

长江证券承销保荐有限公司

关于厦门多想互动文化传播股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

之

发行保荐书

保荐机构（主承销商）



二〇二〇年九月

保荐机构声明

长江证券承销保荐有限公司（以下简称“本保荐机构”或“长江保荐”）接受厦门多想互动文化传播股份有限公司（以下简称“发行人”、“多想互动”或“公司”）委托，就发行人首次公开发行股票并上市（以下简称“本次发行”或“首发”）出具本发行保荐书。

本保荐机构及保荐代表人根据《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》”）、《创业板首次公开发行股票注册管理办法》（以下简称“《注册办法》”）、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（2020年修订）（以下简称“《上市规则》”）、《证券发行上市保荐业务管理办法》（2020年修订）（以下简称“《保荐业务管理办法》”）、《发行证券的公司信息披露内容与格式准则第27号——发行保荐书和发行保荐工作报告》等有关法律、行政法规和中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）的规定，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本发行保荐书，并保证所出具文件的真实性、准确性和完整性。除非特别注明，本发行保荐书所使用的简称和术语与《招股说明书》一致。

一、本次证券发行基本情况

（一）本次具体负责推荐的保荐代表人

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》，本保荐机构出具《保荐代表人专项授权书》（附件），授权保荐代表人张俊青和韩松担任多想互动首次公开发行股票并在创业板上市项目的保荐代表人，具体负责多想互动本次发行的尽职保荐及持续督导等保荐工作事宜。

1、张俊青保荐业务执业情况

张俊青先生，现任长江证券承销保荐有限公司业务总监，保荐代表人，金融学硕士，曾参与完成了浙江唐德影视股份有限公司首次公开发行股票、深圳市蓝海华腾技术股份有限公司首次公开发行股票、花王生态工程股份有限公司首次公开发行股票、中原证券股份有限公司首次公开发行股票、武汉帝尔激光科技股份有限公司首次公开发行股票、苏州春兴精工股份有限公司非公开发行股票、中原证券股份有限公司公司债券发行等项目。

2、韩松保荐业务执业情况

韩松先生，现任长江证券承销保荐有限公司业务总监，保荐代表人，于 2014 年取得保荐代表人资格，金融学硕士。韩松先生拥有 10 年以上投资银行业务从业经历，曾担任厦门钨业股份有限公司非公开发行项目保荐代表人、广东明珠集团股份有限公司非公开发行项目保荐代表人、芜湖长信科技股份有限公司公开发行可转债保荐代表人，欣龙控股（集团）股份有限公司非公开发行项目协办人，并曾参与深圳市海普瑞药业股份有限公司、中原证券股份有限公司首次公开发行等项目。

（二）本次证券发行项目组其他成员

项目协办人：何洋洋，曾参与多家公司的 IPO 项目尽职调查，熟悉 IPO 项目相关法律法规及实务流程，具有较丰富的财务专业知识和投资银行项目经验。

项目组其他成员：孙睿、黄福斌。

（三）发行人基本情况

公司名称	厦门多想互动文化传播股份有限公司
英文名称	Xiamen Many Idea Interactive Co.,Ltd
注册资本	50,880,001 元

法定代表人	刘建辉
成立日期	2012年5月21日
整体变更为股份公司日期	2015年9月23日
公司住所	厦门市湖里区泗水道611号1219室
主要经营场所	厦门市思明区观音山花莲路11号鸿星尔克大厦12F
邮政编码	361015
电话	0592-3170206
传真	0592-3177780
互联网网址	http://www.many-idea.com/
电子信箱	csc@many-idea.com
负责信息披露和投资者关系的部门	证券事务部
负责人	陈善成
经营范围	经营性演出及经纪业务；其他互联网服务（不含需经许可审批的项目）；文化、艺术活动策划；其他未列明文化艺术业；广告的设计、制作、代理、发布；会议及展览服务；其他未列明信息技术服务业（不含需经许可审批的项目）；体育组织；其他体育（不含需经许可审批的项目）；体育经纪人；体育用品及器材零售（不含弩）；其他未列明的专业咨询服务（不含需经许可审批的项目）

（四）本次证券发行类型

首次公开发行 A 股股票并在深圳证券交易所创业板上市。

（五）保荐机构与发行人的关联关系情况

本保荐机构与发行人之间不存在下列情形：

- 1、保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；
- 2、发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；
- 3、保荐机构的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员拥有发行人权益、在发行人任职等情况；
- 4、保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况；
- 5、保荐机构与发行人之间的其他关联关系。

（六）保荐机构内部审核程序和内核意见

1、内部审核程序

本保荐机构建立了完善的项目审核流程。项目审核过程包括立项审核、内部核查部门审核、内核委员会审核、发行委员会审核等各个环节。本保荐机构对多想互动首次公开发行股票并在创业板上市项目的内部审核程序主要如下：

(1) 立项前，项目组对多想互动履行了尽职调查程序，形成了相关立项材料提交立项流程。

(2) 于 2018 年 2 月 18 日，本保荐机构召开本项目的立项会议，批准本项目立项；

(3) 内核申请前，本保荐机构项目组对发行人本次发行的申请文件进行自查，然后将全套申请文件提交公司质量控制部；

(4) 质量控制部对本项目进行审核，质量控制部成员赴多想互动实施现场核查，并出具现场核查报告及质量控制报告；

(5) 质量控制部于 2019 年 6 月 1 日对本项目执行问核程序，并形成问核表；

(6) 本保荐机构内核部确认启动内核审议程序，将全套内核申请材料提交内核委员会审核，指定的内核委员对申请材料提出书面反馈意见，项目组在内核会议召开前对反馈意见进行回复；

(7) 于 2019 年 6 月 6 日，本保荐机构召开本项目的内核会议，就关注的重要问题进行充分讨论，并对申请文件进行全面评估，形成内核意见；

(8) 根据内核会议的反馈意见，项目组对申请文件进行修改、完善，报质量控制部及内核部复核。

2、内核意见

长江保荐内核委员会已审核了发行人首次公开发行股票并上市的申请材料，并于 2019 年 6 月 6 日召开项目内核会议，出席会议的内核委员共 8 人。

出席内核会议的委员认为发行人已经达到首次公开发行股票并在创业板上市的有关法律法规要求，发行人首次公开发行股票并在创业板上市申请材料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。经与会委员表决，多想互动首次公开发行股票并在创业板上市项目通过内核。

二、保荐机构承诺事项

(一) 本保荐机构承诺：本保荐机构已按照法律、行政法规和中国证监会的

规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，同意推荐发行人证券发行上市，并据此出具本保荐书。

(二) 本保荐机构通过尽职调查和审慎核查，承诺如下：

1、有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会有关证券发行上市的相关规定；

2、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；

3、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；

4、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；

5、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；

6、保证发行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；

7、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、中国证监会的规定和行业规范；

8、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；

9、遵守中国证监会规定的其它事项。

10、本机构因其为发行人首次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将先行赔付投资者损失。

三、关于有偿聘请第三方机构和个人等相关行为的核查

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控制的意见》（证监会公关【2018】22号）等规定，本保荐机构就在投资银行类业务中有偿聘请各类第三方机构和个人（以下简称“第三方”）等相关行为进行核查。

(一) 本保荐机构有偿聘请第三方等相关行为的核查

本保荐机构在本次保荐业务中不存在各类直接或间接有偿聘请第三方的行

为，不存在未披露的聘请第三方行为。

（二）发行人有偿聘请第三方等相关行为的核查

本保荐机构对发行人有偿聘请第三方等相关行为进行了专项核查。经核查，发行人除聘请保荐机构、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，不存在直接或间接有偿聘请其他第三方的行为。

四、对本次证券发行的推荐意见

（一）发行人就本次证券发行已经履行了相关决策程序

经核查，发行人已就本次证券发行履行了《公司法》、《证券法》及中国证监会规定的决策程序，具体如下：

1、2019年5月24日，发行人召开第二届董事会第七次会议，审议通过了《关于公司申请首次公开发行人民币普通股(A股)股票并在创业板上市的议案》、《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目的议案》、《关于公开发行股票前公司滚存未分配利润分配方案的议案》、《关于提请公司股东大会授权董事会办理首次公开发行股票并上市有关事宜的议案》、《关于制定<厦门多想互动文化传播股份有限公司章程(草案)>的议案》、《关于制定<募集资金专项存储及使用管理制度(草案)>的议案》、《关于制定<上市后三年股东回报规划>的议案》、《关于制定<稳定股价预案>的议案》、《关于制定<首次发行新股摊薄即期回报及采取填补措施>的议案》、《关于提议召开厦门多想互动文化传播股份有限公司2019年第二次临时股东大会的议案》等与本次发行及上市相关的各项议案。

2、2019年6月10日，发行人召开2019年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司申请首次公开发行人民币普通股(A股)股票并在创业板上市的议案》、《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目的议案》、《关于公开发行股票前公司滚存未分配利润分配方案的议案》、《关于授权董事会办理首次公开发行股票并上市有关事宜的议案》、《关于制定<厦门多想互动文化传播股份有限公司章程(草案)>的议案》等与本次发行及上市相关的各项议案。

2020年6月16日，发行人召开第二届董事会第十七次会议，审议通过了《关于调整公司申请首次公开发行人民币普通股(A股)股票并在创业板上市方案的议案》、《关于公司就首次公开发行人民币普通股(A股)股票并上市事项补充出具

有关承诺并提出相应约束措施的议案》等与本次发行及上市相关的各项议案。

经核查，保荐机构认为：

1、发行人 2019 年第二次临时股东大会的召集、召开程序和与会股东资格符合相关法律、法规、规章及《公司章程》之规定。

2、发行人 2019 年第二次临时股东大会已对本次发行上市的相关事宜做出决议，根据相关法律、法规、规章及《公司章程》之规定，上述决议的内容合法有效。

3、发行人 2019 年第二次临时股东大会已经授权董事会办理与本次发行上市有关事宜，授权有效期为本议案通过之日起直至公司另行召开股东大会终止或撤销本决议止。根据相关法律、法规、规章及《公司章程》之规定，发行人 2019 年第二次临时股东大会授权董事会办理有关本次发行上市事宜的授权范围、程序合法有效。

4、发行人本次发行上市已获得发行人内部的批准及授权；发行人本次发行申请尚待深圳证券交易所审核和中国证监会注册；本次发行完成后，发行人股票将于深圳证券交易所上市交易。

因此，发行人已就本次股票发行履行了《公司法》、《证券法》及中国证监会规定的决策程序。

（二）本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件

保荐机构根据《证券法》规定的公开发行新股的条件，对发行人进行逐项核查，并确认：

- 1、具备健全且运行良好的组织机构；
- 2、具有持续经营能力；
- 3、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、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。

（三）本次证券发行符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法》（试行）（以下简称“《注册办法》”）规定的发行条件

本保荐机构依据《注册办法》对发行人是否符合首次公开发行股票并在创业

板上市的条件进行了逐项核查，核查情况如下：

1、符合《注册办法》第十条规定的条件：

(1) 保荐机构查验了发行人工商档案，发行人改制设立有关内部决策、审计、评估及验资文件，并核查了发行人现行有效的公司章程及报告期内的财务报表及审计报告。发行人前身多想有限公司于 2012 年 5 月 21 日注册成立，并于 2015 年 9 月 23 日按账面净资产值折股整体变更为股份有限公司，持续经营时间可以从有限责任公司成立之日起计算，发行人持续经营时间在三年以上。

经核查，保荐机构认为：发行人是依法设立且持续经营 3 年以上的股份有限公司，符合《注册办法》第十条的规定。

(2) 保荐机构查阅了发行人历次股东大会（股东会）、董事会、监事会、董事会专门委员会的会议文件，股东大会、董事会和监事会议事规则以及相关制度文件。经核查，保荐机构认为：发行人依法建立健全了股东大会、董事会、监事会以及独立董事、董事会秘书制度，已经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，符合《注册办法》第十条的规定。

2、符合《注册办法》第十一条的规定

(1) 保荐机构查阅了发行人有关财务基础资料和致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具的标准无保留意见的《审计报告》（致同审字(2020)第 351ZA0575 号），核查了发行人的重要会计科目明细账、重大合同、财务制度、经主管税务机关确认的纳税资料、发行人的书面说明或承诺。经核查，保荐机构认为：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，并由注册会计师出具了出具标准无保留意见的审计报告，符合《注册办法》第十一条的规定。

(2) 保荐机构查阅了发行人各项内部控制制度，核查了发行人报告期内重大违法违规情况，并查阅了致同会计师出具的《内部控制鉴证报告》（致同专字(2019)第 351ZA5716 号、致同专字(2020)第 351ZA0301 号）。经核查，保荐机构认为：发行人内部控制制度健全且被有效执行，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，并由注册会计师出具了无保留结论的内部控制鉴证报告，符合《注册办法》第十一条的规定。

3、符合《注册办法》第十二条的规定

(1) 符合《注册办法》第十二条第（一）款的规定

1) 保荐机构查阅了发行人主要财产的权属凭证、相关合同等资料，对发行人生产运营进行尽职调查。经核查，发行人具备与经营有关的生产要素和配套设施，合法拥有与主营业务相关的办公场所、设备以及商标、软件著作权、作品著作权，发行人资产完整。

2) 保荐机构查阅了发行人股东大会、董事会、监事会会议资料，查看了发行人聘任高级管理人员的相关协议，抽查了签署的《劳动合同》，取得了发行人及其董事、监事、高级管理人员的书面确认，以及对有关人员进行了访谈。经核查，发行人总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人等高级管理人员未在主要股东及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务，未在主要股东及其控制的其他企业领取薪酬；财务人员均系发行人专职工作人员，未在主要股东及其控制的其他企业中兼职，发行人人员独立。

3) 保荐机构查阅了发行人及其子公司的财务管理制度，对发行人财务部门等有关人员进行的访谈，复核了致同会计师出具的《内部控制鉴证报告》（致同专字(2019)第 351ZA5716 号、致同专字(2020)第 351ZA0301 号）。经核查，发行人具有独立的财务核算体系，能够独立做出财务决策，未与主要股东及其控制的其他企业共用银行账户，发行人财务独立。

4) 保荐机构查阅了发行人的公司章程、三会议事规则等制度文件，了解发行人的公司治理结构、组织机构和职能部门的设置情况，访谈了发行人相关高级管理人员。经核查，发行人的机构设置独立于与控股股东、实际控制人及其控制的其他关联企业，也未发生主要股东干预发行人机构设置和生产经营活动的情况，发行人机构独立。

5) 保荐机构取得了发行人控股股东、实际控制人出具的关于避免同业竞争的承诺，查阅了发行人关联企业的营业执照并核查了与发行人在经营范围、持有经营资质上存在重合的主要关联方的主营业务情况，查阅了发行人与关联企业签订的相关合同，并对发行人高级管理人员及控股股东的相关人员、关联方相关人员进行了访谈。经核查，发行人业务独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，以及严重影响独立性

或者显失公平的关联交易。

综上，保荐机构认为：发行人资产完整，业务及人员、财务、机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（2）符合《注册办法》第十二条第（二）款的规定

保荐机构核查了主营业务收入构成、重大销售合同及主要客户等资料，了解发行人主营业务开展情况；查阅了报告期内发行人历次股东大会、董事会、监事会及董事会专门委员会会议资料，取得了近2年内发行人董监高及其他核心人员名单、简历、劳动合同等资料，对发行人董监高及核心人员的变动情况及原因进行了核查。保荐机构查阅了发行人工商档案、控股股东及实际控制人法律登记文件及其出具的说明文件，并复核了发行人律师出具的法律意见书。

经核查，保荐机构认为：发行人主营业务、控制权、管理团队和其他核心人员稳定，近2年内主营业务和董事、高级管理人员及其他核心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，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，符合《注册办法》第十二条第（二）款的规定。

（3）符合《注册办法》第十二条第（三）款的规定

保荐机构查阅了发行人的经营资料、重大资产权属文件、商标授权使用协议及补充协议、重大借款合同、财务报告和审计报告、企业信用报告等资料，核查发行人涉及诉讼仲裁等情况，并与发行人律师进行了沟通核实，分析相关行业研究资料、行业分析报告及行业主管部门制定的行业发展规划等，访谈了发行人相关高级管理人员。

经核查，保荐机构认为：发行人不存在主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或者将要发生的重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项，符合《注册办法》第十二条第（三）款的规定。

4、符合《注册办法》第十三条的规定

（1）保荐机构核查了发行人营业执照、公司章程、主营业务实际经营情况及开展相关业务所涉及的准入许可及相关资质情况，查阅了与发行人所从事行业

相关的国家产业政策。

经核查，保荐机构认为：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，符合《注册办法》第十三条第（一）款的规定。

（2）保荐机构核查了报告期内发行人及其控股股东、实际控制人的涉诉情况，查验了司法机关及监管部门的相关公示，并通过网络检索查询上述主体涉及诉讼、仲裁、贿赂、行政处罚等相关情形，实地走访了厦门市文广新局、国家商标专利局等主管部门，查阅了相关主管部门出具的合规证明，并与发行人律师进行了沟通核实。

经核查，保荐机构认为，近3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，符合《注册办法》第十三条第（二）款的规定。

（3）保荐机构取得并查阅了董事、监事和高级管理人员提供的无犯罪证明、调查表及中国证监会等网站检索等资料，与部分董监高人员进行了访谈，核对发行人律师出具的法律意见。

经核查，保荐机构认为，发行人董事、监事和高级管理人员不存在近3年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见等情形，符合《注册办法》第十三条第（三）款的规定。

综上，本保荐机构认为：发行人本次发行符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法》（试行）规定的发行条件。

（四）发行人存在的主要风险

1、经营风险

（1）市场竞争加剧风险

公司所属的整合营销服务行业市场化程度较高、业内企业数量众多、整体竞争格局较为激烈，且目前在国内发展历史较短，尚无统一的行业标准，主要实行行业的自律管理，行业门槛较低。公司面临的主要竞争对手为本土整合营销领域的上市公司和全球知名广告公司。一方面，本土上市公司不断利用其规模优势对

广告代理、公关策划等传统整合营销业务板块进行扩张，行业平均利润空间逐步压缩，同时通过投资和并购等手段逐渐加大对数字营销、内容营销等新兴业务板块的布局，未来行业竞争格局较为激烈。另一方面，一些全球知名广告公司也凭借其强大的品牌影响力和雄厚的资本实力加大了对我国在整合营销领域的产品输出。公司面对竞争日益激烈的内外部环境，存在核心竞争力下降、品牌客户流失、IP 产品创造和商业转化失败导致的经营风险。

(2) 宏观经济波动的风险

公司所属的整合营销服务行业下游品牌客户主要涉及鞋服、快速消费品、地产、互联网及信息技术、家装家居等多个行业，整合营销的服务需求规模主要依赖于品牌客户对营销传播推广的投入程度。而品牌客户所处的行业发展状况和景气程度是决定其营销传播推广投入的重要因素。当宏观经济上行、行业周期繁荣，品牌客户对营销费用投入敏感度较低；当宏观经济下行、行业周期衰退，品牌客户对营销费用的投入趋于谨慎。当宏观经济和行业发展出现不利于品牌客户的波动时，品牌客户对营销费用预算的削减，将对公司的营业收入和经营业绩产生不利影响。

(3) 核心业务人员流失的风险

整合营销服务行业属于以人为本的行业，要求业务人员具有优秀的创意策划设计能力、对上游资源的整合能力、对下游品牌客户需求的洞察能力、高质高效的落地执行能力。随着整合营销服务行业的蓬勃发展，行业内公司对核心业务、管理人才的争夺日趋激烈，公司面临核心业务人员流失的风险。

(4) 业务开展区域较为集中的风险

报告期内，公司业务主要集中在华东、华南地区，华东、华南地区营业收入占比分别为 95.60%、91.69%、93.31%。未来，若上述地区经济环境或者区域政策发生重大不利变化，或者公司不能及时适应相应变化时，则可能会对公司经营业绩产生不利影响。

(5) IP 运营风险

IP 内容的独特性和新颖性是 IP 吸引消费者关注和品牌客户广告投放的主要因素。如果在后续 IP 运营中，公司不能紧跟消费者偏好的变化，打造的 IP 内容不能吸引消费者的关注，不能为品牌客户提供更具传播价值的宣推服务，则可能

会对公司经营业绩产生不利影响。

2、财务风险

(1) 应收账款比重较高导致坏账的风险

截至 2017 年末、2018 年末、2019 年末，公司应收账款净额分别为 4,062.04 万元、10,989.55 万元、13,567.63 万元，占营业收入的比重分别为 22.73%、37.82%、34.61%。随着公司业务规模的继续增长，应收账款可能进一步增加。如果公司未来不能及时发现客户经营状况恶化等极端情形，出现应收账款不能按期收回或无法回收、发生坏账的情况，将对公司业绩和生产经营产生不利影响。

(2) 税收优惠政策变化的风险

公司子公司喀什联界享受自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起企业所得税五年免征的所得税优惠政策，报告期内，喀什联界免征企业所得税；根据《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》财税[2019]13 号规定：自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。公司子公司泉州多想、第二未来、北京多想 2019 年度作为小型微利企业，享受上述税收优惠。

报告期内，上述子公司享受的税收优惠金额分别为 422.29 万元、718.62 万元、857.22 万元，占合并报表归属于母公司股东的净利润的比例分别为 12.30%、12.60%、10.70%。如果上述税收优惠政策发生变化，喀什联界、泉州多想、第二未来、北京多想可能无法在未来年度继续享受税收优惠，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

3、内控风险

(1) 实际控制人控制风险

公司实际控制人刘建辉直接和间接控制公司 44.67% 的股份，处于控股地位。尽管本次发行后，实际控制人持股比例将有所降低，但仍处于相对控股地位，如果实际控制人在本次发行后利用其实际控制人地位，通过行使表决权对本公司发展战略、生产经营决策、利润分配、人事安排等重大事项的决策实施影响，从而可能损害公司及中小股东的利益。

(2) 企业资产规模及业务规模扩大可能导致的管理风险

随着本次发行后募集资金的到位和投资项目的实施，公司资产规模、营业收入、员工数量将会有较快的增长，公司经营决策和风险控制难度将增加。规模的扩张将对公司的经营管理、内部控制、人力资源建设、资金管理 & 运作能力等方面提出更高的要求。若公司的组织管理体系和管理人员的能力不能满足公司规模扩大后对运营管理的要求，则将对公司的持续经营产生不利影响。

4、发行失败风险

公司股票发行价格确定后，如果公司预计发行后总市值不满足在本招股说明书中明确选择的市值与财务指标上市标准，或网下投资者申购数量低于网下初始发行量的，应当中止发行。若公司中止发行上市审核程序超过交易所规定的时限或者中止发行注册程序超过 3 个月仍未恢复，或者存在其他影响发行的不利情形，公司将面临发行失败的风险。

5、募集资金投资项目的实施风险

募集资金投资项目的主要目的是为了扩大现有服务品牌客户的能力和丰富具有商业价值的 IP 产品内容，本次募集资金投向均是公司主业的升级或必要延伸。募集资金投资项目的可行性是基于当前的市场环境、行业发展及战略发展要求等因素做出的，而在项目实施过程中，可能面临宏观经济波动、行业政策变化、市场环境和技术进步等诸多不确定因素，或者出现其他对公司业务拓展不利的客观因素，会对投资项目的经济效益造成重大不利影响，导致募集资金投资项目不能如期实施，或者项目收益达不到预期。

6、其他风险因素

(1) 本次发行后净资产收益率下降的风险

2017年度、2018年度、2019年度，公司加权平均净资产收益率分别为41.03%、39.51%、37.62%，本次发行拟募集资金 40,515.10 万元，发行完成后净资产规模将大幅度增加，而募集资金需逐步投入，产生效益需要一定时间，本次发行后，公司存在净资产收益率下降、每股收益被摊薄的风险。

(2) 股票价格波动风险

影响股市价格波动的原因复杂，股票价格不仅取决于公司的经营状况，同时也受利率、汇率、通货膨胀、国内外政治经济环境、市场买卖力量对比、重大自

然灾害发生以及投资者心理预期的影响而发生波动。此外，创业板注册制后股票竞价交易设置较宽的涨跌幅限制，首次公开发行上市的股票在上市后的前 5 个交易日不设涨跌幅限制，其后涨跌幅限制为 20%。因此公司提醒投资者，在投资本股票时可能因股价波动而遭受损失。

(3) 新型冠状病毒肺炎疫情风险

受新型冠状病毒肺炎疫情的影响，2020 年一季度国内上、下游企业基本处于停工停产状态，对公司的生产经营造成阶段性的不利影响。随着国内新冠疫情逐渐被有效防控，前期被下游客户推迟执行的项目已恢复正常执行，上游供应商也全面恢复正常生产经营，新冠疫情对公司的影响逐步消除。目前，全球疫情及防控仍存在较大不确定性，国内面临较大的输入性病例风险。若海外疫情无法得到有效控制，引发国内疫情出现反复，可能会对公司经营业绩造成不利影响。

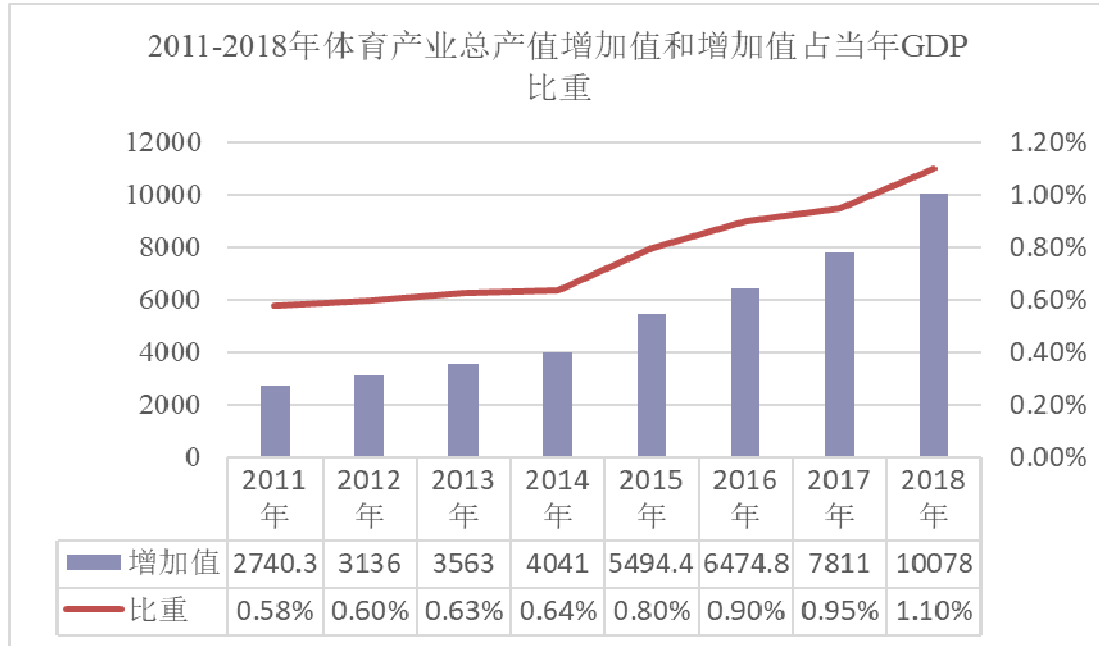
(五) 发行人的发展前景

“十三五”以来，国家将文化产业的重要性上升到国家战略层面，提出到 2020 年要让文化产业成为国民经济支柱性产业。随着我国消费结构升级，我国居民体育消费潜力巨大，加之，大众对时尚领域日渐关注，因此基于拥有丰富的人文资源以及产业聚集效应，“时尚+体育”越来越受到鞋服、快消品、房地产及其他领域企业关注。在此背景下，公司注重将“时尚+体育”文化产业产品作为整合营销的良好载体，为各品牌客户提供优质整个营销服务，依托于以上两大文化产业良好的发展前景，公司整合营销服务具有广阔的市场发展空间。

1、基于体育文化产业的整合营销传播服务行业的市场前景

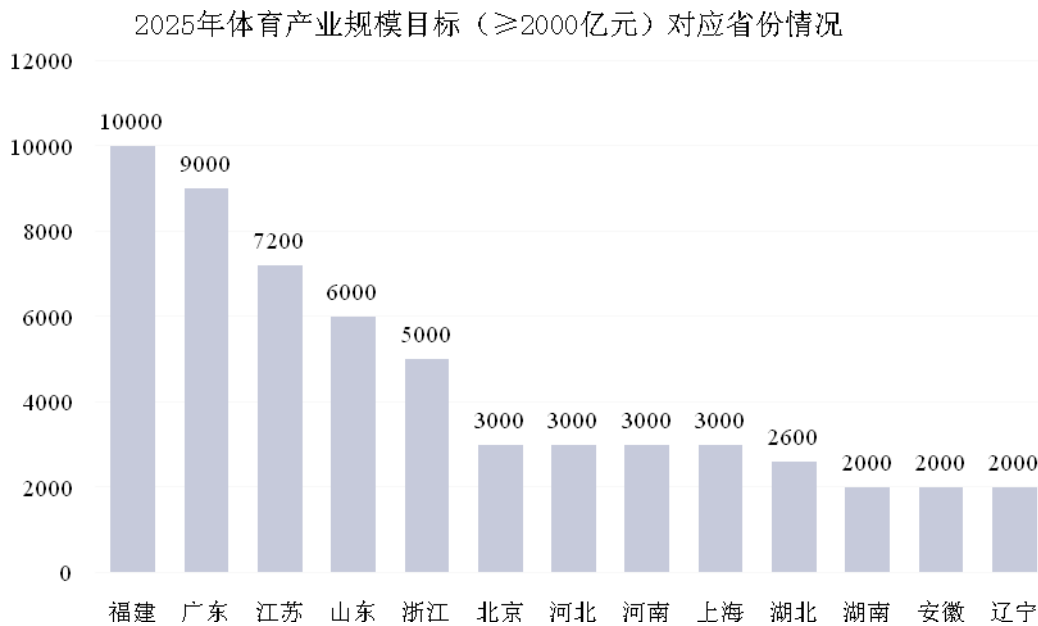
国务院在 2014 年 10 月颁布的《关于加快发展体育产业、促进体育消费的若干意见》正式将全民健身上升为国家战略，体育产业为我国大力扶持的朝阳产业。现阶段我国不断向体育强国的目标迈进，2018 年国家体育产业总产出（总规模）已经达到 26,579 亿元，同比 2016 年增长 20.6%，增加值为 10,078 亿元，同比 2017 年增长 20.88%，产业增加值占 GDP 的比重由 2014 年的 0.64% 增长至 1.1%，显示出我国体育产业巨大的市场潜力和强大的发展动力。2016 年 7 月，国家体育总局印发的《体育产业发展“十三五”规划》中指出“十三五”期间，体育产业总规模将超过 3 万亿元，产业增加值在国内生产总值中的比重达 1.0%。同时，国务院发布的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》提出，到 2025 年，

我国体育产业总规模将超过 5 万亿元，我国体育产业将迎来爆发发展时期。



数据来源：国家体育总局、国家统计局

自 2008 年中国承办北京奥运会以来，我国对国际体育赛事举办的重视刺激了全民体育参与程度，国家政策的密集出台为中国体育产业带来了广阔的发展空间和强劲的发展动力，同时我国各省全力落实把体育作为国家幸福产业和城市名片，到 2025 年全国省级体育产业规模目标总值将超 7 万亿元。



数据来源：各省市《关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见》

现阶段体育需求可以分为两个层面，一个层面是基于竞技体育（观赏性体育）层面的娱乐/社交需求，另一个是基于大众体育（参与性体育）层面的健康/社交需求。较之竞技体育产业链内容培育时间较长，大众体育产业在短时间内更具爆发潜力，目前我国大众体育赛事运营模式相对较为简单，直接收入主要以广告及赞助费为主，未来随着我国大众体育赛事逐步发展成熟，收入类型将愈加丰富，还可通过门票收入、培训及相关衍生品销售获取收入。

在大众体育中，随着家庭户外运动日益成为户外运动主流方式，儿童户外运动细分市场将迎来高速发展。根据体育卫生艺术教育研究中心发表的《我国青少年体质健康发展报告》显示由于长年积累，我国青少年体质健康状况依然严峻，体质健康问题仍然突出。运动刺激与青少年的自然生长保持平衡关系，是青少年能够保证正常的生长发育的重要保障，因此《中共中央国务院关于加强青少年体育增强青少年体质的意见》明确指出“广大青少年身心健康、体魄强健、意志坚强、充满活力，是一个民族兴旺生命力的体现，是社会文明进步的标志，是国家综合实力的重要方面”。目前我国 80 后、90 后父母经济条件、教育程度和育儿消费观念等已发生了较大转变，家庭对儿童运动健康日益重视，更加注重孩子的全面发展。儿童户外运动不仅有利于体质健康，更能培养孩子的坚毅性格、团队社交，有利于孩子心智的成长，因此愈发得到父母的关注。目前，儿童户外运动市场处于初级发展阶段，尚未形成行业准入机制和行业标准，产品同质化较为严重，随着产业的发展成熟，加之我国“放开二胎”政策出台，我国儿童运动教育市场潜力将逐渐被释放，未来适合儿童的幼儿趣味马拉松、亲子马拉松等娱乐化的马拉松内容将具有良好的发展前景。

随着相关体育领域“去监管化”的政策红利不断推出，体育赛事运作不断向市场化和商业化进步，从而有效增加了品牌的可选择度，体育整合营销服务市场将更加具备投资价值。同时，目前我国体育产业的细分化和专业化趋势明显，有利于市场挖掘体育整合营销服务机会，因此针对目标市场制定适当的体育市场整合营销服务策略将助力企业进行品牌宣传和市场开拓。

2、基于时尚文化产业的整合营销传播服务行业的市场前景

随着全球城市发展和需求结构的巨大变化，以及生产力水平和消费层次迅速

提升，以创新和个性化消费为主要特征的时尚产业得到快速发展。时尚产业是以人的需求为基本出发点，具有高创意、高附加值特征，能引领消费流行趋势的新型产业业态，是文化与经济、艺术与技术、品牌和服务的有效结合，是跨越先进制造业与现代服务业产业界限多产业、多业态的组合。在发达国家，时尚产业发展已较为成熟，时尚营销运用不同的时尚化营销创意和沟通方式，深度影响消费者，并向消费者传递引领潮流的生活方式，是提高时尚品牌影响力和销售效果的主要手段，是时尚产业的核心竞争力所在。

根据国家统计局发布的《2019 年居民收入和消费支出情况》数据显示，2019 年，全国居民人均可支配收入 30,733 元，城镇居民人均可支配收入达 42,359 元。以城镇居民可支配收入为背景、“马斯洛金字塔需求”理论为框架，我国已从生存型必需消费向以时尚、娱乐、体育、教育等为代表的体验式可选消费进行横向延伸。根据 McKinsey&Company（麦肯锡）与 BoF 时装商业评论联合发布的《2017 年度全球时尚业态报告》显示 2016 年全球时尚消费总额达 2.4 万亿美元，在《2019 年度全球时尚业态报告》中，我国首次超过美国，成为全球最大时尚市场，呈现快速增长态势。在居民收入增长、消费结构升级背景下，未来我国时尚消费市场潜力将得到更大程度的释放。

我国时尚市场全球化进程快速推进，时尚产业进入快速发展期，除北京、上海、深圳、广州等一线城市外，国内大量二三线城市正积极致力于提升时尚发展能力，打造城市时尚名片，武汉、长沙、厦门、青岛、三亚、重庆等城市已在积极举办时装周、时尚周，展示城市独特的时尚魅力。同时，依托我国经济快速发展和强大的消费能力，我国已成为国际时尚聚焦中心，中国元素、中国设计的交流与展示越来越多。根据 Euromonitor 数据，2016 年中国设计师品牌市场规模约 415 亿元，预计到 2020 年行业规模将达到 619 亿元。目前我国时尚商品处于品牌力不够、缺乏品牌认同时期，虽然国内有一定规模的本土设计师品牌，但是其余品牌正处于通过商业平台进行品牌初期孵化和经营模式培育阶段，可通过将时装周、时尚周、创新发展平台等时尚 IP 和产品捆绑，在优质的产品基础上，打造品牌文化，提升品牌影响力，引领时尚潮流发展，从而为时尚整合营销服务提供巨大市场发展空间。



数据来源：Euromonitor

在我国发展新时期，大力发展时尚产业和时尚品牌，是我国加快转变经济发展方式、推动产业结构优化升级的客观需要，也是提高自主创新能力、打造中国文化软实力的必要要求。目前时尚已不仅是“服饰与美容”等外在符号，已成为一种内化的生活方式，因此各行业都在时尚化趋势愈发明显，其他领域品牌愈发注重与时尚文化产业跨界合作，品牌通过运用不同的时尚化营销创意和沟通方式，深度影响消费者，并通过加入时尚元素助力品牌升级、提高品牌的附加值，从而对以时尚文化产业为载体的整合营销服务运作需求提升。

（六）保荐机构推荐结论

综上，本保荐机构经充分尽职调查和审慎核查，认为厦门多想互动文化传播股份有限公司本次发行履行了法律规定的决策程序，符合《公司法》、《证券法》、《创业板首次公开发行股票注册管理办法》等法律法规及相关政策的规定，具备在创业板申请首次公开发行股票的条件。本保荐机构同意向深圳证券交易所推荐厦门多想互动文化传播股份有限公司申请首次公开发行股票。

附件 1：《长江证券承销保荐有限公司关于厦门多想互动文化传播股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市保荐代表人专项授权书》

附件 2：《长江证券承销保荐有限公司关于厦门多想互动文化传播股份有限公司成长性的专项意见》

（本页以下无正文）

(本页无正文,为《长江证券承销保荐有限公司关于厦门多想互动文化传播股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之发行保荐书》之签字盖章页)

项目协办人: 何洋洋
何洋洋

保荐代表人: 张俊青 韩松
张俊青 韩松

内核负责人: 徐昊
徐昊

保荐业务负责人: 王承军
王承军

保荐机构总经理: 王承军
王承军

保荐机构董事长: 吴勇
吴勇

保荐机构法定代表人: 王承军
王承军

长江证券承销保荐有限公司

2020年 9月 29日



附件：

保荐代表人专项授权书

深圳证券交易所：

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关文件的规定，本保荐机构授权张俊青和韩松担任厦门多想互动文化传播股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的保荐代表人，负责该公司首次公开发行股票并在创业板上市的尽职保荐及持续督导等保荐工作事宜。

特此授权。

保荐代表人： 张俊青 韩松
张俊青 韩松

法定代表人： 王承军
王承军

长江证券承销保荐有限公司

2020年9月29日

