情况

单位：万元

项目	2018.12.31	本期增加	本期减少	2019.6.30
资本溢价（股本溢价）	10,968.75	—	—	10,968.75
其他资本公积	429.71	107.43	—	537.14
<b>合计</b>	<b>11,398.45</b>	<b>107.43</b>	<b>—</b>	<b>11,505.88</b>
项目	2017.12.31	本期增加	本期减少	2018.12.31
资本溢价（股本溢价）	8,118.75	2,850.00	—	10,968.75
其他资本公积	214.85	214.85	—	429.71
<b>合计</b>	<b>8,333.60</b>	<b>3,064.85</b>	<b>—</b>	<b>11,398.45</b>
项目	2016.12.31	本期增加	本期减少	2017.12.31
资本溢价（股本溢价）	8,118.75	—	—	8,118.75
其他资本公积	—	214.85	—	214.85
<b>合计</b>	<b>8,118.75</b>	<b>214.85</b>	<b>—</b>	<b>8,333.60</b>
项目	2015.12.31	本期增加	本期减少	2016.12.31
资本溢价（股本溢价）	8,109.18	9.57	—	8,118.75
其他资本公积	—	—	—	—
<b>合计</b>	<b>8,109.18</b>	<b>9.57</b>	<b>—</b>	<b>8,118.75</b>

### （2）关于资本公积的说明

1) 2016年，公司收到国浩律师（重庆）事务所开具的定向增发律师顾问费

增值税专用发票，认证可抵扣进项税 5,094.34 元，转回 2015 年度冲减的资本公积（股本溢价）5,094.34 元。

2) 2016 年，公司收到申万宏源证券承销保荐有限责任公司发行费用开具增值税专用发票，认证可抵扣进项税 90,566.04 元，转回 2015 年度冲减的资本公积（股本溢价）90,566.04 元。

3) 2016 年，因 7 名核心骨干员工间接持有博拉网络股份，公司与 7 名核心骨干员工签订了 5 年期的服务协议，7 位有限合伙人实际缴纳出资的日期为 2016 年 12 月 27 日，“等待期”可视为 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。授予日的公允价值参考公司离授予日最近一次的定向增资价格，即 2015 年 12 月定向增资时的每股价格 10 元/股；7 位有限合伙人持有公司的股份数量按照各层比例相乘计算合计为 1,075,072.68 股；公司取得服务的成本按照授予日授予股份的公允价值减去 7 位有限合伙人实际支付的对价确认，即 10,742,726.85 元。公司每年应确认成本费用和资本公积为 2,148,545.37 元，公司 2017 年、2018 年、2019 年 1-6 月股份支付分别计入资本公积 2,148,545.37 元、2,148,545.37 元、1,074,272.69 元。

4) 根据公司 2018 年度股东大会决议和修改后的章程规定，公司增发股份 3,000,000.00 股，认购价格为人民币 10.50 元/股，认购价款共计人民币 31,500,000.00 元，其中：增加注册资本人民币 3,000,000.00 元，计入资本公积人民币 28,500,000.00 元。

### 3、盈余公积

单位：万元

项 目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
法定盈余公积	907.47	907.47	703.40	285.65
合 计	<b>907.47</b>	<b>907.47</b>	<b>703.40</b>	<b>285.65</b>

### 4、未分配利润

单位：万元

项 目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
调整前上期末未分配利润	11,486.04	7,505.06	4,957.15	1,430.11
调整年初未分配利润合计数(调增+,调减-)	—	—	-564.12	-507.47
调整后年初未分配利润	11,486.04	7,505.06	4,393.03	922.64

加：本期归属于母公司所有者的净利润	1,748.37	4,449.05	4,057.77	3,847.57
减：提取法定盈余公积	—	204.06	417.75	69.18
应付普通股股利	360.00	264.00	528.00	308.00
期末未分配利润	12,874.41	11,486.04	7,505.06	4,393.03

(1) 2016年4月7日，公司2015年年度股东大会审议通过《2015年度利润分配方案》，以公司现有总股本88,000,000.00股为基数，向全体股东每10股派0.35元人民币现金红利（含税），派发现金股利合计3,080,000.00元。

(2) 2017年4月19日，公司2016年年度股东大会审议通过《2016年利润分配方案》，以公司现有总股本88,000,000.00股为基数，向全体股东每10股派0.60元人民币现金红利（含税），派发现金股利合计5,280,000.00元。

(3) 2018年5月29日，公司2017年年度股东大会审议通过《2017年利润分配方案》，以公司现有总股本88,000,000.00股为基数，向全体股东每10股派0.3元人民币现金红利（含税），派发现金股利合计2,640,000.00元。

(4) 2019年4月8日，公司2018年年度股东大会审议通过《2018年度利润分配方案》，向全体股东按照持股比例共计派发现金股利360万元。

(5) 公司年初未分配利润与上年披露的年末未分配利润财务数据存在差异，系前期会计差错更正所致。

### （三）资产周转能力分析

#### 1、公司报告期内资产周转能力指标

资产周转能力指标	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收账款周转率（次/年）	1.12	2.16	1.99	2.56
存货周转率（次/年）	73.57	114.01	865.72	315.35
总资产周转率（次/年）	0.59	0.99	0.72	0.75

注：上述指标的计算公式如下：

- ① 总资产周转率=营业收入/平均资产总额
- ② 应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
- ③ 存货周转率=营业成本/存货平均余额

#### （1）应收账款周转率分析

公司应收账款周转率与公司的结算方式特点相适应。公司服务的客户多为国内外知名大型企业，信用度高，回款及时。公司应收账款周转率偏低，主要原因

为公司客户回款流程较长，多在 3-6 个月左右，通常下半年开展的业务在年末无法实现回款，造成年末应收账款形成累积。

## （2）存货周转率分析

公司存货主要为客户抵款车辆（2018 年末）和电商及其他业务（2018 年末和 2019 年 6 月末）购进的商品，其中抵款车辆销售并非公司经常性业务，而电商及其他业务刚刚起步，规模较小。因此公司存货周转率不具有参考性。

## 2、公司与同行业可比上市公司的资产周转能力指标比较

上市公司	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	总资产 周转率	存货 周转率	应收账款 周转率	总资产 周转率	存货 周转率	应收账款 周转率	总资产 周转率	存货 周转率	应收账款 周转率
蓝色光标	1.37	—	3.82	0.92	—	2.74	0.75	162.76	2.87
省广集团	1.26	5,973.16	5.03	1.10	4,925.79	4.49	1.20	5,377.83	4.40
科达股份	1.36	13.58	4.26	1.01	6.09	3.92	0.82	2.95	4.28
宣亚国际	0.66	19.97	1.87	1.08	23.56	2.47	1.67	12.50	3.60
利欧股份	0.89	23.56	2.81	0.86	22.51	3.00	0.74	15.59	3.05
腾信股份	0.92	—	2.38	1.08	—	2.70	0.93	—	2.23
平均值	1.08	1,507.57	3.36	1.01	1,244.49	3.22	1.02	1,114.33	3.41
博拉网络	0.99	114.01	2.16	0.72	865.72	1.99	0.75	315.35	2.56

数据来源：可比上市公司定期报告

报告期内，发行人应收账款周转率明显低于同行业上市公司，也与同行业一样呈现下降趋势；发行人应收账款周转率较低，主要是因为客户进行项目验收和付款的周期较长，导致收款压力较大。

## 十二、偿债能力、流动性及持续经营能力分析

### （一）股利政策及分配情况

#### 1、报告期内的利润分配政策

2015 年 8 月 15 日，经公司创立大会暨第一次股东大会通过后的《公司章程》，公司的利润分配政策为：

“第一百二十七条公司的税后利润，按下列顺序分配：

（一）弥补以前年度的亏损；

（二）提取税后利润的百分之十列入法定公积金；

（三）提取任意公积金；

（四）向股东分配红利。

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。提取法定公积金后，是否提取任意公积金由股东大会决定。公司不在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。

公司按照股东持有的股份比例分配红利。

第一百二十八条股东大会决议将公积金转为股本时，按股东持有的股份比例派送新股。法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

第一百二十九条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。”

## 2、报告期内的实际股利分配情况

2016年4月7日公司召开2015年度股东大会，审议通过《2015年度利润分配方案》，向全体股东每股派发现金股利0.035元，共计派发2015年现金股利308万元。2016年4月，现金股利全部发放完毕。

2017年4月19日公司召开2016年年度股东大会，审议通过《2016年度利润分配方案》，向全体股东每股派发现金股利0.06元，共计派发2016年现金股利528万元。2017年5月，现金股利全部发放完毕。

2018年5月29日公司召开2017年年度股东大会，审议通过《2017年度利润分配方案》，向全体股东每股派发现金股利0.03元，共计派发2017年现金股利264万元。2018年6月，现金股利全部发放完毕。

2019年4月8日公司召开2018年年度股东大会，审议通过《2018年度利润分配方案》，向全体股东按照持股比例共计派发现金股利360万元。2019年5月，现金股利全部发放完毕。

## （二）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项 目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经营活动产生的现金流量净额	-2,647.07	-3,282.25	432.73	2,164.23



投资活动产生的现金流量净额	-31.06	1,008.09	-169.70	-5,768.89
筹资活动产生的现金流量净额	1,602.84	2,886.00	-528.00	-615.95
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-0.02	-0.59	-0.73	0.78
现金及现金等价物净增加额	-1,075.30	611.24	-265.70	-4,219.84

## 1、经营活动现金流量分析

单位：万元

项 目	2019年1-6月	2018年度		2017年度		2016年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
销售商品、提供劳务收到的现金	24,965.45	23,648.87	63.58%	14,457.17	0.43%	14,395.91
收到的税费返还	—	—	—	—	—	0.10
收到其他与经营活动有关的现金	2,541.58	2,248.04	326.24%	527.41	-73.29%	1,974.88
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>27,507.03</b>	<b>25,896.90</b>	<b>72.82%</b>	<b>14,984.59</b>	<b>-8.47%</b>	<b>16,370.89</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	21,814.44	18,198.42	227.63%	5,554.61	23.65%	4,492.36
支付给职工以及为职工支付的现金	3,437.90	6,107.35	13.84%	5,365.02	3.98%	5,159.43
支付的各项税费	1,317.80	1,178.82	-24.93%	1,570.40	22.88%	1,278.02
支付其他与经营活动有关的现金	3,583.96	3,694.56	79.19%	2,061.83	-37.08%	3,276.85
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>30,154.10</b>	<b>29,179.15</b>	<b>100.52%</b>	<b>14,551.86</b>	<b>2.43%</b>	<b>14,206.66</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-2,647.07</b>	<b>-3,282.25</b>	<b>-858.50%</b>	<b>432.73</b>	<b>-80.01%</b>	<b>2,164.23</b>

### （1）报告期经营活动产生的现金净流量波动因素分析

报告期内，公司经营活动产生的现金净流量持续减少，其中：

2017年经营活动产生的现金流量净额较2016年减少1,731.50万元，主要原因：一方面，由于2017年公司营业收入增加较小，而应收票据及应收账款的增幅超过了营业收入的增幅，导致销售商品、提供劳务收到的现金与上年基本持平；另一方面，由于营业成本涉及的外购服务、人工成本和各项费用支出多是需要及时付现，导致购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金和支付的各项税费三项合计增加1,560.22万元。

2018年经营活动产生的现金流量净额较2017年减少3,714.98万元，主要原因：一方面，2018年公司营业收入较上年增加12,713.61万元，而应收票据及应收账款较上年增加7,816.53万元，导致销售商品、提供劳务收到的现金较上年只增加9,191.70万元；另一方面，同2017年的原因，购买商品、接受劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金和支付的各项税费三项合计增加

12,994.56 万元。付现成本的增加大于销售回款的增加，因此 2018 年经营活动产生的现金流量净额继续下降。

2019 年 1-6 月公司各项业务经营及回款情况与以前年度大致相同，应收款项持续增加是导致经营活动产生的现金流量净额为负数的主要原因。

造成上述现象的根本原因在于：

1) 公司提供各类服务，涉及策划、创意、技术、实施和效果评估等各个环节，与客户约定的合同多按固定金额收取各类服务费，该经营模式下需要公司垫付前期人工成本和外采费用；同时公司与客户签订合同中的信用政策，大多数情况下为服务结束、客户验收后 3-6 个月（具体时间因客户而异）内付款，数字媒体投放业务的信用政策大部分为投放后次月付款；这导致报告期内，发行人虽然营业收入稳步增加，但应收账款金额也同步增加较大，销售回款较慢。

2) 而在采购环节，大型供应商（如数字媒体投放供应商腾讯朋友圈）由于拥有资源优势，要求以预充值的形式进行结算；很多热门自媒体资源也只接受预付结算方式；小型供应商由于规模小，资金实力弱，不具备较长周期的垫资能力，根据行业惯例，此类供应商一般不接受较长的结算周期；由于上述综合因素的影响，导致报告期内，发行人的付现成本支出较大。

报告期内，支付给职工以及为职工支付的现金平稳增长，与公司业务量增加相吻合。

2018 年支付的各项税费较上年较少 392.42 万元，降幅 24.98%，主要是因为 2018 年从事的电商业务和客户以车辆抵款，导致公司进项增值税较上年大幅增加，同时 2018 年四季度销售收入也出现了大幅增长，为此产生的所得税已在 2019 年 1 月上交。

2019 年支付的各项税费加大，主要是因为 2018 年末形成的企业所得税和增值税，在 2019 年一季度进行完税所致。

## （2）经营性现金净流量与净利润的匹配情况分析

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
净利润	1,777.87	4,294.03	4,055.27	3,863.29
经营活动现金净流量	-2,647.07	-3,282.25	432.73	2,164.23
差额	4,424.94	7,576.28	3,622.54	1,699.06

公司经营活动产生的现金流量净额与当期净利润存在一定的差异，其主要影响因素是经营性应收项目的增加，由于当前经济环境景气度下降、实体企业普遍存在较大的资金周转压力，且公司服务的主要客户系大型知名企业，这些客户履行付款流程有一定的周期。随着公司经营规模的扩大，应收账款随之增长，导致经营活动现金流量净额低于同期净利润。

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
经营性应收项目的增加	4,890.24	8,815.68	4,094.55	2,160.85

## 2、投资活动现金流量分析

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度		2017年度		2016年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
收回投资收到的现金	—	6,073.74	-33.63%	9,151.80	808.17%	1,007.72
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	14.00	—	—	—	—	—
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	—	—	—	—	—	29.09
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>14.00</b>	<b>6,073.74</b>	<b>-33.63%</b>	<b>9,151.80</b>	<b>782.68%</b>	<b>1,036.82</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	45.06	265.65	-17.37%	321.51	-88.40%	2,770.71
投资支付的现金	—	4,800.00	-46.67%	9,000.00	123.05%	4,035.00
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>45.06</b>	<b>5,065.65</b>	<b>-45.66%</b>	<b>9,321.51</b>	<b>36.97%</b>	<b>6,805.71</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-31.06</b>	<b>1,008.09</b>	<b>-694.03%</b>	<b>-169.70</b>	<b>-97.06%</b>	<b>-5,768.89</b>

### （1）购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金

2016年购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金2,770.71万元，主要内容：公司及其子公司重庆云集通购买位于重庆渝北区“两江春城”四处房产合计1,536.89万元；从控股股东同趣控股处以521万元（含税）购买我爱车（www.52che.com）网站域名；博拉网络装修办公场所花费419.49万元。

### （2）投资支付的现金与收回投资收到的现金

2016年投资支付的现金4,035.00万元，主要为公司2016年购买交通银行理财产品4,000.00万元，其中6月份收回1,000.00万元；投资重庆职学大伽信息技术咨询有限公司35.00万元。

2017年投资支付和收回投资的现金均为投资银行理财产品。

2018年投资支付和收回投资的现金除投资银行理财产品外，主要为公司对外投资1,800万元，持有天津艺点意创科技有限公司3%的股份。

### （3）处置子公司及其他营业单位收到的现金净额

2016年处置子公司及其他营业单位收到的现金净额29.09万元，主要系子公司北京博拉处置其持有的北京耀途51%的股份。

## 3、筹资活动现金流量分析

单位：万元

项 目	2019年1-6月	2018年度		2017年度		2016年度
	金额	金额	增幅	金额	增幅	金额
吸收投资收到的现金	170.00	3,150.00	—	—	—	46.05
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	170.00	—	—	—	—	46.05
取得借款收到的现金	2,000.00	—	—	—	—	—
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>2,170.00</b>	<b>3,150.00</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>46.05</b>
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	362.16	264.00	-50.00%	528.00	71.43%	308.00
支付其他与筹资活动有关的现金	205.00	—	—	—	—	354.00
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>567.16</b>	<b>264.00</b>	<b>-50.00%</b>	<b>528.00</b>	<b>-20.24%</b>	<b>662.00</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>1,602.84</b>	<b>2,886.00</b>	<b>-646.59%</b>	<b>-528.00</b>	<b>-14.28%</b>	<b>-615.95</b>

### （1）吸收投资收到的现金

2018年，公司增发股份300万股，每股10.50元，共计3,150万元。

2019年，公司成立控股子公司重庆赢睿达数字技术有限公司，吸收投资收到的现金170万元，为少数股东的投资款。

### （2）支付其他与筹资活动有关的现金

2016年支付其他与筹资活动有关的现金354万元为支付IPO中介机构费用以及定向增发发行费共计354万元。

2019年支付其他与筹资活动有关的现金205万元为支付IPO中介机构费用。

## （三）偿债能力分析

### 1、报告期内公司的主要偿债指标情况

偿债能力指标	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
流动比率	9.25	13.22	17.42	14.27

速动比率	9.22	13.07	17.40	14.27
资产负债率（母公司）	7.26%	4.17%	3.39%	5.34%
资产负债率（合并）	9.36%	6.43%	5.11%	6.10%
息税折旧摊销前利润（万元）	2,167.56	5,301.41	5,050.23	4,649.28

注：2016-2018年，公司不存在短期借款及其他需要支付利息的应付款项，且利息收入大于汇兑损失造成利息费用为负数，2019年6月公司向银行借款2,000万元，截至报告期末仅产生少量利息，因此计算利息保障倍数和现金流量利息保障倍数无实际意义。

上述指标的计算公式如下：

①流动比率=流动资产/流动负债

②速动比率=速动资产/流动负债

③资产负债率=负债总额/资产总额×100%

④息税折旧摊销前利润=利润总额+利息费用（财务费用利息支出+利息资本化+借款汇兑损失）+折旧+摊销

报告期内，公司流动比率、速动比率指标良好，公司在业务规模快速扩张的同时，流动资产和流动负债保持了较为健康的合理增幅，公司短期偿债风险较低。

报告期内，公司只于2019年上半年新增一笔2,000万元银行借款、无其他债务融资，资产负债率保持低位水平。

## 2、公司与同行业可比上市公司的主要偿债指标比较

选取与发行人行业相近的A股上市公司进行比较分析。

上市公司	2016年末		
	资产负债率（合并）	流动比率（倍）	速动比率（倍）
宣亚国际	39.59	2.35	2.23
省广集团	47.69	1.80	1.80
利欧股份	33.73	1.39	1.28
蓝色光标	64.45	1.04	1.03
科达股份	47.97	1.34	0.96
腾信股份	57.38	1.43	1.43
平均值	48.47	1.56	1.46
博拉网络	6.10	14.27	14.27
上市公司简称	2017年末		
	资产负债率（合并）	流动比率（倍）	速动比率（倍）
宣亚国际	20.34	4.58	4.52
省广集团	46.95	1.54	1.54
利欧股份	42.58	1.24	1.15

蓝色光标	62.08	1.05	1.05
科达股份	42.15	1.48	1.18
腾信股份	69.74	1.04	1.04
平均值	47.31	1.82	1.75
博拉网络	5.11	17.42	17.40
上市公司简称	2018 年末		
	资产负债率（合并）	流动比率（倍）	速动比率（倍）
宣亚国际	16.26	4.92	4.74
省广集团	40.20	1.63	1.63
利欧股份	50.79	1.55	1.46
蓝色光标	61.95	1.02	1.02
科达股份	39.35	1.59	1.42
腾信股份	63.06	1.14	1.14
平均值	45.27	1.98	1.90
博拉网络	6.43	13.22	13.07

注：上述数据均取自相关上市公司公布的定期报告

上述对比显示，本公司的流动比率和速动比率均明显高于同行业上市公司，表明公司的短期偿债能力优于行业平均水平。另一方面，本公司的资产负债率也显著低于同行业上市公司水平，表明公司具有较强的长期偿债能力。本次发行后，公司的流动比率和速动比率将进一步提升，资产负债率也将进一步降低，从而将进一步增强公司的短期和长期偿债能力。

公司总体负债水平较低，流动比率、速动比率不断提高，偿债能力优于行业整体平均水平。公司经营稳健，具有较强的持续盈利能力，公司充裕的现金流、稳定的盈利能力以及较低的负债率对公司债务偿付具有较强的保障。

报告期内，公司没有对外担保情形，不会因或有负债而致使公司出现财务状况恶化、偿债能力下降的情况。

#### （四）重大资本性支出分析

##### 1、最近三年的重大资本性支出

2018年6月，公司与天津艺点意创科技有限公司签订投资协议，向其增资人民币1,800万元，认购其3%的普通股。

##### 2、未来可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金投资计划外，公司无可预见

的重大资本性支出计划。本次发行募集资金投资计划请详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”的有关内容。

### 十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

本公司在财务报告审计截止日后经营状况稳定，不存在可能对本公司未来经营产生不利影响的风险因素，不存在可能导致本公司经营业绩出现较大下降的因素。

#### （一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露的资产负债表日后事项。

#### （二）承诺及或有事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露的承诺及或有事项。

#### （三）重大担保、诉讼及其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露的重大担保、诉讼及其他重要事项。

### 十四、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

### 十五、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

#### （一）会计师事务所的审阅意见

公司财务报告审计截止日为2019年6月30日，根据《首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引》，立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司2019年9月30日的合并及母公司资产负债表、2019年1-9月的合并及母公司利润表、合并及母公司的现金流量表和合并及母公司的所有者权益变动表进行了审阅，并出具了《审阅报告》（信会师报字[2019]第ZD10249号），发表了如下意见：“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未

能在所有重大方面公允反映博拉网络公司 2019 年 9 月 30 日的合并及公司财务状况、2019 年 1-9 月的合并及公司经营成果。”

## （二）发行人的专项声明

公司董事会、监事会及全体董事、监事、高级管理人员已对公司 2019 年 1-9 月未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。

公司负责人、主管会计工作的负责人及会计机构负责人已对公司 2019 年 1-9 月未经审计的财务报表进行了认真审阅并出具专项声明，保证该等财务报表的真实、准确、完整。

## （三）审计截止日后主要财务信息

### 1、合并资产负债表主要财务数据

单位：万元

项目	2019/09/30	2018/12/31	同比变动
流动资产	33,599.92	29,699.46	13.13%
非流动资产	5,155.22	5,363.97	-3.89%
资产合计	38,755.14	35,063.43	10.53%
流动负债	3,613.62	2,246.03	60.89%
非流动负债	8.31	10.30	-19.32%
负债合计	3,621.92	2,256.33	60.52%
股东权益	35,133.22	32,807.10	7.09%
其中：归属于母公司股东权益	35,023.54	32,891.96	6.48%

### 2、合并利润表主要财务数据

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年 1-9 月	同比变动
营业收入	32,217.55	19,130.52	68.41%
营业成本	24,311.63	12,081.64	101.23%
营业利润	2,662.84	3,485.21	-23.60%
利润总额	2,571.24	3,476.41	-26.04%
净利润	2,354.98	2,962.82	-20.52%



归属于母公司的净利润	2,330.44	3,089.53	-24.57%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	2,015.14	2,710.46	-25.65%

### 3、合并现金流量表主要财务数据

单位：万元

项目	2019年1-9月	2018年1-9月	同比变动
经营活动产生的现金流量净额	-5,546.23	-3,648.87	-52.00%
投资活动产生的现金流量净额	-20.45	1,036.20	-101.97%
筹资活动产生的现金流量净额	549.41	-264.00	不适用
汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.38	-0.62	不适用
现金及现金等价物净增加额	-5,016.89	-2,877.29	-74.36%

### 4、非经常性损益明细表的主要财务数据

单位：万元

项目	金额
非流动资产处置损益	-16.11
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	311.16
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	108.15
所得税影响额	-72.14
少数股东权益影响额	-15.78
合计	315.29

## （四）财务报表的变动分析

### 1、合并资产负债表主要变动分析

截至2019年9月30日，发行人总资产为38,755.14万元，较2018年末增加3,691.71万元，增长10.53%，主要系公司应收账款增加所致。截至2019年9月30日，应收账款账面值为25,585.83万元，较2018年末增加8,327.95万元，主要系公司营业收入快速增长（特别是数字媒体投放业务），按信用期结算的部分贷款尚未回款导致；货币资金为4,062.37万元，较2018年末减少5,016.89万元，主要系支付采购成本、人员工资及各项费用（含研发费用）等增加造成。

发行人总负债为3,621.92万元，较2018年末增加1,365.59万元，主要是2019年新增短期借款1,000.00万元。发行人归属于母公司股东权益为35,023.54万元，较2018年末增加2,131.58万元，主要系2019年1-9月实现的净利润所致。

## 2、合并利润表主要变动分析

### （1）营业收入和营业成本同比增长

营业收入和营业成本与去年同期变化情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-9月			2018年1-9月		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
大数据应用服务	28,861.72	23,220.34	19.55%	15,075.87	10,846.10	28.06%
营销及运营	13,362.05	8,617.84	35.51%	10,890.45	6,763.48	37.90%
电商及其他	2,302.34	2,166.02	5.92%	301.99	292.31	3.21%
数字媒体投放	13,197.33	12,436.48	5.77%	3,883.43	3,790.32	2.40%
技术开发服务收入	3,147.52	890.20	71.72%	3,944.69	1,070.61	72.86%
其他	208.31	201.09	3.46%	109.96	164.93	-50.00%
<b>合计</b>	<b>32,217.55</b>	<b>24,311.63</b>	<b>24.54%</b>	<b>19,130.52</b>	<b>12,081.64</b>	<b>36.85%</b>

大数据应用服务 2019 年 1-9 月收入较上年同期增加 13,785.85 万元，增长 91.44%，毛利额也较去年同期保持稳定增长，由去年同期的 4,229.77 万元增长至今年同期的 5,641.38 万元，下属三项具体服务均保持不同程度的增长；但 2019 年 1-9 月毛利率较去年同期下降幅度较大，主要是受收入结构的影响，2019 年 1-9 月数字媒体投放和电商及其他业务收入占比大幅提高，但毛利率较低。

营销及运营 2019 年 1-9 月收入较上年同期增加 2,471.60 万元，增长 22.70%，毛利率略有下降。

数字媒体投放 2019 年 1-9 月收入较上年同期增加 9,313.90 万元，增长 239.84%，毛利率有所增长，主要是受客户数量及投放规模效益增加所致。

随着业务规模的提升，电商及其他 2019 年 1-9 月收入较上年同期增加 2,000.35 万元，增长 662.39%，毛利率亦逐渐增加。

技术开发服务收入 2019 年 1-9 月收入较上年同期减少 797.17 万元，下降 20.21%，主要受客户需求降低影响，但毛利率水平较为稳定。

### （2）费用同比增长

销售费用、管理费用、研发费用以及财务费用与去年同期变化情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-9月	2018年1-9月	同比增长
销售费用	2,040.68	1,353.59	50.76%

管理费用	1,397.73	1,174.33	19.02%
研发费用	1,507.74	1,066.75	41.34%
财务费用	-244.32	-85.30	-186.42%
<b>合计</b>	<b>4,701.82</b>	<b>3,509.38</b>	<b>33.98%</b>

发行人销售费用同比增加 687.09 万元，增长 50.76%，主要原因为：1）公司于 2019 年成立子公司——赢睿达从事数字媒体投放业务，随着其经营规模的扩大，相应的销售人员薪酬、租赁费、差旅费、办公费等费用同步上升；2）销售服务费增加。销售服务费的主要内容为公司开展电商业务时支付给电商平台的服务费（京东商城收取的促销费、TC 运费等费用支出），2019 年 1-9 月电商业务收入同比大幅增加，导致销售服务费相应增加。

管理费用同比增加 223.40 万元，增长 19.02%，主要原因为随着公司经营规模的持续扩大，相应的主要开支（如职工薪酬、租赁费和办公费）均有所上升。

研发费用同比增加 440.99 万元，增长 41.34%，主要是新增了知识产权费(购买专利的转让费用及专利申请费用)，及加大了对新科技如智慧校园系统平台、智能商业大数据分析平台、大数据 SAAS 云服务平台等的研发投入，以快速适应现在技术的迭代需求。

财务费用同比减少主要为银行存款利息收入增加所致。

### 3、合并现金流量表主要变动分析

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年 1-9 月	同比变动
经营活动产生的现金流量净额	-5,546.23	-3,648.87	-52.00%
投资活动产生的现金流量净额	-20.45	1,036.20	-101.97%
筹资活动产生的现金流量净额	549.41	-264.00	不适用
汇率变动对现金及现金等价物的影响	0.38	-0.62	不适用
现金及现金等价物净增加额	-5,016.89	-2,877.29	-74.36%

2019 年 1-9 月，发行人经营活动产生的现金流量净额为-5,546.23 万元，较上年同期减少 1,897.36 万元。主要是支付其他与经营活动有关的现金较去年同期大幅增加所致，随着公司经营规模的扩大，付现的销售费用、研发费用均有所增加。

2019年1-9月，发行人投资活动产生的现金流量净额为-20.45万元，同比减少1,056.65万元，主要系发行人在2018年对外投资1,800万元，持有天津艺点意创科技有限公司3%的股份。

2019年1-9月，发行人筹资活动产生的现金流量净额为549.41万元，较上年同期增加813.41万元，主要系2019年增加短期借款1,000.00万元所致。

#### 4、非经常性损益情况

2019年前三季度，发行人扣除所得税影响后归属于母公司股东的非经常性损益净额为315.29万元，主要系本期政府补助（产业扶持基金）的影响。非经常性损益对发行人经营业绩不构成重大影响。

### （五）同行业上市公司2019年1-9月收入、利润变化对比

单位：亿元

证券简称	2018年1-9月			2019年1-9月			增幅		
	营业收入	利润总额	归属母公司股东的净利润	营业收入	利润总额	归属母公司股东的净利润	营业收入增长率	利润总额增长率	归属母公司股东的净利润增长率
蓝色光标	170.02	4.78	4.13	196.88	8.08	6.28	15.79%	69.20%	52.12%
省广集团	82.53	2.24	1.48	83.45	1.80	1.10	1.11%	-19.40%	-25.56%
宣亚国际	2.70	0.15	0.08	1.96	-0.08	-0.06	-27.51%	-149.87%	-178.61%
腾信股份	11.01	-0.77	-0.66	10.05	0.10	0.08	-8.67%	扭亏	扭亏
科达股份	105.56	5.84	4.48	141.80	1.95	1.25	34.33%	-66.70%	-72.17%
利欧股份	98.63	2.99	2.51	107.06	3.89	3.09	8.55%	30.17%	23.05%
博拉网络	1.91	0.35	0.31	3.22	0.26	0.23	68.41%	-26.04%	-24.57%

数据来源：可比上市公司定期报告

受市场环境、行业竞争等影响，同行业半数上市公司在2019年1-9月也出现了利润下滑的情况。

### （六）2019年全年经营业绩的预计情况

2019年度发行人业绩预告情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-9月 (经审阅)	2019年度 (预计)	2018年度 (经审计)	2019年较 2018年变动 比例
营业收入	32,217.55	40,000.00 至 45,000.00	30,677.68	30.39%至 46.69%
净利润	2,354.98	2,950.00 至 3,650.00	4,294.03	-31.30%至 -15.00%
归属于母公司股东的净利润	2,330.44	2,900.00 至 3,600.00	4,449.05	-34.82%至 -19.08%
扣非后归属于母公司股东的净利润	2,015.14	2,600.00 至 3,300.00	4,073.21	-36.17%至 -18.98%

公司预计的 2019 年全年营业收入金额为 40,000.00 万元至 45,000.00 万元，较 2018 年全年营业收入增长 30.39%至 46.69%。

但受市场竞争加剧、公司研发投入持续加大、销售费用增加等多重因素的影响，公司预计 2019 年全年归属于母公司股东的净利润金额为 2,900.00 万元至 3,600.00 万元，较 2018 年全年下降 19.08%至 34.82%，扣非后归属于母公司股东的净利润金额为 2,600.00 万元至 3,300.00 万元，较 2018 年全年下降 18.98%至 36.17%。

虽然 2019 年全年预计净利润下滑，但是发行人经营情况基本稳定，经营业务和业绩水平处于正常状态，对发行人的持续经营能力不构成重大不利影响。

前述 2019 年全年业绩情况系发行人初步测算的结果，不构成发行人的盈利预测或业绩承诺。

## 第九节 募集资金运用与未来发展规划

### 一、募集资金使用概况

#### （一）本次募集资金投资项目及备案情况

##### 1、本次募集资金投资项目

根据公司 2018 年年度股东大会决议，本次发行募集资金扣除发行费用后，将按轻重缓急的顺序用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	备案情况
1	区域方案中心建设项目	19,668.20	——
2	企业数据资产管理云平台升级改造项目	10,000.00	《重庆市企业投资项目备案证》（项目代码：2019-500112-65-03-067462）
3	总部基地建设项目	11,816.68	——
4	补充流动资金	9,000.00	——
	合计	<b>50,484.88</b>	

若本次发行实际募集资金不能满足上述项目的投资需求，资金缺口通过自筹资金解决。

本次发行募集资金到位前，若因经营需要或市场竞争等因素导致上述募集资金投向中的全部或部分项目在本次发行募集资金到位前必须进行先期投入的，本公司拟以自筹资金先期进行投入，待本次发行募集资金到位后，本公司可选择以募集资金置换先期已投入的自筹资金。同时授权董事会根据国家有关部门的意见，在上述范围内对具体项目和具体资金计划作出相应调整。

##### 2、本次募集资金投资项目的备案情况

2019 年 4 月 2 日，重庆两江新区经济运行局对“博拉网络企业数据资产管理云平台升级改造项目”核发了《重庆市企业投资项目备案证》（项目代码：2019-500112-65-03-067462）。

根据国家发改委《企业投资项目核准和备案管理办法》（中华人民共和国国家发展和改革委员会令第 2 号）第二条的规定：“本办法所称企业投资项目，是指企业在中国境内投资建设的固定资产投资项

根据《重庆市企业投资项目核准和备案管理办法》第二条的规定：“本办法所称企业投资项目，重庆市行政区域内投资建设的固定资产投资项目”。

由于“区域方案中心建设项目”和“总部基地建设项目”均不属于固定资产投资项目，因此不属于备案范围，依照相关规定无需办理项目备案的相关手续。

## （二）募集资金使用管理制度及专户存储安排

公司 2018 年度股东大会审议通过了《博拉网络股份有限公司募集资金管理办法》。本次发行募集资金将存放于公司董事会决定的专户集中管理，做到专款专用。公司将严格按照有关规定管理和使用本次募集资金。

## （三）募集资金投资项目的组织方式和环保情况

本次募集资金投资项目均为由公司自行组织实施。

本次募集资金投资项目为区域方案中心建设、企业数据资产管理云平台升级改造、总部基地建设和补充流动资金项目，不涉及生产制造和新建房屋构筑物，不会构成环境污染，未列入《建设项目环境影响评价分类管理名录》，无需申报环境影响评价。

## （四）募集资金投资项目实施后对公司独立性的影响

本次募集资金投资项目均以公司为实施主体，由公司统一协调组织进行实施，不涉及与他人合作的情形。公司的募投项目实施后不会产生同业竞争或对公司的独立性产生不利影响。

# 二、募集资金投资项目情况介绍

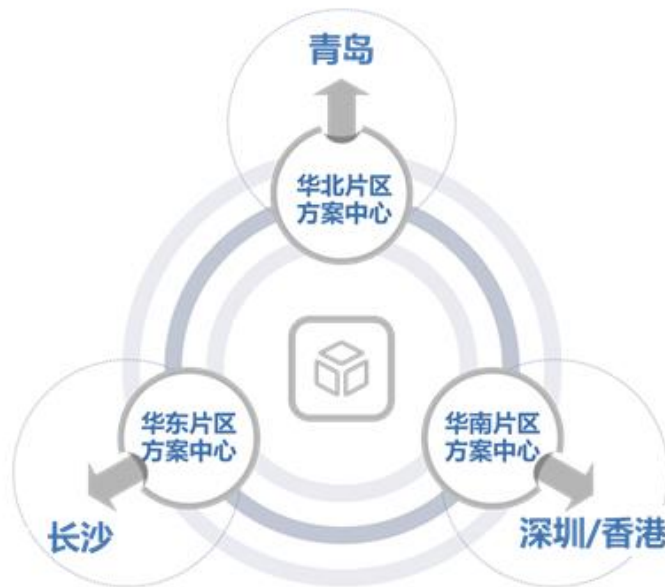
## （一）区域方案中心建设项目

### 1、项目的具体内容

为了提高大数据分析和技术交付的能力，更精准化服务市场需要，提高公司在全国企业大数据服务的市场占有率，实现在各地施行定制化大数据解决方案的能力建设，提高客户需求的响应速度，公司将全国业务划分为西南、华北、华东和华南四个片区，根据业务量和侧重点，将公司业务网络划分成二类区域市场。重庆作为母公司总部所在，分管西南和西北，经过多年积累沉淀，已形成成熟完善的“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式以及体量的客户积累。

本项目的建设目标是构建以华北片区、华东片区和华南片区的北京、上海、广州三个核心业务公司为大数据解决方案中心，以青岛、长沙、深圳、香港为重点二类区域交付中心，建立健全全国大数据服务拓展，深入加强区域方案解决能力，提高客户服务效率。

北京博拉、上海博拉、广州博拉分别构建华北片区市场、华东片区市场、华南片区市场的大数据解决方案中心，为所在市场提供大数据应用服务和技术开发服务，打造各区域独具地域优势特色的企业大数据服务。北上广三片区方案中心对辐射区域内的二级重点区域交付中心各子公司、办事处提供资源支持和实施管理。北京博拉辐射华北和东北地区，在青岛开展二级区域交付中心建设；上海博拉辐射华东和华中地区；在长沙开展二级区域交付中心建设；广州博拉辐射华南地区，在深圳，香港开展二级区域交付中心建设。同时，公司总部会根据各区域城市渠道业务量需求对子公司、办事处进行动态的增减调整。本项目的具体建设内容如下：



#### （1）打造北上广三大区域解决方案中心

北京博拉、上海博拉、广州博拉是公司除总部以外的三个核心业务公司，经过多年市场积累和耕耘，在公司人员配置、服务运营、业务拓展等方面趋于成熟，作为区域城市方案中心的承载主体，加速本地化落地和产业链发展。

北京、上海、广州是公司主要业务区域，公司服务的世界国内知名企业大多聚集在此区域，因此公司在此区域拥有稳定、优质的客户群体。打造区域解决方



案中心，凭借公司“大数据+技术产品+应用服务”业务模式等优势，一方面可以为现有客户提供更优质的企业大数据服务，更高效地满足现有客户市场下沉的大数据服务需要；另一方面，通过拓展业务网络、扩大业务团队，提升自身对客户服务能力的基础，借力国家“大数据”战略，发掘更多优质客户，对数字商业意识成熟的前沿城市的潜在客户深耕细作，增加公司在三片区的市场份额。

北上广三区方案中心的设立，首先是可以吸引各地优秀人才；其次，通过本地的数据源获取本地相应优质数据；而且，方案中心可以进行重点客户的定制化需求支持。

本项目投资资金主要用于扩建北京博拉、上海博拉和广州博拉在三地的办公场所，提升公司品牌形象，添置和更新办公设备，提升公司服务效率，招聘经验丰富或具备发展潜力的大数据人才，加强公司后备梯队培养，巩固和提升公司在该市场区域的竞争优势，同时也为辖区内其他子（分）公司提供业务、技术和人才支持。

### （2）新设青岛、深圳、长沙三个交付中心

交付中心的设立可以有效进行前期需求的挖掘和获取，中期需求变更的及时响应和建设成果的上线，后期是持续的维护升级。

青岛、长沙分别是山东省、湖南省的经济中心城市。山东省、湖南省是国内经济发达的省份，聚集了大批的中国品牌企业，这些企业对大数据服务需求较大，新设青岛、长沙办事处，有利于公司深度开发各省的潜在优质客户。深圳是国内互联网技术非常发达的城市，深圳的企业对大数据认识较深、服务需求旺盛，相较于内地城市，教育和引导市场的成本较低；同时，深圳在大数据行业的技术人才、管理人才和业务人才资源丰富；公司已在深圳积累了一定的客户资源。新设深圳办事处不仅可提升公司在深圳的竞争实力，开发更多优质客户，还能为公司引进一流的大数据人才，加强公司的人才储备。

### （3）在海外市场方面新设香港子公司

长期以来，香港一直是国内企业拓展国际市场的窗口，也是国外企业进入中国内陆市场的跳板，聚集着大量的国际国内品牌企业，大数据服务需求量大，所以公司在香港新设子公司，进行海外定制化解决方案中心建设和提高离岸交付能力，一方面为国际企业进入国内市场提供大数据服务，拓展国际市场；另一方面

为国内品牌客户企业走出去提供国际市场大数据应用服务和技术开发服务，满足其拓展国际市场的需要。

目前公司在香港已拥有迪士尼、香港机场等优质的客户资源基础，新设香港子公司可适应客户国际化的需求，也是公司国际化战略起步的重要布局。

## 2、项目背景

本项目的建设基于两方面的市场需求：

### （1）满足公司全国布局的长远发展需求

我国的一线城市——北上广长期以来都是各大品牌的首选市场，各大品牌商在此共同培育和炒热了整个消费市场，并逐步在消费者心中提高品牌认知，发展了成熟的客户群体。因地域差异、文化差异导致城市消费者行为习惯也有较大差异，对品牌的接受方式和接受程度都有所不同，针对地域特点的差异化大数据应用服务和技术开发服务需求日益增长。因此，属地化的片区方案中心的价值和作用将日益增加。

片区方案中心可以更有针对性的为该片区企业提供深入专业的全程大数据解决方案服务，由于地理位置上更加接近客户，更易促进公司与客户信任关系的建立，以及服务工作的深入，因此可以更快速的响应客户需求，使服务工作能够以更高效率的推进。同时，片区方案中心更接近市场一线，更易获得市场客户的最真实可靠的需求，从而更有利于服务的升级提升，以此不断获取新的赢利点和扩大客户规模。由此看出，公司的长远发展依赖于客户基数的不断扩大和客户需求的更精准满足，建立片区方案中心，这两个问题都可以得到更有效的解决，从而满足公司全国布局的长远发展需要。

### （2）满足二三线城市品牌企业日益增长的大数据服务需求

随着数字商业的高速发展，本着“用户在哪里、服务在哪里”的原则，电子商务、大数据等不断向二三线城市渗透。大数据服务在二三线城市的渗透率快速增长，二三线城市大数据服务发展日趋接轨一线大都市，因此二三线城市大数据服务市场潜力巨大。

政策方面，2015年国务院《促进大数据发展行动纲要》和2016年工信部《大数据产业发展规划（2016-2020）》发布后，各地方政府大数据相关政策密集出台，重庆也于2016年初出台了《重庆市大数据发展工作方案（2016-2018年）》，2018

年出台了《重庆市以大数据智能化为引领的创新驱动发展战略行动计划

（2018-2020年）》，青岛出台《关于促进大数据发展的实施意见》等，随着多省份出台的相关政策措施，以及区域经济的均衡发展，二三线城市的品牌企业具有更强的发展后劲，其大数据服务需求也将迎来爆发式增长。

### 3、项目的可行性分析

#### （1）公司方案解决中心模式成熟，可复制性强

公司在总部重庆已建立西南片区的企业大数据解决方案总部，形成了完善的片区方案中心拓展模式，和积累了较为丰富的新兴区域市场渠道拓展经验，这些拓展模式和经验具有快速可复制性。同时，对面向全国市场的大型品牌客户来讲，更能吻合其在全国性推广和各主要城市就近服务的需求。

#### （2）公司积累了良好的客户资源，具有一定的品牌基础

公司较早进入大数据营销及运营市场，在汽车、3C 家电、食品快消、旅游娱乐、房产、金融等行业积累了一批稳定客户资源，拥有丰富的大数据应用服务资源和服务众多大型品牌客户的成熟经验，对上述行业的大数据应用服务具有较为深刻的认知、并且积淀了较多经典的成功案例，树立了在国内大数据领域的较高知名度，从而有助于公司拓展新客户。

#### （3）公司人才培养体系日趋完善

公司历来重视人才的培养与储备，致力于构建“互联网+”和大数据服务人才梯队，不断完善人才管理体系和激励体制，可为公司拓展全国区域城市网络渠道拓展源源不断地输送复合型管理、技术和业务人才。向片区方案中心进行优秀员工输送，也可以给优秀员工提供能多的发展平台，公司的员工成长体系也将更加立体化，丰富的成长体系和发展空间将大大提高员工的忠诚度和能力上限，从而为公司的长远发展奠定良好基础。

### 4、项目与公司现有主要业务、核心技术之间的关系

本项目是适应大数据的市场发展需要，在公司现有战略布局基础上拓展区域中心，扩大营销网络的重要举措，对公司扩张业务规模、提升市场份额、尝试国际化战略具有积极意义。

（1）打造片区方案中心：公司已先后在三个片区设立了子公司，并进行了市场开拓，但目前规模不能满足业务发展需要。打造北京、上海、广州三个片区

的方案中心，一方面可提升公司对已有客户的服务能力，同时挖掘新的优质客户，争取更多的市场份额；另一方面可提升四个核心区域的业务和团队管理能力，夯实其为拓展其他区域市场提供技术、管理和服务的基础。同时，扩大办公场地，添置和更新信息化办公设备，补充优秀大数据人才，可提升公司品牌形象，满足客户业务渠道横向扩张对大数据应用服务和技术开发服务的需要，提高客户服务效率。

（2）新设区域市场青岛、深圳、长沙交付中心：公司在以上区域已经开展了实质性业务工作，拥有一定的客户基础，设立办事处不仅可提高对当地客户的服务效率，还能满足国内品牌客户向沿海市场拓展的大数据应用服务和技术开发服务需要。

（3）新设香港子公司：香港因为地域特殊，市场机制、用户消费行为习惯等均与内陆有一定的差异，故很多聚集在香港的国际品牌客户登陆内地，需要对内地市场熟悉的企业大数据服务商，且依赖性较强。公司在香港已经拥有迪士尼、香港国际机场等知名客户，具有较好的业务基础，新设香港子公司可满足香港客户的特殊服务需求，并藉此迈出实施国际化战略的第一步。

## 5、项目投资概算情况

本项目计划投资总额为 19,668.20 万元，其中固定资产类投资（包括装修、新增办公设备）1,465.00 万元，流动资金投入（包括新增人员薪酬、房租及项目流动资金）18,203.20 万元。

项目的具体投资构成如下：

类别	城市	新增租赁面积 (m <sup>2</sup> )	新增房租 (万元/2 年)	装修费用 (万元)	办公设备 (万元)	新增人员 (人)	新增薪酬 (万元/2 年)	流动资金 (万元)	合计 (万元)
华北方案中心	北京	1,000.00	648.00	250.00	50.00	50	2,400.00	300.00	3,648.00
华东方案中心	上海	1,000.00	612.00	250.00	50.00	50	2,400.00	300.00	3,612.00
华南方案中心	广州	1,000.00	576.00	250.00	50.00	50	2,400.00	300.00	3,576.00
二级重点区域交付中心	青岛	400.00	115.20	80.00	20.00	20	960.00	100.00	1,275.20
	深圳	1,000.00	576.00	200.00	50.00	50	2,400.00	100.00	3,326.00
	长沙	600.00	216.00	120.00	30.00	30	1,440.00	100.00	1,906.00
海外市场	香港	200.00	360.00	40.00	25.00	25	1,800.00	100.00	2,325.00
合计		<b>5,200.00</b>	<b>3,103.20</b>	<b>1,190.00</b>	<b>275.00</b>	<b>275.00</b>	<b>13,800.00</b>	<b>1,300.00</b>	<b>19,668.20</b>

## 6、项目的实施周期及投资进度

按照项目总体规划，充分考虑资金使用效率，本项目预计在两年内分步实施完成，项目总投资 19,668.20 万元，第一年投资规模 9,111.60 万元，占项目总投资的 46.33%；第二年投资规模 10,556.60 万元，占项目总投资的 53.67%。各项工作具体实施进度及投资规模如下：

项目分年度投资规划

单位：万元

项目	第一年	第二年	合计
房屋租赁费用	1,551.60	1,551.60	3,103.20
装修费用	1,190.00	-	1,190.00
办公设备	200.00	75.00	275.00
人员薪酬	5,520.00	8,280.00	13,800.00
铺地流动资金	650.00	650.00	1,300.00
<b>合计</b>	<b>9,111.60</b>	<b>10,556.60</b>	<b>19,668.20</b>
占比	46.33%	53.67%	

项目建设实施进度计划表

项目	第一年				第二年			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
场地租赁与装修								
建设装修								
设备采购								
各类人员招聘、培训、上岗								
方案中心与交付中心试运行								

## 7、项目的预计投资收益

本项目实施后，公司对全国重点区域城市的网点覆盖能力进一步拓宽，服务能力增强，有利于公司结合各个区域城市的特点，为客户开展地域针对性更强的大数据服务，实现公司业务规模和盈利水平的快速增长。

项目投资收益指标如下：

经济效益指标		指标值
财务内部收益率	税前	26.09%
	税后	18.93%
财务净现值（I=15%）	税前	12,680.57 万元
	税后	4,148.32 万元

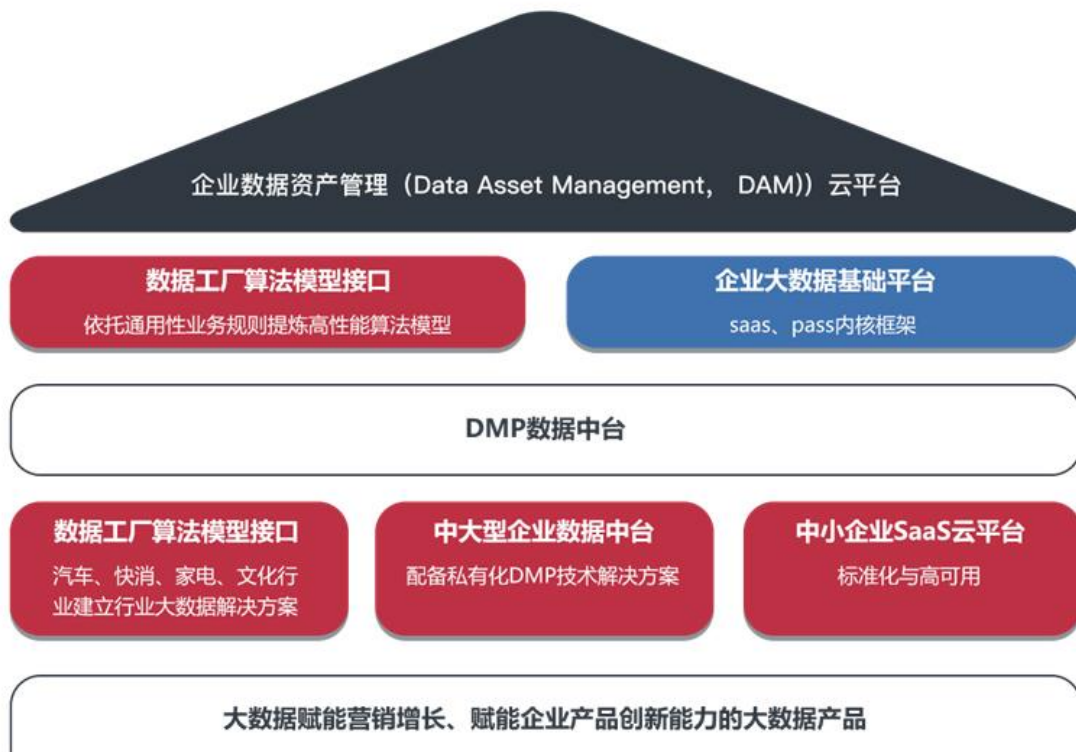
投资回收期（含建设期）	税前	6.01 年
	税后	8.09 年

## （二）企业数据资产管理云平台升级改造项目

### 1、项目的具体内容

企业数据资产管理（Data Asset Management, DAM）云平台是基于博拉 E2C（E-service to Company）业务平台为基础，帮助企业客户实现大数据赋能营销增长、赋能企业产品创新能力的大数据产品。平台升级意味着在企业大数据资产管理、行业大数据应用、中小企业 SaaS 服务平台等方面将会更为完善。可以面向企业的普遍需求与个性化需求提供数据运营服务。依托 DAM 云平台可以实现重点行业的深耕植入，同时标准化的 DAM 云平台可以高效的服务中小型企业做好数据市场的战略规划，并提供高可用、高性价比的技术支撑产品。

企业数据资产管理云平台项目建设升级包括了五个子项目：企业大数据基础平台，数据工厂算法模型接口，行业解决方案框架库，大型企业数据中台与中小企业 SaaS 服务平台组成。



DAM 云平台将服务过程中产生的原始和分析数据进行有效的统一收集管理和分析挖掘，通过包括图像识别，内容创意，运营策略，知识图谱与自然语言分

析，语音识别及合成，视频内容分析，知识图谱，增强现实和智能客服等 AI 智能接口。在这些大数据和人工智能应用接口的基础上建立行业企业数据中台，行业数据中台和面向中小企业 SaaS 服务平台。从而实现完善数据收集功能，智能分析、应用的完整闭环，实现数据的标准化、资产化的功能，通过智能分析和应用集的开发，促进数字经济持续发展。

#### （1）通过博拉现有云服务平台收集数据建立企业大数据基础平台

在公司现有的 E2C（E-service to Company）数字商业大数据云平台收集大数据。该平台通过“大数据+技术产品+应用服务”的模式，为企业客户提供包括数字营销（E-Marketing）、电子商务服务（E-Commerce）、在线消费者关系管理（E-Club）等主要板块的服务，包括移动互联网、电子商务、精准广告、数字创意技术、社会化媒体、搜索、互联网信息监测与分析、大数据应用、O2O、新零售、在线客户关系管理等在内的市场主流的技术和营销模式。由于应用场景的限制，新产生的数据一般分散在各个客户独立的业务数据库中，未能形成统一的企业大数据。通过建设 DAM，在云平台的环境下，可以把各种已经或者将要开发的应用系统、数据资源和互联网资源统一到数字云平台下，然后根据用户使用特点和角色的不同，形成个性化的应用界面，并通过对事件和消息的处理、传输把用户有机地联系在一起。云服务平台升级完成后，公司各个产品间的数据可以根据需要进行交互，平台的整体处理能力将大为提高。系统可以在编译、初始化、运行时改变自己的运行配置，灵活性体现了系统的可配置与可定制，有效的解决了企业内部信息孤岛问题。

#### （2）升级大数据中心的数据工厂算法模型接口

优化智能算法为更多场景应用提供服务，包括基于大数据的知识图谱发现，语义化和知识化的数据价值发现，基于区块链的大数据应该场景及更加安全和高效的数据交换机制。通过算法的优化，将企业全业务流程的数据进行充分挖掘、分析，发现新的商业服务机会，提高已有服务组件的反应速度，降低运行成本。不仅从营销、销售、客户管理等外部环节进行优化，还将深入内部管理，如智能订单管理、供应链管理、人力资源的合理配置等方面进行全面智能升级服务。

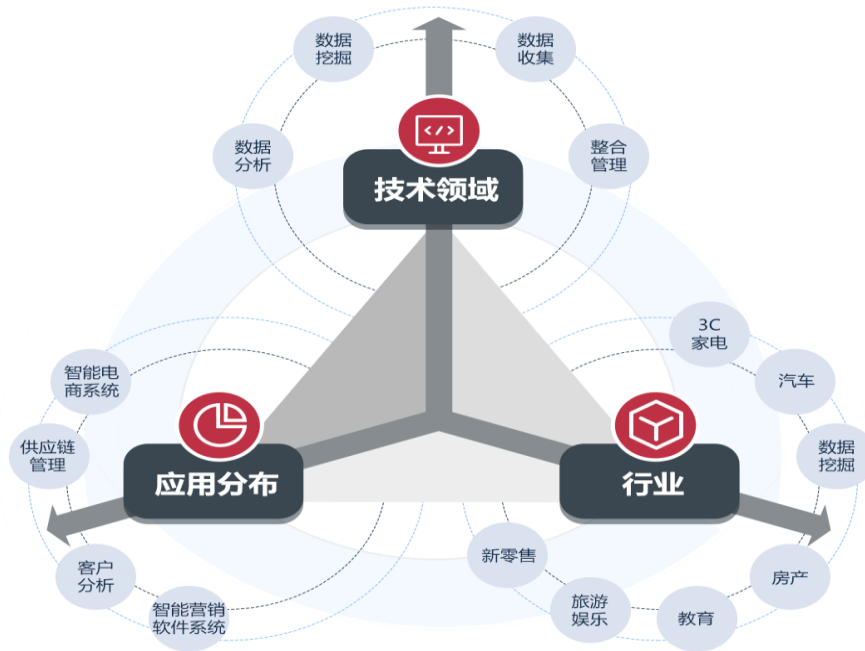


### （3）建立基于行业的解决方案框架库

对于汽车、快消、家电、文化行业建立行业大数据解决方案。现在的大数据必须是基于行业场景进行，有明确的行业业务模型和专业数据处理工具，才能为行业应用提供有力支撑。基于以上定位，公司将在特定行业进行深度植入，通过自建或者合作的方式参与行业运作，收集行业动态和行业相关数据。与专业门户



网站及媒体渠道进行深度合作，建立基于行业 DMP 平台进行数据收集和业务模型训练，提供完整的以解决行业痛点问题的 end-and-end 解决工具，构建完成行业大数据解决方案。为行业客户提供营销，电商，订单，供应链，金融及资产管理全面大数据解决方案。



#### （4）建立面对大中型企业的企业数据中台

对于大中型企业，由于已经有大量的信息系统和业务数据，在进行大数据服务的时候，必然为其提供定制的个性化大数据解决方案，形成企业的数据中台并进一步发展为 AI 中台。将智能算法模型融入进来让构建算法模型服务，更加快速高效面向业务。

由于企业中台，需要和企业的业务场景及发展规划进行统一，该项目中将提供企业中台的建设技术，具体建设将在具体业务中进行。

#### （5）建立面对中小企业的 SaaS 云平台

在行业解决方案框架库的基础上建设完整 SaaS 的服务平台，通过标准的数据服务工具，为相关行业的中小企业提供以解决业务需求的平台工具。

在移动电商时代出现了有赞和微盟的电商服务平台，解决了中小商家在线开店、流量引入、在线收费等问题。在大数据智能应用时代，商家不仅需要基础应用工具，更需要基于大数据和智能分析的能为企业解决实际问题的平台工具。

基于行业的解决方案框架库，计划在 SaaS 云平台中开发包括数据资产挖掘工具、数字营销分析工具，自动营销工具，营销效果工具，定制的企业头条软件，电商渠道管理工具，潜在客户工具，供应链管理工具，智能订单管理软件，生产管理工具，企业运营基础管理工具等总计超过 300 项的服务工具或软件，为中小企业提供完整的 end-and-end 的解决方案。

综上，项目实施完成后，可以有效提高公司的技术服务效率和能力，提高公司对客户的管理效率，进一步提升公司在企业大数据服务和智能应用的核心竞争优势。

项目的具体建设核心技术内容如下：

#### （1）更加安全和高效的数据交换机制

现有大量数据由于安全及产权等关系，处于各自隔离的状态形成各应用场景的数据孤岛，如何能保证安全又能充分进行使用，成为数据交换需要解决的问题。数据共享交换平台用以梳理各部门的数据资产，提供各种数据和 API 的共享交换服务，在应用场景间打造高速的“数据物流中枢”，做到数据的有效“服务化”。

该模块预计采用分布式架构，使其具有极高的横向扩展性，可线性提升交换性能，满足处理数据的交换需求，单节点无效容错机制，支持自动断点续传，数据加密传输，保障数据传输的安全。在数据操作方面，更加简单易用，操作人性化，数据资源目录的申请可驱动数据交换。交换平台将采用新型的交换模式，实现数据交换不搬家，数据交换可用不可见，确保大数据平台内的各私有数据，能够被使用但又不透露其具体内容。

基于现有的技术规范，建设数据合规的流通交换解决方案，研发出标准化的标识信息在各企业之间的隔离加密，在平台提供的转换服务实现数据流通过程中的标记转换，实现不同企业之间个人信息保护中利用的合规流通。标记技术将个人信息分解为“标识信息”、“特征信息”以及“标识关联性”三个基本元素。“标识信息”进行多方隔离的去身份匿名化处理，“标识关联性”进行可信第三方控制，并且保留“特征信息”，解决了在保护中流通个人信息的难点问题。达到了既能保护个人隐私，又能提供价值信息的数据流通的目标。

在现有数据完成标准化后，基于区块链技术将企业数据和流程的集合，用于研究数字资产从创建、加工、存储、检索到使用的整个生命周期，并给出每一步

的优化方案。通过区块链技术可以解决传统管理系统的以下问题：1）企业内部人员为了谋取利益，有可能会修改、兜售或删除一些重要数据；2）因人工操作失误或相关人员安全责任意识淡薄，致使数据在流动的过程中造成失真，影响数据的完整性和有效性；3）企业之间常因版权问题对簿公堂；4）缺乏一种激励机制使所有节点共同维护数据的真实性和一致性。区块链的数字资产管理系统，结合 IPFS 系统的优势，为企业的数字资产管理提供了一种思路，通过数据的上链存储和操作，提高企业数据的利用率，杜绝数据安全、隐私泄露等类似事件的发生。

### （2）基于语义化和知识化的数据价值发现

通过大数据和最新人工智能技术架构结合，将客户所在行业、营销、用户、产品生产、供应链过程、人力资源及运营管理的大数据集合在一起，通过系统建模和分析，输出企业最佳的跨部门整体运营方案。大数据中，对文字、声音、图片、视频等多模态的数据和信息进行深层次多维度的语义理解，包括数据语义、知识语义、视觉语义、语音语义一体化和自然语言语义等多方面的语义理解，发觉和企业商业服务有关的相关知识源，从而实现数据价值的自动发现，从而挖掘真正的市场需求，优化生产服务流程。

该技术包括但不局限于社会网络分析、知识图谱、舆情监测、竞争情报分析、产业技术分析、竞争力评价、决策分析以及循证政策分析等。所涉及数据包括各类元数据、文本与网络数据、市场数据、社会数据、科学数据、多媒介数据等。利用知识计算和知识发现技术驱动、优化和监控各类管理、服务、创新流程与机制的方法、技术和系统。

### （3）高效，灵活的服务的调度方式

无论是行业解决方案、企业数据中台、SaaS 服务平台都需要提供大量数据服务工具，这些工具需场景和企业需求进行结合，如何进行整合，成为服务调用模块需要解决的问题。

通过建立企业级的容器管理平台，升级服务架构，引入微服务概念提升服务调用效率。服务调度是将每种应用程序都在其自己的进程中运行，并与轻量级机制（通常是 HTTP 资源的 API）进行通信。这些服务是围绕业务功能构建的，可

以通过全自动部署机制进行独立部署。这些服务的集中化管理已经是最少的，它们可以用不同的编程语言编写，并使用不同的数据存储技术。

通常企业应用程序通常建立在三个主要部分中：一个客户端用户界面（由用户计算机上的浏览器中运行的 HTML 页面和 JavaScript 组成）数据库（包括插入常见的通常是关系数据库管理的多个表系统）和一个服务器端应用程序。服务器端应用程序将处理 HTTP 请求，执行特定领域逻辑，通过数据库进行检索和更新数据，选择并填充要发送到浏览器的 HTML 视图。这个服务器端应用程序是一个庞然大物。系统的任何更改都涉及构建和部署新版本的服务器端应用程序。这样的整体服务（monolithic server）是一种构建系统很自然的方式。处理请求的所有逻辑都在一个进程中运行，允许使用语言的基本功能将应用程序划分为类，函数和名称空间。

通过引入微服务架构将应用程序构建为服务组件。除了服务是可独立部署和可伸缩的事实之外，每个服务还提供了一个严格的模块边界，甚至允许用不同的编程语言编写不同的服务。它们也可以由不同的团队来管理。

通过服务（Service）实现组件化部署。微服务架构一样会用到各种库，但这种架构会把软件给拆分成各种不同的服务来实现组件化。实现搭建基于企业的数据中台的技术框架。

#### （4）大数据在各个场景应用开发



## 2、项目背景

本项目的建设是基于以下几个方面的考量：

### （1）顺应大数据发展的需要

现在大数据的发展已经呈现丰富的数据维度多样化的大数据场景，大数据平台包括基础平台、工具、数据、组织、流程、规范等一切与企业数据资产协同关联。并且企业所属行业不同，经营策略不同，从而数据场景也千差万别。再加上企业人员运用数据的能力参差不齐，这就导致了每一家企业的数据中台都是独一无二的，不是购买一个所谓的数据中台工具就能解决的。

基于不断的研究开发新型大数据技术和产品，对原有技术系统、产品体系进行升级迭代，才保证了公司在数字服务领域的技术优势。因此，加大技术系统、在原有 E2C 平台进行升级、更新、迭代，对公司立足于激烈的市场竞争至关重要。

### （2）顺应数据分析的技术趋势的需要

当前数据分析发展的范畴已经扩大，不仅包括对数据分析和关系的理解，还包括呈现数据的方式，以挖掘更深层次的商业洞见。日益改善和演变的智能分析已经成为从大数据中获取洞见的必要组成部分，如大数据的预测分析、行业智能应用、物联网大数据分析。

### （3）满足公司业务扩张的需要

公司的发展正处于高速拓展阶段，现有的 E2C 平台已经具备完整的大数据服务能力，通过大数据平台升级项目建设。将进一步完善服务内容，降低数据获取及分析的成本。该项目和总部基地建设项目及区域方案中心的建设项目一起，将进一步促进公司大数据相关业务的扩张。

## 3、项目的可行性分析

### （1）客户资源和经验积累

目前公司的数字商业产品已服务了家乐福、长安汽车等世界及国内大中型品牌企业，积累了丰富的客户资源和服务案例。在此基础上进行企业数据资产管理云平台升级改造项目，可以使公司站在更系统、更科学、更精准的技术层面上为客户提供全方位数字商业服务。

### （2）技术储备

经过多年来的创新和研发，公司积累了大数据及大数据在数字营销、电子商务、消费者关系管理、物联网等应用领域的上百项专有核心技术。这些技术积淀为本项目的建设提供了有力的技术保障。

### （3）技术队伍

公司较早进入大数据服务领域，因此在互联网营销、大数据、云技术等领域积累了大量的人才资源，公司既有的人才储备将构成企业数据资产管理云平台升级改造项目的核心研发团队。

### 4、项目与公司现有主要业务、核心技术之间的关系

该项目对巩固和提升公司现有核心技术具有重要意义，体现在以下三个方面：

第一，整合公司现有开发成果，实现公司大数据营销及运营、数字媒体投放、电商运营等的商业场景应用服务，提高公司业务平台的服务效率。

第二，开发和升级新型移动互联网平台，满足公司移动互联网战略发展的需要。

第三，顺应互联网技术高速发展、更新迭代的需要，深入研究大数据技术、云计算技术，提升公司整体技术水平和客户服务能力。

### 5、项目投资概算情况

本项目预计总投资 10,000 万元，项目的具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资方向	投资内容	T+12	T+12~ T+24	合计
1	项目专用设备购置（包括安装费）	开发用电脑、测试用电脑、电脑主机、网络设备、交换机等	500	0	500
2	基础平台研发费用	基础平台研发开发费用	2,000	2,000	4,000
3	软件、系统研发费	算法运算、场景研究费用、知识产权费用等	1,500	1,200	2,700
4	场景研发设备及费用	物联网设备、AR 设备、新零售模拟设备等	500	1500	2,000
5	研发准备金	研发准备金	300	300	600
6	其他费用	包括专家咨询、市场调研费、建设方案设计费、招投标费等费用	100	100	200
	合计		<b>4,900</b>	<b>5,100</b>	<b>10,000</b>

### 6、项目的实施周期及投资进度

本项目建设期为两年，分两个阶段完成：第一阶段投入 4,900 万元用于方案设计、框架搭建，完成大数据库建设和场景算法内容；第二阶段投入 5,100 万元用于算法验证和场景整合，完成平台升级，实现大数据在不同场景的应用，为公司创造收益。

具体实施计划如下：

阶段	时长（月）	项目投入（万元）	工作内容	阶段目标
第一阶段	T~T+12	4,900	方案设计、框架搭建	完成大数据库建设，完成场景算法的初步完成
第二阶段	T+12~T+24	5,100	算法验证和场景整合	平台升级完成
合计	24	10,000		

## 7、项目的预计投资收益

本项目是对公司现有技术、产品进行的升级和拓展。项目建成并投入运营后，可以有效提高公司业务平台的运行效率，提升公司对客户的服务能力，扩展公司服务业务规模，使公司在技术上保持竞争优势，提升品牌影响力。项目投资效果体现为公司整体盈利能力的提升，项目收益无法单独测算。

### （三）总部基地建设项目

#### 1、项目的具体内容

公司总部位于重庆市两江新区。为了适应未来大数据业务快速发展的需要，结合重庆区域发展规划，公司计划在重庆市两江新区购置总面积为 3500 平方米的办公用房，建设总部基地。总部基地将按照不同功能进行规划，其中 2000 m<sup>2</sup> 用作总部办公区域，1500 m<sup>2</sup> 用作私有云平台区域。

##### （1）总部办公区建设

总部办公区的功能为：为提供公司管理人员及财务、人事、行政、市场宣传等职能部门，以及各级业务管理、支持人员提供办公场所。总部办公区将按照公司统一设计形象进行装修，彰显公司企业文化，突出实用性。

##### （2）私有云平台建设

出于数据安全性、系统稳定性、软硬件自主权、算法框架的不断调整、对自主可控以及在完整生命周期内 TCO（总体拥有成本）低的考虑，公司决定在自

有机房和网络设备基础上建设企业具有高度自控能力及高安全保障的私有云来承载数据管理及相关研发的运行。



### 1) 私有云平台建设的必要性

**便于进行系统横向及纵向扩容：**处理能力和存储数据的能力，以及不同场景下不同算法框架的扩充，通过私有云的架构，能够更方便实现，快速完成搭建及运营。

**设备资源得到充分利用：**通过云技术，将硬件与软件平台进行虚拟化分布，使其整体运营效率得到最大提升。

**安全及运营的高可用性：**通过私有云技术，将统一管理系统安全，以及在各设备间进行故障点转移，确保无单点故障及提高整体系统的可用性。

### 2) 私有云平台建设内容

企业私有云主要建设目标是建设 IaaS 云、PaaS 云亦或是 SaaS 云，根据博拉现有 E2C 平台发展的需要，以及企业数据资产和中小企业 SAAS 平台研发的需要，并且降低软硬件成本、实现应用系统快速部署、应对业务负载突发性增长需求、构建安全可靠自主可控的基础架构环境。具体建设内容为：

#### A、建设资源池

将所有物理硬件、平台及应用软件纳入资源池，统一建设。资源池建设实现资源可达、规模可控与能力可知。私有云平台要进行软硬件资源的统一管控和灵活调度，首先需要做到的就是对资源的统一纳管，即构建资源池，明确与资源池相匹配的管控手段和策略，使其涵盖资源的全生命周期管理。

#### B、建设云管理平台



云管理平台是实现云服务全生命周期管理，是实现云计算运营模式的载体。按照 ISO/IEC 最新发布的云计算架构进行规划和设计，平台分为用户功能层、访问功能层和服务功能层。通过云管理平台，最终实现状态可视、分配可控和服务可用。

#### C、建设资源的自动化与标准化调度

将资源对象进行通用设计，遵循相同的技术规范，具备一致的处理流程，动作行为可参数化，最终实现资源的标准化。通过标准化，实现资源在 IaaS 云、PaaS 云亦或是 SaaS 云之间的自动调度。

#### D、云安全建设

私有云平台中进行多层面安全建设，包括网络安全、存储安全、物理机安全、虚拟化安全、虚拟化管理安全、交付层安全、数据安全、安全服务和运维安全等 9 个层面和领域。选择最优方案及工具，对用户进行服务供给时应根据服务种类以及 SLA 对安全服务内容进行严格的规范，划分清晰的分工和责任界面。

### 3) 企业私有云建设的步骤

#### A、搭建私有云的 IaaS 云、PaaS 云和 SaaS 云

在云计算环境中，信息系统所具有的标准化程度往往是决定私有云形态的重要因素。对信息系统的标准化评估存在多个维度，包括基础架构环境标准化（例如所需支撑的硬件是专用硬件还是通用硬件）、平台环境标准化（例如对于开发环境、中间件环境以及数据库环境的通用需求和租户限制）、以及应用系统的标准化（例如应用系统的运行环境、封闭系统亦或是开发系统、商用套装软件或是自开发系统、是否支持分布式等）。不同维度的标准化实现决定了企业私有云应该建设为 IaaS 云、PaaS 云和 SaaS 云。

#### B、数据和应用的迁移

将新的应用系统直接部署在云计算环境中或将原有系统迁移到云计算环境中是两种主要信息系统的云化改造路径，对其实现难度的评估是对应用系统进行云化改造风险与收益评估的重要手段。整个业务系统的云化分析过程需要从包括硬件支撑环境改造、操作系统平台变更、平台软件绑定分析、IP 地址依赖性消除、API 重构、模块化改造、标准化改造、外部依赖条件等在内的多个层面和维

度进行，准确评估业务信息系统云化改造的相关难点与痛点，才能对信息系统云化改造有充分的认识和准备。

### C、系统优化

私有云平台根据业务和场景发展需要，不断进行调整和升级。

## 2、项目背景

近年来公司业务规模快速扩张，员工数量持续增加，公司总部目前的办公场地在面积、环境上已不能适应公司业务发展的需要。另一方面，公司设立至今，一直采用轻资产运营模式，总部的所有办公场地均采用租赁形式获得。近年来由于重庆两江新区经济发展较快，该区域的写字楼租金呈逐年上涨趋势，增加了公司的经营成本。因此，从公司长远发展计，公司有必要购置办公用房用以建设总部基地。

目前公司烟囱式的系统建设部署方式，导致系统资源无法共享，系统负载不均衡，整体资源利用率和能耗效率低；系统中原有的服务器、数据库和盘阵占比较高，标准化程度低，通用性差，导致建设扩容成本难以控制，扩容成本高且难以应对越来越大的系统处理和存储压力。因此，有必要建设私有云平台，实现应用系统快速部署、应对业务负载突发性增长需求、构建安全可靠自主可控的基础架构环境，并且降低软硬件成本。

## 3、项目的可行性分析

建设总部基地项目是依据公司发展战略的需要，经过公司各方调研形成方案，并通过公司管理层会议讨论后作出的决定，项目实施可以得到公司各部门的支持和配合。同时，公司为保障项目的顺利实施，组建了一支由管理、财务、技术和市场等方面的人才组成的项目专项小组，项目实施可以得到较高保障和有效监管。

建设私有云平台是公司自身发展的必然需要，经过十多年的发展，公司的客户群体不断壮大和场景的不断拓展，如何实现灵活部署，安全高效，快速响应分析需求，提高决策的效率和质量并进行可靠并安全的实时监测，保证企业信息资源的安全性，保持可持续发展，是公司面临的重大课题，技术驱动和创新能力建设是其关键环节。

## 4、项目与公司现有主要业务、核心技术之间的关系

建设总部基地，是国内外互联网企业发展的必然趋势，国内外互联网巨头如谷歌、阿里巴巴、腾讯等都拥有总部办公、技术中心的集成生态办公基地。因此，建设总部基地项目是公司发展到现阶段的必然产物，是公司快速扩展的需要。

另一方面，总部基地项目建设完成后，不仅能显著提升公司品牌形象和信誉度，提高公司市场竞争力，还能缓解公司现阶段因为快速发展而导致办公场地紧张、拥挤的局面，为员工提供相对宽松、舒适的办公环境，可有效提高公司员工的工作效率和创新能力。

总部基地项目的建设，是为公司技术体系、管理体系搭建一个平台，通过这个平台将公司现有的体系具体化，形成博拉的技术、管理方法论，为公司今后的发展夯实基础。

私有云平台的建设可降低企业运营成本，让承载数据及相关研发具有高度自控能力及高安全保障。运用私有云帮助公司自身更轻松、迅速地收集、管理和分析数据，从中挖掘出蕴含可贵商业价值的信息，最终为公司创造价值。

## 5、项目投资概算情况

总部基地建设项目计划总投资 11,816.68 万元，其中总部基地购置投资 8,816.68 万元；私有云平台建设投资 3,000 万元。

投资明细表如下：

单位：万元

序号	项目内容	投资金额	备注
一、	<b>总部基地购置</b>	<b>8,816.68</b>	
投资 明 细	1 购房价格	7,350.00	3500*2.1 万元/m <sup>2</sup>
	2 契税	220.50	税率 3%
	3 印花税	3.68	税率 0.5‰
	4 装修设计及工程费用	875.00	0.25 万元/m <sup>2</sup>
	5 准备金	367.50	购房价格 5%
二、	<b>私有云平台建设</b>	<b>3,000.00</b>	
投资 明 细	1 私有云基础建设	200.00	
	2 私有云运营能力建设：通用服务器，存储设备、AI 服务器，带宽费用	2,800.00	
	<b>合计</b>	<b>11,816.68</b>	

**注：**购房价格及装修费用依据搜房网、赶集网、大渝网等第三方网络平台公布信息择中暂定价格，实际价格以项目标的为准。

## **6、项目的实施周期及投资进度**

本项目的实施周期为一年。

## **7、项目的预计投资收益**

根据企业会计准则及公司的会计政策，总部基地的固定资产折旧年限为 40 年，净残值率为 5%，共 480 个月，年折旧费用为 188.61 万元，装修等费用按 8 年摊销计算，年摊销 109.38 万元。总部基地建设项目实施后前 8 年新增折旧摊销费用共计 297.99 万元，之后年折旧 188.61 万元。总部基地建设完成后，母公司及注册地在重庆的子公司均入驻新的办公地点，以目前重庆市两江新区写字楼场地月租金在 90 元/m<sup>2</sup>左右计算，若租用与本项目建筑面积相同的办公场地，每月需要承担租金 31.50 万元左右，年租金 378.00 万元左右（尚不含装修增加的摊销费用）。

因此，本项目选择购置办公用房，相较目前公司在重庆全部采取租房方式具有一定的成本优势，有利于减少未来办公场地租金持续上涨的风险。更为重要的是，本项目的建设有利于提升公司的对外形象，技术研发中心的建设将搭建公司技术、人才储备的坚实平台，这对增强公司市场竞争力、提升持续经营能力和盈利能力具有深远的影响。

## **8、房产取得方式、以及如未能如期取得房产对项目的影响**

本项目涉及新取得房产。本项目拟购买的房产为普通写字楼，通过项目现阶段的市场调查，项目选址范围内的写字楼市场供给较为充裕，且各行政区域对大数据等战略性新兴产业导向支持力度较大，如重庆两江新区管委会发布四个“黄金十条”招商政策，出台了《重庆两江新区促进科技创新发展办法》对大数据产业进行支持，同时各行政区域对优秀互联网企业实施一企一策扶持，因此项目如期成功取得房产的可能性较大。另一方面，大数据企业对经营用房没有特殊要求，如未能如期购置房产，公司可以利用目前的办公场所并新增租赁房产的方式保障募集资金的使用，不会对公司的经营造成重大影响。

## **（四）补充流动资金项目**

为进一步优化财务结构，满足经营规模不断扩大导致的资金需求，提升公司的盈利水平，拟使用募集资金 9,000.00 万元用于补充流动资金。

### 1、补充流动资金的可行性和必要性分析

（1）公司业务规模快速增长，营运资金需求逐步增加，需补充业务规模相适应的流动资金以支持自身的业务发展。

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司主营业务收入分别为 15,951.35 万元、17,964.07 万元及 30,567.73 万元，2016 年至 2018 年主营业务收入年均复合增长率为 38.68%，业务规模快速增长。

2016 年至 2018 年，公司的企业大数据服务在国家的宏观政策支持及行业大力发展的背景下，收入规模快速增长，继而对营运资金的需求逐步增加；随着本次募投项目的实施，公司的业务规模将会进一步扩大；公司主营业务经营所需的货币资金、应收账款等流动资金需求将持续增加，公司亟需补充与业务规模相适应的流动资金以支持业务快速发展的需要，为公司持续健康发展提供保障。

（2）公司所处行业处于快速发展期，行业中新技术和新模式日新月异，对于出现的投资机会需要公司作出迅速反应、把握市场机会，行业内并购亦为增强公司竞争力的常态做法，为了更好地开拓市场，把握投资机会，需要公司准备充足的资金以提升竞争能力。

（3）公司本次公开发行股票募集资金前，公司流动资金主要通过生产经营积累方式予以解决。作为民营企业，经营积累有限，融资渠道和融资规模都受到较大限制。

（4）公司补充流动资金项目的实施将为公司实现业务发展目标提供了必要的资金来源，保证了公司经营活动的顺利开展，将有利于公司扩大业务规模，提升研发能力，优化公司财务结构。充足的流动资金将保证公司加大对企业大数据业务的推广力度和服务更多的实体经济和实体企业，扩大企业品牌知名度，保持公司服务的市场竞争优势。因此，公司计划将本次募集资金中的 9,000.00 万元用于补充流动资金，实现公司经营规模、经营效益和核心竞争力的进一步提升。

### 2、补充流动资金金额的确定依据

公司根据维持正常生产经营所需保持的现金量、相关业务往来款项等所需的资金等因素测算未来流动资金需求，结合对历史数据的分析、未来经营情况的判断、融资渠道的运用等综合确定募集资金补充流动资金的金额。

报告期内，公司业务快速发展，营业收入复合增长率达到 38.68%。未来三年，假设以 35% 的增长率测算，2019 年年末公司的营运资金估计将达到 18,195.18 万元，需新增流动资金 9,115.92 万元。如考虑区域方案中心建设项目对流动资金储备的要求，公司对流动资金的需求将进一步提高。因此，结合本次发行的募集资金规模，拟使用 9,000 万元补充流动资金是较为合理的。

公司参考《流动资金贷款管理暂行办法》（中国银行业监督管理委员会令 2010 年第 1 号）中有关运营资金周转次数和流动资金量的计算公式，对公司流动资金的需求进行测算：

流动资金量 = 上年度销售收入 × (1 + 预计销售收入年增长率) × (1 - 上年度销售利润率) / 流动资金周转次数。

其中：流动资金周转次数 = 360 / (存货周转天数 + 应收账款周转天数 - 应付账款周转天数 + 预付账款周转天数 - 预收账款周转天数)。

新增流动资金贷款额度 = 营运资金量 - 借款人自有资金 - 现有流动资金贷款 - 其他渠道提供的营运资金

具体测算过程如下：

项目	2018 年度
存货周转天数	4.03
应收账款周转天数	177.09
应付账款周转天数	4.03
预付账款周转天数	7.21
预收账款周转天数	0.39
流动资金周转次数	1.96
销售利润率	14.00%
2018 年度营业收入（万元）	30,677.68
预计销售收入年增长率	35%
预计流动资金量（万元）	18,195.18
2018 年借款人自有资金（无流动资金贷款和其他营运资金）	9,079.26
需补充的流动资金（万元）	9,115.92

### 3、流动资金的管理运营安排

在流动资金的具体使用过程中，公司将根据具体的业务开展进度，建立科学的预算体系和调度机制，合理安排资金投放的进度和金额，在具体资金支付环节，严格按照公司财务管理制度和资金审批权限进行使用，以保障募集资金的高效使用和资金安全，保护投资者利益。

### 三、公司董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

本次募集资金拟投入的四个项目——区域方案中心建设项目、企业数据资产管理云平台升级改造项目、总部基地建设项目和补充流动资金的投资总额为50,484.88万元。本次发行募集资金扣除发行费用后，将全部用于上述四个项目。

公司董事会认为：本次募集资金数额和投资项目与公司的现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。具体依据如下：

#### 1、与公司现有生产经营规模相适应

本次募集资金投资的项目全部为公司目前主业的发展深化。公司自成立以来至今，已服务了家乐福、长安汽车等世界及国内大中型品牌企业，在汽车、3C家电、食品快消、旅游娱乐、房产、金融等行业积累了一批客户资源，拥有服务众多大型品牌客户的成熟经验。同时，公司已初步构建了以重庆为总部，辐射北京、上海、广州一线中心城市的全国性营销网络布局，积累了较为丰富的区域市场渠道拓展经验。报告期内，公司的销售收入复合增长率达到38.68%，服务的优质客户数量不断增加，服务的行业和覆盖区域不断延展。

在此基础上，区域方案中心建设项目的实施，综合考虑了当地的经济水平（市场潜力）和公司在当地积累的客户资源基础，一方面可充分发挥公司既有的技术产品优势，把握实体经济“互联网+”和大数据服务市场需求强劲增长的机遇，延伸业务覆盖面，发掘更多的优质客户，快速抢占市场份额；另一方面可适应现有客户因渠道下沉而日益增长的“互联网+”和大数据就近服务需求。而且，各区域网络的扩建或新设，可为公司培养和建设当地的本土化专业团队，提高客户的响应速度，增强客户黏性。

#### 2、与公司技术水平相适应

经过多年来的创新和研发，公司积累了数字化品牌重构、数字整合营销、在线销售通路建设、电子商务渠道管理、在线消费者关系管理、企业互联网平台等

领域的专有技术。公司的 E2C 服务体系包括的数字营销、电子商务服务、在线消费者关系管理等大数据应用功能模块，正是基于公司创新研发的技术系统和产品总集成。

在此基础上，企业数据资产管理云平台升级改造项目是公司现有技术系统、数据标准化，产品平台化，算法智能化，通过对公司现有 360 度全景产品展示系统、集客通-移动营销软件系统等多项技术进行升级和重构，分别组装成分行业的解决方案，衍生出可直接部署使用的互联网一体化标准服务平台，使客户对数字技术的应用和互联网的商业转型变得更加简单、快速。另一方面，顺应大数据、云计算、移动互联等技术迭代的形势，企业数据资产管理云平台升级改造项目通过深入研究大数据技术，深度挖掘用户数据，开发和升级新型移动互联网平台，可促进公司在技术上保持与时俱进的持续更迭。

### 3、与公司管理能力相适应

目前，公司全国性网络布局初具雏形，各区域子公司的业务已步入良性发展的轨道，公司在业务经营、技术、人力资源、财务等方面的管理能力不断提升，实现了与公司管理半径扩张的匹配，在管理经验上为区域方案中心建设项目的实施奠定了基础。

近年来，适应市场快速发展的需要，公司总部在建立和健全内部控制、加强专业团队建设上不断进化，而总部基地项目的建设是通过一个平台的建设，将公司现有的技术体系、管理体系、培训体系具体化，形成博拉的技术、管理、培训方法论。

截止报告期末公司员工总数为 478 人，根据项目可研报告，本次募集资金项目实施后的两年内公司的员工数量将增加 300~350 人，根据过往的经验和现有的体系，公司的管理能力能够满足本次募集资金项目实施后的管理需要。

### 4、与公司财务状况相适应

本次募集资金项目的投资总额为 50,484.88 万元。若本次发行实际募集资金不能满足上述项目的投资需求，则由公司通过自有资金或银行贷款解决。

报告期末公司资产总额为 38,065.09 万元，本次募集资金项目投资总额约为报告期末总资产的 1.33 倍。本次募集资金项目完成后，公司资产规模将大幅增长。作为互联网和大数据企业，公司一直是轻资产运营，固定资产较少，房产等



可用于抵押借款的资产更少，因此公司的间接融资能力一直受限于公司的资产结构。本次募集资金投资项目均为公司的主业，具备必要性和可行性，因此，选择直接融资方式筹资项目所需资金是符合公司具体情况的现实选择。

尽管本次发行后公司总资产、净资产会有较大幅度的增加，一定时期内会摊薄公司的总资产回报率和净资产收益率，但项目建成后会促使公司的品牌形象、业务规模、技术实力、团队建设再上一个新的台阶，进而不断增强公司的持续盈利能力。

综上，公司董事会认为：本次募集资金投资项目是在行业发展态势、公司发展现状的基础上，经过充分论证、审慎决策确定，具有充分的可行性。本次募集资金投资项目的实施，将在区域布局、技术研发、服务企业的能力、管理、人才培养与引进、企业形象等方面夯实公司的发展基础，进一步增强市场竞争力，对公司未来可持续经营能力和盈利水平的稳步提升具有重要意义。

## 四、公司战略规划

### （一）总体发展目标

公司作为企业大数据服务提供商，将凭借在大数据、人工智能、云计算领域的核心优势，服务好数字中国建设，提升企业数字化、智能化应用水准，推动优质中国企业践行“走出去”战略，从而提高中国企业的国际竞争力。此外，公司将继续发挥行业优势，积极开拓优质客户和中小企业客群，将自身打造成具有全球影响力的大数据智能服务提供商。

### （二）公司未来三年发展规划以及拟采取的具体措施

未来三年，公司将继续加大在大数据核心技术方面的研发投入，保持行业竞争优势，丰富软件工具的内容并提高多样化程度，推升科研成果转化率实现更多场景应用，实现跨行业、多产业链的融合发展。具体发展措施包括：

#### 1、加大大数据研发及配套技术研发

大数据技术及应用能力是公司核心竞争力。未来三年，公司计划将加大资金主要用于大数据算法的优化和应用场景拓展，为企业数据资产管理平台 DAM 提供支持，做好技术储备，夯实“大数据+技术产品+应用服务”的业务模式。

公司计划开发 DAM 数据资产管理云平台，该平台可实现三大功能，即更广泛的数据收集、数据智能分析、行业数据分析平台。

数据收集平台是通过公司现有的 E2C 数字商业大数据云平台为基础，为企业客户提供包括数字营销（E-Marketing）、电子商务服务（E-Commerce）、在线消费者关系管理（E-Club）等主要商业场景的大数据应用服务。数据收集平台升级完成后，公司各个产品间的数据可以根据需要进行交互，平台的整体处理能力将大为提高。系统可以在编译、初始化、运行时改变自己的运行配置，灵活性体现了系统的可配置与可定制；有效的解决了企业内部信息孤岛问题。

数据智能分析是通过优化算法，对流经企业的数据进行充分挖掘、分析后，优化营销、运营、客户管理等环节生产要素，实现企业运行的智能化。

大数据的价值核心是通过数据场景应用，帮助企业解决痛点。公司计划建立的解决方案框架库将通过自建或者合作的方式参与行业运作，了解行业动态和行业相关数据，进行数据收集和业务模型训练，提供完整的以解决行业痛点问题的解决工具。

## 2、行业拓展计划

我国正在从“数据大国”向“数据强国”迈进，大数据产业生态体系的构建为公司大数据服务提供了海量需求。

目前公司的大数据服务在特定行业应用比重较高，随着技术深化，公司将开拓在政务、智能制造、装备制造、金融科技、智能出行、医疗、智慧家居等领域的大数据场景应用，拓展多维度客户群，加大对已有头部企业客户的业务渗透力，稳固收益，并实时追踪全球最新技术，助力我国产业结构调整和经济转型。

## 3、区域拓展计划

在已形成的重庆、北上广等核心市场布局的基础上，计划新设青岛、深圳、长沙三个交付中心，强化区域方案解决能力，更好贴近目标市场、更好贴近客户市场、更好贴近消费者市场，更好服务当地企业客户。

另一方面，公司将利用目前服务国际品牌的经验和条件，并结合国内品牌走向国门、开拓海外市场的背景，逐步在发达的海外消费市场实现国际化的布局突

破。因此计划在香港新设子公司，加快海外定制化解决方案中心建设和提高离岸交付能力，以此开拓国际市场，形成公司新的业务增长极。

#### 4、产品规划

大数据应用朝着服务个性化、技术下沉化方向发展，公司针对大型企业和中小型企业不同特点，提出两套不同产品设计。

帮助大型企业建设数据中台并进一步发展为 AI 中台，前期主要构建支撑不同业务的数据能力，逐步优化智能算法，实现算例应用的快速高效。

为中小企业提供的 SAAS 云平台主要针对不同行业的具体需求，如在线引流、潜在客户转化、企业基础管理、营销推广等，平台计划推出超过 300 项服务工具。

#### 5、高端人才引进、培育计划

为适应开拓市场提升技术实力，公司将从以下几个方面着手，通过外部引进和内部培养的方式，扩充人才实力：

（1）按照区域布局，在新开拓城市建立和培养技术、营销团队，满足当地业务发展需要；

（2）引进一批拥有海外背景的技术领域专家，抢占前沿科技制高点；

（3）培养一批既懂大数据技术又懂场景应用的复合型人才，迅速响应企业客户需求；

（4）完善员工内部培训机制，培养一批技术成熟、有丰富管理经验的人才。

人才是互联网和大数据企业的核心财富。公司将加强业务拓展、技术研发、服务支持、管理等不同类别人才的匹配发展，培养核心骨干，完善激励、约束机制，优化人力资源配置，逐步营造一个凝聚人才、激励人才、创造人才的软环境。

#### 6、收购兼并计划

为应对大数据行业竞争，巩固优势地位，公司将顺应发展态势，将以下三方面企业作为收购或兼并的重点：一是具备特有大数据资源的企业，以降低企业数据采购成本，提升分析精度和针对性；二是掌握了优势算法或特殊行业算法的科技型企业，充实公司技术能力，保持在业内的前瞻性和竞争优势；三是了解行业运营的场景技术企业，拓展公司在具体场景的业务范围。

（三）实施上述业务发展规划所依据的假设条件和可能面临的主要困难

## 1、假设条件

（1）宏观经济保持健康、稳定发展，不出现严重衰退或经济危机、从而导致实体经济行业因经营恶化而延缓或停滞“互联网+”的步伐；

（2）实体经济与互联网、大数据融合的趋势不发生根本性逆转；

（3）公司经营业务所遵循的法律、法规、产业政策无重大不利变化；

（4）本次股票发行与上市顺利进行，募集资金及时到位，募集资金投资项目如期实施；本公司募集资金投资项目的建设运营达到预期效益；

（5）公司无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素造成重大不利影响。

## 2、可能面临的主要困难

（1）人才是公司实现上述发展规划的核心保障，也是互联网和大数据行业竞争的主要资源要素。为了保持营销规模的快速增长和技术的持续创新，公司需要引进、培养更多的高素质人才，人才的选拔、招募、培养可能成为公司实施未来发展规划需要直面的主要问题；

（2）近年来，我国经济已从高速增长转为低速发展的新常态，传统行业经历着转型升级的阵痛期，既有“互联网+”和大数据的迫切需求，又面临经营效益下滑制约营销投入的现实问题；

（3）作为轻资产模式运营的轻资产企业，公司负债融资能力有限，近年来主要通过自我积累和引进外来投资者实现资金积累，资本实力相对较弱。实施上述发展规划需要大量的资金投入，如果不能通过本次公开发行股票筹集到足够的资金，将影响前述业务发展目标的如期实现；

（4）随着发展和扩张步伐的加快，公司的管理半径将迅速扩大，相应对公司的经营、人力资源、组织管理、财务统筹规划等提出了更高的要求，公司在提升运营管理、内部控制等能力方面将面临较大的挑战。

## （四）发行人声明

若本次上市成功，公司将在上市后通过定期报告公告发展规划的实施情况。

## 第十节 投资者保护

### 一、投资者关系的主要安排

为了加强公司与投资者之间的信息沟通，完善公司治理结构，切实保护投资者特别是社会公众投资者的合法权益，根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、中国证监会《上市公司与投资者关系工作指引》、《上海证券交易所科创板股票上市规则》、《上海证券交易所上市公司投资者关系管理指引》、《公司章程》及其他有关法律、法规的规定，公司建立和完善了信息披露制度，将严格按照法律、法规和《公司章程》规定的信息披露的内容和格式要求，真实、准确、完整、及时地报送和披露信息。公司信息披露体现公开、公正、公平对待所有股东的原则。

公司制定的《信息披露制度》、《投资者关系管理制度》对于信息披露和投资者关系管理加以制度性规范。公司未来将通过多种沟通联系方式加强与投资者进行及时、深入和广泛的沟通，提高沟通效率、降低沟通成本。

#### （一）投资者关系负责部门

公司设置了董事会秘书，负责信息披露事务及投资者关系工作，包括与中国证监会、证券交易所、有关证券经营机构、新闻机构等联系；通过信息披露与交流，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平。

#### （二）投资者权益保护制度

公司对投资者合法权益的保护主要体现在《公司章程（草案）》、《信息披露制度》、《投资者关系管理制度》、《关联交易管理制度》、《利润分配管理制度》、《承诺管理制度》的制定以及《独立董事工作制度》的建立。

本公司2019年4月8日召开的2018年度股东大会审议通过的《公司章程（草案）》对投资者享有的权利做了明确规定，其所涉主要条款如下。《公司章程（草案）》规定：“第四十三条 股东大会审议下列事项之一的，应当安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等方式为中小投资者参加股东大会提供便利：

（一）公司向社会公众增发新股（含发行境外上市外资股或其他股份性质的权证）、发行可转换公司债券、向原有股东配售股份（但具有实际控制权的股东在会议召开前承诺全额现金认购的除外）；

（二）公司重大资产重组，购买的资产总价较所购买资产经审计的账面净值溢价达到或超过 20%的；

（三）公司在一年内购买、出售重大资产或担保金额超过公司最近一期经审计的资产总额 30%的；

（四）股东以其持有的公司股权或实物资产偿还其所欠公司的债务；

（五）对公司有重大影响的附属企业到境外上市；

（六）审议股权激励计划；

（七）中国证监会、证券交易所要求采取网络投票等方式的其他事项。”

“第七十七条 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。”

“股东大会审议下列事项之一的，公司应当安排通过网络投票系统等方式为中小投资者参加股东大会提供便利：

（一）审议股权激励计划；

（二）公司向社会公众增发新股（含发行境外上市外资股或其他股份性质的权证）、发行可转换公司债券、向原有股东配售股份（但具有实际控制权的股东在会议召开前承诺全额现金认购的除外）；

（三）公司重大资产重组，购买的资产总价较所购买资产经审计的账面净值溢价达到或超过 20%的；

（四）公司在一年内购买、出售重大资产或担保金额超过公司最近一期经审计的资产总额 30%的；

（五）股东以其持有的公司股权或实物资产偿还其所欠公司的债务；

（六）对公司有重大影响的附属企业到境外上市；

（七）依照法律、行政法规、中国证监会、证券交易所的有关规定或要求及本章程规定应采取网络投票方式的其他事项。”

《信息披露管理制度》规范了公司信息披露程序和对外信息披露行为，规定公司应真实、准确、完整、及时、公平地披露公司生产经营管理的重要信息和重

大事项，忠诚的履行信息披露的义务，确保投资者及时了解公司的发展动态，满足投资者进行投资决策、行使股东权利的需要，并通过信息披露推动公司发展；规定信息披露由公司董事会统一领导和管理。公司董事长为公司信息披露的第一责任人，公司董事会秘书为公司信息披露的直接责任人。规定公司及相关信息披露义务人应当同时向所有投资者公开披露重大信息，确保所有投资者可以平等地获取同一信息，不得私下提前向特定对象单独披露、透露或者泄露。明确了信息披露的形式、内容、标准、程序，保密措施及问责制度，并建立了股东和实际控制人的信息问询、管理和披露制度。

《投资者关系管理制度》规定公司应向投资者客观、真实、准确、完整地介绍和反映公司的实际状况，避免过度宣传可能给投资者造成的误导；明确公司应遵守国家法律、法规及中国证券监督管理部门、证券交易所对上市公司信息披露的规定，保证信息披露真实、准确、完整、及时、公平地对待公司所有股东及潜在投资者，避免进行选择性的信息披露。投资者关系工作应客观、真实和准确，避免过度宣传和误导，并应主动听取投资者的意见、建议，实现公司与投资者之间的双向沟通，形成良性互动。

《关联交易管理制度》明确了公司董事会、股东大会对于关联交易的决策权限，规定公司关联交易的内部控制建设应当遵循诚实信用、公平、公开、公正的原则，不得损害公司和其他非关联股东的合法权益。董事会、股东大会在作出决议时，关联方应回避表决。

《利润分配管理制度》进一步规范了公司的利润分配行为，建立科学、持续、稳定的分配机制，保证公司长远可持续发展，保护中小投资者合法权益。公司将进一步强化回报股东的意识，自主决策公司利润分配事项，制定明确的回报规划，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，不断完善董事会、股东大会对公司利润分配事项的决策程序和机制。

《承诺管理制度》加强了对公司实际控制人、股东、关联方、其他承诺人以及公司的承诺及履行承诺行为的规范，切实保护中小投资者合法权益。公司应对承诺事项的具体内容、履约方式及时间、履约能力分析、履约风险及对策、不能履约时的制约措施等方面进行充分的信息披露。公司应在定期报告中披露报告期内发生或正在履行中的承诺事项及进展情况。《独立董事工作制度》规定独立董

事应当认真履行职责，维护公司整体利益，尤其要关注中小股东的合法权益不受损害。独立董事应对公司重大人事任免决策、担保、关联交易事项发表独立意见，并对其认为可能损害中小股东权益的事项及时向董事会和股东大会发表意见。

同时，本公司 2019 年 4 月 8 日召开的 2018 年度股东大会审议通过的《公司章程（草案）》进一步完善了利润分配条款，原则规定了中小投资者单独计票制度，有效保障投资者尤其是中小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。

## 二、股利分配政策

### （一）报告期的股利分配政策和实际股利分配情况

#### 1、报告期内的利润分配政策

2015 年 8 月 15 日，经公司创立大会暨第一次股东大会通过后的《公司章程》，公司的利润分配政策为：

“第一百二十七条公司的税后利润，按下列顺序分配：

- （一）弥补以前年度的亏损；
- （二）提取税后利润的百分之十列入法定公积金；
- （三）提取任意公积金；
- （四）向股东分配红利。

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。提取法定公积金后，是否提取任意公积金由股东大会决定。公司不在弥补公司亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润。

公司按照股东持有的股份比例分配红利。

第一百二十八条股东大会决议将公积金转为股本时，按股东持有的股份比例派送新股。法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的百分之二十五。

第一百二十九条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。”

#### 2、报告期内的实际股利分配情况



2016年4月7日，公司召开2015年度股东大会通过《2015年度利润分配方案》，向全体股东每股派发现金股利0.035元，共计派发2015年现金股利308万元。2016年4月，现金股利全部发放完毕。

2017年4月19日公司召开2016年度股东大会通过《2016年度利润分配方案》，向全体股东每股派发现金股利0.06元，共计派发2016年现金股利528万元。2017年5月，现金股利全部发放完毕。

2018年5月29日，公司召开2017年度股东大会，审议通过《2017年度利润分配方案》，向全体股东每股派发现金股利0.03元，共计派发2017年现金股利264万元。2018年6月，现金股利全部发放完毕。

2019年4月8日，公司召开2018年度股东大会，审议通过《2018年度利润分配方案》，向全体股东按照持股比例共计派发现金股利360万元。2019年5月，现金股利全部发放完毕。

## （二）本次发行前滚存利润的分配安排

根据2019年4月8日召开的公司2018年度股东大会，本次发行前的滚存利润由发行后新老股东按持股比例共同分享。

## （三）本次发行后的公司股利分配政策

根据公司2018年度股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司本次发行上市后的利润分配政策为：

### 1、利润分配政策的决策程序

公司董事会、监事会和股东大会在利润分配政策的决策和论证过程中应当充分考虑独立董事、外部监事和公众投资者的意见。公司对利润分配包括现金分红事项的决策程序和表决机制如下：

#### （1）董事会的研究论证程序和决策机制

董事会结合公司章程的规定、盈利情况、资金需求情况以及中小股东的意见拟定分配预案，独立董事对分配预案发表独立意见，分配预案经董事会审议通过后提交股东大会审议批准。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。

董事会因特殊情形作出不进行现金分红预案的，董事会应当就不进行现金分红的具体原因、留存收益的具体用途等事项进行专项说明，经独立董事发表明确

意见，并经董事会审议通过后提交股东大会审议，并在公司指定信息披露媒体上公告。

#### （2）监事会的研究论证程序和决策机制

公司监事会在审议利润分配方案时，应充分考虑公众投资者对利润分配的意见，充分听取外部监事的意见，需经全体监事过半数以上表决通过。

#### （3）股东大会的研究论证程序和决策机制

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当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。股东大会在审议利润分配方案时，应当为股东提供网络投票方式。利润分配方案需经参加股东大会的股东所持表决权的过半数以上表决通过。现金分配股利方式应当由出席股东大会的股东（包括股东代理人）过半数以上表决通过；股票分配股利方式应当由出席股东大会的三分之二以上股东表决通过。

### 2、利润分配的形式、期间间隔、审议程序及政策调整

具体内容同下文“（四）公司上市后三年股东分红回报规划”所述。

#### （四）公司上市后三年股东分红回报规划

为了给予本次公开发行后全体股东以稳定的投资回报预期，增加股利分配决策的持续性、透明度和可操作性，维护公司市值，树立良好的公众公司形象，本公司2018年度股东大会审议通过了《关于制定博拉网络股份有限公司上市后三年股东分红回报规划的议案》，具体内容如下：

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持利润分配政策的连续性和稳定性。公司可以采取现金或者股票等方式分配利润，利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

##### 1、公司的利润分配形式

采取现金、股票或二者相结合的方式分配股利，但以现金分红为主，在具备现金分红的条件下，应优先选择以现金形式分红。

##### 2、公司现金方式分红的具体条件和比例

公司主要采取现金分红的利润分配政策，即公司当年度实现盈利，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，且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营，则公司原则上应当进行现金分红；公司利

利润分配不得超过累计可分配利润的范围。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%；重大投资计划或重大现金支出是指公司在一年内购买资产以及对外投资等交易涉及的资产总额（同时存在账面值和评估值的，以较高者计）占公司最近一期经审计总资产30%以上的事项。根据公司章程的规定，重大投资计划或重大现金支出等事项应经董事会审议后，提交股东大会表决通过。

同时，公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，在提出利润分配的方案时，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%；

④公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可按照前项规定处理。

### **3、发放股票股利的具体条件**

若公司快速成长，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在进行现金股利分配之余，提出实施股票股利分配预案。公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大生产经营规模或者转增公司资本，法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

### **4、利润分配的期间间隔**

一般进行年度分红，公司董事会也可以根据公司的资金需求状况提议进行中期分红。公司董事会应在定期报告中披露利润分配方案及留存的未分配利润的使用计划安排或原则，公司当年利润分配完成后留存的未分配利润应用于发展公司经营业务。

### **5、利润分配应履行的审议程序**

公司的利润分配方案由公司董事会根据法律法规及规范性文件的规定，结合公司盈利情况、资金需求及股东回报规划，制定利润分配方案并对利润分配方案

的合理性进行充分讨论，独立董事发表独立意见，形成专项决议后提交股东大会审议。

公司董事会、股东大会在制定、讨论及审议利润分配方案时，应充分考虑社会公众投资者、独立董事及监事会的意见，独立董事应对年度利润分配方案发表独立意见，公司董事会秘书办公室应及时将监事会意见、社会公众通过电话、邮件等方式提出的意见汇总后及时提交给公司董事会，以供公司董事会、股东大会参考。

股东大会审议利润分配方案时，公司为股东提供网络投票的方式。

## 6、利润分配政策的调整

在遇到战争、自然灾害等不可抗力时或发生其他对公司生产经营造成重大影响的情形时，或公司自身经营状况发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

公司调整利润分配方案，必须由董事会作出专题讨论，详细论证说明理由；公司董事会应将调整利润分配的方案发送至独立董事及监事会，由独立董事发表专项意见并经监事会审议通过；同时，公司应充分听取中小股东的意见，应通过网络、电话、邮件等方式收集中小股东意见，并由公司董事会秘书办公室将中小股东意见汇总后交由公司董事会；公司董事会应在充分考虑独立董事、监事会及中小股东意见后形成议案，审议通过后提交公司股东大会以特别决议审议通过。股东大会审议利润分配政策变更事项时，必须提供网络投票方式。

公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见；公司最近3年未进行现金利润分配的，不得向社会公众增发新股、发行可转换公司债券或向原有股东配售股份。

公司将根据自身实际情况，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事会的意见，在上述利润分配政策规定的范围内制定或调整股东回报计划。若公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配的议案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

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现金红利，以偿还其占用的资金。

### （五）股东投票机制的建立情况

股东大会就选举董事、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。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。

除累积投票制外，股东大会对所有提案应当逐项表决。对同一事项有不同提案的，应当按提案提出的时间顺序进行表决。除因不可抗力等特殊原因导致股东大会中止或不能作出决议外，股东大会不得对提案进行搁置或不予表决。

根据《公司章程（草案）》，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。

股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络方式，为股东参加股东大会提供便利。股东以网络投票方式进行投票表决的，按照中国证券监督管理委员会、证券交易所和中国证券登记结算有限责任公司等机构的相关规定以及本章程执行。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

## 三、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等做出的重要承诺及履行情况

（一）关于发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向的承诺

1、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的相关承诺

（1）本公司控股股东——重庆同趣控股有限公司承诺：

“（1）就同趣控股在发行人本次公开发行股票前已持有的发行人股份，自发行人股票上市交易之日起36个月内，不转让或者委托他人管理同趣控股在本次公开发行前直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购上述股份。

（2）如在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股份的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价；发行人上市后6个月内，如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，则持有的发行人股份的锁定期自动延长6个月（若发行人股票在上述期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应作除权除息处理）。”

**（2）本公司实际控制人——童毅承诺：**

“（1）就本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，除在发行人首次公开发行股票时公开发售的股份外，自发行人股票上市交易之日起36个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

（2）如在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股份的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价；发行人上市后6个月内，如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，则持有的发行人股份的锁定期自动延长6个月（若发行人股票在上述期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应作除权除息处理）。

（3）除前述股票锁定情形外，在本人担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的25%；本人所持首发前股份自限售期满之日起四年内，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的25%；离职后半年内，不转让本人所持有的发行人股份。本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。”

**（3）本公司股东——重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）、王树、重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）、海门时代伯乐股权投资合伙企业（有限合伙）、惠州时代伯乐医药消费产业并购投资合伙企业（有限合伙）、北京天星盛世投资中心（有限合伙）、新余诚鼎汇投资管理中心（有限合伙）、**

新余诚众棠投资管理中心（有限合伙）、刘世玉、王麟丽、钟小宁、孙杰、重庆龙商股权投资管理有限公司、台州泓石汇泉投资管理合伙企业（有限合伙）、无锡泓石汇泉股权投资管理中心（有限合伙）、余艳平、共青城旻昱投资管理合伙企业（有限合伙）、朱军、张依林和牟玲玲承诺：

“就本公司/合伙企业/人在本次公开发行股票前已持有的发行人的股份，自发行人股票上市交易之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本公司/合伙企业/人在本次公开发行股票前持有的发行人的股份，也不由发行人回购上述股份。”

**（4）本公司股东——上海乾臻投资管理中心（有限合伙）系公司2018年底增资的投资者。2019年3月27日，公司该次增资在重庆两江新区市场和监督管理局办理了工商变更登记手续。该股东承诺：**

“就本合伙企业在本次公开发行股票前已持有的发行人的股份，自前述增资完成工商变更登记之日（2019年3月27日）起36个月内，不转让或者委托他人管理本合伙企业在本次公开发行股票前持有的发行人的股份，也不由发行人回购上述股份。”

**（5）本公司股东——董事、监事和高级管理人员龙峰、石正磊、徐琦峰、黎健艺和韩建间接持有公司股份，现承诺：**

“（1）就本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，除在发行人首次公开发行股票时公开发售的股份外，自发行人股票上市交易之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

（2）如在上述锁定期满后两年内减持所持发行人股份的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价；发行人上市后6个月内，如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，则持有的发行人股份的锁定期自动延长6个月（若发行人股票在上述期间发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，发行价应相应作除权除息处理）。

（3）除前述股票锁定情形外，在本人担任发行人董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的25%；离职后半年

内，不转让本人所持有的发行人股份。本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。”

**（6）本公司股东——核心技术人员沈敏间接持有公司股份，现承诺：**

“（1）就本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，除在发行人首次公开发行股票时公开发售的股份外，自发行人股票上市交易之日起12个月内，不转让或者委托他人管理本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本人持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

（2）本人所持首发前股份自限售期满之日起四年内，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的25%；离职后半年内，不转让本人所持有的发行人股份。本人不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。”

**2、本次发行前股东的持股及减持意向的相关承诺**

**（1）本公司控股股东——重庆同趣控股有限公司承诺：**

“本公司如确因自身经济需求，可以在锁定期限（包括延长的锁定期限）届满后，在不违反本公司关于本次发行上市已作出的相关承诺的前提下，视自身实际情况进行股份减持。本公司将根据需要通过集中竞价、大宗交易、协议转让或其他合法方式适当转让部分发行人股票，但不会因转让发行人股票影响本公司的控股股东地位。在本公司所持发行人股票锁定期满后两年内，每年减持的股份不超过本公司所持有发行人股份总数的25%，且减持价格不低于发行价。发行人上市后6个月内，如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，则持有的发行人股份的锁定期限自动延长6个月。若发行人股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，减持价格应相应调整。在实施减持时，应至少提前五个交易日告知发行人，并积极配合发行人的公告等信息披露工作。”

**（2）本公司实际控制人——童毅承诺：**

“（1）锁定期满后，为继续支持公司发展及回报股东，本人原则上将继续持有公司股份。如本人确有其他投资需求或急需资金周转，且采取其他渠道融资较难解决，确实需要减持公司股份时，在符合相关规定及承诺的前提下，本人将综合考虑二级市场股价的表现，减持所持有的部分公司股份。



（2）本人所持股票在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。公司上市后6个月内，如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，则持有的发行人股份的锁定期自动延长6个月。若公司股票在本人持股期间发生派发股利、送股、转增股本等除息除权事项的，减持价格将相应进行除权除息调整。

（3）本人减持时，减持行为将通过集中竞价、大宗交易及协议转让等法律法规、交易所规定的合法方式进行。

（4）本人所持首发前股份自限售期满之日起四年内，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的25%；并且，本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间，每年转让的公司股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的25%。

（5）公司上市后，本人在减持时将提前五个交易日履行公告义务。

（6）本承诺函一经作出，即对本人产生约束力；本人不因职务变更、离职等原因，而放弃履行承诺。”

**（3）本次发行前持股比例超过5%的股东——重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）承诺：**

“如果本合伙企业在股份锁定期满后两年内减持的，减持方式包括但不限于二级市场集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等，减持价格不低于发行人最近一期经审计的每股净资产。若发行人股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，减持价格应相应调整。在实施减持时，应至少提前三个交易日予以公告。”

**（4）本次发行前持股比例超过5%的股东——重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）承诺：**

“如果本合伙企业在股份锁定期满后两年内减持的，减持方式包括但不限于二级市场集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等，减持价格将不低于发行价。若发行人股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，减持价格应相应调整。在实施减持时，应至少提前三个交易日予以公告。”

**（二）关于稳定股价的承诺**

本公司于2019年4月8日召开2018年度股东大会，审议通过了公司董事会提交的《关于公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价的预案的议案》：

### **1、启动股价稳定措施的具体条件**

（1）预警条件：当公司股票连续5个交易日的收盘价低于每股净资产的120%时，在10个工作日内召开投资者见面会，与投资者就上市公司经营状况、财务指标、发展战略进行深入沟通；

（2）启动条件：当公司股票连续20个交易日股票交易收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（最近一期审计基准日后，因公司派息、送股、资本公积金转增股本、增发、配股等事项导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整）时，公司将实施股价稳定措施。

（3）当出现以下情形时，公司将停止实施股价稳定措施：

1）在稳定股价具体方案的实施期间，如因已实施至少一项措施导致公司股票连续5个交易日收盘价均高于每股净资产时，将停止实施排序在后的股价稳定措施；

2）实施股价稳定措施将导致公司不符合上市条件。

### **2、稳定股价的具体措施**

自公司上市之日起三年内出现连续20个交易日股票交易收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产时，公司将通过回购公司股票或公司控股股东、公司董事（不含独立董事及未从公司领薪的董事，下同）及高级管理人员增持公司股票的方式启动稳定股价措施。

（1）股价稳定措施的方式及顺序

公司将按照以下方式和顺序实施股价稳定措施：1）公司回购股票；2）公司控股股东增持公司股份；3）公司董事、高级管理人员买入公司股份。

（2）股价稳定措施的实施程序

1）公司回购股票

在启动股价稳定措施的条件满足时，公司董事会应在二十个交易日内提出回购股份的具体方案，并提交股东大会审议，该议案须经出席会议的股东所持表决权的2/3以上通过；公司回购股份的具体方案应按信息披露的相关规定及时公告；

公司应在股东大会通过回购股份的决议后二十个交易日内开始实施回购股份计划。

公司回购股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产，单次用于回购的资金金额不超过上一个会计年度经审计的归属于公司股东净利润的20%，单一年度用于稳定股价的回购资金合计不超过上一个会计年度经审计的归属于公司股东净利润的30%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。

## 2) 控股股东增持公司股份

公司启动股价稳定措施后，公司董事会没有按时提出稳定股价的具体方案、公司不及时实施回购计划或者超过既定标准的，公司控股股东应在前述情形出现之日起十个交易日内提出增持公司股份的方案（以下简称“增持方案”，包括拟增持公司股份的数量、价格区间、完成时间等），并依法履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门的审批手续，在获得批准后的三个交易日内通知公司，公司应按照规定披露增持方案。

控股股东增持公司股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产，单次用于增持公司股份的资金不超过自上市后累计从公司取得的税后现金分红总和的20%，单一年度用以稳定股价的增持资金合计不超过自上市后累计从公司取得的税后现金分红总和的30%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。下一年度触发股价稳定措施时，以前年度已经用于稳定股价的增持资金额不再计入累计现金分红金额。

公司控股股东增持公司股份应当符合相关法律法规的规定。

## 3) 董事、高级管理人员买入公司股份

当公司根据股价稳定措施1)、2)完成控股股东买入公司股份后，公司股票连续十个交易日的收盘价仍低于公司最近一期经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施1)、2)时，公司时任董事、高级管理人员应当通过法律法规允许的交易方式买入公司股票以稳定公司股价，买入价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产。各董事、高级管理人员单次用于买入公司股份的资金不超过上一个会计年度从公司取得的税后薪酬总额的20%，单一年度用以稳定股价的买入

资金合计不超过上一个会计年度从公司取得的税后薪酬总额的30%。超过上述标准的，有关稳定股价措施在当年度不再继续实施。

公司董事、高级管理人员买入公司股份应符合相关法律、法规的规定，需要履行证券监督管理部门、证券交易所等主管部门审批的，应履行相应的审批手续。因未获得批准而未买入公司股份的，视同已履行本预案及承诺。公司董事、高级管理人员不得因在发行人股东大会审议稳定股价具体方案及方案实施期间内职务变更、离职等情形拒绝实施《关于公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价的预案》规定的稳定股价措施。

### （三）对欺诈发行上市的股份购回承诺

#### 1、发行人承诺

本公司就首次公开发行股票并上市招股说明书的真实性郑重承诺如下：

“1、本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任；公司本次公开发行股票并在科创板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、若公司不符合科创板发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册，若投资者在缴纳股票申购款后且股票尚未上市流通前，因本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，在该等违法事实被中国证券监督管理委员会、证券交易所或司法机关等有权机关确认之日起5个工作日内启动股份购回程序，对于本公司首次公开发行的全部新股，本公司将按照投资者所缴纳股票申购款加算该期间内银行同期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

3、若公司不符合科创板发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册且已经上市的，若本公司首次公开发行的股票上市流通后，因本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响，本公司将在该等违法事实被中国证券监督管理委员会、证券交易所或司法机关等有权机关确认之日起5个工作日内启动股份购回程序，召开董事会、股东大会审议股份回购具体方案，并将按照董事会、股东大会审议通过的股份回购具体方案回购本公司首次公开发行的全部新

股，购回价格将不低于购回时的二级市场价格。若本公司股份在该期间内发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，回购价格应相应调整。

4、如本公司首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失，本公司将依法赔偿投资者损失。在该等违法事实被中国证券监督管理委员会、证券交易所或司法机关等有权机关认定后，本公司将本着简化程序、积极协商、先行赔付、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失或有权机关认定的赔偿金额，通过与投资者和解、通过第三方与投资者调解、设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

## 2、控股股东承诺

重庆同趣控股有限公司作为发行人的控股股东，就发行人首次公开发行股票并上市招股说明书的真实性郑重承诺如下：

“1、发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任；发行人本次公开发行股票并在科创板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、若发行人不符合科创板发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册，若投资者在缴纳股票申购款后且股票尚未上市流通前，因发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、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，将督促发行人在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关确认之日起5个工作日内启动股份购回程序，对于已公开发售的股份（含老股配售），将按照投资者所缴纳股票申购款加算该期间内银行同期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

3、若发行人不符合科创板发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册且已经上市的，若发行人首次公开发行的股票上市流通后，因发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、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，本公司将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关确认之日起5个工作日内启动股份购

回程序，本公司将依法购回发行人本次公开发行的全部新股。同时，将督促发行人依法回购发行人首次公开发行股票时发行的全部新股。

4、如发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。”

### 3、实际控制人承诺

发行人的实际控制人童毅就发行人首次公开发行股票并上市招股说明书的真实性郑重承诺如下：

“1、发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任；发行人本次公开发行股票并在科创板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、若发行人不符合科创板发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册，若投资者在缴纳股票申购款后且股票尚未上市流通前，因发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、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，将督促发行人在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关确认之日起5个工作日内启动股份购回程序，对于已公开发售的股份（含老股配售），将按照投资者所缴纳股票申购款加算该期间内银行同期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。同时，将督促发行人就其首次公开发行的全部新股对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

3、若发行人不符合科创板发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册且已经上市的，若发行人首次公开发行的股票上市流通后，因发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、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，本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关等有权机关确认之日起5个工作日内启动股份购回程序，本人将依法购回发行人本次公开发行的全部新股。同时，将督促发行人依法回购发行人首次公开发行股票时发行的全部新股。

4、如发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。”

#### **4、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员承诺**

本公司的全体董事、监事、高级管理人员和核心技术人员承诺：

“如发行人首次公开发行股票并上市的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。”

#### **（四）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺**

根据《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》（国发【2014】17号）、《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》（国办发【2013】110号）和《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》（中国证券监督管理委员会公告【2015】31号）的要求，为保障中小投资者利益，公司董事会就本次发行对摊薄即期回报进行了分析，并就本次发行完成后摊薄即期回报情况、填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺等事项形成了议案。

本公司于2019年3月19日召开的第一届董事会第十六次会议、2019年4月8日召开的2018年度股东大会审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股股票摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响及填补回报措施的议案》和《关于公司首次公开发行人民币普通股股票并在科创板上市事宜出具相关承诺并提出约束措施的议案》，为降低本次发行摊薄即期回报的影响，发行人承诺采取以下应对措施：

##### **1、公司面临的主要风险的改进措施**

公司面临的主要风险包括宏观经济下行导致实体经济企业“互联网+”投入增速放缓甚至减少、客户集中度较大、技术迭代、市场竞争加剧、人才流失、社会化媒体平台快速变化、应收账款增加、毛利率持续下降等风险。面对公司面临的主要风险，公司计划采取以下改进措施：

（1）继续扩张服务网络，优化服务布局，持续拓展公司服务的行业、区域覆盖面，增加优质客户数量，增强公司抗市场风险的能力。

（2）在巩固目前服务大型客户的基础上，将公司的技术产品及服务方案面向中小企业进行套件化改造，开拓中小企业客户互联网和大数据服务市场。

（3）紧密跟踪互联网和大数据技术的最新发展趋势，创新研发和持续更新迭代公司的技术产品，持续优化改善客户体验，保持公司技术产品在业内的竞争优势。

（4）加强应收账款的管理，保证公司资金的良性周转，并借助上市的契机拓展融资渠道。

（5）持续改进人才的稳定、培养和引进机制，营造有利于人才发展的企业文化氛围。

（6）适时在大数据应用、云计算、人工智能、数字媒体投放等领域对外收购兼并。

## **2、提高公司日常运营效率、降低运营成本、提升经营业绩的具体措施**

为降低本次公开发行可能摊薄即期回报的影响，公司将采取以下具体措施以填补被摊薄的即期回报：

### **（1）强化募集资金管理**

公司已制定《博拉网络股份有限公司募集资金管理办法》，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中。公司将定期检查募集资金使用情况，从而加强对募投项目的监管，保证募集资金得到合理、合法的使用。

### **（2）加快募投项目建设进度，提高资金运营效率**

本次公开发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源、加快推进募投项目建设，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达产并实现预期效益，以增强公司盈利水平。本次募集资金到位前，为尽快实现募投项目盈利，公司拟通过多种渠道积极筹措资金，积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强项目相关的人才与技术储备，争取尽早实现项目预期收益，增强未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报摊薄的风险。

### **（3）加大研发投入和技术创新**

强大的技术研发能力是公司实现业务创新重要的基本保障，公司将围绕数字商业技术和大数据核心技术持续增强研发投入，不断增强底层运营系统的稳定



性、完善新兴技术的产品化转换，不断巩固公司技术的竞争优势。在提高公司现有产品核心竞争力的同时，拓展新业务、新领域，形成公司新的利润增长点。

#### （4）强化投资者回报机制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性，已制定《博拉网络股份有限公司利润分配管理制度》。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，对上市后适用的《公司章程（草案）》进行修改，就利润分配政策研究论证程序、决策机制、利润分配形式、现金方式分红的具体条件和比例、发放股票股利的具体条件、利润分配的期间间隔、应履行的审议程序及信息披露等事宜进行详细规定和公开承诺，并制定了《博拉网络股份有限公司上市后三年股东分红回报规划》，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

公司2018年度股东大会通过了《关于制定博拉网络股份有限公司上市后三年股东分红回报规划的议案》，强化对投资者的收益回报，建立了对股东持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

本公司制定的上述填补回报措施不等于对公司未来利润做出保证。

#### （五）关于避免同业竞争的承诺

为避免潜在的同业竞争，本公司控股股东重庆同趣控股有限公司、实际控制人童毅及其配偶吴远丽、间接控股股东海奇天向公司作出了避免同业竞争的承诺。详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“五、（二）发行人控股股东、实际控制人为避免同业竞争而出具的承诺”。

#### （六）关于关联交易的承诺

发行人控股股东重庆同趣控股有限公司，以及间接控股股东海奇天于2019年3月2日签署了《规范和减少关联交易的承诺函》，就规范和减少关联交易承诺如下：

“1、本企业以及本企业直接、间接控制的其他经济实体与博拉网络之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2、在本企业作为博拉网络控股股东（的控股股东）期间，本企业及本企业直接、间接控制的其他经济实体将尽量避免、减少与博拉网络发生关联交易。

3、对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本企业及本企业直接、间接控制的其他经济实体将根据有关法律、法规和规范性文件、博拉网络股份有限公司章程以及有关关联交易管理制度的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，与博拉网络签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，关联交易价格原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护博拉网络及其他股东的利益。

4、本企业保证不利用在博拉网络的地位和影响，通过关联交易损害博拉网络及其他股东的合法权益。

5、本企业将促使本企业直接或间接控制的其他经济实体遵守上述 2-4 项承诺。

如本企业或本企业直接、间接控制的其他经济实体违反上述承诺而导致博拉网络或其他股东的权益受到损害，本企业将依法承担相应的赔偿责任”。

实际控制人童毅及其配偶吴远丽于 2019 年 4 月 19 日签署了《规范和减少关联交易的承诺函》，就规范和减少关联交易承诺如下：

“1、本人以及本人直接、间接控制的其他经济实体与博拉网络之间现时不存在其他任何依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

2、在本人作为博拉网络控股股东、实际控制人期间，本人及本人直接、间接控制的其他经济实体将尽量避免、减少与博拉网络发生关联交易。

3、对于无法避免或者有合理原因而发生的关联交易，本人及本人直接、间接控制的其他经济实体将根据有关法律、法规和规范性文件、博拉网络股份有限公司章程以及有关关联交易管理制度的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，与博拉网络签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，关联交易价格原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护博拉网络及其他股东的利益。

4、本人保证不利用在博拉网络的地位和影响，通过关联交易损害博拉网络及其他股东的合法权益。

5、本人将促使本人直接或间接控制的其他经济实体遵守上述 2-4 项承诺。

如本人或本人直接、间接控制的其他经济实体违反上述承诺而导致博拉网络或其他股东的权益受到损害，本人将依法承担相应的赔偿责任。”

#### **（七）关于员工社会保障的承诺**

2019年4月19日，公司控股股东重庆同趣控股有限公司作出《关于员工社会保障的承诺函》：“如发生政府主管部门或其他有权机构因发行人在报告期内未为全体员工缴纳、未足额缴纳或未及时缴纳五险一金对其予以追缴、补缴、收取滞纳金或处罚；或发生员工因报告期内发行人未为其缴纳、未足额缴纳或未及时缴纳五险一金要求补缴、追索相关费用、要求有权机关追究的行政责任或就此提起诉讼、仲裁等情形，本企业承担因此遭受的全部损失以及产生的其他全部费用，且在承担相关责任后不向发行人追偿，保证发行人不会因此遭受任何损失。本公司将促使发行人全面执行法律、行政法规及规范性文件所规定的社会保障制度和住房公积金制度，依法缴存社会保险金和住房公积金。”

#### **（八）避免占用资金的承诺**

为避免公司主要股东占用资金，本公司控股股东重庆同趣控股有限公司、间接控股股东海奇天、实际控制人童毅及其配偶吴远丽、持股5%以上的其他股东重庆西证价值股权投资基金合伙企业（有限合伙）和重庆英飞尼迪创业投资中心（有限合伙）向公司作出了避免占用资金的承诺，详见本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“七、（二）偶发性关联交易”。

#### **（九）持有5%以上股份的主要股东、实际控制人及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺的履行情况**

截至本招股说明书签署之日，持有5%以上股份的主要股东、实际控制人及作为股东的董事、监事、高级管理人员作出的重要承诺履行情况良好，未出现不履行承诺的情形。

#### **（十）中介机构关于为发行人首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺**

1、保荐机构承诺：因本保荐机构为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

2、发行人律师——北京德恒律师事务所承诺：本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。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。因本所为发行人制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

3、会计师承诺：立信会计师事务所（特殊普通合伙）为发行人首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。如立信会计师事务所（特殊普通合伙）为发行人首次公开发行股票并上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，立信会计师事务所（特殊普通合伙）将根据中国证监会或人民法院等有权部门的最终处理决定或生效判决，依法赔偿投资者损失。

## （十一）关于作出公开承诺事项未能履行的约束措施

### 1、发行人的承诺

本公司承诺：

“本公司将严格履行就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。如本公司未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、在股东大会及中国证监会、上海证券交易所指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、不得进行公开再融资；

3、对该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

4、不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

5、给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。”

## **2、控股股东的承诺**

重庆同趣控股有限公司承诺：

“本公司作为博拉网络股份有限公司的控股股东将严格履行就首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。如本公司未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、在股东大会及中国证监会、上海证券交易所指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、在未采取稳定股价具体措施的情况下，公司股票连续 10 个交易日收盘价低于最近一年经审计的每股净资产，本公司当年从公司取得的分红归公司所有。”

## **3、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员承诺**

本公司的全体董事、监事、高级管理人员和核心技术人员承诺：

“本人将严格履行就发行人首次公开发行股票并上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。如本人未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、在发行人股东大会及中国证监会、上海证券交易所指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、不得转让发行人股份。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

3、暂不领取发行人分配利润中归属于本人的部分；

4、可以职务变更但不得主动要求离职；

5、主动申请调减或停发薪酬或津贴；

6、如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归发行人所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付至发行人指定账户；

7、因未履行招股说明书的公开承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。”

## 第十一节 其他重要事项

### 一、重要合同

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司已经履行、正在履行或即将履行的重要合同如下：

#### （一）销售合同

报告期内，发行人及其子公司已经履行、正在履行的报告期内年累计金额在800万元以上（年累计交易金额在800万元以上的客户，下表仅披露与其签订的标的额较为重大的合同）、以及合同未约定具体交易金额但对发行人经营活动具有重要影响的销售合同如下（与同一交易主体在一个会计年度内连续发生的相同内容或性质的合同累计计算）：

单位：元

序号	年度	采购方	履行期限	合同主要内容	合同含税金额（元）	履行情况
1	2016年度	家乐福各商业公司	2016.02.01-2017.01.31	2016 家乐福中国全年数字商业服务	根据合同约定的标准据实结算	履行完毕
		家乐福（中国）管理咨询服务公司	2016.01.01-2016.12.31	2016 年家乐福中国微信公众号线上数字商业服务	2,220,000.00	履行完毕
长安福特汽车有限公司销售分公司		2016.01.01-2016.3.31	2016 年一季度社交媒体营销工作	5,804,116.00	履行完毕	
		遵需求部门通知为准	2016 年第二季度社交媒体项目	4,054,426.12	履行完毕	
		遵需求部门通知为准	2016 年第三季度社交媒体项目	4,447,713.00	履行完毕	
2		北京世界星辉	2016.01.01-2016.12.31	整合数字营销项目	3,075,000.00	履行完毕

		科技有 限责任 公司	2016.07.28- 2016.07.31	星耀 360 全景颁奖盛 典粉丝运营活动	1,936,000.00	履行 完毕
4		重庆长 安汽车 股份有 限公司	2016.04.11- 2016.05.31	长安 CX70 上市集客 活动项目	1,800,834.00	履行 完毕
			2016.04.25- 2017.06.24	长安商用微信矩阵开 发及运营项目	2,570,000.00	履行 完毕
			2016.11.01- 2017.12.31	长安欧尚 APP&微信 一体化系统开发推广 运营维护项目	1,845,036.00	履行 完毕
5		家乐福 各商业 公司	2017.01.01- 2017.12.31	2017 年家乐福中国 微信公众号线上数字 商业服务	2,220,000.00	履行 完毕
			2017.02.01- 2018.01.31	2017 年家乐福中国 第三方移动支付项目 数字商业服务	每 2 个月（“结算 周期”）验收结算	履行 完毕
6	2017 年度	四川长 虹电器 股份有 限公司	2017.03.01- 2017.06.01	长虹人工智能新品传 播推广数字营销服务 项目	2,300,000.00	履行 完毕
			2017.06.01- 2017.06.30	长虹 618 活动传播推 广数字营销服务	1,000,000.00	履行 完毕
			以 2017 年自然 年度为周期	长虹电视 2017 年度 新媒体传播与网络营 销推广技术服务	3,500,000.00	履行 完毕
			2017.10.01- 2017.12.20	长虹 Q5K 新品传播 推广数字营销项目	2,350,000.00	履行 完毕
7		重庆长 安铃木 汽车有 限公司	2017.01.01- 2017.12.31	2017 年数字营销服 务	根据合同约定的 标准据实结算	履行 完毕
8	2018 年度	重庆长 安汽车 股份有 限公司	2018.03.06- 2019.03.05	2018-2019 年长安汽 车在线互动代理项目	1,080,000.00	履行 完毕
			—	直达客户运营体系搭 建项目	1,477,243.56	履行 完毕
			中标后 7 天内 完成建设并上 线	欧尚汽车粉丝运营项 目开发及运维	2,701,441.80	履行 完毕



			2018.12.08-2018.12.31	2018年长安云店双十二活动执行服务项目	1,960,041.00	履行完毕
			达成考核之日起6个月	2018年长安汽车百度SEO项目	3,000,000.00	履行完毕
9		家乐福各商业公司	2018.01.01-2018.09.30	2017年家乐福中国第三方移动支付项目数字商业服务框架合同	2018年沿用2017年合同，根据收货单据实结算	履行完毕
10		阳狮广告有限公司上海静安分公司	2018.10.01-2019.09.30	2018年度中国家乐福微信公众号&官网&小程序运营合作	每月固定服务费190,000元、根据合同约定的标准据实结算	正在履行
11		广东信翔信息科技有限公司	2018.08.07-2018.12.31	微信朋友圈媒体投放合作合同	按推广充值执行单结算	履行完毕
12		上海衣页信息科技有限公司	2018.06.09-2018.12.31	微信朋友圈媒体投放推广合作合同	按推广充值执行单结算	履行完毕
13		比亚迪汽车销售有限公司	2018.04.20-2019.04.20	2018年度车友会平台运营及传播	最终执行金额不超过1,680,000.00	履行完毕
	2018.06.01-2019.05.31		比亚迪汽车官方微信订阅号运营服务	1,440,000.00	履行完毕	
	2018.07.13-2018.11.30		比亚迪全新一代唐社交网络营销项目	2,610,000.00	履行完毕	
14		比亚迪汽车工业有限公司	2018.03.01-2019.03.01	2018比亚迪媒体投放项目	2,188,499.00	履行完毕
	2018.03.01-2019.02.28		2018比亚迪品牌商业信息监测与数据分析服务	1,500,000.00	履行完毕	
	2017.12.01-2018.12.01		整合数字营销服务框架协议	根据单项签订的合同据实结算	履行完毕	
15		长安福特汽车有限公司	2018.04.01-2019.12.31	2018长安福特售后服务业务宣传项目	1,167,219.00	正在履行

		司销售分公司	2018.04.28-2019.03.01	长安福特2018—CRC 客户关怀活动项目	1,413,000.00	履行完毕
			遵需求部门通知为准	2018 年长安福特客户忠诚度车友会活动项目	1,810,000.00	履行完毕
			遵需求部门通知为准	2018 年长安福特车垂直论坛营销项目	3,790,005.00	履行完毕
16		四川长虹电器股份有限公司	2018.12.01-2019.12.31	长虹 2018-2019 年度服务项目	12,000,000.00	正在履行
17		上海奔越广告有限公司/北京奔跑世纪科技发展有限公司	2018.01.01-2020.12.31	社会化营销服务	根据合同约定据实结算	正在履行
18		广州新峰菲德网络科技有限公司	2019.05.09-2019.12.31	数字媒体投放合作合同	根据合同约定据实结算	正在履行
19		长安福特汽车有限公司销售分公司	2019.04.01-2020.12.31	2019-2020 年长安福特社交网络营销活动	16,795,600.76	正在履行
20	2019年1-6月	华油阳光（北京）科技股份有限公司	2019.02.19-2020.10.31	RENEW 服务买卖合同书	10,615,166.00	正在履行
21		广东信翔信息科技有限公司	—	数字媒体投放服务合作协议	根据合同约定据实结算	正在履行
22		北京京东叁佰陆拾度	—	京东云跨境电商解决方案	根据合同约定据实结算	正在履行

		电子商务有限公司				
23		北京京东世纪贸易有限公司	—	产品购销协议	根据合同约定据实结算	正在履行
24		成都网讯优速信息技术有限公司	—	数字媒体投放服务合作协议	根据合同约定据实结算	正在履行
25		上海欢兽实业有限公司	2019.05.10-2019.12.31	推广服务框架合同	根据合同约定据实结算	正在履行

注：家乐福各商业公司包括家乐福所属的位于全国各地的多家公司，包括北京家乐福商业有限公司、天津家乐福商业有限公司、长春家乐福商业有限公司、大连家乐福商业有限公司、青岛家乐福商业有限公司、济南家乐福商业有限公司、哈尔滨家乐福商业有限公司、厦门家乐福商业有限公司等。

## （二）采购合同

报告期内，发行人及其子公司已经履行、正在履行的金额在200万元以上、以及合同未约定具体交易金额但对发行人经营活动具有重要影响的采购合同如下（与同一交易主体在一个会计年度内连续发生的相同内容或性质的合同累计计算）：

单位：元

序号	年度	供应方	履行期限	合同内容	合同金额（元）	履行情况
1	2016年度	重庆市荣昌区梦锋网络传播有限公司	2016.01.01-2016.12.31	网络传播服务	以采购订单所确定的内容为准	履行完毕
			2016.03.01-2017.03.01		按月结算	
2		北京腾讯文化传媒有限公司	2016.01.01-2016.12.31	腾讯广告代理服务	具体结算	履行完毕
3	2017年度	重庆福百宏科技有限公司	2017年度	网络信息服务	3,638,123.90	履行完毕

4		重庆高驰广告设计中心	2017 年度	创意设计、广告发布与网络信息服务	2,888,717.98	履行完毕
5		重庆市荣昌区梦锋网络传播有限公司	2017 年度	网络传播服务	2,875,367.86	履行完毕
			2017.01.01-2017.12.31		按月结算	
6		重庆众海营销策划中心	2017 年度	创意设计、网络信息服务	2,774,971.30	履行完毕
7	2018 年度	重庆黎古科技有限公司	2018.06.09-2018.12.31	媒体广告投放	根据推广充值执行单结算	履行完毕
			2018.06.26-2018.07.14		1,004,760.00	
8		北京腾讯文化传媒有限公司	2018.01.01-2018.12.31	腾讯社交平台发布	以具体执行约定的合同为准	履行完毕
			2018.06.14-2018.12.31			
	2018 年度	1,499,918.00				
9		北京爱点互动科技有限公司	2018.01.01-2018.12.31	媒体年度合作	每月结算	履行完毕
10		合肥荣事达小家电有限公司	2018.01.01-2020.12.28	炊具系列产品京东商城自营平台独家经营	按销售额返利	正在履行

				商		
11		重庆市荣昌区梦锋网络传播有限公司	2018 年度	网络传播服务	3,397,915.08	履行完毕
			2018.01.01-2018.12.31		按月结算	
12		重庆众海营销策划中心	2018 年度	创意设计、技术咨询服	3,464,171.84	履行完毕
				网络信息服务	104,500.00	
13		重庆高驰广告设计中心	2018 年度	创意设计、技术咨询服	2,760,217.64	履行完毕
				广告发布服务	263,679.50	
				网络信息服务	227,500.00	
14		甲骨文（中国）软件系统有限公司	2018.12.12-2019.12.11	高级客户服务（ACS）订购文件	186,220.95	正在履行
			2018 年度	云协议	具体结算	履行完毕
			2018.05.16-2018.06.14	ASFU Programs		
15		北京润泰嘉尚商贸有限公司	2018.11.02-2019.11.01	京东商品采购	具体结算	履行完毕
16		上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司	2018.10.25-2018.10.30	腾讯广告发布	2,000,000	履行完毕
17	2019 年 1-6 月	重庆黎古科技有限公司	涵盖广告实际推广的整个期间	相关广告服务	以《广告执行订单合同》为准	履行完毕
18		北京派瑞威行互联技术有限公司	2019.4.15-2019.12.31	网络技术代理服务	以《技术服务执行单》或《续费确认函》为准	正在履行
19		深圳市微网力合信息技术有限公司	2019.6.1-2019.12.31	媒体投放服务	以《媒介执行单》为准	正在履行
20		北京云锐国际文化传媒有限公司	2019.4.1-2019.12.31	广告推广服务	以《媒介执行单》为准	正在履行
21		中国软件与技术服务有限公司	服务截止日期为 2021.11.8	Oracle 原厂服务	4,378,180.00	正在履行
			服务截止日期为 2020.11.8		2,276,600.00	正在履行
22			北京润泰嘉尚商贸有限公司	2018.11.2-2019.11.1	京东商品采购	具体结算

23	北京爱点互动科技有限公司	2019.1.1-2019.12.31	媒体年度合作	以指定邮箱往来邮件确认为准	正在履行
24	甲骨文（中国）软件系统有限公司	2018.8.10-2019.8.9	Oracle 软件服务、软件升级及技术支持	具体结算	履行完毕
25	重庆福百宏科技有限公司	2019年1-10月	网络信息服务	3,090,017.77	履行完毕
26	合肥荣事达小家电有限公司	2019.1.1-2019.12.28	炊具系列产品京东商城自营平台独家经营商	按销售额返利	正在履行
27	北京云广传媒有限公司	2019.4.1-2019.12.31	广告推广服务	以《媒介执行单》为准	正在履行
28	优矩互动（北京）科技有限公司	2019.5.1-2019.12.31	网络推广投放服务	以媒体推广后台数据为结算依据	正在履行
29	北京麦道时空广告有限公司	2019.5.29-2019.12.31	媒体平台推广服务	以《媒介执行单》为准	正在履行
30	江苏万圣广告传媒有限公司	2019.6.1-2019.12.31	媒体平台推广服务	以《媒介执行单》为准	正在履行
31	上海盟聚信息科技有限公司	2019.6.1-2019.12.31	媒体平台推广服务	以《媒介执行单》为准	正在履行
		2019.8.27-2019.12.31			正在履行

### （三）借款及抵、质押合同

报告期内，发行人及其子公司正在履行的授信协议或合同、借款合同、（最高额）抵押合同、（最高额）质押合同，具体如下：

序号	合同/协议名称	缔约主体	签订时间	合同/协议的主要内容	履行情况	备注
1	《授信协议》	招商银行股份有限公司重庆分行、博拉网络	2019年5月10日	招商银行股份有限公司重庆分行向博拉网络提供人民币五千万元整的授信额度，授信期间为12个月。	正在履行	2019年6月2日，博拉网络根据该协议借款2,000万元，还款日期2020年6月12日。2019年9月30日，公司已提前偿还1,000万元银行借

						款。
2	《最高额抵押合同》	招商银行股份有限公司重庆分行、博拉网络	2019年5月10日	博拉网络为上述《授信协议》提供自有的“渝（2019）渝北区不动产权第000093988号”房产做抵押物。	正在履行	-
3	《最高额抵押合同》	招商银行股份有限公司重庆分行、博拉网络	2019年5月10日	博拉网络为上述《授信协议》提供自有的“渝（2019）渝北区不动产权第000094041号”房产做抵押物。	正在履行	-
4	《最高额抵押合同》	招商银行股份有限公司重庆分行、云集通	2019年5月10日	云集通为上述《授信协议》提供自有的“渝（2019）渝北区不动产权第000093833号”房产做抵押物。	正在履行	-
5	《最高额抵押合同》	招商银行股份有限公司重庆分行、云集通	2019年5月10日	云集通为上述《授信协议》提供自有的“渝（2019）渝北区不动产权第000093897号”房产做抵押物。	正在履行	-
6	《最高额质押合同》	招商银行股份有限公司重庆分行、博拉网络	2019年5月16日	博拉网络为上述《授信协议》提供自有的家乐福（中国）管理咨询服务有限公司及其控股子公司、重庆长安汽车股份有限公司、长安福特汽车有限公司销售分公司的应收账款质押给招商银行股份有限公司重庆分行。	正在履行	-

7	《应收账款质押登记协议》	招商银行股份有限公司重庆分行、博拉网络	2019年6月11日	招商银行股份有限公司重庆分行同意给予博拉网络应收账款质押融资，博拉网络将持有的家乐福（中国）管理咨询服务有限公司及其控股子公司、重庆长安汽车股份有限公司、长安福特汽车有限公司销售分公司的应收账款质押给招商银行股份有限公司重庆分行。	正在履行	-
---	--------------	---------------------	------------	---	------	---

#### （四）其他重大合同

##### 1、人民币理财产品合同

报告期内，公司购买理财产品的明细如下：

单位：万元

序号	发行人方 签约主体	合同相对方	签订日期	合同内容	履行 情况
1	博拉网络	交通银行重庆两江幸福广场支行	2016.03.11	交通银行“蕴通财富·日增利”系列人民币理财产品	履行完毕
2	博拉网络	交通银行重庆两江幸福广场支行	2016.07.27	交通银行“蕴通财富·日增利”系列人民币理财产品	履行完毕
3	博拉网络	交通银行重庆两江幸福广场支行	2017.06.16	交通银行“蕴通财富·日增利”系列人民币理财产品	履行完毕
4	博拉网络	交通银行重庆两江幸福广场支行	2017.09.22	交通银行“蕴通财富·日增利”系列人民币理财产品	履行完毕
5	博拉网络	交通银行重庆两江幸福广场支行	2017.12.28	交通银行“蕴通财富·日增利”系列人民币理财产品	履行完毕
6	博拉网络	交通银行重庆自由贸易试验区分行	2018.05.18	交通银行蕴通财富定期型结构性存款（期限结构型）产品协议	履行完毕

为了提高资金的使用效率，在不影响公司主营业务的正常发展，并确保满足公司经营需求的前提下，公司利用闲置自有资金进行委托理财投资以获取资金收益。截至2018年末，上述前述理财产品已全部到期并赎回。



## 2、合作技术开发合同

公司与多所研究高校建立了广泛的分层次的产学研合作，分为与双一流的高校进行了前沿技术研究、与区域重点本科院校进行了项目的推进与开发、与一般本科院校进行了人才的共同培养，具体情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“七、（一）8、与其他单位合作研发的情况”。

## 3、以物抵债合同

序号	签约主体	客户名称	抵债合同相对方	签订日期	合同内容	抵债资产	对应应收账款的金额（元）	抵款金额对应账龄	抵债资产的评估价值（万元）	抵债所得资产计入报表科目	交割日	履行情况
1	博拉网络、上海博拉	东风裕隆汽车销售有限公司、东风裕隆汽车有限公司、纳智捷（杭州）汽车销售有限公司	东风裕隆汽车销售有限公司、东风裕隆汽车有限公司、纳智捷（杭州）汽车销售有限公司	2018年	东风裕隆汽车销售有限公司等向博拉网络销售纳智捷汽车73辆，抵偿应付给博拉网络的合同款6,578,708元	纳智捷汽车73辆	6,578,708	1年以内、1-2年	截至2018年末没有出售的15辆车评估值为132万元，其余车辆未评估	存货或车辆销售回款直接冲减应收账款	2018年	履行完毕
2	博拉网络	四川野马汽车股份有限公司	四川野马汽车股份有限公司、四川绵阳富临房地产开发有限公司	2018.11.08	博拉网络与四川绵阳富临房地产开发有限公司签订购房合同，视同四川野马汽车股份有限公司对博拉网络支付对	房产一处：绵阳市涪城区剑南路西段8号富临东方广场5栋1层8号	960,714	1年以内	98.87	投资性房地产	2018.11.8	履行完毕

					价，抵款 960,714 元							
3	博拉网络	四川野马汽车股份有限公司、四川野马汽车销售有限公司	四川野马汽车股份有限公司、四川野马汽车销售有限公司、四川富临实业集团有限公司	2018.11.08	博拉网络购买四川富临实业集团有限公司商品房，视为四川野马汽车股份有限公司、四川野马汽车销售有限公司支付对价，抵扣 2,179,800 元	房产二处： 彭州市朝阳东巷 68 号 1 层、70 号 1 层	2,179,800	1 年以内	219.10	投资性房地产	2018.11.8	履行完毕
4	博拉网络	四川野马汽车股份有限公司	四川野马汽车股份有限公司、绵阳市鸿华实业有限公司、四川富临实业集团有限公司	2018.12.21	博拉网络与绵阳市鸿华实业有限公司签订购房合同，视同四川野马汽车股份有限公司对博拉网络支付对价，抵款 1,900,867 元	房产二处： 绵阳市高新区绵兴东路 85 号 1886 汽车生活馆一期 1 幢 2 层 33、34 号	1,900,867	1 年以内	192.61	投资性房地产	2018.12.21	履行完毕

5	博拉网络	长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司	长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司	2018.12	长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司向博拉网络销售谛艾仕车辆十辆，抵偿应付给博拉网络的合同款 2,417,716 元	谛艾仕汽车十辆	2,417,716	1 年以内	242.30	存货	2018.12	履行完毕
6	博拉网络	四川野马汽车股份有限公司	四川野马汽车股份有限公司、绵阳市鸿华实业有限公司、四川富临实业集团有限公司	2019.06.27	博拉网络与绵阳市鸿华实业有限公司签订购房合同，视同四川野马汽车股份有限公司对博拉网络支付对价，抵款 636,146 元	房产一处：绵阳市高新区绵兴东路 85 号 1886 汽车生活馆一期 1 幢 2 层 37 号	636,146	1 年以内	63.77	投资性房地产	2019.07.02	履行完毕

注：2019 新增抵债房产由于《商品房买卖合同》签订和实际交割均在 2019 年 7 月 2 日，因此未在 2019 年半年报入账。

2019年3月22日，重庆信诚资产评估房地产土地估价有限责任公司对博拉网络截至2018年11月1日的坐落于绵阳市涪城区剑南路西段8号富临·东方广场5栋1层8号等5处房产价值进行评估，并出具《房地产估价报告》（重庆信诚资评报字[2019]第X009号）。前述《房地产估价报告》载，博拉网络5处以物抵债房产评估总价为510.58万元。

2019年8月28日，杜鸣联合房地产评估(北京)有限公司四川分公司对博拉网络截至2019年6月20日的坐落于绵阳市高新区绵兴东路85号“1886汽车生活馆”1幢1层37号商业用途房产价值进行评估，并出具《房地产咨询估价报告》（川杜鸣评估Q(2019)字第0068号），评估值为63.77万元。

2019年3月22日，重庆信诚资产评估房地产土地估价有限责任公司对博拉网络截至2018年12月31日的25辆以物抵债车辆进行评估，并出具《资产评估报告》（重庆信诚资评报字[2019]第X010号）。前述《资产评估报告》载，博拉网络25辆以物抵债车辆评估总价为374.30万元。其中10辆谛艾仕牌汽车的合同、发票齐全，15辆纳智捷牌汽车未签订合同但有相应发票和车辆清单以备查证。

由于受自身经营情况的影响，上述客户无法按照合同约定的付款方式支付相关服务费用，经协商后，公司同意客户以实物资产偿还债务。实物资产均存在市场可比价格，与抵款金额大致相当，因此未确认相关利得或损失。

上述以物抵债所涉资产均已办理相应过户手续，博拉网络已取得相应产权证书。上述以物抵债合同的签署及履行是各方真实的意思表示，除由东风裕隆汽车销售有限公司等抵债的部分车辆未进行评估以外，其余抵债资产均已履行资产评估手续并办理产权过户登记，前述合同均合法、真实、有效。

#### （1）以房抵债的原因及合理性

2017年10月，博拉网络与四川野马汽车销售有限公司签订《野马汽车公关服务项目合同》，约定由博拉网络向四川野马汽车销售有限公司提供媒体公关传播及策划服务。

2018年5月，博拉网络与四川野马汽车股份有限公司签订《野马汽车2018年公关服务项目》协议，约定由博拉网络向四川野马汽车股份有限公司提供媒体公关传播及策划服务。

博拉网络于 2018 年与四川野马汽车销售有限公司、四川野马汽车股份有限公司进行结算，上述两家公司与博拉网络结算总金额为 6,194,181.68 元。因上述两家公司资金紧张，无法支付现金，通过多方磋商，于 2018 年 11 月 8 日、2018 年 12 月 21 日、2019 年 6 月 27 日与博拉网络分别签署四份《债权债务转让协议》，约定以四川野马汽车销售有限公司、四川野马汽车股份有限公司对绵阳市鸿华实业有限公司、四川富临实业集团有限公司享有的债权向博拉网络抵扣债务，即绵阳市鸿华实业有限公司、四川富临实业集团有限公司以其自建的 6 套商品房向博拉网络抵扣债务。参考当地的同类型房屋市场价格，各方约定以物抵债金额共计为 5,677,527 元。

截至本招股说明书出具之日，六处房产的使用状况及未来的使用计划如下：

鉴于上述以物抵债房产与发行人的主营业务无关联性，发行人也无将办公地点设置在该房产所处区域的需求，因此，发行人将根据具体情况统一进行销售或租赁。其中彭州市朝阳东巷 68 号 1 层、70 号 1 层二处房产已对外出租，其他四处房产处于空置状态，正在积极寻租中。

## （2）以车抵债的原因及合理性

### 1) 长安标致雪铁龙汽车有限公司以车抵债

2017 年至 2018 年，长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司与博拉网络签订《采购合同》等协议，约定博拉网络向长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司提供了传播、营销、舆情代理等服务，截至 2018 年 11 月，双方对以上协议及服务进行结算，结算金额为 4,778,516.00 元。2018 年 12 月 21 日，长安标致雪铁龙汽车有限公司通过其银行账户向博拉网络支付服务费用 2,360,800.00 元。后因长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司资金安排原因，短期内无法向博拉网络支付服务费用，剩余尾款经双方协商一致，签订以物抵债相关协议，约定以长安标致雪铁龙汽车有限公司销售分公司合法所有的 10 辆汽车折价对剩余服务费用予以抵扣，参考当时同类型汽车市场价格，以物抵债金额为 2,417,716.00 元。

### 2) 东风裕隆汽车销售有限公司等以车抵债

2016 年至 2017 年，东风裕隆汽车销售有限公司等与博拉网络、上海博拉签定多个合作协议，约定博拉网络及上海博拉向上述公司提供传播、执行、媒体云平台等服务。2018 年，发行人已提供完毕相应服务，经结算确认，东风裕隆汽

车有限公司等应付发行人及上海博拉合同款项 7,967,589.00 元，上述公司通过银行账户转账方式合计支付合同款项 1,372,625 元，仍有 6,594,964.00 元未予支付。

由于上述客户表示短期内资金安排较为紧张，难以在较短时间以现金付清合同款项，主动提出可以其公司自主品牌汽车抵债以支付发行人服务费用。经各方协商一致，由东风裕隆汽车销售有限公司等以其自有纳智捷品牌车辆 73 辆向博拉网络及上海博拉抵款，以物抵债金额为 6,578,708.00 元。上述抵债完成后，截至本招股说明书出具之日，上述客户尚余 16,256.00 元合同尾款未支付完毕。

截至本招股说明书出具之日，上述抵款车辆已全部对外销售完毕。

综上，上述债务形成主要是客户自身经营原因，无法在短期内支付现金，发行人为及时收回货款，避免客户经营风险导致公司权益更加难以得到保证，因此在客户还能提供出有价值的房产或车辆的情况下，采取了以物抵债的方式收回款项，具有合理性。

## 二、发行人对外担保的有关情况

截至本招股说明书签署之日，发行人及控股子公司未向其他方提供担保。

## 三、重大诉讼或仲裁事项

（一）截至本招股说明书签署之日，发行人不存在对财务状况、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。

（二）截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东、实际控制人、发行人控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员没有作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

## 四、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员涉及行政处罚、立案调查的情况

截至本招股说明书签署之日，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

## 五、报告期内重大违法情况

- （一）报告期内，发行人不存在重大违法行为。
- （二）报告期内，发行人控股股东、实际控制人不存在重大违法行为。

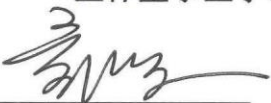




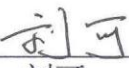



## 第十二节 有关声明




### 一、公司全体董事、监事、高级管理人员声明

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




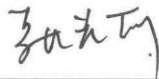
#### 全体董事签字：

 童毅	 龙峰	 黎健艺	 王梦
 曹靖	 刘可	 彭涛	

#### 全体监事签字：

 韩建	 黄英	 江渝
---	---	--

#### 全体高级管理人员签字：

 龙峰	 石正磊	 徐琦峰	 黎健艺
 张花丽			

  
 博拉网络股份有限公司  
 2019年11月5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、及时性承担个别和连带的法律责任。

控股股东：

重庆同趣控股有限公司

2019年 11月 5 日



实际控制人：

承诺人：

童毅

2019年 11月 5 日

### 三、保荐人（主承销商）声明

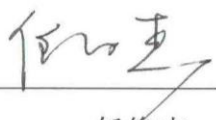
本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目协办人：

  
申冬辉

保荐代表人：

  
童 箐

  
任俊杰

保荐机构总经理：

  
张 剑

保荐机构执行董事：

  
薛 军

法定代表人：

  
薛 军

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2019年 11 月 5 日



保荐机构申万宏源证券承销保荐有限责任公司

执行董事、总经理声明

本人已认真阅读博拉网络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，并对招股说明书的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

  
张剑

保荐机构执行董事：

  
薛军

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2019年11月5日





## 五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读博拉网络股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书及其摘要中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所核验的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

本声明仅供博拉网络股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：

签名：



签字注册会计师：

签名：



执行事务合伙人：

签名：杨志国



立信会计师事务所  
(特殊普通合伙)  
(公章) 事务所  
(特殊普通合伙)

二〇一九年十一月五日

## 六、验资及验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读博拉网络股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告及验资复核报告无矛盾之处。

本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告及验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

本声明仅供博拉网络股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师：

签名：



签字注册会计师：

签名：



执行事务合伙人：

签名

杨志国



立信会计师事务所  
(特殊普通合伙)  
(公章)



二〇一九年十一月五日

本声明书仅作参考证明电子印章与公章具有同等法律效力之用

## 声明书

根据《中华人民共和国电子签名法》第十四条规定：“可靠的电子签名与手写签名或者盖章具有同等的法律效力。”立信会计师事务所（特殊普通合伙）自 2012 年 12 月 1 日起启用电子印章，与公章具有同等法律效力。本所电子印章用途包括但不限于：出具审计报告、验资报告、签署合同、招投标文件。

特此声明！

电子印章样本	公章样本
	



声明单位：立信会计师事务所（特殊普通合伙）

日期：2019 年 06 月 29 日



## 七、资产评估机构声明

本机构及签字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无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

资产评估机构负责人：    
殷翔龙

签字资产评估师：    
柏露

   
50何春明

重庆华康资产评估土地房地产估价有限责任公司

2019年 11月 5 日

## 第十三节 附件

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报表及审计报告；
- （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）内部控制鉴证报告；
- （八）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （九）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件。