

中信证券股份有限公司

关于

上海悦普广告集团股份有限公司
首次公开发行股票并在主板上市

之

发行保荐书

保荐机构



中信证券股份有限公司
CITIC Securities Company Limited

广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座

二〇二三年二月

保荐机构及保荐代表人声明

中信证券股份有限公司（以下简称“中信证券”、“保荐人”或“保荐机构”）接受上海悦普广告集团股份有限公司（以下简称“悦普集团”、“发行人”或“公司”）的委托，担任悦普集团首次公开发行股票并在主板上市（以下简称“本次证券发行”或“本次发行”）的保荐机构，为本次发行出具发行保荐书。

保荐机构及其保荐代表人根据《中华人民共和国公司法》（以下简称“《公司法》”）、《中华人民共和国证券法》（以下简称“《证券法》”）、《首次公开发行股票注册管理办法》（以下简称“《首发注册管理办法》”）、《上海证券交易所股票上市规则（2023年2月修订）》（以下简称“《上交所上市规则》”）、《上海证券交易所股票发行上市审核规则》（以下简称“《上交所上市审核规则》”）、《证券发行上市保荐业务管理办法》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则、行业执业规范和道德准则出具发行保荐书，并保证所出具文件的真实性、准确性、完整性和及时性。保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

（本发行保荐书中如无特别说明，相关用语具有与《上海悦普广告集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书》中相同的含义）

目 录

保荐机构及保荐代表人声明	1
目 录	2
第一节 本次证券发行基本情况	3
一、本次证券发行具体负责推荐的保荐代表人	3
二、本次证券发行项目协办人及项目组其他成员	3
三、本次保荐发行人证券发行的类型	4
四、发行人基本情况	4
五、保荐机构与发行人关联关系的说明	5
六、保荐机构内部审核程序和内核意见	5
第二节 保荐机构承诺事项	7
第三节 对本次发行的推荐意见	8
一、发行人关于本次发行的决策程序合法	8
二、本次发行符合相关法律规定	8
三、发行人符合主板定位的说明	15
四、保荐机构对私募投资基金备案情况的核查	20
五、关于保荐机构及发行人为本次证券发行有偿聘请第三方行为的核查意见	23
六、关于发行人落实《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》有关事项的核查意见	26
七、发行人的主要风险提示	27
八、发行人的发展前景评价	29
九、保荐机构对本次证券发行的推荐结论	30

第一节 本次证券发行基本情况

一、本次证券发行具体负责推荐的保荐代表人

中信证券指定张宇杰、孔磊担任本次悦普集团首次公开发行股票并在主板上市项目的保荐代表人。

上述两位保荐代表人的执业情况如下：

张宇杰：男，保荐代表人，北京大学管理学硕士及新加坡国立大学金融工程硕士，现任中信证券投资银行管理委员会副总裁，曾负责或参与的项目包括：祥和实业 IPO、福莱新材 IPO、康隆达 IPO、联德股份 IPO、远信工业 IPO、国动通信 IPO、美克化工 IPO、东音股份可转债、顾家家居可转债、金能科技可转债、迪安诊断非公开发行、国际医学重大资产出售、至纯科技发行股份购买资产、百大集团要约收购、顾家集团公司债及可交债等。

孔磊：男，保荐代表人，注册会计师，上海财经大学管理学硕士，现任中信证券投资银行管理委员会执行总经理，曾负责或参与的项目包括：永和智控 IPO、顾家家居 IPO、康隆达 IPO、祥和实业 IPO、联德股份 IPO、福莱新材 IPO、远信工业 IPO、苏文电能 IPO、隧道股份 2012 年发行股份购买资产暨重大资产重组、王府井非公开发行股票、复地集团公司债、华易投资可交换债、顾家集团公司债及可交债、顾家家居可转债、东音股份可转债、百大集团要约收购、金能科技可转债、康隆达可转债等。

二、本次证券发行项目协办人及项目组其他成员

（一）本次证券发行项目协办人

本次证券发行项目的协办人为钱欣，其执业情况如下：

钱欣：女，注册会计师，南京财经大学会计学学士，现任中信证券投资银行管理委员会副总裁，曾负责或参与的项目包括：联德股份 IPO、福莱新材 IPO、星诺奇 IPO、康众医疗 IPO，正丹股份可转债、喜临门可转债、顾家集团公司债等项目。

（二）本次证券发行项目组其他成员

本次证券发行项目组其他成员包括金田、卞朝帆、柯和健、吴思远、谭立、朱志昊、李明阳、管成傲。

三、本次保荐发行人证券发行的类型

首次公开发行股票并在主板上市。

四、发行人基本情况

中文名称：上海悦普广告集团股份有限公司

英文名称：Shanghai Yuepu Advertising Group Co., Ltd.

注册资本：人民币 12,000 万元

法定代表人：林悦

成立日期：2014 年 3 月 17 日（有限责任公司）

2020 年 9 月 22 日（股份有限公司）

住所：上海市嘉定区真南路 4268 号 2 幢 JT10337 室

邮政编码：201800

电话：021-6335 7607

传真：021-6335 7607

互联网网址：<http://www.eshyp.com/>

电子信箱：yuepuinvestor@eshyp.com

经营范围：广告设计、代理；广告制作；广告发布；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；平面设计；图文设计制作；企业形象策划；会议及展览服务；摄影扩印服务；翻译服务；礼仪服务；专业设计服务；社会经济咨询服务；项目策划与公关服务；组织文化艺术交流活动；市场营销策划；电子产品销售；办公用品销售；服装服饰零售；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）

五、保荐机构与发行人关联关系的说明

(一) 中信证券或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有悦普集团或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况

截至 2023 年 1 月 10 日,本次发行的保荐机构中信证券股份有限公司的全资子公司金石投资有限公司间接投资于公司股东领瑞基石、达晨创鸿,从而间接持有发行人股份,间接持股比例低于 0.01%,间接持股数量低于 10 万股,该等投资行为系领瑞基石及达晨创鸿管理人作出的独立投资决策,并非中信证券股份有限公司主动针对发行人进行投资。

除上述情况外,中信证券或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在其他持有悦普集团或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。

(二) 悦普集团或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有中信证券或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况;

(三) 中信证券本次具体负责推荐的保荐代表人及其配偶,董事、监事、高级管理人员不存在拥有悦普集团权益、在悦普集团任职等情况;

(四) 中信证券的控股股东、实际控制人、重要关联方不存在与悦普集团控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况;

(五) 除上述情形外,中信证券与悦普集团之间不存在其他关联关系。

六、保荐机构内部审核程序和内核意见

(一) 内核程序

中信证券设内核部,负责本机构投资银行类项目的内核工作。本保荐机构内部审核具体程序如下:

首先,由内核部按照项目所处阶段及项目组的预约对项目进行现场审核。内核部在受理申请文件之后,由两名专职审核人员分别从法律和财务的角度对项目申请文件进行初审,同时内核部还外聘律师及会计师分别从各自的专业角度对项目申请文件进行审核。审核人员将依据初审情况和外聘律师及会计师的意见向项目组出具审核反馈意见。

其次，内核部将根据项目进度召集和主持内核会议审议项目发行申报申请，审核人员将把项目审核过程中发现的主要问题形成书面报告在内核会上报告给参会委员；同时保荐代表人和项目组需要对问题及其解决措施或落实情况向委员进行解释和说明。在对主要问题进行充分讨论的基础上，由内核委员投票表决决定项目发行申报申请是否通过内核委员会的审核。内核会后，内核部将向项目组出具综合内核会各位委员的意见形成的内核会反馈意见，并由项目组进行答复和落实。

最后，内核部还将对持续督导期间项目组报送的相关文件进行审核，并关注发行人在持续督导期间出现的重大异常情况。

（二）内核意见

2022年5月27日，中信证券内核部在中信证券263会议系统召开了悦普集团IPO项目内核会，对该项目申请进行了讨论，经全体参会内核委员投票表决，该项目通过了中信证券内核委员会的审议，同意将悦普集团IPO项目申请文件对外申报。

第二节 保荐机构承诺事项

一、中信证券已按照法律、行政法规和中国证监会及上海证券交易所的规定，对悦普集团及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序，同意推荐悦普集团首次公开发行股票并在主板上市，并据此出具本发行保荐书。

二、通过尽职调查和对申请文件的审慎核查，中信证券作出以下承诺：

（一）有充分理由确信发行人符合法律法规、中国证监会及上海证券交易所有关证券发行上市的相关规定；

（二）有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（三）有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料中表达意见的依据充分合理；

（四）有充分理由确信申请文件和信息披露资料与证券服务机构发表的意见不存在实质性差异；

（五）保证所指定的保荐代表人及本保荐机构的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查；

（六）保证保荐书与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（七）保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会及上海证券交易所的规定和行业规范；

（八）自愿接受中国证监会依照《证券发行上市保荐业务管理办法》采取的监管措施；

（九）中国证监会规定的其他事项。

第三节 对本次发行的推荐意见

一、发行人关于本次发行的决策程序合法

2022年5月23日，悦普集团第一届董事会第十次会议审议并通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市方案的议案》等关于首次公开发行股票并在主板上市的相关议案，并决定提交公司2021年年度股东大会讨论决定。2022年5月31日，发行人召开2021年年度股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市方案的议案》等相关决议。2023年2月22日，发行人召开第一届董事会第十七次会议，在2021年年度股东大会授权范围内，审议通过了根据注册制规定修订后的《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市方案的议案》。

综上，本保荐人认为，发行人本次发行已获得了必要的批准和授权，履行了必要的决策程序，决策程序合法有效。

二、本次发行符合相关法律规定

依据《证券法》第十二条对发行人符合首次公开发行新股条件进行逐项核查，情况如下：

- 1、发行人具备健全且运行良好的组织机构；
- 2、发行人具有持续经营能力；
- 3、发行人最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告；
- 4、发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪；
- 5、符合经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件。

对照《首发注册管理办法》有关规定，对发行人在主体资格、独立性、规范运行、财务与会计、募集资金运用等内容进行了核查，情况如下：

（一）主体资格

发行人由思传有限整体变更而来。2020年9月22日，思传有限由其原股东作为发起人，以经审计的截至2020年5月31日的净资产8,923.58万元为基础，按8.92:1的比例，折合股份公司股本总额1,000.00万股，每股面值1.00元，余额7,923.58万元计入资本公积，整体变更为股份有限公司，并更名为“上海悦普传媒科技集团股份有限公司”，后于2021年12月8日更名为“上海悦普广告集团股份有限公司”。

2022年5月10日，天职国际出具《关于上海悦普广告集团股份有限公司2020年5月31日净资产变化的审核报告》（天职业字[2022]29216号），对公司2020年5月31日净资产折股后资本金到位情况进行复核。根据复核结果对净资产进行了相应调整，具体包括：

- （1）调整2020年度以前确认的股份支付金额；
- （2）调整2018年同一控制下企业合并长期股权投资入账价值。

上述事项造成发行人股改基准日净资产调增2,150.29万元，调整后发行人股改基准日净资产为11,073.88万元。

2022年5月31日，发行人召开2021年年度股东大会，经审议同意上述股改时净资产调整事项。调增的资本公积由公司全体股东按其各自持股比例享有，发行人的股本总额及股权结构均不发生变化。本次调整不会影响公司整体改制，不存在出资瑕疵，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

本保荐机构核查了思传有限的工商登记资料、整体变更为股份公司过程中的股东会决议、《发起人协议》、各发起人的身份证或工商登记文件、天职业字[2020]36078号《审计报告》、天职业字[2022]29216号《关于上海悦普广告集团股份有限公司2020年5月31日净资产变化的审核报告》、中联评报字[2020]A-0093号《评估报告》，悦普集团创立大会文件等相关资料，确认发行人是依法设立且合法存续的股份有限公司。

发行人是由思传有限整体变更设立，思传有限自2014年3月17日成立至今持续经营时间已超过三个会计年度。

发行人已依法设立股东大会、董事会和监事会，在董事会下设置了审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会和战略委员会，并建立了独立董事、董事会秘书制度。发

行人具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责；发行人董事会、监事会人数符合中国法律和《公司章程》的规定，董事会中独立董事人数不少于董事会人数的三分之一，监事会中职工代表监事人数不少于监事会人数的三分之一。

综上，发行人符合《首发注册管理办法》第十条的规定。

（二）财务规范与内控健全

1、经天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）审计，发行人近三年及一期主要财务数据如下：

（1）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2022年6月末	2021年末	2020年末	2019年末
流动资产合计	87,033.93	85,912.22	50,171.59	31,056.06
非流动资产合计	2,550.33	2,842.86	959.21	414.35
资产总计	89,584.26	88,755.08	51,130.80	31,470.41
流动负债合计	35,419.41	39,177.62	13,969.30	16,956.33
非流动负债合计	1,269.03	1,445.63	-	-
负债合计	36,688.45	40,623.25	13,969.30	16,956.33
归属于母公司所有者权益合计	50,529.72	46,484.51	36,525.37	14,252.94
所有者权益合计	52,895.81	48,131.83	37,161.50	14,514.09
负债和所有者权益总计	89,584.26	88,755.08	51,130.80	31,470.41

（2）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	71,006.42	145,567.50	70,503.14	50,315.67
营业利润	5,771.05	14,396.20	4,285.18	4,693.30
利润总额	5,795.25	14,316.36	4,275.51	4,674.65
净利润	4,730.95	12,015.69	3,128.88	3,696.85
归属于母公司股东的净利润	4,012.19	11,004.50	2,753.90	3,562.26
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,764.89	10,800.72	2,641.62	3,382.51

(3) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
经营活动产生的现金流量净额	-4,724.08	-16,414.01	-12,432.58	-1,364.97
投资活动产生的现金流量净额	38.26	-506.96	-635.77	605.14
筹资活动产生的现金流量净额	2,702.49	11,752.84	16,430.47	4,693.31
汇率变动对现金及现金等价物的影响额	-0.15	-2.33	-14.10	-43.48
现金及现金等价物净增加额	-1,983.47	-5,170.47	3,348.03	3,890.00
期末现金及现金等价物余额	2,068.51	4,051.98	9,222.45	5,874.43

本保荐机构认为，发行人资产质量良好，资产负债结构合理，盈利能力较强，现金流量正常。

2、发行人会计基础工作规范，财务报表的编制符合企业会计准则和相关会计制度的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，并由天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具了天职业字[2022]39959号标准无保留意见的《审计报告》；

3、发行人的内部控制在所有重大方面是有效的，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，并由天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）出具天职业字[2022]40023号《内部控制鉴证报告》认为：公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2022年6月30日在所有重大方面保持了有效的与财务报告有关的内部控制。

综上所述，发行人符合《首发注册管理办法》第十一条的规定。

(三) 业务完整与持续经营

发行人符合《首发注册管理办法》第十二条的规定，具体情况如下：

1、发行人业务完整和独立经营情况

发行人成立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规的要求规范运作，在资产、业务、人员、财务、机构等方面与现有股东完全分开，具有独立、完整的资产和业务体系及面向市场、自主经营的能力。

(1) 资产完整、独立情况

发行人系由思传有限整体变更设立。设立时，发行人整体承继了思传有限的业务、资产、机构及债权、债务，未进行任何业务和资产剥离。发行人作为非生产型企业，拥有完整的业务体系，合法拥有与经营有关的商标、软件著作权、域名等所有权或者使用权，具有独立完整的采购、经营和营销系统。发行人不存在以其资产或权益为发行人主要股东及其控制的其他企业提供担保的情形；发行人对其所有资产拥有完全的控制支配权，不存在资产被发行人主要股东及其控制的其他企业占用而损害发行人利益的情形。

(2) 人员独立情况

发行人的董事、监事、高级管理人员均以合法程序选举或聘任，不存在股东超越发行人董事会和股东大会作出人事任免决定的情况。发行人总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其它职务，也未在控股股东、实际控制人控制的其他企业领薪；发行人的财务人员均未在控股股东、实际控制人控制的其他企业中兼职或领薪。

(3) 财务独立情况

控股股东、实际控制人为自然人，不存在财务部门设置与运作情况。发行人独立进行财务决策。发行人的财务体系与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的财务体系完全分开。发行人设有独立的财务部门，内部分工明确，拥有独立完整的财务规章制度和财务核算体系，能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对发行人、子发行人的财务管理制度。发行人独立在银行开立账户，不存在与股东单位共用银行账户的现象；发行人作为独立的纳税人，依法独立纳税，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业合并纳税的情况。

(4) 机构独立情况

发行人按照《公司法》及其他相关法律法规、规范性文件以及《公司章程》的规定，建立健全了股东大会、董事会及其下属各专门委员会、监事会及经营管理层等权力、决策、监督及经营管理机构，明确了各自的职权范围，形成了适合自身经营需要且运行良好的内部组织机构。发行人与股东单位之间不存在混合经营，合署办公的情况；发行人各职能部门与股东单位及其职能部门之间不存在上下级关系，不存在股东单位干预发行人正常生产经营的情况。

(5) 业务独立情况

发行人主要从事社交媒体广告投放代理、社交媒体整合营销及社交媒体运营服务，在业务上独立于主要股东及其控制的其他企业。发行人拥有独立完整的经营资产和业务体系，独立开展业务，与主要股东及其控制的其他企业不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。发行人独立获取业务收入和利润，不存在依赖于股东及其他任何关联方的情形。

(6) 同业竞争情况

截至本发行保荐书签署日，除发行人及其控股子公司发行人以外，发行人控股股东、实际控制人林悦未控制其他企业；不存在担任除发行人及其控股子公司发行人以外其他法人或者组织的董事、高级管理人员的情形。因此发行人不存在同业竞争的情况。

(7) 关联交易情况

报告期内，发行人关联交易客观、公正、价格公允。发行人董事会、独立董事、监事会和股东大会已对报告期内发生的重大关联交易的必要性和公允性作出审查确认，发行人关联交易定价公允，因此发行人不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

2、发行人业务、管理团队及股权结构稳定情况

发行人主要从事社交媒体广告投放代理、社交媒体整合营销、社交媒体运营等社交媒体营销服务，为广告主提供从创意设计、策略制定、媒介投放到结案评估的一站式社交媒体营销解决方案，其生产经营活动符合法律、行政法规和公司章程的规定，符合国家产业政策。发行人最近三年内主营业务一直为社交媒体营销服务，董事、高级管理人员没有发生重大变化。

截至本发行保荐书签署之日，发行人的股权清晰，控股股东、实际控制人和受控股股东、实际控制人支配的股东持有的发行人股份不存在重大权属纠纷。最近三年发行人实际控制人一直为林悦，没有发生变更。

3、资产权属清晰及其他事项

本保荐机构查阅了发行人的主要资产的权属文件，与发行人部分高级管理人员进行了访谈，确认发行人主要资产权属清晰，不存在重大权属纠纷。

本保荐机构经履行查阅发行人重要合同、借款协议、担保协议，获取发行人相关声明等核查程序，认为发行人不存在重大偿债风险，不存在影响持续经营的担保、诉讼以及仲裁等重大或有事项；

根据对发行人的行业环境、竞争态势、业务经营模式、盈利模式、关联关系、主要财务指标和战略规划等方面的核查，本保荐机构认为，发行人不存在经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。

（四）发行人及发行人相关人员合规

发行人生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策。

最近三年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

发行人董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。

综上所述，发行人符合《首发注册管理办法》第十三条的规定。

（五）发行条件

本保荐机构对发行人是否符合《上交所上市规则》规定的上市条件进行了逐项检查。经核查，本保荐机构认为发行人本次发行符合《上交所上市规则》规定的上市条件，具体情况如下：

1、符合《证券法》、中国证监会规定的发行条件

发行人符合《证券法》、《首发注册管理办法》等法律法规规定的首次公开发行股票并在主板上市的各项条件，符合《上交所上市规则》的规定。

2、发行后的股本总额不低于 5,000 万元

发行人发行前股本总额为 12,000 万元，本次预计首次公开发行 4,000 万股股份，首次公开发行后预计股本为 16,000 万股，预计股本总额不少于 5,000 万元，符合《上交所上市规则》的规定。

3、发行后公开发行的股份不低于公司股份总数的 25%

公司预计本次公开发行 4,000 万股，全部为公开发行新股，不安排公司股东公开发售股份。公司公开发行新股数量不低于本次发行后总股本的 25%，符合《上交所上市规则》的规定。

4、发行人财务指标符合的上市标准

(1) 发行人所选择的具体上市标准

发行人结合自身状况选择的具体上市标准为《上交所上市规则》第 3.1.2 条之（一），即“最近 3 年净利润均为正，且最近 3 年净利润累计不低于 1.5 亿元，最近一年净利润不低于 6000 万元，最近 3 年经营活动产生的现金流量净额累计不低于 1 亿元或营业收入累计不低于 10 亿元”。

(2) 发行人满足所选择的具体上市标准

1) 根据天职会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《审计报告》（天职业字[2022]39959 号），以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据，公司 2019 年、2020 年和 2021 年的归属于母公司股东的净利润分别为人民币 3,382.51 万元、2,641.62 万元和 10,800.72 万元，最近三个会计年度净利润均为正数且累计不低于 1.5 亿元；

2) 公司 2019 年、2020 年和 2021 年公司营业收入分别为 50,315.67 万元、70,503.14 万元和 145,567.50 万元，最近三个会计年度经营活动产生的营业收入累计不低于 10 亿元。

因此，保荐机构认为发行人符合上交所主板上市的基本条件。

三、发行人符合主板定位的说明

根据《首发注册管理办法》第三条、《上交所上市审核规则》第三条的规定，本公司结合业务模式、经营情况、财务数据和行业竞争格局，对于公司符合主板定位的具体说明如下：

（一）发行人业务模式成熟

1、社交媒体历经迭代升级、创新发展，但社交媒体营销服务业务模式未发生根本变化

我国社交媒体的发展可追溯至 2000 年前后，随着互联网逐渐走进人们生活，当时腾讯推出的 OICQ（即时聊天工具 QQ 前身）获得了极大成功，用户数量呈现指数级增长，其后，博客、百度贴吧、人人网、开心网高速发展，2009 年左右，定位为大众提供娱乐休闲生活服务的信息分享和交流平台微博迅速崛起，当前，我国主流社交媒体抖音、小红书、微博、微信公众号（视频号）、知乎、快手、B 站以不同定位多维度满足了用户的社交需求、通讯需求、资讯获取需求、娱乐需求等，逐渐取代传统媒体成为当前我国用户触媒频次最高的媒介形式之一。我国社交媒体已历经二十年以上发展历程，期间，随着信息技术的不断发展、互联网的不断普及、流量成本的不断下降，社交媒体的信息传播形式出现从 PC 端向移动端迁移，信息承载形式从文字形式向图文形式再向视频形式演变，用户从社交媒体获取的信息日益实时化、精准化、个性化、便捷化。伴随着社交媒体平台的影响力日益扩大，一方面，社交媒体平台本身的流量资源带来广告位价值提升，另一方面，在各大社交媒体平台中具有一定关注者群体和影响力的 KOL 大量涌现，依托 KOL 向其关注者介绍有关品牌或产品成为极具价值的营销手段，社交媒体营销作为网络营销的重要形式，行业规模快速扩大。

随着社交媒体的不断迭代升级，依托社交媒体开展营销的社交媒体营销行业亦不断创新、发展，但营销服务模式的演变主要体现在媒介资源的日益丰富，社交媒体营销服务业务模式并未出现根本性变化。从媒介资源采购端来看，在社交媒体发展初期，社交媒体平台本身具有较高流量资源，其广告位、展示页等具有广告价值，因此社交媒体营销服务行业主要向社交媒体运营方采买其平台内部展示资源，并依托该资源向用户播送广告物料。随着社交媒体平台内 KOL 群体影响力的不断扩大，KOL 账号的内容发布资源亦演变成了一种重要的媒介资源，广告主依托 KOL 向其受众群体定向、精准推送广告物料，同时，社交媒体平台依托自身流量优势，又推出包括优先展示、定向展示、趣味互动等各种形式的营销助推工具，用于放大营销效果，也成为重要的营销手段之一。社交媒体营销服务行业依托的媒介资源和营销手段日益多样化，同时，采购交易的具体形式也发生了智能化、电子化、平台化演变，但营销服务行业的采购模式始终维持由营销服务商根据广告主需求对接社交媒体平台方、KOL 或其所属机构等供应商采购并协

调完成广告发布的“以销定采、销采匹配”模式，未发生根本性变化。从销售端看，社交媒体营销行业一般直接面向客户销售，主要通过参与客户的招投标（比稿）的形式获取业务，与传统营销行业基本一致，销售模式亦未随社交媒体演变而发生根本性变化。

2、营销服务商价值持续凸显

首先，随着社交媒体迭代升级、创新发展，除了社交媒体平台本身，平台上的 KOL 资源亦成为极具价值的媒介资源，开展社交媒体营销可依托的媒介资源形式日益海量、复杂化；其次，传统网络营销一般由广告主提供广告物料，而进入社交媒体营销新时代，需要 KOL 等媒介资源根据广告主特征及需求定制化创作广告物料，广告内容的形式日益个性化、定制化；另外，社交媒体平台还依托自身不断升级的技术手段，推出了趣味互动、定向推送、优先展示等玩法多样的营销助推工具。因此，面对日益复杂化的社交媒体营销活动，广告主没有时间、精力或能力去辨别、筛选、对接媒介资源，专业化的社交媒体营销服务商的核心价值日益凸显。

3、发行人业务模式成熟，与同行业可比公司基本一致，符合行业惯例

发行人布局社交媒体营销十余年，是行业内较早从事专业化社交媒体营销的企业之一，历经我国主流社交媒体的涌现与更迭，敏锐捕捉行业演变趋势，目前已实现微博、微信公众号（视频号）、抖音、小红书、B 站等当前主流社交媒体的全面业务布局，持续服务包括阿里巴巴集团、字节跳动集团、欧莱雅集团在内的众多世界五百强企业。

发行人作为社交媒体营销行业先驱之一，已经确定了符合自身业务特点、自身发展阶段、市场供需情况、上下游发展状况的销售模式、采购模式和盈利模式。发行人当前业务模式系行业通行的成熟业务模式，与同行业直接竞争对手如天下秀（A 股上市公司，代码：600556.SH）、谦玛网络（A 股上市公司元隆雅图子公司，代码：002878.SZ）、微播易、众引传播、新榜的同类业务相比不存在重大差异，符合行业惯例。

近年来，发行人现有业务模式取得了良好的经营效果，业务快速发展，在可预见的未来，发行人业务模式不会发生重大变化。

（二）发行人经营业绩稳定、规模较大

社交媒体营销具备内容承载渠道丰富、消费者活跃度高、社交裂变传播的特征，市场空间广阔，其中 KOL 营销属于新媒体营销的细分领域，是一种更为去中心化，更具有互动性、说服力的新型营销手段，当前 KOL 营销行业处于急速发展的快车道。国家

相关部门亦出台了多项法律法规、部门规章和产业政策支持行业有序发展。发行人深耕社交媒体营销多年，积累了先发优势，先发优势又带来了客户资源优势、投放策略和方法论优势、媒介资源优势以及采买成本优势，已建立了良好的行业口碑，持续新增品牌主客户。随着行业竞争的“马太效应”进一步凸显，发行人竞争优势不断扩大。

报告期内，发行人营业收入分别为 50,315.67 万元、70,503.14 万元、145,567.50 万元和 71,006.42 万元，净利润分别为 3,696.85 万元、3,128.88 万元、12,015.69 万元和 4,730.95 万元。发行人近年来经营业绩稳定，业绩快速增长，最近 3 年净利润均为正，且最近 3 年净利润累计超过 1.5 亿元，最近一年净利润超过 6,000 万元，最近 3 年营业收入累计超过 10 亿元，规模较大。

（三）发行人具有行业代表性

结合本发行人对行业竞争状况的分析及发行人主要客户对行业内主要社交媒体营销服务商的评价情况，发行人与天下秀、微播易、谦玛网络、众引传播、新榜属于行业内第一梯队企业。

以下从财务指标与业务指标两个维度说明发行人与行业头部竞争对手的比较情况：

1、财务指标比较

发行人的行业内头部竞争对手中，天下秀、微播易及谦玛网络因上市、股权公开挂牌转让原因具有可靠的经审计财务数据信息来源，众引传播、新榜未披露近期财务数据，具体如下：

单位：万元

公司名称	2021 年末资产总额	2021 年营业收入	2021 年净利润
天下秀	500,292.22	451,167.19	33,585.51
微播易	101,788.30	211,704.82	6,114.62
谦玛网络	38,611.41	73,612.13	7,266.98
众引传播	未披露		
新榜	未披露		
发行人	88,755.08	145,567.50	12,015.69

注：以上财务数据取自 2021 年上市公司年报或者产权交易所公开披露信息

由上表可见，从财务指标看，发行人在行业内头部竞争对手中具有竞争力。

2、业务指标比较

根据行业内头部社交媒体发布的官方榜单及竞争对手公开信息，发行人与行业内头部竞争对手在社交媒体官方评价、社交媒体营销业务开展时间、主要客户构成等方面的对比情况如下：

公司名称	社交媒体官方榜单	社交媒体营销业务最早开展时间	主要客户
天下秀	<p>巨量星图 2022 年度最佳合作服务商、巨量星图勇于开拓合作伙伴（2022 年 Q3、2022 年半年度）、巨量星图极致贡献合作伙伴（2022 年 Q1）、巨量星图代理商服务贡献榜（2021 年度）</p> <p>小红书蒲公英渠道最佳合作代理（2022 年度）、小红书蒲公英渠道年度最具影响力合作伙伴（2021 年度）、蒲公英平台优质合作代理商（2021 年度）</p> <p>B 站花火核心代理商（2022 年 Q4、Q3、Q2、Q1，2021 年 Q4、Q3、Q2、Q1）、年度优秀花火代理（2021 年度）、花火 2020 年十大核心代理商、B 站营销伙伴大会 2022 年度长效经营合作伙伴</p> <p>腾讯广告互选平台官方合作伙伴（2022 年度）</p> <p>知乎最强外脑商业合作伙伴（2022 年度）</p>	2009 年	欧莱雅、华为、宝洁、上海家化、京东、伊利、华晨汽车等（信息来源：天下秀 2019-2022 年定期报告）
微播易	<p>巨量星图 2022 年度最佳合作服务商、巨量星图勇于开拓合作伙伴（2022 年 Q3、2022 年半年度）、巨量星图极致贡献合作伙伴（2022 年 Q1）、巨量星图代理商服务贡献榜（2021 年度）、巨量星图最默契合作服务商（2021 年度）</p> <p>小红书蒲公英渠道最佳合作代理（2022 年度）、小红书蒲公英渠道年度最具影响力合作伙伴（2021 年度）、蒲公英平台优质合作代理商（2021 年度）</p> <p>B 站花火核心代理商（2022 年 Q4、Q3、Q2、Q1，2021 年 Q4、Q3、Q2、Q1）、花火 2020 年十大核心代理商、B 站营销伙伴大会 2022 年度长效经营合作伙伴</p> <p>腾讯广告互选平台官方合作伙伴（2022 年度、2021 年度）、2022 腾讯广告互选平台锐意进取伙伴</p> <p>知乎最强外脑商业合作伙伴（2022 年度）</p>	2012 年	未披露
谦玛网络	<p>小红书蒲公英渠道优质合作代理（2022 年度）、蒲公英平台旗舰合作代理商（2021 年度）、小红书蒲公英渠道年度最具突破合作伙伴（2021 年度）</p> <p>B 站花火核心代理商（2022 年 Q4、Q3、Q2、Q1，2021 年 Q4、Q3、Q2、Q1）、花火 2020 年十大核心代理商</p>	2011 年	苏宁易购、阿里巴巴集团、肯德基、蒂佳婷、阳狮广告等（信息来源：2022 年元隆雅图关于非公开发行股票申请文件反馈意见的回复）
众引传播	<p>巨量星图 2022 年度最佳合作服务商、巨量星图创新探索合作伙伴（2022 年 Q3）、巨量星图极致贡献合作伙伴（2022 年 Q1）、巨量星图代理商服务贡献榜（2021 年度）</p> <p>B 站花火核心代理商（2022 年 Q1）</p> <p>腾讯广告互选平台官方合作伙伴（2022 年度）、2022 腾讯广告互选平台锐意进取伙伴</p>	2012 年	群邑、联合利华中国有限公司、京东、纽迪希亚、戴森（信息来源：众引传播 2019 年年度报告）

公司名称	社交媒体官方榜单	社交媒体营销业务最早开展时间	主要客户
新榜	巨量星图 2022 年度最佳合作服务商、巨量星图创新探索合作伙伴(2022 年 Q3)、巨量星图极致贡献合作伙伴(2022 年 Q1)、巨量星图代理商服务贡献榜 (2021 年度) 小红书蒲公英渠道最佳合作代理 (2022 年度)、小红书蒲公英渠道年度最具影响力合作伙伴 (2021 年度)、蒲公英平台优质合作代理商 (2021 年度) B 站花火核心代理商 (2022 年 Q4、Q3、Q2、Q1, 2021 年 Q4、Q3、Q2、Q1)、年度优秀花火代理 (2021 年度)、B 站营销伙伴大会 2022 年度优质诚信合作伙伴 腾讯广告互选平台官方合作伙伴 (2022 年度、2021 年度)	2014 年	未披露
公司	巨量星图 2022 年度最佳合作服务商、巨量星图勇于开拓合作伙伴 (2022 年 Q3、2022 年半年度)、巨量星图极致贡献合作伙伴 (2022 年 Q1)、巨量星图代理商服务贡献榜 (2021 年度)、巨量星图最默契合作服务商 (2021 年度)、巨量引擎新锐大奖 (2020 年度) 小红书蒲公英渠道最佳合作代理 (2022 年度)、小红书品牌渠道业务代理商 (2022 年度)、小红书蒲公英渠道年度最具突破合作伙伴 (2021 年度)、蒲公英平台旗舰合作代理商 (2021 年度) B 站花火核心代理商 (2022 年 Q4、Q3、Q2、Q1, 2021 年 Q4、Q3、Q2、Q1)、年度优秀花火代理 (2021 年度)、花火 2020 年十大核心代理商、B 站营销伙伴大会 2022 年度优质诚信合作伙伴 腾讯广告互选平台官方合作伙伴 (2022 年度、2021 年度)、2022 腾讯广告互选平台锐意进取伙伴 知乎最强外脑商业合作伙伴 (2021 年度)	2009 年	欧莱雅、阿里巴巴集团、戴森、字节跳动集团、OPPO、沃尔沃汽车、华扬联众等

注 1: 巨量星图代理商榜单: 以代理商商业价值、市场影响力、行业贡献度、服务价值等进行综合度量及排序, 生成最终代理商年度热榜;

注 2: 小红书蒲公英平台对代理商影响力、商业突破力、商业潜力等能力综合评估, 表彰优秀合作伙伴;

注 3: B 站花火核心代理商是 B 站花火平台的重要合作伙伴, 为品牌主与 UP 主提供专业、优质的服务, 经招投标并综合表现情况选出。

由上表可见, 与同行业头部竞争对手相比, 发行人开展社交媒体营销业务的时间较早, 获得主流社交媒体平台认可程度高, 客户资源优质, 综合竞争力处于行业领先地位。

综上所述, 发行人具有行业代表性。

四、保荐机构对私募投资基金备案情况的核查

(一) 核查对象

根据《私募投资基金监督管理暂行办法》的规定, 私募投资基金系指以非公开方式向合格投资者募集资金设立的投资基金, 包括资产由基金管理人或者普通合伙人管理的

以投资活动为目的设立的公司或者合伙企业。根据中国证监会于 2015 年 1 月 23 日发布的《发行监管问答—关于与发行监管工作相关的私募投资基金备案问题的解答》的规定，本保荐机构对发行人非自然人股东中是否有私募投资基金及其是否按规定履行备案程序情况进行了核查。

（二）核查方式

本保荐机构查阅了发行人主要非自然人股东的工商登记资料、营业执照、公司章程或合伙协议、财务报表等文件材料及各非自然人股东出具的书面说明，登录全国企业信用信息公示系统核查股东相关公示信息，查阅了相应的私募投资基金备案证明及私募投资基金管理人登记证明，并在中国证券投资基金业协会网站上对其公示情况进行了检索，履行了必要的核查程序。

（三）核查结果

截至本发行保荐书签署日，公司非自然人股东情况如下：

序号	股东姓名	股份数（万股）	持股比例
1	上海韵程	977.62	8.15%
2	量雅惟实	771.69	6.43%
3	量雅量宏	588.00	4.90%
4	领瑞基石	432.00	3.60%
5	达晨创鸿	281.31	2.34%
6	上海敏鑫	126.00	1.05%
7	达晨创景	90.00	0.75%
8	海南久盈	90.00	0.75%
9	杭州万飞	60.00	0.50%
10	财智创赢	21.00	0.18%
	合计	3,437.62	28.65%

截至本发行保荐书签署日，发行人非自然人股东共 10 名，其中上海韵程为发行人员工持股平台，量雅惟实、量雅量宏、上海敏鑫、海南久盈、杭州万飞均系自然人以自有或自筹资金设立的投资平台，在设立、运行过程中不存在《中华人民共和国证券投资基金法》及《私募投资基金监督管理暂行办法》所规定之非公开募集资金的情形，不属于《中华人民共和国证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》以及《私募

投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》所规范的私募投资基金，无需按前述相关规定办理私募投资基金备案手续。

发行人其余 4 名非自然人股东领瑞基石、达晨创鸿、达晨创景、财智创赢为私募投资基金股东，该等股东均依法设立并有效存续，均已纳入国家金融监管部门有效监管，并已按照《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等法律法规的要求在中国证券投资基金业协会办理私募基金备案，

发行人股东领瑞基石存在营业期限到期的情况，领瑞基石已出具《说明》，承诺正在办理延长营业期限相关事宜，包括由合伙人会议作出延期决议并及时办理工商变更手续。领瑞基石期限虽已到期，但其主体资格仍有效存续。

上述 4 名私募基金股东的私募基金备案基本情况如下：

1、领瑞基石

领瑞基石于 2018 年 9 月 27 日在中国证券投资基金业协会办理备案，基金编号：SCN005。领瑞基石的普通合伙人/基金管理人深圳市领信基石股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）已于 2017 年 1 月 23 日办理私募基金管理人登记，登记编号为 P1061138。

2、达晨创鸿

达晨创鸿于 2020 年 9 月 7 日在中国证券投资基金业协会办理备案，基金编号：SLV980。达晨创鸿的普通合伙人/基金管理人深圳市达晨财智创业投资管理有限公司已于 2014 年 4 月 22 日办理私募基金管理人登记，登记编号为 P1000900。

3、达晨创景

达晨创景于 2018 年 8 月 31 日在中国证券投资基金业协会办理备案，基金编号：SEJ618。达晨创景的普通合伙人/基金管理人深圳市达晨财智创业投资管理有限公司已于 2014 年 4 月 22 日办理私募基金管理人登记，登记编号为 P1000900。

4、财智创赢

财智创赢于 2020 年 12 月 24 日在中国证券投资基金业协会办理备案，基金编号：SNA667。财智创赢的普通合伙人/基金管理人深圳市达晨财智创业投资管理有限公司已于 2014 年 4 月 22 日办理私募基金管理人登记，登记编号为 P1000900。

五、关于保荐机构及发行人为本次证券发行有偿聘请第三方行为的核查意见

根据《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》（证监会公告〔2018〕年 22 号）的要求，中信证券作为本项目的保荐机构、主承销商，对中信证券及发行人是否存在聘请第三方机构或个人（以下简称“第三方”）的行为进行了核查，具体核查情况如下：

（一）本保荐机构有偿聘请第三方机构或个人行为的核查

本保荐机构在本项目中聘请了中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“中审众环”）担任本次证券发行的保荐机构（主承销商）会计师。

1、聘请必要性

因发行人主营社交媒体营销业务，采购端、销售端分散化程度较高，财务核查工作量较大，为切实保障本项目财务核查工作的充分性，经本保荐机构内部审批及合规审核，已聘请中审众环担任本次证券发行的保荐机构（主承销商）会计师。

2、第三方基本情况

中审众环成立于 1987 年，截至本发行保荐书签署日，中审众环在中国大陆共建有总分所 36 家，拥有员工人数超过 5,000 人、注册会计师近 1,300 人、国家级行业领军人才 30 余人。中审众环首席合伙人为石文先。

3、第三方资质情况

中审众环持有编号为 42010005 的《会计师事务所执业证书》，具备证券期货从业资格，经办会计师苏国芝、王金花具备注册会计师资格。

4、具体服务内容

中审众环的服务内容主要包括：协助本保荐机构项目组对发行人进行整体、全面的财务尽职调查；根据项目组的要求，整理尽职调查工作底稿；复核招股说明书中与财务相关的章节内容，并参与讨论、验证其他申报文件中财务相关内容；出席项目相关会议，就项目过程中涉及的重大财务问题进行磋商；及时就项目组所提出的相关会计财务问题提供专业意见等。

5、定价方式、支付方式、资金来源、实际支付费用

本次证券发行聘请保荐机构（主承销商）会计师的费用由双方协商确定，为 69.80 万元（含增值税），并由保荐机构以自有资金分别于双方协议生效后 15 个工作日内、本次证券发行项目申报材料被中国证监会受理后、发行人成功上市后按照 50%、40%、10% 的支付比例分别支付。截至本发行保荐书签署日，保荐机构已支付 62.82 万元。

6、核查意见

经核查，保荐机构除聘请保荐人（主承销商）会计师外，在本次发行中不存在聘请其他第三方机构的情形。保荐机构在本次证券发行中聘请第三方的行为符合《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》（证监会公告〔2018〕年 22 号）的相关规定。

（二）发行人有偿聘请第三方机构或个人行为的核查

本保荐机构对发行人有偿聘请第三方的相关行为进行了专项核查。

发行人在本次发行上市中除保荐机构（承销商）、律师事务所、会计师事务所、资产评估机构等依法需聘请的证券服务机构之外，还聘请了上海艾瑞市场咨询股份有限公司（以下简称“艾瑞咨询”）为发行人提供本次募集资金投资项目可行性研究咨询服务，聘请了北京荣大科技股份有限公司、北京荣大商务有限公司北京第二分公司（两家主体以下合称“北京荣大”）提供申报材料制作相关服务。

1、聘请必要性

艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。发行人本次聘请艾瑞咨询为本次募集资金投资项目提供研究咨询服务并出具可行性研究报告。

北京荣大是一家专注于为经济实体开展证券融资业务提供申请材料制作相关服务的公司。发行人本次聘请北京荣大为本次 IPO 申请材料提供制作咨询及软件服务。

2、第三方基本情况

北京荣大科技股份有限公司成立于 2014 年，注册资本 4,200 万元，法定代表人为韩起磊，经营范围为：经营电信业务；技术转让、技术咨询；计算机软件开发及销售；

会议服务；礼仪服务；企业管理咨询；经济贸易咨询；销售仪器仪表、机械设备、电子产品、办公用品；数据处理。北京荣大科技股份有限公司的实际控制人为周正荣、韩起磊。

北京荣大商务有限公司北京第二分公司成立于 2019 年，负责人为韩起磊，统一社会信用代码为 91110117MA01NLQA84，企业地址位于北京市平谷区刘家店镇银店大街 26 号 6 幢 604，所属行业为科技推广和应用服务业，经营范围包含：一般项目：会议及展览服务；打字复印；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；数据处理和存储支持服务；软件开发。北京荣大商务有限公司北京第二分公司的实际控制人为周正荣、韩起磊。

上海艾瑞市场咨询股份有限公司成立于 2002 年，注册资本 6,000 万元，法定代表人为郭成杰，经营范围为市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），商务咨询服务，企业管理咨询服务，计算机网络工程，设计、制作、代理各类广告，会务服务，数据、计算机、网络、电子科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，电子设备安装及维修，自有设备租赁，票务代理，展览展示服务，翻译服务，计算机软硬件及辅助设备、电子设备的销售。艾瑞咨询的实际控制人为杨伟庆。

3、第三方资质情况

北京荣大及艾瑞咨询提供相关服务无需具备行业准入资质。

4、具体服务内容

艾瑞咨询的服务内容包括为发行人编制募集资金投资项目可行性研究报告提供咨询服务。

北京荣大为发行人本次 IPO 申请材料制作提供申请材料制作服务及相关软件支持服务。

5、定价方式、支付方式、资金来源、实际支付费用

发行人聘请艾瑞咨询的费用由双方基于市场化原则协商确定，为 20.00 万元（含增值税），并由发行人以自有资金分别于双方协议生效后 10 个工作日内、艾瑞咨询服务经发行人验收通过之日起 10 个工作日内、发行人成功递交上市申请之日起 10 个工作日

内按照 10 万元、4 万元、6 万元分别支付。截至本发行保荐书签署日，发行人已实际支付 14 万元。

发行人聘请北京荣大的费用由双方基于市场化原则协商确定，为 15.00 万元（含增值税），并由发行人以自有资金分别于双方协议生效后 7 个工作日内、发行人通知北京荣大制作或咨询本次 IPO 初审会材料之日起 7 个工作日内按照 12 万元、3 万元分别支付。截至本发行保荐书签署日，发行人已支付 12 万元。

6、核查意见

经保荐机构核查，发行人已与上述第三方签订了合法有效的合同，明确了双方的权利和义务，发行人上述聘请其他第三方的行为不存在违反《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》（证监会公告〔2018〕年 22 号）等法律、法规及其他规范性文件规定的情形。

六、关于发行人落实《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》有关事项的核查意见

发行人首次公开发行股票前总股本为 12,000 万股，根据发行人的发行方案，发行新股数量不超过 4,000 万股，因此发行后总股本不超过 16,000 万股。

本次募集资金拟用于“新媒体营销代理体系升级项目”、“品牌全案创意中心建设项目”和补充流动资金，本次发行完成后，随着募集资金的到位，公司的资金实力大幅增强，同时公司总股本和净资产均有较大幅度的增长，后续募集资金投资项目的效益将逐步体现，公司的净利润将有所增加，但由于募集资金投资项目的实施需要一定的时间周期，相关效益的实现也需要一定的时间，因此短期内公司的每股收益和净资产收益率等指标存在被摊薄的风险。

为降低本次发行摊薄公司即期回报的风险，增强对股东利益的回报，公司拟通过强化募集资金管理、加快募投项目投资进度、加强经营管理和内部控制、进一步完善利润分配制度等措施，提升资产质量，提高销售收入，增厚未来收益，实现可持续发展，以填补回报。公司控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员亦根据中国证监会相关规定对公司填补回报措施能够得到切实履行作出了相关承诺。

本保荐机构认为：发行人所预计的即期回报摊薄情况的合理性、填补即期回报措施以及发行人控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员所做出的相关承诺事项，符合《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》和《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》中关于保护中小投资者合法权益的精神，以及中国证监会《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》的规定。

七、发行人的主要风险提示

（一）营销传播方式变化风险

随着移动互联网时代的全面到来，不同模式、面向不同消费者群体特征的社会化媒体平台也在不断涌现、更迭。自 2009 年以来，公司紧密围绕社会化媒体平台发展趋势，从微博、微信等兼具通讯与分享功能的社会化媒体，到以 B 站、抖音、快手等为代表的以原创视频内容为主的媒体、再到以知乎、小红书为代表的的内容社区频道，公司不断扩大对主流社交媒体平台媒介资源的覆盖能力。但如果公司不能跟上营销传播方式快速变化的趋势，开发相关新媒体平台资源，及时调整研发方向、资源配置和业务拓展策略，将难以持续满足客户多样化的营销需求，会对公司的盈利能力产生不利影响。

（二）媒体资源价格上涨的风险

公司已积累了各大主流社会化媒体平台的海量媒介资源，是国内少有的同时获得腾讯（微信）、抖音、小红书、B 站、快手等社会化媒体官方广告交易平台代理资格的公司。同时，公司与众多市场主流媒介资源供应商建立了长期、稳定的合作关系，累积形成了自身媒介资源采买优势。但随着中国社会化媒体营销市场需求的持续快速增长，稀缺优质媒介资源的议价能力可能会进一步提高，从而促使价格不断上涨。如果未来社会化媒体媒介资源的价格水平继续上升，而公司没有有效措施传导或消化上涨的采买成本，公司的经营业绩可能会受到不利影响。

（三）人力成本及费用上升的风险

作为一家以社交媒体营销为主营业务的公司，能否吸引和留住优秀的技术、营销、管理等专业人才，是影响公司未来持续发展的关键因素。近年来，社交媒体平台的用户数量不断增长、用户触媒频率不断提高，社交媒体的商业价值不断上升，因此社交媒体

营销行业对人才资源的竞争日益激烈。若行业优质人力资本价格出现大幅度上涨，为了吸引人才、留住人才并保持公司的核心竞争力，公司可能面临人力成本上升的风险。

（四）宏观经济形势变化导致的风险

虽然广告行业的周期性特征较弱，但若宏观经济大环境出现大幅波动时，广告公司收入也会直接受到下游客户广告预算调整的影响，即在宏观经济大幅衰退的情况下，广告主会被迫缩减展示广告的营销支出，以应对严峻外部压力。当前，新冠疫情仍在全球蔓延，若因疫情、贸易摩擦、突发重大公共事件等原因导致宏观经济形势出现重大不利变化，导致下游客户广告预算削减，会对公司的收入增长产生不利影响。

（五）监管要求变化的风险

目前，我国社会化媒体营销行业仍处于快速发展的过程中。随着商业模式的不断创新，互联网社交媒体广告内容和形式的不断迭代，我国在社会化媒体营销、网络广告领域的法律法规体系和配套监管措施也在不断发展和完善过程中。一方面，广告行业受到国家市场监督管理总局广告监督管理司的直接监管，面对新兴的媒体平台，相关监管政策也在调整 and 变化；另一方面，互联网行业的相关法律实践和监管要求，如监管体系、经营资质、网络信息安全、税务合规、知识产权保护等，也随着行业的发展而不断再完善。如果政府主管部门对互联网广告行业的监管政策一旦作出重大调整，可能会对公司的业务运营产生一定不利影响。

（六）市场竞争风险

互联网媒体营销行业竞争较为激烈，头部集中效应暂不明显。随着移动互联网的渗透率不断提高，广告主对互联网营销服务需求将进一步增加，从而吸引更多的资本进入该行业，同时一些传统的广告公司也开始布局网络新媒体营销领域，市场参与主体将更为多元化，从而加剧市场竞争。若公司不能在服务质量、技术创新、客户维护等方面进一步增强实力，未来可能面临较大的竞争压力。

（七）业绩下滑风险

2022 年上半年，受新冠疫情等因素影响，公司扣非归母净利润出现一定幅度的下滑。而由于经营风险、政策及市场风险和财务风险贯穿公司经营过程，若上述单一风险因素出现极端情况，或诸多风险同时集中释放，如营销传播方式更迭，新冠疫情在全球范围内进一步恶化，国内外经济大幅下行，行业政策发生重大不利变化，主要客户信用

状况极度恶化等，可能导致公司经营业绩下滑，极端情况下甚至出现公司上市当年营业利润较上一年度下滑 50% 以上的风险，因此，公司存在业绩下滑风险。

八、发行人的发展前景评价

发行人是一家以社会化媒体营销为核心的综合性广告公司，在广告创意设计、营销方案策划、媒介策略与资源整合等方面拥有丰富的经验，主营业务包括社交媒体广告投放代理、社交媒体整合营销、社交媒体运营等营销服务，可为广告主提供从创意设计、策略制定、媒介投放到结案评估的一站式社交媒体营销解决方案。

随着国内互联网基础设施的不断完善和互联网技术的持续进步，特别是随着 5G 时代来临，流量成本不断下降，互联网渗透率逐年提高，网络用户基数持续增长，传统媒体日趋式微，尤其是进入后疫情时代，居民的触媒习惯不断向线上转移，线下营销效果持续衰减，品牌主及广告主会持续将更多的营销预算由传统媒体渠道向线上渠道转移。未来几年，我国网络广告市场预计仍将处于增长快车道，预计市场规模增速将维持高位。

互联网广告通过算法对消费者多维度数据的收集、挖掘、分析，形成消费者画像，并向其定向推送匹配度较高的广告内容，相比单纯依靠投放力度且缺少定制化的传统广告在精准度和性价比上都有明显优势。

在互联网广告中，随着消费者触媒途径的多样化、触媒时间的碎片化，其对于商业广告的抵触心理逐渐增强。传统广告受制于其传播途径直接、明显的特点，对消费者的影响力逐渐减弱。相对于门户网站、搜索引擎、论坛等传统互联网广告载体，以社交平台等新型互联网媒体为载体的社交媒体营销具备内容承载渠道丰富、消费者活跃度高、社交裂变传播、可植入性强的特征，社交媒体广告已经成为网络广告中最为重要的组成部分，已成为网络广告中增长速度最快的广告类型之一，前景十分广阔。

发行人通过与社交媒体平台深度合作，积累了覆盖微博、微信、抖音、小红书、B 站、快手等头部社交媒体平台的海量媒介资源，在满足广告主全平台营销需求的同时，与社交媒体平台共同构建内容营销生态。截至本发行保荐书签署日，发行人已成为抖音巨量星图核心代理商、小红书蒲公英平台核心代理商、B 站花火核心代理商、快手磁力聚星代理商、腾讯广告互选平台官方合作伙伴、知乎芝士广告平台代理商，与社交媒体平台构建了基于共同利益和目标的伙伴式关系，是国内少有的能实现主流社交媒体平台全覆盖并与其中的多家均达成深度合作的营销服务商。在客户积累方面，发行人已服务

超过 100 家世界 500 强客户，赢得了良好的客户口碑和市场声誉，已成为社交媒体营销行业头部企业之一。

经核查，本保荐机构认为，发行人所属社交媒体营销行业前景广阔，发行人主营业务增长迅速，竞争优势显著，整体成长性良好；发行人在行业中已占据头部市场地位并具备良好的市场声誉与客户口碑，未来发展亦具备良好基础。同时，发行人本次募集资金投资项目的实施将进一步巩固和提升发行人的竞争实力，发行人未来发展前景良好。

九、保荐机构对本次证券发行的推荐结论

作为上海悦普广告集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市的保荐机构，中信证券根据《公司法》、《证券法》、《首发注册管理办法》、《上交所上市规则》、《上交所上市审核规则》、《证券发行上市保荐业务管理办法》、《保荐人尽职调查工作准则》、《关于进一步提高首次公开发行股票公司财务信息披露质量有关问题的意见》（证监会公告[2012]14 号）和《关于做好首次公开发行股票公司年度财务报告专项检查工作的通知》（发行监管函[2012]551 号）、《关于修改〈首次公开发行股票时公司股东公开发售股份暂行规定〉的决定》（证监会公告[2014]11 号）等有关规定对发行人进行了充分尽职调查，并与发行人、发行人律师及会计师经过了充分沟通后，认为上海悦普广告集团股份有限公司符合《公司法》、《证券法》、《首发注册管理办法》及《上交所上市规则》等法律、法规和规范性文件对首次公开发行股票并在主板上市的规定。本次发行募集资金投资项目符合国家产业政策，符合发行人的经营发展战略，有利于推动发行人持续稳定发展。因此，中信证券同意对发行人首次公开发行股票并在主板上市予以保荐。

（以下无正文）

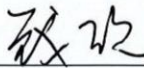
(本页无正文, 为《中信证券股份有限公司关于上海悦普广告集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市之发行保荐书》的签字盖章页)

保荐代表人:

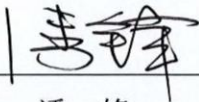

张宇杰


孔磊

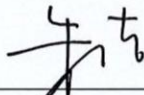
项目协办人:


钱欣


保荐业务部门负责人:


潘锋

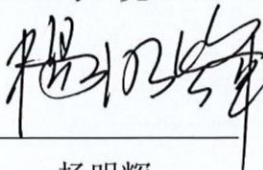
内核负责人:


朱洁

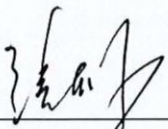
保荐业务负责人:

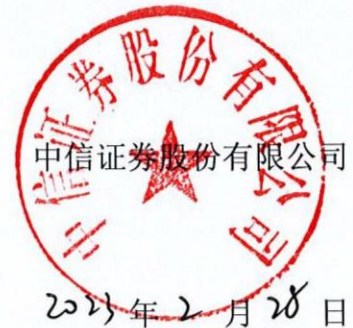

马尧

总经理:


杨明辉

董事长、法定代表人:


张佑君



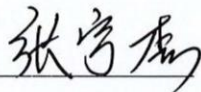
保荐代表人专项授权书

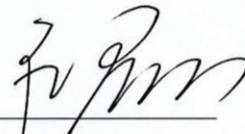
本人，张佑君，中信证券股份有限公司法定代表人，在此授权本公司张宇杰、孔磊担任上海悦普广告集团股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市项目的保荐代表人，负责上海悦普广告集团股份有限公司本次发行上市工作，及股票发行上市后对上海悦普广告集团股份有限公司的持续督导工作。

本授权有效期限自授权之日起至持续督导期届满止。如果本公司在授权有效期限内重新任命其他保荐代表人替换张宇杰、孔磊担任上海悦普广告集团股份有限公司的保荐工作，本授权书即行废止。

特此授权。

被授权人：


张宇杰


孔磊

法定代表人：


张佑君


中信证券股份有限公司
2023年2月28日