创业板投资风险提示：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、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。投资者应充分了解创业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。

山东省互联网传媒集团股份有限公司

Shandong Internet Media Group Co., Ltd.

（山东省济南市历下区泺源大街 2 号）

SIMG

首次公开发行股票并在创业板上市
招股说明书
（申报稿）

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

保荐机构（主承销商）

中泰证券股份有限公司
ZHONGTAI SECURITIES CO.,LTD.

（山东省济南市市中区经七路 86 号）

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行股份数量不超过 3,667 万股，且占发行后总股本的比例不低于 25%。本次公开发行的股份均为新股，公司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/股
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 14,667 万股
保荐机构（主承销商）	中泰证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

声明

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东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，并承担相应的法律责任。

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、发行人控股股东以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

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

重大事项提示

本公司特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书全文，并特别关注以下重要事项及公司风险。

一、特别风险提示

本公司特别提醒投资者注意以下风险扼要提示，欲详细了解，请认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”。

（一）市场竞争加剧风险

公司所处行业属于互联网信息服务业，与报刊、电视、广播等传统媒体相比，互联网信息服务具备传播及时、互动性强等明显优势，逐步成为信息传播的主流方式。随着互联网新媒体经济的快速发展，吸引越来越多的竞争者进入该领域，公司面临的市场竞争日趋激烈，如果公司在未来发展中未能紧跟市场需求，及时提高公司的市场竞争力，将可能在未来的竞争中处于不利地位。

（二）业务资质到期不能续期风险

互联网信息行业相关管理规定要求从事互联网信息服务的主体需取得相关资质，行业具有较高的业务资质门槛。在互联网新闻信息领域，公司拥有《互联网新闻信息服务许可证》《信息网络传播视听节目许可证》《网络出版服务许可证》《网络文化经营许可证》等资质证书，相关资质使得公司可以开展新闻采编、提供新闻信息服务、进行视听节目传播、网络出版等活动。未来若公司违反相关资质管理规定或无法满足相应资质标准所对应的条件，公司存在资质无法续期或被取消资质的风险，将给公司的日常经营带来不利影响。

（三）经营区域及客户性质集中的风险

报告期内，公司超过 90%的营业收入来源于山东省内。如果未来公司在山东省内的经营情况出现重大不利变化，而公司其他地区的业务又未能得以有效拓展，将对公司业务发展及整体盈利情况产生不利影响。

报告期各期，公司营业收入中来自政府部门和事业单位的收入比重分别为 49.45%、50.30%、53.01%和 58.74%，公司存在客户性质相对集中的风险。上述客户的业务需求较为稳定，信誉较好，履约能力较强，采购及资金拨付一般需依

据财政预算执行。若未来上述客户因受财政预算金额波动、付款周期延长等因素影响，导致其采购减少、重大款项延迟支付等情形发生，可能会对公司经营业绩带来不利影响。

（四）应收账款发生坏账的风险

报告期内，公司应收账款账面金额较大。报告期各期末，公司应收账款的账面价值分别为 13,159.70 万元、16,472.10 万元、19,853.47 万元及 24,207.77 万元，占同期公司总资产的比例分别为 26.63%、24.31%、25.81%及 33.43%。如果未来客户财务状况恶化或者经济形势发生不利变化，有可能导致公司应收账款不能及时收回而形成坏账，从而对公司营运资金周转产生不利影响。

（五）营业收入季节性波动风险

公司主营业务包括广告宣传服务、信息服务、移动增值业务及技术服务。由于广告宣传等部分业务一般从年初开始与客户洽谈，在上半年落实和制定广告排期计划，每年下半年为广告宣传业务旺季，客户产品上市发布、客户关系维护、产品推广、营销活动较多。同时，对于需要安装调试、集成服务的网站建设、技术开发等技术服务业务，通常在年初处于洽谈、招投标或者合同签订阶段，在产品安装调试完成，经客户验收合格并取得客户终验合格报告时一次性确认收入，合同签订与收入确认的时间差导致该类业务呈现一定的季节性特征，所以一季度及上半年销售收入及利润规模相对偏低，导致公司整体业务存在一定的季节性。

（六）税收优惠政策变动的风险

互联网信息服务行业是我国文化产业的重要组成部分，是国家政策扶持的重点行业，在财政、税收等方面享受国家统一制定的优惠政策。

公司为经营性文化事业单位转制企业，根据《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2014]84 号）、《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2019]16 号）等规定，报告期内，公司享受免征企业所得税税收优惠，同时手机报业务收入参照党报党刊类收入享受免征增值税优惠政策。

根据高新技术企业相关税收优惠政策，公司及子公司大众海蓝 2018 年至 2020 年属于高新技术企业，子公司信产公司 2019 年至 2021 年属于高新技术企

业，子公司齐鲁壹点 2020 年至 2022 年属于高新技术企业，相关主体在前述对应年度可享受高新技术企业所得税优惠税率。

根据小型微利企业相关税收优惠政策，发行人部分子公司在特定会计期间享受小型微利企业所得税优惠；根据增值税有关政策，除大众海蓝外，公司及其他子公司在政策适用期内享受生产、生活性服务业增值税加计抵减政策。

除此以外，根据相关税收优惠政策，公司报告期内享受文化事业建设费减免政策，子公司信产公司、大众海蓝滕州分公司和大鲁网络部分符合条件的业务收入享受特定增值税税收优惠，子公司半岛网络、大鲁网络、大众海蓝和部分分公司享受“六税两费”减免政策。

报告期内，公司及子公司享受的主要税收优惠金额分别为 1,910.39 万元、2,613.72 万元、2,837.16 万元和 750.72 万元，占当期利润总额的比例分别为 28.65%、37.88%、41.67%和 33.82%。税收优惠提升了公司的利润水平，若未来国家相关税收优惠政策发生变化，公司不再享受企业相关税收优惠政策，公司的利润水平将可能受到不利影响。

（七）政府补助无法持续的风险

报告期内，发行人计入当期损益的政府补助分别为 3,209.12 万元、1,991.49 万元、1,656.92 万元和 660.82 万元，占当期利润总额的比例分别为 48.12%、28.86%、24.33%和 29.77%。政府补助提升了公司的利润水平，如果未来政府补助政策发生变化，导致发行人不能继续享受政府补助，公司的利润水平将可能受到不利影响。

（八）知识产权纠纷风险

公司主要依托互联网网站、移动客户端等平台，将新闻内容进行传播，满足广大互联网用户对新闻信息的需求，并在不断开拓、挖掘用户资源的基础上，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。信息传播内容的数量及质量对于提高平台影响力和增加用户黏性至关重要。

公司的信息传播内容主要来源于自行采编及转载两种方式，内容转载已成为经营过程中的重要内容来源，由于转载过程中存在主观判断因素，可能会因转载导致知识产权纠纷，给公司带来相关诉讼风险。

二、发行人及相关方作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本公司、股东、董事、监事、高级管理人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺以及未能履行承诺的约束措施，具体承诺事项请参见本招股说明书“第十三节 附件/三、本次发行相关主体作出的重要承诺”。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

公司首次公开发行并上市前的滚存未分配利润全部由本次股票发行后的新老股东按持股比例共享。

四、本次发行后的股利分配政策

本次发行后的股利分配政策参见本招股说明书“第十节 投资者保护/二、发行后的股利分配政策、决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况。”

五、财务报告审计截止日后的主要经营状况

财务报告审计截止日至本招股说明书签署日之间，公司经营状况良好。公司所处行业未发生重大变化，公司的主要业务模式、主要客户及供应商群体、税收政策等均未发生重大变化，公司的董事、监事、高级管理人员未发生重大变更，公司未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

目录

发行概况 1

声明 2

重大事项提示 3

一、特别风险提示 3

二、发行人及相关方作出的重要承诺 6

三、本次发行前滚存利润的分配安排 6

四、本次发行后的股利分配政策 6

五、财务报告审计截止日后的主要经营状况 6

目录 7

第一节 释义 11

第二节 概览 15

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 15

二、本次发行概况 15

三、发行人报告期主要财务数据和财务指标 16

四、发行人主营业务经营情况 17

五、公司创新、创造、创意特征；科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况 20

六、发行人选择的上市标准 22

七、发行人公司治理特殊安排 22

八、募集资金用途 22

第三节 本次发行概况 24

一、本次发行的基本情况 24

二、与本次发行有关的机构 24

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系 26

四、本次发行的重要日期 26

第四节 风险因素 27

一、经营风险 27

二、创新风险 29

三、财务风险.....29
四、技术风险.....31
五、法律风险.....32
六、内控风险.....32
七、发行失败风险.....33
八、其他风险.....34
第五节 发行人基本情况.....35
一、发行人概况.....35
二、发行人设立情况.....35
三、发行人报告期内的股本和股东变化情况.....37
四、发行人报告期内的重大资产重组情况.....40
五、公司在其他证券市场的上市或挂牌情况.....40
六、发行人的股权结构情况.....40
七、发行人控股子公司、分公司、参股公司情况.....45
八、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况.....61
九、发行人股本情况.....66
十、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员.....68
十一、发行人员工情况.....81
十二、发行人党建工作情况.....83
第六节 业务和技术.....84
一、公司主营业务、主要产品或服务的情况.....84
二、公司所处行业的基本情况.....111
三、公司的竞争地位.....127
四、公司销售情况和主要客户.....135
五、公司采购情况和主要供应商.....142
六、公司主要资产情况.....146
七、公司特许经营权和主要经营资质情况.....151
八、发行人创新和研发情况.....153
九、发行人境外经营情况.....157
第七节 公司治理与独立性.....158

一、 发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况.....158
二、发行人特别表决权股份或类似安排的情况.....163
三、发行人协议控制架构的具体安排.....163
四、发行人内部控制情况.....163
五、公司报告期内违法违规行为情况.....163
六、发行人报告期内资金占用及对外担保情况.....169
七、发行人直接面向市场独立运营情况.....169
八、同业竞争.....171
九、关联方和关联交易.....177
第八节 财务会计信息与管理层分析.....201
一、财务报表.....201
二、审计意见和关键审计事项.....212
三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对公司具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析.....214
四、财务报表的编制基础及合并财务报表范围.....216
五、主要的会计政策和会计估计.....217
六、发行人适用的各种税项、税率和税收优惠情况.....267
七、非经常性损益.....272
八、主要财务指标.....273
九、经营成果分析.....275
十、资产质量分析.....312
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....333
十二、报告期的重大资本性支出与资产业务重组.....361
十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....361
十四、财务报告审计基准日后的主要财务信息及经营状况.....362
十五、盈利预测.....362
十六、信息系统核查情况.....362
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....364
一、募集资金运用概况.....364

二、募集资金投资项目情况.....365
三、未来发展规划.....377
第十节 投资者保护 381
一、信息披露和投资者关系.....381
二、发行后的股利分配政策、决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况.....382
三、本次发行前滚存利润的分配安排.....384
四、股东投票机制情况.....384
第十一节 其他重要事项 387
一、重大合同.....387
二、对外担保情况.....388
三、诉讼或仲裁事项.....388
四、公司控股股东、实际控制人重大违法的情况.....389
第十二节 声明 390
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明.....390
二、发行人控股股东声明.....391
三、保荐机构（主承销商）声明.....392
四、发行人律师声明.....395
五、会计师事务所声明.....396
六、资产评估复核机构声明.....397
七、验资复核机构声明.....399
第十三节 附件 400
一、备查文件目录.....400
二、备查文件的查阅.....400
三、本次发行相关主体作出的重要承诺.....401
附录 A 发行人及其下属企业拥有的主要注册商标 418
附录 B 发行人及其下属企业拥有的著作权.....424
附录 C 发行人及其下属企业拥有的域名 435

第一节 释义

除非文中另有所指，本报告中下列简称具有如下含义：

一、普通术语		
发行人、公司、本公司	指	山东省互联网传媒集团股份有限公司，由大众传媒于2015年7月15日更名而来
大众传媒	指	山东大众传媒股份有限公司
大众网	指	www.dzwww.com
大众有限	指	山东大众网传媒有限公司，公司前身
大众报业	指	山东大众报业（集团）有限公司
大众日报社	指	大众报业集团（大众日报社），原名大众日报社，2020年1月更名为大众报业集团（大众日报社）
半岛传媒	指	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司，及其前身山东大众报业（集团）半岛传媒有限公司
新华书店	指	山东新华书店集团有限公司
大众创投	指	山东大众创业投资有限公司
山东文投	指	山东省文化产业投资集团有限公司
广电网络	指	山东广电网络有限公司，2021年6月3日更名为中国广电山东网络有限公司
广电云传媒	指	山东广电云传媒有限公司
信产公司	指	山东大众信息产业有限公司
鼎彩网络	指	山东鼎彩网络科技有限公司
半岛网络	指	青岛半岛网络有限公司
大鲁网络	指	山东大鲁网络有限公司
大众云学	指	山东大众云学教育科技有限公司
齐鲁壹点	指	山东齐鲁壹点传媒有限公司（原山东日新传媒有限责任公司）
大众海蓝	指	山东大众海蓝信息科技有限公司
大众数科	指	山东大众数字文化科技有限公司
青岛硅谷	指	青岛硅谷互联网络有限公司
青岛幼吾幼	指	青岛幼吾幼网络有限公司
中国移动	指	中国移动通信集团有限公司
咪咕数字	指	咪咕数字传媒有限公司
咪咕视讯	指	咪咕视讯科技有限公司
中宣部	指	中国共产党中央委员会宣传部
中央外宣办	指	中国共产党中央委员会对外宣传办公室
国新办	指	中华人民共和国国务院新闻办公室
国家网信办	指	中华人民共和国国家互联网信息办公室
中央网信办	指	中共中央网络安全和信息化委员会办公室
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部，前身为信息产业部
国家广电总局	指	中华人民共和国国家广播电视总局

国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
山东省委宣传部	指	中国共产党山东省委员会宣传部
青岛市委宣传部	指	中国共产党青岛市委员会宣传部
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《上市规则》	指	《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》
《证券期货法律适用意见第1号》	指	《证券期货法律适用意见第1号——〈首次公开发行股票并上市管理办法〉第十二条“实际控制人没有发生变更”的理解和适用》
《公司章程》	指	发行人现行有效的《山东省互联网传媒集团股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《<山东省互联网传媒集团股份有限公司章程（草案）>（上市后适用）》
中泰证券、保荐机构、保荐人、主承销商	指	中泰证券股份有限公司
发行人律师、公司律师	指	上海泽昌律师事务所
申报会计师、审计机构、致同会计师、致同	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
评估机构	指	北京国友大正资产评估有限公司
验资机构	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
报告期、最近三年一期	指	2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月
报告期各期末	指	2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日和 2022 年 6 月 30 日
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元
二、专业术语		
BAT	指	中国三大互联网公司百度公司（Baidu）、阿里巴巴集团（Alibaba）、腾讯公司（Tencent）首字母的缩写
CNNIC	指	中国互联网络信息中心（China Internet Network Information Center），是经国家主管部门批准，于1997年6月3日组建的管理和服务机构，行使国家互联网络信息中心的职责，负责管理维护中国互联网地址系统，负责国家网络基础资源的运行管理和服务，承担国家网络基础资源的技术研发并保障安全，开展互联网发展研究并提供咨询
PC	指	个人计算机，是指一种大小、价格和性能适用于个人使用的多用途计算机。台式机、笔记本电脑到小型笔记本电脑和平板电脑以及超级本等都属于个人计算机
4G	指	第四代移动通信及其技术的简称，是集3G与WLAN于一体并能够传输高质量视频图像的技术产品，4G是继第三代以后的又一次无线通信技术演进

5G	指	第五代移动通信技术（5th Generation Mobile Communication Technology）的简称，是具有高速率、低时延和大连接特点的新一代宽带移动通信技术，是实现人机物互联的网络基础设施
ICP	指	网络内容服务提供商（Internet Content Provider），即向广大用户综合提供互联网信息服务和增值业务服务的提供商
WAP	指	无线应用协议（Wireless Application Protocol），是一项全球性的网络通信协议。WAP定义可通用的平台，把目前Internet 网上HTML 语言的信息转换成用WML（Wireless Markup Language）描述的信息，显示在移动电话的显示屏上
NLP	指	自然语言处理（Natural Language Processing），是研究人与计算机交互的语言问题的一门学科
AI	指	人工智能（Artificial Intelligence），是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学
APP	指	智能手机的第三方应用程序
Flash	指	因特网网页上一种交互式矢量动画文件格式
VR	指	虚拟现实技术（英文名称：Virtual Reality，缩写为VR），囊括计算机、电子信息、仿真技术，其基本实现方式是计算机模拟虚拟环境从而给人以环境沉浸感
AR	指	增强现实（Augmented Reality）技术，是一种将虚拟信息与真实世界巧妙融合的技术，广泛运用了多媒体、三维建模、实时跟踪及注册、智能交互、传感等多种技术手段，将计算机生成的文字、图像、三维模型、音乐、视频等虚拟信息模拟仿真后，应用到真实世界中，两种信息互为补充，从而实现对真实世界的“增强”
受众	指	信息传播的接收者，包括报刊和书籍的读者、广播的听众、电影电视的观众、互联网用户、移动终端用户、移动应用用户等
网络舆情	指	通过互联网传播的社会公众对现实生活中的热点、焦点问题所持的具有较强影响力、倾向性的言论和观点
手机报	指	以短信、彩信、WAP、语音、APP等形式向手机用户提供的新闻、民生、财经、农业、教育、生活、娱乐、体育等资讯信息
大数据	指	大数据（big data），或称巨量资料，指的是所涉及的资料量规模巨大到无法透过主流软件工具，在合理时间内达到撷取、管理、处理、并整理成为帮助企业经营决策更积极目的的资讯
物联网	指	Internet of Things（简称IoT），是指通过各种信息传感器、射频识别技术、全球定位系统、红外感应器、激光扫描器等各种装置与技术，实时采集任何需要监控、连接、互动的物体或过程，采集其声、光、热、电、力学、化学、生物、位置等各种需要的信息，通过各类可能的网络接入，实现物与物、物与人的泛在连接，实现对物品和过程的智能化感知、识别和管理。物联网是一个基于互联网、传统电信网等的信息承载体，它让所有能够被独立寻址的普通物理对象形成互联互通的网络

注：除非特别说明，本招股说明书部分表格中单项数据加总数与表格合计数可能存在微小差异，均因计算过程中的四舍五入所形成。

第二节 概览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	山东省互联网传媒集团股份有限公司	成立日期	2008 年 8 月 18 日
注册资本	11,000 万元	法定代表人	林忠礼
注册地址	山东省济南市历下区泺源大街 2 号	主要生产经营地址	山东省济南市历下区泺源大街 2 号
控股股东	山东大众报业（集团）有限公司	实际控制人	山东省财政厅
行业分类	I64 互联网和相关服务	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	中泰证券股份有限公司	主承销商	中泰证券股份有限公司
发行人律师	上海泽昌律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	致同会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	北京国友大正资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 3,667 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
其中：发行新股数量	不超过 3,667 万股	占发行后总股本比例	不低于 25.00%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 14,667 万股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（根据发行价格除以发行后每股收益计算，发行后每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）		
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（每股发行价格除以发行后每股净资产）		
发行方式	本次发行采用网下向符合条件的投资者询价配售和网上向持有深圳市场非限售 A 股股份和非限售存托凭证市值的社会公众投资者定价发行相结合的方式，或中国证监会、深交所认可		

	的其他发行方式
发行对象	符合资格的询价对象和在深交所开户并持有创业板交易账户的境内自然人、法人等投资者（法律、行政法规、所适用的其他规范性文件禁止购买者除外）或中国证监会、深交所认可的其他对象
承销方式	保荐机构（主承销商）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	本次发行的承销费、保荐费、审计及验资费、律师费、信息披露费、发行手续费等发行相关费用由发行人承担
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	全媒体采编平台升级建设项目
	大数据智能信息处理平台升级建设项目
	数字化网络营销平台升级项目
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：1、承销及保荐费【】万元；2、审计及验资费【】万元；3、律师费【】万元；4、用于本次发行的信息披露费用【】万元；5、本次发行上市手续费用等其他费用【】万元
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

三、发行人报告期主要财务数据和财务指标

项目	2022-06-30 /2022 年 1-6 月	2021-12-31 /2021 年度	2020-12-31 /2020 年度	2019-12-31 /2019 年度
资产总额（万元）	72,423.58	76,910.56	67,753.17	49,410.57
归属于母公司所有者权益（万元）	46,795.97	44,732.56	41,166.77	27,602.59
资产负债率（母公司）（%）	34.90	42.27	29.38	34.13
营业收入（万元）	22,564.17	55,627.39	46,394.54	39,404.90
净利润（万元）	2,173.17	6,698.43	6,773.84	6,422.90
归属于母公司所有者的净利润（万元）	2,063.41	6,294.75	6,564.18	6,203.24
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	1,632.90	4,781.95	4,798.51	3,044.16
基本每股收益（元）	0.19	0.57	0.73	0.69
稀释每股收益（元）	0.19	0.57	0.73	0.69
加权平均净资产收益	4.51%	14.50%	21.25%	24.69%

项目	2022-06-30 /2022 年 1-6 月	2021-12-31 /2021 年度	2020-12-31 /2020 年度	2019-12-31 /2019 年度
率				
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-8,089.44	9,040.63	8,464.86	6,039.48
现金分红（万元）	-	2,728.95	-	2,488.68
研发投入占营业收入的比例（%）	3.42	2.82	3.39	3.74

四、发行人主营业务经营情况

（一）主营业务及产品

公司是山东省人民政府批准设立的以互联网技术、移动通信技术为支撑的大型骨干网络文化传媒集团。

作为山东省重点文化传媒产业集团，公司建立以“大众网”“齐鲁晚报网”“半岛网”和“鲁中网”等为核心的网站集群，将原创性、权威性、及时性的新闻内容通过互联网进行传播，满足广大互联网用户对于新闻信息的需求，并以此为基础不断开拓、挖掘用户资源，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。公司目前已形成以互联网网群为核心，以“山东手机报”“海报新闻”“齐鲁壹点”等系列媒体产品为延伸，以 16 市地方频道为保障的互联网矩阵，形成了 PC 端与移动端“互联互通”“共享共用”的新局面，成为覆盖山东、辐射全国的主流舆论平台。

公司将立足现有业务框架，加强各媒体平台的融合发展，持续科技创新、模式创新、业态创新，打造符合新时代互联网发展趋势的现代文化传媒企业。

（二）主要经营模式

经过多年的经营和行业积累，公司已拥有了广泛的用户基础，具有了优质的客户资源和媒体价值，并以此为基础开展经营活动。公司的主营业务包括广告宣传服务、信息服务、移动增值业务及技术服务。

广告宣传服务。公司目前已经形成以“大众网”为核心，以“齐鲁晚报网”“半岛网”“鲁中网”为支撑，以“海报新闻”和“齐鲁壹点”客户端为延伸的综合新闻传播体系，公司广告宣传服务系基于公司强大的网络传播能力，通过公司运营的新闻媒体资讯平台，在提供优质新闻信息的基础上，通过图片、Flash、

文字链接、视频、网络直播等多种表现形式为客户提供形式多样的广告及信息宣传服务。相较于传统的通栏、浮标等网站广告的宣传方式，专题制作、短视频拍摄、网络直播等宣传方式则是新媒体时代更受用户欢迎的宣传推广方式，而宣传活动的策划与执行是进行深度专题制作、短视频拍摄、网络直播的基础，为线上宣传信息的发布提供了丰富的素材。线上宣传与线下活动执行在宣传服务中相辅相成，进而达到了更好的宣传效果。

信息服务。公司信息服务业务主要为舆情服务。公司根据客户需求，在网络信息的积累和大数据的基础上，进行媒体信息的挖掘、定制、监测、分析、研究和判断，并向客户提供舆情研究咨询相关的服务，帮助客户应对网络舆论危机和提升品牌价值。公司还根据客户的需要向其推送舆情咨询分析报告。

移动增值业务。公司移动增值业务主要为手机报业务，通过电信运营商的信息传播渠道向订阅用户移动终端发送时政新闻、民生资讯、行业信息、党政资讯等新闻信息内容。

技术服务。公司拥有多年网站建设、运营和维护经验，拥有坚实的技术支持基础，凭借自主采编、公信力和权威性等方面的优势，承担各类地方党政机关、学校及各行业客户的网站设计、建设调试、运营维护及其他软硬件类技术服务。

报告期内，公司主营业务收入构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告宣传服务	15,801.21	70.59%	37,033.85	67.21%	29,887.69	65.60%	24,458.30	62.56%
信息服务	3,060.92	13.67%	6,194.77	11.24%	5,630.03	12.36%	4,709.53	12.05%
移动增值业务	1,032.45	4.61%	3,714.83	6.74%	3,922.97	8.61%	3,933.58	10.06%
技术服务	2,490.82	11.13%	8,160.96	14.81%	6,120.05	13.43%	5,995.41	15.33%
合计	**22,385.40**	**100.00%**	**55,104.41**	**100.00%**	**45,560.74**	**100.00%**	**39,096.82**	**100.00%**

（三）竞争地位

公司主要以 PC 端和移动端为载体经营互联网信息服务业务，该行业的核心竞争力主要取决于用户数量、新闻资讯影响力、信息服务质量等因素。公司凭借省内强大的地域优势、优秀的采编和运营团队、良好的政府关系，向网民提供权威、及时、客观的新闻信息内容及综合信息服务，取得了广大网民和用户的认可，在山东省内形成了显著的品牌优势。

大众网是国新办确定的全国重点地方新闻网站，同时也是世界了解山东的重要窗口。公司始终明确责任定位，坚持新闻信息的权威性、准确性和及时性，注重内容建设，新闻作品多次获得中国新闻奖，在全国省级互联网媒体地位名列前茅。截至目前，公司新闻作品 16 次获得中国新闻奖，5 获中国新闻奖一等奖，综合实力居省级重点新闻网站前列。

公司建立了以大众网、齐鲁晚报网、半岛网和鲁中网等为核心的网站集群为基础，以山东手机报、海报新闻、齐鲁壹点等系列媒体产品为延伸，以全省 16 市地方频道为保障的互联网传播矩阵。报告期内，公司全力推进“海报新闻”客户端平台型新媒体建设，专注时政财经、深度原创新闻，打造全国一流大端；齐鲁壹点坚持“在线化、智能化、智慧化、视频化”的发展方向，实现新闻资讯、生活服务、爆料互动等全时覆盖，实现内容生产、商业服务、价值传递等全方位运营；山东手机报覆盖用户超过 3,000 万，形成了覆盖山东、辐射全国的主流舆论场。

2007 年，大众网被中宣部列入首批省级新闻网站舆情信息直报点。2009 年，大众网承办山东省第一届网络舆情管理论坛；2012 年，大众网创办山东省第一本舆情内刊《大众舆情参考》；2014 年，大众网被省委宣传部列入舆情信息直报点；2016 年至 2018 年，连续三年完成山东省重大舆情立项课题。公司先后有 6 人次获得中宣部舆情信息工作先进个人，10 人次获得省委宣传部舆情信息工作先进个人，2014 年至 2021 年连续 8 年获得山东省舆情信息工作先进单位，荣获 2021 年中宣部舆情信息工作优秀单位。

五、公司创新、创造、创意特征；科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）公司创新、创造、创意特征

公司从事的互联网信息服务业务主要依托互联网网站、移动客户端等，将新闻内容进行传播，满足广大互联网用户对新闻信息的需求，并在不断开拓、挖掘用户资源的基础上，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。公司积极优化商业模式，持续探索先进的广告技术，勇于拓展服务领域，逐渐形成公司成长的核心驱动力。相较于传统的广告和信息服务行业，公司主营业务的创新、创造、创意特征体现在如下方面：

1、创新宣传推广形式，开展综合宣传服务

公司目前已经形成以“大众网”为核心，以“齐鲁晚报网”“半岛网”“鲁中网”为支撑，以“海报新闻”和“齐鲁壹点”客户端为突破的综合新闻传播体系。公司通过多类型新闻媒体资讯平台，联合 PC 端、移动端等新媒体信息传播渠道，为客户提供综合宣传服务。

公司的广告宣传服务形式呈现多样化发展态势，除传统的网站广告推送外，通过网络品牌推广、网络视频直播等方式能够使客户或其产品达到更好的宣传效果。公司设立有专业化的行业运营团队，根据客户的个性化需求制订信息传播策略和执行方案，并通过文字、图片、插件、数据、链接、视频等多种媒体形式进行营销和推广。公司广告宣传服务通过创新宣传推广形式，满足不同客户的多样化营销需求，充分利用互联网、移动客户端平台开展综合宣传服务。

2、注重科技创新，运用新兴信息技术提升服务能力

随着新一代信息技术的发展及应用日趋成熟，公司积极研究和推动相关信息技术在主营业务中的应用，提升公司业务服务能力。

公司运用 5G、大数据、人工智能、物联网等技术，全面提升产品传播力、影响力。围绕智慧媒体和大数据两大发展方向，优化技术产业布局，公司已形成了基于大数据和人工智能技术的新闻大数据中心，通过大数据及人工智能技术，

为内容生产者提供涉及内容采集、编辑、存储、分发等全新闻链路的专有技术和通用工具，为各级各类的媒体融合发展进行全方位技术赋能。

信息服务方面，公司自主研发“大众情报工作平台”，在全国省级媒体当中，率先拥有了自主知识产权的舆情监测和分析软件。系统通过对全网进行 7×24 小时相关舆情信息的采集，并基于 NLP、大数据技术自研的大数据处理平台，进行加工，对当前舆情、社会热点话题、突发事件进行快速识别、自动预警和传播分析，应用于用户手机端的“掌上舆情”“舆情 24 小时”等 APP 也相继得到推广应用。截至目前，公司共登记注册舆情相关软件著作权 20 余项。此外，公司还自主研发了“垃圾数据处理模型”“自动预警模型”“情感、地域、行业识别模型”等多个 AI 模型，进一步解放了舆情生产力。

3、注重内容创新，为用户提供权威、准确、及时、高质量的新闻内容

公司是山东省人民政府批准设立的大型骨干网络文化传媒集团。公司具备独立的内容采编团队，拥有专业化的新闻从业人员，依托强大的内容资源和地域资源优势，能够对时讯要闻和热点信息作出及时、准确、适当的反馈，保证了新闻信息质量的竞争力。

公司在山东省 16 地市拥有丰富的新闻资源，通过充分发挥深耕地市的区域优势，深入当地百姓的生活圈，适应当地网民的资讯偏好，针对性地开展信息服务。

公司坚持新闻信息的权威性、准确性和及时性，注重内容建设，将原创性、权威性、及时性的新闻内容通过互联网进行传播，满足广大互联网用户对于新闻信息的需求，新闻作品多次获得中国新闻奖，在全国省级互联网媒体地位名列前茅。截至目前，公司新闻作品 16 次获得中国新闻奖，5 获中国新闻奖一等奖，综合实力居省级重点新闻网站前列。

（二）公司科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

科技创新方面，公司高度重视对技术研发的投入，增强技术研发及应用能力，通过技术促进业务发展，优化用户体验。公司以 5G、大数据、人工智能、物联网等先进技术为牵引，重塑传播体系，提升各项业务的服务能力。

模式创新方面，公司继续深化“互联网+”模式，“互联网+平台”是借助公

司网络平台的影响力来承接重大平台建设运维和品牌建设等；“互联网+产品”涵盖广告宣传服务、舆情数据服务、电子政务服务等项目。

业态创新方面，随着人们生活和工作节奏加快、时间碎片化程度提高以及社会群体流动性增强，信息传播受众将更多地利用零碎的时间来获取信息。移动终端便捷性和易于携带等特点可以使用户在一天当中多次获取信息，大大优化了用户体验。公司积极加快移动化转型，打造海报新闻、齐鲁壹点等移动端产品，丰富了公司互联网传播矩阵。

新旧产业融合方面，随着技术发展和人们消费习惯转移，以报刊、杂志、广播、电视为代表的传统媒体日渐式微，而以 PC 终端和移动终端为代表的新兴信息传播媒体日益兴盛。作为新媒体运营商，公司通过自身的内容积累与技术探索，运用互联网技术、移动互联网技术，积极推动新技术与传统广告宣传需求、信息需求的融合，推动新媒体信息传播服务行业进一步发展，更好地满足客户需求。

六、发行人选择的上市标准

2020 年度和 2021 年度，公司归属于母公司所有者的净利润分别为 6,564.18 万元和 6,294.75 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 4,798.51 万元和 4,781.95 万元，合计 9,580.46 万元。

根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》，发行人选择的创业板上市标准为第（一）项标准：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000.00 万元”。

七、发行人公司治理特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司治理结构方面不存在特殊安排。

八、募集资金用途

经公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过，公司本次拟公开发行不超过 3,667 万股人民币普通股（A 股），募集资金扣除发行费用后，将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟使用募集资金投入金额	项目备案证书	建设期
1	全媒体采编平台升级建设项目	7,659.23	7,659.23	《山东省建设项目备案证明》（项目代码：2206-370102-04-04-885239）	3 年
2	大数据智能信息处理平台升级建设项目	6,469.21	6,469.21	《山东省建设项目备案证明》（项目代码：2206-370102-04-04-933740）	3 年
3	数字化网络营销平台升级项目	9,138.58	9,138.58	《山东省建设项目备案证明》（项目代码：2206-370102-04-04-361973）	3 年
合计		**23,267.02**	**23,267.02**		**-**

在本次发行募集资金到位前，公司将根据上述项目的实际进度，以自筹资金先行支付前期投入，待本次发行募集资金到位后再以募集资金置换已投入的自筹资金。若本次发行实际募集资金净额低于计划利用募集资金额，募集资金不足部分由公司通过自筹方式解决；若本次募集资金净额超过计划利用募集资金额，公司将严格按照监管机构的有关规定管理和使用超募资金。

本次发行上市的募集资金投资项目不存在与他人合作的情形；本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，不会对公司的独立性产生不利影响。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A 股）	
每股面值	人民币 1.00 元	
发行股数	本次向社会公众公开发行股票不超过 3,667 万股，占公司发行后总股本的比例不低于 25%，本次公开发行的股票全部为新股，不进行老股转让	
每股发行价格	【】元/股	
发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	【】	
保荐机构相关子公司拟参与战略配售情况	【】	
发行市盈率	【】倍（根据发行价格除以发行后每股收益计算，发行后每股收益按照【】年经审计的扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）	
发行前每股净资产	【】元（根据【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行前总股本计算）	
发行后每股净资产	【】元（根据【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东权益除以本次发行后总股本计算）	
发行前每股收益	【】元	
发行后每股收益	【】元	
发行市净率	【】倍（每股发行价格除以发行后每股净资产）	
发行方式	本次发行采用网下向符合条件的投资者询价配售和网上向持有深圳市场非限售 A 股股份和非限售存托凭证市值的社会公众投资者定价发行相结合的方式进行	
发行对象	符合资格的网下投资者和深圳证券交易所开户的境内自然人、法人等投资者（中国法律、法规、规章及规范性文件禁止者除外）或中国证监会规定的其他对象	
承销方式	余额包销	
发行费用	保荐费用和承销费用	【】
	审计及验资费用	【】
	律师费用	【】
	信息披露费用	【】
	发行手续费用及其他	【】

二、与本次发行有关的机构

（一）保荐机构（主承销商）

中泰证券股份有限公司	
法定代表人	李峰
住所	山东省济南市经七路 86 号

电话	010-59013886
传真	010-59013800
保荐代表人	孙参政、王秀娟
项目协办人	姜晓真
其他经办人员	马睿、曾鸣谦、田彬、刘静、童晓晓、孙绍阳、韦小闲、范忠航

（二）发行人律师

上海泽昌律师事务所	
负责人	李振涛
住所	上海市浦东新区世纪大道 1589 号长泰国际金融大厦 11 层
电话	021-50430980
传真	021-50432907
经办律师	刘波、石百新、毕加灏

（三）审计机构

致同会计师事务所（特殊普通合伙）	
负责人	李惠琦
住所	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层
电话	010-85665858
传真	010-85665120
经办注册会计师	胡乃忠、李满

（四）验资机构

致同会计师事务所（特殊普通合伙）	
负责人	李惠琦
住所	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层
电话	010-85665858
传真	010-85665120
经办注册会计师	胡乃忠、李满

（五）资产评估机构

北京国友大正资产评估有限公司（原北京大正海地人资产评估有限公司）	
法定代表人	陈冬梅
住所	北京市朝阳区建国路乙 118 号 8 层 08A/08B/08C/08D/08E/08G/08H/09B/09C/09D 室
电话	010-85868816
传真	010-85868385
经办资产评估师	刘敦国、葛霄鹏

（六）股票登记机构

中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司	
住所	深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
电话	0755-25938000
传真	0755-25988122

（七）拟上市证券交易所

深圳证券交易所	
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话	0755-82083333
传真	0755-82083164

（八）收款银行

【】	
户名	中泰证券股份有限公司
账号	【】

三、发行人与有关中介机构的股权关系和其他权益关系

发行人与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任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行的重要日期

刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

第四节 风险因素

投资者在评价本公司此次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他各项资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素是根据重要性原则和可能影响投资者决策的程度大小排序，但并不表示风险因素依次发生。

一、经营风险

（一）市场竞争加剧风险

公司所处行业属于互联网信息服务业，与报刊、电视、广播等传统媒体相比，互联网信息服务具备传播及时、互动性强等明显优势，逐步成为信息传播的主流方式。随着互联网新媒体经济的快速发展，吸引越来越多的竞争者进入该领域，公司面临的市场竞争日趋激烈，如果公司在未来发展中未能紧跟市场需求，及时提高公司的市场竞争力，将可能在未来的竞争中处于不利地位。

（二）业务资质到期不能续期风险

互联网信息行业相关管理规定要求从事互联网信息服务的主体需取得相关资质，行业具有较高的业务资质门槛。在互联网新闻信息领域，公司拥有《互联网新闻信息服务许可证》《信息网络传播视听节目许可证》《网络出版服务许可证》《网络文化经营许可证》等资质证书，相关资质使得公司可以开展新闻采编、提供新闻信息服务、进行视听节目传播、网络出版等活动。未来若公司违反相关资质管理规定或无法满足相应资质标准所对应的条件，公司存在资质无法续期或被取消资质的风险，将给公司的日常经营带来不利影响。

（三）经营区域及客户性质集中的风险

报告期内，公司超过 90%的营业收入来源于山东省内。如果未来公司在山东省内的经营情况出现重大不利变化，而公司其他地区的业务又未能得以有效拓展，将对公司业务发展及整体盈利情况产生不利影响。

报告期各期，公司营业收入中来自政府部门和事业单位的收入比重分别为 49.45%、50.30%、53.01%和 58.74%，公司存在客户性质相对集中的风险。上述客户的业务需求较为稳定，信誉较好，履约能力较强，采购及资金拨付一般需依据财政预算执行。若未来上述客户因受财政预算金额波动、付款周期延长等因素

影响，导致其采购减少、重大款项延迟支付等情形发生，可能会对公司经营业绩带来不利影响。

（四）产业政策变化风险

互联网信息服务行业是国家重点支持和发展的产业，国家和地方有关部门出台了《国家信息化发展战略纲要》《国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》《进一步支持文化企业发展的规定》《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》等一系列产业政策，支持互联网信息服务产业的发展。尽管现阶段公司从事的互联网信息服务行业受到产业政策的支持，但如果未来出现不利于公司业务发展的产业政策调整，将对公司的业务带来不利影响。

（五）宏观经济波动的风险

公司成立以来一直从事互联网信息服务业务，主要依托互联网网站、移动客户端等平台，在不断开拓、挖掘用户资源的基础上，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。从互联网行业的整体发展趋势来看，互联网产业在国民经济的比重不断提升，逐步成为中国经济发展的新引擎。尽管如此，考虑到互联网信息服务业与宏观经济的景气程度具有较高的关联性，如宏观经济增速放缓，市场需求萎缩，客户采购互联网应用服务和产品的需求将有所下降。一旦宏观经济出现波动，将会给公司经营造成不利影响。

（六）人才流失风险

公司所处的互联网信息服务行业属于技术和智力密集型行业，业务的快速发展有赖于采编、产品研发、管理和营销等领域的高端人才。如果公司未来不能在发展前景、薪酬、福利、工作环境等方面持续提供具有竞争力的待遇和激励机制，可能会造成人才队伍的不稳定以及核心技术人员的流失，从而对公司的经营业绩及长远发展造成不利影响。

（七）房产租赁风险

公司为轻资产的互联网企业，固定资产较少，主要固定资产为电子设备。报告期内，公司的经营场所主要通过租赁方式取得。截至本招股说明书签署日，公司租赁房产中存在出租方未能提供房屋产权证书或产权人授权其出租的证明、租赁使用划拨地或集体建设用地上建造的房产以及房屋租赁未办理租赁备案的情

形。公司及其子公司、分公司不涉及大型、不可移动的工业生产线或厂房设备，对于办公用房的灵活性较高，同时，该等租赁的办公用房在公司及其分、子公司经营区域内不具有稀缺性和独特性，但仍不能排除因前述租赁房产瑕疵导致公司及其分、子公司出现无法续租、搬迁或其他无法继续使用租赁房产从而短期内对公司日常经营业务的开展造成不利影响的情形。

二、创新风险

互联网信息服务行业主要依托互联网网站、移动客户端等，将新闻内容进行传播，满足广大互联网用户对新闻信息的需求，并在不断开拓、挖掘用户资源的基础上，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。随着互联网技术的发展，媒体的传播介质不断发展丰富，新的媒体形态不断涌现，用户需求及商业模式也在不断创新。如果公司在未来发展中，不能及时捕捉和快速响应技术变革和用户需求的变化，进而对现有经营及盈利模式进行完善和创新，公司的盈利能力可能受到削弱，从而对公司的业绩产生不利影响。

三、财务风险

（一）应收账款发生坏账的风险

报告期内，公司应收账款账面金额较大。报告期各期末，公司应收账款的账面价值分别为 13,159.70 万元、16,472.10 万元、19,853.47 万元及 24,207.77 万元，占同期公司总资产的比例分别为 26.63%、24.31%、25.81%及 33.43%。如果未来客户财务状况恶化或者经济形势发生不利变化，有可能导致公司应收账款不能及时收回而形成坏账，从而对公司营运资金周转产生不利影响。

（二）毛利率下降的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 52.87%、51.89%、51.59%和 53.51%。公司毛利率受行业竞争状况、供应商采购成本、人力成本等因素的影响。未来随着市场竞争的加剧、人工成本的上升，如果公司不能采取有效手段提升公司产品和服务的竞争力，公司存在着毛利率下降的风险。

（三）营业收入季节性波动风险

公司主营业务包括广告宣传服务、信息服务、移动增值业务及技术服务。由

于广告宣传等部分业务一般从年初开始与客户洽谈，在上半年落实和制定广告排期计划，每年下半年为广告宣传业务旺季，客户产品上市发布、客户关系维护、产品推广、营销活动较多。同时，对于需要安装调试、集成服务的网站建设、技术开发等技术服务业务，通常在年初处于洽谈、招投标或者合同签订阶段，在产品安装调试完成，经客户验收合格并取得客户终验合格报告时一次性确认收入，合同签订与收入确认的时间差导致该类业务呈现一定的季节性特征，所以一季度及上半年销售收入及利润规模相对偏低，导致公司整体业务存在一定的季节性。

（四）税收优惠政策变动的风险

互联网信息服务行业是我国文化产业的重要组成部分，是国家政策扶持的重点行业，在财政、税收等方面享受国家统一制定的优惠政策。

公司为经营性文化事业单位转制企业，根据《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2014]84 号）、《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税[2019]16 号）等规定，报告期内，公司享受免征企业所得税税收优惠，同时手机报业务收入参照党报党刊类收入享受免征增值税优惠政策。

根据高新技术企业相关税收优惠政策，公司及子公司大众海蓝 2018 年至 2020 年属于高新技术企业，子公司信产公司 2019 年至 2021 年属于高新技术企业，子公司齐鲁壹点 2020 年至 2022 年属于高新技术企业，相关主体在前述对应年度可享受高新技术企业所得税优惠税率。

根据小型微利企业相关税收优惠政策，发行人部分子公司在特定会计期间享受小型微利企业所得税优惠；根据增值税有关政策，除大众海蓝外，公司及其他子公司在政策适用期内享受生产、生活性服务业增值税加计抵减政策。

除此以外，根据相关税收优惠政策，公司报告期内享受文化事业建设费减免政策，子公司信产公司、大众海蓝滕州分公司和大鲁网络部分符合条件的业务收入享受特定增值税税收优惠，子公司半岛网络、大鲁网络、大众海蓝和部分分公司享受“六税两费”减免政策。

报告期内，公司及子公司享受的主要税收优惠金额分别为 1,910.39 万元、2,613.72 万元、2,837.16 万元和 750.72 万元，占当期利润总额的比例分别为

28.65%、37.88%、41.67%和 33.82%。税收优惠提升了公司的利润水平，若未来国家相关税收优惠政策发生变化，公司不再享受企业相关税收优惠政策，公司的利润水平将可能受到不利影响。

（五）政府补助无法持续的风险

报告期内，发行人计入当期损益的政府补助分别为 3,209.12 万元、1,991.49 万元、1,656.92 万元和 660.82 万元，占当期利润总额的比例分别为 48.12%、28.86%、24.33%和 29.77%。政府补助提升了公司的利润水平，如果未来政府补助政策发生变化，导致发行人不能继续享受政府补助，公司的利润水平将可能受到不利影响。

四、技术风险

（一）技术迭代风险

发行人作为互联网信息服务企业，技术升级迭代是实现可持续发展的重要手段，对于业务开展过程中需要的内容管理系统、媒体平台、广告管理系统、运营系统等也需要通过技术升级迭代来进行优化，以不断提升用户体验，强化自身的核心竞争力。

技术升级迭代有赖于行业相关技术的成熟程度和研发人员的主观创造性，如果公司无法及时跟进互联网技术的革新，公司将可能面临技术水平落后、运营成本升高等风险，从而在一定程度上影响本公司的市场竞争地位。

（二）网络及系统安全风险

公司主要以 PC 端和移动端为载体经营互联网信息服务业务，由于用户习惯、重大时事等原因，公司媒体平台的访问量短时间内会有较大波动的可能，稳定性面临一定的挑战。如果运维团队不能及时对访问量预估、适时对网络资源进行弹性扩容以提高平台的稳定性，将有可能出现媒体平台不能正常访问、影响用户体验的情形。

此外，公司受到来自互联网上广泛存在的病毒、木马、网络入侵、系统攻击等安全威胁，存在因第三方原因或者不可抗力等因素造成的网站数据丢失、系统不能正常运行的风险，从而对公司的品牌影响力造成不利影响。

五、法律风险

（一）知识产权纠纷风险

公司主要依托互联网网站、移动客户端等平台，将新闻内容进行传播，满足广大互联网用户对新闻信息的需求，并在不断开拓、挖掘用户资源的基础上，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。信息传播内容的数量及质量对于提高平台影响力和增加用户黏性至关重要。

公司的信息传播内容主要来源于自行采编及转载两种方式，内容转载已成为经营过程中的重要内容来源，由于转载过程中存在主观判断因素，可能会因转载导致知识产权纠纷，给公司带来相关诉讼风险。

（二）行业监管的风险

公司是一家以互联网技术和移动通信技术为支撑的新媒体企业，所处行业为互联网信息服务行业，受中宣部、国家网信办、工信部等多个部门的严格监督和管理。国家有关部门对行业市场准入和经营等均制定了严格的监管措施。如果公司未来不能持续满足国家产业政策、行业准入政策以及相关标准的要求，或者公司出现违法违规等现象，则可能受到国家有关部门的处罚，从而对公司的生产经营带来不利影响。

六、内控风险

（一）控股股东不当控制的风险

本次发行前，公司的控股股东为大众报业，大众报业通过其自身及其控制的大众创投、山东文投直接及间接控制本公司 86.36%的股份；本次发行完毕，大众报业直接及间接控制的本公司股份比例依然超过 50%，能够对公司的董事人选、经营决策和管理、投资方向、资产交易、修改公司章程及股利分配等重大事项的决策予以控制或施加重大影响，不能排除在本次发行后，因控股股东不当行使表决权，而对发行人和其他股东的利益产生不利影响。

（二）公司规模扩大带来的管理风险

报告期内，发行人营业收入分别为 39,404.90 万元、46,394.54 万元、55,627.39 万元和 22,564.17 万元，资产总额分别为 49,410.57 万元、67,753.17 万元、76,910.56

万元和 72,423.58 万元，经营规模实现较快增长。随着本次发行后募集资金到位，未来公司的人员规模及业务规模将进一步扩大，对公司组织管理水平也提出了更高要求。若公司不能根据未来快速发展的需要及时优化公司内部组织结构，适时调整和优化管理体系，提升内部运营效率，将对公司经营业绩产生不利影响。

（三）关联交易持续发生的风险

报告期内，公司与部分关联方发生了一定的关联交易。关联销售方面，发行人主要为关联方提供广告宣传服务、技术服务和信息服务等。报告期内，公司向关联方销售商品或提供劳务发生的经常性关联交易金额分别为 802.79 万元、1,155.46 万元、843.24 万元及 130.52 万元，占公司营业收入的比重分别为 2.04%、2.49%、1.52%及 0.58%。

关联采购方面，发行人主要向关联方采购广告宣传服务、物业服务、报刊杂志及活动服务等。报告期内，公司向关联方采购商品和接受劳务发生的关联交易金额分别为 272.65 万元、1,094.80 万元、942.36 万元和 166.41 万元，占公司营业总成本的比重分别为 0.77%、2.67%、1.94%和 0.81%。此外，报告期内，发行人向关联方租赁经营性办公用房屋的金额分别为 730.34 万元、960.72 万元、1,067.74 万元和 488.27 万元。

未来，公司仍将持续形成一定量的关联采购和关联销售，若公司未能严格执行规定的内控制度，无法有效控制关联交易规模或未能履行关联交易决策、审批程序，则存在关联方利用关联交易或往来损害公司或中小股东利益的风险。

七、发行失败风险

公司本次拟公开发行不超过 3,667.00 万股，占发行后总股本的比例不低于 25.00%，发行方式采用向参与网下配售的询价对象配售和网上资金申购定价发行相结合的方式，或中国证监会或深交所认可的其他方式（包括但不限于向战略投资者配售股票）。但若本次发行出现投资者认购不足或其他影响发行的不利情况，可能导致本次发行失败的风险。

八、其他风险

（一）募集资金投资项目相关风险

1、项目实施风险

公司本次发行募集资金，将投资于全媒体采编平台升级建设项目、大数据智能信息处理平台升级建设项目、数字化网络营销平台升级项目。在募集资金投资项目的实施过程中，不排除因行业、经济、技术发生重大变化，或者市场开拓未达预期所带来的风险，从而对募投项目的顺利实施和公司的预期收益造成一定影响。

2、新增固定资产折旧、无形资产摊销导致公司利润下滑的风险

由于本次募集资金投资项目投资规模较大，且主要为设备购置及工程建设支出，项目建成后将产生较大金额的固定资产，并产生较高的折旧费用。由于募集资金投资项目从开始建设到产生效益需要一段时间，且如果未来市场环境发生重大不利变化或者项目经营管理不善，使得募集资金投资项目产生的收入及利润水平未能实现原定目标，则公司仍存在因折旧费用增加而导致利润下滑的风险。

（二）净资产收益率和每股收益被摊薄的风险

本次募集资金到位后，公司的总股本和净资产将有一定幅度增加，公司整体资本实力得以提升。由于募集资金投资项目产生效益需要一定的过程和时间，因此，短期内公司净利润可能无法与股本及净资产保持同步增长，从而导致公司每股收益和净资产收益率等指标相对以前年度有所下降。公司存在本次发行完成后每股收益被摊薄和净资产收益率下降的风险。

（三）新冠疫情风险

自 2020 年初新冠疫情爆发以来，各地政府相继出台并严格执行了关于延迟复工、限制物流人流等疫情防控措施，各行各业均遭受了不同程度的影响。面对疫情公司根据相关要求采取积极应对措施，本次疫情尚未对公司报告期的经营业绩产生重大不利影响。尽管目前我国防控形势持续向好，但是未来如果疫情再次出现反复，可能对公司生产经营产生不利影响。

第五节 发行人基本情况

一、发行人概况

中文名称	山东省互联网传媒集团股份有限公司
英文名称	Shandong Internet Media Group Co., Ltd.
注册资本	11,000 万元
法定代表人	林忠礼
有限公司成立日期	2008-8-18
股份公司成立日期	2008-12-25
住所	山东省济南市历下区泺源大街 2 号
邮政编码	250014
电话号码	0531-85196652
传真号码	0531-85193611
互联网网址	www.dzwww.com
电子信箱	shandongdzwww@163.com
负责信息披露和投资者关系的部门、负责人和电话号码	董事会办公室，任义忠，0531-85196652

二、发行人设立情况

（一）有限公司设立情况

2008 年 5 月 20 日，山东正源和信有限责任会计师事务所出具《山东大众报业（集团）有限公司部分资产价值评估报告书》（鲁正信评报字[2008]第 1010 号），以 2008 年 2 月 29 日为评估基准日，大众报业拟用于投资的实物资产（电子设备、电脑、服务器等资产）评估价值为 5,015,911.80 元。

2008 年 5 月 21 日，经山东省文化体制改革和文化产业发展工作领导小组办公室以《关于<关于成立山东大众网传媒有限公司的请示>的批复》（鲁文产办[2008]4 号）批复同意，大众报业出资 1,350 万元设立大众有限，其中，以非货币形式出资 500 万元，以货币形式出资 850 万元。

2008 年 7 月 22 日，山东省财政厅以《关于核准大众报业集团（大众日报社）对外投资的非货币资产评估结果的函》（鲁财资[2008]73 号），确认该资产评估项目对应的经济行为已经山东省文化体制改革和文化产业发展工作领导小组办公室批准（鲁文产办[2008]4 号），《资产评估报告书》（鲁正信评报字[2008]第 1010 号）所揭示的评估结论对本次投资成立大众有限有效。

2008 年 7 月 23 日，山东正源和信有限责任会计师事务所出具《验资报告》（鲁正信验字[2008]第 1014 号），审验截至 2008 年 7 月 23 日，大众有限已收到全体股东缴纳的注册资本，合计 1,350 万元，其中以货币出资 850 万元，实物出资 500 万元（根据前述《验资报告》，大众报业已与大众有限于 2008 年 7 月 10 日就出资的实物资产办理了财产交接手续）。

2008 年 8 月 18 日，大众有限取得了山东省工商行政管理局核发的注册号为“370000000000566”的《企业法人营业执照》。

大众有限设立时的股权结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
大众报业	1,350.00	100.00%
合计	**1,350.00**	**100.00%**

（二）股份公司设立情况

2008 年 12 月 18 日，大众报业向山东省财政厅出具了《关于设立山东大众传媒股份有限公司的请示》，申请对大众有限进行股份制改造，以其净资产吸收半岛传媒和新华书店两家股东，变更为大众传媒。

2008 年 12 月 19 日，山东瑞华资产评估有限公司出具了《山东大众网传媒有限公司股份制改造项目资产评估报告》（鲁瑞华评报字[2008]第 019 号），对大众有限股份制改造涉及的全部资产和负债进行评估，以 2008 年 10 月 31 日为评估基准日，大众有限的净资产评估值为 1,380.20 万元。2016 年 3 月 31 日，北京大正海地人资产评估有限公司（2016 年 7 月更名为“北京国友大正资产评估有限公司”）出具《资产评估复核报告》（大正海地人评报字（2016）第 94B 号），对山东瑞华资产评估有限公司出具的《山东大众网传媒有限公司股份制改造项目资产评估报告》（鲁瑞华评报字[2008]第 019 号）进行了复核，认为前述评估结果基本公允。

2008 年 12 月 22 日，大众报业作出《关于山东大众网传媒有限公司变更为股份有限公司的决定》，决定引入半岛传媒及新华书店，大众有限变更为大众传媒，注册资本变更为 2,000 万元。其中大众报业出资 1,380 万元，半岛传媒出资 520 万元，新华书店出资 100 万元。

2008 年 12 月 22 日，大众报业、半岛传媒、新华书店签订了《发起人协议》，一致同意大众有限变更为大众传媒。同日，大众报业、半岛传媒、新华书店召开创立大会，审议通过公司章程，并选举公司董事、监事。

2008 年 12 月 23 日，北京天圆全有限责任会计师事务所山东分所出具《验资报告》（天圆全鲁验字[2008]第 24 号），审验截至 2008 年 12 月 23 日，大众传媒已收到全体股东缴纳的出资款，合计 2,000 万元，其中以评估后的净资产出资 1,380 万元，以货币出资 620 万元。

2008 年 12 月 24 日，山东省财政厅出具《关于核准山东大众网传媒有限公司股份制改造整体资产评估结果的函》（鲁财资[2008]133 号），确认大众有限资产评估对应的经济行为已经山东省人民政府第 30 次常务会议研究通过，《资产评估报告》（鲁瑞华评报字[2008]第 019 号）的评估结论对设立大众传媒有效。

2008 年 12 月 25 日，大众传媒取得了山东省工商行政管理局重新核发的注册号为“370000000000566”的《企业法人营业执照》。

变更后，大众传媒的股东及股本结构如下：

股东名称	出资额（万元）	出资比例
大众报业	1,380.00	69.00%
半岛传媒	520.00	26.00%
新华书店	100.00	5.00%
合计	**2,000.00**	**100.00%**

三、发行人报告期内的股本和股东变化情况

（一）报告期初股权结构

报告期初，发行人的股权结构情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例
1	大众报业	4,130.00	4,130.00	45.89%
2	大众创投	2,370.00	2,370.00	26.33%
3	广电网络	1,500.00	1,500.00	16.67%
4	山东文投	1,000.00	1,000.00	11.11%
合计		**9,000.00**	**9,000.00**	**100.00%**

（二）报告期内的股本及股东变化情况

1、2020 年 3 月，增资扩股

2020 年 3 月，公司注册资本由 9,000 万元增至 11,000 万元，具体情况如下：

2019 年 9 月 26 日，大众日报社党委常委会研究决定，同意公司启动增资扩股事项，由大众报业对公司增资，增资价格以资产评估值为准。

2020 年 1 月 21 日，公司召开股东大会并作出决议，同意将公司注册资本增至 11,000 万元，新增注册资本 2,000 万元全部由大众报业以货币形式认缴，同时修改公司章程。

2020 年 3 月 17 日，北京中林资产评估有限公司出具《资产评估报告》（中林评字[2020]26 号），公司于评估基准日 2019 年 6 月 30 日的股东全部权益的评估值为 31,320.00 万元。

2020 年 3 月 20 日，公司与大众报业签订《增资协议书》，大众报业以 3.5 元/股的价格对公司增资 2,000 万股，增资金额 7,000 万元，其中 2,000 万元作为公司新增注册资本，其余 5,000 万元计入资本公积。

2020 年 12 月 28 日，致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》（致同验字[2020]第 371C001049 号），截至 2020 年 12 月 25 日，公司已收到大众报业以货币形式缴纳的投资款 7,000 万元，其中新增注册资本（股本）2,000 万元，新增资本公积 5,000 万元。

2020 年 3 月 27 日，公司取得了山东省市场监督管理局核发的统一社会信用代码为“91370000679216165J”的《营业执照》。

本次增资完成后，公司的股东及股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	大众报业	6,130	55.73%
2	大众创投	2,370	21.55%
3	广电网络	1,500	13.64%
4	山东文投	1,000	9.09%
合计		**11,000**	**100.00%**

2、2021 年 9 月，股权转让

2021 年 9 月，公司原股东广电网络将其所持有的发行人 13.64%股份全部转让给广电云传媒，具体情况如下：

2021 年 6 月 28 日，广电网络召开董事会，拟转让其所持有的发行人 13.64%股份。

2021 年 7 月 13 日，广电网络的控股股东中国广电网络股份有限公司作出《关于对中国广电山东网络有限公司<转让互联网传媒股份的请示〉的批复》，授权广电网络自行决策推进后续股权转让工作的开展。

2021 年 8 月 3 日，中水致远资产评估有限公司出具中水致远评报字[2021]第 160068 号《资产评估报告》，广电网络所持有的发行人 13.64%的股份在评估基准日 2020 年 12 月 31 日的价值为 18,690.00 万元。

2021 年 8 月 17 日，广电网络就股权转让事宜在山东产权交易中心挂牌征集意向投资方，公告期为 20 个工作日。2021 年 9 月 15 日，山东产权交易中心出具《意向受让资格确认通知书》，确认意向受让方为广电云传媒。

2021 年 9 月 15 日，广电网络与广电云传媒签署《产权交易合同》，转让方广电网络将持有的发行人 13.64%股权以 18,690.00 万元转让给受让方广电云传媒。

本次股权转让完成后，公司的股东及股本结构如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	大众报业	6,130	55.73%
2	大众创投	2,370	21.55%
3	广电云传媒	1,500	13.64%
4	山东文投	1,000	9.09%
合计		**11,000**	**100.00%**

（三）发行人设立以来历次股权变动过程是否曾经存在瑕疵或者纠纷

发行人自设立至今的历史沿革中存在未取得国资主管部门审批、未履行国有资产评估备案程序等瑕疵。针对公司历史沿革中存在的瑕疵，山东省财政厅于 2021 年 10 月 19 日出具《山东省财政厅关于山东省互联网传媒集团股份有限公

司国有股权及历史沿革有关事项的批复》（鲁财文[2021]14 号），确认公司历次股权变动界定清晰、归属明确，未发现侵害国有资产或造成国有资产流失的问题。

保荐人及发行人律师认为：公司历史股权变动中存在的未取得国资主管部门审批等瑕疵已经过国资主管部门事后确认，不存在纠纷，不会对发行人本次发行上市构成法律障碍。

四、发行人报告期内的重大资产重组情况

报告期内，发行人未发生重大资产重组。

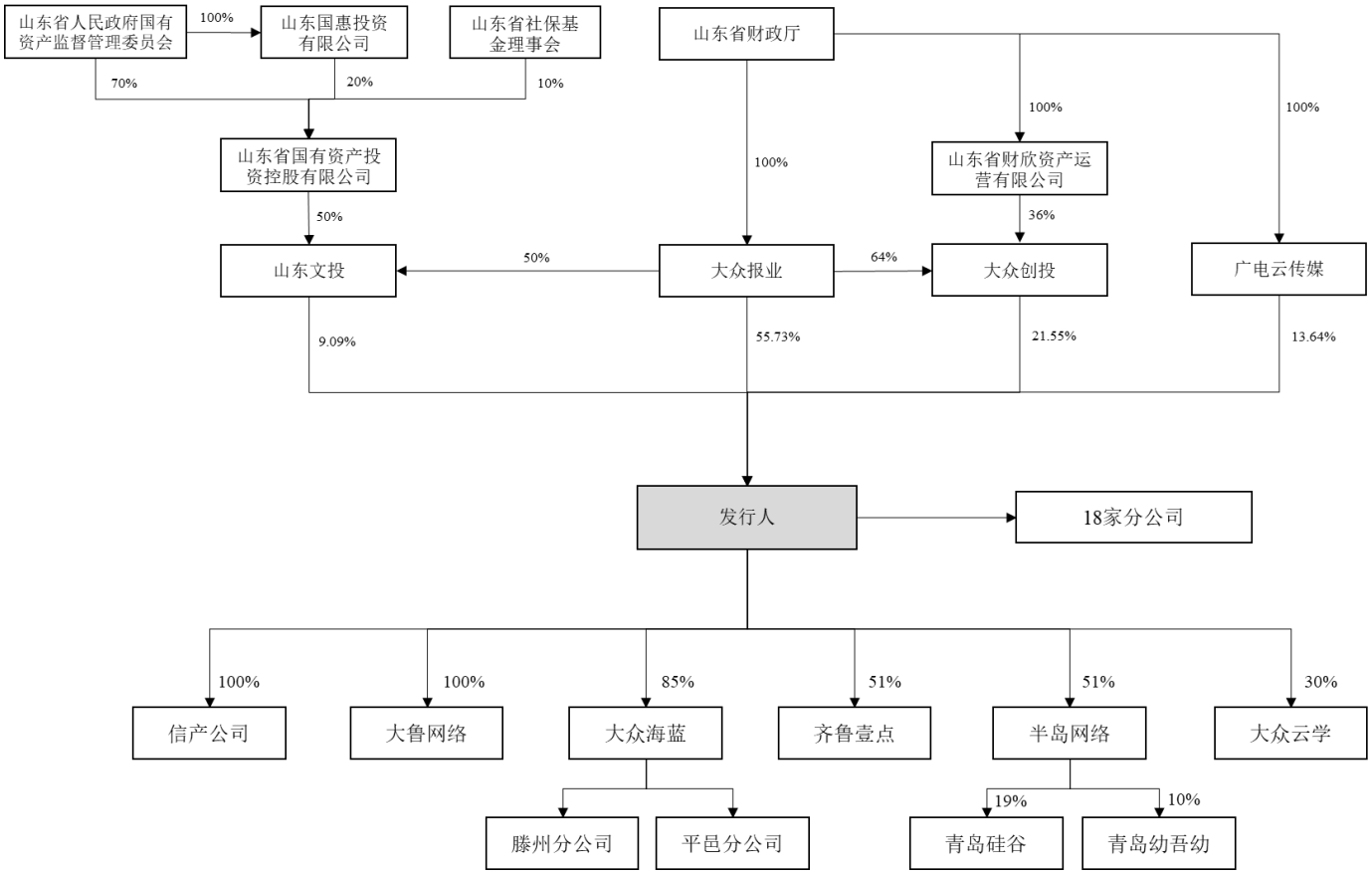
五、公司在其他证券市场的上市或挂牌情况

本次公开发行股票前，公司未在其他证券市场上市或挂牌。

六、发行人的股权结构情况

（一）发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，公司的股权结构如下：



（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日，大众报业直接持有公司 55.73%的股份，同时通过大众创投间接控制公司 21.55%的股份，通过山东文投间接控制公司 9.09%的股份，合计直接及间接控制公司 86.36%的股份，为公司控股股东；山东省财政厅直接持有大众报业 100%股份，为公司实际控制人。

截至本招股说明书签署日，控股股东大众报业控制的除发行人外的其他企业如下：

序号	关联方名称	成立日期	注册资本/出资额（万元）	主营业务	关联关系
1	山东临沂新闻大厦有限公司	2010-12-09	22,672.98	餐饮、住宿、写字楼出租	大众报业直接持股 100.00%
2	山东大众嘉园置业有限公司	2009-04-20	10,000.00	房地产开发、经营	大众报业直接持股 100.00%
3	烟台大众报业传媒有限公司	2012-06-28	5,319.00	已停业	大众报业直接持股 100.00%
4	齐鲁传媒集团有限公司	2013-02-06	5,000.00	对下属企业股权进行管理	大众报业直接持股 100.00%
4.1	山东大众报业（集团）文化产业发展有限公司	2013-02-06	1,000.00	房屋租赁、场地租赁	齐鲁传媒集团有限公司直接持股 100.00%
4.2	山东黄三角早报社有限公司	2012-11-21	600.00	《黄三角早报》报纸发行、纸质媒体广告经营	齐鲁传媒集团有限公司直接持股 100.00%
4.3	山东齐鲁不动产有限公司	1995-03-09	300.00	房地产销售代理、二手房加盟店运营管理	齐鲁传媒集团有限公司直接持股 100.00%
4.4	山东大众报业（集团）广告有限公司	2002-04-17	100.00	经营《齐鲁晚报》相关的报纸广告业务	齐鲁传媒集团有限公司直接持股 95.00%，山东大众日报融媒传播有限公司直接持股 5.00%
4.4.1	山东齐鲁未来星教育科技有限公司	2017-12-25	1,000.00	中小学的研学服务、教育咨询	山东大众报业（集团）广告有限公司直接持股 55.00%
4.4.2	山东省大众商业集团有限公司	2019-04-03	500.00	商品销售	山东大众报业（集团）广告有限公司直接持股 50.00%
4.5	山东齐鲁融媒科技股份有限公司	2016-09-30	2,233.80	企业孵化服务、房屋租赁、投融资	齐鲁传媒集团有限公司直接持股 70.59%

序号	关联方名称	成立日期	注册资本/出资额（万元）	主营业务	关联关系
4.5.1	山东齐鲁融媒私募（投资）基金管理有限公司	2020-12-23	1,000.00	股权投资，未开展经营	山东齐鲁融媒科技股份有限公司直接持股 70.00%，山东大众创业投资有限公司直接持股 30.00%
4.6	齐鲁天一国际会展（山东）有限公司	1993-09-17	2,500.00	主要从事会展服务，包括会展的创意策划、招商招展、现场服务、采购商邀约等	齐鲁传媒集团有限公司直接持股 13.20%，大众报业直接持股 86.80%
4.7	山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司	2002-06-14	7,542.67	经营《鲁中晨报》相关的报纸广告业务	齐鲁传媒集团有限公司直接持股 51.39%，大众报业直接持股 43.75%
4.7.1	山东鲁中晨报会展有限公司	2004-08-18	304.20	展会策划、举办	山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司直接持股 100.00%
4.7.2	淄博鲁中晨报印务有限公司	2000-11-24	1,987.00	报刊印刷	山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司直接持股 80.22%
4.8	山东大众数字文化科技有限公司	2020-09-15	1,000.00	手机游戏宣传推广、运营	齐鲁传媒集团有限公司直接持股 51.00%
5	山东大众报业（集团）发行有限公司	2002-07-08	4,423.00	出版物批发、零售；城市配送运输服务、快递服务；商品销售；活动策划	大众报业直接持股 100.00%
6	山东大众日报融媒传播有限公司	1992-11-09	2,000.00	《大众日报》报纸广告设计、制作、发布	大众报业直接持股 100.00%
7	山东法制报文化传媒有限公司	2017-10-24	1,000.00	《山东法制报》报纸发行及纸媒广告	大众报业直接持股 100.00%
8	山东新闻大厦文化酒店管理有限公司	1999-05-18	510.00	客房、餐饮、物业服务	大众报业直接持股 100.00%
8.1	济南和家邦物业管理有限公司	2016-10-12	50.00	物业管理、停车场管理	山东新闻大厦文化酒店管理有限公司直接持股 100.00%
9	山东大众交通传媒有限公司	2014-05-07	300.00	纸质媒体广告宣传发布、广告设计	大众报业直接持股 100.00%
10	山东新闻书画院有限公司	1999-08-25	300.00	采访、撰写稿件，编辑《大众书画》	大众报业直接持股 100.00%

序号	关联方名称	成立日期	注册资本/出资额（万元）	主营业务	关联关系
				版面，策划、制定书画展览活动并组织实施，销售书画、艺术工艺品等	
11	青岛半岛书院文化发展有限公司	2014-08-12	10,000.00	建设运营“中国院子”明清古民居项目	大众报业直接持股95.10%
12	山东大众数字文化创意产业园有限公司	2020-10-21	5,000.00	产业园运营管理	大众报业直接持股90.00%，山东大众报业（集团）广告有限公司直接持股5.00%，山东大众日报融媒传播有限公司直接持股5.00%
13	山东大众报业集团聊城传媒有限公司	2002-03-21	664.87	已停业	大众报业直接持股90.00%，山东大众日报融媒传播有限公司直接持股10.00%
14	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	2006-10-24	36,390.00	主要从事《半岛都市报》的出版发行、《半岛都市报》广告代理业务、报纸印刷	大众报业直接持股78.01%，山东省文化产业投资集团有限公司直接持股14.49%，山东大众创业投资有限公司直接持股7.50%
14.1	青岛半岛都市报业发行有限公司	2002-03-27	400.00	报纸配送、桶装水销售	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股100.00%
14.2	青岛半岛传媒大数据产业发展有限公司	2013-08-12	100.00	应用软件开发服务、数据服务、数据处理等	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股100.00%
14.3	青岛半岛魅丽文化传播有限公司	2004-04-09	300.00	主要从事魅丽杂志的出版及发布广告、文化艺术交流策划、公关策划、会议会展服务	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股100.00%
14.4	青岛半岛都市报业广告有限公司	2002-08-16	200.00	主要从事纸媒广告设计服务和展会代理服务	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股100.00%
14.5	青岛半岛传媒商贸有限公司	2004-05-09	50.00	代理纸质媒体《半岛都市报》	山东大众报业集团半岛传媒股份有限

序号	关联方名称	成立日期	注册资本/出资额（万元）	主营业务	关联关系
				刊登广告业务、展会服务、批发零售青海特产	公司直接持股100.00%
14.6	青岛幸福泉矿泉水有限公司	1998-05-04	800.00	桶装水销售	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股60.00%，青岛半岛都市报业发行有限公司直接持股40.00%
15	山东大众华泰印务有限责任公司	2001-08-17	22,600.00	报纸、书刊印刷	大众报业直接持股56.90%
16	济南众发印务有限公司	2003-10-30	1,430.00	医药、食品包装盒、画册、书刊等印刷包装业务	大众报业直接持股51.05%
17	山东省文化产业投资集团有限公司	2012-05-10	157,500.00	省级国有文化资本投资运营	大众报业直接持股50.00%
17.1	山东文资股权投资管理有限公司	2016-03-07	1,000.00	受托管理股权投资企业，从事股权投资管理及相关咨询业务	山东省文化产业投资集团有限公司直接持股100.00%
17.1.1	济南众媒投资合伙企业（有限合伙）	2017-10-31	5,000.00	股权投资及项目投资	山东文资股权投资管理有限公司直接出资1.00%并担任执行事务合伙人，山东省文化产业投资集团有限公司直接出资59.00%，山东齐鲁融媒科技股份有限公司直接出资15.00%
17.2	山东明湖投资管理有限公司	2015-10-23	1,960.00	设立并管理私募证券投资基金及利用自有资金开展证券投资	山东省文化产业投资集团有限公司直接持股51.02%
17.3	青岛文资文化产业投资有限公司	2016-10-11	6,000.00	文化产业投资	山东省文化产业投资集团有限公司直接持股52.50%，山东文资股权投资管理有限公司直接持股10.00%，山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股4.17%
18	山东大众创业投资有限公司	2012-04-23	21,875.00	文化产业投资	大众报业直接持股64.00%
18.1	山东大众文化数据科	2021-03-15	500.00	数据处理、数据	山东大众创业投资

序号	关联方名称	成立日期	注册资本/出资额（万元）	主营业务	关联关系
	技有限公司			分析	有限公司直接持股100.00%
18.2	淄博大众云媒股权投资基金合伙企业（有限合伙）	2020-12-15	1,000.00	股权投资	山东大众创业投资有限公司直接出资10.00%并担任执行事务合伙人

（三）其他有重要影响的关联方情况

公司其他关联方情况参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性/九、关联方和关联交易/（一）关联方及关联关系”。

七、发行人控股子公司、分公司、参股公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 5 家控股子公司，20 家分公司（含子公司大众海蓝的 2 家分公司）、3 家参股公司。具体情况如下：

（一）控股子公司情况

1、信产公司

截至本招股说明书签署日，公司持有信产公司 100%股权。信产公司基本情况如下：

名称	山东大众信息产业有限公司
成立时间	1998 年 4 月 6 日
注册资本	2,510 万元
实收资本	2,510 万元
注册地和主要生产经营地	济南市高新区舜华路 1 号（齐鲁软件园创业广场 D 座）
法定代表人	李雪修
股东构成及控制情况	公司持股 100.00%，为控股股东
经营范围	许可证批准范围内的增值电信业。（有效期限以许可证为准）；计算机软件开发、设计、销售；技术开发及转让；办公自动化设备、网络技术服务；教育装备、电子产品通信器材开发、销售；信息咨询服务；计算机系统集成、建筑智能化工程、安全技术防范工程的设计施工及相关产品销售；装饰材料、展览柜、展台的加工及销售；信息技术服务；广告业务；会议及展览服务；企业形象及营销策划；图文设计、制作；电线电缆、光缆、工业电气化设备、自动化设备、电子元件、电器产品、阀门、空调设备、办公家具、计算机及耗材、日用品、办公用品、太阳能产品及配件的批发、零售；系统内职业技能培训、文化技术交流策划；会议及展览、礼仪庆典服务。（依法须经批准的

	项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
主营业务及与发行人主营业务的关系	主要从事信息服务、技术服务等业务，系发行人主营业务的组成部分		
主要财务数据（万元）	项目	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
	总资产	5,944.36	6,457.36
	净资产	4,886.87	4,853.23
	净利润	33.64	499.48

注：以上财务数据为单体数据，已经致同会计师审计

2、大鲁网络

截至本招股说明书签署日，公司持有大鲁网络 100%股权。大鲁网络基本情况如下：

名称	山东大鲁网络有限公司		
成立时间	2014 年 10 月 21 日		
注册资本	600 万元		
实收资本	600 万元		
注册地和主要生产经营地	淄博高新区柳泉路 280 号晨报大厦 7 层		
法定代表人	马鑫		
股东构成及控制情况	公司持股 100.00%，为控股股东		
经营范围	一般项目：软件开发；计算机软硬件及辅助设备批发；专业设计服务；广告设计、代理；广告制作；广告发布；网络技术服务；信息技术咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机系统服务；软件销售；国内贸易代理；销售代理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；票务代理服务；互联网销售（除销售需要许可的商品）；商务代理代办服务；企业管理咨询；社会经济咨询服务；食品销售（仅销售预包装食品）；食用农产品批发；日用百货销售；会议及展览服务；家用电器销售；厨具卫具及日用杂品批发；家居用品销售；针纺织品销售；办公用品销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；组织文化艺术交流活动；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；其他文化艺术经纪代理；礼仪服务；体育竞赛组织；组织体育表演活动；企业形象策划；房地产咨询；旅游开发项目策划咨询；文艺创作；摄像及视频制作服务；办公设备销售；咨询策划服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；数字内容制作服务（不含出版发行）；房地产经纪；市场营销策划；图文设计制作。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：食品销售；互联网信息服务；食品互联网销售。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）		
主营业务及与发行人主营业务的关系	主要从事广告宣传等业务，系发行人主营业务的组成部分		
主要财务数据（万元）	项目	2022 年 6 月 30 日/	2021 年 12 月 31 日

		2022 年 1-6 月	/2021 年度
	总资产	975.30	1,013.35
	净资产	858.91	821.95
	净利润	36.96	123.47

注：以上财务数据为单体数据，已经致同会计师审计

3、大众海蓝

截至本招股说明书签署日，公司持有大众海蓝 85%股权。大众海蓝基本情况如下：

名称	山东大众海蓝信息科技有限公司		
成立时间	2015 年 12 月 31 日		
注册资本	1,000 万元		
实收资本	1,000 万元		
注册地和主要生产经营地	山东省济南市历下区泺源大街 2 号大众传媒大厦 9 层 909		
法定代表人	李春勇		
股东构成及控制情况	公司持股 85.00%，为控股股东；山东省电子商务促进会持股 15.00%		
经营范围	一般项目：计算机技术咨询服务；计算机软硬件技术开发；食品、冷鲜肉、蔬菜、水果、鲜活水产品、非专控农副产品、日用品、百货、厨房用品、家用电器、电子产品、洗涤用品、化妆品、针纺织品、体育器材、汽车配件、办公用品、工艺美术品、办公耗材、医疗器械的批发、零售；会议及展览展示服务；国内广告业务；票务代理；酒店管理咨询；旅游信息咨询；增值电信业务；经济贸易咨询；房地产中介服务；企业管理咨询；广播电视节目制作；文化艺术交流策划；企业营销策划；工艺美术品设计及销售；批发、零售及网上销售：图书期刊、电子出版物；非学历短期企业内部管理培训（不含发证、不含国家统一认可的教育类、职业证书类等前置许可培训）；互联网信息服务；农业、网络技术开发、技术咨询；国内广告业务；品牌策划。（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）（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）		
主营业务及与发行人主营业务的关系	主要从事电子商务、技术服务等业务，其中技术服务系发行人主营业务的组成部分		
主要财务数据（万元）	项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度
	总资产	855.60	930.65
	净资产	581.56	627.89
	净利润	-46.33	-298.17

注：以上财务数据为单体数据（含大众海蓝平邑分公司、大众海蓝滕州分公司），已经致同会计师审计

4、齐鲁壹点

截至本招股说明书签署日，公司持有齐鲁壹点 51%股权。齐鲁壹点基本情况如下：

名称	山东齐鲁壹点传媒有限公司		
成立时间	2014 年 12 月 30 日		
注册资本	3,000 万元		
实收资本	3,000 万元		
注册地和主要生产经营地	山东省济南市历下区泺源大街 2 号 3 层		
法定代表人	魏传强		
股东构成及控制情况	公司持股 51.00%，为控股股东；齐鲁传媒集团有限公司持股 49.00%		
经营范围	一般项目：组织文化艺术交流活动；其他文化艺术经纪代理；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机系统服务；软件销售；软件开发；信息技术咨询服务；网络技术服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；摄像及视频制作服务；图文设计制作；专业设计服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；市场调查（不含涉外调查）；互联网销售（除销售需要许可的商品）；办公设备销售；咨询策划服务；教育咨询服务（不含涉许可审批的教育培训活动）；健康咨询服务（不含诊疗服务）；社会经济咨询服务；广告设计、代理；广告制作；会议及展览服务；礼仪服务；票务代理服务；数字内容制作服务（不含出版发行）；房地产经纪；房地产咨询；市场营销策划；养老服务；企业管理咨询。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：餐饮服务；食品互联网销售；互联网信息服务；食品经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）		
主营业务及与发行人主营业务的关系	主要从事广告宣传等业务，系发行人主营业务的组成部分		
主要财务数据（万元）	项目	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
	总资产	9,765.44	9,883.15
	净资产	5,071.70	4,970.22
	净利润	101.47	482.83

注：以上财务数据为单体数据，已经致同会计师审计

5、半岛网络

截至本招股说明书签署日，公司持有半岛网络 51%股权。半岛网络基本情况如下：

名称	青岛半岛网络有限公司

成立时间	2004 年 5 月 20 日		
注册资本	1,000 万元		
实收资本	1,000 万元		
注册地和主要生产经营地	青岛市崂山区东海路 3 号（半岛大酒店）		
法定代表人	江翡翡		
股东构成及控制情况	公司持股 51.00%，为控股股东；山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司持股 49.00%		
经营范围	许可项目：互联网信息服务；第二类增值电信业务；出版物互联网销售；电子出版物制作；演出经纪；电影发行；广播电视节目制作经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；办公服务；广告制作；广告设计、代理；平面设计；广告发布；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；摄影扩印服务；文艺创作；电影摄制服务。（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）		
主营业务及与发行人主营业务的关系	主要从事广告宣传等业务，系发行人主营业务的组成部分		
主要财务数据（万元）	项目	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
	总资产	2,747.97	3,088.27
	净资产	1,956.07	1,847.71
	净利润	136.70	449.27

注：以上财务数据为单体数据，已经致同会计师审计

（二）分公司情况

截至本招股说明书签署日，公司及子公司共有 20 家分公司，在山东省各地市及北京市开展相关业务，具体如下：

1、发行人的分公司

序号	公司名称	成立日期	经营范围
1	日照分公司	2011-06-16	许可范围内的增值电信业务；广播电视节目制作经营；预包装食品兼散装食品；乳制品（含婴幼儿乳粉）批发兼零售；票务代理，订房服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品的销售；计算机软件开发、计算机设备及配件销售，动漫创意及设计，国内广告业务，经济信息咨询服务；互联网技术服务，电子商务技术服务；系统内职业技能培训；文化技术交流策划；礼仪庆典服务；会议及展览服务。（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）

序号	公司名称	成立日期	经营范围
2	临沂分公司	2011-11-14	许可范围内的增值电信业务；预包装食品兼散装食品；乳制品（含婴幼儿乳粉）批发兼零售；票务代理，订房服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品的销售；计算机软件开发；计算机设备及配件销售，动漫创意及设计，国内广告业务；组织文化艺术交流活动（不含演出与培训）；礼仪庆典服务；会议及展览服务。（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）
3	德州分公司	2011-11-18	一般项目：票务代理服务；日用百货销售；家用电器销售；化妆品零售；厨具卫具及日用杂品零售；家居用品销售；针纺织品销售；办公用品销售；软件开发；食用农产品批发；计算机软硬件及辅助设备零售；广告发布；广告设计、代理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；网络技术服务；食品销售（仅销售预包装食品）；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）。（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）（在总公司经营范围内从事经营活动）
4	青岛分公司	2011-11-23	许可项目：广播电视节目制作经营；食品经营（销售预包装食品）；食品经营（销售散装食品）；婴幼儿配方乳粉销售；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：票务代理服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；旅行社服务网点旅游招徕、咨询服务；食用农产品零售；日用百货销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；家用电器销售；化妆品零售；化妆品批发；家居用品销售；针纺织品销售；办公用品销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；计算机软硬件及辅助设备批发；软件开发；平面设计；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告设计、代理；社会经济咨询服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；从事语言能力、艺术、体育、科技等培训的营利性民办培训服务机构（除面向中小学生开展的学科类、语言类文化教育培训）；组织文化艺术交流活动；礼仪服务；会议及展览服务；房地产咨询；企业管理；酒店管理。（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）（在总公司经营范围内从事经营活动）
5	潍坊分公司	2012-03-06	许可项目：第二类增值电信业务；第一类增值电信业务；互联网信息服务；广播电视节目制作经营；旅游业务；住宿服务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：票务代理服

序号	公司名称	成立日期	经营范围
			务；企业管理咨询；互联网销售（除销售需要许可的商品）；食品销售（仅销售预包装食品）；食品互联网销售（仅销售预包装食品）；食用农产品批发；日用百货销售；厨具卫具及日用杂品零售；日用家电零售；家用电器销售；化妆品零售；日用化学产品销售；家居用品销售；针纺织品销售；办公用品销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；计算机软硬件及辅助设备零售；软件开发；动漫游戏开发；广告制作；广告发布；广告设计、代理；社会经济咨询服务；互联网数据服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；组织文化艺术交流活动；咨询策划服务；礼仪服务；会议及展览服务；企业管理；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）。（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）
6	烟台分公司	2012-04-18	广播电视节目制作经营；预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿乳粉）批发兼零售；票务代理，订房服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品的销售；计算机软件开发、计算机设备及配件销售，动漫创意及设计，国内广告业务，经济信息咨询服务；互联网技术服务，电子商务技术服务；文化技术交流策划；礼仪庆典服务；会议及展览服务；商业运营管理、策划；招商服务；广告代理。（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）
7	滨州分公司	2012-07-20	为总公司承揽业务；预包装食品兼散装食品、乳制品（含婴幼儿乳粉）批发兼零售；票务代理；订房服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用品、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品的销售；计算机软件开发；计算机设备及配件销售；动漫创意及设计；国内广告业务；经济信息咨询服务；许可范围内的增值电信业务；广播电视节目制作经营；互联网技术服务，电子商务技术服务；系统内职业技能培训；文化技术交流策划；礼仪庆典服务；会议及展览服务；房地产中介服务；商业运营管理、策划；招商服务；广告代理。（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）
8	枣庄分公司	2012-08-20	许可范围内的增值电信业务;票务代理；订房服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用品、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品的销售；计算机软件开发；计算机设备及配件销售；动漫创意及设计；国内广告业务；经济信息咨询服务（不含金融、证券、期货投资咨询和国家禁止）；互联网技术服务；电子商务技术服务；广播电视节目制作经营；文化技术交流策划；礼仪庆

序号	公司名称	成立日期	经营范围
			典服务；会议及展览服务；商业运营管理、策划；广告代理。（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）
9	菏泽分公司	2012-08-29	许可范围内的增值电信业务；广播电视节目制作经营；预包装食品兼散装食品；乳制品（含婴幼儿乳粉）批发兼零售；票务代理，订房服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品的销售；计算机软件开发、计算机设备及配件销售，动漫创意及设计，国内广告业务，经济信息咨询服务；互联网技术服务，电子商务技术服务；系统内职业技能培训；文化技术交流策划；礼仪庆典服务；会议及展览服务；房地产中介服务；商业运营管理、策划；招商服务；广告代理。（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）
10	济宁分公司	2013-03-25	预包装食品兼散装食品；乳制品（含婴幼儿乳粉）批发兼零售；票务代理；订房服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品的销售；计算机软件开发；计算机设备及配件销售；动漫创意及设计；国内广告业务；经济信息咨询服务（不含金融、证券、期货，未经金融监管部门批准，不能从事吸收存款、融资担保、代客理财等金融业务）；互联网技术服务；电子商务技术服务；文化技术交流策划；礼仪庆典服务；会议及展览服务。（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）
11	泰安分公司	2013-04-11	许可范围内的增值电信业务；广播电视节目制作经营；预包装食品兼散装食品；乳制品（含婴幼儿乳粉）批发兼零售；票务代理；订房服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品（象牙及其制品除外）的销售；计算机软件开发，计算机设备及配件销售，动漫创意及设计，国内广告业务，经济信息咨询服务；互联网技术服务；电子商务技术服务；系统内职业技能培训；文化技术交流策划；礼仪庆典服务；会议及展览服务。（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）
12	淄博分公司	2013-05-29	许可范围内的增值电信业务；广播电视节目制作经营；预包装食品兼散装食品；乳制品（含婴幼儿乳粉）批发兼零售；票务代理，订房服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品的销售；计算机软件开发、计算机设备及配件销售，动漫创意及设计，国内广告业务，经济信息咨询服务；互联网技术服务，电子商务技术服务；职业技能培训。（依法须经批准的项目，经相关部门批

序号	公司名称	成立日期	经营范围
			准后方可开展经营活动）**
13	聊城分公司	2014-04-03	许可范围内的增值电信业务；广播电视节目制作经营；预包装食品兼散装食品；乳制品（含婴幼儿乳粉）批发兼零售；票务代理；订房服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品（文物、象牙及其制品除外）、计算机软件开发、计算机设备及配件销售；动漫创意及设计；国内广告业务；经济信息咨询服务（不含期货、证券及相关业务咨询；不含金融业务咨询；不含消费储值卡等相关业务）；互联网技术服务；电子商务技术服务；系统内职业技能培训（非学历教育）；文化技术交流策划；礼仪庆典服务；会议及展览服务。（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）
14	济南分公司	2015-03-03	许可范围内的增值电信业务；广播电视节目制作经营；预包装食品兼散装食品，乳制品（含婴幼儿配方乳粉）批发零售；票务代理，订房服务；酒店管理咨询，旅游咨询；非专控农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品（不含文物）的销售；计算机软件开发；计算机设备及配件销售，动漫创意及设计，国内广告业务；经济信息咨询服务；互联网技术服务，电子商务技术服务，系统内职业技能培训（不含发证、不含国家统一认可的教育类、职业证书类等前置许可培训）；文化技术交流策划；礼仪庆典服务；会议及展览服务；房地产中介服务；商业运营管理、策划；招商服务。（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）
15	东营分公司	2016-03-31	一般项目：票务代理服务；日用百货销售；家用电器销售；化妆品零售；家居用品销售；厨具卫具及日用杂品批发；针纺织品销售；办公用品销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；食用农产品零售；软件开发；专业设计服务；计算机软硬件及辅助设备零售；广告设计、代理；广告制作；互联网数据服务；互联网安全服务；礼仪服务；会议及展览服务；社会经济咨询服务；房地产经纪；商业综合体管理服务；咨询策划服务；组织文化艺术交流活动；信息技术咨询服务；凭总公司授权开展经营活动（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：广告发布（广播电台、电视台、报刊出版单位）；食品经营（销售预包装食品）；食品经营（销售散装食品）；广播电视节目制作经营；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；婴幼儿配方乳粉销售（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，具体经营项目以审批结果为准）（在总公司经营范围内从事经营活动）
16	威海分公司	2017-11-29	在所属公司经营范围内从事：预包装食品兼散装食品；乳制品（含婴儿乳粉）批发兼零售；票务代理；订房

序号	公司名称	成立日期	经营范围
			服务；酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品的销售；计算机软件开发、计算机设备及配件销售，动漫创意及设计，国内广告业务，经济信息咨询服务；互联网技术服务，电子商务技术服务；文化技术交流策划；礼仪庆典服务；会议及展览展示服务。（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）
17	青岛西海岸分公司	2019-11-18	许可范围内的增值电信业务；广播电视节目制作经营；预包装食品兼散装食品；乳制品(含婴幼儿乳粉)批发兼零售；票务代理，订房服务，酒店管理咨询；旅游咨询；农产品、日用百货、厨房用品、家用电器、化妆品、洗涤用品、家居用品、针纺织品、办公用品、工艺礼品的销售（以上范围均不含冷库，不含危险化学品及一类易制毒化学品）；计算机软件开发、计算机设备及配件销售，动漫创意及设计，国内广告业务，经济信息咨询服务（未经金融监管部门批准，不得从事吸收存款、融资担保、代客理财等金融业务）；互联网技术服务，电子商务技术服务；文化技术交流策划；礼仪庆典服务；会议及展览服务；房地产中介服务；商业运营管理、策划；招商服务；广告代理。（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）
18	北京分公司	2022-02-28	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；广告制作；广告发布；广告设计、代理；软件开发；互联网销售（除销售需要许可的商品）；会议及展览服务；品牌管理；商务秘书服务；数字内容制作服务（不含出版发行）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；互联网设备销售；互联网数据服务；信息技术咨询服务；数据处理和存储支持服务。（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）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

2、发行人子公司的分公司

序号	名称	成立时间	经营范围
1	大众海蓝平邑分公司	2018-04-09	计算机技术咨询服务；计算机软硬件技术开发；预包装兼散装食品、保健食品、非专控农副产品（不含粮食、烟草、蚕茧）、日用品、百货、厨房用品、家用电器、电子产品、洗涤用品、化妆品、针纺织品、体育器材、汽车配件、办公用品、工艺美术品、办公耗材批发、零售；会议及展览展示服务；国内广告业务；票务代理；酒店管理咨询；经济贸易咨询；房地产中介服务；企业管理咨询；文化艺术交流策划；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）
2	大众海蓝滕州	2020-03-12	受公司委托从事公司经营范围内的：计算机技术咨询

序号	名称	成立时间	经营范围
	分公司		服务；计算机软硬件技术开发；食品、冷鲜肉、蔬菜、水果、鲜活水产品、非专控农副产品、日用品、百货、厨房用品、家用电器、电子产品、洗涤用品、化妆品、针纺织品、体育器材、汽车配件、办公用品、工艺美术品、办公耗材、医疗器械的批发、零售；会议及展览展示服务；国内广告业务；酒店管理咨询；增值电信业务；经济贸易咨询；企业管理咨询；广播电视节目制作；文化艺术交流策划；企业营销策划；工艺美术品设计及销售；批发、零售及网上销售：图书期刊、电子出版物；互联网信息服务；农业、网络技术开发、技术咨询；品牌策划。（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）

（三）其他参股公司情况

1、大众云学

截至本招股说明书签署日，公司持有大众云学 30.00%股权。大众云学基本情况如下：

名称	山东大众云学教育科技有限公司
成立时间	2016 年 1 月 29 日
注册资本	1,428.571 万元
住所	山东省济南市历下区经十路 12111 号中润世纪中心三期三号楼 9 层
法定代表人	黄茜莉
发行人出资金额	428.571 万元
发行人持股比例	30.00%
发行人入股时间	2018 年 12 月 29 日
股东构成及控股方	黄茜莉持股 69.30%，为控股股东；公司持股 30.00%；张秀娟持股 0.70%
经营范围	教育软件技术开发及技术咨询服务；增值电信业务；互联网信息服务；计算机软硬件开发、系统集成、技术咨询服务；教育咨询（不含办学、家教、培训）；出版物批发；非学历短期企业内部管理培训（不含发证、不含国家统一认可的教育类执业证书类等前置许可培训）；会议及展览展示服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	主要面向政府、行业协会、职业院校、继续教育机构等机构客户提供培训服务及在线教育方案

2、青岛硅谷

截至本招股说明书签署日，公司的子公司半岛网络持有青岛硅谷 19%股权。青岛硅谷基本情况如下：

名称	青岛硅谷互联网络有限公司
成立时间	2015 年 6 月 17 日
注册资本	100 万元
住所	山东省青岛市即墨市蓝色硅谷创业中心
法定代表人	江翡翡
发行人出资金额	19.00 万元
发行人持股比例	19.00%
发行人入股时间	2016 年 6 月 29 日
股东构成及控股方	青岛卡梅尔文化传媒有限公司持股 81.00%，为控股股东；半岛网络持股 19.00%
经营范围	互联信息与技术服务；电子商务；文化、科技、贸易信息服务；设计、制作、发布、代理国内外广告业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	主要从事活动策划等业务

注：表格中出资金额、持股比例、入股时间均指半岛网络对青岛硅谷的直接出资。

3、青岛幼吾幼

截至本招股说明书签署日，公司的子公司半岛网络持有青岛幼吾幼 10%股权。青岛幼吾幼基本情况如下：

名称	青岛幼吾幼网络有限公司
成立时间	2016 年 10 月 28 日
注册资本	1,000 万元
住所	山东省青岛市市南区南京路 110 号 1205 室
法定代表人	江翡翡
发行人出资金额	100 万元
发行人持股比例	10.00%
发行人入股时间	2016 年 10 月 28 日
股东构成及控股方	青岛郎艺文化艺术发展有限公司持股 75.00%，为控股股东；刘鹏持股 15.00%；半岛网络持股 10.00%
经营范围	互联网信息技术服务；网站建设及运营管理；设计、制作、发布、代理国内广告业务；零售批发：玩具、服装鞋帽、针纺织品、办公用品、电子产品、日用百货、预包装食品（凭许可证经营）；国内文化艺术交流活动策划；企业管理咨询；商务信息咨询；国内教育信息咨询（不含民办营利性学校及培训机构经营）；舞台艺术造型策划；摄影摄像服务；企业形象策划；市场营销策划；会务服务；展览展示服务；公关礼仪服务；婚庆服务；电子产品及软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询、技术推广；礼仪庆典服务；文体赛事活动策划。（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	主要从事经营教育资源平台，教育网络信息服务，承办早教类活动

注：表格中出资金额、持股比例、入股时间均指半岛网络对青岛幼吾幼的直接出资。

（四）报告期期初以来处置的控股子公司情况

1、2020 年 12 月，注销鼎彩网络

（1）鼎彩网络基本情况

鼎彩网络注销前主要从事体育彩票的宣传推广业务，其注销前的基本情况如下：

公司名称	山东鼎彩网络科技有限公司
成立时间	2015 年 6 月 17 日
注册资本	1,000 万元
实缴资本	400 万元
住所	山东省济南市高新区崇华路 889 号
经营范围	网络技术开发及推广；计算机软硬件、网络设备、通讯技术开发、设计、销售、转让及维护；计算机系统集成；电子商务；经济贸易咨询；市场调查；企业形象策划；企业管理咨询；国内广告业务；电子产品、计算机软硬件及耗材、非专控通讯器材、五金交电、文具用品的批发、零售；会议及展览展示服务；承办和策划文化、体育服务活动。（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）
注销时间	2020 年 12 月 22 日

鼎彩网络注销前的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	山东大众信息产业有限公司	700.00	200.00	70.00
2	济南千彩信息技术有限公司	300.00	200.00	30.00
合计		**1,000.00**	**400.00**	**100.00**

（2）注销情况

鼎彩网络原为信产公司的子公司。鼎彩网络股东因发展战略调整，决定将鼎彩网络注销。

根据《工商总局关于全面推进企业简易注销登记改革的指导意见》的规定，对无债权债务的有限责任公司，由其自主选择适用一般注销程序或简易注销程序。简易注销程序中将全体投资人作出解散的决议（决定）、成立清算组、经其确认的清算报告等文书合并简化为全体投资人签署的包含全体投资人决定企业解散注销、组织并完成清算工作等内容的《全体投资人承诺书》。

针对鼎彩网络的注销事项，鼎彩网络已向工商登记机关出具《全体投资人承

诺书》，承诺其申请简易注销登记前未发生债权债务，不存在未结清清算费用、职工工资、社会保险费用、法定补偿金和未交清的应缴纳税款及其他未了结事务，清算工作已全面完结；并已在国家企业信用信息公示系统（网址：http://www.gsxt.gov.cn/）上发布简易注销公告。2020 年 9 月 28 日，国家税务总局济南高新技术产业开发区税务局出具《清税证明》，证明鼎彩网络所有税务事项均已结清。2020 年 11 月 26 日，鼎彩网络提交《企业注销登记申请书》，并于 2020 年 12 月 22 日完成注销。

（3）存续期间不存在违法违规行为，相关资产、人员、债务处置合法合规

经检索当地政府部门的门户网站、国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）、企查查（https://www.qcc.com/）等相关网站并经访谈鼎彩网络原股东信产公司的工作人员，鼎彩网络报告期内存续期间不存在重大违法违规行为。

鼎彩网络剩余清算资产已由原股东按比例收回，注销时不存在员工，其申请简易注销登记前未发生债权债务，清算工作已全面完结。鼎彩网络注销时相关资产、人员、债务处置合法合规。

2、2021 年 6 月，转让大众数科

（1）大众数科基本情况

大众数科转让前主要从事手机游戏的宣传推广业务，大众数科转让前的基本情况如下：

公司名称	山东大众数字文化科技有限公司
成立时间	2020 年 9 月 15 日
注册资本	1,000 万元
实缴资本	1,000 万元
住所	山东省济南市历下区泺源大街 2 号大众传媒大厦 902 室
经营范围	一般项目：数字文化创意内容应用服务；互联网数据服务；互联网安全服务；物联网应用服务；区块链技术相关软件和服务；网络技术服务；人工智能公共数据平台；大数据服务；软件开发；软件外包服务；网络与信息安全软件开发；数字文化创意软件开发；信息系统集成服务；信息系统运行维护服务；物联网技术服务；数据处理和存储支持服务；信息技术咨询服务；数字内容制作服务（不含出版发行）；动漫游戏开发；线下数据处理服务；计算机系统服务；文艺创作；

	体育竞赛组织；组织体育表演活动；电影摄制服务；园区管理服务；商业综合体管理服务；市场调查（不含涉外调查）；市场营销策划；体育赛事策划；广告设计、代理；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；会议及展览服务；图文设计制作；社会调查（不含涉外调查）；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告制作；体验式拓展活动及策划；人工智能双创服务平台；人工智能应用软件开发；人工智能基础软件开发；智能机器人的研发；人工智能理论与算法软件开发；人工智能通用应用系统；人工智能行业应用系统集成服务；数据处理服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：第二类增值电信业务；互联网信息服务（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，具体经营项目以审批结果为准）

大众数科转让前的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	发行人	510.00	510.00	51.00
2	山东山耶云耶文化科技有限公司	490.00	490.00	49.00
合计		**1,000.00**	**1,000.00**	**100.00**

（2）股权转让情况

大众数科转让前主要从事手机游戏的宣传推广业务。公司因发展战略调整，将持有的大众数科股权予以转让。

2021 年 3 月 2 日，公司召开董事会，拟将持有的大众数科 51%的股权转让给齐鲁传媒集团有限公司。

2021 年 3 月 15 日，大众报业出具《批复》，同意公司将其持有的山东大众数字文化科技有限公司 51%的股权协议转让给齐鲁传媒集团有限公司。

2021 年 4 月 15 日，北京中企华资产评估有限责任公司出具了中企华评报字（2021）第 3293 号《资产评估报告》，大众数科全部股东权益在评估基准日（2020 年 12 月 31 日）的价值为 1,000.02 万元。

2021 年 6 月 1 日，大众数科召开股东会，决议同意公司将其持有的大众数科 51%的股权转让给齐鲁传媒集团有限公司，其他股东放弃优先受让权；并相应修改公司章程。

2021 年 6 月 1 日，公司与齐鲁传媒集团有限公司签署了《股权转让协议》，

根据资产评估值协商确定本次大众数科 51.00%股权转让价格为 510.01 万元。

2021 年 6 月 17 日，大众数科完成股权转让的工商变更手续。本次转让完成后，公司不再持有大众数科的股权。

（3）股权转让前不存在违法违规行为

经检索当地政府部门的门户网站、国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）、企查查（https://www.qcc.com/）等相关网站并经核查济南市历下区市场监督管理局出具的《证明》文件及国家税务总局济南市历下区税务局第一税务所（办税服务厅）出具的《涉税信息查询结果告知书》、访谈发行人的工作人员，大众数科在股权转让前不存在重大违法违规行为。

3、2021 年 11 月，转让青岛硅谷

（1）青岛硅谷基本情况

青岛硅谷转让前主要从事活动策划等业务，青岛硅谷转让前的基本情况如下：

公司名称	青岛硅谷互联网络有限公司
成立时间	2015 年 6 月 17 日
注册资本	100 万元
实缴资本	100 万元
住所	山东省青岛市即墨市蓝色硅谷创业中心
经营范围	互联信息与技术服务；电子商务；文化、科技、贸易信息服务；设计、制作、发布、代理国内外广告业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

青岛硅谷转让前的股权结构如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	半岛网络	60.00	60.00	60.00
2	美国新途文化传媒集团公司	40.00	40.00	40.00
合计		**100.00**	**100.00**	**100.00**

（2）股权转让情况

青岛硅谷转让前主要从事活动策划等业务。半岛网络因发展战略调整，将持有的青岛硅谷部分股权（41.00%股权）予以转让。

2021 年 6 月 2 日，青岛硅谷召开股东会，决议同意股东半岛网络将其持有的青岛硅谷 41.00%股权公开转让，其他股东放弃优先购买权。

2021 年 6 月 9 日，山东信德房地产土地资产评估测绘有限公司出具了鲁信德资评报字[2021]2001 号《资产评估报告》，青岛硅谷全部股东权益在评估基准日（2021 年 2 月 28 日）的价值为 261.44 万元。

2021 年 6 月 28 日，大众报业出具《批复》，同意半岛网络将其持有的青岛硅谷 41.00%股权以不低于评估值的价格进行公开转让。

2021 年 7 月 6 日，半岛网络召开股东会，决议同意以不低于评估值转让半岛网络所持有的青岛硅谷 41.00%股权，根据相关程序进行公开挂牌转让。

2021 年 9 月 3 日，半岛网络就股权转让事宜在山东产权交易中心挂牌征集意向投资方，公告期为 20 个工作日。2021 年 10 月 8 日，山东产权交易中心出具《意向受让资格确认通知书》，确认意向受让方为青岛上正投资有限公司。

2021 年 10 月 11 日，半岛网络与青岛上正投资有限公司签署《产权交易合同》，半岛网络将持有的青岛硅谷 41.00%股权以 107.19 万元转让给青岛上正投资有限公司。

2021 年 11 月 17 日，青岛硅谷取得了《外商投资企业变更登记通知书》并完成了股权转让的工商变更手续。本次转让完成后，半岛网络仍持有青岛硅谷 19.00%的股权。

（3）股权转让前不存在违法违规行为

经检索当地政府部门的门户网站、国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）、企查查（https://www.qcc.com/）等相关网站并经核查即墨区税务局出具的《涉税信息查询结果告知书》、访谈股东半岛网络的工作人员，青岛硅谷在股权转让前不存在重大违法违规行为。

八、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况

（一）控股股东基本情况

截至本招股说明书签署日，大众报业直接持有公司 55.73%的股份，同时通过大众创投间接控制公司 21.55%的股份，通过山东文投间接控制公司 9.09%的

股份，合计直接及间接控制公司 86.36%的股份，为公司控股股东。

大众报业基本情况如下：

公司名称	山东大众报业（集团）有限公司		
成立时间	2000 年 9 月 22 日		
注册资本	10,000 万元		
实收资本	10,000 万元		
注册地和主要生产经营地	济南市泺源大街 2 号		
股东构成	山东省财政厅持股 100.00%		
经营范围	报刊的出版、印刷、发行（限已经批准的正式报刊）。（有效期限以许可证为准）。广告业务、经济信息咨询（不含国家专项审批项目）；计算机软件开发、经营；印刷用纸、造纸原料销售；房地产开发经营；许可范围内的增值电信业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主要从事报刊的出版、印刷、发行业务，与发行人主营业务属于不同的行业		
主要财务数据（万元）	项目	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
	总资产	645,589.04	674,479.38
	净资产	554,042.48	560,112.08
	净利润	-4,610.47	24,366.11

注：以上财务数据为合并口径数据，最近一年数据已经致同会计师事务所（特殊普通合伙）济南分所审计，最近一期数据未经审计

（二）实际控制人基本情况

1、基本情况

截至本招股说明书签署日，山东省财政厅直接持有公司控股股东大众报业 100%股权，为公司实际控制人。

2、报告期内实际控制人变化情况

（1）基本情况

报告期初，大众报业直接持有发行人 45.89%股权，为发行人控股股东；大众日报社直接持有大众报业 100.00%股权，为发行人实际控制人。

根据山东省人民政府办公厅于 2018 年 4 月 28 日出具的《山东省人民政府办公厅关于印发省属文化经营性国有资产统一监管工作实施方案的通知》（鲁政办字[2018]64 号），大众报业出资人由大众日报社划转至山东省人民政府，由山东省财政厅代政府履行出资人职责，具体管理运营由大众日报社负责。

2020 年 1 月 17 日，大众报业完成上述股权划转的工商登记变更，并取得山东省市场监督管理局换发的营业执照。本次股权划转完成后，山东省财政厅直接持有大众报业 100.00%股权，山东省财政厅成为发行人实际控制人。

（2）公司本次实际控制人变化不构成公司控制权发生变更

《证券期货法律适用意见第 1 号》规定如下：

“五、因国有资产监督管理需要，国务院或者省级人民政府国有资产监督管理机构无偿划转直属国有控股企业的国有股权或者对该等企业进行重组等导致发行人控股股东发生变更的，如果符合以下情形，可视为公司控制权没有发生变更：

（一）有关国有股权无偿划转或者重组等属于国有资产监督管理的整体性调整，经国务院国有资产监督管理机构或者省级人民政府按照相关程序决策通过，且发行人能够提供有关决策或者批复文件；

（二）发行人与原控股股东不存在同业竞争或者大量的关联交易，不存在故意规避《首发办法》规定的其他发行条件的情形；

（三）有关国有股权无偿划转或者重组等对发行人的经营管理层、主营业务和独立性没有重大不利影响。”

大众报业本次股权划转属于国有资产监督管理的整体性调整，经山东省人民政府和有权国有资产监督管理机关按照相关程序决策通过，不会对发行人的经营管理层、主营业务和独立性造成不利影响，且依据山东省人民政府办公厅于 2018 年 4 月 28 日出具的《山东省人民政府办公厅关于印发省属文化经营性国有资产统一监管工作实施方案的通知》（鲁政办字[2018]64 号），本次调整将妥善处理好改革发展稳定的关系，确保改革期间企业平稳有序运行。

发行人控股股东未发生变更，仍为大众报业。发行人实际控制人变化系根据山东省人民政府办公厅于 2018 年 4 月 28 日出具的《山东省人民政府办公厅关于印发省属文化经营性国有资产统一监管工作实施方案的通知》（鲁政办字[2018]64 号）而形成的，其目的是为了完善省属国有文化资产管理体制，促进国有文化资产保值增值，并非通过实际控制人变化而故意规避《首发办法》规定的发行条件。

发行人的主营业务、经营管理层在大众报业本次股权划转前后均未发生重大变动，本次股权划转对发行人的经营管理层、主营业务和独立性没有重大不利影响。

综上，发行人控股股东大众报业的本次股权划转系山东省人民政府推进省属文化经营性国有资产统一监管的举措，符合《证券期货法律适用意见第 1 号》中视为公司控制权没有发生变更的情形的相关规定，不构成公司控制权发生变更。同时，自 2020 年 1 月发行人实际控制人发生变化起截至本招股说明书签署日已超过二年时间，亦不属于《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》中规定的最近二年实际控制人发生变更的情形。

（三）控股股东和实际控制人持有发行人的股份是否存在质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人持有发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（四）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况

1、大众创投

（1）基本情况

名称	山东大众创业投资有限公司
成立时间	2012 年 04 月 23 日
注册资本	21,875 万元
实收资本	21,875 万元
注册地	中国（山东）自由贸易试验区济南片区经十路 7000 号汉峪金谷 A4-5 号楼 8 层 801 室
主要生产经营地	中国（山东）自由贸易试验区济南片区经十路 7000 号汉峪金谷 A4-5 号楼 8 层 801 室
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主营业务为文化产业投资，与发行人主营业务无关

（2）股权结构

截至本招股说明书签署日，大众创投的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	持股比例
1	大众报业	14,000.00	64.00%

序号	股东名称	出资额	持股比例
2	山东省财欣资产运营有限公司	7,875.00	36.00%
合计		**21,875.00**	**100.00%**

（3）私募基金备案情况

大众创投于 2017 年 10 月 17 日完成私募基金备案（基金编号：SX3750），基金管理人为大众创投（登记编号：P1062651）。

2、广电云传媒

（1）基本情况

名称	山东广电云传媒有限公司
成立时间	2017 年 8 月 24 日
注册资本	33,662 万元
实收资本	33,662 万元
注册地	山东省济南市高新区舜华路 2000 号舜泰广场 8 号楼
主要生产经营地	山东省济南市高新区舜华路 2000 号舜泰广场 8 号楼
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主营业务为文化活动策划、咨询服务等，与发行人主营业务无关

（2）股权结构

截至本招股说明书签署日，广电云传媒的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	持股比例
1	山东省财政厅	33,662.00	100.00%
合计		**33,662.00**	**100.00%**

3、山东文投

（1）基本情况

名称	山东省文化产业投资集团有限公司
成立时间	2012 年 5 月 10 日
注册资本	157,500 万元
实收资本	157,500 万元
注册地	山东省济南市历下区山大南路 123-3 号
主要生产经营地	山东省济南市历下区山大南路 123-3 号
主营业务及其与发行人主营业务的关系	主营业务为省级国有文化资本投资运营，与发行人主营业务无关

（2）股权结构

截至本招股说明书签署日，山东文投的股权结构如下：

单位：万元

序号	股东名称	出资额	持股比例
1	大众报业	78,750.00	50.00%
2	山东省国有资产投资控股有限公司	78,750.00	50.00%
合计		**157,500.00**	**100.00%**

九、发行人股本情况

（一）本次发行股份及发行前后的股本情况

公司本次发行前股份总数为 11,000 万股，本次拟发行不超过 3,667 万股，本次发行的股份数量占发行后股份总数的比例不低于 25%。本次发行前后公司股本情况如下：

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量（股）	持股比例（%）	持股数量（股）	持股比例（%）
1	大众报业（SS）	61,300,000	55.73	61,300,000	41.79
2	大众创投（SS）	23,700,000	21.55	23,700,000	16.16
3	广电云传媒（SS）	15,000,000	13.64	15,000,000	10.23
4	山东文投（SS）	10,000,000	9.09	10,000,000	6.82
5	社会公众股	-	-	36,670,000	25.00
合计		**110,000,000**	**100.00**	**146,670,000**	**100.00**

注：SS 为 State-owned Shareholder 的缩写，表示国有股东

（二）本次发行前公司前十名股东

截至本招股说明书签署日，公司前十名股东情况如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	大众报业（SS）	61,300,000	55.73
2	大众创投（SS）	23,700,000	21.55
3	广电云传媒（SS）	15,000,000	13.64
4	山东文投（SS）	10,000,000	9.09
合计		**110,000,000**	**100.00**

注：SS 为 State-owned Shareholder 的缩写，表示国有股东

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，公司不存在自然人股东。

（四）发行人国有股份和外资股份情况

1、国有股份

2021 年 10 月 19 日，山东省财政厅出具《山东省财政厅关于山东省互联网传媒集团股份有限公司国有股权及历史沿革有关事项的批复》（鲁财文[2021]14 号）：大众报业持有公司 61,300,000 股股份，股东性质为国有股东；大众创投持有公司 23,700,000 股股份，股东性质为国有股东；广电云传媒持有公司 15,000,000 股股份，股东性质为国有股东；山东文投持有公司 10,000,000 股股份，股东性质为国有股东。

2、外资股份

截至本招股说明书签署日，公司不存在外资股份。

（五）最近一年发行人新增股东情况

截至本招股说明书签署日，公司最近一年新增股东 1 名，具体情况如下：

股东名称	取得股份时间及方式	取得注册资本（万元）	价格（元/股）	定价依据	是否属于战略投资者	入股原因
广电云传媒	2021 年 9 月，受让取得	1,500.00	12.46	以截至评估基准日 2020 年 12 月 31 日的资产评估价格为基础，通过公开挂牌方式确定交易价格	否	看好发行人发展前景，通过公开挂牌方式取得发行人股份

广电云传媒的基本情况请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/八、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况/（四）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况/2、广电云传媒”。山东省财政厅直接持有广电云传媒 100.00%股份，为广电云传媒的实际控制人。

广电云传媒与发行人其他股东之间的关联关系请参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/九、发行人股本情况/（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东各自持股比例”。除上述情况外，公司最近一年新增股东与公司董事、

监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员亦不存在关联关系。上述新增股东不存在股份代持情形。

广电云传媒关于新增股份的锁定承诺请参见本招股说明书“第十三节 附件/三、本次发行相关主体作出的重要承诺/（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺/2、其他股东承诺”。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东各自持股比例

本次发行前各股东间的关联关系如下：大众报业直接持有大众创投 64.00%的股份；大众报业直接持有山东文投 50.00%的股份；大众报业、大众创投、广电云传媒、山东文投均为同受山东省财政厅最终控制的企业。

上述股东持有发行人股份的比例参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/六、发行人的股权结构情况/（一）发行人股权结构”。

（七）发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行不涉及发行人股东公开发售股份的情况。

十、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员

（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况

1、董事

公司董事会由 9 名成员组成，其中独立董事 3 人。公司董事由股东大会选举产生，每届任期 3 年，并可连选连任。公司董事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	本届任期	选举情况
1	林忠礼	董事长	大众报业	2021 年 4 月-2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会、第四届董事会第一次会议选举
2	刘加增	董事	大众报业	2021 年 4 月-2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会选举
3	何长青	董事	大众报业	2021 年 4 月-2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会选举
4	朱德泉	董事	大众报业	2021 年 4 月-2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会选举
5	姜长勇	董事	大众报业	2021 年 4 月-2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会选举

序号	姓名	职务	提名人	本届任期	选举情况
6	张辛	董事	大众报业	2021 年 4 月 -2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会选举
7	宋建武	独立董事	大众报业	2021 年 4 月 -2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会选举
8	崔立红	独立董事	大众报业	2021 年 4 月 -2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会选举
9	刘惠萍	独立董事	大众报业	2021 年 4 月 -2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会选举

上述董事的简历如下：

（1）林忠礼，男，中国国籍，无境外居留权，1965 年 7 月出生，博士研究生学历，高级编辑，中共党员。1993 年至 1999 年，历任大众日报社工商部、经济新闻编辑室任记者、编辑；1999 年至 2005 年，历任生活日报专刊中心主任、编委、副总编辑；2003 年，任齐鲁晚报、生活日报副总编辑，分管齐鲁晚报专副刊中心；2005 年 5 月至 2007 年 1 月，任大众报业集团（大众日报社）战略发展研究室成员兼任办公室副主任；2007 年 2 月至 2010 年 1 月，任大众报业集团（大众日报社）行政管理服务中心主任兼办公室副主任；2008 年 2 月至 2010 年 1 月，任大众报业集团（大众日报社）股改办主任；2010 年 1 月至 2015 年 6 月，任公司董事长、总经理；2015 年 7 月至 2015 年 12 月，任公司董事、总经理、党委副书记；2015 年 12 月至 2021 年 3 月，任公司副董事长、总经理、党委副书记；2021 年 3 月至 2022 年 9 月，任公司董事长、总经理、党委书记；2022 年 9 月至今，任公司董事长、党委书记，大众报业集团（大众日报社）党委常委、副总编辑。

（2）刘加增，男，中国国籍，无境外居留权，1965 年 10 月出生，硕士研究生学历，高级编辑，中共党员。1988 年 7 月至 2008 年 11 月，历任大众日报记者、编辑、经济新闻编辑室副主任、主任编辑、经济新闻采编中心常务副主任、总编室常务副主任；2008 年 11 月至 2009 年 3 月，任大众报业集团（大众日报社）总编辑助理、大众日报总编室常务副主任；2009 年 3 月至 2012 年 9 月，任大众报业集团（大众日报社）总编辑助理、大众日报总编室主任；2012 年 9 月至 2013 年 2 月，任大众报业集团（大众日报社）总编辑助理，齐鲁传媒集团有限责任公司副总编辑、党委委员，大众日报总编室主任；2013 年 2 月至 2015 年 3 月，任齐鲁传媒集团有限责任公司副总编辑、党委委员，《经济导

报》社总编辑；2015 年 3 月至 2015 年 6 月，任大众报业集团（大众日报社）编委会委员，齐鲁传媒集团有限责任公司副总编辑、党委委员，《经济导报》社总编辑；2015 年 6 月至 2016 年 4 月，任大众报业集团（大众日报社）编委会委员，《经济导报》社总编辑；2015 年 6 月至今，任公司董事、总编辑、党委副书记。

（3）何长青，男，中国国籍，无境外居留权，1968 年 7 月出生，研究生学历，中共党员。1990 年 7 月至 2007 年 1 月，历任省委讲师团讲师、办公室副主任、副教授、办公室主任；2007 年 1 月至 2007 年 9 月，山东省互联网信息研究中心副处级干部；2007 年 9 月至 2008 年 3 月，山东省网络文化办公室副处级干部；2008 年 3 月至 2009 年 8 月，山东省中华文化标志城规划建设办公室规划建设处副处长；2009 年 8 月至 2013 年 7 月，山东省委外宣办（山东省政府新闻办公室）宣传处副处长；2013 年 7 月至 2014 年 4 月，山东省委外宣办（山东省政府新闻办公室）宣传处调研员；2014 年 4 月至 2016 年 10 月，山东省委宣传部新闻出版处调研员；2016 年 10 月至今，任公司党委委员、副书记；2017 年 6 月至今，担任公司董事。

（4）朱德泉，男，中国国籍，无境外居留权，1968 年 6 月出生，研究生学历，高级编辑，中共党员。2003 年 11 月至 2009 年 3 月任齐鲁晚报 生活日报副总编辑；2009 年 3 月至 2010 年 1 月，任大众网副总编辑；2010 年 2 月至 2014 年 9 月，任大众网总编辑；2014 年 10 月至 2015 年 10 月，任公司董事、副总经理、党委委员；2015 年 11 月至 2021 年 3 月，任公司董事、副总经理、副总编辑、党委委员；2021 年 4 月至今，任公司董事、副总编辑、党委委员。

（5）张辛，男，中国国籍，无境外居留权，1969 年 2 月出生，研究生学历，高级编辑，中共党员。1996 年 2 月至 1999 年 5 月任大众日报记者、编辑；1999 年 5 月至 2001 年 9 月，历任半岛都市报社新闻部主任、总编室主任、总编辑助理；2001 年 9 月至 2008 年 11 月，任半岛都市报社副总编辑、常务副总编辑；2008 年 11 月至 2017 年 3 月，任半岛都市报社总编辑；2017 年 3 月至 2020 年 3 月，任大众报业编委、半岛都市报社总编辑；2020 年 3 月至今，任大众网 海报新闻总编辑；2021 年 4 月至今，任公司董事。

（6）姜长勇，男，中国国籍，无境外居留权，1968 年 10 月出生，本科学历，高级编辑，中共党员。1990 年 7 月至 1995 年 9 月在山东省人民检察院工作，

任《山东检察》杂志编辑；1995 年 9 月至 2006 年 2 月在齐鲁晚报工作，历任记者、编辑、主任、主编；2006 年 2 月至 2008 年 7 月，任大众网副总编辑；2008 年 8 月至 2013 年 2 月，任公司董事；2013 年 3 月至 2014 年 9 月，任公司董事、副总经理，信产公司副总经理；2014 年 9 月至 2014 年 12 月，任公司董事、副总经理，信产公司总经理；2014 年 12 月至 2015 年 6 月，任公司董事、副总经理，信产公司总经理，日新传媒董事；2015 年 6 月至 2019 年 6 月，任公司董事、副总经理，信产公司总经理，日新传媒董事，鼎彩网科董事长；2015 年 7 月至今，任公司董事、副总经理、党委委员，齐鲁壹点董事。

（7）宋建武，男，中国国籍，无境外居留权，1963 年 10 月出生，博士研究生学历，教授。2000 年 9 月至 2006 年 10 月，任中国人民大学新闻与社会发展研究中心媒介经济研究所所长；2006 年 3 月至 2008 年 10 月，任中国政法大学人文学院副院长；2008 年 10 月至 2013 年 3 月，任中国政法大学新闻与传播学院工作院长；2008 年 10 月至 2011 年 3 月，任中国人民大学书报资料中心《新闻与传播》杂志主编（兼职）；2005 年 9 月至 2015 年 7 月，任中国政法大学教授；2015 年 7 月至今在中国人民大学新闻学院担任教授。现兼任上海东方网股份有限公司、北京点众科技股份有限公司、浙江省文化产业投资集团有限公司等公司的独立董事。2021 年 4 月至今，任公司独立董事。

（8）刘惠萍，女，中国国籍，无境外居留权，1971 年 7 月出生，博士研究生学历，教授。1993 年 7 月至 2005 年 6 月，任山东经济学院工商管理系教师；2005 年 7 月至 2011 年 7 月，任山东经济学院会计学院财务管理教研室主任；2011 年 7 月至今，任山东财经大学会计学院财务管理系主任。现兼任山东省政协特邀信息员、山东省济南市章丘区政协常委等职务。2021 年 4 月至今，任公司独立董事。

（9）崔立红，女，中国国籍，无境外居留权，1968 年 11 月出生，博士研究生学历，教授。1990 年 7 月至 1999 年 7 月，任山东省青岛市四方区（现市北区）人民法院审判员、审判委员会委员；2002 年至今，任山东大学法学院教授。现兼任山东影视制作股份有限公司独立董事、山东莱芜农村商业银行股份有限公司独立董事、济南市仲裁委员会委员、青岛市仲裁委员会委员。2021 年 4 月至今，任公司独立董事。

2、监事

本公司监事会由 3 名监事组成，其中包含 1 名职工监事。公司监事每届任期三年，可连选连任。公司监事基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	本届任期	选举情况
1	冷广奎	监事会主席	大众报业	2021 年 4 月-2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会、第四届监事会第一次会议选举
2	陈良友	监事	大众报业	2021 年 4 月-2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次临时股东大会选举
3	吕凤	职工监事	职工代表大会	2021 年 4 月-2024 年 4 月	2021 年 4 月 1 日，2021 年第一次职工代表大会选举

上述监事的简历如下：

（1）冷广奎，男，中国国籍，无境外居留权，1967 年 12 月出生，本科学历，中共党员。2008 年至 2019 年 5 月，任山东省广播电视局机关纪委书记；2019 年 6 月至今，任公司党委委员、纪委书记。2021 年 4 月至今，任公司监事会主席。

（2）陈良友，男，中国国籍，无境外居留权，1964 年 9 月出生，本科学历，会计师，高级政工师。2005 年 10 月至 2019 年 5 月任大众报业监事会监事，曾先后兼任山东大众文化产业投资有限公司监事、山东大众报业（集团）发行有限公司监事、山东报业物资有限责任公司监事、山东临沂新闻大厦有限公司监事、山东新闻书画院有限公司监事、山东法制报文化传媒有限公司监事、山东大众交通传媒公司监事。2019 年 5 月至今，任大众报业政工督察委员会总监，山东临沂新闻大厦有限公司监事、山东法制报文化传媒有限公司监事，2019 年 9 月至 2021 年 3 月，任公司监事会主席。2021 年 4 月至今，任公司监事。

（3）吕凤，女，中国国籍，无境外居留权，1988 年 7 月出生，硕士研究生学历，中共党员。2011 年 7 月至 2018 年 1 月，任大众报业审计部员工；2018 年 2 月至今，任公司审计部副主任；2018 年 12 月至今，任大众云学监事；2021 年 4 月至今，任公司职工监事。

3、高级管理人员

本公司共有 6 名高级管理人员，基本情况如下：

序号	姓名	职务	本届任期
1	姜长勇	副总经理	2021 年 4 月-2024 年 4 月
2	李雪修	副总经理	2021 年 4 月-2024 年 4 月
3	陈月军	副总经理	2021 年 4 月-2024 年 4 月
4	任义忠	副总经理兼董事会秘书	2021 年 4 月-2024 年 4 月
5	杨博	副总经理	2021 年 4 月-2024 年 4 月
6	孔志刚	财务总监	2021 年 4 月-2024 年 4 月

上述高级管理人员简历如下：

（1）姜长勇，公司副总经理。其简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/十、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员/（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况/1、董事”。

（2）李雪修，男，中国国籍，无境外居留权，1973 年 2 月出生，本科学历，工程技术应用研究员，中共党员。1995 年 7 月至 1995 年 12 月，任山东省建筑工程管理局中鲁集团见习工程师；1996 年 1 月至 2002 年 1 月，任大众日报社信息中心助理工程师、工程师。2002 年 1 月至 2010 年 2 月，任大众网技术部主任、工程师、高级工程师；2010 年 3 月至 2013 年 2 月，任大众日报社信息技术部副主任兼公司技术总监、高级工程师；2012 年 2 月至 2013 年 3 月，任信产公司董事；2013 年 3 月至 2014 年 10 月，任公司技术总监、工程技术应用研究员，信产公司董事；2014 年 10 月至今，任公司副总经理、技术总监，信产公司董事长兼总经理。

（3）陈月军，男，中国国籍，无境外居留权，1975 年 10 月出生，硕士研究生学历，中共党员。2001 年 2 月至 2007 年 11 月，历任齐鲁晚报下属齐鲁广告调查公司部门主任、副总经理、执行总经理；2007 年 11 月至 2010 年 5 月，任公司市场运营中心主任；2010 年 5 月至 2012 年 3 月，任公司总经理助理兼市场运营中心主任；2012 年 4 月至 2014 年 9 月，任公司总经理助理、信产公司总经理；2014 年 10 月至 2014 年 12 月，任公司董事、副总经理；2014 年 12 月至 2015 年 6 月，任公司董事、副总经理，日新传媒董事；2015 年 6 月至 2015 年 12 月，任公司副总经理，日新传媒董事；2015 年 12 月至今，任公司副总经理，日新传媒董事。

（4）任义忠，男，中国国籍，无境外居留权，1978 年 7 月出生，博士研究

生学历，中共党员，高级经济师，具有全国企业法律顾问执业资格和国家法律职业资格。2002 年 6 月至 2004 年 9 月，任职于广厦控股创业投资有限公司董事局战略发展总部、董事局办公室；2006 年 7 月至 2010 年 7 月历任大众报业集团（大众日报社）法律事务中心专职法律顾问、社委会秘书；2010 年 7 月至 2011 年 4 月任山东新闻大厦副总经理；2011 年 4 月至 2014 年 6 月，半岛传媒董事会秘书；2014 年 6 月至 2014 年 9 月，大众创投副总经理；2014 年 10 月至 2014 年 11 月，任公司董事会秘书；2014 年 11 月至 2021 年 3 月，任公司董事会秘书，半岛网络董事；2018 年 9 月至今，任齐鲁壹点董事；2021 年 4 月至今，任公司董事会秘书兼副总经理，半岛网络董事。

（5）杨博，男，中国国籍，无境外居留权，1977 年 11 月出生，本科学历，中级编辑，中共党员。1996 年 10 月至 2010 年 1 月，历任大众日报新闻研究所编辑、大众网编辑、广告运营部主任、记者；2010 年 2 月至 2019 年 5 月，历任公司办公室副主任、办公室主任、总编辑助理；2019 年 5 月至今，任公司副总经理。

（6）孔志刚，男，中国国籍，无境外居留权，1973 年 5 月出生，硕士研究生学历，高级会计师，中共党员。1998 年 7 月就职于大众报业集团（大众日报社），先后在经管办、事业发展处、财务中心工作。2000 年 12 月至 2001 年 7 月担任财务中心税务主管。2001 年 8 月至 2002 年 8 月担任大众华泰印务公司主管会计。2002 年 9 月至 2005 年 9 月担任财务中心会计部主任兼大众日报农村大众主管会计、齐鲁晚报生活日报主管会计，以及现代交通报财务总监等职务。2006 年 10 月至 2007 年 10 月任众发印务财务总监、董事，财务中心公司部主任。2007 年 11 月至 2010 年 8 月任山东大众文化产业投资有限公司财务总监，财务中心公司部主任。2010 年 9 月至 2014 年 8 月任大众传媒财务总监，财务中心会计部主任。2014 年 9 月至 2021 年 4 月任菏泽牡丹传媒有限公司财务总监、董事；2021 年 4 月至今，任公司财务总监。

4、其他核心人员

截至本招股说明书签署日，公司未认定其他核心人员。

（二）董事、监事及高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事及高级管理人员的兼职情况符合《公司法》等相关规定，具体兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职单位	在兼职单位的职务	兼职单位与发行人的关联关系
林忠礼	董事长	大众日报社	党委常委、副总编辑	发行人控股股东大众报业的董事长梁国典担任社长的企业
张辛	董事	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	董事	发行人控股股东大众报业控制的其他企业
		青岛新报传媒有限公司	董事	发行人控股股东大众报业施加重大影响的其他企业
		青岛大学文学与新闻传播学院	兼职教授	无
		山东省新媒体协会	副会长	无
		中国记协新媒体专业委员会	委员	无
姜长勇	董事兼副总经理	山东齐鲁壹点传媒有限公司	董事	发行人的控股子公司
宋建武	独立董事	中国人民大学新闻学院	教授	无
		上海东方网股份有限公司	独立董事	无
		河南大河财立方传媒控股有限公司	独立董事	无
		北京长江文化股份有限公司	独立董事	无
		华声在线股份有限公司	独立董事	无
		长三角数文私募基金管理（杭州）有限公司	独立董事	无
		新华炫闻（北京）移动传媒科技有限公司	独立董事	无
		北京点众科技股份有限公司	独立董事	无
		浙江省文化产业投资集团有限公司	独立董事	无
刘惠萍	独立董事	山东财经大学会计学院	财务管理系主任	无
		中国致公党山东财经大学支部	支部主委	无
		致公党山东省委会经济工作委员会	副主任	无
		山东省政协	特邀信息员	无
		济南市章丘区政协	常委	无
		济南市侨联	特聘专家委员会委员	无
		中国自然辩证法研究会科技创新委员会	理事	无
		中国经济发展研究会	理事	无

姓名	公司职务	兼职单位	在兼职单位的职务	兼职单位与发行人的关联关系
		山东省会计学会	理事	无
崔立红	独立董事	山东大学法学院	教授	无
		山东影视制作股份有限公司	独立董事	无
		山东莱芜农村商业银行股份有限公司	独立董事	无
		济南仲裁委员会	仲裁员	无
		青岛仲裁委员会	仲裁员	无
陈良友	监事	山东临沂新闻大厦有限公司	监事	发行人控股股东大众报业控制的其他企业
		山东法制报文化传媒有限公司	监事	发行人控股股东大众报业控制的其他企业
		大众报业	政工督察委员会总监	发行人控股股东
吕凤	职工监事	山东大众云学教育科技有限公司	监事	发行人的联营企业
李雪修	副总经理	山东大众信息产业有限公司	董事长兼总经理	发行人的控股子公司
陈月军	副总经理	山东齐鲁壹点传媒有限公司	董事	发行人的控股子公司
任义忠	副总经理兼董事会秘书	山东齐鲁壹点传媒有限公司	董事	发行人的控股子公司
		青岛半岛网络有限公司	董事	发行人的控股子公司
杨博	副总经理	山东大众数字文化科技有限公司	董事长	发行人控股股东大众报业控制的其他企业
		山东大众海蓝信息科技有限公司	监事	发行人的控股子公司
		青岛半岛网络有限公司	董事	发行人的控股子公司

（三）董事、监事及高级管理人员相互之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事及高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

（四）董事、监事及高级管理人员与公司签订的协议及其履行情况

公司与在公司任职领薪的董事、监事、高级管理人员签订了《劳动合同》。截至本招股说明书签署日，上述合同均有效执行。

（五）董事、监事及高级管理人员在最近两年内的变动情况

1、董事变动情况

截至 2020 年 1 月 1 日，发行人时任董事 9 名，具体如下：

序号	姓名	职务
1	梁国典	董事长
2	林忠礼	副董事长
3	刘加增	董事
4	何长青	董事
5	朱德泉	董事
6	姜长勇	董事
7	潘爱玲	独立董事
8	黄昇民	独立董事
9	耿利航	独立董事

2020 年 1 月 1 日至本招股说明书签署日，发行人董事的变动情况如下：

变动时间	变动后 董事会成员	职位	变动原因及对公司的影响
2021 年 3 月	林忠礼	董事长	原董事长梁国典因工作调整，不再担任公司董事长，但仍为公司董事；林忠礼选举为公司董事长，对公司生产经营无不利影响
	梁国典	董事	
	刘加增	董事	
	何长青	董事	
	朱德泉	董事	
	姜长勇	董事	
	潘爱玲	独立董事	
	黄昇民	独立董事	
	耿利航	独立董事	
2021 年 4 月	林忠礼	董事长	第三届董事会任期届满，选举第四届董事会成员，对公司生产经营无不利影响
	刘加增	董事	
	何长青	董事	
	朱德泉	董事	
	姜长勇	董事	
	张辛	董事	
	宋建武	独立董事	
	崔立红	独立董事	
	刘惠萍	独立董事	

2、监事变动情况

截至 2020 年 1 月 1 日，发行人时任监事 3 名，具体如下：

序号	姓名	职务
1	陈良友	监事会主席
2	金猛	监事
3	陈爽	职工监事

2020 年 1 月 1 日至本招股说明书签署日，发行人监事的变动情况如下：

变动时间	变动后 监事会成员	职位	变动原因及对公司的影响
2021 年 4 月	冷广奎	监事会主席	第三届监事会任期届满，选举第四届监事会成员，对公司生产经营无不利影响
	陈良友	监事	
	吕凤	职工监事	

3、高级管理人员变动情况

截至 2020 年 1 月 1 日，发行人时任高级管理人员 7 名，具体如下：

序号	姓名	职务
1	林忠礼	总经理
2	朱德泉	副总经理
3	姜长勇	副总经理
4	李雪修	副总经理
5	陈月军	副总经理
6	任义忠	董事会秘书
7	杨跑远	财务总监

2020 年 1 月 1 日至本招股说明书签署日，发行人高级管理人员的变动情况如下：

变动时间	变动后 人员	职位	变动原因及对公司的影响
2021 年 4 月	林忠礼	总经理	第四届董事会第一次会议聘任新任高级管理人员，对公司生产经营无不利影响
	姜长勇	副总经理	
	李雪修	副总经理	
	陈月军	副总经理	
	任义忠	副总经理兼董事会秘书	
	杨博	副总经理	
	孔志刚	财务总监	

变动时间	变动后人员	职位	变动原因及对公司的影响
2022 年 9 月	姜长勇	副总经理	林忠礼因工作调整，不再担任公司总经理，对公司生产经营无不利影响
	李雪修	副总经理	
	陈月军	副总经理	
	任义忠	副总经理兼董事会秘书	
	杨博	副总经理	
	孔志刚	财务总监	

4、相关人员变动对公司生产经营的影响

公司上述董事、监事、高级管理人员的变动主要是基于进一步完善公司的法人治理结构进行的调整，以及因退休、个人原因等出现的相关变动，未对公司的控制权与持续经营产生重大不利影响。

保荐人及发行人律师认为：发行人最近 2 年内董事、高级管理人员未发生重大不利变化。

（六）董事、监事及高级管理人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员不存在对外投资的情况。

（七）董事、监事、高级管理人员及其近亲属持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在直接或间接持有发行人股份情况。

（八）董事、监事及高级管理人员的薪酬情况

1、董事、监事及高级管理人员的薪酬组成、确定依据及所履行的程序

报告期内，除独立董事外，在本公司任职并领薪的董事、监事及高级管理人员的薪酬主要由基本工资、绩效工资、年终绩效、社会保险及住房公积金等组成。公司董事会下设薪酬与考核委员会，负责制定、审查公司薪酬政策与方案，制定考核标准并进行考核。董事、监事、高级管理人员的薪酬方案均按照《公司章程》等公司治理制度履行了相应的审议程序。公司给予独立董事适当的津贴，标准由董事会制订预案，股东大会审议通过。

2、董事、监事及高级管理人员报告期内薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事及高级管理人员的薪酬总额占公司当期利润总额的比例如下：

年度	薪酬总额（万元）	利润总额（万元）	占比
2019 年	494.63	6,668.53	7.42%
2020 年	539.92	6,900.75	7.82%
2021 年	739.22	6,809.06	10.86%
2022 年 1-6 月	237.07	2,220.07	10.68%

注：各期薪酬总额系各期董事、监事及高级管理人员的任职期间所涉薪酬加总，非现任董事、监事及高级管理人员当期薪酬总额。

3、董事、监事及高级管理人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

本公司现任董事、监事及高级管理人员 2021 年从公司及其关联企业领取收入的情况如下：

序号	姓名	现任职务	2021 年从公司领取薪酬情况（万元）	2021 年从公司关联方领取薪酬情况
1	林忠礼	董事长	85.87	未领薪
2	刘加增	董事	85.87	未领薪
3	何长青	董事	66.78	未领薪
4	朱德泉	董事	67.20	未领薪
5	姜长勇	董事兼副总经理	67.62	未领薪
6	张辛	董事	51.44	未领薪
7	宋建武	独立董事	4.50	未领薪
8	崔立红	独立董事	4.50	未领薪
9	刘惠萍	独立董事	4.50	未领薪
10	冷广奎	监事会主席	54.02	未领薪
11	陈良友	监事	未领薪	在大众报业领薪
12	吕凤	职工监事	13.45	未领薪
13	李雪修	副总经理	58.80	未领薪
14	陈月军	副总经理	58.80	未领薪
15	任义忠	副总经理兼董事会秘书	50.40	未领薪
16	杨博	副总经理	37.80	未领薪
17	孔志刚	财务总监	19.45	未领薪

注：发行人于 2021 年 4 月进行了董事、监事换届并聘任了新任高级管理人员，上表中领取薪酬情况仅指现任董事、监事及高级管理人员担任董事、监事及高级管理人员期间领取

的薪酬，未包含之前担任普通员工期间的薪酬。

4、董事、监事及高级管理人员享受的其他待遇和退休金计划

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事及高级管理人员除在公司领取工资奖金及享受社会保险、住房公积金、企业年金计划外，未在公司享受其他待遇和退休金计划等。

（九）发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在已经制定或实施的股权激励及相关安排。

十一、发行人员工情况

（一）员工人数及报告期内的变化情况

报告期各期末，公司及其控股子公司在册员工总数如下表所示：

项目	2022-6-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
员工人数（名）	1,873	1,834	1,805	1,640

（二）员工构成情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其控股子公司员工构成如下表所示：

项目	类别	人数	占比
年龄构成	30 岁以下（含 30 岁）	937	50.03%
	31-40 岁（含 40 岁）	809	43.19%
	41-50 岁（含 50 岁）	111	5.93%
	51 岁以上	16	0.85%
	合计	1,873	100.00%
教育构成	硕士研究生及以上	116	6.19%
	本科	1,561	83.34%
	专科及以下	196	10.46%
	合计	1,873	100.00%
岗位构成	采编人员	781	41.70%
	技术人员	166	8.86%
	销售人员	740	39.51%
	行政管理人员	186	9.93%
	合计	1,873	100.00%

（三）报告期内社会保险和住房公积金缴纳情况

1、社会保险和住房公积金缴纳人数和比例

公司根据所在地区的社保政策为公司在职员工按时计提和缴纳了基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险等社会保险；按照国家有关政策建立了住房公积金制度。报告期各期末，公司社保及住房公积金缴纳人数情况如下：

缴纳时点	总人数	社会保险			住房公积金		
		实缴人数	未缴人数	实缴人数占比	实缴人数	未缴人数	实缴人数占比
2022 年 6 月 30 日	1,873	1,862	11	99.41%	1,846	27	98.56%
2021 年 12 月 31 日	1,834	1,811	23	98.75%	1,809	25	98.64%
2020 年 12 月 31 日	1,805	1,726	79	95.62%	1,727	78	95.68%
2019 年 12 月 31 日	1,640	1,579	61	96.28%	1,575	65	96.04%

2、未缴纳社会保险和住房公积金的原因

报告期各期末，公司存在部分在册员工未缴纳社会保险和住房公积金的情形，主要系员工处于试用期，以及部分员工自愿放弃缴纳等原因。

报告期内，公司未缴纳社会保险和住房公积金的员工人数占比较小，同时公司控股股东大众报业已出具承诺如下：“如发行人因上市前未按期足额缴纳社会保险和住房公积金而经有关政府部门或司法机关认定需进行补缴，或因社会保险费和住房公积金事宜受到处罚，或被任何相关方以任何合法方式提出有关社会保险费和住房公积金的合法权利要求，本公司将全额承担经有关政府部门或司法机关认定的需由发行人补缴或缴纳的全部社会保险费和住房公积金、罚款或赔偿款项，全额承担被任何相关方以任何合法方式要求的合理社会保险费和住房公积金或赔偿款项，以及因上述事项而产生的由发行人支付的或应由发行人支付的所有相关费用。”因此若有关政府部门或司法机关认定发行人需对社保、公积金进行补缴将不会对发行人的持续经营产生重大不利影响。

公司及其控股子公司属地人力资源和社会保障主管部门、住房公积金主管部门已出具合规证明，报告期内，公司及其子公司不存在因违反国家社会保险和住房公积金相关法律法规而受到行政处罚的情形。

未来公司将进一步完善新员工入职流程，督促新入职员工提交个人相关材料

以及时办理社会保险、住房公积金缴纳手续；同时建立健全员工的培训机制，向员工宣传缴纳社会保险和住房公积金的积极意义，引导其积极参与社会保险和住房公积金的缴纳。

十二、发行人党建工作情况

习近平总书记在全国国有企业党的建设工作会议上强调，国有企业是中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础，是我们党执政兴国的重要支柱和依靠力量。坚持党的领导、加强党的建设，是我国国有企业的光荣传统，是国有企业的“根”和“魂”，是我国国有企业的独特优势。

作为山东省主流媒体企业，中央文化体制改革领导小组批准的全国首批重点新闻网站转企改制试点工作单位，发行人始终坚持贯彻“党管媒体”的原则，充分发挥企业党组织的政治领导核心作用，以高质量党建引领企业高质量发展。

发行人在《公司章程》中明确了党组织机构设置，依据《党章》规定，设立中国共产党山东省互联网传媒集团股份有限公司委员会（以下简称“公司党委”），健全党的基层组织体系，建立党的工作机构，配备党务工作人员，切实加强党的领导。公司党委主要的职责包括：发挥政治核心作用，推进坚持把社会效益放在首位，并实现社会效益和经济效益相统一；保证监督党和国家的方针、政策在本公司的贯彻执行；全面落实从严治党要求，切实履行主体责任，不断加强党组织的自身建设，研究部署党群工作，推进基层党建工作创新，领导思想政治工作、精神文明建设和工会、共青团等群众组织。

报告期内，公司党委积极有效开展与合作伙伴的党建共建活动，坚持党建统领，有效整合资源，积极拓展和充分发挥基层党组织的作用，携手共进谋发展。公司努力把党建工作的政治优势转化为公司的发展优势，有力推动了公司的全面发展和各项工作的顺利完成。

第六节 业务和技术

一、公司主营业务、主要产品或服务的情况

公司是山东省人民政府批准设立的以互联网技术、移动通信技术为支撑的大型骨干网络文化传媒集团。

作为山东省重点文化传媒产业集团，公司建立以“大众网”“齐鲁晚报网”“半岛网”和“鲁中网”等为核心的网站集群，将原创性、权威性、及时性的新闻内容通过互联网进行传播，满足广大互联网用户对于新闻信息的需求，并以此为基础不断开拓、挖掘用户资源，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。公司目前已形成以互联网网群为核心，以“山东手机报”“海报新闻”“齐鲁壹点”等系列媒体产品为延伸，以 16 市地方频道为保障的互联网矩阵，形成了 PC 端与移动端“互联互通”“共享共用”的新局面，成为覆盖山东、辐射全国的主流舆论平台。

公司将立足现有业务框架，加强各媒体平台的融合发展，持续科技创新、模式创新、业态创新，打造符合新时代互联网发展趋势的现代文化传媒企业。

（一）公司主营业务的基本情况

1、公司业务及主要产品或服务情况

经过多年的经营和行业积累，公司已拥有了广泛的用户基础，具有了优质的客户资源和媒体价值，并以此为基础开展经营活动。公司的主营业务包括广告宣传服务、信息服务、移动增值业务及技术服务。

（1）主营业务

广告宣传服务。公司目前已经形成以“大众网”为核心，以“齐鲁晚报网”“半岛网”“鲁中网”为支撑，以“海报新闻”和“齐鲁壹点”客户端为延伸的综合新闻传播体系，公司广告宣传服务系基于公司强大的网络传播能力，通过公司运营的新闻媒体资讯平台，在提供优质新闻信息的基础上，通过图片、Flash、文字链接、视频、网络直播等多种表现形式为客户提供形式多样的广告及信息宣传服务。相较于传统的通栏、浮标等网站广告的宣传方式，专题制作、短视频拍摄、网络直播等宣传方式则是新媒体时代更受用户欢迎的宣传推广方式，而宣传

活动的策划与执行是进行深度专题制作、短视频拍摄、网络直播的基础，为线上宣传信息的发布提供了丰富的素材。线上宣传与线下活动执行在宣传服务中相辅相成，进而达到了更好的宣传效果。

信息服务。公司信息服务业务主要为舆情服务。公司根据客户需求，在网络信息的积累和大数据的基础上，进行媒体信息的挖掘、定制、监测、分析、研究和判断，并向客户提供舆情研究咨询相关的服务，帮助客户应对网络舆论危机和提升品牌价值。公司还根据客户的需要向其推送舆情咨询分析报告。

移动增值业务。公司移动增值业务主要为手机报业务，通过电信运营商的信息传播渠道向订阅用户移动终端发送时政新闻、民生资讯、行业信息、党政资讯等新闻信息内容。

技术服务。公司拥有多年网站建设、运营和维护经验，拥有坚实的技术支持基础，凭借自主采编、公信力和权威性等方面的优势，承担各类地方党政机关、学校及各行业客户的网站设计、建设调试、运营维护及其他软硬件类技术服务。

（2）其他业务

公司的其他业务主要包括电子商务及商务服务，收入主要来源于电子商务平台及线下的商业贸易差价、佣金以及电商平台搭建、运营，电商培训等服务收入。该类业务的规模较小，并非公司主要的收入及利润来源。

2、公司营业收入构成

报告期内，公司各业务营业收入金额及占比如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告宣传服务	15,801.21	70.03%	37,033.85	66.57%	29,887.69	64.42%	24,458.30	62.07%
信息服务	3,060.92	13.57%	6,194.77	11.14%	5,630.03	12.14%	4,709.53	11.95%
移动增值业务	1,032.45	4.58%	3,714.83	6.68%	3,922.97	8.46%	3,933.58	9.98%
技术服务	2,490.82	11.04%	8,160.96	14.67%	6,120.05	13.19%	5,995.41	15.21%
其他业务	178.77	0.79%	522.99	0.94%	833.80	1.80%	308.08	0.78%
合计	**22,564.17**	**100.00%**	**55,627.39**	**100.00%**	**46,394.54**	**100.00%**	**39,404.90**	**100.00%**

（二）公司主要新闻平台

互联网新闻信息服务行业主要依托互联网网站、移动客户端等，将新闻内容进行传播，满足广大互联网用户对新闻信息的需求，并在不断开拓、挖掘用户资源的基础上，推广、经营基于互联网应用的服务和产品，因此，互联网用户规模是影响行业运营的关键因素。发行人是依托全国首批省级重点新闻网站之一“大众网”组建的山东省重点文化传媒产业集团，是中央文化体制改革领导小组批准的全国首批重点新闻网站转企改制试点工作单位。经过多年发展和积累，公司目前已经形成以“大众网”为核心，以“齐鲁晚报网”“半岛网”“鲁中网”为支撑，以“海报新闻”和“齐鲁壹点”客户端为突破的综合新闻传播体系，具备了较强的运营能力。

发行人始终坚持正确的政治方向和舆论导向，大力弘扬社会主义核心价值观，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，围绕省委省政府中心工作开展创新宣传，守好舆论阵地，唱响主旋律，传递正能量，在重大事件报道中的传播力和整合力优势明显，牢牢捍卫山东网络舆论话语权。

1、公司运营的主要网站平台

（1）大众网

大众网是国务院新闻办公室于 2001 年批准成立、发行人主办的山东省主流新闻网站和外宣网站。作为山东省网络舆论宣传主阵地和新闻资讯权威发布平台，大众网始终坚持融合、创新，不断提高传播力、引导力、影响力、公信力。截至目前，公司新闻作品 16 次获得中国新闻奖，5 获中国新闻奖一等奖，综合实力居全国省级重点新闻网站前列。

大众网在山东省内 16 个地市建立了地方频道，实现了山东省的地域全覆盖，建立起多层次、全方位、立体式传播体系，成为行业领先的省级重点新闻网站。大众网凭借新闻传播内容的权威性、客户的广泛性和新闻信息发布的专业性，适应网络媒体传播规律，积极探索新媒体发展模式，形成了以要闻、视频、视觉、体育、娱乐、文化、时尚、财经、房产、汽车、购物等新闻资讯和生活服务类资讯为主的信息资讯平台和专业网群。大众网运用文字、图片、动画、音视频、论坛等多媒体传播途径，全天候 24 小时向全球网民发布信息资讯，形成了“点击

山东，连接世界”的网络平台。

①新闻内容

新闻内容是网站的核心竞争力，公司具有自主采编权，拥有专业的采编团队和丰富的媒体渠道。大众网的新闻来源包括公司通过自有采编团队采集新闻素材和转载其他新闻单位或其他媒体的新闻信息。大众网新闻内容下设新闻、生活和地方三大板块，其中：新闻板块包括要闻频道、山东频道、娱乐频道、财经频道、体育频道、问政频道、新闻发布会频道、理论之光频道和敢当时评频道；生活板块包括健康、教育、文旅、家居、交通、电商、房产、家电、消费等行业频道；此外，大众网设立了全省 16 个地市频道，分别更新地方新闻资讯。

A.新闻板块

要闻频道：大众网要闻频道是网站主要的新闻来源，下设国内新闻、国际新闻、社会新闻、专题、时评等栏目。国内新闻栏目聚焦国内要事、热点、官方发布、时政现场等新闻资讯，对国内各类重大政策活动、重要时政话题和社会热点社会事件进行滚动和专题报道，提供了互联网用户了解中国时事的窗口；国际新闻栏目以国际化的视野综合各个新闻通道，全面、及时关注国际要闻，快速、客观、准确地传递天下动态，精选网民关注的全球时讯，提供了用户了解国际时事的窗口，切实打造在山东看世界的便捷平台；社会新闻栏目着眼大众民生、着重社会热点、覆盖全国各地，采用原创编辑、精华采集、实时互动及开放评论等方

式协同内外部资源，提供多层次的媒介平台，引导大众网民关注和了解最新资讯；专题栏目既有国内、国际、山东、社会等国内外热点事件，又有体育、娱乐等资讯锦集，还有 16 地市频道专题，为用户提供信息荟萃的导读平台；时评栏目以“针时弊 关痛痒 讲真话 敢担当”为办栏主旨，是大众网倾力打造的新闻评论栏目，是具有广泛影响力和舆论引导力的优质评论专栏。

山东频道：集中展示山东本地新闻的网上窗口，主要有聚焦山东、策划、权威发布、深度报道、新闻专题、焦点视频等栏目。山东频道采用文字、图片和视频等多种方式，聚合中央及省内外媒体相关报道，对山东 16 地市的最新事件进行播报，对最新政策进行权威及时的解读，将本地信息及时向外传播。

娱乐频道：以报道国内、国际娱乐新闻，关注娱乐热点事件，传递特色的娱乐资讯为主，将娱乐前沿资讯、最新消息、明星轶事、影视剧集等呈现给用户。

体育频道：每日发布国内、国际重要的体育新闻、赛事信息及相关评论等，通过整合网络资源，打造体坛聚焦、图片报道、山东泰山、山东西王和精彩推荐等特色栏目，增强频道趣味性。体育频道强化了本地报道，把足球、篮球等本地用户较受关注的项目作为主打栏目向用户重点呈现。

理论之光频道：山东省重要的理论宣传平台，具有山东特色和齐鲁气派的理论研究宣传教育品牌，已经成为国内网络理论宣传的重要阵地。特色栏目“智理山东”定位于立足山东理论人才，解决山东实际问题，助力山东改革发展。热点聚焦、融媒在线、专家智库和理论专题等栏目，对涉及山东省经济社会发展的最新理论创新成果进行网络首发，通过不同角度的理论辨析，正确引导舆论导向。

敢当时评频道：以原创评论为主体，通过提高评论稿件内容质量和转载率，不断提升网站的影响力。对国内热点舆情特别是涉鲁舆情事件，第一时间推出评论员文章和相关评论专题，占领主流舆论场，增强对核心价值观的有效传播。

财经频道：分财讯、平台、财道三大板块，涵盖产经报道、财智对话等内容，又包括银行、保险、证券、基金、期货等行业资讯，全方位追踪国内财经热点资讯，为读者提供综合投资信息。

B.行业板块

大众网以用户生活便捷为出发点，通过搭建各专业频道，丰富相关领域的信

息储备，集中在细分领域开展实用性、专业性、持续性的信息服务。专业频道由专门的人员负责采编、运营并协调公司内外资源共同运维，打造精品信息服务平台，架设行业客户与网民大众沟通的渠道。通过健康、教育、消费等频道传递民众生活资讯，切实关注大众的兴趣点，报道网民关心的热点信息，打造山东网民的便捷生活圈，为信息服务的多元化奠定了需求基础。

健康频道：在传播行业资讯信息的同时，通过组织“院长在线”大型网络互动访谈活动、“名医大讲堂”医学科普知识讲座在线访谈节目等方式组织专题，互动网民，提升网站用户的活跃度和参与度。

教育频道：传播山东区域各阶段教育及不同学龄期的资讯信息，报道各地教育信息热点，建设网民获取政策、考试、升学、职业等方面信息的平台；通过与山东大学校园平台的协同建设，关注大学校园资讯平台需求。

消费频道：聚焦山东生活圈，通过品牌资讯、旅游、家电、汽车、房产、家居、酒水代理、生活超市、交友婚庆、吃货驿站、同城等专题栏目，传递在山东生活的真实体验。

C.地方板块

大众网建立了覆盖山东全省的 16 个地方频道，地方频道的运营和建设，充分发挥当地团队资讯采编优势，深入当地百姓的生活圈，适应当地网民的资讯偏好，针对性地开展信息服务活动，发挥网络媒体的影响力和传播力，拓展在各地的行业服务类信息。

D.外宣板块

大众网英、日、韩外文频道于 2021 年 6 月 30 日全新改版上线。频道以互联网语言和叙事方式，通过融媒报道形态，向世界展示真实、立体、全面的中国，播报山东经济社会发展动态，传播齐鲁文化，讲述中国故事山东篇章，以山东实践诠释中国主张、中国智慧、中国方案。设置了山东及 16 市概况、汉语教室、点击排行等栏目，为在山东及国内工作生活、对中国社会发展和山东地域风情怀抱兴趣的外国友人，提供“前沿、专业、有趣”的信息功能。

②互动服务

大众网在提供优质内容的同时，注重网民的互动体验，通过大众论坛、齐鲁民声等为网民提供包括新闻话题讨论、公益、运动、摄影等在内的综合性互动服务平台，成为用户表达意见、创作内容、发布创意的理想渠道。大众论坛建立了以山东省各地市同城话题讨论为主，以兴趣圈子、生活服务和爱心公益为辅，集资讯、兴趣圈子、休闲娱乐和交友为一体的综合性、特色化 SNS 网络社区。齐鲁民声以“问政于民、问需于民、问计于民”为宗旨，通过网民咨询政策、反映问题、表达意愿、提出意见，64 个上线部门定向解答、限时回复、限期解决的模式，达到汇聚民智、反映民生、化解矛盾、服务决策、优化环境的目的。

（2）齐鲁晚报网

齐鲁晚报网系发行人控股子公司齐鲁壹点运营的新闻网站，以国内外新闻及新闻资讯为主，突出新闻内容的原创性，下设国际、国内、山东 16 地市、战疫、公益、党建、职场、科技、社会、体坛、房产、文旅等垂直频道，生产包括文字、图片、音频、视频等内容产品，实现了新闻、生活资讯、娱乐、影视等内容的覆盖，是山东重要的权威新闻资讯平台。

（3）半岛网

半岛网系发行人控股子公司半岛网络运营的新闻网站，主要以青岛当地新闻及热点资讯为主，下设新闻资讯、社区、房产、财经、汽车、健康、旅游、教育、娱乐等众多频道，是山东半岛地区新闻信息最丰富的网站之一。半岛网不仅为商家提供最佳本地化的网络传播平台，而且为市民的生活提供便利，其网络传播价值被越来越多的客户所认可，客户涵盖了房产、商业、金融、快消品等众多行业的知名企业。半岛网先后荣获青岛市诚信网站、山东省优秀网站、青岛市最具影

响力新媒体企业及机构、全国地方新媒体发展十大建设样板中心等称号。

（4）鲁中网

鲁中网系发行人全资子公司大鲁网络运营的新闻网站，主要面向以淄博为中心的鲁中地区用户，旨在打造区域综合性新闻门户网站。鲁中网设有新闻、教育、房产、健康等频道，致力于打造立足淄博、覆盖山东、贴近民生的区域性主流媒体平台。

2、公司运营的主要移动客户端

（1）海报新闻

海报新闻客户端（原“山东 24 小时客户端”）于 2018 年 12 月 12 日正式上

线，专注时政财经新闻，强化“全国大端”定位，以“立足山东、全国一流、面向世界”为目标，传播主流声音、引导网上舆论、服务人民群众，着力打造内容突出、技术先进、特色鲜明、在全国有重要传播力影响力竞争力的主流平台型新媒体。

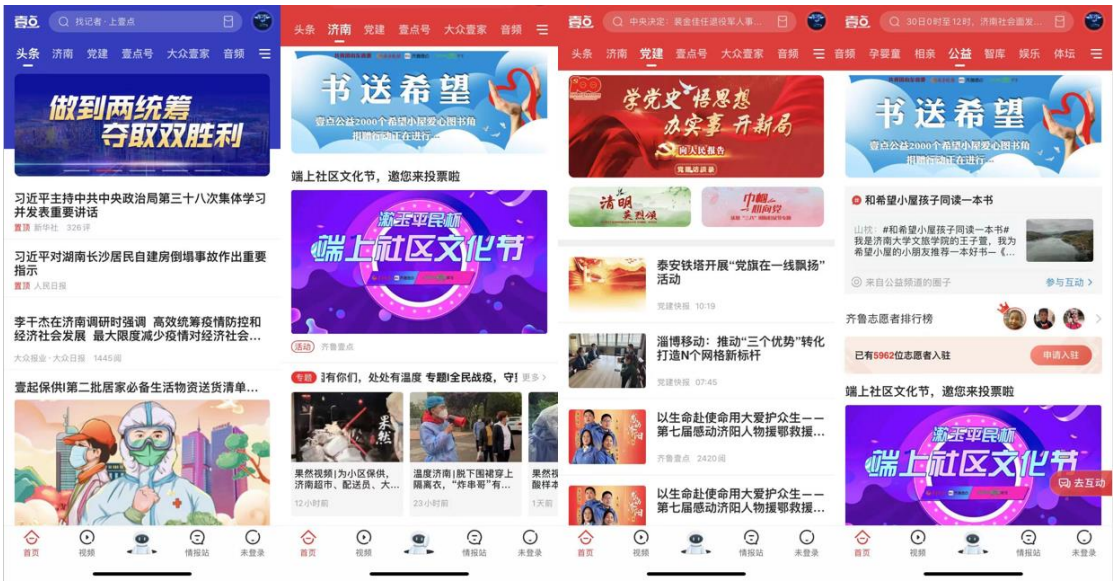
海报新闻客户端以“海报视频”品牌为主打，聚合 16 地市新闻频道内容资源，大幅增加了直播、短视频原创内容生产；通过运用人工智能相关技术，集纳语音识别、字幕识别、人脸识别等功能，增强人机协作、机器自动生产，提升短视频内容生产制作的效率。海报新闻客户端以“海报号”推动用户创造内容，广泛邀请政府厅局、理论专家、名人名家等集中入驻，汇集重点稿件和重点人才，构建起更加活跃也更加健康的新媒体内容生态。

2021 年，海报新闻客户端《千里挺进大别山——山东湖北携手战“疫”故事》获第三十一届中国新闻奖融合创新三等奖。

（2）齐鲁壹点

齐鲁壹点客户端自 2014 年诞生以来，就以提供精确权威的、有态度的新闻为己任。齐鲁壹点结合自身优势定位地方客户端的特色，确立了“找记者 上壹点”的口号，已经实现新闻资讯、生活服务、爆料互动等全时覆盖，实现内容生产、商业服务、价值传递等全方位运营。齐鲁壹点坚持“在线化、智能化、智慧

化、视频化”的发展方向：A、在线化：包括记者在线、用户在线、内容在线和服务在线；B、智能化：将人工智能运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中；C、智慧化：主要体现为智慧推荐、智慧引领和智慧引导三个方面，采用人工+算法的混合推荐模式，既保证了主流媒体的价值观导向，又满足了用户的个性化需求；D、视频化：坚持视频优先战略，重点打造新闻类视频栏目。



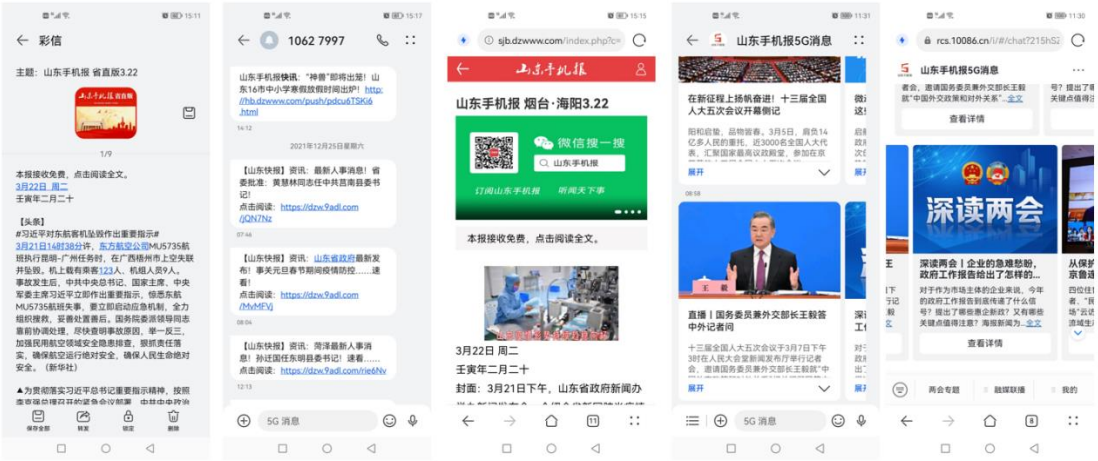
齐鲁壹点在 2018 年中国网络媒体论坛发布的媒体综合传播力系列榜单中位居“全国稿源单位移动端综合传播力榜”第四名，在 2018 年获得由中央网信办《网络传播》杂志评选的主流媒体客户端传播力全国第二名的成绩。

3、手机报业务平台

2013 年，中宣部、中央网信办把山东作为率先推进手机报“一省一报”工作五个试点省份之一。2014 年 1 月，山东手机报正式上线。

2016 年 8 月，山东省委宣传部、山东省互联网信息办公室、山东省通信管理局联合印发《关于加快推进山东手机报新媒体发展的意见》（鲁宣发〔2016〕19 号），明确山东手机报是具有党报党刊性质的新型主流媒体，《意见》确定了山东手机报发行范围、主要任务和工作目标并对各参与单位进行了责任分工。

山东手机报发展过程中持续推进产品升级，丰富展现形式，延长产业链条，已形成了集主报、区县报、行业报、企业报于一体的手机报业务集群，构建了“彩信+短信+WAP”“主报+快讯+号外”的多种传播业态，具有快速传播、精准送达、覆盖广泛、多元呈现等特点。



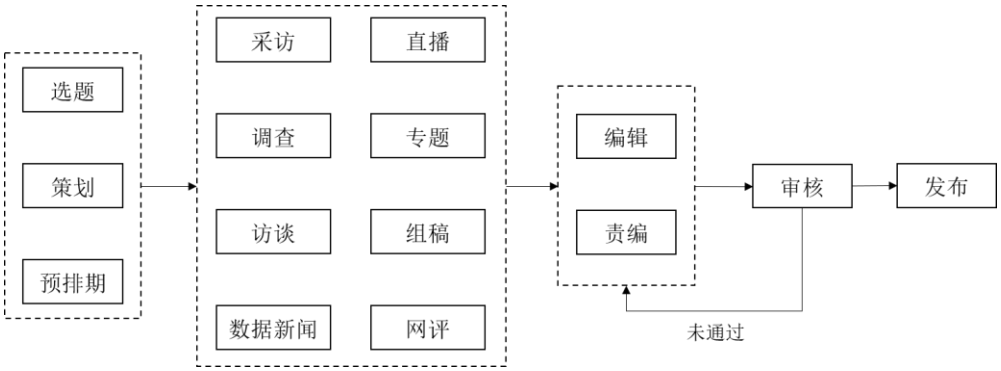
彩信版　短信版　WAP版　5G消息版　5G短信链接版

（三）新闻信息采集及发布

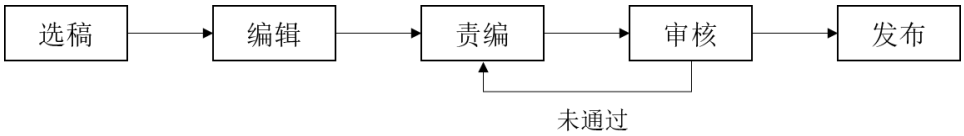
公司拥有资深的采编团队和丰富的媒体渠道，新闻信息的采集、创编及深入调查能力较强，为多媒体的信息服务及内容发布提供系统性支持。资讯内容的来源包括自行采编的原创报道、转载其他新闻单位或其他新闻媒体的新闻信息。

在资讯获得后，公司通过策划、采访、撰稿、编辑、审核、发布、考核等采编业务流程，或通过提炼、深化、融合、数据化、专题化、增强化等信息再加工方式，在保证新闻信息质量的基础上，提高内容发布的表现力、吸引力和影响力，为网民提供更为有效、可读的信息。遇到突发、重大、专题报告情况，公司协同内外部资源，抽调骨干人员组成报道组，由经验丰富的人员总体指挥、策划、组织，形成多媒体、多渠道的全方位播报，有效的组织、实施新闻报道工作。

原创稿件采编及发布流程图



转载稿件采编及发布流程图



（四）主要产品及服务情况

1、广告宣传服务

公司广告宣传服务系基于公司在山东省内的信息传播能力和品牌影响力，通过大众网、齐鲁晚报网、半岛网、鲁中网、海报新闻客户端、齐鲁壹点客户端等多类型新闻媒体资讯平台，为客户提供多维度的综合宣传服务。基于多年来在宣传领域积累的丰富经验及多宣传手段协调发展的优势，公司已具备为客户提供整合营销服务的基础及满足客户各类宣传需求的能力。

公司广告宣传服务主要通过公司下属网站、客户端等新媒体平台进行，并根据客户需求结合主题活动、公众号、微博宣传等方式开展，满足不同客户的多样化营销需求，提升广告及宣传的效果。公司拥有丰富的细分行业媒体运营经验、多样化的传播媒介和品牌效应，有助于客户提高品牌影响力和产品知名度。行业频道为客户在细分行业产品和服务的推广提供专业化营销方案；地方频道的地域资源为品牌客户在特定区域的深度营销提供了网络保障；多元化的发布平台可以满足不同客户的营销偏好。公司客户广泛覆盖山东省内各大企业、事业单位及党政部门，涉及财金、保险、产经、汽车、体育、旅游、健康、教育、房产、家居、酒水、品牌、家电、消费等热点行业。

大众网在首页、鲁企频道、房产频道、海洋频道、家居频道、16 个市级频道等位置，半岛网在首页、房产频道、日照频道、西海岸频道等位置，鲁中网在首页、文旅频道、房产频道等位置，齐鲁晚报网在电子报栏目等位置，海报新闻客户端在齐鲁频道等位置，齐鲁壹点客户端在首页、优房频道等位置均设置了网络广告位。公司设立有专业化的运营团队，根据客户的个性化需求，制订信息传播策略和执行方案，并通过文字、图片、插件、数据、链接、视频等多种媒体形式进行营销和推广。公司基于强大的网络影响力，为客户提供高质量的广告及宣传信息发布服务，提高客户的宣传效果。

除传统的网络平台广告位宣传外，还包括网络信息发布、网络视频直播、线下活动宣传、线上线下交流互动等多种方式，能够使客户及其产品实现更好的宣传效果。

公司的宣传活动具体包含：活动方案策划、活动线上宣传、活动线下组织执行等。活动方案策划包含：活动主题提炼、活动亮点挖掘、活动流程设计、活动推广计划等；活动线上宣传方式包括：网络广告宣传、社交网络造势、信息编辑推送、宣传视频拍摄分发、网络视频直播、媒体视频图文专题报道等；活动线下组织方式包括：场景布置、现场运营监管、活动反馈等。通过上述宣传策划活动，从线上预热到线下执行，再到线上总结回顾及宣传报道，实现多维度的宣传效果。

2、信息服务

（1）舆情服务

公司的信息服务业务主要为舆情服务业务。公司根据客户需求，在网络信息的积累和大数据的基础上，进行媒体信息的挖掘、定制、监测、分析、研究和判断，并向客户提供舆情研究咨询相关的服务，帮助客户应对网络舆论危机和提升品牌价值。此外，公司还提供定期向用户推送电子版或纸质版舆情咨询总结报告的服务。

从事前的舆情风险评估、监测到事中的舆情态势走势研判、舆情处置引导，再到事后的公信力修复，公司发挥网络媒体综合优势，全链条发力、一体化规划、一盘棋操作，在舆情引导的针对性和有效性上下功夫。舆情工作内容涵盖负面舆情 7×24 小时实时监测预警、舆情等级研判、舆情风险预判、舆情处置建议、舆情应对预案、回应稿拟定、媒体沟通预案、舆情处置效果评估、典型案例分析、网评引导建议、舆情专家顾问、各类常规分析报告和智库报告等几十项服务。

公司具有社会民生舆情工作室、县（市）域舆情工作室、教育舆情工作室、财经舆情工作室、政法舆情工作室、三农舆情工作室、企业舆情工作室等 7 个舆情工作室和 1 个省情大数据研究室，形成了舆情技术、舆情服务、杂志信息三大类产品体系，为全省 300 余家党政机关企事业单位提供舆情服务，覆盖全省 80%的省厅级单位，重点为省纪委、省委网信办、省政府办公厅、省政府新闻办等近 40 家省直单位提供舆情服务，在省政府组成部门、高校、银行等市场的舆情服务中处于领先地位。

技术支撑方面，公司拥有自主可控的完整系列舆情工作信息化平台。2012 年，公司自主研发“大众情报工作平台”，在全国省级媒体当中，率先拥有了自主知识产权的舆情监测和分析软件。随后，“省-市-县三级舆情联动处置平台”“舆情处置转办系统”“舆情协同工作平台”“舆情监测云账号系统”“舆情数据可视化指挥大屏”“网评管理系统”“传播分析系统”等工作类软件陆续上线。截至目前，公司共登记注册舆情相关软件著作权 20 余项。公司还自主研发了“垃圾数据处理模型”“自动预警模型”“情感、地域、行业识别模型”等多个 AI 模型，进一步解放了舆情生产力。此外，公司还承担了中宣部四个一批人才工程、省委宣传部重大舆情立项课题、山东省社科基金、山东省软科学项目，先后取得《基于媒体融合的新时代政媒舆论引导共同体研究》《山东省网络舆情应对能力评估指标体系的设计与实证》《网民情绪对舆情走向的影响及疏导策略》《重大舆情应急处置中党管媒体策略研究》等系列科研成果，连年发布《山东省网络舆情年度报告》。

目前公司舆情服务业务已实现“省市—县区—镇街—企事业”的大范围覆盖，年营业收入突破 5,000 万元，叫响了“大众舆情”的区域品牌，品牌和规模在省内领先。2007 年，大众网被中宣部列入首批省级新闻网站舆情信息直报点；2009

年，大众网承办山东省第一届网络舆情管理论坛；2012 年，大众网创办山东省第一本舆情内刊《大众舆情参考》；2014 年，大众网被省委宣传部列入舆情信息直报点；2016 年至 2018 年，连续三年完成山东省重大舆情立项课题。公司先后有 6 人次获得中宣部舆情信息工作先进个人，10 人次获得省委宣传部舆情信息工作先进个人，2014 年至 2021 年连续 8 年获得山东省舆情信息工作先进单位，荣获 2021 年中宣部舆情信息工作优秀单位。

2019 年至 2021 年，公司共为山东省委、省政府报送涉鲁敏感舆情 6.9 万条，为其他各合作单位报送敏感舆情 50.6 万条，参与敏感舆情事件处置 320 余起，撰写日报、周报、月报、季报、突发舆情专报等常规报告 3 万余期，出具政务、疫情、教育、文旅、自然资源、生态环境、金融、企业等行业智库报告 600 余期，各类报告反馈省领导批示 480 余次。

（2）新闻信息版权销售

除舆情服务外，公司还开展新闻信息版权销售业务，凭借自身积累的新闻资源，向腾讯、新浪等商业网站销售新闻资源。

3、移动增值业务

（1）手机报业务

手机报业务中，公司主要以短信、彩信、WAP、语音、APP 等形式向手机用户提供新闻、旅游、家电、消费、财经、汽车、健康、教育、房产等资讯信息，公司手机报业务主要采用与电信运营商合作的方式开展。

公司将即时新闻、生活服务和行业信息等内容，以短信、彩信等多种形式，通过电信运营商的信息传播平台发送到用户移动终端。新闻信息的来源主要有三类：一是自采自编内容，二是转载自其他新闻单位或其他媒体的新闻信息，三是向手机报内容服务商采购的内容，在完成编辑及相应内部审核程序后，通过电信运营商的信息传播平台发送到用户移动终端。目前发行人手机报产品主要包括全网山东手机报、行业版手机报、企业版手机报和区县手机报四大类别。

①全网山东手机报

全网山东手机报面向全国移动用户发行，内容主要针对手机用户关注的热点

新闻和话题，为用户及时、快速、准确的传递山东省内以及国内外重大新闻、社会热点、民生信息等新闻资讯。《山东手机报》主要通过彩信及短信形式发送，在短信、彩信内容中均可由 H5 链接形式展现深度阅读（视频、图片、文字、音乐等），用户通过点击短信、彩信手机报中 H5 链接即可打开相关阅读网页，进行深度阅读。客户接收短信、彩信时可以提示客户及时阅读，提高新闻阅读的及时性。

全网山东手机报由个人通过运营商按月订阅，并通过中国移动下属卓望信息技术（北京）有限公司的手机报编辑平台进行编辑、发送。

②区县版手机报

区县版手机报是面向山东本地手机用户发行的专刊手机报，合作方为山东移动、山东电信、山东联通三大电信运营商，内容以本地新闻、社会民生、政策法规、精神文明建设等资讯信息为主，具有鲜明的本地特色。

区县版手机报根据提供的内容不同分为免费版和付费版。免费版信息内容相对基础，主要以全国及山东省内的主要新闻为主，在内容提供方面讲求新闻的时效性；付费版区县手机报作为山东省党报党刊一般由地方财政、政府机关及企事业单位采取统一订阅、统一付费的方式征订。2016 年 8 月，省委宣传部、省网信办、省通信管理局联合下发《关于推进山东手机报新媒体发展的意见》，明确山东手机报是具有党报党刊性质的新型主流媒体，将山东手机报纳入党报党刊发行序列，逐步覆盖全省各级各部门、各重点行业、各高校广大党员干部职工师生。

截至 2022 年 6 月末，山东省内 16 市及所辖县（市、区）的区县版手机报专刊全部开通，全省总用户超过 3,000 万户，主要为全省各级各部门、各重点行业、各高校的广大党员及重要员工。

③行业版手机报

行业版手机报包括全网发行的山东教育手机报、财经天下手机报、舆情手机报等以及省内发行的高校手机报，内容主要针对不同行业特点发布与行业相关的内容资讯。全网山东教育手机报、财经天下手机报等行业版手机报合作电信运营商为中国移动，通过中国移动指定的手机报编辑平台进行编辑、发送。省内高校手机报通过山东手机报统一编审平台进行编发。

④企业版手机报

企业版手机报为主要面向山东省内企业内部职工、外联单位、行业从业人员等发行的专刊手机报。手机报以彩信为载体，根据企业的需求定制内容，为规模型企业指定人员提供内部资讯、行业动态以及文化宣传等服务，内容以企业新闻、行业知识、政策宣传、会议通知、学习资料以及宣传信息为主。

目前，山东手机报已形成主报、区县报、行业报、企业报为一体的手机报群，成为传播主流声音，引导网上舆论、服务人民群众的重要舆论阵地。

（2）其他增值业务

除手机报业务外，发行人还通过短信、语音等形式开展投票分成业务。活动主办方基于其活动的短信投票需求与发行人达成投票服务合作，由发行人为其提供短信平台服务，投票参与者使用其手机话费直接发送短信投票，电信运营商等合作平台收到投票款后，扣除约定的劳务费及手续费后结算给发行人。

4、技术服务

公司拥有多年网站建设、运营和维护经验，拥有坚实的技术支持基础，凭借自主采编、公信力和权威性等方面的优势，承担各类地方党政机关、学校及各行业客户的网站设计、建设调试、媒体运营维护及其他软硬件类技术服务。公司技术服务具体包括网站建设与系统集成服务、新媒体托管与运营等。

（1）网站建设与系统集成

公司凭借优秀的网站建设能力，结合丰富的采编内容资源为客户提供网站建设相关的技术服务，主要服务内容如下：

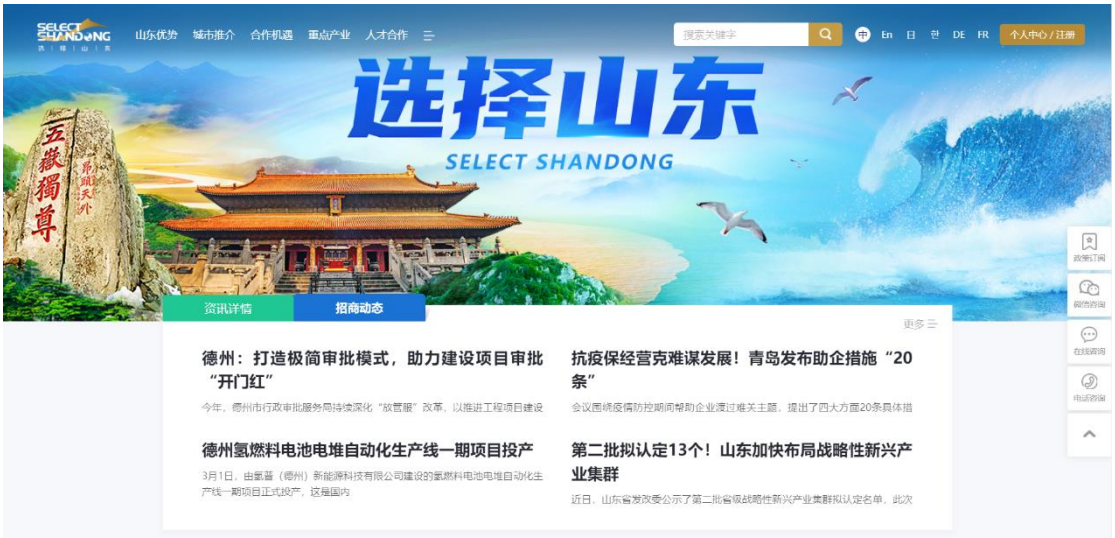
项目	服务内容
系统设计	系统概要设计；数据库设计及数据的容灾方案设计；网站架构设计
系统开发	系统详细设计、文档汇编；编码开发及实施工作；单元测试、集成测试、部署服务
平台搭建	为网站搭建内容管理平台，实现统一管理媒体资源，包括图片、文字、音视频等；提供基于 WEB 的内容编审功能，用户及权限管理，栏目及可视化的模块管理等功能
美编设计	门户网站及子系统的页面、宣传图片和动画的设计
人员培训	稿件发布、系统管理等内容培训

除网站建设外，公司亦根据客户的需求，提供包含软件开发、设备搭建等在

内的综合性的系统集成项目服务。

报告期内，发行人承接山东省海洋局“教育示范基地升级改造项目”、山东教育社“融媒体中心建设”以及山东省人民检察院“智慧检务建设工程（五）检务公开系统”等系统集成项目建设及山东省商务厅“选择山东云平台”的后期运营服务，建设了山东省宣传网、青岛市人民检察院门户网、山东省企业家网络学院等网站并进行后期维护。

“选择山东”云平台由山东省商务厅主办，公司负责承建和运维。云平台紧紧围绕服务山东新旧动能转换，打造对外开放新高地的目标定位，以“双招双引”一体化服务体系培育为支点，利用大数据、云计算、人工智能技术，整合国内外智库、项目、人才、资金、政策等要素资源，搭建一体化服务体系，开展线上线下精准对接，已经成为山东省实施“双招双引”、新旧动能转换重大工程、打造优良营商环境以及疫情期间复产复工、“六保三促”等举措的重要工具和手段。



2021 年是中国共产党百年华诞，公司按照省委宣传部深入实施爱国主义教育基地网上展馆工程的工作部署，利用虚拟现实技术、网络技术构筑全省 50 多个虚拟省级爱国主义教育基地，打破实体教育基地的局限性；结合云计算、大数据、虚拟现实技术、人工智能等新兴技术，推出智慧党建云平台、党建+VR 数字展馆等党建产品，创新党组织活动内容方式，将信息资源与实际工作有机接轨。

（2）新媒体托管与运营

近年来，互联网发展大放异彩，政务新媒体日渐发展壮大，成为权威发布、

信息公开、舆情回应、政务服务的重要力量。随着各行业分工的深化，政府及企事业单位进行网站及内部公众号、APP 的管理愈发体现出对专业和及时的高需求。公司基于多年媒体运营能力沉淀，通过整合新闻渠道和传播平台的内容生产、管理、发布和监控功能，为山东省内政府及企业客户提供新媒体托管与运营服务，具体包括：网站、公众号及 APP 的托管运营等，包括平台日常运行维护、平台内容编审发布等。

报告期内，公司为“学习强国”山东学习平台提供相关服务。“学习强国”学习平台是由中共中央宣传部主管，以习近平新时代中国特色社会主义思想和党的十九大精神为主要内容，立足全体党员、面向全社会的优质平台。公司受托运维“学习强国”山东学习平台，用户数突破 1,600 万，日发稿量近 600 篇，多项指标居全国省级平台第一。

公司在网站、公众号及 APP 托管运营过程中，充分运用新媒体技术，为客户提供用户维护、数据分析等综合服务，提升客户体验，增加客户粘性。

5、其他业务

公司的其他业务主要包括电子商务及商务服务。电子商务方面，公司目前运营的主要电子商务网店包括有赞•鲁产名品、苏宁易购•中华特色山东馆和淘宝山东馆等，公司在平台上销售具有山东特色的各类商品；商务服务方面，公司基

于自身的电商运营经验以及相关的技术积累，为客户提供电商相关的培训服务以及电商平台搭建和运维服务。此外，公司其他业务中还包括了线下商品贸易。以上业务的规模较小，并非公司主要的收入及利润来源。

（五）公司主要经营模式

1、广告宣传服务

（1）业务模式

公司通过运营的新闻媒体资讯平台，在提供优质新闻信息的基础上，通过图片、Flash、文字链接、视频、网络直播等多种表现形式为客户提供形式多样的广告及信息宣传服务。相较于传统的通栏、浮标等网站广告的宣传方式，专题制作、短视频拍摄、网络直播等宣传方式则是新媒体时代更受用户欢迎的宣传推广方式，而宣传活动的策划与执行是进行深度专题制作、短视频拍摄、网络直播的基础，为线上宣传信息的发布提供了丰富的素材。线上宣传与线下活动执行在宣传服务中相辅相成，进而达到了更好的宣传效果。

公司根据与客户签订合同的情况及发布内容进行宣传推广排期，完成广告及宣传内容的投放工作。

（2）盈利模式

公司运营大众网、齐鲁晚报网、半岛网、鲁中网、海报新闻客户端、齐鲁壹点客户端多类型新闻媒体资讯平台，经过多年的经营和行业积累，拥有了广泛的用户基础，具有了优质的客户资源和媒体价值。公司基于强大的网络曝光能力，为客户提供高质量的广告宣传服务。公司广告宣传服务的盈利的主要来源为广告宣传收入与运营相关媒体平台和执行宣传方案的成本费用之间的差额。

公司广告宣传服务的定价主要参考服务内容、刊登频道、页面位置、发布形式、展示次数、陈列时间等因素，遵照公司制订的《广告发布管理办法》《网络营销广告刊例价》等制度，以此为依据确认市场价格。公司各媒体平台均设置了广告位刊例价格，以大众网网站首页广告为例，具体刊例价格如下：

单位：元

页面	代号	位置	尺寸	刊例价
首屏	A1	顶旗帜	400*50	55000

页面	代号	位置	尺寸	刊例价
	A2	整通栏	1200*50	96000
	A3	大通栏	1200*80	146000
	A4	伸缩双联（首显不浮）	120*270 播后缩至 25*270	65000
		伸缩单联（首显不浮）	120*270 播后缩至 25*270	35000
	A5	游标/浮标	80*80	25000
	A6	旗帜 1（右）	300*60	35000
	A7	旗帜 2（中）	300*60	35000
	A8	旗帜 3（左）	270*60	26000
	A9	文字链	<10 汉字	7000
	A10	文字链套红	<10 汉字套红	9000
二屏	A11	大旗帜	300*100	38000
	A12	整通栏	1200*80	50000
	A13	1/2 通栏	595*80	28000
	A14	整通栏 A	1200*80	40000
	A15	整通栏 B	1200*80	23000

注：本表中的价格为周价格，广告尺寸以像素为单位，尺寸标注为：宽*高

此外，对于存在需要结合线下宣传活动进行全方位宣传的客户，公司的具体服务通常包括宣传策划、活动组织执行及活动专题报道等多元化内容，因此公司的综合宣传项目结合宣传活动的工作量与成本等因素与客户商议确定。

（3）采购模式

发行人广告宣传服务中，采购内容主要为综合宣传业务涉及的线下活动劳务支出、活动物料支出、第三方平台广告资源、相关软硬件设备、技术服务及展览展示服务。公司根据项目的具体需求，一般采用招标、竞争性谈判、询价、商务性谈判等方式选取供应商。

（4）销售模式

公司广告宣传服务通过主动营销以及参与投标等方式获得业务机会，公司作为山东省重点文化传媒产业集团、山东省主流媒体，长期服务于山东省及各地、市党政机关和企事业单位，与各种类型的客户建立了良好的业务关系，能够第一时间获得有关广告宣传项目信息，并参与相关客户的营销。

公司广告宣传服务客户包括政府机关、事业单位、企业类客户以及社会组织等，其中企业类客户主要集中在财经、房产家居、经济信息、教育、文旅、政务、

交通、商业消费、健康等行业。公司运营中心设有不同的工作组负责特定行业的广告宣传服务，各地市分公司负责各自领域客户的维护、业务推广、营销服务及资源管理，公司积极关注市场变化趋势，通过行业覆盖和地区覆盖相结合的方式，深度挖掘和开发潜在的客户资源。

2、信息服务

（1）业务模式

公司通过舆情分析、舆情咨询研究、舆情培训及信息版权销售为用户提供智能化、个性化、多功能、安全性的信息服务。其中舆情类业务是公司根据客户需求，在网络信息的积累和大数据技术的基础上，进行媒体信息的挖掘、定制、监测、分析、研究和判断，并向客户提供舆情研究咨询相关的服务，帮助客户应对网络舆论危机和提升品牌价值。

（2）盈利模式

公司信息服务的收入主要来源于向舆情服务对象收取的舆情服务费，扣除公司经营该项业务相关的平台软硬件设备成本、人工成本、运营成本等相关成本费用后，即为该项业务的盈利。从具体客户来看，公司舆情服务的主要服务对象为全省各级政府机关、事业单位以及大中型国有企业。从具体收费标准来看，信息服务目前无行业标准化的定价体系，需根据客户的具体要求及服务的深度和广度进行定制。

（3）采购模式

发行人信息服务采购内容主要为舆情业务涉及的信息技术服务、舆情杂志涉及邮寄费和印刷费以及舆情论坛涉及活动支出与专家劳务费。其中公司舆情服务的数据一方面是自行采集，另一方面是向数据服务商进行采购。公司一般通过招标、竞争性谈判、询价、商务性谈判等方式选择供应商并与供应商签订协议。

（4）销售模式

公司的信息服务业务主要为舆情服务业务，主要面向党政机关、事业单位、大型企业及其他社会组织等具有舆情管理需要的单位。公司与目标客户建立日常联系，经常性进行互动交流，宣传网络舆情管理的重要性，向目标客户推介公司

互联网舆情信息服务业务。

3、移动增值业务

（1）业务模式

公司手机报业务采用和电信运营商合作的方式运营。根据付费主体的不同，业务模式可以分为个付模式和统付模式。

个付模式：指国内移动终端用户对其订阅的手机报产品自行付费，用户可订阅某一个或者多个产品。山东手机报的全网手机报、行业版手机报主要采取个付模式。个付模式下的目标客户为移动终端用户。

统付模式：指根据客户的需求提供定制化或者统一化的内部资讯、行业动态等移动增值产品，并使用由单位统一付费的模式。山东手机报的区县版、企业版主要采用统付模式。统付模式下的目标客户主要为政府机关、大型集团客户等。

除以上个付模式、统付模式之外，基于推广手机报业务的需要，公司与运营商合作的高校手机报以及部分区县版手机报产品免费向用户提供。

（2）盈利模式

公司提供手机报服务的盈利来源于订阅方支付订阅费用后公司与电信运营商、内容方、渠道方等合作方按照合同约定进行的收入分成。

其中，对于个付版手机报，终端用户通过向电信运营商发出订阅指令自主征订，运营商向订阅用户收取订阅费用后，公司与电信运营商按收取费用的一定比例进行分成，然后，公司再以扣除运营商分成后的信息费为基础按照合同约定的比例向手机报内容服务商、渠道服务商进行分成；对于统付版手机报，由党政机关、企事业单位对单位内部订阅手机报产品的用户进行统一征订、统一付费，其中统付版区县手机报主要由地方财政或授权单位向发行人直接支付，运营商不参与分成。

（3）采购模式

公司手机报业务除内部的平台运营所需的软硬件采购外，采购主要为手机报相关的推广服务和内容资源。公司行业版手机报业务中，除依靠自身及运营商进行推广外，公司还与渠道供应商合作，由其负责利用其在增值电信服务领域的渠

道资源和丰富经验对合作业务产品进行推广，并负责合作业务通道的正常运行；公司向山东与法同行信息技术有限公司为主的内容供应商采购手机报内容资源，并由其保证手机报的内容不侵犯第三人的合法权益（著作权、商标权等）。公司一般通过商务谈判与上述渠道商、内容供应商达成合作关系并签订协议。

（4）销售模式

公司手机报业务终端用户的开发拓展由电信运营商与公司分别或合作进行。电信运营商主要利用其网上营业厅、实体营业厅、掌上营业厅和服务热线等渠道，采取单独或与其业务组成套餐的方式向终端用户进行业务推广。公司则可通过自有媒体进行宣传的方式推广手机报业务。此外，对于行业版手机报，公司还与渠道供应商合作，由其负责利用其在增值电信服务领域的渠道资源和丰富经验对合作业务产品进行推广。

手机报版本		推广方式	订阅/发行方式	收费方式	单价
全网手机报	主版手机报	运营商渠道 自有渠道	自主订阅	个付模式	3 元/月
行业版手机报	山东教育手机报	运营商渠道 自有渠道 第三方渠道			5 元/月
	财经天下手机报				5 元/月
	与法同行手机报				5 元/月
	舆情手机报				10 元/月
	车行天下手机报				8 元/月
	周游齐鲁手机报				8 元/月
	山东手机报精华版				8 元/月
	高校手机报	运营商渠道	集中订阅	免费发行	免费
企业版手机报	政企版	自有渠道	统一订阅	统付模式	差异化定价
区县版手机报	付费版	统一征订	统一订阅		36 元/年
	免费版	运营商渠道	集中订阅	免费发行	免费

4、技术服务

（1）业务模式

公司在对客户的需求进行深入调研的基础上，完成网站建设或系统集成项目的初步建设方案，与客户进行沟通后，确定最终的建设方案和服务内容。实施人员按照设计方案和项目进度的整体安排，完成各类软件开发、材料及设备的采购、系统集成、调测试等工作，项目验收通过后，正式投入使用；对于运营维护类项

目，公司根据服务约定向客户提供项目运行维护服务。

（2）盈利模式

公司技术服务的收入主要来源于向服务对象提供网站建设、系统集成、运营维护等各项服务收取的技术服务费，扣除公司经营该项业务相关的外购设备、软件、服务成本、职工薪酬等相关成本费用后，即为该项业务的盈利。公司在综合考虑客户对承办网站的建设需求、日常运营和维护工作的成本后，结合外购软硬件产品和相关服务的采购成本，确定项目的承接价格及后期的运营、维护费用等。

（3）采购模式

公司技术服务相关采购内容主要为专用设备或第三方技术支撑服务。公司根据项目的具体需求，一般采用招标、竞争性谈判、询价以及商务性谈判等方式选取供应商。相关的付款方式根据项目大小、最终客户的付款条件及周期进行确定，一般为：合同签订后支付一定的预付款，设备送达现场并安装调试验收合格后（或相关集成模块交付、服务提供完成并验收合格后）支付剩余款项或者留一定比例作为质保金。

（4）销售模式

公司主要通过参与项目投标或与客户直接商业洽谈的方式承接项目。公司目标客户为各类党政机关和企事业单位，公司通过长期跟踪目标客户群体，向潜在客户进行公司品牌和产品推介，选择有意向客户进行拜访，了解客户需求动态，寻求合作机会。公司还积极关注政府公开平台信息，了解相关项目需求，综合评估项目内容、工作量、技术难度、服务期限等因素，若项目可行则组织相关人员编制标书并组织投标或与客户进行对接。

5、其他业务

公司的其他业务主要包括电子商务、商务服务。

电子商务方面，公司目前运营的主要电子商务网店包括有赞·鲁产名品、苏宁易购·中华特色山东馆和淘宝山东馆等，公司在平台上销售具有山东特色的各类商品，客户主要是对山东特产有需求的消费者，盈利主要来自于商品买卖的价差或交易佣金。

商务服务方面，公司基于自身的电商运营经验以及相关的技术积累，为客户提供电商运营相关的培训以及电商平台搭建和运维服务，获取服务收入。

6、采用目前经营模式的原因，影响经营模式的关键因素及未来的变化趋势

公司的主营业务采用上述经营模式，是根据行业监管政策、行业发展阶段、公司生产经营能力、自身发展战略，结合市场、行业发展情况确定。影响公司经营模式的关键因素主要包括：

（1）国家相关法律法规及产业政策

国家相关法律法规和产业政策对互联网信息服务业各项业务发展进行了较为明确的规定，公司主营业务系在国家各项方针政策的规范要求下，在中宣部、网信办等主管部门的管理下开展。

（2）市场需求和行业特点

互联网信息服务业处于快速发展时期，行业相关发展趋势、市场需求变化特点等因素决定了行业企业的竞争格局和业务发展战略，影响公司生产经营模式的制定与发展、变化。

报告期内，影响公司主要经营模式的各项因素未发生重大变化，公司主要经营模式未发生重大变化。

（六）公司设立以来主营业务、主要服务、主要经营模式的演变情况

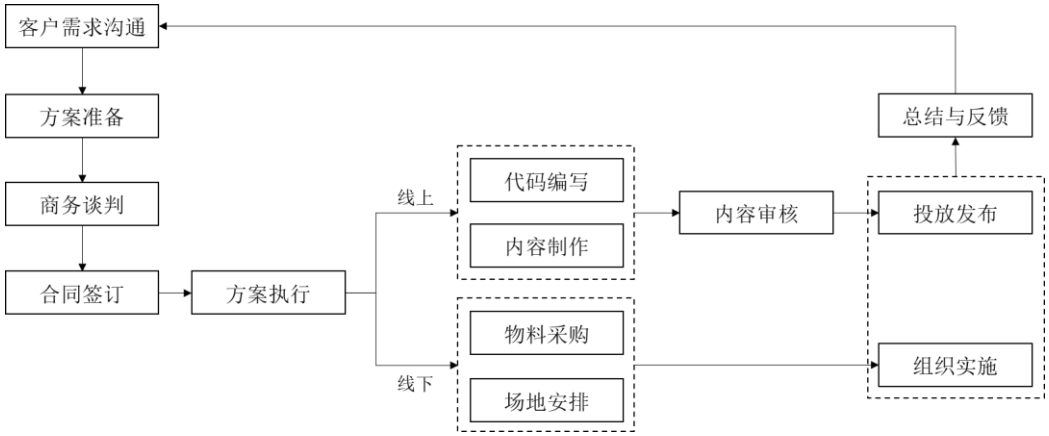
基于对互联网信息服务产业发展前景广阔的判断，大众报业于 2008 年出资设立了公司的前身大众有限。自设立以来公司主要从事互联网信息服务，并逐渐衍生出广告宣传服务、信息服务、移动增值业务及技术服务等各项业务，公司采用目前经营模式主要是结合公司所处行业监管政策、行业发展特点以及自身所处的发展阶段等因素综合考量后的决定。

公司自设立以来主营业务、主要服务和主要经营模式均未发生重大变化。

（七）业务模式流程图

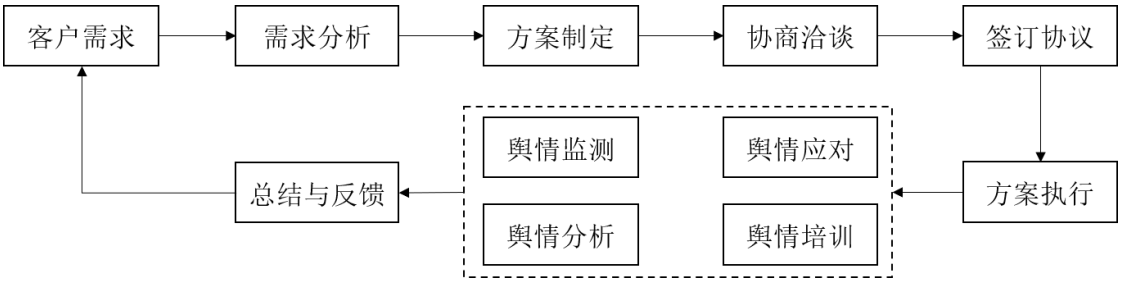
1、广告宣传服务

公司广告宣传服务的流程如下：



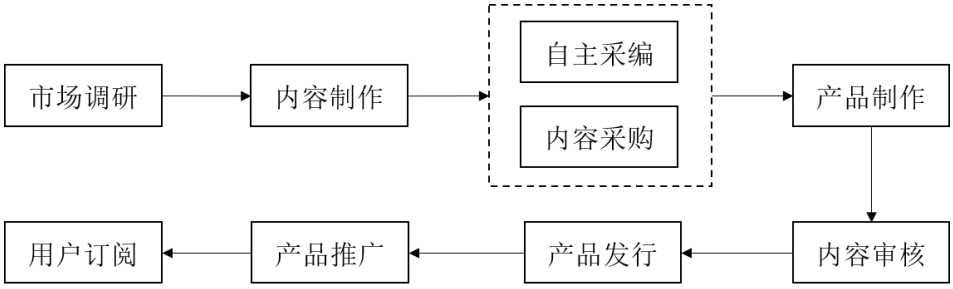
2、信息服务

公司的信息服务业务主要为舆情服务，业务流程图如下：



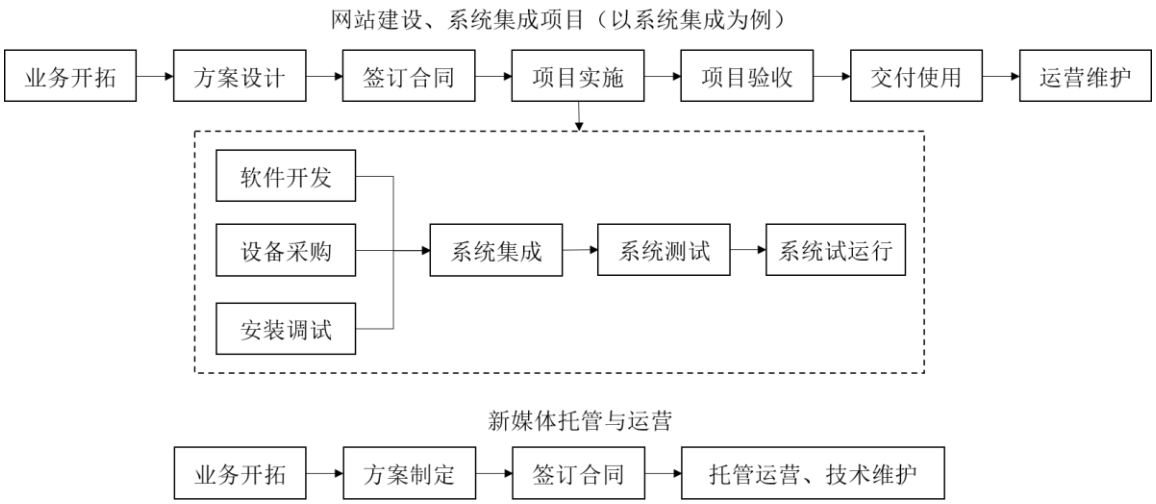
3、移动增值业务

公司的移动增值业务主要为手机报业务，业务流程图如下：



4、技术服务

公司的技术服务业务流程图如下：



（八）公司环境保护情况

公司在业务实施和服务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

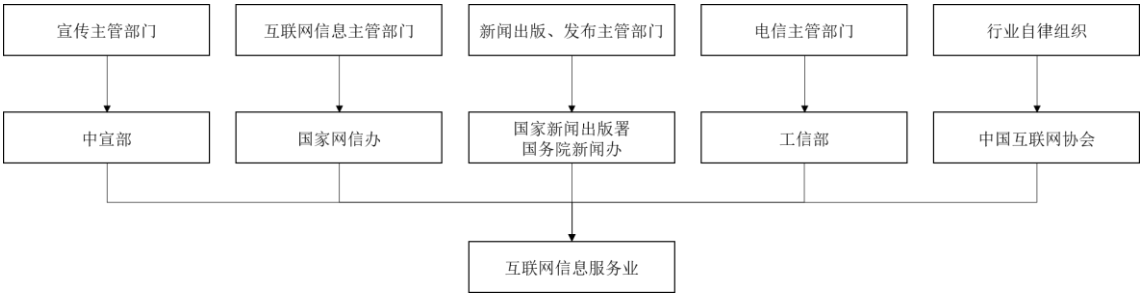
公司是一家以互联网技术和移动通信技术为支撑的网络新媒体企业，主营业务为广告宣传服务、信息服务、移动增值业务及技术服务。

根据中国证监会《上市公司行业分类指导（2012 年修订）》，公司所处行业为“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“I64 互联网和相关服务”。根据国家统计局《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，公司所处行业为“I64 互联网和相关服务”下的“6420 互联网信息服务”。根据国家统计局《战略性新兴产业分类（2018）》（国家统计局令第 23 号），公司所处行业属于“8 数字创意产业/8.2 数字文化创意活动/8.2.3 新型媒体服务”。

（二）行业主管部门、监管体制、法规政策

1、行业主管部门和行业监管体制

公司所处行业属于互联网信息服务行业，受到政府相关部门监督管理及行业协会自律监管，本行业的主管部门及主要职能如下：



（1）宣传主管部门

中宣部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门。主要职能是：负责指导全国马克思主义理论研究、学习与宣传工作；负责引导社会舆论，指导、协调中央各新闻单位的工作；负责从宏观上指导精神产品的生产；负责规划、部署全局性的思想政治工作任务，配合中央组织部做好党员教育工作，负责编写党员教育教材，会同有关部门研究和改进群众思想教育工作；受党中央委托，协同中央组织部管理文化部、新闻出版署、中国社会科学院的领导干部，会同中央组织部管理人民日报社、新华社等新闻单位和代管单位的领导干部，对省、自治区、直辖市党委宣传部部长的任免提出意见；负责提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系；完成党中央交办的其他任务。

（2）互联网信息主管部门

国家网信办的主要职责包括：负责落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设；指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理；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、组织和协调网上宣传工作；在职责范围内指导各地互联网有关部门开展工作等。

（3）新闻出版、发布主管部门

中宣部是中共中央主管意识形态方面工作的综合部门。根据 2018 年 3 月中共中央印发的《深化党和国家机构改革方案》，为加强党对新闻舆论工作的集中统一领导，中宣部统一管理新闻出版工作，原国家新闻出版广电总局的新闻出版管理职责划入中宣部。中宣部对外加挂国家新闻出版署（国家版权局）牌子。

2018 年 4 月 16 日，国家新闻出版署（国家版权局）正式挂牌，调整后，中宣部关于新闻出版管理方面的主要职责是：贯彻落实党的宣传工作方针，拟订新闻出版业的管理政策并督促落实，管理新闻出版行政事务，统筹规划和指导协调新闻出版事业、产业发展，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业，管理著作权，管理出版物进口等。

国新办主管全国的互联网新闻信息服务监督管理工作，其主要职责包括：推动中国媒体向世界说明中国，包括介绍中国的内外方针政策、经济社会发展情况，及中国的历史和中国科技、教育、文化等发展情况；通过指导协调媒体对外报道，召开新闻发布会，提供书籍资料及影视制品等方式对外介绍中国；协助外国记者在中国的采访，推动海外媒体客观、准确地报道中国；广泛开展与各国政府和新闻媒体的交流、合作；与有关部门合作开展对外交流活动。

（4）电信主管部门

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

（5）行业自律组织

中国互联网协会成立于 2001 年 5 月 25 日，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位、社会组织自愿结成的全国性、行业性、非营利性社会组织，接受登记管理机关中华人民共和国民政部和业务主管单位工业和信息化部的业务指导和监督管理。其主要职能是制订并实施互联网行业规范与自律公约，开展互联网行业发展状况的调查与研究工作，促进互联网行业内企业之间、企业与政府之间的信息沟通等。

2、行业主要法律法规及政策

（1）主要法律法规

序号	法律法规名称	实施时间	颁布机构
1	中华人民共和国广告法（2021 修订）	1994 年 10 月	全国人大常务委员会
2	中华人民共和国电信条例（2016 修订）	2000 年 9 月	国务院
3	互联网信息服务管理办法（2011 修订）	2000 年 9 月	国务院
4	互联网著作权行政保护办法	2005 年 5 月	国家版权局、信息产业部
5	信息网络传播权保护条例（2013 修订）	2006 年 7 月	国务院
6	互联网视听节目服务管理规定（2015 修订）	2008 年 1 月	国家广播电影电视总局、信息产业部
7	电信网络运行监督管理办法	2009 年 5 月	工信部
8	第三代移动通信业务服务规范（试行）	2009 年 6 月	工信部
9	互联网文化管理暂行规定（2017 修订）	2011 年 4 月	文化部
10	规范互联网信息服务市场秩序若干规定	2012 年 3 月	工信部
11	电信和互联网用户个人信息保护规定	2013 年 9 月	工信部
12	公用电信网间互联管理规定（2014 修正）	2014 年 9 月	工信部
13	通信短信息服务管理规定	2015 年 6 月	工信部
14	网络出版服务管理规定	2016 年 3 月	国家新闻出版广电总局、工信部
15	专网及定向传播视听节目服务管理规定（2021 年修订）	2016 年 6 月	国家新闻出版广电总局
16	互联网新闻信息服务管理规定	2017 年 6 月	国家网信办
17	互联网信息内容管理行政执法程序规定	2017 年 6 月	国家网信办
18	电信业务经营许可管理办法	2017 年 9 月	工信部
19	网络信息内容生态治理规定	2020 年 3 月	国家网信办
20	网络安全审查办法	2020 年 6 月	国家网信办

（2）产业政策

序号	政策名称	颁布日期	文件编号	内容概要
1	国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见	2013 年 8 月	国发〔2013〕32 号	将加快信息基础设施演进升级、增强信息供给能力、培育信息消费需求、提升公共服务信息化水平、加强信息消费环境建设、完善支持政策
2	国务院办公厅关于政府向社会力量购买服务的指导意见	2013 年 9 月	国办发〔2013〕32 号	地方各级人民政府要积极稳妥地推进政府向社会力量购买服务工作，不断创新和完善公共服务供给模式，加快建设服务型政府。

序号	政策名称	颁布日期	文件编号	内容概要
3	关于进一步支持文化企业发展的通知	2014 年 4 月	国办发〔2014〕15 号	中央财政和地方财政应安排文化产业发展专项基金，完善政策扶持体系，采取贴息、补助、奖励等方式，支持文化产业发展。在国家许可范围内，鼓励和引导社会资本以多种形式投资文化产业，在投资核准、土地使用、税收优惠、上市融资和申请专项融资方面给予支持
4	国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见	2015 年 7 月	国发〔2015〕40 号	顺应世界“互联网+”发展趋势，充分发挥我国互联网的规模优势和应用优势，推动互联网由消费领域向生产领域拓展，加速提升产业发展水平，增强各行业创新能力，构筑经济社会发展新优势和新动能。坚持改革创新和市场需求导向，突出企业的主体作用，大力拓展互联网与经济社会各领域融合的广度和深度。着力深化体制机制改革，释放发展潜力和活力；着力做优存量，推动经济提质增效和转型升级；着力做大增量，培育新兴业态，打造新的增长点；着力创新政府服务模式，夯实网络发展基础，营造安全网络环境，提升公共服务水平
5	山东省“互联网+”发展意见	2015 年 7 月	/	加快互联网对传统产业的提升和改造，加大各行各业的创新发展力度，已经成为传统产业应对经济下行压力、突破发展瓶颈的重要抉择。“互联网+”发展工作，要着力推进云计算、物联网、大数据等互联网新技术与农业、工业、服务业等领域的融合创新，加快传统产业提质增效，培育新型经济业态，增强经济发展动力。各地、各有关部门要把加快“互联网+”发展，作为当前加快经济稳定增长和结构优化的重要举措，强化领导、创新思路，统筹谋划、加快实施，务求取得实效
6	关于全面推进政务公开工作的意见	2016 年 2 月	/	着力推进财政预决算、公共资源配置、重大建设项目批准和实施、社会公益事业建设等领域的政府信息公开，有关部门要制定实施办法，明确具体要求。强化政府门户网站信息公开第一平台作用，整合政府网站信息资源，加强各级政府网站之间协调联动，强化与中央和地方主要新闻媒体、主要新闻网站、重点商业网站的联动，充分运用新媒体手段拓宽信息传播渠道，完善功能，健全制度，加强内容和技术保障，将政府网站打造成更加全面的信息公开平台、更加权威的政策发布解读和舆论引导平台、更加及时的回应关切和便民服务平台

序号	政策名称	颁布日期	文件编号	内容概要
7	山东省“互联网+文化产业”行动方案	2016 年 2 月	鲁政办发〔2016〕4 号	依托“山东 24 小时”等现有客户端，打造移动互联网智慧山东公共云平台、山东智慧养老文化服务云平台、移动互联网综合服务云平台、公益广告服务平台、户外广告监测综合服务平台。支持文化企业加强与知名电商、门户网站、搜索引擎等合作，积极拓展经营范围，开展多层次、多样化、多领域的展示交易活动;鼓励文化电子商务企业创建自主品牌，建设网上商城，实施品牌化、规模化经营。加强与 BAT（百度、阿里巴巴、腾讯）的合作，加快建设“淘宝山东特色馆”，推动特色文化产品集中上网交易。进一步扶持“山东手机报”“山东 24 小时”手机客户端，构建全省移动互联网主流媒体传播平台和产业运营主体
8	国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要	2016 年 3 月	/	加强主流媒体建设，提高舆论引导水平，增强传播力公信力影响力。以先进技术为支撑、内容建设为根本，推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合，建设“内容+平台+终端”的新型传播体系，打造一批新型主流媒体和传播载体。优化媒体结构，规范传播秩序
9	山东省国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要	2016 年 3 月	鲁政发〔2016〕5 号	完善公共文化服务体系。加快公共文化数字化建设，实施山东公共文化服务云项目，搭建网络公共文化服务平台。加大政府购买服务力度，鼓励社会力量、社会资本提供公共文化服务。加快发展一批国有或国有控股大型文化企业或企业集团，支持改制上市，成为发展产业和繁荣市场的主导力量
10	山东省人民政府关于印发山东省“互联网＋”行动计划（2016-2018 年）的通知	2016 年 6 月	鲁政发〔2016〕14 号	基本实现社会公共服务事项互联网业务全覆盖，社会治理和公共服务水平显著提升。到 2018 年，建成全省统一的政府网站技术平台，政务信息网上公开率达到 95%以上，80%以上的行政许可通过网上办理，山东政务服务网实现省市县三级互联互通，跨部门政务信息资源共享率达到 90%以上。
11	广告产业发展第十三个五年规划	2016 年 7 月	工商广字〔2016〕132 号	提出实现扩大产业规模、增强创新能力、提升社会效益、深化行业改革和优化发展环境五大目标，重点任务为提升广告企业服务能力、进一步优化产业结构、促进广告产业创新、推进广告产业融合发展、提升广告产业国际化水平、完善公益广告发展体系、建设广告业公关服务体系、发展广告研究和教育培训、促进广告市场秩序继续好转和推进行业组

序号	政策名称	颁布日期	文件编号	内容概要
				织改革发展。
12	关于加快推进“互联网+政务服务”工作的指导意见	2016 年 9 月	国发〔2016〕55 号	推进“互联网+政务服务”，是贯彻落实党中央、国务院决策部署，把简政放权、放管结合、优化服务改革推向纵深的关键环节，对加快转变政府职能，提高政府服务效率和透明度，便利群众办事创业，进一步激发市场活力和社会创造力具有重要意义。
13	国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要	2017 年 5 月	/	加大供给侧结构性改革力度，增强文化产品和服务有效供给。深化公益性文化事业单位改革，强化社会服务功能。推动国有文化企业加快完善文化生产经营机制，提高市场开发和营销能力。引导非公有资本有序进入、规范经营，鼓励社会各方面参与文化创业。科学区分文化建设项目类型，可以产业化、市场化方式运作的以产业化、市场化方式运作。
14	关于推动资本市场服务网络强国建设的指导意见	2018 年 3 月	中网办发文〔2018〕3 号	（一）推动网信事业和资本市场协同发展。牢牢把握世界经济加速向以网络信息技术产业为重要内容的经济活动转变的历史契机，发挥资本市场支持保障作用，更好服务国家战略，加快发展数字经济，大力培育网信企业，为资本市场注入新动力；（二）保障国家网络安全和金融安全。加强监管，完善网络安全风险防控体系，引导网信企业在利用资本市场发展过程中加强网络安全管理，规范和强化网信企业信息披露，加强互联网上资本市场违法信息监测和处置，推动网信企业规范发展；（三）促进网信和证券监管工作联动。围绕资本市场促进网信事业发展主题，加强网信和证券监管工作的协调联动，充分发挥资本市场资源配置作用，促进企业落实主体责任，深化行业监督管理，凝聚工作共识，形成监管合力
15	进一步支持文化企业发展的规定	2018 年 12 月	国办发〔2018〕124 号	鼓励符合条件的已上市文化企业通过公开增发、定向增发等再融资方式进行并购和重组。鼓励符合条件的文化企业进入中小企业板、创业板、新三板、科创板等融资
16	国务院办公厅关于推进政务新媒体健康有序发展的意见	2018 年 12 月	国办发〔2018〕123 号	认真落实党中央、国务院关于全面推进政务公开和优化政务服务的决策部署，实施网络强国战略，落实网络意识形态责任制，大力推进政府系统政务新媒体健康有序发展，持续提升政府网上履职能力，努力建设利企便民、亮点纷呈、人民满意的“指尖上的网上政府”

序号	政策名称	颁布日期	文件编号	内容概要
17	产业结构调整指导目录	2019 年 11 月	国家发改委令第 21 号	将增值电信业务平台建设、电子商务和电子政务系统开发与应用服务作为鼓励类产业
18	中小企业数字化赋能专项行动方案	2020 年 3 月	工信厅企业〔2020〕10 号	创新数字化运营解决方案，针对不同行业中小企业的需求场景，开发使用便捷、成本低廉的中小企业数字化解决方案，实现研发、设计、采购、生产、销售、物流、库存等业务在线协同。加强数据资源共享和开发利用，支持基于产业集群和供应链上下游企业打通不同系统间的数据联通渠道，实现数据信息畅通、制造资源共享和生产过程协同
19	“十四五”文化产业发展规划	2021 年 5 月	文化和旅游部	鼓励和支持文化企事业单位、个人加强内容原创和产品研发，推动戏剧、音乐、舞蹈、美术、动漫、创意设计、工艺美术等文化产品创作生产，推出更多以互联网、移动终端等为载体的数字文化产品。坚持创造性转化、创新性发展，推动创作生产更多传承优秀传统文化、满足现代消费需求的文化创意产品
20	山东省广告产业发展“十四五”规划	2021 年 6 月	鲁市监发〔2021〕17 号	以“建设走在全国前列的广告产业强省”为目标，“十四五”期间，实现广告经营额年均增长快于 GDP 增速，在国民经济中的比重持续提升，传统媒体广告实现质效双升，数字化广告不断发展壮大，成为“四新经济”发展亮点
21	关于加强网络文明建设的意见	2021 年 9 月	中共中央办公厅、国务院办公厅	要加强网络空间思想引领。坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想统领互联网内容建设，推动党的创新理论走深走心走实。加强重点理论网站、公众账号、客户端建设，紧密结合中国特色社会主义伟大实践特别是新时代党和国家事业发展新变化新成就，有针对性地开展网上理论宣传活动。精心做好网上重大主题宣传，加强网络传播手段建设和创新，打造“现象级”传播产品。深入推进媒体融合发展，实施移动优先战略，加大中央和地方主要新闻单位、重点新闻网站等主流媒体移动端建设推广力度
22	“十四五”广告产业发展规划	2022 年 4 月	国市监广发〔2022〕47 号	明确了“十四五”时期广告产业发展坚持正确导向、坚持服务大局、坚持新发展理念、坚持规范发展、坚持更好满足美好生活需要等基本原则，提出了广告产业向专业化和价值链高端延伸、产业发展环境进一步优化、发展质量效益明显提升、产业创新能力和服务能力不断提高、广告法制体系进一步完善、广告作品质量进一步提升、广告市场秩序持续向好等发展目标

（3）行业主要法律法规和政策对公司的影响

公司所处行业属于互联网信息服务行业，是国家重点支持和发展的产业，国家和地方有关部门出台了《国家信息化发展战略纲要》《国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》《进一步支持文化企业发展的规定》《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》等一系列产业政策，支持互联网信息服务产业的发展。

由于新闻信息传播行业具有坚持正确的舆论导向和弘扬社会主义核心价值观的重要作用，国家需对行业的发展进行管理，相关部门制定了一系列法律法规、政策用于规范行业发展，同时规定进入相关行业需具备一定的许可证书。不断完善的监管制度和政策法规，一方面保证了行业的规范发展，促进了行业的合法、合规运营服务；另一方面也形成了较高的行业准入壁垒，对行业竞争格局产生影响。公司作为资质许可的拥有方，在一定程度上受益于政策法规形成的准入壁垒。

（三）所属行业特点和发展趋势

1、行业发展状况

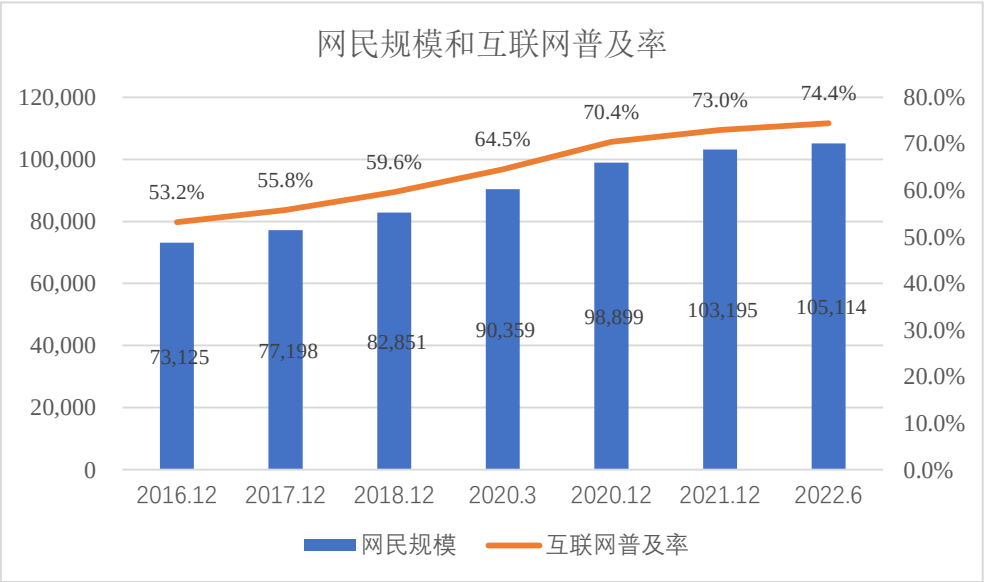
近年来，我国经济的快速增长、信息技术的迅速发展对互联网行业的发展起到了积极的促进作用。互联网信息服务行业的发展呈现出以下特征：

（1）网民数量持续增长，互联网行业前景良好

近年来，随着国家网络基础设施建设的完善、网上内容和应用的不断丰富、运营商对 4G 和 5G 业务的持续投入以及企业“互联网+”的不断渗入融合等因素的促进，中国网民规模和互联网普及率保持了平稳增长的态势。庞大的网民规模为推动我国经济高质量发展提供强大内生动力，加速我国数字新基建建设、打通国内大循环、促进数字政府服务水平提升。数字消费有效稳定疫情冲击，推动国民经济持续稳定增长，同时数字政府建设有力提升政务服务水平，不断增进人民福祉。

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2022 年 6 月，我国网民规模达 10.51 亿人，互联网普及率达 74.4%。报告期内，我国网民规模累计提升 2.23 亿人，互联网普及率累计提升 14.8%。

单位：万人



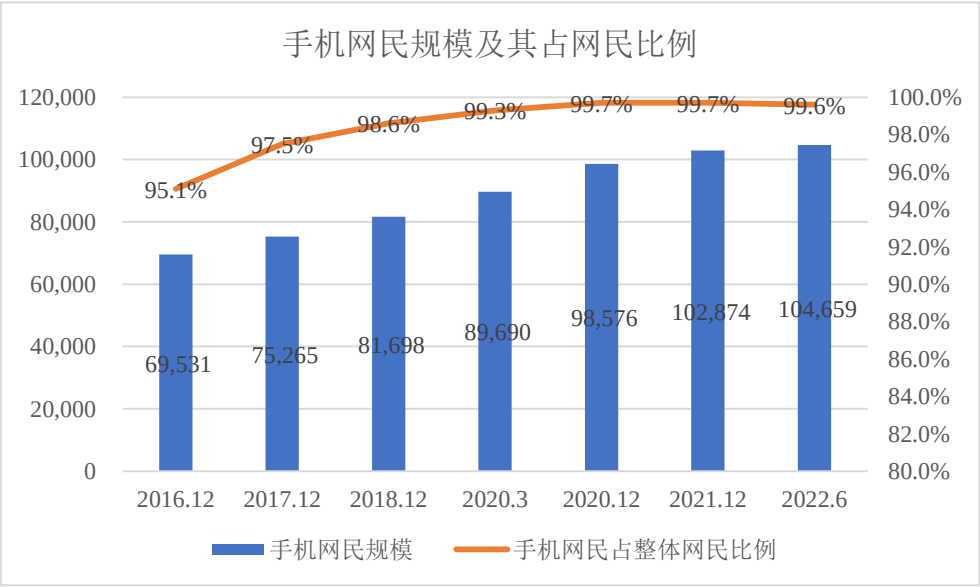
数据来源：CNNIC

（2）移动端迅猛发展，手机网民数量快速增长

随着移动智能设备的加速普及，移动应用对网民的渗透不断加大，全面改变了网民的生活习惯，对用户信息获取、社交、娱乐和购物等各方面均产生了重要影响。手机应用软件的丰富性，几乎覆盖了生活的各个方面，增加了手机网民对手机应用的使用黏性，加大了移动互联网对社会生活服务的渗透力度。

根据 CNNIC 数据，截至 2022 年 6 月，我国手机网民规模为 10.47 亿人，网民中使用手机上网的比例为 99.6%。报告期内，我国手机网民规模累计提升 2.30 亿人，手机网民占比累计提升 1.0%。随着各大电信运营商 4G、5G 网络的持续铺开、智能手机终端的价格不断下降以及手机应用软件的日益多元，手机网民用户数将会保持平稳增长态势。

单位：万人

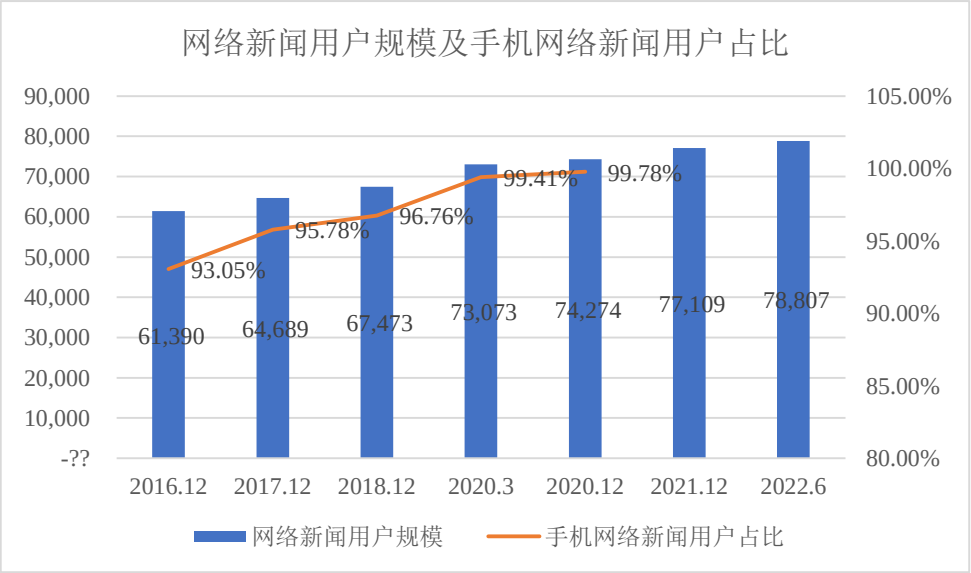


数据来源：CNNIC

（3）互联网新闻信息用户数持续增加

随着我国互联网行业快速发展，互联网用户规模迅速扩大，浏览网络新闻的用户数量也随之增长，网民逐渐养成通过网络获取新闻信息的习惯。根据 CNNIC 统计，截至 2022 年 6 月，我国网络新闻用户规模达 7.78 亿人；报告期内，网络新闻用户累计提升 1.13 亿人。截至 2020 年 12 月，我国手机网络新闻用户规模达 7.41 亿人，占同期网络新闻用户的比例已达到 99.78%。

单位：万人

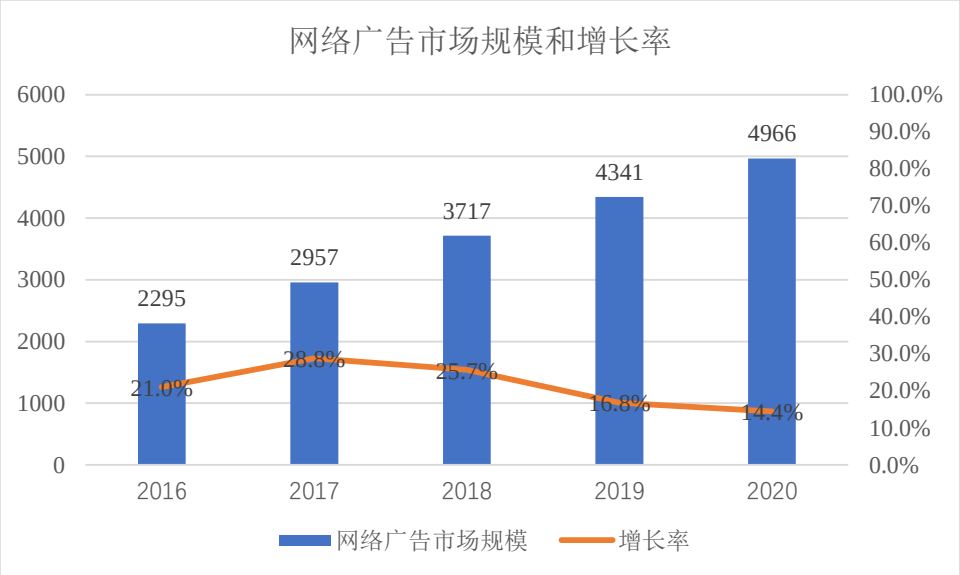


数据来源：CNNIC

（4）互联网广告市场已形成规模，并保持持续增长

随着我国互联网网民规模的不断增加，网络广告不受时间、空间影响的优势逐步显现，网络广告营销越来越受到企业的重视。根据 CNNIC 统计，2020 年中国互联网广告市场规模达 4,966 亿元，同比增长 14.4%。2016-2020 年间，我国互联网广告市场规模复合增长率高达 21.28%。

单位：亿元



数据来源：CNNIC

2、行业发展趋势

（1）新媒体信息传播服务行业继续维持高速发展

随着技术发展和人们消费习惯转移，以报刊、杂志、广播、电视为代表的传统媒体日渐式微，而以 PC 终端和移动终端为代表的新兴信息传播媒体日益兴盛，推动新媒体信息传播服务行业进一步发展。

根据 CNNIC 统计，截至 2022 年 6 月，我国互联网网民数量达到 10.51 亿人，手机上网网民数已达到 10.47 亿人。有着庞大用户群的 PC 终端和移动终端迎来黄金发展期，新媒体信息传播服务行业的市场成长空间巨大。

（2）新闻内容成为行业核心竞争点

无论是纸媒时代、PC 时代还是移动时代，无论渠道发生何种变化，内容之于新闻资讯行业始终是最关键的竞争要素之一。在当今信息传播渠道竞争日益激

烈，传播速度继续加速的背景下，用户对于权威、客观、及时新闻资讯的需求不断提高。

目前，市场各家媒体对于优质内容的争夺战已经打响，日后必将更加激烈。未来，具有流量、数据资源、资本实力的大平台将汇聚更多媒体资源，优质新闻内容将逐渐向大平台倾斜。先发制人、拥有资源的新闻资讯平台将更可能获得优质内容资源，具备一定优势。

（3）移动化趋势明显，入口和媒体多元化

随着人们生活和工作节奏加快、时间碎片化程度提高以及社会群体流动性增强，信息传播受众将更多地利用零碎的时间来获取信息。移动终端便捷性和易于携带等特点可以使用户在一天当中多次获取信息，大大优化了用户体验。信息传播服务的移动化趋势还将持续发展，并成为未来行业发展的重要方向。

入口和媒体更加多元化，最终实现“万物皆媒”。智能硬件，物联网快速发展，装有传感器的一切非媒体“物体”，都可能成为信息传播的媒介，随时、随地挖掘新闻信息并实现传播，新闻入口将变得更加多元化。通过云技术、可穿戴设备、智能硬件、汽车、家居等物品，将连接起信息传播的两端，新闻的获取将呈现更加碎片化的特征。

（4）技术变革将对行业发展产生更深远影响

技术变革将继续深入影响新闻媒体领域的发展。目前，技术正在重塑行业生态，颠覆新闻行业生产传播的传统格局。

①改善新闻采集方式及用户获取新闻的使用体验。无人机、VR/AR 技术正逐渐在新闻领域投入应用，将新闻信息数据采集，以及新闻报道形式提升到新的发展水平。全景式、沉浸式的新闻报道更具吸引力，比单纯文字、广播或视频报道更有视觉冲击力，极大提升用户获取新闻资讯的使用体验。目前，国内媒体已经开始多次尝试 VR 技术。

②提升新闻生产和信息分发效率。机器新闻的出现和大规模使用，将极大地提升新闻生产的效率，推动新闻生产的自动化发展；基于算法的新闻内容生产，通过精准推荐，筛选用户感兴趣的信息，提升了信息分发的效率。

（5）信息的跟踪和监测日趋重要

近年来，随着互联网技术的迅速发展和网民规模的扩大，公众通过各类网络渠道对政治、经济、社会、医疗等各类新闻热点表达自己的观点和诉求的热情日益高涨。由于网络信息的快速流动，一些缺乏理性的网络言论很容易在短时间内被放大和传播，对所涉政府及企事业单位的声誉带来极大的不利影响。随着未来互联网内容的持续增长，信息的跟踪和监测将变得日趋重要。

（6）正面舆论引导的新格局逐步形成

随着互联网信息技术的逐渐普及，新闻舆论也进一步影响了人们生活的方方面面，国家对互联网新闻信息服务企业也提出了新的要求：做大做强主流舆论，巩固全党全国人民团结奋斗的共同思想基础，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦提供强大精神力量和舆论支持。因此，正面舆论引导的新格局正逐步形成。

蓬勃发展的互联网日益成为信息集散地、舆论策源地与思想交锋主阵地，对宣传思想工作产生了重大影响。通过网络新媒体向公众发布重大事件、重要决策、最新政策正成为党和政府引导舆论导向的常态性工作。党政综合性媒体作为正面舆论引导的核心平台，肩负的宣传任务将在广度和深度上扩展，呈现纵深发展态势，正面引导的宣传作用日趋重要。

3、公司创新、创造、创意特征；科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（1）公司创新、创造、创意特征

公司从事的互联网信息服务业务主要依托互联网网站、移动客户端等，将新闻内容进行传播，满足广大互联网用户对新闻信息的需求，并在不断开拓、挖掘用户资源的基础上，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。公司积极优化商业模式，持续探索先进的广告技术，勇于拓展服务领域，逐渐形成公司成长的核心驱动力。相较于传统的广告和信息服务行业，公司主营业务的创新、创造、创意特征体现在如下方面：

①创新宣传推广形式，开展综合宣传服务

公司目前已经形成以“大众网”为核心，以“齐鲁晚报网”“半岛网”“鲁中网”为支撑，以“海报新闻”和“齐鲁壹点”客户端为突破的综合新闻传播体系。公司通过多类型新闻媒体资讯平台，联合 PC 端、移动端等新媒体信息传播渠道，为客户提供综合宣传服务。

公司的广告宣传服务形式呈现多样化发展的态势，除传统的网站广告推送外，通过网络品牌推广、网络视频直播等方式能够使客户或其产品达到更好的宣传效果。公司设立有专业化的行业运营团队，根据客户的个性化需求，制订信息传播策略和执行方案，并通过文字、图片、插件、数据、链接、视频等多种媒体形式进行营销和推广。公司广告宣传服务通过创新宣传推广形式，满足不同客户的多样化营销需求，充分利用公司互联网、移动客户端平台开展综合宣传服务。

②注重科技创新，运用新兴信息技术提升服务能力

随着新一代信息技术的发展及应用日趋成熟，公司积极研究和推动相关信息技术在主营业务中的应用，提升公司业务服务能力。

公司运用 5G、大数据、人工智能、物联网等技术，全面提升产品传播力、影响力。围绕智慧媒体和大数据两大发展方向，优化技术产业布局，公司已形成了基于大数据和人工智能技术的新闻大数据中心，通过大数据及人工智能技术，为内容生产者提供涉及内容采集、编辑、存储、分发等全新闻链路的专有技术和通用工具，为各级各类的媒体融合发展进行全方位技术赋能。

信息服务方面，公司自主研发“大众情报工作平台”，在全国省级媒体当中，率先拥有了自主知识产权的舆情监测和分析软件。系统通过对全网进行 7×24 小时相关舆情信息的采集，并基于 NLP、大数据技术自研的大数据处理平台，进行加工，对当前舆情、社会热点话题、突发事件进行快速识别、自动预警和传播分析，应用于用户手机端的“掌上舆情”“舆情 24 小时”等 APP 也相继得到推广应用。截至目前，公司共登记注册舆情相关软件著作权 20 余项。此外，公司还自主研发了“垃圾数据处理模型”“自动预警模型”“情感、地域、行业识别模型”等多个 AI 模型，进一步解放了舆情生产力。

③注重内容创新，为用户提供权威、准确、及时、高质量的新闻内容

公司是山东省人民政府批准设立的大型骨干网络文化传媒集团。公司具备独

立的内容采编团队，拥有专业化的新闻从业人员，依托强大的内容资源和地域资源优势，能够对时讯要闻和热点信息作出及时、准确、适当的反馈，保证了新闻信息质量的竞争力。

公司在山东省 16 地市拥有丰富的新闻资源，通过充分发挥深耕地市的区域优势，深入当地百姓的生活圈，适应当地网民的资讯偏好，针对性地开展信息服务。

公司坚持新闻信息的权威性、准确性和及时性，注重内容建设，将原创性、权威性、及时性的新闻内容通过互联网进行传播，满足广大互联网用户对于新闻信息的需求，新闻作品多次获得中国新闻奖，在全国省级互联网媒体地位名列前茅。截至目前，公司新闻作品 16 次获得中国新闻奖，5 获中国新闻奖一等奖，综合实力居省级重点新闻网站前列。

（2）公司科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

科技创新方面，公司高度重视对技术研发的投入，增强技术研发及应用能力，通过技术促进业务发展，优化用户体验。公司以 5G、大数据、人工智能、物联网等先进技术为牵引，重塑传播体系，提升各项业务的服务能力。

模式创新方面，公司继续深化“互联网+”模式，“互联网+平台”是借助公司网络平台的影响力来承接重大平台建设运维和品牌建设等；“互联网+产品”涵盖广告宣传服务、舆情数据服务、电子政务服务等项目。

业态创新方面，随着人们生活和工作节奏加快、时间碎片化程度提高以及社会群体流动性增强，信息传播受众将更多地利用零碎的时间来获取信息。移动终端便捷性和易于携带等特点可以使用户在一天当中多次获取信息，大大优化了用户体验。公司积极加快移动化转型，打造海报新闻、齐鲁壹点等移动端产品，丰富了公司互联网传播矩阵。

新旧产业融合方面，随着技术发展和人们消费习惯转移，以报刊、杂志、广播、电视为代表的传统媒体日渐式微，而以 PC 终端和移动终端为代表的新兴信息传播媒体日益兴盛。作为新媒体运营商，公司通过自身的内容积累与技术探索，运用互联网技术、移动互联网技术，积极推动新技术与传统广告宣传需求、信息需求的融合，推动新媒体信息传播服务行业进一步发展，更好地满足客户需求。

三、公司的竞争地位

（一）公司的市场地位

公司主要以 PC 端和移动端为载体经营互联网信息服务业务，该行业的核心竞争力主要取决于用户数量、新闻资讯影响力、信息服务质量等因素。公司凭借省内强大的地域优势、优秀的采编和运营团队、良好的政府关系，向网民提供权威、及时、客观的新闻信息内容及综合信息服务，取得了广大网民和用户的认可，在山东省内形成了显著的品牌优势。

大众网是国新办确定的全国重点地方新闻网站，同时也是世界了解山东的重要窗口。公司始终明确责任定位，坚持新闻信息的权威性、准确性和及时性，注重内容建设，新闻作品多次获得中国新闻奖，在全国省级互联网媒体地位名列前茅。截至目前，公司新闻作品 16 次获得中国新闻奖，5 获中国新闻奖一等奖，综合实力居省级重点新闻网站前列。

公司建立了以大众网、齐鲁晚报网、半岛网和鲁中网等为核心的网站集群为基础，以山东手机报、海报新闻、齐鲁壹点等系列媒体产品为延伸，以全省 16 市地方频道为保障的互联网传播矩阵。报告期内，公司全力推进“海报新闻”客户端平台型新媒体建设，专注时政财经、深度原创新闻，打造全国一流大端；齐鲁壹点坚持“在线化、智能化、智慧化、视频化”的发展方向，实现新闻资讯、生活服务、爆料互动等全时覆盖，实现内容生产、商业服务、价值传递等全方位运营；山东手机报覆盖用户超过 3,000 万，形成了覆盖山东、辐射全国的主流舆论场。

2007 年，大众网被中宣部列入首批省级新闻网站舆情信息直报点。2009 年，大众网承办山东省第一届网络舆情管理论坛；2012 年，大众网创办山东省第一本舆情内刊《大众舆情参考》；2014 年，大众网被省委宣传部列入舆情信息直报点；2016 年至 2018 年，连续三年完成山东省重大舆情立项课题。公司先后有 6 人次获得中宣部舆情信息工作先进个人，10 人次获得省委宣传部舆情信息工作先进个人，2014 年至 2021 年连续 8 年获得山东省舆情信息工作先进单位，荣获 2021 年中宣部舆情信息工作优秀单位。

（二）行业内主要新闻网站

目前，我国互联网信息服务行业中具有较强影响力的新闻网站大致可以分为三类：第一类是以中央级传统媒体为母体的全国性综合新闻网站，如人民网、新华网等；第二类是商业性网站，如腾讯、新浪、网易等；第三类是基于地方党委和政府支持的地方综合性新闻网站，如大众网、东方网、华龙网、红网、澎湃新闻网、四川新闻网等。行业内部分代表性新闻网站如下：

1、中央重点新闻网站

中央重点新闻网站是重要的宣传阵地，在引导网络舆论、推动中国特色网络文化建设和发展方面发挥着重要作用。中央重点新闻网站的代表性网站如下：

序号	代表性网站	网站简介
1	人民网（www.people.com.cn）	人民网于 1997 年 1 月 1 日正式上线，是《人民日报》建设的以新闻为主的大型网上信息交互平台，也是国际互联网上最大的综合性网络媒体之一。人民网除中文版本外，已拥有 7 种少数民族语言版本和 12 个外文频道，有强大的内容原创能力，全力打造观点评论、深度调查、权威解读、政策建议 4 类深度内容原创精品。目前，人民网形成了新闻采写、网络评论、在线访谈、社区互动、视频直播、移动互联发布互相配合的快速、权威、深度新闻报道模式，网民覆盖 200 多个国家和地区。
2	新华网（www.xinhuanet.com）	新华网是国家通讯社新华社主办的综合新闻信息服务门户网站，是中国最具影响力的网络媒体和具有全球影响力的中文网站。作为新华社全媒体新闻信息产品的主要传播平台，拥有 31 个地方频道以及英、法、西、俄、阿、日、韩、德、葡等多种语言频道。新华网是全球网民了解中国的最重要窗口，致力于为全球网民提供最权威最及时的新闻信息服务，用户遍及 200 多个国家和地区。

2、商业性网站

商业性网站凭借灵活的市场运作机制，逐步发展成为市场中的重要力量。商业性网站的代表性网站如下：

序号	代表性网站	网站简介
1	新浪网（www.sina.com.cn）	新浪网成立于 1998 年 12 月，是一家服务于中国及全球华人社群的网络媒体，主要提供网络媒体及娱乐服务，为用户提供全面及时的中文资讯，内容覆盖国内外突发新闻事件、体坛赛事、娱乐时尚、产业资讯、实用信息等，设有新闻、体育、娱乐、财经、科技、房产等板块。

序号	代表性网站	网站简介
2	腾讯网（www.qq.com）	腾讯网成立于 2003 年，是腾讯公司推出的集新闻信息、互动社区、娱乐产品和基础服务为一体的大型综合门户网站。腾讯网服务于全球华人用户，致力成为最具传播力和互动性，权威、主流、时尚的互联网媒体平台，通过强大的实时新闻和全面深入的信息资讯服务，为中国数以亿计的互联网用户提供富有创意的网上新生活。
3	网易（www.163.com）	网易是中国领先的互联网技术公司，为用户提供免费邮箱、游戏、搜索引擎服务，开设新闻、娱乐、体育等 30 多个内容频道，及博客、视频、论坛等互动交流。

3、地方综合性新闻网站

地方综合性新闻网站中，影响力较大的通常为省级新闻网站。根据 2018 年中国网络媒体论坛公布的中国新闻网站综合传播力榜的排名情况，在省级新闻网站综合传播力排名中，发行人排名第四位（榜单公布前三十名，后续未再发布最新榜单）。部分具有代表性的地方综合性新闻网站如下表所示：

序号	代表性网站	网站简介
1	东方网（www.eastday.com）	东方网成立于 2000 年 5 月 28 日，是由上海文化广播影视集团、上海教育电视台等多家机构联合组建的有新闻特色的大型综合性网站。东方网拥有 120 余个频道，中、英、日三个语种版本，业务涵盖新闻发布、舆论交互、数字政务、电子商务、市场广告、技术运营、投资业务等多个领域，并通过互联网、报纸、手机、移动电视、互动电视、楼宇电视、电子站牌等传播载体，实现影响力的立体覆盖。
2	华龙网（www.cqnews.net）	华龙网成立于 2000 年，是国务院新闻办公室批准组建的首批省级重点新闻网站，由重庆市委宣传部主管，是重庆日报报业集团媒体融合发展的战略转型平台，是重庆唯一拥有新闻采访权的网络新闻媒体和首个“十媒一体”的全媒体网站。
3	红网（www.rednet.cn）	红网于 2001 年 5 月正式运行，是中国湖南第一新闻门户网站，是湖南省委、省政府的重点新闻网站和综合网站。网站定位为“立足湖南、服务湖南、影响湖南”，传播湖南影响。红网的媒体资源包括红网网站、“时刻”新闻客户端、手机报、微博微信、电梯小屏和户外大屏等，业务范围包括政务宣传、广告推广、技术服务、活动策划、线下会展、演出演艺等方面。
4	澎湃新闻网（www.thepaper.cn）	澎湃新闻，成立于 2014 年，是一个以原创新闻为主的全媒体新闻资讯平台，拥有互联网新闻信息服务一类资质，7×24 小时为中国互联网用户生产聚合优质时政思想财经文化类内容，目标打造成为中国的全媒体内容生产平台、全媒体产品创新平台和全媒体服务运营平台。结合互联网技术创新与新闻基本价值传承，澎湃新闻 400+记者，通过图文、视频、VR、动画等全媒体新型传播方式的综合运用，每天生产超过 300+的原创新闻报道，已迅速成长为中国媒体融合发展的领跑者之一，影响力在中国新闻网站中位居前列。

序号	代表性网站	网站简介
5	四川新闻网（www.newssc.org/）	四川新闻网由四川省委宣传部主管主办，于 1999 年 1 月正式上线，是国务院新闻办批准设立的第一批地方重点新闻网站，第一批互联网新闻信息稿源单位，具备互联网新闻信息采编发布一类资质，是四川省委确定的与四川日报、四川人民广播电台、四川电视台并列的省级主要媒体，为四川省门户网站，是全省媒体集中上网平台。四川新闻网已发展成为全国重点地方新闻网站及四川省最具影响力的综合性门户网站，在全省 21 个市州设立地方频道，提供权威、快捷、全面的四川新闻和四川资讯，成为国内各大网站转载四川新闻资讯的最大核心信息来源。

（三）公司的竞争优势与劣势

1、竞争优势

（1）品牌优势明显

公司近年来不断发展壮大，目前已形成以“大众网”为核心，以“齐鲁晚报网”“半岛网”“鲁中网”为支撑，以山东手机报、“海报新闻”和“齐鲁壹点”客户端为延伸，以 16 市地方频道为保障的互联网矩阵，形成了 PC 端与移动端“互联互通”“共享共用”的新局面，成为覆盖山东、辐射全国的主流舆论平台。公司运营的“大众网”是国新办批准成立、山东省互联网传媒集团股份有限公司主办的山东省综合传播力最强的新闻网站，是国新办确定的全国重点地方新闻网站。作为山东省影响力最大的新闻网站之一，大众网在山东省内积累有良好的网民基础和品牌口碑。“内容立网”是大众网始终坚持的基本原则，也是公司快速发展的核心竞争力，大众网的新闻作品多次获得中国新闻奖，综合传播力水平在省级网站综合传播力榜单中名列前茅，具备较强的区域影响力和品牌知名度。

（2）强大的股东背景

公司股东均为知名的国有文化企业或国有文化投资机构，确保了公司新闻信息的权威性和合规性，提升了公司对党和国家重大方针、政策、活动以及国内外重大活动、重要事件、热点焦点信息追踪的敏锐性、获取的及时性。同时，公司的控股股东为大众报业，实际控制人为山东省财政厅。大众报业是山东省最大的报业发行机构，其主要报刊《大众日报》创刊于 1939 年，是全国连续出版时间最长的党报。根据国家新闻出版署 2020 年 10 月发布的《2019 年新闻出版产业分析报告》，大众报业位列全国报刊出版集团总体经济规模综合评价排名第七位，

具有广泛的舆论影响力和业内知名度。依托大众报业的长期运营经验、媒体影响力及人才资源优势，公司业已形成了显著的品牌优势，具备了独立、快速拓展业务的市场化能力。

（3）公司业务资质齐全

互联网信息传播业务方面，公司拥有包括《互联网新闻信息服务许可证》《信息网络传播视听节目许可证》《网络出版服务许可证》《广播电视节目制作经营许可证》《增值电信业务经营许可证》《网络文化经营许可证》在内的多项业务资质；移动信息传播业务方面，公司拥有《电信网码号资源使用证书》等资质。以上资质具有较高的准入门槛，齐全的业务资质有利于公司进一步拓展互联网新闻信息服务业务，提升在该领域的核心竞争力和市场影响力，有利于公司形成多产品、多业态的产业布局。

（4）信息获取优势

作为一家立足山东，面向全国的新媒体集团，良好的地域信息获取优势成为公司商业价值实施及媒体影响力建设的有力保障。公司设有 5 家控股子公司和 20 家分公司，并依托“大众网”在山东 16 地市设立地方频道，充分发挥在当地政治、经济、文化、生活方面的影响力和传播力，并通过不同频道的设置和丰富的媒体表现形式拓宽覆盖的受众范围。同时，公司长期服务于山东省内各级党政机关和知名企业，建立了良好的业务关系，对山东省各地域及各行业信息资讯进行收集和存储，形成了独特的信息获取优势。

（5）客户覆盖广泛，粘性优势突出

公司根据省内外行业客户的分布特征，设立不同的行业工作室，配备专业化的运营团队，并依据客户的个性化需求，制订信息传播策略和营销方案，通过文字、图片、插件、数据、链接、视频等多种媒体形式进行市场推广。在不断拓展客户数量的同时，为用户提供多元化的增值服务，形成了较强的客户粘性，为公司未来提供更多的互联网产品和服务奠定了稳固的客户基础。

（6）人才优势

公司拥有一支结构合理、经验丰富、善于创新的专业团队，具有多年的传媒运营、新闻采编、技术研发经验，并建立了较为完善的专业化人才培养体系。公司将

文化建设作为企业战略的重要组成部分，注重提升员工的专业技能和职业素养，有效增强了对新闻内容的把控能力。公司不断提升新闻信息的传播力、引导力、影响力和公信力，始终坚持正确的舆论导向，符合国家对主流舆论媒体建设的要求。

2、竞争劣势

（1）资金实力不足

公司目前在山东省内具备较强的品牌影响力，但其与在全国范围内运营的商业网站及中央新闻网站的全球信息网络覆盖相比，在软硬件投入、市场拓展、人才引进等方面仍存在一定差距。未来，公司将在立足山东市场的基础上，继续整合各类媒体资源，增加资金投入，提升采编、发布、技术等方面的实力，为客户提供更加全面、高效的服务。

（2）市场范围及影响力有待扩大

公司的业务覆盖范围主要集中在山东省内，目前已在全省设立了 5 家控股子公司，20 家分公司和 16 个地方频道，实现了山东省内的全覆盖，提升了网站的点击率、品牌知名度和业务规模。公司在省内显著的市场影响力和竞争优势，提升了外来网站开拓山东市场的进入门槛。公司人员、物力和财力的配置更多专注于山东本地业务，影响了全国业务拓展的步伐，公司有待于进一步扩大市场范围、提升国内外影响力。

（四）行业面临的机遇与挑战

1、行业面临的机遇

（1）国家产业政策支持发行人所处行业的发展

2014 年，国务院办公厅出台了《关于进一步支持文化企业发展的通知》，强调中央财政和地方财政应安排文化产业发展专项基金，完善政策扶持体系，采取贴息、补助、奖励等方式，支持文化产业发展。

2017 年 5 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》，强调发展壮大网上舆论阵地。遵循网络传播规律，强化互联网思维，加快网络媒体发展。加强重点新闻网站、网络广播电视台等主流网站集群传播能力建设，发展移动互联网“微传播”体系，支持符合条件的网站

上市。扶持一批主流媒体所属网站和新媒体，加大国有资本和社会力量投资互联网文化领域的引导和规范。

2021 年 9 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加强网络文明建设的意见》，指出要加强网络空间思想引领；坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想统领互联网内容建设，推动党的创新理论走深走心走实。加强重点理论网站、公众账号、客户端建设，紧密结合中国特色社会主义伟大实践特别是新时代党和国家事业发展新变化新成就，有针对性地开展网上理论宣传活动。精心做好网上重大主题宣传，加强网络传播手段建设和创新，打造“现象级”传播产品。

中央和地方各级政府对信息传播服务行业的各项政策支持，为行业发展提供了充分的政策保障，也为企业的不断壮大创造了良好的外部环境。

（2）信息传播技术和基础建设的进步为行业发展创造了基础

随着经济水平的提高，我国互联网和移动电信基础建设获得了极大的发展。近年来，我国互联网网民数量和互联网渗透率保持快速增长态势。截至 2022 年 6 月，我国网民规模达 10.51 亿，互联网普及率达 74.4%；手机网民规模为 10.47 亿，网民中使用手机上网的比例为 99.6%。

在资本和用户需求的共同推动下，近年来互联网技术和移动通信技术获得了长足发展，配套的信息分类和数据挖掘技术也呈现出迅速演变的态势，信息传播的交互性和实效性得到完善，信息传播渠道不断拓宽，呈现方式日益多元，这些都有利地推动了企业业务的拓展。

（3）受众对网络新媒体信息传播服务的认知和接受程度提高

随着各类媒体传播渠道的出现和终端用户的使用习惯变化，多元化的信息传播服务和产品获得了终端用户更多的认可。新成长起来的年轻用户则直接通过互联网接受新闻资讯，互联网已成为人们获取信息的重要渠道。

近年来手机用户的增加，为公司拓展新媒体相关业务打下了良好的基础。同时，党政机关、各大型国有企业和民营企业在内的各方都开始重视互联网信息的舆情跟踪及新媒体业务托管等服务，客户消费观念的转变给新媒体整合营销业务的发展带来巨大的增长空间。

（4）对于地方新媒体的准确定位

发行人作为山东省主流媒体，拥有互联网新闻信息服务许可证、网络出版服务许可证、增值电信业务经营许可证、短信息类服务接入代码使用证书等全面的经营资质，在全省范围内具有较强的竞争优势。

公司旗下的大众网为山东省内最早成立的新闻网站，通过多年业务发展和客户合作，拥有了大量优质、高粘度的用户资源。作为一家拥有全面业务经营资质的新媒体企业，公司立足山东省内市场，充分采集和挖掘省内各市新闻资讯，并借助丰富的政企资源和省内各行业信息，充分贴近当地群众、党政机关和企事业单位所需，具有明显的信息获取优势。

在大数据的支持下，新媒体行业分众化、个性化服务的发展趋势愈发明显，发行人基于庞大的用户基数和精准分发能力，在区域化发展深耕细挖、提供个性化服务，具有广阔的市场空间。

2、行业面临的挑战

（1）互联网基础设施建设发展不均衡

互联网的普及程度与区域经济水平密切相关。受经济发展和社会信息化水平制约，我国互联网呈现出西部基础设施建设慢于东部，农村互联网普及率低于城镇的特点。不均衡的互联网基础设施建设发展态势对互联网信息传播行业的发展产生了不利影响。

（2）保障宣传推广效率与互联网用户体验的维护

过度的互联网营销一定程度上降低用户体验。由于互联网及移动互联网的碎片化时间利用及全场景渗透，互联网广告在提升营销推广效率的同时，也可能影响用户使用应用程序或媒体的体验。例如部分媒体为了追求互联网广告变现，盲目地提高广告填充率，或频繁、恶意地推送广告，给用户造成不良的使用体验，甚至导致用户流失。因此，维系营销推广的覆盖效率以及广告受众的用户体验之间的平衡成为互联网广告行业发展面临的挑战。

四、公司销售情况和主要客户

（一）报告期内公司主要服务的产能、产量情况

公司主要从事互联网信息服务，主营业务为广告宣传服务、信息服务、移动增值业务及技术服务。公司不属于传统生产制造型企业，不适用于产能、产量及产能利用率指标。

（二）报告期内公司主要服务的销售情况

1、营业收入构成情况

报告期内公司主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
广告宣传服务	15,801.21	70.59	37,033.85	67.21	29,887.69	65.60	24,458.30	62.56
信息服务	3,060.92	13.67	6,194.77	11.24	5,630.03	12.36	4,709.53	12.05
移动增值业务	1,032.45	4.61	3,714.83	6.74	3,922.97	8.61	3,933.58	10.06
技术服务	2,490.82	11.13	8,160.96	14.81	6,120.05	13.43	5,995.41	15.33
合计	**22,385.40**	**100.00**	**55,104.41**	**100.00**	**45,560.74**	**100.00**	**39,096.82**	**100.00**

2、销售价格变动情况

（1）广告宣传服务

公司广告宣传服务的定价主要遵照公司制订的《网络营销广告刊例价》等制度，参考服务内容、刊登频道、页面位置、发布形式、展示次数、陈列时间等因素，以此为依据确认市场价格。

以大众网首页广告位为例，大众网首页主要广告位刊例价为：

单位：元

页面	代号	位置	尺寸	刊例价
首屏	A1	顶旗帜	400*50	55,000
	A2	整通栏	1200*50	96,000
	A3	大通栏	1200*80	146,000
	A4	伸缩双联（首显不浮）	120*270 播后缩至 25*270	65,000
		伸缩单联（首显不浮）	120*270 播后缩至 25*270	35,000
	A5	游标/浮标	80*80	25,000

页面	代号	位置	尺寸	刊例价
	A6	旗帜 1（右）	300*60	35,000
	A7	旗帜 2（中）	300*60	35,000
	A8	旗帜 3（左）	270*60	26,000
	A9	文字链	<10 汉字	7,000
	A10	文字链套红	<10 汉字套红	9,000
二屏	A11	大旗帜	300*100	38,000
	A12	整通栏	1200*80	50,000
	A13	1/2 通栏	595*80	28,000
	A14	整通栏 A	1200*80	40,000
	A15	整通栏 B	1200*80	23,000

注：以上价格为周价格，广告尺寸以像素为单位，尺寸标注为：宽*高

发行人在实际销售过程中，综合考虑客户重要性程度、合作期限、广告投放额度、投放站点、投放的季节性等因素，在刊例价的基础上给予客户一定折扣率。

此外，对于存在辅助线下活动需求的客户，公司会根据相关活动组织的难易程度、工作量及时间安排等因素，通过内部审批后与客户确定服务定价。

（2）信息服务

舆情服务目前无行业标准化的定价体系，服务提供者均需根据客户的具体要求及服务的深度和广度进行服务的定制，具体的收费标准主要参照服务特点和服务方式。

（3）移动增值业务

手机报版本		单价
全网手机报	主版手机报	3 元/月
行业版手机报	山东教育手机报	5 元/月
	财经天下手机报	5 元/月
	与法同行手机报	5 元/月
	舆情手机报	10 元/月
	车行天下手机报	8 元/月
	周游齐鲁手机报	8 元/月
	山东手机报精华版	8 元/月
	高校手机报	免费
企业版手机报	政企版	差异化定价
区县版手机报	党政版	36 元/年
	免费版	免费

（4）技术服务

公司在综合考虑客户对承办网站的建设需求、日常运营和维护工作的成本后，结合外部软硬件产品的采购成本，与客户进行协商确定合同价格及后期的运营、维护费用等。

公司主营业务中，广告宣传服务、信息服务及技术服务为根据客户需求提供服务，服务内容具有个性化和定制化的非标准化特点，销售价格受多方面影响，因此对不同客户的服务销售价格有一定差异。报告期内，公司移动增值业务的销售价格保持相对稳定。

（三）发行人主要客户

1、报告期内公司向前五大客户销售情况

报告期各期，公司向前五名客户的销售金额及其占营业收入的比例情况具体如下：

单位：万元

序号	客户名称	是否关联方	主要交易内容	金额	占营业收入比例
2022 年 1-6 月					
1	定西市乡村振兴局	否	广告宣传服务	345.91	1.53%
2	山东省商务厅	否	广告宣传服务、技术服务	342.45	1.52%
3	中国移动及下属公司	否	移动增值服务	342.44	1.52%
4	山东省委宣传部	否	信息服务、技术服务、广告宣传服务	225.42	1.00%
5	青岛市委宣传部	否	广告宣传服务、技术服务、信息服务	128.73	0.57%
合计				**1,384.95**	**6.14%**
2021 年度					
1	山东省商务厅	否	广告宣传服务、技术服务	958.47	1.72%
2	大众报业及下属公司	是	技术服务、广告宣传、信息服务	779.77	1.40%
3	中国移动及下属公司	否	移动增值服务	711.63	1.28%
4	青岛西海岸啤酒文化集团有限公司及其关联方	否	广告宣传服务	669.39	1.20%
5	山东省委宣传部	否	技术服务	655.45	1.18%
合计				**3,774.70**	**6.79%**

序号	客户名称	是否关联方	主要交易内容	金额	占营业收入比例
2020 年度					
1	大众报业及下属公司	是	技术服务、信息服务、广告宣传	1,104.93	2.38%
2	中国移动及下属公司	否	移动增值服务	958.47	2.07%
3	山东省商务厅	否	广告宣传服务、技术服务	628.74	1.36%
4	山东省委宣传部	否	技术服务	603.61	1.30%
5	山东省工业和信息化厅	否	技术服务、广告宣传服务	541.22	1.17%
合计				**3,836.97**	**8.27%**
2019 年度					
1	中国移动及下属公司	否	移动增值服务	1,100.44	2.79%
2	山东省委宣传部	否	技术服务	873.37	2.22%
3	大众报业及下属公司	是	技术服务、广告宣传、信息服务	762.58	1.94%
4	山东省对口支援新疆生产建设兵团干部管理组	否	广告宣传服务	622.08	1.58%
5	山东省海洋局	否	技术服务、广告宣传服务、信息服务	543.20	1.38%
合计				**3,901.67**	**9.90%**

注：对公司前五大客户销售金额按同一控制下合并计算，其中中国移动及下属公司包括咪咕数字、中国移动通信集团山东有限公司、咪咕视讯等；大众报业及下属公司包括大众报业、山东大众报业（集团）广告有限公司等；青岛西海岸啤酒文化集团有限公司及关联方包括青岛西海岸啤酒文化集团有限公司、青岛西海岸农高发展集团有限公司等由青岛市黄岛区国有资产发展中心控制的单位。

报告期内，发行人不存在依赖少数客户的情形，不存在对单一客户销售收入金额占同期收入 50%以上的情形。

报告期内公司前五大客户中，大众报业及下属公司为公司关联方。公司向关联方进行销售的具体情况详见本招股说明书“第七节公司治理与独立性/九、关联方和关联交易/（二）关联交易/2、经常性关联交易/（2）销售商品和提供劳务”。

报告期内，公司董事、监事和高级管理人员未在上述客户中占有任何权益。

2、报告期内前五大客户变动及新增情况

报告期内，除山东省对口支援新疆生产建设兵团干部管理组和定西市乡村振兴局以外，其他主要客户均不属于报告期新增客户。

报告期各期，前五大客户在各期交易金额如下：

单位：万元

主要客户名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
山东省商务厅	342.45	958.47	628.74	331.94
定西市乡村振兴局	345.91	-	-	-
大众报业及下属公司	113.59	779.77	1,104.93	762.58
中国移动及下属公司	342.44	711.63	958.47	1,100.44
青岛西海岸啤酒文化集团有限公司及其关联方	68.89	669.39	142.41	83.38
山东省委宣传部	225.42	655.45	603.61	873.37
山东省海洋局	103.58	329.05	446.23	543.20
山东省对口支援新疆生产建设兵团干部管理组	14.15	140.05	69.81	622.08
山东省工业和信息化厅	38.36	55.72	541.22	9.43
青岛市委宣传部	128.73	321.85	216.84	87.87

注：对公司前五大客户销售金额按同一控制下合并计算，其中中国移动及下属公司包括咪咕数字、中国移动通信集团山东有限公司、咪咕视讯等；大众报业及下属公司包括大众报业、山东大众报业（集团）广告有限公司等；青岛西海岸啤酒文化集团有限公司及关联方包括青岛西海岸啤酒文化集团有限公司、青岛西海岸农高发展集团有限公司等由青岛市黄岛区国有资产发展中心控制的单位。

报告期内，发行人各期前五大客户的排名及交易金额有所变动，具体原因分析说明如下：

山东省商务厅、大众报业及其下属单位、中国移动及其下属单位、山东省委宣传部、山东省海洋局、青岛市委宣传部等主要客户，自报告期初即为公司的重要客户。后续年度，根据实际业务需求，每年的交易规模有所波动，但整体较为稳定。

山东省工业和信息化厅自报告期初即为公司的客户，2019 年度交易金额相对较少，2020 年发行人中标山东省工业和信息化厅的“山东省企业家网络学院运维项目”，为其提供该网站的全年运行、维护及宣传推广工作，成为发行人 2020 年前五大客户。

青岛西海岸啤酒文化集团有限公司自报告期初即为公司的客户，2019 年度及 2020 年度交易金额相对较少，2021 年发行人为其提供“第二届啤酒文化创意设计周系列活动”宣传服务及“第二届啤酒文化创意设计周云平台建设服务”等服务，成为发行人 2021 年前五大客户。

定西市乡村振兴局为 2022 年上半年新增客户，且成为当期前五大客户。公司为甘肃省定西市乡村振兴局提供“首届鲁企走进协作地·甘肃行”活动提供宣

传服务及配套服务，该项目规模较大，使得定西市乡村振兴局成为发行人 2022 年 1-6 月主要客户。

山东省对口支援新疆生产建设兵团干部管理组为 2019 年新增客户，且新增当年即跻身当年前十大客户。公司为山东省对口支援新疆生产建设兵团干部管理组提供“山东军垦女兵进疆纪念暨关怀关爱活动”宣传服务及配套服务，该项目规模较大，使得山东省对口支援新疆生产建设兵团干部管理组成为发行人 2019 年第四大客户。2020 年度与 2021 年度，发行人持续为其提供宣传服务与技术服务，虽非发行人前五大客户，但仍保持了良好的业务持续性。

发行人与前述主要客户，包括新增主要客户均维持稳定的合作，前五大客户的变化主要系与客户在不同年份之间交易金额的变化而导致，发行人前五大客户的变动具有合理性，公司与主要客户的交易具有可持续性。

此外，报告期内，发行人对前五大客户中任一单一客户的销售收入占比均未超过 3%，发行人的客户数量众多且较为分散，任何单一客户及其交易金额的变动均不会对发行人的销售产生重大影响。

（四）客户和供应商重叠的情况

发行人主要从事广告宣传服务、信息服务、移动增值业务及技术服务，依托“大众网”在山东 16 地市设立地方频道，实现了山东省的地域全覆盖，并通过丰富的媒体表现形式拓宽覆盖的受众范围，建立起多层次、全方位、立体式传播体系，客户类型非常广泛，因此报告期内存在部分客户与供应商重叠的情形。

报告期内，与发行人发生的销售及采购交易金额累计均超过 100 万元的客户/供应商的交易情况如下表所示：

1、销售情况

单位：万元

序号	公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
1	中国移动通信集团山东有限公司	155.74	190.51	237.81	187.39
2	大众报业	38.12	527.56	596.45	518.87
3	大众云学	3.75	35.63	31.85	39.91
4	济南敏纳文化传媒有限公司	-	0.47	2.36	136.79

2、采购情况

单位：万元

序号	公司名称	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
1	中国移动通信集团山东有限公司	30.63	93.90	15.56	12.54
2	大众报业	413.28	947.54	817.15	596.42
3	大众云学	12.92	124.89	509.36	103.77
4	济南敏纳文化传媒有限公司	10.82	21.23	51.76	32.05

注：上表所列交易金额为单体口径的销售及采购金额。

（1）中国移动通信集团山东有限公司

中国移动通信集团山东有限公司（以下简称“山东移动”）主营基础电信业务和增值电信业务。报告期内，发行人在向山东移动采购5G智媒推送服务用于宣传服务、采购宽带服务用于日常办公及5G+全景VR实时互动平台的情形，亦存在向山东移动提供移动增值服务、广告宣传服务的情况。其中，2021 年度采购金额增长主要系当期新增了5G智媒推送业务，在电话呼叫等待期推送特定宣传视频或动态图并按相关约定与山东移动进行收益分成。

（2）大众报业

大众报业为发行人控股股东，主营报刊的出版、印刷与发行。报告期内，发行人存在向大众报业租赁办公场所、采购物业服务、订阅报刊杂志、采购纸媒宣传服务等情形，采购金额合计分别为596.42 万元、817.15 万元、947.54 万元和413.28 万元，其中房租和物业费占比超过95%，同时发行人也存在向大众报业提供技术服务、新媒体平台广告宣传服务的情况。报告期内，发行人向大众报业的采购金额增长主要系租赁的办公场所面积逐步增加。

（3）大众云学

大众云学主要面向政府、行业主管、协会、企事业单位、学校等机构客户提供培训服务及在线教育方案。报告期内，发行人在向大众云学采购线上视频直播课及线下培训服务的同时，亦存在向大众云学提供广告宣传及推广服务的情形。其中，2020 年度采购金额较高系公司为完成山东省工业和信息化厅的企业家网络学院建设及运维项目，向大众云学采购了成套行业分析报告、视频直播课及其他在线课件。

（4）济南敏纳文化传媒有限公司

济南敏纳文化传媒有限公司主营文化艺术交流策划、图文设计制作、企业营

销策划等业务。报告期内，发行人在向济南敏纳文化传媒有限公司采购图文制作等服务的同时，亦存在向其提供软件开发服务及宣传服务的情况。

基于以上分析，报告期内存在客户与供应商的重叠情况存在合理性。

（五）客户和竞争对手重叠的情况

公司主要从事互联网新闻信息服务，主要竞争对手为新华网、人民网等中央新闻网站，新浪网、腾讯网等商业新闻网站，东方网、华龙网等地方重点新闻网站以及齐鲁网等山东省本地新闻网。由于行业特点所致，公司客户类型广泛，其中也包括新华网、华龙网、腾讯网、新浪网、凤凰网这些竞争对手。

具体交易明细如下：

单位：万元

序号	公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
1	新华网股份有限公司（新华网）	-	-	-	6.13
2	重庆华龙网集团股份有限公司（华龙网）	-	-	11.32	-
3	深圳市腾讯计算机系统有限公司（腾讯网）	3.58	62.34	60.84	141.82
4	北京新浪互联信息服务有限公司（新浪网）	9.43	9.43	-	48.82
5	北京天盈九州网络技术有限公司（凤凰网）	-	-	5.66	25.47
合计		**13.01**	**71.77**	**77.82**	**222.24**

发行人向新华网与华龙网提供的服务主要为偶发性的广告宣传服务，与新浪网、凤凰网的交易内容为版权销售；与腾讯网的交易内容为版权销售及广告宣传服务。

五、公司采购情况和主要供应商

（一）报告期内采购产品、原材料、能源或接受服务的情况

1、主要产品、服务的采购情况

报告期内，公司采购支出主要包括广告宣传服务中的活动支出、策划制作费与第三方媒介广告宣传费等，技术服务中的信息技术服务费以及外购设备费，信息服务中的邮寄费和印刷费等。报告期内，按采购内容划分的公司各期采购构成情况具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
活动支出	1,988.77	35.32	5,203.64	31.03	4,493.01	33.83	3,857.09	35.04
策划制作	1,624.72	28.85	4,216.25	25.14	2,618.21	19.71	1,799.56	16.35
信息技术服务	1,025.24	18.21	2,712.56	16.18	2,755.44	20.75	2,088.02	18.97
广告宣传	391.29	6.95	1,612.25	9.61	1,278.66	9.63	1,037.12	9.42
外购设备	33.41	0.59	601.09	3.58	368.61	2.78	386.08	3.51
差旅交通	163.74	2.91	658.66	3.93	550.12	4.14	675.46	6.14
邮寄和印刷费	144.33	2.56	371.29	2.21	331.51	2.50	219.95	2.00
其他	259.71	4.61	1,393.08	8.31	885.46	6.67	944.81	8.58
合计	**5,631.20**	**100.00**	**16,768.83**	**100.00**	**13,281.02**	**100.00**	**11,008.09**	**100.00**

2、主要能源使用情况

公司属于互联网和相关服务行业企业，非传统生产制造型企业，使用的能源主要为公司经营场所使用的水和电，与公司产销情况不存在直接的匹配关系。

（二）发行人主要供应商

1、报告期内公司对前五大供应商采购情况

报告期内，各期前五名供应商的主营业务相关的采购金额及其占采购总额的比例情况具体如下：

单位：万元

序号	供应商名称	是否关联方	主要内容	采购金额	占采购总额比例
2022 年 1-6 月					
1	华瀚（济南）文化传媒有限公司	否	活动支持服务	83.64	1.42%
2	大众云学及下属公司	是	技术服务及培训服务	75.65	1.29%
3	上海阅客信息科技有限公司	否	信息技术服务	67.12	1.14%
4	山东云小兵信息技术有限公司	否	软件服务	66.04	1.12%
5	青岛光影无限文化传媒有限公司	否	活动支持服务	61.67	1.05%
合计				**354.11**	**6.03%**
2021 年度					
1	大众报业及下属公司	是	广告宣传与策划执行服务等	379.07	2.22%
2	大众云学及下属公司	是	培训服务	288.79	1.69%

序号	供应商名称	是否关联方	主要内容	采购金额	占采购总额比例
3	济南驱动文化传媒有限公司	否	活动物料采购及活动执行服务	148.89	0.87%
4	山东美集装饰设计工程有限公司	否	活动支持服务	136.60	0.80%
5	李沧区良田影视工作室	否	宣传视频制作	124.56	0.73%
合计				**1,077.89**	**6.32%**
2020 年度					
1	大众云学及下属公司	是	网站运维内容采购及培训服务	615.67	4.45%
2	山东方文翔商贸有限公司	否	融媒体设备采购	151.63	1.10%
3	济南云明德通商业管理有限公司	否	物料采购、活动执行服务	142.62	1.03%
4	山东云小兵信息技术有限公司	否	软件服务	114.09	0.82%
5	山东麦迪文化传媒有限公司	否	活动物料、策划制作服务	101.84	0.74%
合计				**1,125.85**	**8.13%**
2019 年度					
1	济南帆羽信息技术有限公司	否	技术服务	178.38	1.61%
2	大众云学及下属公司	是	技术服务及活动执行服务	166.48	1.50%
3	山东榕泰达电子科技有限公司	否	技术服务	160.98	1.45%
4	济南盛德医疗科技有限公司	否	活动物资	134.73	1.21%
5	济南创想立伟文化传媒有限公司	否	策划制作及展会服务等	99.52	0.90%
合计				**740.09**	**6.67%**

注 1：本表所列采购金额为和主营业务直接相关的交易金额，不包括发行人向关联方采购的房屋租赁费，也不包括物业费、取暖费等管理费用支出以及为推广自身品牌等广告宣传费用等销售管理用支出。

注 2：对公司前五大供应商采购金额按同一控制合并计算，其中大众云学及其下属公司包括大众云学、山东大众研学旅游有限公司等单位；大众报业及下属公司包括山东大众日报融媒传播有限公司、青岛半岛都市报业广告有限公司、山东大众报业（集团）广告有限公司等单位。

报告期内，发行人不存在依赖少数供应商的情形，不存在对单一供应商采购金额占同期采购总额 50%以上的情形。

报告期内公司前五大供应商中，大众报业及下属公司、大众云学及下属公司为公司关联方，公司向关联方进行采购的具体情况详见本招股说明书“第七节公司治理与独立性/九、关联方和关联交易/（二）关联交易/2、经常性关联交易/（1）采购商品和接受劳务”。

报告期内，公司董事、监事和高级管理人员未在上述供应商中占有任何权益。

2、报告期内前五大供应商变动及新增情况

报告期内，公司前五大供应商变动及新增情况如下表所示：

期间	供应商名称	新增原因及合作概况
2022 年 1-6 月	华瀚（济南）文化传媒有限公司	华瀚（济南）文化传媒有限公司成立于 2017 年 12 月 6 日，为公司 2022 年 1-6 月新增前五大供应商。公司于 2021 年与该供应商建立合作关系，于 2022 年 1-6 月向其采购场地搭建等活动支持服务，金额合计为 83.64 万元，主要涉及“绿地国际中心灯光秀活动”等宣传项目。
	上海阅客信息科技有限公司	上海阅客信息科技有限公司成立于 2016 年 5 月 9 日，为公司 2022 年 1-6 月新增前五大供应商。公司于 2020 年与该供应商建立合作关系，于 2022 年 1-6 月向其采购信息技术服务，金额为 67.12 万元。
	青岛光影无限文化传媒有限公司	青岛光影无限文化传媒有限公司成立于 2020 年 4 月 16 日，为公司 2022 年 1-6 月新增前五大供应商。公司于 2020 年与该供应商建立合作关系，于 2022 年 1-6 月向其采购视频制作、活动物料制作等活动支持服务，合计金额 61.67 万元，涉及青岛经济技术开发区招聘会等多个项目。
2021 年度	济南驱动文化传媒有限公司	济南驱动文化传媒有限公司成立于 2008 年 7 月 15 日，为公司 2021 年度新增前五大供应商。公司于 2020 年与该供应商建立合作关系，于 2021 年度向其采购活动物料及活动执行服务，金额为 148.89 万元，涉及建设银行山东省分行“安居联盟”宣传活动及邮储银行山东省分行“庆祝建党百年”视频拍摄项等多个项目。
	山东美集装饰设计工程有限公司	山东美集装饰设计工程有限公司（以下简称“美集装饰”）成立于 2020 年 4 月 27 日，为公司 2021 年度新增前五大供应商。公司于 2020 年与该供应商建立合作关系，于 2021 年度向其采购活动支持服务，金额为 136.60 万元，主要合作项目为新青年集装箱市集二期推广项目，由美集装饰负责完成街区集装箱体制作、节庆类街区氛围布置等基础服务，发行人以此为基础进行综合宣传与活动招商。
2020 年度	山东方文翔商贸有限公司	山东方文翔商贸有限公司成立于 2016 年 7 月 11 日，为公司 2020 年度新增前五大供应商。公司于 2020 年与该供应商建立合作关系，于 2020 年度向其采购融媒体设备，金额为 151.63 万元，用于大众报业融合发展一体化建设项目。
	济南云明德通商业管理有限公司	济南云明德通商业管理有限公司成立于 2011 年 6 月 21 日，为公司 2020 年度新增前五大供应商，公司于 2019 年与该供应商建立合作关系。公司于 2020 年度向其采购活动物料及活动执行服务，金额为 142.62 万元，主要负责济南高新控股集团有限公司等单位的推广活动。
	山东云小兵信息技术有限公司	山东云小兵信息技术有限公司成立于 2016 年 5 月 13 日，为公司 2020 年度新增前五大供应商。公司于 2019 年与该供应商建立合作关系，于 2020 年度向其采购数据云服务，金额为 114.09 万元，用于齐鲁壹点的智能传媒项目，作为广告宣传业务的支撑。
2019 年度	山东榕泰达电子科技有限公司	山东榕泰达电子科技有限公司（以下简称“榕泰达”）成立于 2018 年 9 月 3 日，为公司 2019 年度新增前五大供应商，公司于 2019 年与该供应商建立合作关系。公司于 2019 年度

期间	供应商名称	新增原因及合作概况
		向其采购技术服务，金额为160.98万元，其中主要合作项目为山东海洋科普馆项目，由榕泰达负责海洋馆部分模型建设、3D动画制作及数字沙盘演示系统研发建设。
	济南盛德医疗科技有限公司	济南盛德医疗科技有限公司（以下简称“盛德医疗”）成立于2015年06月15日，为公司2019年度新增前五大供应商，公司于 2019 年与该供应商建立合作关系并于当年向其采购医疗检测器械，金额为134.73万元，作为活动物料用于军垦女兵慰问活动。

除上表所示供应商外，其余主要供应商不属于报告期新增供应商，与发行人存在相对持续的合作关系。

报告期内，任一供应商的采购额占发行人的对外采购额的比例均不超过5%，通常在3%以下；发行人对外采购的前五大供应商的采购额占采购总额的比例分别为6.67%、8.13%、6.32%和6.03%，合计占发行人整体对外采购的比例较小。发行人报告期内前五大供应商波动的主要原因系发行对外采购业务的采购金额均较小，供应商较为分散，容易产生波动。

综上，发行人的对外采购的类型较为多样，供应商也较为分散，对任何单一供应商的采购金额占比均较低，任一供应商均不会对发行人的对外采购构成重大影响。因此，报告期内发行人前五名外采供应商存在变动，符合发行人的业务特点，具有合理性。

六、公司主要资产情况

（一）固定资产

1、基本情况

截至报告期末，公司固定资产的基本情况如下：

单位：万元

项目	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	87.19	9.11	-	78.08	89.55%
运输设备	116.64	110.76	-	5.88	5.04%
电子设备及其他	7,989.38	5,337.75	-	2,651.64	33.19%
合计	**8,193.21**	**5,457.62**	**-**	**2,735.59**	**33.39%**

公司固定资产包括房屋及建筑物、运输设备、电子设备及其他，其中主要为公司员工办公使用的电子设备。

截至本招股说明书签署日，公司固定资产不存在瑕疵、纠纷和潜在纠纷。

2、不动产

截至本招股说明书签署日，公司不动产的基本情况如下：

序号	权利人	产权证号	坐落	用途	面积	使用期限	取得方式	是否存在他项权利
1	信产公司	鲁（2017）济南市不动产权第0266769号	市中区望岳路567号4号楼4-102	城镇住宅用地/储藏室	专有建筑面积3.35㎡/分摊建筑面积2.31㎡	2004.8.27-2074.8.26	受让	无
2	信产公司	鲁（2017）济南市不动产权第0266770号	市中区望岳路567号4号楼4-201	城镇住宅用地/住宅	专有建筑面积72.60㎡/分摊建筑面积17.73㎡	2004.8.27-2074.8.26	受让	无

2016年12月8日，发行人烟台分公司与山东智本资产运营管理有限公司（以下简称“山东智本”）、烟台伟通置业有限公司（以下简称“烟台伟通”）签订《抵房协议书》，由于山东智本和烟台伟通欠付发行人烟台分公司广告费，约定将山东智本所有的位于烟台经济技术开发区长江路300号启迪慧苑3号楼1单元17层1701号房屋转让给烟台分公司，用于抵顶山东智本和烟台伟通所欠付发行人烟台分公司的广告款。基于《抵房协议书》，发行人烟台分公司于2016年12月8日与山东智本签署了《商品房买卖合同》（合同编号：开预字第161208100217号），房屋价款与欠付广告款的差价，将用于抵顶山东智本及烟台伟通日后发生的广告款。上述房屋已取得烟台市住房和城乡建设局核发的“烟房预许字 2013第027号”商品房预售许可证，该房屋的不动产登记手续尚未完成办理。

除上述房屋的不动产变更手续正在办理外，发行人及下属公司房产不存在他项权利限制，房屋产权不存在纠纷或潜在纠纷。

3、租赁房产

截至本招股说明书签署日，公司租赁房产的基本情况如下：

序号	承租方	出租方	物业位置	面积（㎡）	租赁期限
1	发行人	大众报业	济南市泺源大街2号大众传媒大厦5层	2,210.07	2020-01-01至2022-12-31
2	发行人	大众报业	济南市泺源大街2号大众传媒大厦8层	255.88	2020-04-11至2022-12-31

序号	承租方	出租方	物业位置	面积（㎡）	租赁期限
3	发行人	大众报业	济南市泺源大街 2 号大众传媒大厦 9 层 902、906、907 室	474.91	2020-01-01 至 2022-12-31
4	发行人	大众报业	济南市泺源大街 2 号大众传媒大厦 9 层 905 室	118.57	2020-05-01 至 2022-12-31
5	发行人	大众报业	济南市泺源大街 2 号大众传媒大厦 9 层 904 室	118.56	2021-01-01 至 2022-12-31
6	发行人	大众报业	济南市泺源大街 2 号大众传媒大厦 20 层	1,652.60	2022-01-01 至 2022-12-31
7	发行人	广东南方同创汇产业运营管理有限公司	广州市越秀区广州大道中 289 号 1202 室	119.50	2019-12-31 至 2022-12-30
8	发行人	上海六角物业管理有限公司	上海市中山北一路 1250 号沪办大厦 3 号楼 801、802 室	141	2022-04-01 至 2023-03-31
9	日照分公司	日照城投资产运营有限公司	山东省日照市东港区烟台路 187 号二楼	853	2015-12-02 至 2025-01-31
10	临沂分公司	山东临沂新闻大厦有限公司	临沂市兰山区金雀山路新闻大厦 A 座 19 楼	838	2021-07-17 至 2024-07-16
11	德州分公司	郑丽萍	德州市康博大道锦华大厦五层 A532、A533、A512、A513	163.6	2021-11-22 至 2022-11-22
12	德州分公司	德州经济技术开发区长河街道办事处小温村股份经济合作社	德州市锦华大厦五层（南）	600	2021-11-01 至 2022-10-31
13	青岛分公司	周雁	胶州市澳门路 333 号天泰金融广场 7 号楼 906、907 室	175.6	2022-01-15 至 2023-01-14
14	青岛分公司	青岛东方影都影视产业管理有限公司	青岛市黄岛区东岳东路 1607 号综合楼 A 座 3 层 3040 室	695	2021-02-01 至 2024-01-31
15	青岛分公司	青岛国旅联合城发投资有限公司	青岛市崂山区同安路 886 号 1 号楼 1201 室	1,910.42	2021-11-23 至 2026-11-22
16	潍坊分公司	潍坊软件园发展有限公司	潍坊市健康东街 10179 号潍坊软件园 B 座 5 层 501-509 室	639	2022-01-01 至 2022-12-31
17	滨州分公司	山东友泰科技有限公司	滨州市黄河六路与渤海十八路银泰中心 A 座 12 层	555.75	2020-08-25 至 2023-08-24
18	枣庄分公司	枣庄聚山建筑劳务有限公司	天衢商贸城 A 区写字楼 24 层 1 号 6 号办公用房	235	2021-12-01 至 2022-11-30
19	菏泽分公司	包建丽	菏泽市人民路中达地产 12 楼整层	1,000.00	2021-11-10 至 2026-11-09
20	济宁分公司	济宁高新文化创意园服务有限公司	济宁高新区杨柳国际新城综合楼 3 号楼创启大厦东裙楼 3 层	680	2022-04-01 至 2027-03-31
21	泰安分公司	泰安市自来水有限公司	山东省泰安市东岳大街 460 号办公楼 7 楼	624	2022-01-01 至 2024-12-31

序号	承租方	出租方	物业位置	面积（㎡）	租赁期限
22	淄博分公司	淄博高新技术创业服务中心	生物医药产业创新园科研中心主楼 1801、1803、1805、1807、1808、1809、1810、1811、1813 室	687.4	2022-02-01 至 2023-01-31
23	淄博分公司	淄博高新技术创业服务中心	生物医药产业创新园科研中心主楼 1812 室	99	2022-03-29 至 2023-01-31
24	聊城分公司	新华人寿保险股份有限公司山东分公司	聊城市经济技术开发区当代国际广场 1 号楼 30 层 3001 西侧	601.15	2022-08-22 至 2023-08-21
25	东营分公司	大众日报社东营分社	东营市府前街 75 号	200	2022-01-01 至 2022-12-31
26	东营分公司	刁延锋	东营市河口区河口街道河通小区 5 号楼三单元 502 室	73.5	2022-06-09 至 2023-06-08
27	威海分公司	陈树金	威海市青岛中路附 106 号龙海国际 A1303、1304、1305、1306 室	594.94	2019-09-16 至 2022-09-30
28	北京分公司	半岛传媒	北京市东城区华普花园 B 座 1502 室	207	2022-02-19 至 2023-02-19
29	北京分公司	中纺大厦置业有限责任公司	北京市东城区东直门南大街 6 号	84	2022-01-01 至 2022-12-31
30	信产公司	大众报业	济南市泺源大街 2 号大众传媒大厦 8 层	1,396.71	2020-04-11 至 2022-12-31
31	大鲁网络	山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司	张店区柳泉路 280 号晨报大厦 20 楼	704.44	2022-01-01 至 2022-12-31
32	大鲁网络	韩勇	桓台县建设街111号内第2栋三单元一层西户	72	2022-03-15 至 2023-03-14
33	大众海蓝	大众报业	济南市泺源大街 2 号大众传媒大厦 9 层 908—910 室	373.89	2022-01-01 至 2022-12-31
34	齐鲁壹点	大众报业	济南市泺源大街 2 号大众传媒大厦 3 层	2,032.20	2022-01-01 至 2022-12-31
35	半岛网络	半岛传媒	山东省青岛市南京路 110 号半岛都市报业大厦第 12 层 1202-1210 室（1204 除外）	551	2021-01-01 至 2022-12-31
36	半岛网络	半岛传媒	山东省青岛市南京路 110 号半岛都市报业大厦第 12 层 1201 室	154	2021-01-01 至 2022-12-31

发行人租赁房产中，存在出租方未能提供房屋产权证书或产权人授权其出租的证明、租赁使用划拨地、集体建设用地上建造的房产以及房屋租赁未办理租赁备案的情形，具体如下：

（1）出租方未能提供房屋产权证书或产权人授权其出租的证明

上述房产中，第 8、9、11、12、16、18、19、20、22、23、25 项房屋出租方未能提供房屋产权证书或产权人授权其出租的证明，合计面积 5,298 ㎡，占租

赁房屋总面积比例为 24.20%，其中，第 11、12、19、20、25 项房屋出租方出具了其有权出租相关房产的承诺。由于出租方未提供相关文件，无法确定该等出租方是否为该等物业的权属人，如存在出租方与物业产权人不一致的情形，或出租方未取得权利人同意出租、转租，相关租赁合同存在被认定无效或提前终止的风险，影响公司继续承租该等房屋。

（2）租赁使用划拨地、集体建设用地上建造的房产

上述房产中，第 7、8、26、29 项系租赁使用划拨地上建造的房产，第 25 项的出租方已出具其出租的房产为集体建设用地上建造的房产的说明，以上租赁房产的面积合计为 618 ㎡，占租赁房屋总面积的比例为 2.82%。此外，第 9、18、20、22、23 项房屋出租方未提供房屋所在土地的性质的相关材料。公司及附属公司作为承租方存在不能继续租赁使用该等房产的风险。

（3）房屋租赁未办理租赁备案登记

上述房屋租赁均未办理租赁备案。根据《中华人民共和国民法典》第 706 条规定："当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力。"因此，发行人租赁房屋未办理租赁登记备案手续不会导致该等房屋租赁合同无效，不会对发行人及其子公司的日常经营产生重大不利影响。

发行人及其子公司、分公司租赁房屋主要用于办公用途，鉴于发行人为轻资产类型公司，不涉及大型、不可移动的工业生产线或厂房设备，对于办公用房的灵活性较高。同时，该等租赁的办公用房在公司及其分、子公司经营区域内不具有稀缺性和独特性，公司及其分、子公司根据自身的经营实际情况，在当地类似地段寻找新的租赁场所无实质性障碍，不会对公司的日常经营构成重大影响。

发行人控股股东大众报业已出具承诺："对于发行人及其分、子公司租赁使用的房产，如因相关租赁行为未办理租赁备案手续、租赁房屋的出租方未就出租房屋取得房产权属证书或产权人对其出租房产的授权、违规租赁使用划拨地、集体建设用地上建造的房产或其他不符合相关法律、法规的情形，发行人因此而需要搬迁、受到行政处罚、或遭受其他经济损失及承担其他形式的法律责任的，本公司将以自有资金予以全额补偿，使得发行人及其分、子公司不因此而遭受任何经济损失。"

综上，发行人虽然存在租赁划拨地、集体建设用地上的房屋、租赁的部分房屋出租方未提供产权证书或产权人授权其出租的证明、房产租赁均未办理租赁备案的情况，但不会对发行人日常经营产生重大不利影响。发行人控股股东已出具了损失补偿承诺，因此，发行人不会因此遭受任何经济损失，不会对发行人本次发行上市构成实质障碍。上述情况已在招股说明书“第四节 风险因素/一、经营风险/（七）房产租赁风险”中进行了风险提示。

（二）无形资产

截至报告期末，公司无形资产的账面价值为 1,266.57 万元，公司账面无形资产为软件使用权。截至本招股说明书签署日，公司无形资产不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在权属纠纷和法律风险，对持续经营不存在重大不利影响。

1、商标

截至本招股说明书签署日，公司共拥有自有注册商标 105 项，经授权使用的商标 8 项，具体情况参见本招股说明书“附录 A”。

2、著作权

截至本招股说明书签署日，公司已取得国家版权局颁发计算机软件著作权登记证书的计算机软件著作权共有 205 项，作品著作权 3 项，具体情况参见本招股说明书“附录 B”。

3、域名

截至本招股说明书签署日，公司共拥有自用域名 48 项，具体情况参见本招股说明书“附录 C”。

七、公司特许经营权和主要经营资质情况

（一）特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司及控股子公司未拥有特许经营权。

（二）主要经营资质

截至本招股说明书签署日，公司及下属子公司自身拥有的资质证照及业务许

可主要包括：

序号	资质名称	公司名称	发证主体	证号/文号	有效期
1	《互联网新闻信息服务许可证》	发行人	山东省互联网信息办公室	37120170001	2020.12.11-2023.12.10
2	《信息网络传播视听节目许可证》	发行人	国家广播电视总局	1509399	2021.2.15-2024.2.15
3	《网络出版服务许可证》	发行人	国家新闻出版署	（署）网出证（鲁）字第 008 号	2019.10.1-2023.8.3
4	《广播电视节目制作经营许可证》	发行人	山东省广播电视局	（鲁）字第 260 号	2021.4.1-2023.3.31
5	《增值电信业务经营许可证》	发行人	中国人民共和国工业和信息化部	B2-20201360	2020.5.29-2025.5.29
6	《电信网码号资源使用证书》	发行人	山东省通信管理局	鲁号[2019]00004-B01	2019.4.18-2024.2.27
7	《电信网码号资源使用证书》	发行人	山东省通信管理局	鲁号[2008]00049-B01	2019.4.1-2024.2.27
8	《电信网码号资源使用证书》	发行人	中华人民共和国工业和信息化部	号[2020]00922-A01	2020.8.19-2025.5.29
9	《网络文化经营许可证》	发行人	山东省文化和旅游厅	鲁网文[2019]4372-084 号	2022.9.1-2023.8.31
10	《电信网码号资源使用证书》	信产公司	山东省通信管理局	鲁号[2015]00002-B02	2019.11.25-2024.9.18
11	《增值电信业务经营许可证》	信产公司	山东省通信管理局	鲁 B2-20040019	2019.9.18-2024.9.18
12	《中华人民共和国出版物经营许可证》	信产公司	济南高新技术产业开发区管理委员会文化体育局	新出发（济高）零字第 37AK11-056 号	2018.2.8-2024.2.7
13	《互联网新闻信息服务许可证》	齐鲁壹点	山东省互联网信息办公室	37120220017	2022.5.25-2025.5.24
14	《食品经营许可证》	齐鲁壹点	济南市历下区行政审批服务局	JY13701020157776	2020.3.11-2025.3.10
15	《互联网新闻信息服务许可证》	大鲁网络	山东省互联网信息办公室	37120220019	2022.5.25-2025.5.24
16	《食品经营许可证》	大鲁网络	淄博高新技术产业开发区行政审批服务局	JY13703260034340	2020.4.20-2025.4.19
17	《互联网新闻信息服务许可证》	半岛网络	山东省互联网信息办公室	37120220018	2022.5.25-2025.5.24
18	《增值电信业务经营许可证》	半岛网络	山东省通信管理局	鲁 B2-20200301	2020.5.26-2025.5.26
19	《食品经营许可证》	大众海蓝	济南市历下区行政审批服务局	JY13701020224502	2021.4.12-2026.1.26

序号	资质名称	公司名称	发证主体	证号/文号	有效期
20	《出版物经营许可证》	大众海蓝	山东省新闻出版局	新出发(鲁)批字第P671A205号	2020.5.7-2026.3.31

八、发行人创新和研发情况

（一）公司核心技术情况

1、核心技术情况

为适应相关领域的技术发展与进步，提升服务能力和品质，公司结合自身业务特性和客户需求，不断研究和提升自身技术水平，通过在长期的用户服务中积累的丰富经验，公司技术应对能力不断提升。公司拥有的主要核心技术如下：

序号	名称	技术来源	功能介绍
1	内容管理系统	集成创新	满足大型和超大型网站的新闻内容管理需求，具有较强的并发处理能力和可扩展性
2	新媒体综合管理平台	原始创新	提供PC版、客户端、WAP内容的统一生产和发布，集成内容采集、用户、权限、统计、广告、数据挖掘、智能推荐等众多子系统
3	精准广告管理平台	引进消化吸收再创新	提供广告的库存管理、排期管理、流量控制，频次控制、广告定向、投放还量等功能，提供精准的数据报告，提高广告运营效率
4	手机报协同编审平台	原始创新	可实现多人协同完成单条手机报多页的同时编辑，并可追溯单页的各次修改历史记录及批注，自动拼装页头及页尾，允许地市手机报设置个性化报头报尾，模拟手机屏幕实时预览
5	大众情报工作平台	原始创新	系统通过对全网进行7×24小时相关舆情信息的采集，并基于NLP、大数据技术自研的大数据处理平台，进行加工，对当前舆情、社会热点话题、突发事件进行快速识别、自动预警和传播分析，，为政府和企事业单位及时掌握网络动向，做好研判和辅助决策提供帮助
6	视频智能生产平台	吸收引进	通过人工智能技术优化和改造视频生产模式，模板化快速制作、个性化在线编辑、移动化一体采编、海量化素材选择、开箱即用，降低视频内容加工制作专业技术门槛，实现快速加工、高效产出、一键分发
7	智慧党建	原始创新	推出党建大数据产品和应用，为党政机关、企事业单位、高等院校等提供党建信息发布、经验宣传、党务管理等一体化解决方案，用先进技术助力基层党建工作统领基层业务
8	智能供稿	原始创新	解决媒体、党政机构、企事业单位、公共服务机构编辑人员不足，选稿工作量大、编审效率低、传播效果不清、数据统计不准等问题的高效智能数据平台

序号	名称	技术来源	功能介绍
9	舆情协同处置	原始创新	在海量互联网信息监测的基础上，运用人工智能、自然语言处理等技术为用户对舆情信息进行准确的研判和推送，并将舆情的处置工作集成到平台中，实现了从信息监测到舆情处置完毕工作的闭环

2、核心技术的保护措施

公司建立了完善的知识产权管理制度及保密管理制度，与相关员工签署了保密协议，约定了核心技术保密的相关条款。公司对主要核心技术申请了软件著作权保护，具体如下：

序号	产品名称	形成的软件著作权	应用业务
1	内容管理系统	新媒体内容管理系统 V1.0 新媒体内容一键分发系统 V1.0 新媒体内容编审系统 V1.0 新媒体内容管理系统 V2.0	广告宣传业务 移动增值业务
2	新媒体综合管理平台	新媒体数据管理平台软件 V2.0 新媒体内容管理系统 V1.0 新媒体传播大数据平台 V1.0 新媒体内容一键分发系统 V1.0 新媒体内容编审系统 V1.0 新媒体内容管理系统 V2.0	广告宣传业务
3	精准广告管理平台	大众网广告资源查看系统 V1.0	广告宣传业务
4	手机报协同编审平台	山东手机报编审平台系统 V1.0	移动增值业务
5	大众情报工作平台	大众舆情监测云平台软件 V2.0 舆情 24 小时系统 V1.0 情报研判及智能分级 V1.0 舆情处置效果评估 V1.0	信息业务
6	视频智能生产平台	视频智能识别剪辑发布系统 V1.0	广告宣传业务
7	智慧党建	智慧党建云平台 V1.0 智慧党建云平台 V3.2	技术服务
8	智能供稿	智能供稿系统 V1.0 智能供稿系统 V2.0	广告宣传业务
9	舆情协同处置	大众舆情协同处置云平台 V1.0	信息服务

3、核心技术对营业收入的贡献情况

报告期内，公司依赖核心技术开展广告宣传服务、信息服务、移动增值业务、技术服务等主营业务，与公司核心技术相关业务带来的营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
核心技术相关业务	22,385.40	99.21%	55,104.41	99.06%	45,560.74	98.20%	39,096.82	99.22%
非核心技术相关业务	178.77	0.79%	522.99	0.94%	833.80	1.80%	308.08	0.78%
合计	**22,564.17**	**100.00%**	**55,627.39**	**100.00%**	**46,394.54**	**100.00%**	**39,404.90**	**100.00%**

4、公司重要的科研奖项

报告期内，公司获得的科研奖项或奖励如下：

序号	奖励事项	颁发机构	颁发时间
1	第五届山东省文化创新奖——“选择山东”云平台境外传播体系建设	山东省文化和旅游厅	2021 年 10 月
2	全国新闻出版深度融合发展创新案例——《大众舆情协同处置云平台》《智慧党建云平台》	中国新闻出版传媒集团	2020 年 12 月
3	2019 年宣传文化旅游发展资金——5G+VR 全景实时互动平台	山东省财政厅、山东省委宣传部、山东省文化和旅游厅、山东省广播电视局	2019 年 10 月
4	2019 年宣传文化旅游发展资金——海报新闻移动融媒体平台	山东省财政厅、山东省委宣传部、山东省文化和旅游厅、山东省广播电视局	2019 年 9 月

（二）公司研发情况

1、公司在研项目基本情况

截至本招股说明书签署日，公司主要在研项目基本情况如下：

（1）海报新闻项目

项目名称	海报新闻项目	项目预算	300 万
主要负责人	孙世强		
主要研发人员人数	15		
拟实现的研发目标	以先进技术为支撑，以内容建设为根本，强化“全国大端”定位，提升“海报新闻”全国影响力，提高山东在全国的话语主导权。		
研发进展情况	当前海报新闻客户端更新至 8.3 版，成为国内专业新闻机构较早推出视频智能生产、内容算法推荐、真人虚拟主播、智能问答机器人等新应用的新闻客户端。海报新闻客户端将持续迭代更新，在传播主流舆论，构筑全媒生态，打造智慧媒体，推进技术赋能等方面不断努力，彰显主流媒体责任与担当。		

（2）全省统一的舆情监测和处置平台

项目名称	全省统一的舆情监测和处置平台	项目预算	500 万
主要负责人	郑浦亮		
主要研发人员人数	25		
拟实现的研发目标	依托当前舆情大数据平台，建设全省统一的舆情监测预警和处置平台，汇集全省舆情数据，实现共享互通，形成从监测预警、分析研判到应急处置的全信息化工作流程，提高舆情处置引导能力，有效助力舆情应对工作。		
研发进展情况	目前已完成产品需求调研和规划设计，产品将融合当前舆情大数据平台及舆情监测云平台产品，并在此基础上升级处置转办等功能。		

（3）大众传播评价系统

项目名称	大众传播评价系统	项目预算	200 万
主要负责人	孙玉祥		
主要研发人员人数	10		
拟实现的研发目标	通过建设媒体传播数据池、传播大数据分析系统、传播力评价指标系统，构建省市县三级媒体传播力评价体系，并形成各类排名及传播力评价报告，即时监测各项传播数据，掌握各媒体的传播动态和传播能力，了解主题宣传、社会热点、突发事件等在全网的传播情况，并进行科学、严谨的评估，进一步优化传播内容和传播形式。		
研发进展情况	目前产品已经迭代更新至 V2.0，下一步将加快平台建设，强化技术支撑，延伸省市县三级媒体传播触角，优化评价指标体系，提升数据分析和报告能力。		

2、公司研发投入情况

报告期内，公司的研发费用支出情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用支出	772.43	1,568.24	1,574.87	1,475.07
营业收入	22,564.17	55,627.39	46,394.54	39,404.90
研发支出占营业收入比例	3.42%	2.82%	3.39%	3.74%

（三）公司研发人员情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司在册研发人员共计 105 人，占公司员工总人数的比例为 5.61%。

（四）公司技术研发体系与机制

公司高度重视对技术研发的投入，增强技术研发及应用能力。在研发过程中，公司注重提高成熟信息技术的系统集成能力，及时有效地将基础、前沿研究的新

知识、新成果转化为技术突破和应用，提升自身的技术水平。

1、重视人才培养

公司根据战略规划和人才发展计划，结合实际和阶段性的技术需求，有计划、分步骤地引入专业人才，不断完善公司人才结构。同时，公司建立了健全的技术人才培训机制，定期对技术人员进行培训，提高其研发和技术水平。

2、以市场需求为导向

公司重视技术创新，坚持以业务需求为导向开展技术研发，由业务部门提起研发需求，围绕业务开展过程中实际问题，进行相关技术的深入研究。在日常经营中，公司注重研发人员与公司主要客户或供应商的定期沟通，通过持续跟踪，及时动态地把握客户和终端用户的潜在需求。以业务需求为导向的技术研发，保障了创新项目的实用性，有效提高了公司研发投入的转化率。

3、关注技术的前沿领域

公司关注市场的趋势变动、行业技术发展方向及行业内的研发现状，保持对行业技术发展的敏感度，根据对行业技术发展趋势的前瞻性判断，提前进行技术部署。公司积极探索大数据、云计算、人工智能等技术在用户行为分析及行为预测、内容智能化推荐等领域的具体运用及产品和服务的迭代升级，提升公司各项业务的服务能力。

九、发行人境外经营情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在境外经营的情况。

第七节 公司治理与独立性

一、 发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

公司根据《公司法》《证券法》《上市公司章程指引》等相关法律、法规的要求，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》《董事会秘书工作制度》等相关制度，建立了由股东大会、董事会及其专门委员会、监事会、高级管理人员以及独立董事、董事会秘书等组成的公司治理结构。报告期内，公司的股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等相关机构和人员均依法履行职责。

（一）股东大会制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度的建立

发行人股东大会是发行人的最高权力机构，由全体股东组成。股东大会按照《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定履行职责、行使职权，股东大会依法规范运行。

2、股东的权利及义务

《公司章程》规定，公司股东享有下列权利：（1）依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；（2）依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；（3）对公司的经营进行监督，提出建议或者质询；（4）依照法律、行政法规及本章程的规定转让、赠与或质押其所持有的股份；（5）查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告；（6）公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配；（7）对股东大会作出的公司合并、分立决议持异议的股东，要求公司收购其股份；（8）法律、行政法规、部门规章或本章程规定的其他权利。

《公司章程》规定，公司股东承担下列义务：（1）遵守法律、行政法规和本章程；（2）依其所认购的股份和入股方式缴纳股金；（3）除法律、法规规定的情形外，不得退股；（4）不得滥用股东权利损害公司或者其他股东的利益；

不得滥用公司法人独立地位和股东有限责任损害公司债权人的利益；公司股东滥用股东权利给公司或者其他股东造成损失的，应当依法承担赔偿责任。公司股东滥用公司法人独立地位和股东有限责任，逃避债务，严重损害公司债权人利益的，应当对公司债务承担连带责任；（5）法律、行政法规及本章程规定应当承担的其他义务。

3、股东大会的职权

根据《公司章程》的规定，公司股东大会依法行使下列职权：（1）决定公司的经营方针和投资计划；（2）选举和更换非由职工代表担任的董事、监事，决定有关董事、监事的报酬事项；（3）审议批准董事会的报告；（4）审议批准监事会报告；（5）审议批准公司的年度财务预算方案、决算方案；（6）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（7）对公司增加或者减少注册资本作出决议；（8）对发行公司债券作出决议；（9）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议；（10）修改本章程；（11）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议；（12）审议批准第四十二条规定的公司交易事项和第四十三条规定的需要股东大会审议的担保与财务资助事项；（13）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产 30%的事项；（14）审议批准变更募集资金用途事项；（15）审议股权激励计划；（16）审议批准本章程第一百一十五条规定的需要股东大会审议的关联交易事项；（17）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东大会决定的其他事项。

4、股东大会议事规则

依据相关法律法规、规范性文件和《公司章程》的规定，公司制定了《股东大会议事规则》，对股东大会的召集、提案、通知、召开、表决和决议等事项作了明确的规定。

5、股东大会制度运行情况

报告期内，公司严格按照《公司章程》《股东大会议事规则》及其他相关法律法规的要求召集、召开股东大会，公司历次股东大会严格遵守表决事项和表决程序的有关规定，维护了公司和股东的合法权益。

（二）董事会制度的建立健全及运行情况

1、董事会制度的建立

公司董事会对股东大会负责。根据《公司章程》和《董事会议事规则》的规定，董事由股东大会选举或更换，任期三年，董事任期届满可连选连任，独立董事的连任时间不得超过六年。公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名。董事长由董事会以全体董事的过半数选举产生。

2、董事会的职权

《公司章程》规定，董事会行使下列职权：（1）召集股东大会，并向股东大会报告工作；（2）执行股东大会的决议；（3）决定公司的经营计划和投资方案；（4）制订公司的年度财务预算方案、决算方案；（5）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案；（6）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案；（7）拟订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立、解散及变更公司形式的方案；（8）在股东大会授权范围内，决定公司对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、委托理财、关联交易等事项；（9）决定公司内部管理机构的设置，决定公司分支机构的设置；（10）聘任或者解聘公司总经理、董事会秘书；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司其他高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项；（11）制订公司的基本管理制度；（12）制订本章程的修改方案；（13）管理公司信息披露事项；（14）向股东大会提请聘请或更换为公司审计的会计师事务所；（15）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作；（16）法律、行政法规、部门规章或本章程授予的其他职权。

3、董事会议事规则

依据相关法律法规、规范性文件和《公司章程》的规定，公司制定了《董事会议事规则》，对董事会会议的召集和主持、召开、记录、决议以及决议的执行等事项作出了明确的规定。

4、董事会制度运行情况

报告期内，公司董事会会议在通知、召开方式、表决方式等方面均符合有关法律、法规、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定。

（三）监事会制度的建立健全及运行情况

1、监事会制度的建立

公司依据《公司法》《公司章程》等规定，制定了《监事会议事规则》。根据《公司章程》和《监事会议事规则》的规定，公司设监事会。公司监事会由 3 名监事组成，监事会设主席 1 人。监事会主席由全体监事过半数选举产生。监事会包括 1 名职工代表，通过职工代表大会选举产生。

2、监事会的职权

《公司章程》规定，监事会行使下列职权：（1）应当对董事会编制的公司定期报告进行审核并提出书面审核意见；（2）检查公司财务；（3）对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督，对违反法律、行政法规、本章程或者股东大会决议的董事、高级管理人员提出罢免的建议；（4）当董事、高级管理人员的行为损害公司的利益时，要求董事、高级管理人员予以纠正；（5）提议召开临时股东大会，在董事会不履行《公司法》规定的召集和主持股东大会职责时召集和主持股东大会；（6）向股东大会提出提案；（7）依照《公司法》第一百五十二条的规定，对董事、高级管理人员提起诉讼；（8）发现公司经营情况异常，可以进行调查；必要时，可以聘请会计师事务所、律师事务所等专业机构协助其工作，费用由公司承担。

3、监事会议事规则

依据相关法律法规、规范性文件和《公司章程》的规定，公司制定了《监事会议事规则》，对监事会会议的召集和主持、召开、记录、决议以及决议的执行等事项作出了明确的规定。

4、监事会制度的运行情况

报告期内，公司监事会会议在通知、召开方式、表决方式等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

（四）独立董事制度的建立健全及运行情况

1、独立董事制度的设置

公司根据《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》等相关法律、行政法规、规范性文件及《公司章程》的规定，建立了规范的独立董事制度。公司聘任的独立董事占董事会人数的三分之一，其中包括一名会计专业人士。

2、独立董事制度的运行情况

自公司聘任独立董事以来，独立董事依照有关法律法规、《公司章程》及《独立董事工作制度》的规定，勤勉尽责地履行职权，对需要独立董事发表意见的事项发表了独立意见，对公司的风险管理、内部控制以及公司的发展提出了许多意见与建议，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极作用。

（五）董事会秘书工作制度的建立健全及运行情况

1、董事会秘书的设置

根据《公司章程》及《董事会秘书工作制度》等规定，公司设董事会秘书 1 名，对董事会负责，履行《公司法》《公司章程》及各项内部制度、中国证监会和证券交易所要求履行的其他职责。董事会秘书是公司的高级管理人员，适用有关法律、行政法规及《公司章程》对高级管理人员的规定。

截至本招股说明书签署日，公司董事会秘书由任义忠担任。

2、董事会秘书履行职责的情况

公司董事会秘书自任职以来，按照《公司法》《公司章程》和《董事会秘书工作制度》勤勉尽职，有效履行了《公司章程》赋予的职责，为公司法人治理结构的完善、董事、监事、高级管理人员的系统培训、与中介机构的配合协调、与监管部门的积极沟通、主要管理制度的制定等事宜发挥了高效作用。

（六）董事会专门委员会的建立健全及运行情况

1、董事会专门委员会的设置

公司董事会下设编辑政策委员会、战略与投资委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会五个专门委员会。

截至本招股说明书签署日，各专门委员会的具体人员构成情况如下表：

专门委员会名称	人数	成员	召集人
编辑政策委员会	3	林忠礼、刘加增、张辛	刘加增
战略与投资委员会	3	林忠礼、刘加增、姜长勇	林忠礼
提名委员会	3	宋建武、崔立红、林忠礼	宋建武
审计委员会	3	刘惠萍、崔立红、何长青	刘惠萍
薪酬与考核委员会	3	崔立红、刘惠萍、何长青	崔立红

2、董事会专门委员会履行职责的情况

公司董事会专门委员会设立后，均严格按照公司章程、相关议事规则认真履行职责，对公司内部审计、战略规划、董事及高级管理人员选聘及薪酬考核、采编等事项提出建议和改善措施。

二、发行人特别表决权股份或类似安排的情况

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排。

三、发行人协议控制架构的具体安排

截至本招股说明书签署之日，发行人不存在协议控制架构情况。

四、发行人内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制的自我评估

公司董事会认为，公司建立了较为完善的法人治理结构，现有内部控制体系较为健全，符合国家有关法律法规规定，在公司经营管理各个关键环节以及关联交易、信息披露等方面发挥了较好的管理控制作用，能够对公司各项业务的健康运行及经营风险的控制提供保证，因此，公司的内部控制是有效的。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

致同会计师针对发行人内部控制的有效性出具了《山东省互联网传媒集团股份有限公司内部控制鉴证报告》（致同专字（2022）第 371A015626 号），认为：发行人按照《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与财务报表相关的有效的内部控制。

五、公司报告期内违法违规行为情况

报告期内，公司不存在重大违法违规情形。报告期内，公司受到的不属于重

大违法违规的行政处罚情况如下：

（一）2019 年 12 月，山东省市场监督管理局对公司的相关处罚

1、基本情况

2019 年 12 月 4 日，山东省市场监督管理局作出“（鲁）市监行处字［2019］103 号”《行政处罚决定书》：公司主要办事机构发生变更，未到公司登记机关办理住所变更登记，且在收到《责令改正通知书》后，逾期仍未办理变更登记，违反了《中华人民共和国公司法》第十条及第七条第三款的规定。依据《中华人民共和国公司法》第二百一十一条第二款及《山东省工商行政管理行政处罚裁量基准》第一章第十一条中较轻情形的规定，给予公司从轻的行政处罚，即罚款 1 万元。

2、对发行人的影响

上述行政处罚的处罚金额占公司当期净利润及期末净资产比例均较小，未对公司的生产经营产生重大不利影响。公司已及时缴纳了上述罚款，进行了住所变更登记并取得了新换发的营业执照。

3、不构成重大违法行为和本次发行上市的法律障碍

《中华人民共和国公司法》第二百一十一条第二款规定：“公司登记事项发生变更时，未依照本法规定办理有关变更登记的，由公司登记机关责令限期登记；逾期不登记的，处以一万元以上十万元以下的罚款。”《山东省工商行政管理行政处罚裁量基准》第一章第十一条规定：“（二）裁量标准：【较轻】变更登记事项不需要审批的，处以一万元以上三万元以下的罚款。【一般】变更登记事项需要后置审批的，处以三万元以上七万元以下的罚款。【严重】变更登记事项需要前置审批的，处以七万元以上十万元以下的罚款。”

发行人被处以 1 万元的罚款，属于上述法规规定的罚款区间的下沿，且上述《行政处罚决定书》中参照了较轻情形的规定，给予当事人从轻的行政处罚。

2021 年 3 月 29 日，山东省市场监督管理局出具《证明》，认为公司：“已经按时足额缴纳罚款并已完成整改，上述行政处罚不属于情节严重的行政处罚。”综上，发行人的行为不属于重大违法违规行为，上述行政处罚不属于重大行政处

罚，不构成本次发行上市的法律障碍。

（二）2020 年 8 月，淄博市张店区市场监督管理局对发行人子公司大鲁网络的相关处罚

1、基本情况

2020 年 8 月 31 日，淄博市张店区市场监督管理局作出“淄张市监广处字［2020］447 号”《行政处罚决定书》：大鲁网络代理的广告内容涉及医疗服务，属于医疗广告，广告内容包含对治疗功效的断言和保证，上述广告是淄博康明爱尔眼科医院有限公司委托大鲁网络代理，并由大鲁网络委托淄博米粒文化传媒有限公司制作、发布的。依据《中华人民共和国广告法》第十六条第（一）项之规定，构成违法代理医疗广告违法行为。综合考虑大鲁网络的违法事实、性质、情节、社会危害程度等因素，鉴于大鲁网络违法行为社会危害性较小的实际情况，依据《中华人民共和国广告法》第五十八条第三款之规定，建议责令大鲁网络在相应范围内消除影响，并处罚如下：1、没收广告费用 2,000 元，上缴国库；2、罚款 2000 元，上缴国库。

2、对发行人的影响

上述行政处罚的处罚金额占公司当期净利润及期末净资产比例均较小，未对公司的生产经营产生重大不利影响。大鲁网络已及时缴纳上述罚款并积极进行了如下整改：（1）立即停止违法代理医疗广告行为，消除影响并对其他广告开展全面自查；（2）对相关责任人进行了批评教育，要求员工以此为戒，加强对相关制度、流程的学习；（3）要求相关部门负责人和具体工作人员学习《广告法》等相关法律、法规。

3、不构成重大违法行为和本次发行上市的法律障碍

根据《中华人民共和国广告法》第五十八条的规定：“有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告

审查申请：（一）违反本法第十六条规定发布医疗、药品、医疗器械广告的……”

大鲁网络被处以广告费用一倍的罚款，属于上述法规规定的罚款区间的下沿，上述《行政处罚决定书》中亦认定大鲁网络“违法行为社会危害性较小”。

2021 年 10 月 27 日，淄博市张店区市场监督管理局出具《说明》，认为大鲁网络受到的行政处罚属于“较轻行政处罚”。综上，大鲁网络的行为不属于重大违法违规行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚，不构成本次发行上市的法律障碍。

（三）2021 年 6 月，淄博高新技术产业开发区管理委员会对淄博分公司的相关处罚

1、基本情况

2021 年 6 月 29 日，淄博高新技术产业开发区管理委员会作出“淄高新市监行处字〔2021〕40 号”《行政处罚决定书》：淄博分公司发布的教育、培训类广告，内容含有以受益者学生的名义形象作推荐、证明这一行为，依据《中华人民共和国广告法》第二十四条第（三）项之规定，属于违法发布教育、培训广告行为，鉴于淄博分公司积极配合调查，并如实提供相关证据，主动改正违法行为，对淄博分公司作出从轻处罚：责令停止违法行为，没收广告费用 1,000 元、并处广告费用一倍罚款 1,000 元。

2、对发行人的影响

上述行政处罚的处罚金额占公司当期净利润及期末净资产比例均较小，未对公司的生产经营产生重大不利影响。淄博分公司已及时缴纳上述罚款并积极进行了如下整改：（1）立即停止违法发布广告行为，消除影响并对其他广告开展全面自查；（2）对相关责任人进行了批评教育，要求员工以此为戒，加强对相关制度、流程的学习；（3）要求相关部门负责人和具体工作人员学习《广告法》等相关法律、法规。

3、不构成重大违法行为和本次发行上市的法律障碍

根据《中华人民共和国广告法》第五十八条的规定：“有下列行为之一的，由市场监督管理部门责令停止发布广告，责令广告主在相应范围内消除影响，处

广告费用一倍以上三倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处十万元以上二十万元以下的罚款；情节严重的，处广告费用三倍以上五倍以下的罚款，广告费用无法计算或者明显偏低的，处二十万元以上一百万元以下的罚款，可以吊销营业执照，并由广告审查机关撤销广告审查批准文件、一年内不受理其广告审查申请：（一）违反本法第十六条规定发布医疗、药品、医疗器械广告的……”

淄博分公司被处以广告费用一倍的罚款，属于上述法规规定的罚款区间的下沿，上述《行政处罚决定书》中亦对淄博分公司作出“从轻处罚”。综上，淄博分公司的行为不属于重大违法违规行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚，不构成本次发行上市的法律障碍。

（四）2022 年 8 月，济南市历下区市场监督管理局对齐鲁壹点的相关处罚

1、基本情况

2022 年 8 月 30 日，济南市历下区市场监督管理局作出“济历下市监罚字〔2022〕112 号”《行政处罚决定书》：齐鲁壹点发布的三篇文章出现医疗机构的联系电话及具体地址，违反《中华人民共和国广告法》第十九条之规定，构成变相发布医疗广告的行为。依据《中华人民共和国广告法》第五十九条第三款及《山东省市场监督管理行政处罚裁量基准》之相关规定，责令齐鲁壹点改正违法行为，并对其作出以下行政处罚：罚款 8000 元，上缴国库。

2、对发行人的影响

上述行政处罚的处罚金额占公司当期净利润及期末净资产比例均较小，未对公司的生产经营产生重大不利影响。齐鲁壹点已及时缴纳了罚款并积极进行了如下整改：（1）立即停止违法发布广告行为，消除影响并对其他广告开展全面自查；（2）对相关责任人进行了批评教育，要求员工以此为戒，加强对相关制度、流程的学习；（3）要求相关部门负责人和具体工作人员学习《广告法》等相关法律、法规。

3、不构成重大违法行为和本次发行上市的法律障碍

《中华人民共和国广告法》第五十九条第三款规定：“广告违反本法第十九条规定，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告的，由市场监督管理部门责令改正，对广告发布者处十万元以下的罚款”；《山东省市场监督管理行政

处罚裁量基准》第七章第二十四条规定：“（二）裁量标准：【较轻】广告费用一万元以下的，处一万元以下的罚款。【一般】广告费用一万元以上十万元以下的，处一万元以上四万元以下的罚款。【较重】广告费用十万元以上二十万元以下的，处四万元以上七万元以下的罚款。【严重】广告费用二十万元以上的，或者造成严重人身、财产损失或者其他严重后果的，或造成严重不良社会影响的，处七万元以上十万元以下的罚款。”

发行人被处以 8,000 元的罚款，属于上述法规规定的罚款区间的下沿，且属于《山东省市场监督管理行政处罚裁量基准》认定的属于较轻处罚的裁量标准。综上，发行人上述行为不属于重大违法违规行为，上述行政处罚不属于重大行政处罚，不构成本次发行上市的法律障碍。

（五）报告期内受到的税务处罚

1、基本情况

报告期内，发行人的子公司信产公司存在受到小额税务处罚的情形，具体情况如下：

序号	处罚主体	处罚年度	处罚金额	处罚事由
1	信产公司	2019 年	200 元	未按照规定期限办理 2018.01.01 至 2018.12.31 的城镇土地使用税以及房产税的纳税申报
2	信产公司	2021 年	300 元	未按照规定期限办理 2018.05.01-2019.02.28 增值税、城市维护建设税，2019.05.01-2019.12.31 的增值税、城市维护建设税的纳税申报和报送纳税资料
3	信产公司	2021 年	200 元	未按照规定期限办理 2020.11.01-2021.03.31 的增值税、城市维护建设税，2021.06.01-2021.06.30 增值税、城市维护建设税的纳税申报和报送纳税资料

2、对发行人的影响

上述行政处罚的处罚金额占公司当期净利润及期末净资产比例均较小，未对公司的生产经营产生重大不利影响。信产公司已及时缴纳上述罚款并对相关情况进行整改，提高员工在纳税方面的认识。

3、不构成重大违法行为和本次发行上市的法律障碍

根据《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条的规定：“纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按照规定的期

限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款。”

报告期内，发行人子公司税务相关的行政处罚金额较小，不属于《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条规定的情节严重的情形，未对发行人生产经营产生重大不利影响，不构成重大行政处罚，不构成本次发行上市的法律障碍。

保荐人及发行人律师认为：发行人报告期内的违法违规行为不属于重大违法违规行为，相应的行政处罚不属于重大行政处罚，对发行人生产经营的影响较小，不构成本次发行上市的法律障碍。

六、发行人报告期内资金占用及对外担保情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

保荐人及发行人律师认为：报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

七、发行人直接面向市场独立运营情况

截至本招股说明书签署日，公司具有独立、完整的业务体系及面向市场独立经营的能力，在资产、人员、财务、机构、业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。

（一）资产独立

本公司由有限公司整体变更设立，原有限公司的所有资产由本公司继承，并按照国家有关规定办理了相关资产的产权变更登记手续。公司具备与经营有关的业务体系及主要相关资产，合法拥有与生产经营有关的主要设备以及商标、非专利技术的所有权或者使用权，具有独立的采购及销售体系。

（二）人员独立

公司建立健全了法人治理结构，董事、监事及高级管理人员严格按照《公司法》《公司章程》的相关规定产生。公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员不存在在控股股东、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，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪的情形；公司的财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

（三）财务独立

公司设立了独立的财务部门，并配备了专职的财务人员。公司已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度；公司独立在银行开立账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司独立纳税，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。

（四）机构独立

公司设有股东大会、董事会、监事会等决策、执行、监督机构，各机构均独立于公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，并依照《公司章程》等规定规范运行。公司已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权，与控股股东和实际控制人及其控制的其他企业间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司已建立完整的业务流程，具有完整的业务体系，具有独立完整的业务体系及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，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在重大不利影响的同业竞争或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权及管理团队稳定

公司主营业务、控制权、管理团队和其他核心人员稳定，最近 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，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。

（七）发行人不存在对持续经营有重大不利影响的事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在主要资产、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，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。

经核查，保荐机构认为，发行人上述关于公司独立性的表述真实、准确、完整。截至招股说明书签署日，发行人在资产、人员、财务、机构、业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直接面向市场独立经营的能力，已达到发行监管对公司独立性的要求。

八、同业竞争

（一）公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的主营业务情况

1、公司从事的主要业务

公司是山东省人民政府批准设立的以互联网技术、移动通信技术为支撑的大型骨干网络文化传媒集团。报告期内，公司主营业务包括广告宣传服务、信息服务、移动增值业务、技术服务，具体参见本招股说明书“第六节 业务和技术/一、公司主营业务、主要产品或服务的情况/（一）公司主营业务的基本情况”。

2、公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业实际从事的主要业务

公司的实际控制人为山东省财政厅。山东省财政厅贯彻党中央关于财经工作的方针政策和决策部署，落实省委工作要求，在履行职责过程中坚持和加强党对财政工作的集中统一领导，负责贯彻执行财政、税收、国有资产管理的法律法规和方针政策。起草有关地方性法规、政府规章草案并监督执行，拟订有关政策和财务制度并组织实施等工作。山东省财政厅与公司不构成同业竞争。

公司的控股股东为大众报业。大众报业主要从事《大众日报》等报刊的出版、发行业务，与公司不构成同业竞争。

除公司外，大众报业控制的其他企业主要从事报刊的出版、印刷、发行、广告业务，具体参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/六、发行人的股权结构情况/（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

（二）公司控股股东及其控制的其他企业从事与发行人相同或相似业务的具体情况分析

1、广告宣传业务

（1）大众报业及其控制的其他企业从事的纸质媒体广告与发行人的互联网广告宣传业务不构成同业竞争

大众报业及其控制的其他企业经营的主要纸质新闻媒体包括：“大众日报”“齐鲁晚报”“鲁中晨报”“半岛都市报”“经济导报”“青岛西海岸报”“山东法制报”“农村大众”“黄三角早报”等报纸；“青年记者”“山东国资”“机构与行政”“山东人力资源和社会保障”“公共财政研究”等期刊。

纸质媒体主要通过对信息的采、编，并印刷成产品，通过零售、征订等方式完成单向的信息传播。网络媒体则通过信息技术，借助服务器，跨越了时间和空间对传播渠道的约束，向受众提供更丰富、可即时更新、能双向互动、方便深度阅读和存储的新闻信息。纸质媒体和互联网媒体的物理形态、载体形式、服务模式存在显著差异，属于完全不同的媒体形态。

大众报业及其控制的其他企业从事广告宣传业务主要为依托其经营的各类报纸、杂志、其他刊物等纸质媒体的发行，提高报刊受众对信息的关注度，进而吸引广告业主投放广告获得收入，业务的实质为纸媒广告。

发行人经营互联网广告宣传业务，网络广告与纸媒广告是不同的媒体形态，两者不构成广告投放市场此消彼长的竞争关系。

（2）大众报业及其控制的其他企业从事的网站及移动客户端经营与发行人的互联网广告宣传业务不构成同业竞争

报告期内，发行人的新媒体广告宣传业务主要通过“大众网”“齐鲁晚报网”“半岛网”和“鲁中网”等网站及“海报新闻”“齐鲁壹点”等移动客户端开展。大众报业及其控制的其他企业的网站及移动客户端经营情况如下：

①网站经营情况

注册在大众报业及其控制的其他企业名下且其正在使用中的网站如下：

序号	网站名称	网站链接	主办单位名称
1	大众报业集团（大众日报社）官网	www.dzng.com	大众报业
2	《青年记者》官网	www.qnjz.com	大众报业
3	天一会展官网	www.tyice.com	齐鲁天一国际会展（山东）有限公司
4	齐鲁国际车展官网	www.qlgjcz.com	齐鲁天一国际会展（山东）有限公司
5	北方文化产品交易会官网	www.jnzbz.com	齐鲁天一国际会展（山东）有限公司
6	中国国际文化旅游博览会官网	www.sdctf.com	齐鲁天一国际会展（山东）有限公司
7	北方茶博会官网	www.bfcbh.com	齐鲁天一国际会展（山东）有限公司
8	文旅优选官网	www.wenlvgo.com	齐鲁天一国际会展（山东）有限公司
9	大众棋牌游戏官网	www.dzqipai.cn	山东大众数字文化科技有限公司
10	大众棋牌游戏下载	www.dzqipai8.cn	山东大众数字文化科技有限公司
11	山东大众报业（集团）发行有限公司官网	www.dzbyfx.com	山东大众报业（集团）发行有限公司
12	半岛新闻官网	www.bandaoapp.com	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司
13	半岛都是宝官网	www.bandaostore.com	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司
14	风口财经官网	www.fengkouapp.com	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司
15	青岛半岛传媒大数据产业发展有限公司官网	www.bandaobd.com	青岛半岛传媒大数据产业发展有限公司
16	济南众发印务有限公司官网	www.zfprinting.com	济南众发印务有限公司
17	山东省文化产业投资集团有限公司官网	www.sdwhtz.cn	山东省文化产业投资集团有限公司

大众报业及其控制的其他企业仅从事非经营性网站业务，非经营性网站主要分为两类：一是纸质及音视频媒体产品的网络版；二是相关单位的官方网站。该种网站建设的主要目的系为了通过网络形式提高其纸质媒体或运营单位自身的知名度和影响力。

因此，大众报业控制的非经营性网站与发行人经营的经营性网站定位不同，仅系运营主体的网络延伸版本，不从事广告宣传业务，与发行人不存在同业竞争。

②移动客户端经营情况

注册在大众报业及其控制的其他企业名下且其正在使用中的移动客户端如

下：

序号	客户端名称	注册单位	用途
1	大众日报	大众报业	发布新闻资讯
2	经济导报	大众报业	发布财经资讯
3	农村大众	大众报业	发布农业资讯
4	鲁中晨报	山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司	发布新闻资讯
5	精趣够级	大众数科	棋牌游戏
6	河北家乡麻将	大众数科	棋牌游戏

上述移动客户端中，第 1-4 项为新闻资讯客户端，仅发布新闻资讯，不从事与发行人移动客户端类似的广告宣传业务，与发行人不构成同业竞争；第 5-6 项为棋牌游戏客户端，与发行人的“海报新闻”“齐鲁壹点”等移动客户端的业务类型不同，不构成同业竞争。

综上，发行人的广告宣传业务主要通过网站及移动客户端开展，而大众报业及其控制的其他企业主要基于纸质媒体开展广告宣传业务，其虽然拥有部分网站及移动客户端，但用途及定位与发行人不同，与发行人不构成同业竞争。

2、信息服务、移动增值业务

大众报业及其控制的其他下属企业未开展与发行人业务类似的信息服务、移动增值业务，与发行人不构成同业竞争。

3、技术服务

大众报业及其控制的其他下属企业中，青岛半岛传媒大数据产业发展有限公司（简称“半岛大数据”）从事与发行人类似的技术服务业务，具体如下：

（1）半岛大数据基本情况

公司名称	青岛半岛传媒大数据产业发展有限公司
成立时间	2013 年 8 月 12 日
注册资本	100 万元
实收资本	100 万元
注册地和主要生产经营地	青岛市崂山区东海东路 85 号 7 号楼
股东构成	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股 100.00%
经营范围	大数据应用与服务平台的搭建及信息技术咨询服务，视频制作，互联网信息服务（依据通信管理部门核发许可证开展经营活动），计算机软件的技术开发、技术咨询服务，系统集成，

	设计、制作、代理、发布国内广告，礼仪庆典策划，国内文化艺术交流活动策划，电子商务技术服务，会议及展览服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务	应用软件开发服务、数据服务、数据处理等

（2）半岛大数据的业务与发行人业务差异

报告期内，半岛大数据的业务规模较小，且客户主要集中在山东省青岛市。而发行人技术服务的客户包括济南市、临沂市、滨州市、德州市等山东省内各地市的客户，发行人在青岛地区的客户数量亦明显多于半岛大数据。

（3）半岛大数据营业收入、毛利与发行人的对比

报告期内，半岛大数据的营业收入、毛利与发行人的对比如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
半岛大数据营业收入	134.27	284.90	176.94	21.01
占发行人主营业务收入比例	0.60%	0.52%	0.39%	0.05%
半岛大数据毛利	92.34	284.90	15.02	19.94
占发行人主营业务毛利比例	0.77%	1.00%	0.06%	0.10%

注：半岛大数据 2019 年-2021 年财务数据已经致同会计师事务所（特殊普通合伙）济南分所审计，2022 年 1-6 月财务数据未经审计

根据上表可知，报告期内，半岛大数据的营业收入及毛利占发行人主营业务收入及毛利的比例均低于 30.00%，对发行人无重大不利影响，不存在构成重大不利影响的同业竞争。

（4）半岛大数据已出具《关于避免与发行人构成重大不利影响的同业竞争的承诺函》

半岛大数据已于 2022 年 6 月出具了如下承诺：

“一、本公司承诺，针对与发行人类似的技术服务业务，本公司将严格控制该类业务规模，前述业务形成营业收入合计每年增长不超过本公司前一年相应收入口径的 5%且前述业务形成营业收入合计不超过发行人相应年份主营业务收入的 10%，该等营业收入均以本公司和发行人经审计合并口径数据为准。

二、如本公司合并口径技术服务业务每年收入规模即将达到本承诺函第一条承诺范围，本公司将进一步限制技术服务业务拓展，并主动告知发行人可能的商

业机会，按照发行人的书面要求，积极协助发行人获得该等商业机会，确保本公司合并口径两项业务收入规模严格控制在本承诺函第一条承诺范围内。

三、如本公司违反上述承诺导致发行人受损失的，本公司将及时、足额地向发行人赔偿因此受到的全部损失。

四、上述承诺在发行人于中国境内证券交易所上市且本公司为发行人控股股东控制的下属单位期间持续有效。”

综上，半岛大数据从事与发行人类似的技术服务业务，但不存在对公司构成重大不利影响的同业竞争。

除半岛大数据外，大众报业及其控制的其他下属企业未开展与发行人类似的技术服务业务。

（三）控股股东关于避免同业竞争的承诺

为避免未来出现对公司构成重大不利影响的同业竞争，维护公司的利益，公司控股股东大众报业出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺如下：

“1、截至本承诺函出具日，本公司及本公司控制的其他企业不存在任何与发行人业务经营构成重大不利影响的同业竞争。

2、在作为发行人控股股东期间，本公司保证不利用发行人控股股东的身份进行损害发行人及发行人的股东利益的经营活动；本公司保证自身不新增并将促使本公司所投资的发行人以外的其他控股子企业不新增与发行人主营业务相同或类似的业务；不新设或收购从事与发行人主营业务相同或类似业务的子公司、分公司等经营性机构。

3、在作为发行人控股股东期间，如发行人进一步拓展其产品和业务范围，本公司及本公司控制的其他企业将不与发行人拓展后的产品或业务相竞争；若与发行人拓展后的产品或业务产生竞争，本公司及本公司控制的其他企业将以停止生产或经营相竞争的业务或产品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第三方的方式避免同业竞争。

4、上述承诺在发行人于中国境内证券交易所上市且本公司为发行人控股股东期间持续有效。”

九、关联方和关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》的相关规定，本公司的主要关联方和关联关系如下：

1、公司控股股东和实际控制人

公司的控股股东为大众报业。大众报业的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/八、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况/（一）控股股东基本情况”。

公司的实际控制人为山东省财政厅。山东省财政厅的基本情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/八、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况/（二）实际控制人基本情况”。

2、公司控股股东控制或施加重大影响的其他企业

除发行人及其控股子公司外，大众报业控制的其他企业参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/六、发行人的股权结构情况/（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业”。

大众报业能够施加重大影响的其他企业如下：

序号	公司名称	关联关系
1	菏泽牡丹传媒有限公司	大众报业直接持股 49.00%
2	青岛西海岸大众传媒有限公司	大众报业直接持股 50.00%
3	山东文化产权交易所有限公司	大众报业直接持股 50.00%
4	济南唠嗑儿文化传播有限公司	山东齐鲁融媒科技股份有限公司直接持股 40.00%
5	山东齐鲁影业传媒有限公司	齐鲁传媒集团有限公司直接持股 29.18%，山东大众创业投资有限公司直接持股 9.39%，齐鲁天一国际会展（山东）有限公司直接持股 0.83%
6	青岛新报传媒有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股 49.00%
7	青岛半岛都市置业有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股 46.00%
8	青岛半岛艺术发展有限公司	青岛半岛都市置业有限公司直接持股 60.00%
9	青岛半岛司辅网络信息服务有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股 40.00%

序号	公司名称	关联关系
10	山东半岛银盛泰投资发展有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股 30.00%
11	青岛半岛都市国际旅行社有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司直接持股 25.78%
12	深圳市同心文鼎基金管理有限公司	山东大众创业投资有限公司直接持股 24.79%
13	深圳市同心文鼎时尚产业投资企业（有限合伙）	深圳市同心文鼎基金管理有限公司担任执行事务合伙人并出资 90.91%
14	山东文雍股权投资基金合伙企业（有限合伙）	深圳市同心文鼎基金管理有限公司担任执行事务合伙人并出资 1.09%，大众报业直接出资 98.91%
15	深圳市同心文鼎壹号供应链管理合伙企业（有限合伙）	深圳市同心文鼎基金管理有限公司担任执行事务合伙人并出资 99.80%
16	深圳市同心文鼎贰号股权投资中心（有限合伙）	深圳市同心文鼎基金管理有限公司担任执行事务合伙人并出资 1.96%
17	深圳市大众合创科技有限公司	深圳市同心文鼎基金管理有限公司直接持股 100.00%
18	深圳市文鼎文化数据中心（有限合伙）	深圳市同心文鼎基金管理有限公司担任执行事务合伙人并出资 4.76%，大众创投直接出资 95.24%
19	山东星火互娱科技有限公司	济南众媒投资合伙企业（有限合伙）直接持股 40.00%
20	山东高速晟通私募基金管理有限公司	山东省文化产业投资集团有限公司直接持股 30.00%
21	济宁公用创业投资合伙企业（有限合伙）	山东高速晟通私募基金管理有限公司担任执行事务合伙人并出资 0.003%
22	济宁国信创业投资合伙企业（有限合伙）	山东高速晟通私募基金管理有限公司担任执行事务合伙人并出资 0.005%
23	济南山高晟通股权投资基金合伙企业（有限合伙）	山东高速晟通私募基金管理有限公司担任执行事务合伙人并出资 0.03%
24	青岛半岛信网网络传媒有限公司	青岛半岛魅丽文化传播有限公司直接持股 49.00%
25	青岛半岛信网网络科技有限公司	青岛半岛信网网络传媒有限公司直接持股 100.00%
26	青岛半岛信资本管理有限公司	青岛半岛信网网络传媒有限公司直接持股 100.00%
27	山东大众文贤私募基金管理有限公司	山东大众创业投资有限公司直接持股 34.83%
28	济南大众文泓投资合伙企业（有限合伙）	山东大众文贤私募基金管理有限公司直接出资 5.00%并担任执行事务合伙人， 山东大众创业投资有限公司直接出资 66.50%
29	山东研德教育咨询有限公司	山东大众文贤私募基金管理有限公司直接持股 82.00%
30	济南市历下区领航光谱研德幼儿园有限公司	山东研德教育咨询有限公司直接持股 100.00%
31	山东大众青创教育科技有限公司	山东大众文贤私募基金管理有限公司直接持股 51.00%

3、持有公司 5%以上股份的其他主要股东

除大众报业外，持有公司 5%以上股份的其他股东为大众创投、广电云传媒、山东文投，上述股东的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/八、持有 5%以上股份的主要股东及实际控制人情况/（四）其他持有发行人 5%以上股份或表决权的主要股东的基本情况”。

4、公司控股子公司、联营及合营企业

截至本招股说明书签署日，公司拥有 5 家控股子公司及 3 家联营企业，参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/七、发行人控股子公司、分公司、参股公司情况/（一）控股子公司情况”及“第五节 发行人基本情况/七、发行人控股子公司、分公司、参股公司情况/（三）其他参股公司情况”。

公司联营企业的子公司亦为公司的关联方，具体如下：

序号	公司名称	关联关系
1	山东大众研学旅游有限公司	大众云学直接持股 100.00%
2	山东卡梅拉文化传媒有限公司	青岛幼吾幼直接持股 90.00%
3	山东幼吾幼网络信息科技有限公司	青岛幼吾幼直接持股 100.00%

5、公司董事、监事及高级管理人员及其关系密切的家庭成员，上述人员直接或间接控制的、或担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他企业

公司董事、监事、高级管理人员情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况/十、发行人董事、监事、高级管理人员与其他核心人员/（一）董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”。

与公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员亦为公司关联方。关系密切的家庭成员包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

上述人员直接或间接控制的、或担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他企业如下：

序号	公司名称	关联关系
1	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	发行人董事张辛担任董事
2	青岛新报传媒有限公司	发行人董事张辛担任董事

3	中国人寿保险股份有限公司枣庄分公司	发行人董事张辛的弟弟张钦担任总经理
4	潍坊龙奥鞋业有限公司	发行人监事吕凤的弟弟吕建龙直接持股100.00%并担任执行董事兼总经理
5	山东大众数字文化科技有限公司	发行人副总经理杨博担任董事长
6	海阳市黎锦制衣有限公司	发行人副总经理杨博配偶的兄弟邢晓军直接持股 25%
7	贵州安晟能源有限公司	发行人财务总监孔志刚姐姐的配偶孔庆军担任副董事长的企业
8	贵州省黔西县龙山房地产开发有限公司	发行人财务总监孔志刚姐姐的配偶孔庆军担任执行董事的企业
9	贵州省黔西县龙山物业有限公司	发行人财务总监孔志刚姐姐的配偶孔庆军担任董事长的企业

6、公司控股股东的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员，上述人员直接或间接控制的、或担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他企业

公司控股股东的董事、监事、高级管理人员如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	梁国典	担任公司控股股东大众报业的董事长
2	赵念民	担任公司控股股东大众报业的董事
3	魏武	担任公司控股股东大众报业的董事
4	王修滋	担任公司控股股东大众报业的董事
5	傅绍万	担任公司控股股东大众报业的董事
6	郑立波	担任公司控股股东大众报业的董事
7	高燕	担任公司控股股东大众报业的董事
8	李壮利	担任公司控股股东大众报业的董事
9	杨晓洲	担任公司控股股东大众报业的董事
10	鲁锐	担任公司控股股东大众报业的监事
11	徐守礼	担任公司控股股东大众报业的监事
12	张会芳	担任公司控股股东大众报业的监事
13	焦德波	担任公司控股股东大众报业的监事
14	贠瑞虎	担任公司控股股东大众报业的监事

注：大众报业仅有董事、监事，无高级管理人员

上述人员的关系密切的家庭成员亦为公司关联方。关系密切的家庭成员包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

上述人员直接或间接控制的、或担任董事（独立董事除外）、高级管理人员

的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	齐鲁传媒集团有限公司	梁国典担任董事、傅绍万担任董事长、贠瑞虎担任副总经理
2	大众日报社	梁国典担任社长
3	山东省文化产业投资集团有限公司	焦德波担任董事长
4	山东省文化发展投资基金有限公司	焦德波担任董事
5	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	贠瑞虎担任董事长
6	青岛半岛书院文化发展有限公司	贠瑞虎担任经理
7	青岛半岛都市置业有限公司	贠瑞虎担任董事
8	青岛新报传媒有限公司	贠瑞虎担任副董事长
9	半岛都市报社	贠瑞虎担任社长
10	青岛蓝谷海洋科技服务有限公司	张会芳子女配偶的父亲韩信飞持股100.00%并担任执行董事兼总经理
11	山东省财欣资产运营有限公司	高燕担任副总经理

7、报告期内曾经的关联方

公司报告期内曾经的主要关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	潍坊大众报业印务有限公司	大众报业曾经直接持股 66.00%，于 2019 年 6 月注销
2	泰安市大众报业印务有限公司	大众报业曾经直接持股 53.00%，于 2020 年 3 月注销
3	菏泽新闻旅行社有限公司	菏泽牡丹传媒有限公司曾经直接持股 100.00%，于 2020 年 4 月注销
4	烟台海郡置业有限公司	大众报业曾经直接持股 63.91%，2019 年 11 月持股比例减少至 3.29%，2020 年 1 月起不再持股
5	山东沂蒙晚报传媒有限公司	大众报业曾经直接持股 50.00%，于 2019 年 5 月转让所持股份
6	临沂报捷投递有限公司	在大众报业曾经直接持有山东沂蒙晚报传媒有限公司 50.00%股份期间，山东沂蒙晚报传媒有限公司直接持有临沂报捷投递有限公司 100.00%股份
7	临沂果子文化传媒有限公司	在大众报业曾经直接持有山东沂蒙晚报传媒有限公司 50.00%股份期间，山东沂蒙晚报传媒有限公司直接持有临沂果子文化传媒有限公司 35.00%股份
8	山东鲁南商报传媒有限公司	大众报业曾经直接持股 51.00%，于 2019 年 5 月转让所持股份
9	山东大众文化产业投资有限公司	大众报业曾经直接持股 49.09%，于 2019 年 3 月转让所持股份
10	山东方圆物业管理有限公司	在大众报业曾经直接持有山东大众文化产业投资有限公司 49.09%股份期间，山东大众文化产业投资有限公司直接持有山东方圆物业管理有限公司 100.00%股份
11	山东优哉文化传媒有限公司	山东大众报业（集团）文化产业发展有限公司曾经直接持股 32.00%，于 2020 年 9 月转让所持股份

序号	关联方名称	关联关系
12	水发大众旅游开发有限公司	山东齐鲁不动产有限公司曾经直接持股 35.00%，于 2021 年 6 月注销
13	齐鲁广告调查有限公司	山东齐鲁不动产有限公司曾经直接持股 55.00%，于 2020 年 7 月转让所持股份
14	东营大众信息传媒有限责任公司	山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司直接持股 55.00%，于 2018 年 9 月注销
15	淄博鲁中天锐传媒发展有限公司	山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司曾经直接持股 50.98%，于 2019 年 12 月注销
16	山东近报融媒文化有限公司	齐鲁传媒集团有限公司曾经直接持股 49.00%，于 2021 年 4 月注销
17	山东百脉泉矿泉水有限公司	山东齐鲁影业传媒有限公司曾经直接持股 100.00%，于 2020 年 8 月转让所持股份
18	聊城大众新闻旅行社	山东大众报业集团聊城传媒有限公司曾经直接持股 80.40%，于 2019 年 3 月转让所持股份
19	青岛半岛新锐印务有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司曾经直接持股 100.00%，于 2019 年 6 月注销
20	日照半岛都市传媒有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司曾经直接持股 100.00%，于 2018 年 6 月注销
21	北京半岛都市国际广告有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司曾经直接持股 100.00%，于 2018 年 11 月吊销
22	潍坊晚报传媒有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司曾经直接持股 49.00%，于 2019 年 5 月转让所持股份
23	潍坊纽思宝物流有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司曾经直接持有潍坊晚报传媒有限公司 49.00%股份期间，潍坊晚报传媒有限公司直接持有潍坊纽思宝物流有限公司 100.00%股份
24	青岛半岛明锐印务有限公司	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司曾经直接持股 100.00%，于 2021 年 12 月注销
25	平阴县域产业投资基金合伙企业（有限合伙）	山东大众创业投资有限公司曾经直接出资 2.00%并担任执行事务合伙人，于 2021 年 4 月注销
26	深圳市同心商学院有限公司	深圳市同心文鼎基金管理有限公司直接持股 80.00%，于 2020 年 9 月注销
27	深圳市大众汇盈互联网金融服务有限公司	深圳市同心文鼎基金管理有限公司直接持股 100.00%，于 2020 年 6 月注销
28	深圳市同心共盈文化产业投资中心（有限合伙）	深圳市同心文鼎基金管理有限公司担任执行事务合伙人并出资 0.99%，于 2021 年 1 月注销
29	日照大众青创教育科技有限公司	山东大众青创教育科技有限公司曾经直接持股 100.00%，于 2022 年 5 月注销
30	山东报业物资有限责任公司	在大众日报社曾经作为发行人实际控制人期间，大众日报社直接持有山东报业物资有限责任公司 100.00%股份
31	山东大众商贸中心	在大众日报社曾经作为发行人实际控制人期间，大众日报社直接持有山东大众商贸中心 100.00%股份
32	聊城大众印务有限责任公司	在大众日报社曾经作为发行人实际控制人期间，大众日报社直接持有聊城大众印务有限责任公司 51.00%股份
33	《经济导报》社	发行人原实际控制人大众日报社举办的事业单位
34	现代交通报社	发行人原实际控制人大众日报社举办的事业单位
35	《山东法制报》社	发行人原实际控制人大众日报社举办的事业单位
36	《鲁中晨报》社	发行人原实际控制人大众日报社举办的事业单位

序号	关联方名称	关联关系
37	大众日报社门诊部	发行人原实际控制人大众日报社成立的非营利性医疗机构
38	杨跑远	曾经担任发行人财务总监，于 2021 年 4 月起不再任职
39	黄昇民	曾经担任发行人独立董事，于 2021 年 4 月起不再任职
40	北京创研研究所	在黄昇民担任发行人独立董事期间，黄昇民曾经直接持有北京创研研究所 30.00%股份，于 2021 年 3 月转让所持股份
41	耿利航	曾经担任发行人独立董事，于 2021 年 4 月起不再任职
42	潘爱玲	曾经担任发行人独立董事，于 2021 年 4 月起不再任职
43	金猛	曾经担任发行人监事，于 2021 年 4 月起不再任职
44	陈爽	曾经担任发行人职工监事，于 2021 年 4 月起不再任职
45	李蒙	曾经担任发行人监事会主席，于 2019 年 9 月起不再任职
46	吴涛	曾经担任发行人财务总监，于 2019 年 8 月起不再任职
47	山东丰源经济咨询有限公司	发行人董事刘加增配偶的妹妹曾经直接持股 80.00%并担任执行董事，于 2021 年 6 月吊销
48	海阳市美乐蒂服饰有限公司	发行人副总经理杨博配偶的兄弟曾经直接持股 50.00%，于 2022 年 8 月转让所持股份
49	山东鼎彩网络科技有限公司	曾经为发行人控股子公司，信产公司曾经直接持股 70.00%，于 2020 年 12 月注销
50	中国广电山东网络有限公司	报告期内，曾经持有发行人 13.64%股份，于 2021 年 9 月转让所持股份
51	山东大众尚学教育科技有限公司	大众云学曾经直接持股 100.00%，于 2020 年 1 月注销
52	山东大众出国留学咨询服务有限公司	大众云学曾经直接持股 100.00%，于 2020 年 7 月注销
53	济南文投文化传媒有限公司	山东省文化产业投资集团有限公司曾经直接持股 100.00%，于 2022 年 9 月注销

（二）关联交易

1、报告期内关联交易简要汇总表

报告期内，公司关联交易简要情况如下：

单位：万元

关联交易类型	关联交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经常性关联交易	采购商品/接受劳务	166.41	942.36	1,094.80	272.65
	出售商品/提供劳务	130.52	843.24	1,155.46	802.79
	关联方租赁	488.27	1,067.74	960.72	730.34
	关键管理人员薪酬	237.07	739.22	539.92	494.63
	关联方代缴员工社保公积金	2.61	34.20	71.94	41.00
	关联方代收政府补助款	-	2,358.00	2,184.62	2,396.00

关联交易类型	关联交易内容	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	关联方新闻资源互换	-	-	-	-
	财务软件系统授权	-	-	-	-
	商标授权	-	-	-	-
偶发性关联交易	向关联方转让子公司及参股公司股权	-	510.01	-	290.24

2、经常性关联交易

（1）采购商品和接受劳务

报告期内，公司向关联方采购商品以及接受关联方服务的情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
《经济导报》社	报刊杂志费	-	-	7.77	0.02%	0.22	0.00%	-	-
《经济导报》社	广告宣传费	-	-	0.67	0.00%	1.89	0.00%	3.77	0.01%
大众报业	报刊杂志费	-	-	1.43	0.00%	2.78	0.01%	0.97	0.00%
大众报业	广告宣传费	-	-	-	-	6.34	0.02%	-	-
大众报业	物业费	0.40	0.00%	51.97	0.11%	17.21	0.04%	13.01	0.04%
菏泽牡丹传媒有限公司	广告宣传费	-	-	-	-	-	-	0.47	0.00%
齐鲁传媒集团有限公司	办公费	-	-	0.42	0.00%	0.79	0.00%	0.73	0.00%
齐鲁传媒集团有限公司	报刊杂志费	5.38	0.03%	-	-	-	-	-	-
齐鲁天一国际会展（山东）有限公司	服务费	-	-	31.57	0.06%	-	-	-	-
青岛半岛都市报业广告有限公司	活动费	-	-	210.19	0.43%	-	-	-	-
青岛新报传媒有限公司	广告宣传费	-	-	0.85	0.00%	-	-	-	-

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
山东大众报业（集团）广告有限公司	广告宣传费	8.30	0.04%	193.27	0.40%	323.07	0.79%	13.54	0.04%
山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	报刊杂志费	-	-	1.25	0.00%	2.38	0.01%	-	-
山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	物业费	4.55	0.02%	6.51	0.01%	6.50	0.02%	5.51	0.02%
山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司	物业费	-	-	-	-	5.52	0.01%	0.25	0.00%
山东大众华泰印务有限责任公司	办公费	17.80	0.09%	1.61	0.00%	11.03	0.03%	-	-
山东大众日报融媒传播有限公司	广告宣传费	22.94	0.11%	40.84	0.08%	10.75	0.03%	15.76	0.04%
山东大众日报融媒传播有限公司	外购服务费	-	-	-	-	-	-	-	-
山东大众云学教育科技有限公司	服务费	12.92	0.06%	124.89	0.26%	509.36	1.24%	103.77	0.29%
山东法制报文化传媒有限公司	广告宣传费	0.10	0.00%	0.38	0.00%	0.47	0.00%	-	-
山东黄三角早报社有限公司	广告宣传费	-	-	1.64	0.00%	4.72	0.01%	0.57	0.00%
山东临沂新闻大厦有限公司	会议费	-	-	5.52	0.01%	9.31	0.02%	2.55	0.01%

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
山东临沂新闻大厦有限公司	活动费	-	-	0.51	0.00%	-	-	1.03	0.00%
山东临沂新闻大厦有限公司	物业费	-	-	3.30	0.01%	4.37	0.01%	4.37	0.01%
山东齐鲁融媒科技股份有限公司	服务费	-	-	-	-	-	-	5.28	0.01%
山东新闻大厦文化酒店管理有限公司	会议费	4.49	0.02%	7.54	0.02%	15.30	0.04%	15.41	0.04%
山东新闻大厦文化酒店管理有限公司	活动费	1.40	0.01%	6.87	0.01%	3.00	0.01%	5.03	0.01%
山东新闻大厦文化酒店管理有限公司	物业费	18.05	0.09%	38.80	0.08%	26.51	0.06%	17.91	0.05%
山东优哉文化传媒有限公司	广告宣传费	-	-	33.02	0.07%	26.98	0.07%	-	-
山东大众研学旅游有限公司	服务费	64.71	0.32%	171.55	0.35%	106.31	0.26%	62.71	0.18%
山东大众交通传媒有限公司	广告宣传费	2.83	0.01%	-	-	-	-	-	-
山东文化产权交易所有限公司	服务费	2.53	0.01%	-	-	-	-	-	-
合计		**166.41**	**0.81%**	**942.36**	**1.94%**	**1,094.80**	**2.67%**	**272.65**	**0.77%**

注：占比为关联交易占当期营业总成本的比例。

报告期内，公司向关联方采购商品和接受劳务发生的关联交易金额分别为 272.65 万元、1,094.80 万元、942.36 万元和 166.41 万元，占公司营业总成本的比重分别为 0.77%、2.67%、1.94%和 0.81%，金额及占比相对较低。上述关联采购的具体情况如下：

①广告宣传服务

报告期内，公司从关联方采购的广告宣传服务金额分别为 34.11 万元、374.21 万元、270.66 万元和 34.18 万元，占营业总成本比例分别为 0.10%、0.91%、0.56%和 0.17%，金额及占比较低。该等关联交易主要分为以下两类：

A、发行人客户的纸媒宣传需求

发行人从事的互联网信息服务主要依托互联网站传播信息，属于新媒体；大众报业及其控制的其他下属企业主要从事传统的报刊发行业务（即纸媒），两者存在较大差异。近年来，新媒体发展迅速，逐渐成为主流媒体形式。发行人的客户在新媒体投放广告时，偶尔也会根据需要少量投放纸媒广告。因此，发行人在向客户提供服务时，会根据客户要求通过关联方在传统媒体的资源同时进行广告宣传。在山东省内，大众报业在纸媒行业处于绝对优势地位。所以，根据客户的实际需求，公司向大众报业采购少量纸媒宣传服务配合客户的整体广告投放是必要的，也是合理的。

B、发行人自身的纸媒宣传需求

如前所述，在山东省内，大众报业在纸媒行业处于绝对优势地位。所以，发行人也会根据需求在大众报业的纸媒为自身的品牌形象或客户端等产品进行宣传推广，以扩大影响力。该等交易是必要的，也是合理的。

大众报业在向发行人提供广告宣传业务时参照其纸媒的刊例价及折扣率执行，与对第三方客户的定价原则不存在差异，关联交易的定价公允。

②物业费

报告期内，公司从关联方租赁房屋所支付的物业费金额分别为 41.05 万元、60.11 万元、100.58 万元和 22.99 万元，占营业总成本比例分别为 0.12%、0.15%、0.21%和 0.11%，金额及占比较低。公司在目前发展阶段尚未购置自有办公场所，主要经营场所系租赁取得。大众报业所拥有的房屋可提供安全稳定的互联网新闻信息业务开展环境，公司租赁其房屋用于日常办公经营是必要的，也是合理的。关联方对发行人收取的物业费定价遵循市场价格，定价公允。

③报刊杂志费

报告期内，公司从关联方采购的报刊杂志金额分别为 0.97 万元、5.38 万元、

10.45 万元和 5.38 万元，占营业总成本比例分别为 0.00%、0.01%、0.02%和 0.03%，金额及占比较低。大众报业及其下属单位经营“大众日报”“齐鲁晚报”等报纸，在山东省内具有较为广泛的影响力。公司向大众报业采购少量报刊杂志供员工阅读，具有合理性。

④办公费、活动费、会议费

报告期内，公司向关联方支付的办公费、活动费、会议费金额分别为 24.75 万元、39.43 万元、232.66 万元和 23.70 万元，占营业总成本比例分别为 0.07%、0.10%、0.48%和 0.12%，金额及占比较低。山东大众华泰印务有限责任公司、山东临沂新闻大厦有限公司、山东新闻大厦文化酒店管理有限公司等关联方距离公司办公地点较近，且可以提供合适的办公用品、适宜举办活动的场地等，公司向其支付少量办公费、活动费、会议费具有合理性。相关费用定价根据关联方提供相关服务的成本、市场平均价格水平确定，关联交易的价格合理。

⑤服务费

报告期内，公司向关联方支付的服务费金额分别为 171.76 万元、615.67 万元、328.02 万元和 80.16 万元，占营业总成本比例分别为 0.48% 、1.50%、0.67%和 0.39%，金额及占比较低。其中 2020 年主要系发行人向大众云学采购企业培训课件、行业分析报告等，交易金额为 441.17 万元。大众云学主要面向政府、行业协会、职业院校、继续教育机构等机构客户提供培训服务及在线教育方案，在该领域具有一定经验优势，发行人向其采购相关服务具有合理性；2020 年发行人对大众云学的上述采购系发行人根据自身业务需求以竞争性磋商方式进行采购，大众云学按照磋商文件的要求提交响应文件，磋商小组根据综合评分选定大众云学为最终成交供应商，关联交易的定价合理。

（2）销售商品和提供劳务

报告期内，公司向关联方销售商品和提供劳务的情况如下：

单位：万元

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
大众报业	技术服务	-	-	458.06	0.82%	417.24	0.90%	518.87	1.32%

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
大众报业	广告宣传服务	38.12	0.17%	56.79	0.10%	-	-	-	-
大众报业	信息服务	-	-	-	-	4.48	0.01%	-	-
大众报业	其他	-	-	12.71	0.02%	174.73	0.38%	-	-
大众日报社	移动增值服务	-	-	5.11	0.01%	4.97	0.01%	-	-
大众日报社	技术服务	-	-	5.66	0.01%	-	-	-	-
山东优哉文化传媒有限公司	广告宣传服务	-	-	5.66	0.01%	2.83	0.01%	-	-
青岛半岛都市报业广告有限公司	广告宣传服务	-	-	-	-	1.75	0.00%	-	-
山东大众报业（集团）广告有限公司	广告宣传服务	-	-	51.13	0.09%	27.55	0.06%	33.77	0.09%
山东大众报业（集团）广告有限公司	信息服务	-	-	0.94	0.00%	0.94	0.00%	11.79	0.03%
山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司	技术服务	-	-	1.26	0.00%	0.87	0.00%	-	-
中国人寿保险股份有限公司枣庄分公司	广告宣传服务	2.33	0.01%	1.98	0.00%	0.50	0.00%	0.30	0.00%
山东大众华泰印务有限责任公司	其他	-	-	0.66	0.00%	0.41	0.00%	-	-
山东大众交通传媒有限公司	广告宣传服务	-	-	-	-	6.66	0.01%	2.78	0.01%
山东大众交通传媒有限公司	信息服务	-	-	-	-	9.43	0.02%	-	-

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
山东大众日报融媒传播有限公司	广告宣传服务	71.70	0.32%	129.77	0.23%	119.34	0.26%	-	-
山东大众日报融媒传播有限公司	技术服务	-	-	26.89	0.05%	-	-	-	-
山东大众日报融媒传播有限公司	信息服务	-	-	21.70	0.04%	-	-	28.30	0.07%
山东大众云学教育科技有限公司	广告宣传服务	3.75	0.02%	35.63	0.06%	31.85	0.07%	39.91	0.10%
山东法制报文化传媒有限公司	广告宣传服务	-	-	-	-	39.75	0.09%	-	-
山东法制报文化传媒有限公司	技术服务	-	-	-	-	126.96	0.27%	-	-
山东法制报文化传媒有限公司	其他	-	-	-	-	71.24	0.15%	-	-
山东黄三角早报社有限公司	信息服务	3.77	0.02%	2.83	0.01%	0.94	0.00%	-	-
山东临沂新闻大厦有限公司	广告宣传服务	-	-	5.52	0.01%	7.36	0.02%	4.29	0.01%
山东临沂新闻大厦有限公司	技术服务	-	-	-	-	2.83	0.01%	3.37	0.01%
山东临沂新闻大厦有限公司	其他	-	-	-	-	-	-	1.19	0.00%
山东齐鲁不动产有限公司	广告宣传服务	-	-	-	-	-	-	56.60	0.14%
山东齐鲁融媒科技股份有限公司	广告宣传服务	-	-	-	-	-	-	2.55	0.01%

关联方	关联交易内容	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
齐鲁天一国际会展（山东）有限公司	广告宣传服务	-	-	1.13	0.00%	37.74	0.08%	40.57	0.10%
齐鲁天一国际会展（山东）有限公司	技术服务	-	-	-	-	33.02	0.07%	33.02	0.08%
齐鲁天一国际会展（山东）有限公司	移动增值服务	-	-	-	-	4.72	0.01%	4.72	0.01%
山东省财欣资产运营有限公司	广告宣传服务	10.39	0.05%	0.94	0.00%	-	-	-	-
山东省财欣资产运营有限公司	信息服务	0.46	0.00%	-	-	-	-	-	-
山东省财政厅	广告宣传服务	-	-	8.49	0.02%	10.38	0.02%	-	-
山东省文化产业投资集团有限公司	技术服务	-	-	10.38	0.02%	10.38	0.02%	20.75	0.05%
山东文化产权交易所有限公司	广告宣传服务	-	-	-	-	5.66	0.01%	-	-
山东文化产权交易所有限公司	技术服务	-	-	-	-	0.94	0.00%	-	-
合计		**130.52**	**0.58%**	**843.24**	**1.52%**	**1,155.46**	**2.49%**	**802.79**	**2.04%**

注：占比为关联交易占当期营业收入的比例。

报告期内，公司向关联方销售商品或提供劳务发生的经常性关联交易金额分别为 802.79 万元、1,155.46 万元、843.24 万元和 130.52 万元，占公司营业收入的比重分别为 2.04%、2.49%、1.52%和 0.58%。公司报告期内关联销售金额及占比整体相对较低，上述关联销售的具体情况如下：

① 广告宣传服务

报告期内，公司向关联方提供的广告宣传服务销售金额分别为 180.77 万元、291.34 万元、297.04 万元和 126.29 万元，占营业收入比例分别为 0.46%、0.63%、0.53%和 0.56%，金额及占比较低。该等关联交易主要分为以下两类：

A、关联方客户的新媒体宣传需求

近年来，随着互联网新媒体的快速发展，关联方部分纸媒广告客户在新媒体的广告投放量逐渐加大。公司近年来不断发展壮大，目前已形成以“大众网”“齐鲁晚报网”等网站为核心，以山东手机报、“海报新闻”等移动客户端为延伸，以 16 市地方频道为保障的互联网矩阵，形成了 PC 端与移动端“互联互通”“共享共用”的新局面。因此关联方根据客户广告投放需求，向发行人采购新媒体广告宣传服务是必要的，也是合理的。

B、关联方自身的新媒体宣传需求

如前所述，在山东省内，公司在新媒体行业具有较强的影响力。所以，关联方也会根据需求在公司的新媒体为自身的品牌形象或纸媒等产品进行宣传推广，以扩大影响力。该等交易是必要的，也是合理的。

发行人对关联方提供广告宣传服务的定价流程与对第三方无差异，均以刊例价格为基础并综合考虑客户重要性程度、合作期限、广告投放额度、投放站点、投放的季节性等因素，在刊例价的基础上给予客户一定折扣率以确定最终价格，定价公允。

②技术服务

报告期内，公司向关联方提供的技术服务销售金额分别为 576.02 万元、592.24 万元、502.25 万元和 0 万元，占营业收入比例分别为 1.46%、1.28%、0.90%和 0.00%，金额及占比较低。公司拥有多年网站建设、运营和维护经验，拥有坚实的技术支持基础，关联方向其采购技术服务具有合理性。该等关联交易的交易定价系双方本着平等互利的原则，考虑平台所需功能、公司提供技术服务产生的人工及技术成本等因素确定，定价合理。

③信息服务

报告期内，公司向关联方提供的信息服务主要系舆情服务，销售金额分别为

40.09 万元、15.80 万元、25.47 万元和 4.24 万元，占营业收入比例分别为 0.10%、0.03%、0.05%和 0.02%，金额及占比较低。公司根据客户需求，在网络信息的积累和大数据的基础上，进行媒体信息的挖掘、定制、监测、分析、研究和判断，并向客户提供舆情研究咨询相关的服务，帮助客户应对网络舆论危机和提升品牌价值，关联方向其采购舆情服务具有合理性。该等关联交易的交易定价系双方本着平等互利的原则，考虑客户的具体需求、发行人提供服务产生的人工及技术成本等因素，经双方协商确定，定价合理。

④移动增值服务

报告期内，公司向关联方提供的移动增值服务主要系手机报业务，销售金额分别为 4.72 万元、9.69 万元、5.11 万元和 0 万元，占营业收入比例分别为 0.01%、0.02%、0.01%和 0.00%，金额及占比较低。大众日报社等关联方为员工订阅手机报供其了解时政新闻、民生资讯、行业信息、党政资讯等新闻信息内容，具有合理性。发行人每份手机报的单价固定，关联方订阅手机报与第三方订阅手机报单价相同，关联交易的价格公允。

⑤其他

报告期内，公司向关联方提供的其他服务销售金额分别为 1.19 万元、246.38 万元、13.37 万元和 0 万元，占营业收入比例分别为 0.00%、0.53%、0.02%和 0.00%，金额及占比较低。其中 2020 年度主要系大众海蓝向大众报业销售采访设备、编辑设备等设备产生收入 175.88 万元。公司对关联方销售的设备价格是本着平等互利的原则，根据设备的采购成本、市场价格等因素，经双方自愿协商确定，定价合理。

（3）关联方租赁

报告期内，公司承租关联方房屋如下：

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
大众报业	房屋租赁	412.88	894.14	790.82	582.43
大众日报社	房屋租赁	10.61	29.50	28.14	31.00
山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	房屋租赁	37.56	88.03	90.91	87.72

山东大众报业集团鲁中传媒发展有限公司	房屋租赁	11.43	19.70	9.92	-
山东临沂新闻大厦有限公司	房屋租赁	15.79	33.25	21.81	23.79
山东鲁中晨报会展有限公司	房屋租赁	-	1.59	11.11	-
山东新闻大厦文化酒店管理有限公司	房屋租赁	-	1.53	8.00	5.40
合　计		**488.27**	**1,067.74**	**960.72**	**730.34**

发行人的办公用房均为租赁方式取得。报告期内，发行人从关联方租赁经营性办公用房屋的金额分别为 730.34 万元、960.72 万元、1,067.74 万元和 488.27 万元。

公司租赁的主要办公用房一般为整栋大楼的整层房屋，使用面积能够客观准确计算。从公司的业务性质来看，公司的主要固定资产为电子设备，易于搬迁，搬迁损失较小；从投资角度来看，购买房屋的资金量较大，而租赁办公用房可以减轻公司的财务负担，集中力量发展核心业务；从公司的发展历史来看，公司租赁关联方的房屋，具有稳定性。所以，在目前阶段，公司从关联方租赁办公用房屋是合理的，也是必要的。发行人房屋租赁价格与周边市场价格不存在重大差异，房屋租赁价格公允。

（4）关键管理人员薪酬

报告期内，公司向董事、监事和高级管理人员支付的薪酬总额情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
关键管理人员薪酬	237.07	739.22	539.92	494.63

（5）关联方代缴员工社保公积金、代付工资

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
关联方代缴员工社保公积金、代付工资	2.61	34.20	71.94	41.00

报告期内，公司存在关联方代缴员工社保公积金、代付工资的情形，主要系：①发行人部分员工曾在大众报业及其下属单位保留事业编制；②发行人子公司曾存在部分员工借调自关联方；③发行人事转企员工通过大众报业缴纳补充医疗保险。关联方代缴的社保公积金、代付的工资由公司实际承担并支付给关联方。报

告期内，因上述原因产生的关联交易金额分别为 41.00 万元、71.94 万元、34.20 万元和 2.61 万元。

（6）关联方代收政府补助款

大众报业属于资产财务关系在省财政单列的省属国有文化企业。根据山东省委宣传部、山东省财政厅的相关规定，部分财政补贴的申报程序为："各市、省财政直管县（市）符合申报条件的项目，由项目承担单位按财务隶属关系报同级主管部门审核后，向同级党委宣传部、财政部门申报"，"资产财务关系在省财政单列的省属国有文化企业直接报省委宣传部、省财政厅。"

发行人作为大众报业的控股子公司，资产财务关系不在省财政单列。所以，报告期内存在发行人的部分政府补助需由大众报业统一申报，由大众报业代收政府补助款的情况，具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
代收政府补助款	-	2,358.00	2,184.62	2,396.00

（7）关联方新闻资源互换

发行人与大众日报社签订了《著作权及相关权利相互许可协议》，根据该协议，发行人及大众日报社可以互相免费使用对方的新闻资源。

为规范新闻类资讯信息转载，国家网信办作为全国互联网新闻信息服务的监督管理部门，公布了《互联网新闻信息稿源单位名单》，发行人的大众网、海报新闻等媒体以及大众日报社的大众日报、齐鲁晚报等媒体均在该白名单之列。发行人转载白名单上新闻单位的新闻信息，符合国家网信办发布白名单的规定。国家网信办未明确规定转载白名单新闻单位新闻信息是否需要授权和付费，在实践中通常认为不需另行取得被转载单位的授权，白名单中的新闻单位之间互相无偿转载新闻信息属于行业内的通行做法。发行人与白名单中的第三方新闻单位签署的版权互换协议约定可以互相免费使用对方的新闻资源。因此发行人与大众日报社互相免费使用新闻资源符合行业惯例。

（8）财务软件系统授权

报告期内，大众报业授权公司无偿使用大众报业购买的财务软件系统。根据

大众报业与发行人签订的《系统许可使用授权书》，大众报业购买了浪潮 GS 管理软件套件，同意授权发行人及其全资/控股子公司根据自身生产经营活动的具体需求独立、长期使用该系统，且无需支付使用费及维护费等相关费用。如相关系统后续改造升级，大众报业同意继续授权发行人无偿使用升级后的相关系统，且无需承担系统升级的相关费用。

（9）商标授权

大众报业等关联方与发行人签署了《商标使用许可协议》，大众报业等关联方作为“齐鲁晚报”、“鲁中晨报”等注册商标的所有权人，授权发行人及其子公司在其网站、应用程序上整体或部分使用自有特定商标，且不收取授权使用费用。使用期限均至该等商标注册期届满为止，且该等许可商标到期续展后，发行人及其子公司仍可无偿使用该等商标。

3、偶发性关联交易

（1）向关联方转让大众数科 51%股权

2021 年 6 月，公司将其持有的大众数科 51%的股权转让给齐鲁传媒集团有限公司，根据中企华资产评估公司出具的资产评估报告（中企华评报字（2021）第 3293 号），截止资产评估基准日 2020 年 12 月 31 日，大众数科 100%股权的评估价值为 1,000.02 万元，最终确定转让价格为人民币 510.01 万元。

（2）向关联方转让山东齐鲁融媒科技股份有限公司 29%股权

2019 年 1 月，齐鲁壹点将所持有的山东齐鲁融媒科技股份有限公司 29%股权转让给齐鲁传媒集团有限公司，根据中水致远资产评估有限公司出具的资产评估报告（中水致远评报字[2018]第 160004 号），对山东齐鲁融媒科技股份有限公司的全部权益价值的评估价为 1,000.83 万元，最终转让价格 290.24 万元。

4、关联方应收应付款项余额

报告期各期末，公司应收关联方款项如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 年 31 日	2019 年 12 年 31 日
应收账款	山东大众报业（集团）广告有限公司	-	89.50	42.50	21.70
应收账款	山东省财政厅	-	-	11.00	-
其他应收款	大众报业	-	-	0.03	-
应收账款	大众报业	7.95	48.99	272.18	538.04
预付款项	大众报业	-	1.59	-	1.32
预付款项	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	-	3.30	3.30	4.57
其他应收款	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	12.49	-	-	-
应收账款	山东大众日报融媒传播有限公司	37.21	44.21	24.00	20.00
预付款项	山东大众日报融媒传播有限公司	0.13	2.00	-	-
应收账款	山东大众云学教育科技有限公司	19.05	24.05	35.50	7.00
应收账款	山东法制报文化传媒有限公司	-	-	13.00	-
应收账款	山东临沂新闻大厦有限公司	-	-	-	1.95
应收账款	山东文化产权交易所有限公司	3.00	3.00	3.00	-
应收账款	山东优哉文化传媒有限公司	6.00	6.00	-	-
应收账款	中国人寿保险股份有限公司枣庄分公司	0.01	0.50	0.50	0.00
其他应收	山东大众数字文化科技有限公司	2.24	-	-	-
应收账款	山东省财欣资产运营有限公司	5.50	-	-	-

报告期各期末，公司应付关联方款项如下：

单位：万元

项目名称	关联方	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
其他应付款	大众报业	0.97	0.97	31.94	8.08
合同负债	大众报业	14.24	-	3.47	-
其他应付款	齐鲁传媒集团有限公司	-	-	0.10	-
应付账款	山东大众报业（集团）广告有限公司	3.80	88.09	-	-
其他应付款	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	2.59	37.73	22.22	11.79
预收款项	山东大众交通传媒有限公司	-	-	-	7.06
应付账款	山东大众日报融媒传播有限公司	6.80	6.50	-	-
应付账款	山东大众研学旅游有限公司	27.33	-	14.53	-
应付账款	山东大众云学教育科技有限公司	138.11	172.30	135.90	67.90
其他应付款	山东临沂新闻大厦有限公司	-	-	-	14.08

预收款项	山东临沂新闻大厦有限公司	-	-	-	3.00
应付账款	山东鲁中晨报会展有限公司	-	-	1.59	-
预收款项	山东文化产权交易所有限公司	-	-	-	3.00
应付账款	山东文化产权交易所有限公司	2.53	-	-	-
合同负债	山东省文化产业投资集团有限公司	0.02	0.02	0.02	-
应付账款	山东新闻大厦文化酒店管理有限公司	14.89	0.92	-	-
其他应付款	山东新闻大厦文化酒店管理有限公司	3.16	-	-	-
其他应付款	青岛半岛都市报业发行有限公司	0.29	0.29	-	-
合同负债	中国人寿保险股份有限公司枣庄分公司	1.50	-	-	-

（三）报告期发行人关联交易制度的执行情况及独立董事意见

公司在《公司章程》及其他内部规定中明确了关联交易决策的权力与程序，《公司章程》规定了关联股东或利益冲突的董事在关联交易表决中的回避制度。同时，公司在制定的《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》和《关联交易管理制度》中对关联交易决策的权力与程序作了更加详尽的规定。报告期内，公司发生的关联交易均依照《公司章程》及有关规定履行了相关审批程序或进行了事后确认并获得了独立董事确认。

公司于 2021 年第二次临时股东大会审议通过了修订后的《关联交易决策制度》，按照《上市规则》对原关联交易决策制度进行了修订。公司于 2022 年第一次临时股东大会审议通过了《关于确认公司关联交易事项的议案》，对报告期内公司发生的关联交易予以确认。

公司独立董事一致认为：公司与关联方发生的关联交易为公司正常生产所必需的，不会对公司的独立性及生产经营造成不利影响。公司与关联方发生的关联交易的价格按市场价格确定，定价公允，没有违反公开、公平、公正的原则，不存在损害公司及中小股东利益的行为，符合公司整体利益。公司关联交易决策程序符合有关法律法规、规则及《公司章程》等的规定。

（四）关联交易汇总及对发行人财务状况和经营成果的影响

报告期内的关联交易不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况，不存在利用关联交易进行利益输送的情形，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影

响。

（五）公司减少关联交易的措施

1、关联交易制度的制定

为规范公司的关联交易行为和减少不必要的关联交易，公司制定了《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》等规章制度，对关联交易的审议和披露、回避制度进行了详细的规定，以保证公司关联交易决策对所有股东的公平性和公正性。除上述规定以外，公司还结合实际业务情况，制定了《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》等，对关联交易的范围、审批、程序等进行了细致规定。

2、关于减少和规范关联交易的承诺

为有效减少和规范关联交易，公司控股股东、董事、监事及高级管理人员、其他持股 5%以上的股东出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，具体如下：

（1）控股股东大众报业承诺如下：

“1、本公司及本公司所控制的公司及其他企业或经济组织将尽最大努力减少或避免与发行人之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

2、本公司保证将按照法律法规、规范性文件和发行人公司章程的规定，在审议涉及发行人的关联交易时，切实遵守发行人董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序。严格遵守发行人关于关联交易的决策制度，确保不损害发行人利益。”

（2）发行人全体董事、监事及高级管理人员承诺如下：

“1、本人将善意履行作为发行人董事、监事或高级管理人员的义务，严格遵守国家有关法律法规及发行人规章制度，正确行使董事、监事、高级管理人员权利，履行董事、监事、高级管理人员义务。在本人作为发行人董事、监事或高

级管理人员期间，本人及本人控制的其他企业将尽最大努力避免和减少与发行人及其下属企业发生关联交易。

2、若本人及本人控制的其他企业同发行人及其下属子公司之间有不可避免的关联交易发生，本人将采取市场化原则进行关联交易，保证关联交易的合法性及公允性，同时将按照法定程序审议表决关联交易，并按照适时相关的法律法规的要求及时进行信息披露，且本人保证不利用董事、监事、高级管理人员身份谋取不当利益，不以任何形式损害发行人及其股东的合法权益。”

（3）其他持股 5%以上的股东大众创投、广电云传媒、山东文投承诺如下：

“1、本企业及本企业所控制的公司及其他企业或经济组织将尽最大努力减少或避免与发行人之间的关联交易。在进行确属必要且无法规避的关联交易时，保证按市场化原则和公允定价原则进行公平操作，关联交易的价格原则上应不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，并按相关法律法规以及规范性文件的规定履行交易程序及信息披露义务。

2、本企业保证将按照法律法规、规范性文件和发行人公司章程的规定，在审议涉及发行人的关联交易时，切实遵守发行人董事会、股东大会进行关联交易表决时的回避程序。严格遵守发行人关于关联交易的决策制度，确保不损害发行人利益。”

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据和相关的分析说明反映了发行人最近三年及一期经审计的财务状况、经营成果、股东权益变动和现金流量情况。引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自致同会计师出具的致同审字（2022）第 371A025117 号标准无保留意见的《审计报告》。

发行人在确定与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平判断标准时，结合自身所处的行业、发展阶段和经营状况综合考虑。发行人在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准为金额超过各年利润总额的5%，或金额虽未达到前述标准但公司认为较为重要的相关事项。

发行人提请投资者注意，投资者欲对公司的会计政策、财务状况、经营成果和现金流量情况进行详细的了解，应认真阅读本招股说明书所附录的经审计的财务报表及附注。

一、财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	380,223,414.59	470,660,931.54	437,254,244.27	286,707,879.82
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	2,168,670.00	3,530,530.00	6,104,109.32	1,553,014.40
应收账款	242,077,735.69	198,534,672.96	164,720,990.54	131,597,049.36
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	8,701,522.30	7,661,945.04	4,969,876.40	4,246,798.36
其他应收款	3,670,036.99	2,599,323.73	2,576,572.00	4,234,563.14
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
存货	6,750,937.87	5,782,269.45	4,924,528.86	6,782,768.13
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	2,104,662.07	958,066.22	1,190,862.37	1,125,688.95

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产合计	**645,696,979.51**	**689,727,738.94**	**621,741,183.76**	**436,247,762.16**
非流动资产：	-	-	-	-
债权投资	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	9,949,335.93	9,028,167.97	7,204,733.47	9,248,444.75
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	1,858,629.62	1,877,937.44	1,916,553.08	1,955,168.72
固定资产	27,355,923.97	29,921,064.93	26,471,880.40	27,561,992.96
在建工程	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	20,757,601.40	18,768,607.66	-	-
无形资产	12,665,712.47	13,763,242.13	14,930,438.92	15,124,987.65
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	3,080,706.28	2,773,448.30	3,031,079.19	1,677,846.09
递延所得税资产	2,006,862.11	2,354,375.29	975,870.41	957,510.14
其他非流动资产	864,000.00	891,000.00	1,260,000.00	1,332,000.00
非流动资产合计	**78,538,771.78**	**79,377,843.72**	**55,790,555.47**	**57,857,950.31**
资产总计	**724,235,751.29**	**769,105,582.66**	**677,531,739.23**	**494,105,712.47**

（续）

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	35,387,886.55	30,332,461.70	29,844,451.50	18,032,458.42
预收款项	-	-	-	66,767,213.15
合同负债	74,654,868.91	98,372,495.25	76,011,278.28	
应付职工薪酬	24,251,615.97	65,770,163.09	58,870,547.85	40,448,442.94
应交税费	3,101,422.69	7,420,574.79	6,834,173.24	5,872,820.79
其他应付款	3,495,098.55	3,583,756.95	4,027,322.17	2,771,089.82
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	8,181,886.33	12,318,612.75	-	-
其他流动负债	10,528,424.89	9,134,552.53	5,785,075.36	535,748.38
流动负债合计	**159,601,203.89**	**226,932,617.06**	**181,372,848.40**	**134,427,773.50**
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
租赁负债	12,588,641.35	6,330,120.65	-	-
长期应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	48,638,899.07	54,167,510.45	43,545,511.33	44,576,783.89
递延所得税负债	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	**61,227,540.42**	**60,497,631.10**	**43,545,511.33**	**44,576,783.89**
负债合计	**220,828,744.31**	**287,430,248.16**	**224,918,359.73**	**179,004,557.39**
股本	110,000,000.00	110,000,000.00	110,000,000.00	90,000,000.00
资本公积	73,452,118.71	73,452,118.71	73,452,118.71	23,452,118.71
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	31,718,482.05	31,718,482.05	25,771,697.80	20,069,997.51
未分配利润	252,789,146.13	232,155,040.12	202,443,847.05	142,503,791.98
归属于母公司股东权益合计	467,959,746.89	447,325,640.88	411,667,663.56	276,025,908.20
少数股东权益	35,447,260.09	34,349,693.62	40,945,715.94	39,075,246.88
股东权益合计	**503,407,006.98**	**481,675,334.50**	**452,613,379.50**	**315,101,155.08**
负债和股东权益总计	**724,235,751.29**	**769,105,582.66**	**677,531,739.23**	**494,105,712.47**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业收入	**225,641,664.30**	**556,273,942.91**	**463,945,395.54**	**394,048,968.72**
减：营业成本	105,273,287.38	269,687,551.39	224,556,735.87	184,656,344.49
税金及附加	2,448,274.51	2,974,239.32	2,407,047.82	5,573,303.52
销售费用	61,303,750.55	125,086,197.07	104,107,174.87	91,380,472.34
管理费用	30,162,052.87	75,267,134.57	64,550,653.55	59,467,455.61

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发费用	7,724,349.65	15,682,447.17	15,748,714.12	14,750,737.28
财务费用	-1,826,106.57	-1,919,518.40	-1,069,587.37	-745,019.27
其中：利息费用	407,581.38	945,849.44	-	-
利息收入	2,276,788.22	3,044,649.44	1,126,856.72	817,114.10
加：其他收益	6,935,758.37	17,550,865.57	20,867,231.21	32,630,038.54
投资收益(损失以“-”号填列）	1,756,367.22	6,151,501.15	4,777,350.18	3,706,153.60
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	921,167.96	2,596,552.73	1,369,217.84	805,079.62
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益(损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益(损失以“-”号填列）	-	-	-	-
信用减值损失(损失以“-”号填列）	-6,193,228.22	-24,379,221.14	-9,256,758.97	-8,862,767.83
资产减值损失(损失以“-”号填列）	-	-175,841.70	-341,309.53	-44,466.07
资产处置收益(损失以“-”号填列）	-50,549.74	-21,000.00	-	-
二、营业利润(亏损以“-”号填列）	**23,004,403.54**	**68,622,195.67**	**69,691,169.57**	**66,394,632.99**
加：营业外收入	2,988.53	128,565.12	93,508.35	596,768.05
减：营业外支出	806,676.16	660,147.52	777,213.65	306,123.14
三、利润总额(亏损总额以“-”号填列）	**22,200,715.91**	**68,090,613.27**	**69,007,464.27**	**66,685,277.90**
减：所得税费用	469,043.43	1,106,277.82	1,269,051.97	2,456,238.17
四、净利润(净亏损以“-”号填列）	**21,731,672.48**	**66,984,335.45**	**67,738,412.30**	**64,229,039.73**
（一）按经营持续性分类：				
其中：持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	21,731,672.48	66,984,335.45	67,738,412.30	64,229,039.73
终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
其中：归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	20,634,106.01	62,947,451.85	65,641,755.36	62,032,406.49
少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	1,097,566.47	4,036,883.60	2,096,656.94	2,196,633.24
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
1、不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
（1）其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
（2）企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
2、将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（1）其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
（2）金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
（3）其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
（4）现金流量套期储备	-	-	-	-
（二）归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	**21,731,672.48**	**66,984,335.45**	**67,738,412.30**	**64,229,039.73**
归属于母公司股东的综合收益总额	20,634,106.01	62,947,451.85	65,641,755.36	62,032,406.49
归属于少数股东的综合收益总额	1,097,566.47	4,036,883.60	2,096,656.94	2,196,633.24
七、每股收益				
（一）基本每股收益	0.19	0.57	0.73	0.69
（二）稀释每股收益	0.19	0.57	0.73	0.69

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	176,398,705.11	555,137,040.44	472,887,440.09	393,249,755.91
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	3,937,612.50	31,355,069.92	28,918,918.94	26,311,933.27
经营活动现金流入小计	180,336,317.61	586,492,110.36	501,806,359.03	419,561,689.18
购买商品、接受劳务支付的现金	68,738,587.70	180,397,733.75	155,217,859.06	122,523,741.93
支付给职工以及为职工支付的现金	164,805,985.31	251,324,918.07	198,110,623.41	171,649,154.89
支付的各项税费	15,541,323.44	28,274,227.75	21,167,063.72	20,904,634.35
支付其他与经营活动有关的现金	12,144,856.18	36,088,933.63	42,662,211.38	44,089,403.90
经营活动现金流出小计	261,230,752.63	496,085,813.20	417,157,757.57	359,166,935.07
经营活动产生的现金流量净额	**-80,894,435.02**	**90,406,297.16**	**84,648,601.46**	**60,394,754.11**

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	3,500,000.00	2,900,000.00
取得投资收益收到的现金	885,311.22	4,685,542.57	3,412,862.89	2,179,131.72
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	486.00	54,897.80	-	2,150.00
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	60,000,000.00	391,000,000.00	333,590,000.00	114,000,000.00
投资活动现金流入小计	60,885,797.22	395,740,440.37	340,502,862.89	119,081,281.72
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	3,298,309.59	13,728,111.33	10,844,485.79	22,084,298.42
投资支付的现金	-	-	-	4,285,710.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	60,000,000.00	395,558,930.01	333,590,000.00	114,000,000.00
投资活动现金流出小计	63,298,309.59	409,287,041.34	344,434,485.79	140,370,008.42
投资活动产生的现金流量净额	**-2,412,512.37**	**-13,546,600.97**	**-3,931,622.90**	**-21,288,726.70**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	74,900,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	4,900,000.00	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	74,900,000.00	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	32,189,474.53	326,187.88	24,886,770.99
其中：子公司支付少数股东的股利、利润	-	4,900,000.00	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	7,130,569.56	11,252,635.57	4,800,000.00	
筹资活动现金流出小计	7,130,569.56	43,442,110.10	5,126,187.88	24,886,770.99
筹资活动产生的现金流量净额	**-7,130,569.56**	**-43,442,110.10**	**69,773,812.12**	**-24,886,770.99**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-**	**-3,403.82**	**48,078.77**	**49,526.11**

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
五、现金及现金等价物净增加额	**-90,437,516.95**	**33,414,182.27**	**150,538,869.45**	**14,268,782.53**
加：期初现金及现金等价物余额	470,660,931.54	437,246,749.27	286,707,879.82	272,439,097.29
六、期末现金及现金等价物余额	**380,223,414.59**	**470,660,931.54**	**437,246,749.27**	**286,707,879.82**

（四）母公司资产负债表

单位：元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产：				
货币资金	318,669,067.51	410,731,821.07	292,519,600.12	176,113,569.09
交易性金融资产	-	-	-	-
应收票据	2,168,670.00	3,530,530.00	3,351,679.96	647,180.00
应收账款	217,413,605.76	175,809,893.26	135,830,537.57	103,143,208.74
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	7,686,971.37	5,151,195.06	4,448,340.93	3,610,967.41
其他应收款	2,800,661.86	2,186,551.64	1,929,342.85	3,408,127.02
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
存货	5,246,244.60	4,450,310.87	1,028,262.25	1,478,270.36
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	912,943.25	801,847.15	61,203.58	428,333.23
流动资产合计	**554,898,164.35**	**602,662,149.05**	**439,168,967.26**	**288,829,655.85**
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	73,862,417.51	72,902,496.64	76,268,520.64	70,668,656.47
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	18,964,493.49	21,019,767.11	16,968,728.41	17,917,810.88
在建工程	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	11,175,926.30	14,475,175.22	-	-
无形资产	7,230,578.06	7,842,556.33	8,954,105.24	10,152,404.78
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	841,784.83	270,849.24	452,268.40	537,312.18
递延所得税资产	-	-	-	-
其他非流动资产	864,000.00	891,000.00	1,260,000.00	1,332,000.00
非流动资产合计	**112,939,200.19**	**117,401,844.54**	**103,903,622.69**	**100,608,184.31**
资产总计	**667,837,364.54**	**720,063,993.59**	**543,072,589.95**	**389,437,840.16**

（续）

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	37,307,003.42	32,230,493.01	29,764,263.00	21,137,270.35
预收款项	-	-	-	52,624,132.54
合同负债	54,650,966.60	73,706,141.02	53,898,872.43	
应付职工薪酬	18,466,023.62	55,142,436.64	48,770,386.10	32,718,640.82
应交税费	2,264,963.53	4,669,069.59	4,681,540.32	3,911,029.10
其他应付款	79,361,649.88	94,499,730.27	3,068,931.29	2,052,371.86
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	5,152,270.48	7,928,743.94	-	-
其他流动负债	8,670,121.12	7,338,053.14	4,386,703.36	240,352.18
流动负债合计	**205,872,998.65**	**275,514,667.61**	**144,570,696.50**	**112,683,796.85**
非流动负债：	-	-	-	-
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
租赁负债	5,889,506.21	6,330,120.65	-	-
长期应付款	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	21,314,896.68	22,497,233.44	14,958,289.49	20,227,442.28
递延所得税负债	-	-	-	-

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	**27,204,402.89**	**28,827,354.09**	**14,958,289.49**	**20,227,442.28**
负债合计	**233,077,401.54**	**304,342,021.70**	**159,528,985.99**	**132,911,239.13**
股本	110,000,000.00	110,000,000.00	110,000,000.00	90,000,000.00
资本公积	78,086,489.10	78,086,489.10	78,086,489.10	28,086,489.10
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	31,718,482.05	31,718,482.05	25,771,697.80	20,069,997.51
未分配利润	214,954,991.85	195,917,000.74	169,685,417.06	118,370,114.42
股东权益合计	**434,759,963.00**	**415,721,971.89**	**383,543,603.96**	**256,526,601.03**
负债和股东权益总计	**667,837,364.54**	**720,063,993.59**	**543,072,589.95**	**389,437,840.16**

（五）母公司利润表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	**184,189,780.42**	**445,149,026.47**	**377,982,698.89**	**312,739,341.30**
减：营业成本	88,508,920.46	221,015,090.93	189,745,127.58	152,855,515.29
税金及附加	1,893,493.10	2,350,066.70	1,838,897.88	4,217,692.12
销售费用	48,517,342.74	99,811,160.55	79,536,338.60	68,532,599.04
管理费用	23,639,179.43	58,215,109.74	50,419,209.74	46,667,347.21
研发费用	2,242,155.34	5,862,537.52	4,748,950.28	9,594,111.46
财务费用	-1,832,921.00	-1,696,245.26	-505,168.70	-378,586.60
其中：利息费用	197,411.02	558,780.89	-	-
利息收入	2,064,130.16	2,514,502.10	580,619.16	451,042.40
加：其他收益	1,681,679.98	8,542,672.95	10,675,836.14	27,164,868.94
投资收益(损失以“-”号填列）	1,499,850.04	10,466,890.38	2,565,094.01	1,622,678.25
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	959,920.87	3,003,828.38	1,269,852.38	769,988.21
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益(损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益(损失以“-”号填列）	-	-	-	-
信用减值损失(损失以“-”号填列）	-5,158,220.31	-18,643,515.34	-7,873,834.36	-7,573,882.96
资产减值损失(损失以“-”号填列）	-	-94,339.62	-227,596.46	-17,844.84

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
资产处置收益(损失以“-”号填列）	-50,549.74	-21,000.00	-	-
二、营业利润(亏损以“-”号填列）	**19,194,370.32**	**59,842,014.66**	**57,338,842.84**	**52,446,482.17**
加：营业外收入	1,200.90	97,556.46	59,536.32	569,366.62
减：营业外支出	157,580.11	471,728.66	381,376.23	133,423.63
三、利润总额(亏损总额以“-”号填列）	**19,037,991.11**	**59,467,842.46**	**57,017,002.93**	**52,882,425.16**
减：所得税费用	-	-	-	-
四、净利润(净亏损以“-”号填列）	**19,037,991.11**	**59,467,842.46**	**57,017,002.93**	**52,882,425.16**
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	19,037,991.11	59,467,842.46	57,017,002.93	52,882,425.16
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）		-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
1、不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（1）其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
（2）企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
2、将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
（1）其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
（2）金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
（3）其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
（4）现金流量套期储备	-	-	-	-
六、综合收益总额	**19,037,991.11**	**59,467,842.46**	**57,017,002.93**	**52,882,425.16**
七、每股收益	-	-	-	-
（一）基本每股收益	-	-	-	-
（二）稀释每股收益	-	-	-	-

（六）母公司现金流量表

单位：元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	134,722,862.93	428,213,277.21	373,747,761.57	314,368,989.28
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	79,670,634.68	110,308,689.07	13,518,106.13	14,294,125.87
经营活动现金流入小计	214,393,497.61	538,521,966.28	387,265,867.70	328,663,115.15
购买商品、接受劳务支付的现金	62,193,978.71	155,524,054.98	145,991,751.96	111,708,436.17

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
支付给职工以及为职工支付的现金	127,279,046.18	188,417,796.14	143,160,360.09	121,213,295.32
支付的各项税费	10,190,073.62	20,305,547.14	13,973,681.97	14,023,012.23
支付其他与经营活动有关的现金	101,294,292.87	25,234,654.36	30,663,675.51	36,525,018.41
经营活动现金流出小计	300,957,391.38	389,482,052.62	333,789,469.53	283,469,762.13
经营活动产生的现金流量净额	**-86,563,893.77**	**149,039,913.66**	**53,476,398.17**	**45,193,353.02**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	5,100,100.00	-	-
取得投资收益收到的现金	572,324.92	8,874,592.10	2,143,969.27	902,295.40
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	54,009.80	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	40,000,000.00	210,000,000.00	244,500,000.00	71,000,000.00
投资活动现金流入小计	40,572,324.92	224,028,701.90	246,643,969.27	71,902,295.40
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,401,164.35	9,148,438.82	4,121,831.41	14,515,795.82
投资支付的现金	-	-	5,100,000.00	4,285,710.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	40,000,000.00	210,000,000.00	244,500,000.00	71,000,000.00
投资活动现金流出小计	41,401,164.35	219,148,438.82	253,721,831.41	89,801,505.82
投资活动产生的现金流量净额	**-828,839.43**	**4,880,263.08**	**-7,077,862.14**	**-17,899,210.42**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	70,000,000.00	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	70,000,000.00	-
偿还债务支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	27,289,474.53	-	24,886,770.99
支付其他与筹资活动有关的现金	4,670,020.36	8,410,986.26	-	
筹资活动现金流出小计	4,670,020.36	35,700,460.79	-	24,886,770.99
筹资活动产生的现金流量净额	**-4,670,020.36**	**-35,700,460.79**	**70,000,000.00**	**-24,886,770.99**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响				
五、现金及现金等价物净增加额	**-92,062,753.56**	**118,219,715.95**	**116,398,536.03**	**2,407,371.61**
加：期初现金及现金等价物余额	410,731,821.07	292,512,105.12	176,113,569.09	173,706,197.48
六、期末现金及现金等价物余额	**318,669,067.51**	**410,731,821.07**	**292,512,105.12**	**176,113,569.09**

二、审计意见和关键审计事项

（一）审计意见

致同会计师审计了公司财务报表，包括 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日的合并及公司资产负债表，2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表、合并及公司股东权益变动表以及相关财务报表附注。

致同会计师认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日的合并及公司财务状况以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月的合并及公司经营成果和现金流量，并出具了致同审字（2022）第 371A025117 号标准无保留意见的审计报告。

（二）关键审计事项

1、收入确认

相关会计期间：2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月。

（1）事项描述

公司主要从事广告宣传服务、信息服务、移动增值业务以及技术服务，2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月营业收入分别为 39,404.90 万元、46,394.54 万元、55,627.39 万元、22,564.17 万元。由于营业收入是公司的关键业绩指标之一，从而存在公司管理层（以下简称管理层）为了达到特定目标或期望而操纵收入确认时点的固有风险，因此致同会计师将收入确认识别为关键审计事项。

（2）审计应对

2019 年度、2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月财务报表审计中，致同会计师对收入确认主要执行了以下程序：

①对收入确认的相关内部控制设计进行了解、评价，并测试了关键内部控制流程运行的有效性。

②选取样本检查销售合同，对于 2019 年度业务，分析商品所有权上的主要风险和报酬转移或劳务完成的判断；对于 2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月业务，分析履约义务的识别、交易价格的分摊、在某一时段内履行履约义务或者在某一时点履行履约义务的判断、相关商品或服务的控制权转移时点的确定等专业判断，以评价公司收入确认政策是否符合企业会计准则的规定。

③对收入以及毛利率等实施分析性程序，评价收入及毛利率水平是否存在异常波动，并查明波动原因；对比同行业可比上市公司，对收入和毛利率变动执行分析性程序，判断变动趋势的合理性。

④对报告期确认收入的交易选取样本，核对销售发票、销售合同及客户确认单及其他支持性文件，检查收款记录，评价相关收入确认是否符合公司收入确认的会计政策，并检查销售收入的真实性和准确性。

⑤选取样本客户对收入进行函证。

⑥通过实地走访公司主要客户，主要新增客户及销售额变动较大的客户，了解其与公司开展合作的过程、业务规模、采购公司产品或服务的具体情况等，评价销售交易的真实性和交易实质。

⑦对临近资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本，核对合同、客户确认单及其他支持性文件，以评价收入是否被记录于恰当的会计期间。

⑧检查与收入确认相关的信息是否已在财务报表中做出恰当列报和披露。

2、应收账款坏账准备的计提

相关会计期间：2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月。

（1）事项描述

公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日应收账款余额分别为 15,605.23 万元、19,811.88 万元、25,448.48 万元、30,562.93 万元，应收账款坏账准备分别为 2,445.53 万元、3,339.78 万元、5,595.01 万元、6,355.15 万元。由于应收账款账面价值对于财务报表具有重大影响，且公司管理层在确定应收账款预期信用损失时需要运用重大会计估计和判断，因此致同会计师将应收账款坏账准备的计提识别为关键审计事项。

（2）审计应对

2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月财务报表审计中，致同会计师对应收账款坏账准备的计提主要执行了以下审计程序：

①了解、评价并测试了应收账款日常管理及预期信用损失模型相关的内部控制的设计和运行的有效性；

②对于信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款，复核组合划分的合理性，检查管理层计算应收账款坏账准备时所采用的方法、账龄迁徙情况、客户信誉情况及经营情况、历史坏账情况、预期信用损失判断等，以及基于迁徙率模型所测算出的历史损失率及前瞻性调整是否合理；

③通过考虑历史上同类应收账款组合的实际坏账发生金额及情况，结合客户信用和市场条件等因素，复核当期预期信用损失率的准确性；

④对于单独计提坏账准备的应收账款选取样本，复核管理层基于客户的财务状况、历史信用损失情况以及对未来经济状况的预测等对预计未来可获得的现金流量作出估计的依据及合理性；

⑤选取样本客户对应收账款进行函证；

⑥检查应收账款坏账准备的计算过程，并检查与应收账款预期信用损失相关的信息是否已在财务报表中做出恰当列报和披露。

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

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

报告期内，发行人主营业务收入包括广告宣传服务、信息服务、移动增值业务以及技术服务，其中广告宣传服务收入各年占比均超过 60%，且增速较快，相关业务收入的变动原因是影响发行人收入的主要因素，包括国家产业政策、宏观经济形势、客户需求、发行人的媒体平台整合能力、新闻采编能力以及市场营销

能力等。

2、影响成本的主要因素

公司主营业务成本主要包括职工薪酬、外购服务费等，其中职工薪酬主要系新闻采编人员的工资薪酬，外购服务费主要为活动支出、信息及技术服务费、策划制作费等。影响公司成本的主要因素包括公司新闻采编员工人数、员工薪酬水平、外购采购的规模及议价能力等。

3、影响期间费用的主要因素

公司期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，其中销售费用、管理费用占比较高。影响公司销售费用的主要因素包括销售人员薪酬、宣传推广费及租赁费等，影响公司管理费用的主要因素包括管理人员薪酬、办公费及租赁费等。

4、影响利润的主要因素

除前述影响公司收入、成本、期间费用的因素以外，税收优惠政策以及政府补助也对公司利润水平产生一定影响。

（二）对公司具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

根据公司所处行业及自身经营状况，公司营业收入增长率、主营业务毛利率、期间费用率、新闻采编人员数量等核心指标对公司业绩具有重要意义。

1、营业收入增长率

公司积极开拓市场，营业收入由 2019 年度的 39,404.90 万元增加到 2021 年度的 55,627.39 万元，年均复合增长率为 18.81%。关于公司营业收入的变动原因参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/九、经营成果分析/（一）营业收入分析”。

2、主营业务毛利率

报告期内，公司的主营业务毛利率分别为52.87%、51.89%、51.59%和53.51%，公司主营业务毛利率亦是公司经营情况较为重要的财务指标。关于公司毛利率的变动原因参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/九、经营成果

分析/（三）综合毛利及毛利率分析”。

3、期间费用率

报告期内，公司期间费用率分别为41.84%、39.52%、38.49%和43.15%。期间费用率是影响公司营业利润率及净利润率的重要指标，关于公司期间费用变动原因参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/九、经营成果分析/（四）期间费用分析”。

4、新闻采编人员数量

公司拥有独立的内容采编团队，专业化的新闻从业人员，能够对时讯要闻和热点信息作出及时、准确、适当的反应，保证了新闻信息质量的竞争力，因此新闻采编人员数量能够体现公司整合现有资源挖掘市场潜力和拓展新市场区域的能力。

上述相关指标表明公司报告期内经营情况良好，具有较强的盈利能力和持续发展能力，预计在未来经营环境未发生重大变化的前提下，公司仍将具有较强持续盈利能力与市场竞争力。

四、财务报表的编制基础及合并财务报表范围

（一）财务报表编制基础

公司财务报表按照财政部发布的企业会计准则及其应用指南、解释及其他有关规定（统称“企业会计准则”）编制。此外，还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号—财务报告的一般规定》（2014年修订）披露有关财务信息。

公司财务报表以持续经营为基础列报。

本公司会计核算以权责发生制为基础。除某些金融工具外，公司财务报表均以历史成本为计量基础。资产如果发生减值，则按照相关规定计提相应的减值准备。

本公司自2019年1月1日和2020年1月1日分别执行财政部2017年度修订的《企业会计准则第22号-金融工具确认和计量》等新金融工具准则（参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估

计/（十）金融工具”）和《企业会计准则第 14 号-收入》（参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十四）收入”），并自 2021 年 1 月 1 日起执行财政部 2018 年度修订的《企业会计准则第 21 号-租赁》（参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十八）租赁”）。

（二）财务报表合并范围及变化情况

报告期内，公司合并财务报表范围及变化情况如下：

序号	子公司名称	是否纳入合并范围			
		2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
1	山东大众信息产业有限公司	是	是	是	是
2	山东大鲁网络有限公司	是	是	是	是
3	青岛半岛网络有限公司	是	是	是	是
4	山东齐鲁壹点传媒有限公司	是	是	是	是
5	山东大众海蓝信息技术有限公司	是	是	是	是
6	青岛硅谷互联网络有限公司	否	否	是	是
7	山东鼎彩网络科技有限公司	否	否	否	是
8	山东大众数字文化科技有限公司	否	否	是	否

注：2020 年 12 月，因经营战略调整，公司注销了控股子公司鼎彩网络；2020 年 9 月公司新设了控股子公司大众数科，后因经营战略调整，于 2021 年 6 月转让了所持大众数科股权；2021 年 11 月，半岛网络转让青岛硅谷 41%股份，转让完成后，半岛网络持有青岛硅谷 19%的股权。

五、主要的会计政策和会计估计

（一）遵循企业会计准则的声明

公司财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、2022 年 6 月 30 日的合并及公司财务状况以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年 1-6 月的合并及公司经营成果和合并及公司现金流量等有关信息。

（二）会计期间

本公司会计期间采用公历年度，即每年自 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（三）营业周期

本公司的营业周期为 12 个月。

（四）记账本位币

本公司及境内子公司以人民币为记账本位币。本公司编制本申报财务报表时所采用的货币为人民币。

（五）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，按合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。合并对价的账面价值与合并中取得的净资产账面价值的差额调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

通过多次交易分步实现同一控制下的企业合并

在个别财务报表中，以合并日持股比例计算的合并日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作为该项投资的初始投资成本；初始投资成本与合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

在合并财务报表中，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，按合并日在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量；合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和，与合并中取得的净资产账面价值的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并方在取得被合并方控制权之前持有的长期股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他所有者权益变动，应分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

2、非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。在购买日，取得的被购买方的资产、负债及或有负债按公允价值确认。

对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉，按成本扣除累计减值准备进行后续计量；对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后计入当期损益。

通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并

在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本。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，购买日对这部分其他综合收益不作处理，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，在处置该项投资时转入处置期间的当期损益。购买日之前持有的股权投资采用公允价值计量的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入留存收益。

在合并财务报表中，合并成本为购买日支付的对价与购买日之前已经持有的被购买方的股权在购买日的公允价值之和。对于购买日之前已经持有的被购买方的股权，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之间的差额计入当期收益；购买日之前已经持有的被购买方的股权涉及其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日当期收益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

3、企业合并中有关交易费用的处理

为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

（六）合并财务报表编制方法

1、合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制，是指本公司拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。子公司，是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分、结构化主体等）。

2、合并财务报表的编制方法

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由本公司编制。在编制合并财务报表时，本公司和子公司的会计政策和会计期间要求保持一致，公司间的重大交易和往来余额予以抵销。

在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，视同该子公司以及业务自同受最终控制方控制之日起纳入本公司的合并范围，将其自同受最终控制方控制之日起的经营成果、现金流量分别纳入合并利润表、合并现金流量表中。

在报告期内因非同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，将该子公司以及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，将其现金流量纳入合并现金流量表。

子公司的股东权益中不属于本公司所拥有的部分，作为少数股东权益在合并资产负债表中股东权益项下单独列示；子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的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的份额，其余额仍冲减少数股东权益。

3、购买子公司少数股东股权

因购买少数股权新取得的长期股权投资成本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，以及在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的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，均调整合并资产负债表中的资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

4、丧失子公司控制权的处理

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，剩余股权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开始持续计算的净资产账面价值的份额与商誉之和，形成的差额计入丧失控制权当期的投资收益。

与原有子公司的股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转入当期损益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（七）合营安排的分类及共同经营的会计处理方法

合营安排，是指一项由两个或两个以上的参与方共同控制的安排。本公司合营安排分为共同经营和合营企业。

1、共同经营

共同经营是指本公司享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。

本公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

（1）确认单独所持有的资产，以及按其份额确认共同持有的资产；

（2）确认单独所承担的负债，以及按其份额确认共同承担的负债；

（3）确认出售其享有的共同经营产出份额所产生的收入；

（4）按其份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；

（5）确认单独所发生的费用，以及按其份额确认共同经营发生的费用。

2、合营企业

合营企业是指本公司仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。

本公司按照长期股权投资有关权益法核算的规定对合营企业的投资进行会计处理。

（八）现金及现金等价物的确定标准

现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（九）外币业务

本公司发生外币业务，按交易发生日的即期汇率折算为记账本位币金额。

资产负债表日，对外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益；对以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算；对以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，根据非货币性项目的性质计入当期损益或其他综合收益。

（十）金融工具

金融工具，是指形成一方的金融资产，并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

1、金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；

（2）该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，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，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。

2、金融资产分类和计量

本公司在初始确认时根据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，将金融资产分为以下三类：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、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

（1）以摊余成本计量的金融资产

本公司将同时符合下列条件且未被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，分类为以摊余成本计量的金融资产：

本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；

该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销或确认减值时，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

本公司将同时符合下列条件且未被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，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：

本公司管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标；

该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将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当期损益的金融资产

除上述以摊余成本计量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外，本公司将其余所有的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。在初始确认时，为消除或显著减少会计错配，本公司将部分本应以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地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。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部

分。

管理金融资产的业务模式，是指本公司如何管理金融资产以产生现金流量。业务模式决定本公司所管理金融资产现金流量的来源是收取合同现金流量、出售金融资产还是两者兼有。本公司以客观事实为依据、以关键管理人员决定的对金融资产进行管理的特定业务目标为基础，确定管理金融资产的业务模式。

本公司对金融资产的合同现金流量特征进行评估，以确定相关金融资产在特定日期产生的合同现金流量是否仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。其中，本金是指金融资产在初始确认时的公允价值；利息包括对货币时间价值、与特定时期未偿付本金金额相关的信用风险、以及其他基本借贷风险、成本和利润的对价。此外，本公司对可能导致金融资产合同现金流量的时间分布或金额发生变更的合同条款进行评估，以确定其是否满足上述合同现金流量特征的要求。

仅在本公司改变管理金融资产的业务模式时，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款，本公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。

3、金融负债分类和计量

本公司的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、以摊余成本计量的金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

（1）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和初始确认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。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与

该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

（2）以摊余成本计量的金融负债

其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

4、金融负债与权益工具的区分

金融负债，是指符合下列条件之一的负债：

（1）向其他方交付现金或其他金融资产的合同义务。

（2）在潜在不利条件下，与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务。

（3）将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的非衍生工具合同，且企业根据该合同将交付可变数量的自身权益工具。

（4）将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的衍生工具合同，但以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产的衍生工具合同除外。

权益工具，是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中剩余权益的合同。

如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。

如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是本公司的金融负债；如果是后者，该工具是本公司的权益工具。

5、金融工具的公允价值

金融资产和金融负债的公允价值确定方法参见本“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（十一）公允价值计量”。

6、金融资产减值

本公司以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准

备：

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应收款项和债权投资；

《企业会计准则第 14 号——收入》定义的合同资产（2020 年 1 月 1 日以后）；

租赁应收款；

财务担保合同（以公允价值计量且其变动计入当期损益、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的除外）。

（1）预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

在计量预期信用损失时，本公司需考虑的最长期限为企业面临信用风险的最长合同期限（包括考虑续约选择权）。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

①应收票据、应收账款和合同资产

对于应收票据、应收账款和合同资产（2020 年 1 月 1 日以后），无论是否存在重大融资成分，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。

当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征对应收票据、应收账款和合同资产划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

A、应收票据

应收票据组合 1：银行承兑汇票

应收票据组合 2：商业承兑汇票

B、应收账款

应收账款组合：应收客户款

应收账款组合：应收合并范围内关联方款

C、合同资产（2020 年 1 月 1 日以后）

合同资产组合：质保金

对于划分为组合的应收票据、合同资产，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄/逾期天数与整个存续期预期信

用损失率对照表，计算预期信用损失。

②其他应收款

当单项其他应收款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：押金和保证金

其他应收款组合 2：应收代付款

其他应收款组合 3：备用金

其他应收款组合 4：应收合并范围内关联方款

其他应收款组合 5：其他

对划分为组合的其他应收款，本公司通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

③债权投资、其他债权投资

对于债权投资和其他债权投资，本公司按照投资的性质，根据交易对手和风险敞口的各种类型，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

（2）信用风险显著增加的评估

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考虑的信息包括：

债务人未能按合同到期日支付本金和利息的情况；

已发生的或预期的金融工具的外部或内部信用评级（如有）的严重恶化；

已发生的或预期的债务人经营成果的严重恶化；

现存的或预期的技术、市场、经济或法律环境变化，并将对债务人对本公司的还款能力产生重大不利影响。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

（3）已发生信用减值的金融资产

本公司在资产负债表日评估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债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

发行方或债务人发生重大财务困难；

债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；

本公司出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；

债务人很可能破产或进行其他财务重组；

发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失。

（4）预期信用损失准备的列报

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

（5）核销

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以

偿还将被减记的金额。但是，按照本公司收回到期款项的程序，被减记的金融资产仍可能受到执行活动的影响。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

7、金融资产转移

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

本公司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的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

8、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

（十一）公允价值计量

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。

本公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，本公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是本公司在计量日能够进入的交易市场。本公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

存在活跃市场的金融资产或金融负债，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

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，优先使用相关可观察输入值，只有在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。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：第一层次输入值，是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值，是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值，是相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日，本公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

（十二）存货

1、存货的分类

本公司存货分为合同履约成本、库存商品、发出商品、周转材料等。

2、本公司存货取得时按实际成本计价。库存商品等发出时采用先进先出法计价。

3、存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

4、存货的盘存制度

本公司存货盘存制度采用永续盘存制。

5、低值易耗品的摊销方法

本公司低值易耗品领用时采用一次转销法摊销。

（十三）长期股权投资

长期股权投资包括对子公司、合营企业和联营企业的权益性投资。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

1、初始投资成本确定

形成企业合并的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

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

2、后续计量及损益确认方法

对子公司的投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件；对联营企业和合营企业的投资，采用权益法核算。

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

采用权益法核算的长期股权投资，初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的投资成本；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，对长期股权投资的账面价值进行调整，差额计入投资当期的损益。

采用权益法核算时，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；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积（其他资本公积）。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各项可辨认资产等的公允价值为基础，并按照本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。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，在转换日，按照原股权的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原股权分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资的，与其相关的原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按权益法核算时转入留存收益。

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，处置后的剩余股权在丧失共同控制或重大影响之日改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》进行会计处理，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；原股权投资相关的其他所有者权益变动转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，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；处置后的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《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》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之间的差额计入当期损益。

因其他投资方增资而导致本公司持股比例下降、从而丧失控制权但能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，按照新的持股比例确认本公司应享有的被投资单位因增资扩股而增加净资产的份额，与应结转持股比例下降部分所对应的长期股权投资原账面价值之间的差额计入当期损益；然后，按照新的持股比例视同自取得投资时即采用权益法核算进行调整。

本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于本公司的部分，在抵销基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。

3、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

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。在判断是否存在共同控制时，首先判断是否由所有参与方或参与方组合集体控制该安排，其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排；如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响；本公司拥有被投资单位 20%（不含）以下的表决权股份时，一般不认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下能够参与被投资单位的生产经营决策，形成重大影响。

4、减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，计提资产减值的方法参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十一）资产减值”。

（十四）长期待摊费用

本公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

（十五）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。本公司投资性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。

本公司投资性房地产按照取得时的成本进行初始计量，并按照固定资产或无形资产的有关规定，按期计提折旧或摊销。

采用成本模式进行后续计量的投资性房地产，计提资产减值方法参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十一）资产减值”。

本公司将投资性房地产的成本扣除预计净残值（残值率 5%）和累计减值准备后在使用寿命内（50 年）按年限平均法计提折旧或进行摊销。

投资性房地产出售、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差额计入当期损益。

（十六）固定资产

1、固定资产确认条件

本公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入本公司且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；不符合固定资产资本化后续支出条件

的固定资产日常修理费用，在发生时按照受益对象计入当期损益或计入相关资产的成本。对于被替换的部分，终止确认其账面价值。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，本公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类别	使用年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	50	5	1.90
运输设备	3-10	5	31.67-9.50
电子设备及其他	5-10	5	19.00-9.50

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

3、固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十一）资产减值”。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法（2021 年 1 月 1 日以前）

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

（1）在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。

（2）本公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。

（3）即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

（4）本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

（5）租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

融资租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

5、每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

6、固定资产处置

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。

（十七）在建工程

本公司在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予资本化的借款费用以及其他相关费用等。

在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

在建工程计提资产减值方法参见“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十一）资产减值”。

（十八）借款费用

1、借款费用资本化的确认原则

本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。借款费用同时满足下列条件的，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

本公司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。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，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在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。

3、借款费用资本化率以及资本化金额的计算方法

专门借款当期实际发生的利息费用，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予以资本化；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，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

（十九）无形资产

本公司无形资产包括软件等。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命（年）	摊销方法
软件及其他	3-10	直线法

本公司于每年年度终了，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，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

无形资产计提资产减值方法参见“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十一）资产减值”。

（二十）研究开发支出

本公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能予以资本化，即：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；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；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，能够证明其有用性；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；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出计入当期损益。

本公司研究开发项目在满足上述条件，通过技术可行性及经济可行性研究，形成项目立项后，进入开发阶段。

已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日转为无形资产。

（二十一）资产减值

对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资、采用成本模式进行后续计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用权资产、无形资产等（存货、按公允价值模式计量的投资性房地产、递延所得税资产、金融资产除外）的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据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较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；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为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，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。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于本公司确定的报告分部。

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，首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，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

（二十二）职工薪酬

1、职工薪酬的范围

职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

根据流动性，职工薪酬分别列示于资产负债表的“应付职工薪酬”项目和“长期应付职工薪酬” 项目。

2、短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后的金额计量。

3、离职后福利

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

（1）设定提存计划

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险以及企业年金计划等。

除了基本养老保险之外，本公司依据国家企业年金制度的相关政策建立企业年金计划（“年金计划”），员工可以自愿参加该年金计划。除此之外，本公司并无其他重大职工社会保障承诺。

在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

对于设定受益计划，在年度资产负债表日由独立精算师进行精算估值，以预期累积福利单位法确定提供福利的成本。本公司设定受益计划导致的职工薪酬成本包括下列组成部分：

①服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，当期服务成本，是指职工当期提供服务所导致的设定受益计划义务现值的增加额；过去服务成本，是指设定受益计划修改所导致的与以前期间职工服务相关的设定受益计划义务现值的增加或减少。

②设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息。

③重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。

除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，本公司将上述第①和②项计入当期损益；第③项计入其他综合收益且不会在后续会计期间转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

4、辞退福利

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：本公司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；本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

实行职工内部退休计划的，在正式退休日之前的经济补偿，属于辞退福利，自职工停止提供服务日至正常退休日期间，拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等一次性计入当期损益。正式退休日期之后的经济补偿（如正常养老退休金），按照离职后福利处理。

5、其他长期福利

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，按照上述关于设定提存计划的有关规定进行处理。符合设定受益计划的，按照上述关于设定受益计划的有关规定进行处理，但相关职工薪酬成本中“重新计量设定受益

计划净负债或净资产所产生的变动”部分计入当期损益或相关资产成本。

（二十三）预计负债

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，本公司将其确认为预计负债：

1、该义务是本公司承担的现时义务；

2、该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司；

3、该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。本公司于资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

如果清偿已确认预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿，则补偿金额只能在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。

（二十四）收入

1、2019 年度

（1）一般原则

①销售商品

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，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，确认商品销售收入的实现。

②提供劳务

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司于资产负债表日按完工百分比法确认收入。

劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：A、收入的金额能够可靠地计量；B、相关的经济利益很可能流入企业；C、交易的完工程度能够可靠地确定；D、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

③让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，本公司确认收入。

（2）具体方法

本公司收入确认的具体方法如下：

①广告宣传服务

本公司按照与客户的合同约定服务内容提供服务，对于在合同约定在一定期间内提供的广告宣传服务，在提供服务的服务期限内分期确认收入；对于合同约定一次性提供的广告宣传服务，在服务完成后依据广告发稿单或经客户确认的确认单确认收入。

②信息服务

本公司按照与客户的合同约定的服务内容、信息服务提供期向客户提供信息服务，根据已提供服务在服务期内确认收入。

③移动增值业务

本公司的移动增值业务主要为基于主要电信运营商渠道开展的订阅手机报、统付手机报、投票短信业务。订阅手机报及投票短信业务收入确认方法为：移动电信运营商根据合同约定向公司按月提供结算单据，本公司根据此结算单据确认收入；统付手机报收入确认方法为：按合同约定的服务期限确认收入。

④技术服务

对于需要安装调试、集成服务的网站建设、技术开发、电子政务等技术服务合同，在产品安装调试完成，经客户验收合格并取得客户终验合格报告时，本公司一次性确认收入。

对于服务器托管、网站运行维护、新媒体代运营等固定期限的技术服务合同，本公司依据合同约定的服务期限分期确认收入。

⑤其他业务

自营电商及产品销售（不含零星平台佣金收入）在满足销售商品收入确认条件时，以产品整体交付至客户，经客户签收或验收合格时确认收入。

2、2020 年 1 月 1 日以后

（1）一般原则

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时确认收入。

合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

满足下列条件之一时，本公司属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，本公司会考虑下列

迹象：

①本公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。

②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

③本公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

⑤客户已接受该商品或服务。

⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

本公司已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产，合同资产以预期信用损失为基础计提减值（参见“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（十）金融工具/6、金融资产减值”）。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债。

同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示，净额为借方余额的，根据其流动性在“合同资产”或“其他非流动资产”项目中列示；净额为贷方余额的，根据其流动性在“合同负债”或“其他非流动负债”项目中列示。

（2）具体方法

本公司收入确认的具体方法如下：

①广告宣传服务

本公司按照与客户的合同约定服务内容提供服务，对于合同约定在某一时段提供的广告宣传服务，在提供服务的服务期限内按照履约进度确认收入；对于合同约定某一时点提供的广告宣传服务，在服务完成后依据广告发稿单或经客户确认的确认单确认收入。

②信息服务

本公司根据合同约定服务内容、服务期限向客户提供信息服务，在合同约定的服务期限内按照履约进度确认收入。

③移动增值业务

本公司的移动增值业务主要为基于主要电信运营商渠道开展的订阅手机报、统付手机报、投票短信业务。订阅手机报及投票短信业务收入确认方法为：移动电信运营商根据合同约定向公司按月提供结算单据，本公司据此结算单据确认收入；统付手机报收入确认方法为：在合同约定的服务期限内按照履约进度确认收入。

④技术服务

本公司对于需要安装调试、集成服务的网站建设、技术开发、电子政务等技术服务合同，在产品安装调试完成，经客户验收合格时一次性确认收入。

对于服务器托管、网站运行维护、新媒体代运营等固定期限的技术服务合同，依据合同约定的服务期限，本公司在服务期限内按照履约进度确认收入。

⑤其他业务

自营电商及产品销售（不含零星平台佣金收入）在产品整体交付至客户，经客户签收或验收合格时确认收入。

3、对比同行业可比公司的业务情况及收入确认政策

（1）人民网

①2020 年 1 月 1 日以前

人民网业务收入主要为广告发布及宣传服务收入，按照与客户签订的合同约定服务内容及价格，经与客户确认的广告发布及宣传服务的排期表（具体发布期间），根据已提供服务的期间占服务总期间的比例来确定完工进度，按照完工百分比法确认当期收入。

人民网信息服务费收入，按照与客户签订的合同约定的服务内容、价格及信息服务提供期向客户提供信息服务（新闻信息、图片信息等），依据已提供服务

期占总服务期的比例来确定完工进度，按照完工百分比法确认当期收入。

②2020 年 1 月 1 日以后

人民网在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时确认收入。取得相关商品控制权是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，人民网在合同开始时，按照单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是人民网因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项。人民网确认的交易价格不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。预期将退还给客户的款项作为负债不计入交易价格。合同中存在重大融资成分的，人民网按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，本公司预计客户取得商品或服务控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

人民网依据收入准则相关规定判断相关履约义务性质属于“在某一时段内履行的履约义务”或“某一时点履行的履约义务”，分别按以下原则进行收入确认。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

A、客户在人民网履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

B、客户能够控制人民网履约过程中在建的商品。

C、在人民网履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且人民网在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，人民网在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。人民网考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预

计能够得到补偿的，人民网按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，人民网在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，人民网考虑下列迹象：

A、人民网就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务。

B、人民网已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

C、人民网已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

D、人民网已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

E、客户已接受该商品或服务等。

F、其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

人民网已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利作为合同资产列示，合同资产以预期信用损失为基础计提减值。人民网拥有的无条件向客户收取对价的权利作为应收款项列示。人民网已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债列示。

（2）新华网

①2020 年 1 月 1 日以前

新华网广告发布及宣传服务收入，按照与客户签订的合同约定服务内容及价格，经与客户确认的广告发布及宣传服务的排期表（具体发布期间），根据已提供服务的期间占服务总期间的比例来确定完工进度，按照完工百分比法确认当期收入。

新华网信息服务收入，按照与客户签订的合同约定的服务内容、价格及信息服务提供期向客户提供信息服务（新闻信息、图片信息等），依据已经提供服务期占总服务期的比例来确定完工进度，按照完工百分比法确认当期收入。

新华网网站建设及技术服务和移动互联网服务收入，按照与客户签订的合同约定情况：A、对于固定期限的服务合同，依据合同约定的服务开始时点到财务报告基准日时点的期间占合同服务总期间的比例确认收入；B、对于提供一次性服务的服务合同，依据合同约定在项目实施完成并经对方验收合格或结算后确认收入。

②2020 年 1 月 1 日以后

A、新华网向客户提供网络广告服务，主要是为客户在新华网 PC 端、客户端等官方平台上发布广告。按照与客户签订的合同约定服务内容及价格，经与客户确认的广告发布及宣传服务的排期表（具体发布期间），分摊至单项履约义务的交易价格确认收入。

B、新华网向客户提供网络技术服务，主要是为各级政府、企事业单位提供网站建设、内容管理、运行维护和技术保障等。对于在新华网履约的同时客户即取得并消耗新华网履约所带来的经济利益，或服务具有不可代替用途，且在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项的，根据履约进度在一段时间内确认收入，履约进度的确定方法采用投入法确定，当履约进度不能合理确定时，新华网已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止；不属于在某一时段内履行的履约义务，在服务完成并经客户验收、取得证明或结算后，公司完成履约义务。

C、新华网向客户提供移动互联网服务，主要是为客户提供移动入口、移动语音等移动增值服务，及在线教育、党建活动等互联网服务。在相关服务已实际提供，取得客户验收单或结算单后，公司完成履约义务，按照分摊至单项履约义务的交易价格确认收入。

D、新华网向客户提供信息服务，主要是为客户提供大数据智能分析、举办大型论坛和会议活动等服务。在客户获取分析报告、论坛或会议等成功举办后，公司完成履约义务，按照分摊至单项履约义务的交易价格确认收入。

E、新华网向客户提供数字内容服务，主要利用人工智能、虚拟现实、创意数字影视等现代数字技术，为客户提供视频制作等服务。对于在新华网履约的同时客户即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益，或服务具有不可代替用途，

且在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项的，根据履约进度在一段时间内确认收入，履约进度的确定方法采用投入法确定，当履约进度不能合理确定时，新华网已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止；不属于在某一时段内履行的履约义务，在服务完成并经客户验收、取得证明或结算后，公司完成履约义务。

（3）川网传媒

①2020 年 1 月 1 日以前

A、新媒体整合营销

a．宣传推广服务业务：按照与客户签订的合同约定服务内容、价格及服务期限，在提供服务的期限内分摊确认当期收入。

b．网络舆情服务业务：根据合同约定的金额、服务期限，按月平均分摊计入当期营业收入。

c．广告代理运营业务：按照与客户签订的合同约定的服务内容及价格，在提供服务后确认收入。

d．技术服务业务：合同约定提供期间服务的，按合同约定服务的期间分摊确认技术服务业务收入；合同约定为提供单项技术服务的，则以服务提供进度满足合同约定的验收时点，经客户验收后确认相对应的技术服务收入。

B、移动信息服务

移动信息服务业务（移动电信运营商统一收费的手机报业务）：移动电信运营商提供通信通道及计费系统管理，公司按协议约定比例取得分成收入。移动电信运营商根据合同约定向公司按月提供结算数据，公司技术后台统计数据与移动电信运营商提供数据核对无误后确认营业收入。除上述业务以外的手机报收入确认依据：公司按照合同约定内容，提供付费方所需的服务，将征订款在合同期限内分摊确认收入。

C、其他业务

互动电视业务：根据电信运营商按月提供的并经双方确认一致的互动电视业务结算单确认当期收入。

②2020 年 1 月 1 日以后

A．按时点确认的收入

公司提供移动信息服务业务（移动电信运营商统一收费的手机报业务）、技术开发业务、视频制作服务、互动电视平台业务等服务属于在某一时点履行履约义务。

移动信息服务业务（移动电信运营商统一收费的手机报业务）由移动电信运营商提供通信通道及计费系统管理，公司按协议约定比例取得分成收入，确认收入满足以下条件：移动电信运营商根据合同约定向公司按月提供结算数据，公司技术后台统计数据与移动电信运营商提供数据核对无误。

新媒体整合营销业务中的技术开发及视频制作服务确认收入满足以下条件：将产品交付给客户并经由客户验收。

互动电视平台业务确认收入满足以下条件：获取电信运营商按月提供的并经双方确认一致的互动电视平台业务结算单。

B．按履约进度确认的收入

公司提供广告代理业务、新媒体整合营销业务（除视频制作服务）、技术运维业务、手机报增值服务业务、其他业务等服务，由于公司履约的同时客户即取得并消耗公司履约所带来的经济利益，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项，公司将其作为在某一时段内履行的履约义务，按照履约进度确认收入，履约进度不能合理确定的除外。公司按照产出法确定提供服务的履约进度。对于履约进度不能合理确定时，公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

经比较，公司与同行业可比公司类似业务模式下，收入确认方式基本一致。

（二十五）合同成本（2020 年 1 月 1 日以后）

合同成本包括为取得合同发生的增量成本及合同履约成本。

为取得合同发生的增量成本是指本公司不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）。该成本预期能够收回的，本公司将其作为合同取得成本确认为一项资产。本公司为取得合同发生的、除预期能够收回的增量成本之外的其他支出于

发生时计入当期损益。

为履行合同发生的成本，不属于存货等其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，本公司将其作为合同履约成本确认为一项资产：

（1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用 （或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

（2）该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源；

（3）该成本预期能够收回。

合同取得成本确认的资产和合同履约成本确认的资产（以下简称“与合同成本有关的资产”）采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

当与合同成本有关的资产的账面价值高于下列两项的差额时，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

（1）本公司因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

（2）为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

确认为资产的合同履约成本，初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期，在“存货”项目中列示，初始确认时摊销期限超过一年或一个正常营业周期，在“其他非流动资产”项目中列示。

确认为资产的合同取得成本，初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期，在“其他流动资产”项目中列示，初始确认时摊销期限超过一年或一个正常营业周期，在“其他非流动资产”项目中列示。

（二十六）政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额 1 元计量。

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

对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值，或者确认为递延收益在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。与收益相关的政府补助，用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，则计入递延收益，于相关成本费用或损失确认期间计入当期损益或冲减相关成本。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。本公司对相同或类似的政府补助业务，采用一致的方法处理。

与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；属于其他情况的，直接计入当期损益。

（二十七）递延所得税资产及递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

本公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

1、商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

2、对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：

1、该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

2、对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

（二十八）租赁

1、2021 年 1 月 1 日以前

本公司将实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁确认为融资租赁，除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。

（1）本公司作为出租人

融资租赁中，在租赁期开始日本公司按最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。未实

现融资收益在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的初始直接费用，计入当期损益。

（2）本公司作为承租人

融资租赁中，在租赁期开始日本公司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，其差额作为未确认融资费用。初始直接费用计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资费用。本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

2、2021 年 1 月 1 日以后

（1）租赁的识别

在合同开始日，本公司作为承租人或出租人评估合同中的客户是否有权获得在使用期间内因使用已识别资产所产生的几乎全部经济利益，并有权在该使用期间主导已识别资产的使用。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则本公司认定合同为租赁或者包含租赁。

（2）本公司作为承租人

在租赁期开始日，本公司对所有租赁确认使用权资产和租赁负债，简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外。

使用权资产的会计政策见“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十九）使用权资产（2021 年 1 月 1 日以后）”。

租赁负债按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额采用租赁内含利率计算的现值进行初始计量，无法确定租赁内含利率的，采用增量借款利率作为折现率。租赁付款额包括：固定付款额及实质固定付款额，存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；取决于指数或比率的可变租赁付款额；购买选择权的行权价格，前提是承租人合理确定将行使该选择权；行使终止租赁选择权需支付的款项，前提

是租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权；以及根据承租人提供的担保余值预计应支付的款项。后续按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

①短期租赁

短期租赁是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月的租赁，包含购买选择权的租赁除外。

本公司将短期租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法的方法计入相关资产成本或当期损益。

②低价值资产租赁

低价值资产租赁是指单项租赁资产为全新资产时价值低于 4 万元的租赁。

本公司将低价值资产租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法的方法计入相关资产成本或当期损益。

对于低价值资产租赁，本公司根据每项租赁的具体情况选择采用上述简化处理方法。

③租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，本公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：A、该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；B、增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，本公司重新分摊变更后合同的对价，重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。

租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，本公司相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。

其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，本公司相应调整使用权资产的账面价值。

（3）本公司作为出租人

本公司作为出租人时，将实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁确认为融资租赁，除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。

①融资租赁

融资租赁中，在租赁期开始日本公司按租赁投资净额作为应收融资租赁款的入账价值，租赁投资净额为未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和。本公司作为出租人按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入。本公司作为出租人取得的未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

应收融资租赁款的终止确认和减值按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》和《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》的规定进行会计处理。

②经营租赁

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的与经营租赁有关的初始直接费用应当资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益。取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额，在实际发生时计入当期损益。

③租赁变更

经营租赁发生变更的，本公司自变更生效日起将其作为一项新租赁进行会计处理，与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额视为新租赁的收款额。

融资租赁发生变更且同时符合下列条件的，本公司将该变更作为一项单独租赁进行会计处理：A、该变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；B、增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

融资租赁发生变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，本公司分别下列情形对变更后的租赁进行处理：A、假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为经营租赁的，本公司自租赁变更生效日开始将其作为一项新租赁进行会计处

理，并以租赁变更生效日前的租赁投资净额作为租赁资产的账面价值；B、假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为融资租赁的，本公司按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》关于修改或重新议定合同的规定进行会计处理。

（二十九）使用权资产（2021 年 1 月 1 日以后）

1、使用权资产确认条件

使用权资产是指本公司作为承租人可在租赁期内使用租赁资产的权利。

在租赁期开始日，使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：租赁负债的初始计量金额；在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；本公司作为承租人发生的初始直接费用；本公司作为承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。本公司作为承租人按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》对拆除复原等成本进行确认和计量。后续就租赁负债的任何重新计量作出调整。

2、使用权资产的折旧方法

本公司采用直线法计提折旧。本公司作为承租人能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

3、使用权资产的减值测试方法、减值准备计提方法

使用权资产的减值测试方法、减值准备计提方法参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十一）资产减值”。

（三十）重大会计判断和估计

本公司根据历史经验和其它因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键假设进行持续的评价。

很可能导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整风险的重要

会计估计和关键假设列示如下：

1、金融资产的分类

本公司在确定金融资产的分类时涉及的重大判断包括业务模式及合同现金流量特征的分析等。

本公司在金融资产组合的层次上确定管理金融资产的业务模式，考虑的因素包括评价和向关键管理人员报告金融资产业绩的方式、影响金融资产业绩的风险及其管理方式、以及相关业务管理人员获得报酬的方式等。

本公司在评估金融资产的合同现金流量是否与基本借贷安排相一致时，存在以下主要判断：本金是否可能因提前还款等原因导致在存续期内的时间分布或者金额发生变动；利息是否仅包括货币时间价值、信用风险、其他基本借贷风险以及与成本和利润的对价。例如，提前偿付的金额是否仅反映了尚未支付的本金及以未偿付本金为基础的利息，以及因提前终止合同而支付的合理补偿。

2、应收账款预期信用损失的计量

本公司通过应收账款违约风险敞口和预期信用损失率计算应收账款预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在确定预期信用损失率时，本公司使用内部历史信用损失经验等数据，并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。在考虑前瞻性信息时，本公司使用的指标包括经济下滑的风险、外部市场环境、技术环境和客户情况的变化等。本公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。

3、递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，应就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

4、未上市的权益投资的公允价值

未上市的权益投资的公允价值是根据具有类似条款和风险特征的项目当前折现率折现的预计未来现金流量。这种估价要求本公司估计预期未来现金流量和

折现率，因此具有不确定性。在有限情况下，如果用以确定公允价值的信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。

（三十一）重要会计政策、会计估计的变更

1、重要会计政策变更

（1）2020 年会计政策变更

① 新收入准则

财政部于 2017 年发布《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》（以下简称“新收入准则”），本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行该准则，对会计政策相关内容进行了调整。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时，确认收入。在满足一定条件时，本公司属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务。合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

本公司依据新收入准则有关特定事项或交易的具体规定调整了相关会计政策。例如：合同成本、质量保证、主要责任人和代理人的区分、预收款项等。

本公司已向客户转让商品而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素作为合同资产列示。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示。

本公司根据首次执行新收入准则的累积影响数，调整本公司 2020 年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，未对比较财务报表数据进行调整。本公司仅对在 2020 年 1 月 1 日尚未完成的合同的累积影响数调整本公司 2020 年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额。

单位：万元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	影响金额 （2020 年 1 月 1 日）

因执行新收入准则，本公司将与销售商品及与提供劳务相关的预收款项重分类至合同负债。	合同资产	-
	其他非流动资产	-
	长期应收款	-
	预收款项	-6,676.72
	合同负债	6,836.29
	其他流动负债	377.93
	递延收益	-537.49

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年度财务报表相关项目的影响如下：

单位：万元

受影响的资产负债表项目	影响金额 2020 年 12 月 31 日
预收款项	-8,000.29
合同负债	7,601.13
其他流动负债	819.07
递延收益	-419.91

②企业会计准则解释第 13 号

财政部于 2019 年 12 月发布《企业会计准则解释第 13 号》（财会〔2019〕21 号）（以下简称“解释第 13 号”）。

解释第 13 号修订了构成业务的三个要素，细化了业务的判断条件，对非同一控制下企业合并的购买方在判断取得的经营活动或资产的组合是否构成一项业务时，引入了“集中度测试”的方法。

解释第 13 号明确了企业的关联方包括企业所属企业集团的其他共同成员单位（包括母公司和子公司）的合营企业或联营企业，以及对企业实施共同控制的投资方的合营企业或联营企业等。

解释第 13 号自 2020 年 1 月 1 日起实施，本公司采用未来适用法对上述会计政策变更进行会计处理。

采用解释第 13 号未对本公司财务状况、经营成果和关联方披露产生重大影响。

③新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理

财政部于 2020 年 6 月发布《关于印发<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理

规定>的通知》（财会[2020]10 号），可对新冠肺炎疫情相关租金减让选择采用简化方法。

（2）2021 年会计政策变更

①新租赁准则

财政部于 2018 年发布《企业会计准则第 21 号—租赁（修订）》，要求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 2019 年 1 月 1 日起施行；其他执行企业会计准则的企业自 2021 年 1 月 1 日起施行。本集团自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对会计政策相关内容进行了调整。变更后的会计政策参见本招股说明书“第八节财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十八）租赁”和“第八节 财务会计信息与管理层分析/五、主要的会计政策和会计估计/（二十九）使用权资产（2021 年 1 月 1 日以后）”。

对于首次执行日前已存在的合同，本公司在首次执行日选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。对首次执行日之后签订或变更的合同，本公司按照新租赁准则中租赁的定义评估合同是否为租赁或者包含租赁。

新租赁准则中租赁的定义并未对本集团满足租赁定义的合同的范围产生重大影响。

A、作为承租人

新租赁准则要求承租人对所有租赁确认使用权资产和租赁负债，简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外，并分别确认折旧和利息费用。

对于首次执行日前已存在的合同，本集团在首次执行日选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。

新租赁准则允许承租人选择下列方法之一对租赁进行衔接会计处理：

按照《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》的规定采用追溯调整法处理。

根据首次执行本准则的累积影响数，调整首次执行本准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息。

本公司按照新租赁准则的规定，对于首次执行日新租赁准则与现行租赁准则的差异追溯调整入 2021 年年初留存收益。同时，本公司未对比较财务报表数据进行调整。

对于首次执行日之前的融资租赁，本公司按照融资租入资产和应付融资租赁款的原账面价值，分别计量使用权资产和租赁负债；

对于首次执行日之前的经营租赁，本公司根据剩余租赁付款额按首次执行日的增量借款利率折现的现值计量租赁负债，并对于所有租赁按照与租赁负债相等的金额，并根据预付租金进行必要调整计量使用权资产。在首次执行日，本公司按照“第八节财务会计信息与管理层分析/十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析/（四）所有者权益构成分析/4、未分配利润”对使用权资产进行减值测试并进行相应的会计处理。

本公司对首次执行日之前租赁资产属于低价值资产的经营租赁或将于 12 个月内完成的经营租赁，采用简化处理，未确认使用权资产和租赁负债。

本公司对于首次执行日之前的经营租赁，采用了下列简化处理：

计量租赁负债时，具有相似特征的租赁可采用同一折现率，所采用的增量借款利率的加权平均值为 4.41%；使用权资产的计量可不包含初始直接费用；

存在续租选择权或终止租赁选择权的，本公司根据首次执行日前选择权的实际行使及其他最新情况确定租赁期；

作为使用权资产减值测试的替代，本公司评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同，并根据首次执行日前计入资产负债表的亏损准备金额调整使用权资产；

首次执行日前的租赁变更，本公司根据租赁变更的最终安排进行会计处理。

执行新租赁准则对 2021 年 1 月 1 日合并资产负债表项目的影响如下：

单位：万元

项目	调整前账面金额（2020 年 12 月 31 日）	重分类	重新计量	调整后账面金额（2021 年 1 月 1 日）
资产：				
预付款项	496.99	-80.75	-	416.24
使用权资产	-	-	2,664.58	2,664.58

资产总额	496.99	-80.75	2,664.58	3,080.82
负债：	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	1,225.47	1,225.47
租赁负债	-	-	1,358.36	1,358.36
负债总额	-	-	2,583.83	2,583.83

对于 2020 年度财务报表中披露的重大经营租赁尚未支付的最低租赁付款额，本公司按照 2021 年 1 月 1 日作为承租人的增量借款利率，将原租赁准则下披露的尚未支付的最低经营租赁付款额调整为新租赁准则下确认的租赁负债的调节表如下：

单位：万元

2020 年 12 月 31 日重大经营租赁最低租赁付款额	A	3,018.47
减：采用简化处理的短期租赁	B	213.70
减：采用简化处理的低价值资产租赁	C	-
加（或减）：重新评估租赁期对最低租赁付款额的调整	D	-
加（或减）：取决于指数或比率的可变租赁付款额调节	E	-
小计	F=A-B-C+/-D+/-E	2,804.77
减：增值税	G	-
调整后的经营租赁承诺	H=F-G	2,804.77
2021 年 1 月 1 日经营租赁付款额现值	I	2,583.83
加：2020 年 12 月 31 日应付融资租赁款	J	-
2021 年 1 月 1 日租赁负债	K=I+J	2,583.83
其中：一年内到期的非流动负债		1,225.47

2021 年 1 月 1 日使用权资产的账面价值构成如下：

单位：万元

项目	**2021-01-01**
使用权资产：	
对于首次执行日前的经营租赁确认的使用权资产	2,664.58
原租赁准则下确认的融资租入资产	
合计	**2,664.58**

执行新租赁准则对 2021 年财务报表项目的影响如下：

单位：万元

合并资产负债表项目	**2021.12.31报表数**	**假设按原租赁准则**	**增加/减少（-）**
资产：			
使用权资产	1,876.86		1,876.86

资产总计	1,876.86		1,876.86
负债			
一年内到期的非流动负债	1,231.86		1,231.86
租赁负债	633.01		633.01
负债总计	1,864.87		1,864.87

单位：万元

合并利润表项目	2021年报表数	假设按原租赁准则	增加/减少（-）
营业成本	26,968.76	26,986.95	-18.19
财务费用	-191.95	-286.54	94.58
管理费用	7,526.71	7,541.26	-14.55
研发费用	1,568.24	1,566.04	2.20
销售费用	12,508.62	12,518.83	-10.21

B、作为出租人

根据新租赁准则，本公司无需对其作为出租人的租赁按照衔接规定进行调整，但需自首次执行新租赁准则之日按照新租赁准则进行会计处理。

2、重要会计估计变更

报告期内无重要会计估计变更。

3、首次执行新收入准则和新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

（1）首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

①合并资产负债表

单位：万元

项目	2019-12-31	2020-01-01	调整数
预收款项	6,676.72	-	-6,676.72
合同负债	-	6,836.29	6,836.29
其他流动负债	53.57	431.50	377.93
递延收益	4,457.68	3,920.19	-537.49

②母公司资产负债表

单位：万元

项目	2019-12-31	2020-01-01	调整数
预收款项	5,262.41	-	-5,262.41
合同负债	-	5,498.45	5,498.45
其他流动负债	24.04	325.49	301.45
递延收益	2,022.74	1,485.25	-537.49

（2）首次执行新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况-未追溯调整前期比较报表

①合并资产负债表

单位：万元

项目	2020-12-31	2021-01-01	调整数
预付款项	496.99	416.24	-80.75
使用权资产	-	2,664.58	2,664.58
一年内到期的非流动负债	-	1,225.47	1,225.47
租赁负债	-	1,358.36	1,358.36

②母公司资产负债表

单位：万元

项目	2020.12.31	2021.01.01	调整数
预付款项	444.83	364.09	-80.75
使用权资产	-	1,761.02	1,761.02
一年内到期的非流动负债	-	760.89	760.89
租赁负债	-	919.38	919.38

六、发行人适用的各种税项、税率和税收优惠情况

（一）发行人适用的税项和税率

税种	计税依据	法定税率（%）
增值税	应税收入	3、6、9、10、13、16
城市维护建设税	应纳流转税额	7
教育费附加	应纳流转税额	3
地方教育费附加	应纳流转税额	2
地方水利建设基金	应纳流转税额	0.5
文化建设事业费	应纳广告收入额	3
企业所得税	应纳税所得额	25

注：本公司枣庄分公司、泰安分公司、聊城分公司、威海分公司和子公司鼎彩网络以及大众海蓝平邑分公司、滕州分公司为小规模纳税人，泰安分公司自 2019 年 12 月起由小规模

纳税人变更为一般纳税人，聊城分公司自 2019 年 9 月起由小规模纳税人变更为一般纳税人，威海分公司自 2020 年 10 月起由小规模纳税人变更为一般纳税人。

不同纳税主体的企业所得税税率详细情况如下：

纳税主体名称	所得税税率
山东省互联网传媒集团股份有限公司	2019-2021年及2022年1-6月免缴企业所得税
山东大众信息产业有限公司	2019年、2020年、2021年、2022年1-6月按应纳税所得额的15%计缴
青岛半岛网络有限公司	2019年、2020年按照小型微利企业的适用优惠税率计缴，2021年按应纳税所得额的25%计缴，2022年1-6月按照小型微利企业的适用优惠税率计缴
山东大鲁网络有限公司	按照小型微利企业的适用优惠税率计缴
山东齐鲁壹点有限责任公司	2019年按应纳税所得额的25%计缴，2020年、2021年、2022年1-6月按应纳税所得额的15%计缴
山东鼎彩网络科技有限公司	按照小型微利企业的适用优惠税率计缴
山东大众海蓝信息技术有限公司	2019年、2020年按应纳税所得额的15%计缴，2021年、2022年1-6月按照小型微利企业的适用优惠税率计缴
青岛硅谷互联网络有限公司	按照小型微利企业的适用优惠税率计缴
山东大众数字文化科技有限公司	按照小型微利企业的适用优惠税率计缴

（二）税收优惠及批文

1、税收优惠情况

（1）免征企业所得税

根据《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税〔2019〕16 号），原已经审核认定享受《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税〔2014〕84 号）税收政策的转制文化企业，可按通知规定继续享受免征企业所得税的税收政策，无需备案，执行期限为 2019 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日。本公司符合该税收政策。

（2）小型微利企业

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），小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元部分减按 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。大鲁网络、半岛网络、青岛硅谷、鼎彩网络、大众数科 2019 年度、2020 年度符合小微企业税收优惠条件。

根据《国家税务总局关于落实支持小型微利企业和个体工商户发展所得税优惠政策有关事项的公告》（国家税务总局公告 2021 年第 8 号），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 12.5%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；小型微利企业享受上述政策时涉及的具体征管问题，按照《国家税务总局关于实施小型微利企业普惠性所得税减免政策有关问题的公告》（2019 年第 2 号）相关规定执行。根据《关于实施小型微利企业普惠性所得税减免政策有关问题的公告》（国家税务总局公告 2019 年第 2 号），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。大鲁网络 2021 年度符合小微企业税收优惠条件。

《财政部税务总局关于进一步实施小微企业所得税优惠政策的公告》（财政部税务总局公告 2022 年第 13 号），自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 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。

（3）高新技术企业

2018 年 11 月 30 日，本公司取得高新技术企业证书编号为 GR201837001204，有效期三年。

2018 年 11 月 30 日，子公司大众海蓝取得编号为 GR201837001079 高新技术企业证书，有效期三年，2018 年至 2020 年减按 15%税率征收企业所得税。

2019 年 11 月 28 日，子公司信产公司取得编号为 GR201937001352 高新技术企业证书，有效期三年，2019 年至 2021 年减按 15%税率征收企业所得税。

2020 年 12 月 8 日，子公司齐鲁壹点取得编号为 GR202037001328 高新技术企业证书，有效期三年，2020 年至 2022 年减按 15%税率征收企业所得税。

（4）增值税优惠政策

根据《关于继续实施文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业若干税收政策的通知》（财税〔2019〕16 号），党报、党刊将其发行、印刷业务及相应的经营性资产剥离组建的文化企业，自注册之日起所取得的党报、党刊发行收入和印刷收入免征增值税。本公司报告期取得的党报、党刊发行收入免征增值税。

根据《国务院关于印发进一步鼓励软件产业和集成电路产业发展若干政策的通知》（国发[2011]4 号）的有关精神和财政部、国家税务总局《关于软件产品增值税政策的通知》（财税[2011]第 100 号），增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，对其增值税实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策，纳税人受托开发软件产品，著作权属于受托方的征收增值税，著作权属于委托方或属于双方共同拥有的不征收增值税；对经过国家版权局注册登记，纳税人在销售时一并转让著作权、所有权的，不征收增值税，子公司信产公司享受该税收优惠政策。

根据《财政部税务总局关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》（财政部税务总局公告 2020 年第 8 号），对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。子公司大鲁网络提供的相关服务属于前述政策中的生活服务，享受该税收优惠政策。

根据《财政部税务总局海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部 税务总局 海关总署公告 2019 年第 39 号），自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 10%抵减应纳税额；根据《财政部税务总局关于促进服务业领域困难行业纾困发展有关增值税政策的公告》（财政部税务总局公告 2022 年第 11 号）生产、生活性服务业增值税加计抵减政策，执行期限延长至 2022 年 12 月 31 日。除大众海蓝外，本公司及其他子公司自 2019 年 4 月 1 日至 2022 年 6 月 30 日享受该税收优惠政策。

根据《财政部税务总局关于对增值税小规模纳税人免征增值税的公告》（2022 年第 15 号）；《国家税务总局关于小规模纳税人免征增值税等征收管理事项的公告》（2022 年第 6 号），自 2022 年 4 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，增值税小规模纳税人适用 3%征收率的应税销售收入，免征增值税；适用 3%预征率的

预缴增值税项目，暂停预缴增值税。子公司大众海蓝平邑分公司、滕州分公司享受该税收优惠政策。

《财政部税务总局关于进一步加大增值税期末留抵退税政策实施力度的公告》（财政部 税务总局公告 2022 年第 14 号）第一条（一）、（二）、第二条（一）、（二），自 2022 年 4 月 1 日实施：（1）符合条件的小微企业，可以自 2022 年 4 月纳税申报期起向主管税务机关申请退还增量留抵税额。在 2022 年 12 月 31 日前，退税条件按照本公告第三条规定执行。（2）符合条件的微型企业，可以自 2022 年 4 月纳税申报期起向主管税务机关申请一次性退还存量留抵税额；符合条件的小型企业，可以自 2022 年 5 月纳税申报期起向主管税务机关申请一次性退还存量留抵税额。

（5）其他优惠政策

根据《关于进一步实施小微企业“六税两费”减免政策的公告》，自 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，增值税小规模纳税人、小型微利企业和个体工商户可以在 50%的税额幅度内减征资源税、城市维护建设税、房产税、城镇土地使用税、印花税（不含证券交易印花税）、耕地占用税和教育费附加、地方教育附加（即“六税两费”），子公司大众海蓝、半岛网络享受该税收优惠政策。

根据《财政部关于调整部分政府性基金有关政策的通知》（财税[2019]46 号）规定，自 2019 年 7 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，对归属中央收入的文化事业建设费，按照缴纳义务人应缴费额的 50%减征；对归属地方收入的文化事业建设费，各省（区、市）财政、党委宣传部门可以结合当地经济发展水平、宣传思想文化事业发展等因素，在应缴费额 50%的幅度内减征。《财政部税务总局关于电影等行业税费支持政策的公告》（财政部税务总局公告 2020 年第 25 号）规定，为支持电影等行业发展，自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，免征文化事业建设费。根据《财政部税务总局关于延续实施应对疫情部分税费优惠政策的公告》（财政部税务总局公告 2021 年第 7 号），对文化事业建设费免征政策的执行期限延长至 2021 年 12 月 31 日。

2、税收优惠对业绩的影响

公司享受的税收优惠符合相关法律法规的规定，税收优惠对公司经营成果的

影响分析如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
所得税税收优惠金额	520.83	1,619.85	1,576.25	1,485.41
增值税优惠金额	92.35	338.68	306.77	237.42
文化事业建设费及六税两费	137.54	878.64	730.70	187.57
税收优惠金额合计	**750.72**	**2,837.16**	**2,613.72**	**1,910.39**
利润总额	2,220.07	6,809.06	6,900.75	6,668.53
税收优惠金额/利润总额	**33.82%**	**41.67%**	**37.88%**	**28.65%**

报告期内，发行人税收优惠金额分别为 1,910.39 万元、2,613.72 万元、2,837.16 万元和 750.72 万元，占当期利润总额的比例分别为 28.65%、37.88%、41.67%和 33.82%。

报告期内，发行人享受的税收优惠对公司的经营业绩有一定积极影响，符合公司所处行业特点。公司根据相关法律法规依法享受税收优惠，上述主要税收优惠政策在未来可预见的时间内具有持续性、稳定性。假设不考虑税收优惠政策，发行人仍然具有良好的持续盈利能力，发行人对税收优惠不存在重大依赖。

七、非经常性损益

报告期内，公司经发行人会计师核验的非经常性损益明细表如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
非流动性资产处置损益	-6.09	33.72	85.71	77.39
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	660.82	1,656.92	1,991.49	3,209.12
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	55.81
单独进行减值测试的应收款项、合同资产减值准备转回	10.00	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	83.52	324.53	255.11	212.71
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-79.44	-60.85	-68.37	-26.75
其他符合非经常性损益定义的损益项目	32.85	101.00	95.23	53.89
非经常性损益总额	**701.67**	**2,055.32**	**2,359.17**	**3,582.18**

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
减：非经常性损益的所得税影响数	81.55	165.41	168.29	166.17
非经常性损益净额	**620.12**	**1,889.91**	**2,190.87**	**3,416.01**
减：归属于少数股东的非经常性损益净影响数（税后）	189.61	377.12	425.21	256.93
归属于公司普通股股东的非经常性损益	**430.51**	**1,512.79**	**1,765.67**	**3,159.08**

报告期内，公司非经常性损益主要由政府补助等项目形成，其中，政府补助金额对发行人经营业绩的影响如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
计入其他收益的政府补助	660.72	1,654.09	1,991.49	3,209.12
计入营业外收入的政府补助	0.10	2.83	-	-
合计	**660.82**	**1,656.92**	**1,991.49**	**3,209.12**
利润总额	2,220.07	6,809.06	6,900.75	6,668.53
计入当期损益的政府补助金额/利润总额	29.77%	24.33%	28.86%	48.12%
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	1,632.90	4,781.95	4,798.51	3,044.16

报告期内，发行人计入当期损益的政府补助金额分别为 3,209.12 万元、1,991.49 万元、1,656.92 万元和 660.82 万元，占当期利润总额的比例分别为 48.12%、28.86%、24.33%和 29.77%。

八、主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2022-06-30/ 2022 年 1-6 月	2021-12-31/ 2021 年度	2020-12-31/ 2020 年度	2019-12-31/ 2019 年度
流动比率（倍）	4.05	3.04	3.43	3.25
速动比率（倍）	4.00	3.01	3.40	3.19
资产负债率（合并）	30.49%	37.37%	33.20%	36.23%
资产负债率（母公司）	34.90%	42.27%	29.38%	34.13%
应收账款周转率（次）	1.02	3.06	3.13	3.50
存货周转率（次）	16.80	50.38	38.36	22.31
息税折旧摊销前利润（万元）	3,546.26	9,328.65	7,911.99	7,453.85
归属于公司普通股股东的净利润（万元）	2,063.41	6,294.75	6,564.18	6,203.24
扣除非经常性损益后归	1,632.90	4,781.95	4,798.51	3,044.16

财务指标	2022-06-30/ 2022 年 1-6 月	2021-12-31/ 2021 年度	2020-12-31/ 2020 年度	2019-12-31/ 2019 年度
属于公司普通股股东的净利润（万元）				
研发投入占营业收入的比例	3.42%	2.82%	3.39%	3.74%
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	-0.74	0.82	0.77	0.67
每股净现金流量(元/股)	-0.82	0.30	1.37	0.16
归属于公司普通股股东的每股净资产（元/股）	4.25	4.07	3.74	3.07

注：上述指标的计算公式如下：

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

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均账面价值

存货周转率=营业成本/存货平均账面价值

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+使用权资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

归属于公司普通股股东的净利润=净利润-少数股东损益

扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润=归属于公司普通股股东的净利润-归属于公司普通股股东的非经常性损益

研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

每股净现金流量=当期现金流量净额/期末股本总额

归属于公司普通股股东的每股净资产=归属于公司普通股股东的净资产/期末股本总额

（二）净资产收益率和每股收益

根据《公开发行证券公司信息披露规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算与披露》（2010 年修订），公司加权平均净资产收益率及基本每股收益和稀释每股收益如下：

期间	报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2022 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	4.51%	0.19	0.19
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	3.57%	0.15	0.15
2021 年度	归属于公司普通股股东的净利润	14.50%	0.57	0.57
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	11.02%	0.43	0.43
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	21.25%	0.73	0.73

期间	报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	15.54%	0.53	0.53
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	24.69%	0.69	0.69
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.12%	0.34	0.34

注：1、加权平均净资产收益率=P0/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0－Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

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

2、基本每股收益=P0÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0-Sk

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

3、稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0－Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

报告期内公司不存在稀释性的潜在普通股。

九、经营成果分析

报告期内，公司简要利润表如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	占比	金额	增长率	金额	增长率	金额
一、营业收入	**22,564.17**	**40.56%**	**55,627.39**	**19.90%**	**46,394.54**	**17.74%**	**39,404.90**
减：营业成本	10,527.33	39.04%	26,968.76	20.10%	22,455.67	21.61%	18,465.63
税金及附加	244.83	82.32%	297.42	23.56%	240.70	-56.81%	557.33
销售费用	6,130.38	49.01%	12,508.62	20.15%	10,410.72	13.93%	9,138.05
管理费用	3,016.21	40.07%	7,526.71	16.60%	6,455.07	8.55%	5,946.75

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	占比	金额	增长率	金额	增长率	金额
研发费用	772.43	49.25%	1,568.24	-0.42%	1,574.87	6.77%	1,475.07
财务费用	-182.61	95.13%	-191.95	79.46%	-106.96	43.57%	-74.50
加：其他收益	693.58	39.52%	1,755.09	-15.89%	2,086.72	-36.05%	3,263.00
投资收益	175.64	28.55%	615.15	28.76%	477.74	28.90%	370.62
信用减值损失	-619.32	25.40%	-2,437.92	163.37%	-925.68	4.45%	-886.28
资产减值损失	-	-	-17.58	-48.48%	-34.13	667.57%	-4.45
资产处置收益	-5.05	240.71%	-2.10	/	-	/	-
二、营业利润	**2,300.44**	**33.52%**	**6,862.22**	**-1.53%**	**6,969.12**	**4.97%**	**6,639.46**
加：营业外收入	0.30	2.32%	12.86	37.49%	9.35	-84.33%	59.68
减：营业外支出	80.67	122.21%	66.01	-15.06%	77.72	153.89%	30.61
三、利润总额	**2,220.07**	**32.60%**	**6,809.06**	**-1.33%**	**6,900.75**	**3.48%**	**6,668.53**
减：所得税费用	46.90	42.40%	110.63	-12.83%	126.91	-48.33%	245.62
四、净利润	**2,173.17**	**32.44%**	**6,698.43**	**-1.11%**	**6,773.84**	**5.46%**	**6,422.90**
其中：归属于母公司股东的净利润	2,063.41	32.78%	6,294.75	-4.10%	6,564.18	5.82%	6,203.24

报告期内，公司营业收入分别为 39,404.90 万元、46,394.54 万元、55,627.39 万元和 22,564.17 万元，2019 年至 2021 年年均复合增长率为 18.81%，持续增长。公司净利润分别为 6,422.90 万元、6,773.84 万元、6,698.43 万元和 2,173.17 万元。2022 年 1-6 月公司营业收入及净利润占上年比重分别为 40.56%和 32.44%，主要系公司收入存在一定的季节性特征所致。

（一）营业收入分析

1、营业收入构成及变动分析

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	22,385.40	99.21%	55,104.41	99.06%	45,560.74	98.20%	39,096.82	99.22%
其他业务收入	178.77	0.79%	522.99	0.94%	833.80	1.80%	308.08	0.78%
合计	**22,564.17**	**100.00%**	**55,627.39**	**100.00%**	**46,394.54**	**100.00%**	**39,404.90**	**100.00%**

报告期内，公司收入均来自于主营业务收入，包括广告宣传服务、信息服务、移动增值业务、技术服务。报告期内主营业务收入占营业收入比例均在 98%以上，主营业务突出。

公司主营业务收入由 2019 年的 39,096.82 万元增长至 2021 年的 55,104.41 万元，年均复合增长率为 18.72%，主要系公司广告宣传服务收入增长所致。

（1）主营业务收入

①主营业务收入按业务类别分析

报告期内，公司主营业务收入按业务类别分类如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告宣传服务	15,801.21	70.59%	37,033.85	67.21%	29,887.69	65.60%	24,458.30	62.56%
信息服务	3,060.92	13.67%	6,194.77	11.24%	5,630.03	12.36%	4,709.53	12.05%
移动增值业务	1,032.45	4.61%	3,714.83	6.74%	3,922.97	8.61%	3,933.58	10.06%
技术服务	2,490.82	11.13%	8,160.96	14.81%	6,120.05	13.43%	5,995.41	15.33%
合计	**22,385.40**	**100.00%**	**55,104.41**	**100.00%**	**45,560.74**	**100.00%**	**39,096.82**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入包括广告宣传服务、信息服务、移动增值业务和技术服务，其中广告宣传服务为公司最主要的收入来源，各期收入占比均在 60%以上。

A、广告宣传服务

公司广告宣传服务系基于公司在山东省内的信息传播能力和品牌影响力，通过大众网、齐鲁晚报网、半岛网、鲁中网、海报新闻客户端、齐鲁壹点客户端等多类型新闻媒体资讯平台，为客户提供多维度的综合宣传服务。基于公司多年来在宣传领域积累的丰富经验、多宣传手段协调发展的优势，以及在山东省内的信息传播能力，公司广告宣传服务收入保持稳健增长。报告期内，公司广告宣传服务的收入分别为 24,458.30 万元、29,887.69 万元、37,033.85 万元和 15,801.21 万元，2020 年、2021 年分别较上年增长 22.20%、23.91%，2022 年 1-6 月占 2021 年的比重为 42.67%。

2019 年至 2021 年，公司广告宣传服务收入增长的原因主要为：

a、我国经济形势向好，互联网用户规模持续扩大，网络广告行业市场规模不断增长

我国经济形势向好、网络基础建设不断完善、移动互联网快速发展，根据中

国互联网络信息中心（CNNIC）发布的《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2022 年 6 月，我国网民规模达 10.51 亿人，互联网普及率达 74.4%。报告期内，我国网民规模累计提升 2.23 亿人，互联网普及率累计提升 14.8%。受益于我国互联网用户规模的不断扩大，网络普及率和使用率的提升以及互联网用户网络黏性的增强，我国网络广告市场规模持续保持增长。根据 CNNIC 统计，2020 年中国互联网广告市场规模达 4,966 亿元，同比增长 14.4%。2016-2020 年间，我国互联网广告市场规模复合增长率高达 21.28%。

b、公司内容资源丰富，品牌权威性及影响力较强

公司依托强大的内容资源和公司网站品牌的权威性、及时性，加强内容建设，网站的访问量持续增长，公司的品牌影响力及品牌价值不断提升，公司网络广告投放效果得以提升，对网络广告客户的吸引力进一步增强。

c、公司的地区网络及行业覆盖逐步完善

公司依托“大众网”在山东 16 地市设立地方频道，实现了山东省的地域全覆盖，并通过财经、房产家居、经济信息、教育、文旅、政务、交通、商业消费、健康等不同行业频道的设置和丰富的媒体表现形式拓宽覆盖的受众范围，建立起多层次、全方位、立体式传播体系，实现对各类客户的全面覆盖。

d、公司加强营销队伍建设，加大市场开拓力度

报告期内，公司充分利用作为山东省内具有品牌和公信力的权威媒体的地位和优势，不断加强营销队伍建设，优化营销策略，加大市场开拓力度，深入挖掘党政部门、企事业单位的宣传和营销需求，并逐步积累了丰富的活动推广经验，各类广告宣传服务的承接能力不断增强。

2022 年 1-6 月，公司广告宣传服务实现营业收入 15,801.21 万元，占 2021 年该业务收入的比重为 42.67%，主要系该业务具有一定季节性，公司上半年广告宣传服务收入规模往往低于下半年。

B、信息服务

公司的信息服务业务主要为舆情服务业务。舆情服务指公司根据客户需求，在网络信息的积累和大数据的基础上，进行媒体信息的挖掘、定制、监测、分析、

研究和判断，并向客户提供舆情研究咨询相关的服务，帮助客户应对网络舆论危机和提升品牌价值。此外，公司还提供定期向用户推送电子版或纸质版舆情咨询总结报告的服务。

除舆情服务外，公司还开展新闻信息版权销售业务，凭借自身积累的新闻资源，向腾讯、凤凰网、新浪等商业网站销售新闻资源。

报告期内，公司信息服务收入分别为 4,709.53 万元、5,630.03 万元、6,194.77 万元和 3,060.92 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
舆情服务	2,937.71	95.97%	5,697.65	91.98%	5,251.96	93.28%	4,417.25	93.79%
新闻信息版权销售等其他信息服务	123.21	4.03%	497.12	8.02%	378.07	6.72%	292.29	6.21%
合计	**3,060.92**	**100.00%**	**6,194.77**	**100.00%**	**5,630.03**	**100.00%**	**4,709.53**	**100.00%**

报告期内，公司信息服务业务中舆情服务收入分别为 4,417.25 万元、5,251.96 万元、5,697.65 万元和 2,937.71 万元，是信息服务业务的主要收入来源，各期占信息服务业务收入的比重分别为 93.79%、93.28%、91.98%和 95.97%。2020 年、2021 年分别较上年增长 834.71 万元、445.69 万元，增幅分别为 18.90%和 8.49%，2022 年 1-6 月收入占 2021 年比重为 51.56%。报告期内，公司舆情服务业务收入保持增长趋势，主要系舆情服务市场容量不断增长，而公司长期服务于山东省内各级党政机关和企事业单位，具有明显的品牌和公信力优势。报告期内，公司不断提高技术水平和产品功能，客户服务能力不断提升，并在服务现有客户的基础上，结合自身优势不断开发更广泛领域的潜在服务对象，客户规模不断增长。

报告期内，公司新闻信息版权销售等其他信息服务收入分别为 292.29 万元、378.07 万元、497.12 万元和 123.21 万元，各期收入相对较低。

C、移动增值业务

公司移动增值业务主要为手机报业务，通过手机报形式，向订阅用户提供新闻和信息服务，收取信息服务费。根据付费主体的不同，收费模式可以分为个付模式和统付模式。其中个付模式指国内移动终端用户对其订阅的手机报产品自行付费，用户可订阅某一个或者多个产品，个付模式下的目标客户主要为国内移动

终端用户，覆盖中国移动、中国联通、中国电信。统付模式指根据客户的需求提供定制化或者统一化的内部资讯、行业动态等移动增值产品，并使用由单位统一付费的模式。统付模式下的目标客户主要为政府机关、大型集团客户等。

报告期内，公司移动增值业务收入分别为 3,933.58 万元、3,922.97 万元、3,714.83 万元和 1,032.45 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
统付模式手机报业务	720.47	69.78%	2,862.27	77.05%	2,864.52	73.02%	2,875.14	73.09%
个付模式手机报业务	172.87	16.74%	479.13	12.90%	687.25	17.52%	893.44	22.71%
投票分成等其他移动增值业务	139.10	13.47%	373.44	10.05%	371.19	9.46%	165.00	4.19%
合计	**1,032.45**	**100.00%**	**3,714.83**	**100.00%**	**3,922.97**	**100.00%**	**3,933.58**	**100.00%**

报告期内，公司统付模式手机报业务收入分别为 2,875.14 万元、2,864.52 万元、2,862.27 万元和 720.47 万元，报告期内，统付模式手机报业务收入占比在 60%以上。2019 年至 2021 年，统付模式手机报业务收入较为稳定，2022 年 1-6 月，统付模式手机报收入占 2021 年的比重为 25.17%，相对较低，主要系征订客户受财政资金预算影响，部分在下半年办理征订手续。

报告期内，公司个付模式手机报业务收入分别为 893.44 万元、687.25 万元、479.13 万元和 172.87 万元。报告期内，公司个付模式手机报业务收入呈下降趋势，主要受个付模式手机报计费用户规模变动所致。

D、技术服务

公司拥有多年网站建设、运营和维护经验，拥有坚实的技术支持基础，凭借自主采编、公信力和权威性等方面的优势，承担各类地方党政机关、学校及各行业客户的网站设计、建设调试、媒体运营维护及其他软硬件类技术服务。公司技术服务具体包括网站建设与系统集成服务、新媒体托管与运营等。

其中，网站建设与系统集成服务指网站建设及包括软件开发、设备搭建等在内的综合性的系统集成项目服务；新媒体托管与运营指网站、公众号及 APP 的托管运营等，包括平台日常运行维护、平台内容编审发布等。

报告期内，公司技术服务收入分别为 5,995.41 万元、6,120.05 万元、8,160.96

万元和 2,490.82 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
网站建设与系统集成服务	605.89	24.32%	4,281.25	52.46%	2,212.67	36.15%	3,270.21	54.55%
新媒体托管与运营	1,884.93	75.68%	3,879.70	47.54%	3,907.38	63.85%	2,725.20	45.45%
合计	**2,490.82**	**100.00%**	**8,160.96**	**100.00%**	**6,120.05**	**100.00%**	**5,995.41**	**100.00%**

报告期内，公司技术服务收入分别为 5,995.41 万元、6,120.05 万元、8,160.96 万元和 2,490.82 万元，2020 年、2021 年分别较上年增长 124.65 万元、2,040.90 万元，增幅分别为 2.08%、33.35%；2022 年 1-6 月占 2021 年比重为 30.52%。公司技术收入增长主要系公司影响力扩大、认可度提高，客户规模不断增加所致。

报告期内，公司网站建设与系统集成服务收入分别为 3,270.21 万元、2,212.67 万元、4,281.25 万元和 605.89 万元，呈现一定的波动性，主要是因为系统集成类技术服务业务，通常在年初处于洽谈、招投标或者合同签订阶段，在产品安装调试完成，经客户验收合格并取得客户终验合格报告时一次性确认收入，合同签订与收入确认的时间差导致该类业务呈现一定的波动性特征。2019 年，公司承建的山东省海洋局机关山东省海洋意识教育示范基地升级改造项目带来 451.69 万元收入、承建的北京中科软件有限公司省残疾人康复中心项目一期工程智能化工程带来收入 420.38 万元等，导致当年系统集成类收入较高。2021 年，公司承建的山东省人民检察院司法鉴定中心、预防职务犯罪警示教育基地及司法警察训练基地电工程项目通过验收带来收入 366.78 万元，公司为临沂市委宣传部建设“记录小康工程”数据库带来收入 190.57 万元。此外，网站建设与系统集成服务项目通常具有规模大，建成后可持续运行时间较长等特点，因此对于同一客户，技术服务项目的持续性较低，因此各年公司网站建设与系统集成服务的收入规模和客户群体亦存在一定波动。

报告期内，公司新媒体托管与运营业务收入分别为 2,725.20 万元、3,907.38 万元、3,879.70 万元和 1,884.93 万元，2020 年较 2019 年增长 1,182.18 万元，主要系公司新增为山东省委宣传部提供“学习强国”山东学习平台、山东宣传网、山东宣传微信公众号运维服务取得收入 452.08 万元所致。2021 年较 2020 年新媒体托管与运营业务收入波动较小。

②主营业务收入按地区分析

报告期内，公司主营业务收入按地区构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
山东省内	20,515.93	91.65%	51,146.96	92.82%	41,975.37	92.13%	35,582.85	91.01%
山东省外	1,869.47	8.35%	3,957.44	7.18%	3,585.36	7.87%	3,513.97	8.99%
合计	**22,385.40**	**100.00%**	**55,104.41**	**100.00%**	**45,560.74**	**100.00%**	**39,096.82**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入中来自于山东省内客户的占比较高，各期收入占比分别为 91.01%、92.13%、92.82%和 91.65%。公司在山东省内具有较强的信息传播能力和品牌影响力，备受山东省内政府部门及企事业单位的青睐，因此，公司在山东区域收入占比较高。

报告期内，发行人省外客户及收入类型主要包括如下：A、在公司网站及手机客户端进行网络广告投放的省外客户，以及部分省外信息服务、技术服务业务客户；B、移动增值业务中的中国移动子公司咪咕数字、咪咕视讯等电信运营商客户。

（2）其他业务收入

公司的其他业务主要包括电子商务及商务服务，收入主要来源于电子商务平台收入及线下的商业贸易收入等。报告期内，公司其他业务收入分别为 308.08 万元、833.80 万元、522.99 万元和 178.77 万元。该业务的收入规模较小，非公司的主要收入来源。

（3）营业收入按季度分析

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	8,250.91	36.57%	7,201.95	12.95%	5,997.52	12.93%	5,535.17	14.05%
第二季度	14,313.26	63.43%	14,525.28	26.11%	10,248.07	22.09%	9,316.70	23.64%
第三季度	-	-	11,519.99	20.71%	10,494.85	22.62%	8,182.25	20.76%
第四季度	-	-	22,380.17	40.23%	19,654.09	42.36%	16,370.78	41.55%
合计	**22,564.17**	**100.00%**	**55,627.39**	**100.00%**	**46,394.54**	**100.00%**	**39,404.90**	**100.00%**

报告期内，公司收入存在一定的季节性分布，主要集中在第四季度，主要系

公司的客户中各类政府职能部门或其授权机构、下属企事业单位占比较高，其合同签署内部审批流程较长，因此公司与部分客户项目验收的时间较晚，收入确认通常具有一定的季节性特征。

报告期内，同行业上市公司营业收入季度分布情况如下：

单位：万元

公司	项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人民网	第一季度	32,009.96	44.72%	34,947.95	16.01%	32,091.67	15.28%	31,328.49	14.57%
	第二季度	39,561.82	55.28%	45,636.45	20.91%	38,377.04	18.27%	47,244.28	21.97%
	第三季度	-	-	47,893.61	21.94%	45,923.06	21.86%	43,164.15	20.08%
	第四季度	-	-	89,824.00	41.15%	93,649.33	44.59%	93,275.08	43.38%
	合计	**71,571.78**	**100.00%**	**218,302.01**	**100.00%**	**210,041.11**	**100.00%**	**215,012.00**	**100.00%**
新华网	第一季度	30,340.41	43.27%	27,825.87	16.14%	14,462.47	10.09%	25,797.25	16.43%
	第二季度	39,773.97	56.73%	35,760.67	20.74%	29,862.31	20.83%	34,056.89	21.69%
	第三季度	-	-	41,211.71	23.90%	27,623.57	19.27%	32,558.69	20.74%
	第四季度	-	-	67,609.12	39.21%	71,391.97	49.81%	64,575.67	41.13%
	合计	**70,114.38**	**100.00%**	**172,407.37**	**100.00%**	**143,340.32**	**100.00%**	**156,988.50**	**100.00%**
川网传媒	第一季度	3,883.40	46.85%	3,729.49	19.68%	4,055.01	20.87%	3,996.00	19.28%
	第二季度	4,404.91	53.15%	4,465.88	23.56%	5,153.80	26.52%	4,556.18	21.98%
	第三季度	-	-	4,103.64	21.65%	4,360.36	22.44%	4,108.25	19.82%
	第四季度	-	-	6,655.09	35.11%	5,864.25	30.18%	8,069.91	38.93%
	合计	**8,288.32**	**100.00%**	**18,954.10**	**100.00%**	**19,433.42**	**100.00%**	**20,730.34**	**100.00%**

注：川网传媒 2019 年至 2020 年数据来源于其招股说明书，为主营业务收入的季度分布情况。

2019 年至 2021 年，人民网第四季度收入占比分别为 43.38%、44.59%和 41.15%，新华网第四季度收入占比分别为 41.13%、49.81%和 39.21%，川网传媒第四季度收入占比分别为 38.93%、30.18%和 35.11%。经对比，同行业上市公司人民网、新华网、川网传媒均存在第四季度收入占比较高的情形，公司第四季度收入占比较高符合行业特征，具有合理性。

2、现金交易情况

报告期内，发行人现金交易的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
现金销售回款	-	-	10.45	2.65

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	22,564.17	55,627.39	46,394.54	39,404.90
现金销售回款占比	**-**	**-**	**0.02%**	**0.01%**

报告期内，公司现金销售回款金额分别为 2.65 万元、10.45 万元、0.00 万元和 0.00 万元，占公司当年营业收入的比例分别为 0.01%、0.02%、0.00%和 0.00%，发生现金销售的主要原因系个别中小客户因交易习惯、无对公账户等原因以现金付款。

报告期内，公司现金销售回款金额较低，无现金采购情况，公司现金交易的客户、供应商与公司及其控股股东、董事、监事、高管或其他关联方之间不存在关联关系。

3、第三方回款情况

报告期内，公司第三方回款的金额分别为 5,350.11 万元、4,653.96 万元、5,407.95 万元和 1,206.26 万元，占公司当年营业收入的比例分别为 13.58%、10.03%、9.72%和 5.35%。具体明细如下：

单位：万元

第三方回款情形	2022年1-6月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
财政或政府部门统一代付	932.10	4,251.94	3,900.22	4,475.45
客户同一集团内的公司代为支付	83.94	212.08	100.38	196.01
客户的法定代表人、股东、实际控制人、财务、员工或相关人员亲属用个人账户代为支付	129.06	605.80	429.49	542.54
抵账代为支付	-	4.00	3.00	0.00
合同指定由第三方支付	30.30	191.23	38.56	17.00
发行人员工代收款	-	71.50	74.42	66.25
其他	30.87	71.40	107.88	52.86
合计	**1,206.26**	**5,407.95**	**4,653.96**	**5,350.11**
占当期营业收入的比重	**5.35%**	**9.72%**	**10.03%**	**13.58%**

报告期内，公司第三方回款主要为财政或政府部门统一代付，占营业收入比例为 11.36%、8.41%、7.64%和 4.13%，主要系公司政府部门、企事业单位客户较多，部分纳入财政预算，由财政部门或专门部门统一支付，从而构成第三方回款。公司第三方回款对应的营业收入真实，第三方回款具有商业合理性，符合行业经营特点。

公司针对客户委托第三方付款，建立了严格的内控管理制度。当客户存在委托第三方支付货款的需求时，公司会要求客户提供委托付款证明，说明委托付款的原因及合理性，核对实际付款人的身份信息，逐笔登记客户第三方回款，严格控制客户的第三方回款。针对报告期内存在的员工代收款的情况，公司就该事项予以整改，明确所有款项必须通过公司开立的银行账户收款。2021 年 12 月 31 日之后，未再出现员工代收款的情形。

（二）营业成本情况及变动分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	10,406.77	98.85%	26,675.53	98.91%	21,920.29	97.62%	18,425.84	99.78%
其他业务成本	120.55	1.15%	293.23	1.09%	535.38	2.38%	39.79	0.22%
合计	**10,527.33**	**100.00%**	**26,968.76**	**100.00%**	**22,455.67**	**100.00%**	**18,465.63**	**100.00%**

报告期内，公司营业成本分别为 18,465.63 万元、22,455.67 万元、26,968.76 万元和 10,527.33 万元。主营业务成本分别为 18,425.84 万元、21,920.29 万元、26,675.53 万元和 10,406.77 万元，占营业成本比例分别为 99.78%、97.62%、98.91% 和 98.85%。

1、主营业务成本分析

报告期内，主营业务成本按业务类别划分情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告宣传服务	8,804.86	84.61%	21,662.57	81.21%	17,568.76	80.15%	14,815.42	80.41%
信息服务	762.58	7.33%	1,596.08	5.98%	1,379.23	6.29%	1,424.25	7.73%
移动增值业务	94.14	0.90%	250.80	0.94%	259.22	1.18%	163.23	0.89%
技术服务	745.19	7.16%	3,166.09	11.87%	2,713.08	12.38%	2,022.94	10.98%
合计	**10,406.77**	**100.00%**	**26,675.53**	**100.00%**	**21,920.29**	**100.00%**	**18,425.84**	**100.00%**

（1）广告宣传服务

报告期内，发行人广告宣传服务的成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	3,192.18	36.25%	6,981.69	32.23%	6,058.96	34.49%	5,144.95	34.73%
活动支出	1,950.54	22.15%	5,064.00	23.38%	4,386.19	24.97%	3,726.87	25.16%
策划制作费	1,603.75	18.21%	4,090.62	18.88%	2,472.53	14.07%	1,802.12	12.16%
广告宣传费	391.29	4.44%	1,583.03	7.31%	1,262.68	7.19%	1,004.42	6.78%
信息及技术服务费	636.84	7.23%	1,138.15	5.25%	1,188.54	6.77%	884.31	5.97%
房租、折旧及摊销	630.60	7.16%	1,061.66	4.90%	1,059.35	6.03%	885.59	5.98%
差旅交通费	149.98	1.70%	567.51	2.62%	486.14	2.77%	547.36	3.69%
其他	249.67	2.84%	1,175.91	5.43%	654.37	3.72%	819.81	5.53%
合计	**8,804.86**	**100.00%**	**21,662.57**	**100.00%**	**17,568.76**	**100.00%**	**14,815.42**	**100.00%**

报告期内，公司广告宣传服务成本由职工薪酬、活动支出、策划制作费、广告宣传费等构成。其中，职工薪酬、活动支出、策划制作费合计占比分别为72.05%、73.53%、74.49%和 76.62%。职工薪酬主要系采编人员的工资薪酬、五险一金等；活动支出主要系公司为客户提供线下宣传活动执行过程中产生的相关费用，例如场地布置及租赁费用、活动物料费等；策划制作费主要系外购的策划、设计制作服务费用；广告宣传费主要系为客户提供广告宣传服务过程中在外部平台投放广告或进行推广所发生的相关费用。

报告期内，公司广告宣传服务业务成本分别为 14,815.42 万元、17,568.76 万元、21,662.57 万元和 8,804.86 万元，2019 年至 2021 年持续增长，主要原因系：①采编人员等员工数量的增长导致人工成本增加；②随着广告宣传收入的增长，公司活动支出、策划制作费等各项外购服务费用相应增长。报告期内，公司广告宣传服务的各项主要成本与该业务的营业收入变动趋势基本一致。2022 年 1-6 月，广告宣传服务成本占 2021 年的比重为 40.65%，主要系 2022 年 1-6 月广告宣传服务收入受季节性影响，占全年比重较低，相应的成本支出较少所致。

（2）信息服务

报告期内，发行人信息服务业务的成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	414.85	54.40%	774.87	48.55%	648.60	47.03%	624.44	43.84%

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信息及技术服务费	96.73	12.68%	232.82	14.59%	204.36	14.82%	234.46	16.46%
邮寄和印刷费	89.85	11.78%	185.94	11.65%	143.59	10.41%	106.70	7.49%
房租、折旧及摊销	61.33	8.04%	111.63	6.99%	98.42	7.14%	68.56	4.81%
差旅及劳务费	16.79	2.20%	108.33	6.79%	78.41	5.69%	169.41	11.89%
活动支出	38.23	5.01%	85.53	5.36%	81.36	5.90%	122.28	8.59%
其他	44.80	5.88%	96.96	6.07%	124.47	9.02%	98.39	6.91%
合计	**762.58**	**100.00%**	**1,596.08**	**100.00%**	**1,379.23**	**100.00%**	**1,424.25**	**100.00%**

公司信息服务业务成本主要包括职工薪酬、信息及技术服务费、邮寄和印刷费等。其中，邮寄和印刷费主要系公司为客户提供舆情杂志所产生的印刷成本和邮寄成本等；信息及技术服务费主要系公司舆情服务相关的系统、信息化平台的运营和维护成本。

报告期内，信息服务业务成本中的职工薪酬分别为 624.44 万元、648.60 万元、774.87 万元和 414.85 万元，呈增长趋势，与公司人员数量增加及该类业务收入规模的扩大趋势相一致。

（3）移动增值业务

报告期内，发行人移动增值业务的成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信息及技术服务费	49.96	53.07%	124.67	49.71%	130.08	50.18%	25.51	15.63%
职工薪酬	26.61	28.27%	97.57	38.91%	81.71	31.52%	102.67	62.90%
房租、折旧及摊销	16.43	17.46%	25.97	10.35%	37.01	14.28%	27.36	16.76%
其他	1.13	1.20%	2.58	1.03%	10.43	4.02%	7.71	4.72%
合计	**94.14**	**100.00%**	**250.80**	**100.00%**	**259.22**	**100.00%**	**163.23**	**100.00%**

公司移动增值业务的成本主要包括职工薪酬、信息及技术服务费、房租、折旧及摊销等。报告期内，公司移动增值业务成本中职工薪酬费用分别为 102.67 万元、81.71 万元、97.57 万元和 26.61 万元，金额较低，主要系移动增值业务职工薪酬主要为手机报编辑人员的薪酬，该项业务需要的人员较少所致。2020 年职工薪酬较上年下降的主要原因系公司享受社保减免，职工薪酬中不含保险费。

报告期内，公司移动增值业务成本中信息及技术服务费分别为 25.51 万元、

130.08 万元、124.67 万元和 49.96 万元，2020 年和 2021 年相对较高主要系新开展的“山东快报”业务采购技术服务所致。

（4）技术服务

报告期内，公司技术服务的成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信息及技术服务费	241.71	32.44%	1,216.92	38.44%	1,232.45	45.43%	943.74	46.65%
职工薪酬	415.42	55.75%	817.46	25.82%	616.23	22.71%	542.13	26.80%
外购设备	33.41	4.48%	601.09	18.99%	368.61	13.59%	385.94	19.08%
策划制作费	13.82	1.86%	249.13	7.87%	247.05	9.11%	73.23	3.62%
房租、折旧及摊销	18.14	2.43%	35.86	1.13%	38.99	1.44%	22.06	1.09%
其他	22.69	3.04%	245.62	7.76%	209.75	7.73%	55.84	2.76%
合计	**745.19**	**100.00%**	**3,166.09**	**100.00%**	**2,713.08**	**100.00%**	**2,022.94**	**100.00%**

报告期内，公司技术服务成本分别为 2,022.94 万元、2,713.08 万元、3,166.09 万元和 745.19 万元。主要为信息及技术服务费、职工薪酬、外购设备成本等。2020 年，技术服务业务成本增长较快，主要为信息及技术服务费及职工薪酬金额增加；2021 年，技术服务成本增加，主要为职工薪酬及外购设备费用有所增长。2022 年 1-6 月，技术服务成本占 2021 年比重为 23.54%，主要系 2022 年 1-6 月技术服务收入相对较少所致。

2、其他业务成本分析

报告期内，公司其他业务成本分别为 39.79 万元、535.38 万元、293.23 万元和 120.55 万元。公司其他业务规模较小，成本存在一定波动，具有合理性。

（三）综合毛利及毛利率分析

1、毛利构成及变动分析

报告期内，公司毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务毛利	**11,978.62**	**99.52%**	**28,428.88**	**99.20%**	**23,640.45**	**98.75%**	**20,670.98**	**98.72%**
其中：广告宣传服务毛利	6,996.35	58.12%	15,371.28	53.64%	12,318.93	51.46%	9,642.88	46.05%
信息服务毛利	2,298.34	19.09%	4,598.69	16.05%	4,250.80	17.76%	3,285.28	15.69%
移动增值业务毛利	938.31	7.80%	3,464.04	12.09%	3,663.75	15.30%	3,770.35	18.01%
技术服务毛利	1,745.62	14.50%	4,994.87	17.43%	3,406.97	14.23%	3,972.47	18.97%
其他业务毛利	**58.21**	**0.48%**	**229.76**	**0.80%**	**298.42**	**1.25%**	**268.29**	**1.28%**
综合毛利	**12,036.84**	**100.00%**	**28,658.64**	**100.00%**	**23,938.87**	**100.00%**	**20,939.26**	**100.00%**

报告期内，毛利额 98%以上来源于主营业务，报告期各期占综合毛利的比重分别为 98.72%、98.75%、99.20%和 99.52%。

报告期内，广告宣传服务毛利贡献率最高，各期分别为 46.05%、51.46%、53.64%和 58.12%；信息服务毛利贡献率存在一定波动，各期分别为 15.69%、17.76%、16.05%和 19.09%；移动增值业务毛利贡献率有所下降，各期分别为 18.01%、15.30%、12.09%和 7.80%；技术服务由于受单个项目收入影响较大，毛利贡献率存在一定波动，各期分别为 18.97%、14.23%、17.43%和 14.50%。

2、毛利率分析

报告期内，公司毛利率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
主营业务毛利率	**53.51%**	**51.59%**	**51.89%**	**52.87%**
其中：广告宣传服务毛利率	44.28%	41.51%	41.22%	39.43%
信息服务毛利率	75.09%	74.24%	75.50%	69.76%
移动增值业务毛利率	90.88%	93.25%	93.39%	95.85%
技术服务毛利率	70.08%	61.20%	55.67%	66.26%
其他业务毛利率	**32.56%**	**43.93%**	**35.79%**	**87.08%**
综合毛利率	**53.34%**	**51.52%**	**51.60%**	**53.14%**

报告期内，公司综合毛利率分别为 53.14%、51.60%、51.52%和 53.34%，报告期内波动较小，综合毛利率的变动系受各主营业务毛利率变动及其业务结构变动的共同影响。报告期内各项业务毛利率变动的原因具体分析如下：

（1）广告宣传服务毛利率分析

报告期内，公司广告宣传服务收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	占比	金额	变动率	金额	变动率	金额
收入	15,801.21	42.67%	37,033.85	23.91%	29,887.69	22.20%	24,458.30
成本	8,804.86	40.65%	21,662.57	23.30%	17,568.76	18.58%	14,815.42
毛利率	44.28%	/	41.51%	/	41.22%	/	39.43%

报告期内，公司广告宣传服务毛利率分别为 39.43%、41.22%、41.51%和 44.28%，2019 年至 2021 年波动较小，2022 年 1-6 月小幅上涨，主要系 2022 年 1-6 月未计提年终奖，广告宣传服务职工薪酬相对较低所致。

报告期内，公司广告宣传服务毛利率呈小幅上升趋势，主要系公司在加大市场开拓力度、挖掘客户需求的同时加强成本管控，收入的增长幅度高于成本的增长幅度所致。

（2）信息服务毛利率分析

报告期内，公司信息服务收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	占比	金额	变动率	金额	变动率	金额
收入	3,060.92	49.41%	6,194.77	10.03%	5,630.03	19.55%	4,709.53
成本	762.58	47.78%	1,596.08	15.72%	1,379.23	-3.16%	1,424.25
毛利率	75.09%	/	74.24%	/	75.50%	/	69.76%

报告期内，公司信息服务毛利率分别为 69.76%、75.50%、74.24%和 75.09%，报告期内有所波动。其中 2019 年信息服务毛利率相对较低，主要系当年发生的活动支出、差旅及劳务费相对较高所致，2020 年以来受疫情影响，减少了相关支出。报告期内，公司信息服务毛利率整体相对较高，主要系公司信息服务主要为包括舆情监测、舆情研究咨询、舆情杂志等在内的舆情服务，而公司舆情服务的开展基于自主研发的“大众情报工作平台”等完整系列舆情工作信息化平台，相关成本前期已费用化，报告期内信息服务主要成本系职工薪酬等相对固定成本。公司信息服务已在山东省内具有品牌影响力，信息服务客户和收入形成了一定规模，在成本相对固定的情况下，公司信息服务毛利率较高。

（3）移动增值业务毛利率分析

报告期内，公司移动增值业务收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	占比	金额	变动率	金额	变动率	金额
收入	1,032.45	27.79%	3,714.83	-5.31%	3,922.97	-0.27%	3,933.58
成本	94.14	37.53%	250.80	-3.25%	259.22	58.80%	163.23
毛利率	90.88%	/	93.25%	/	93.39%	/	95.85%

报告期内，公司移动增值业务毛利率分别为 95.85%、93.39%、93.25%和 90.88%，毛利率略有下降但始终保持在较高水平。

报告期内，公司移动增值业务毛利率较高，一方面系移动增值业务中和移动运营商合作开展的个付版手机报业务中存在内容服务费和渠道推广费的部分行业版手机报，以及投票业务采用净额法确认收入，即将从电信运营商获得的分成金额，扣除对应的内容服务费分成金额和渠道推广费分成金额后的净额，确认为营业收入；另一方面系移动增值业务成本主要为手机报编辑人员的职工薪酬，所需人员相对较少，人工成本相对较低所致。2022 年 1-6 月，移动增值业务毛利率相对较低主要系统付模式手机报征订客户受财政资金预算影响，部分在下半年办理征订手续，收入相对较低所致。

（4）技术服务毛利率分析

报告期内，公司技术服务收入、成本及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	占比	金额	变动率	金额	变动率	金额
收入	2,490.82	30.52%	8,160.96	33.35%	6,120.05	2.08%	5,995.41
成本	745.19	23.54%	3,166.09	16.70%	2,713.08	34.12%	2,022.94
毛利率	70.08%	/	61.20%	/	55.67%	/	66.26%

报告期内，公司技术服务可具体细分为：网站建设与系统集成服务、新媒体托管与运营服务。新媒体托管与运营服务通常不涉及大量的外购服务成本，毛利率较高；而需要安装调试、硬件设备的系统集成服务因项目复杂程度较高，通常涉及较高的外采服务、设备、软件和人员投入等，因此毛利率较低。报告期内，公司技术服务毛利率分别为 66.26%、55.67%、61.20%和 70.08%，存在一定波动。

2020 年，技术服务毛利率较 2019 年下降了 10.59 个百分点，主要系 2020 年

技术服务收入增长幅度低于成本增长幅度。技术服务成本增长主要系技术服务费增长较多。其中，2020 年发行人向大众云学采购的信息服务费为 481.88 万元，金额较高，主要为山东省工业和信息化厅企业家网络运维项目服务相关的外购成本。

2021 年，技术服务毛利率较 2020 年上升了 5.54 个百分点，主要系 2021 年技术服务收入增长幅度高于成本增长幅度。2021 年山东省委宣传部“学习强国”山东学习平台运维及山东宣传网运维项目收入为 348.58 万元，相关外采成本为 3.40 万元；中国共产党临沂市委员会宣传部“纪录小康数据库搭建工程”收入为 190.57 万元，相关外采成本为 48.30 万元。

2022 年 1-6 月，技术服务毛利率较 2021 年上升了 8.88 个百分点，主要系 2022 年 1-6 月，技术服务中需要外购设备的项目较少，外购设备成本较低所致。

3、与同行业可比上市公司毛利率的比较

公司在选取可比公司时结合行业相关性、业务相似性等标准，选取了人民网、新华网、川网传媒作为可比公司。

报告期内，公司与同行业上市公司综合毛利率对比情况如下：

公司简称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人民网	46.93%	53.32%	52.81%	50.76%
新华网	30.28%	30.57%	38.74%	39.83%
川网传媒	39.83%	47.53%	52.55%	54.15%
平均值	**39.02%**	**43.80%**	**48.03%**	**48.25%**
发行人	**53.34%**	**51.52%**	**51.60%**	**53.14%**

报告期内，公司综合毛利率略高于同行业平均水平，与人民网、川网传媒基本持平，高于新华网。

报告期内，公司综合业务毛利率高于新华网的主要原因系新华网移动互联网业务、网络技术服务毛利率较低，2019 年至 2021 年，新华网移动互联网业务毛利率分别为 9.54%、16.30%和 4.93%，网络技术服务的毛利率分别为 20.36%、16.00%和 2.00%，该两项业务收入合计占比分别为 27.88%、29.40%和 25.94%。因此新华网综合毛利率较低。

报告期内，公司各项业务毛利率与同行业公司具体按业务类别情况如下：

（1）广告宣传服务

报告期内，公司广告宣传服务毛利率与同行业类似业务对比情况如下：

公司简称	业务类型	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
人民网	广告及宣传服务	未披露	55.62%	57.59%	54.17%
新华网	网络广告	未披露	43.78%	52.06%	53.68%
川网传媒	宣传推广服务	未披露	未披露	58.99%	61.21%
平均值		**/**	**49.70%**	**56.21%**	**56.35%**
发行人	**广告宣传服务**	**44.28%**	**41.51%**	**41.22%**	**39.43%**

2019年至2021年，公司广告宣传服务的毛利率低于同行业可比公司。其中，公司广告宣传服务的毛利率低于人民网、新华网，主要系公司与人民网、新华网经营区域与面向的客户群体存在一定差异，人民网、新华网为中央重点新闻网站，业务辐射全国，具有更广泛的影响力，因而在广告宣传服务的细分类型和定价策略上与公司存在一定的差异，从而毛利率也存在差异；公司广告宣传服务毛利率低于川网传媒，主要系公司的广告宣传服务与川网传媒的宣传推广服务业务收入构成有所不同，川网传媒的宣传推广服务包括广告宣传服务、宣传活动策划、新媒体托管与运营，而发行人的新媒体托管与运营服务收入并入技术服务，因而两者毛利率存在一定差异。

（2）信息服务

报告期内，公司信息服务毛利率与同行业类似业务对比情况如下：

公司简称	业务类型	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
人民网	数据及信息服务	未披露	47.44%	47.03%	43.68%
新华网	信息服务	未披露	40.23%	48.30%	42.68%
川网传媒	网络舆情服务	未披露	未披露	37.56%	51.55%
平均值		**/**	**43.84%**	**44.30%**	**45.97%**
发行人	**信息服务**	**75.09%**	**74.24%**	**75.50%**	**69.76%**

注：人民网2020年和2021年年度报告中修改了业务分类，上表中人民网2020年和2021年毛利率为数据及信息服务毛利率数据，2019年毛利率为信息服务毛利率。

2019年至2021年，公司信息服务的毛利率高于人民网与新华网，主要系人民网与新华网的信息业务与公司信息服务在提供的细分服务类型上存在差异，其中，人民网的数据及信息服务业务除通过向用户提供舆情大数据分析、舆情咨询研究外，还提供卫星数据应用等垂直领域的智能化、个性化、多功能、安全性数

据服务，以及通过自身运营及与电信运营商合作的方式，通过移动平台，向用户提供新闻、舆情、生活、娱乐等信息服务；新华网信息服务业务除多媒体信息服务、大数据智能分析服务，还包括毛利率相对较低的大型论坛、会议活动等。因此公司与人民网、新华网信息服务的毛利率存在一定差异。

2019 年至 2021 年，公司信息服务的毛利率高于川网传媒的原因系作为省级舆情监测平台，公司信息服务的业务规模高于川网传媒，随着业务平台的逐渐完善，相关业务的拓展所需的外购服务成本及运维成本相对较低。此外，川网传媒 2020 年网络舆情服务毛利率较 2019 年下降，主要系受新冠疫情影响，收入规模与 2019 年相比有所下降所致，使得公司该业务毛利率 2020 年与川网传媒差异较大。

（3）移动增值业务

报告期内，公司移动增值业务毛利率与同行业类似业务对比情况如下：

公司简称	业务类型	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人民网	移动增值	未披露	未披露	未披露	51.32%
新华网	移动互联网	未披露	4.93%	16.30%	9.54%
川网传媒	移动信息服务	57.39%	59.19%	64.82%	67.72%
平均值		**57.39%**	**32.06%**	**40.56%**	**42.86%**
发行人	**移动增值业务**	**90.88%**	**93.25%**	**93.39%**	**95.85%**

新华网的“移动互联网业务”中的细分业务较为多元化，既包括手机阅读、移动语音、手机视频、动漫游戏等移动增值业务，同时还包括提供教育平台技术服务、在线教育服务和党建活动服务等业务，因此新华网的移动互联网业务毛利率与公司移动增值业务不具有可比性。

报告期内，公司移动增值业务的毛利率较高，主要系公司移动增值业务中和电信运营商合作开展的个付版手机报业务中，存在内容服务费和渠道推广费的部分行业版手机报采用净额法确认收入，即将从电信运营商获得的分成金额，扣除对应的内容服务费分成金额和渠道推广费分成金额后的净额，确认为营业收入。

（4）技术服务

报告期内，公司技术服务毛利率与同行业类似业务对比情况如下：

公司简称	业务类型	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人民网	网络技术服务	未披露	51.29%	47.82%	未披露
新华网	网络技术服务	未披露	2.00%	16.00%	20.36%
川网传媒	技术服务	未披露	未披露	41.45%	46.32%
平均值		**/**	**26.65%**	**35.09%**	**33.34%**
发行人	**技术服务**	**70.08%**	**61.20%**	**55.67%**	**66.26%**

注：人民网 2020 年和 2021 年年度报告中修改了业务分类，2019 年年度报告中收入分类无网络技术服务。

2019 年至 2021 年，公司技术服务毛利率高于同行业可比公司，尤其高于新华网，主要原因系公司与其技术服务业务的收入结构差异较大。近年来，新华网持续加大技术集成业务拓展，技术服务成本大幅上升，且政府网站承建运维业务收入减少，导致其毛利率持续下降，而发行人技术业务中毛利率相对较高的新媒体托管与运营服务的收入占比较高，因而毛利率相对较高。

（四）期间费用分析

1、销售费用

报告期内，公司销售费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	5,175.86	84.43%	10,192.76	81.49%	7,953.77	76.40%	6,354.11	69.53%
宣传推广费	300.09	4.90%	864.99	6.92%	1,159.84	11.14%	993.46	10.87%
折旧与摊销	193.09	3.15%	425.60	3.40%	22.55	0.22%	20.66	0.23%
制作费	158.85	2.59%	306.64	2.45%	295.47	2.84%	387.12	4.24%
服务费	170.77	2.79%	238.82	1.91%	211.67	2.03%	375.28	4.11%
办公费	77.57	1.27%	229.59	1.84%	151.93	1.46%	231.82	2.54%
差旅费	27.71	0.45%	105.15	0.84%	97.62	0.94%	94.37	1.03%
租赁费	4.98	0.08%	43.77	0.35%	406.80	3.91%	456.80	5.00%
劳务费用	7.26	0.12%	25.07	0.20%	43.07	0.41%	76.62	0.84%
其他	14.19	0.23%	76.22	0.61%	68.00	0.65%	147.81	1.62%
合计	**6,130.38**	**100.00%**	**12,508.62**	**100.00%**	**10,410.72**	**100.00%**	**9,138.05**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用分别为 9,138.05 万元、10,410.72 万元、12,508.62 万元和 6,130.38 万元，各期占营业收入的比重分别为 23.19%、22.44%、22.49%和 27.17%。报告期内，公司销售费用主要为职工薪酬、宣传推广费，各期合计占销售费用的比重分别为 80.41%、87.54%、88.40%和 89.32%。2019 年至 2021

年，公司销售费用呈持续增长趋势，主要系随着公司业务规模的逐渐扩大，销售费用中职工薪酬增长较快所致。报告期内，发行人销售费用中的职工薪酬分别为6,354.11 万元、7,953.77 万元、10,192.76 万元和 5,175.86 万元，2020 年、2021 年增幅分别为 25.18%、28.15%。一方面，公司为了加大业务推广力度，在各地市分公司都配备了相应的销售人员，销售人员人数呈增长趋势，报告期各期末，公司的销售人员人数分别为 599 人、729 人、746 人和 740 人；另一方面，2021 年销售费用中职工薪酬增长较多，系 2020 年度存在社保减免，2021 年度上述社保减免政策到期所致。

2020 年，销售费用中宣传推广费较高，主要系公司推广海报新闻 APP 及宣传齐鲁壹点品牌发生的费用较高所致。

2019 年至 2021 年，销售费用中制作费、服务费整体呈下降趋势，主要系公司有效控制费用支出所致。

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，将租入资产确认为使用权资产，根据销售部门分摊的使用权资产的折旧费用确认相应的销售费用，因此，2021 年销售费用中的租赁费金额较低，相应的折旧及摊销金额增加。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	2,290.96	75.96%	5,626.81	74.76%	4,694.67	72.73%	4,231.44	71.16%
办公费	212.49	7.04%	726.09	9.65%	624.50	9.67%	661.88	11.13%
折旧与摊销	356.36	11.81%	683.87	9.09%	203.96	3.16%	164.29	2.76%
租赁费	43.58	1.44%	169.93	2.26%	579.18	8.97%	474.70	7.98%
物业水电暖气费	43.50	1.44%	146.68	1.95%	146.43	2.27%	106.19	1.79%
劳务费	19.61	0.65%	43.92	0.58%	49.83	0.77%	57.81	0.97%
装修费	0.87	0.03%	22.96	0.31%	75.63	1.17%	45.99	0.77%
三公经费	5.68	0.19%	16.62	0.22%	13.10	0.20%	42.70	0.72%
交通费	7.63	0.25%	12.21	0.16%	31.30	0.48%	102.98	1.73%
其他	35.52	1.18%	77.62	1.03%	36.45	0.56%	58.76	0.99%
合计	**3,016.21**	**100.00%**	**7,526.71**	**100.00%**	**6,455.07**	**100.00%**	**5,946.75**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用分别为 5,946.75 万元、6,455.07 万元、7,526.71 万元和 3,016.21 万元，占各期营业收入的比重分别为 15.09%、13.91%、13.53%和 13.37%。报告期内，公司管理费用主要为职工薪酬、办公费、折旧与摊销和租赁费，各期合计占管理费用比重分别为 93.03%、94.54%、95.75%和 96.26%，均在 90.00%以上。

2020 年公司管理费用较上年增加 508.32 万元，增幅为 8.55%，主要原因系：①2020 年职工薪酬较上年增加 463.23 万元；②2019 年底，公司新购进无形资产，使得 2020 年管理费用中折旧及摊销较上年增加 39.67 万元。

2021 年公司管理费用较上年增加 1,071.65 万元，增幅为 16.60%，主要原因系：①2021 年职工薪酬较上年增加 932.14 万元；②2021 年办公费较上年增加 101.60 万元；③公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，将租入资产确认为使用权资产，根据管理部门分摊的使用权资产的折旧费用确认相应的管理费用，因此，2021 年管理费用中的租赁费金额较低，相应的折旧及摊销金额增加。

2022 年 1-6 月管理费用占上年比重为 40.07%，主要系上半年职工薪酬未包含年终奖所致。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	704.61	91.22%	1,446.76	92.25%	1,447.09	91.89%	1,301.67	88.24%
折旧摊销费	45.74	5.92%	88.58	5.65%	7.99	0.51%	33.39	2.26%
委外研发费用	17.15	2.22%	16.21	1.03%	-	0.00%	37.38	2.53%
房租	-	0.00%	-	0.00%	78.24	4.97%	54.02	3.66%
其他	4.93	0.64%	16.69	1.06%	41.56	2.64%	48.61	3.30%
合计	**772.43**	**100.00%**	**1,568.24**	**100.00%**	**1,574.87**	**100.00%**	**1,475.07**	**100.00%**

报告期内，公司研发费用分别为 1,475.07 万元、1,574.87 万元、1,568.24 万元和 772.43 万元，占营业收入的比例分别为 3.74%、3.39%、2.82%和 3.42%，主要为研发人员的薪酬。报告期内，随着业务规模增长公司加大了人力、物力等研发投入，研发费用逐年上升。报告期内，公司不存在研发费用资本化的情形。

报告期内，公司主要研发项目费用及截至本招股说明书签署日的实施进度如下：

单位：万元

项目	项目预算	研发费用				项目实施进度
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
山东手机报全媒体平台升级	800.00	-	317.90	258.47	272.44	已结项
基于大数据的移动新媒体综合服务平台升级	1,260.00	-	268.35	216.43	215.27	已结项
互联网+项目	81.60	-	-	-	74.02	已结项
基于深度学习和大数据技术的智能推荐系统研究与应用	65.00	-	-	-	41.53	已结项
基于大数据技术面向海量新闻分布式爬虫系统研究与应用	60.00	-	-	-	36.64	已结项
基于大数据技术用户画像的广告投放系统研究与应用	30.00	-	-	-	23.97	已结项
海外党建 6+1 客户端软件	16.50	-	-	-	16.30	已结项
互联网数据采集系统	13.82	-	-	-	13.76	已结项
电商情报系统	14.40	-	-	-	14.36	已结项
电子商务公共服务中心平台、电子商务公共服务中心 WAP 版	43.00	-	-	-	42.86	已结项
山东电商大数据供应商管理系统	26.00	-	-	12.30	12.63	已结项
基于语音识别和短视频拍摄技术的情报站系统开发与应用	8.00	-	-	-	7.68	已结项
基于智能封面智能裁切及视频 DNA 技术的视频系统开发与应用	10.00	-	-	-	9.30	已结项
基于 tf-idf 相似度算法的新闻去重软件系统研究与应用	15.00	-	-	-	15.80	已结项
连接媒体终端与线下场景的实时互动与展示小程序开发与应用	18.00	-	-	-	18.11	已结项
基于人脸识别技术的齐鲁志愿者认证与志愿服务管理系统开发与应用	10.00	-	-	-	10.34	已结项
基于人脸识别技术的大数据新闻推荐算法应用于实践	12.00	-	-	-	12.04	已结项
5G 技术在网络直播中的应用与实践	38.00	-	-	-	36.98	已结项
基于数据可视化技术的齐鲁壹点智慧融媒指挥调度平台开发与应用	20.00	-	-	-	10.53	已结项
基于大数据数学模型的分布式壹点智搜系统开发与应用	20.00	-	-	-	17.75	已结项
基于分布式文件系统和 Spark 的用户画像构建系统开发与应用	10.00	-	-	-	10.45	已结项
扶贫办公业务平台	91.00	-	-	-	51.15	已结项
贫困户管理 APP	25.00	-	-	-	22.07	已结项
公安融媒体联动云平台	69.68	-	-	-	44.12	已结项
齐鲁智慧媒体云	60.00	-	-	-	119.61	已结项

项目	项目预算	研发费用				项目实施进度
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
大众舆情云监测系统 V4.0	105.00	-	-	-	204.16	已结项
传播效果分析系统 V1.0	25.00	-	-	-	55.81	已结项
智慧党建云平台	32.85	-	-	-	65.37	已结项
山东电商大数据统计平台	27.00	-	-	25.32	-	已结项
万象资讯平台	35.50	-	-	33.22	-	已结项
海报惠生活平台	12.00	-	-	10.88	-	已结项
碧水责任平台	12.00	-	-	11.26	-	已结项
增强型彩信发送管理系统	26.00	-	-	24.76	-	已结项
海洋科普馆线上展览系统	23.60	-	-	22.52	-	已结项
基于区块链技术的文明链系统开发与运用	70.00	-	-	51.09	-	已结项
济南头条新闻 APP	40.00	-	-	40.01	-	已结项
媒体库软件系统	70.00	-	-	52.47	-	已结项
齐鲁车展小程序	70.00	-	-	25.89	-	已结项
壹点云高招小程序	70.00	-	-	34.64	-	已结项
齐鲁智云媒体联盟	60.00	-	-	42.15	-	已结项
壹点挂失链	20.00	-	-	74.86	-	已结项
端媒统一生产管理平台	35.00	-	-	20.41	-	已结项
5G 智能短视频升级项目--媒资管理系统	35.00	-	-	28.14	-	已结项
精准普法平台	91.00	-	59.40	80.02	-	已结项
山东文化产业发展云平台	20.00	-	-	17.63	-	已结项
网格化服务管理平台	100.00	-	-	95.05	-	已结项
相对扶贫系统	26.00	-	-	24.48	-	已结项
美丽庭院数据管理系统	35.00	-	-	31.64	-	已结项
“财纪通”一体化平台	60.00	-	-	55.17	-	已结项
智能供稿系统 V2.0	205.00	-	-	198.56	-	已结项
大众舆情协同处置云平台	90.00	-	-	87.48	-	已结项
B2B2C 电商综合解决方案平台	26.00	-	22.08	-	-	已结项
碧水责任平台项目（二期）	57.00	-	56.31	-	-	已结项
项目管理系统	6.30	-	6.36			已结项
网络宣传管理系统	5.30	-	5.30			已结项
小绿洲有声读物	11.30	-	11.47			已结项
齐鲁智云 DMP 管理系统	18.00	-	5.66	-	-	已结项
壹点智库数据分析管理系统	20.00	-	11.50	-	-	已结项
齐鲁智云 SSP 管理系统	10.00	-	8.46	-	-	已结项
齐鲁智云 DSP 管理系统	10.00	-	9.86	-	-	已结项
APP 自动化测试系统	40.00	-	17.48	-	-	已结项

项目	项目预算	研发费用				项目实施进度
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
小白片小程序	15.00	-	14.60	-	-	已结项
壹点 X 实验室	20.00	-	17.51	-	-	已结项
新闻热点脉络自动生成算法	20.00	-	11.39	-	-	已结项
新闻智能评论生成系统	20.00	-	13.54	-	-	已结项
智能采编 2.0	14.00	-	13.59	-	-	已结项
壹点直播	18.00	-	17.92	-	-	已结项
虚拟主播	10.00	-	9.94	-	-	已结项
壹点有缘	11.00	-	10.32	-	-	已结项
智能视频系统开发与应用	11.00	-	10.48	-	-	已结项
壹点互动体验区开发与应用	24.00	-	23.78	-	-	已结项
壹点智能编辑部开发与应用	26.00	-	25.94	-	-	已结项
壹起奔跑	44.00	-	43.58	-	-	已结项
泉心为民双报到实事展评系统	21.00	-	20.57	-	-	已结项
基于大数据技术和实体识别技术的壹点知识图谱系统	16.00	-	15.56	-	-	已结项
基于实体识别和 NLP 技术的人机交互系统	25.00	-	21.45	-	-	已结项
“党史知识竞赛”答题系统	97.00	-	95.65	-	-	已结项
融媒体智能检校系统	99.00	-	98.27	-	-	已结项
“纪录小康工程”数据平台	84.00	-	82.85	-	-	已结项
大众传播评价系统 V2.0	66.00	33.67	64.17	-	-	已结项
政务融媒体平台	41.50	-	40.79	-	-	已结项
检务舆情大数据辅助系统	26.00	-	24.93	-	-	已结项
全媒体考核系统	18.00	-	16.82	-	-	已结项
建党百年线上主题展服务系统	15.00	-	13.83	-	-	已结项
印刷信息管理平台	46.00	-	44.42	-	-	已结项
全景 VR 实时互动平台 720 全景和视频管理系统和软件开发	34.36	17.15	16.21	-	-	未结项
网络宣传管理系统升级版	10.50	10.38	-	-	-	已结项
云电商产业园	30.10	14.99	-	-	-	未结项
儒家文化 APP2 期	47.10	46.24	-	-	-	未结项
爱心捐赠小程序管理系统	38.80	37.14	-	-	-	未结项
社科类规划项目服务管理平台 v1.0	34.90	34.61	-	-	-	未结项
教育融媒体平台项目 v1.0	36.80	36.28	-	-	-	未结项
大众舆情云监测系统 V5.0	43.50	42.11	-	-	-	未结项
壹点活动平台	30.00	31.42	-	-	-	已结项
2022 山东社会科学普及竞赛	41.00	41.55	-	-	-	未结项
齐鲁小作家壹起写平台	30.00	30.44	-	-	-	未结项

项目	项目预算	研发费用				项目实施进度
		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	
有 Ai 不孤单	26.00	26.66	-	-	-	未结项
寻爱盲盒	22.00	23.02	-	-	-	未结项
壹点问园	25.00	25.80	-	-	-	未结项
壹点线索调度平台	21.00	21.59	-	-	-	未结项
壹起吃	23.00	23.96	-	-	-	未结项
壹起画	26.00	26.64	-	-	-	未结项
壹球成鸣	24.00	24.57	-	-	-	未结项
海豹数藏	300.00	50.32	-	-	-	已结项
数字化办公中台	450.00	10.26	-	-	-	未结项
海报新闻项目	300.00	163.63	-	-	-	未结项
合计		**772.43**	**1,568.24**	**1,574.87**	**1,475.07**	

4、财务费用

报告期内，公司财务费用构成情况如下所示：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利息费用	40.76	94.58	-	-
减：利息收入	227.68	304.46	112.69	81.71
汇兑损益	-	0.34	-4.81	-4.95
手续费及其他	4.31	17.59	10.53	12.16
合计	**-182.61**	**-191.95**	**-106.96**	**-74.50**

报告期内，公司的财务费用分别为-74.50 万元、-106.96 万元、-191.95 万元和-182.61 万元，主要为利息收入。报告期内，公司主要依赖于自身经营积累，未通过银行借款等方式进行债务融资，不存在相关的利息支出。公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，2021 年利息费用 94.58 万元、2022 年 1-6 月利息费用 40.76 万元系计提的租赁负债利息费用。

5、期间费用率

（1）公司期间费用率变动分析

报告期内，发行人期间费用率情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	6,130.38	27.17%	12,508.62	22.49%	10,410.72	22.44%	9,138.05	23.19%
管理费用	3,016.21	13.37%	7,526.71	13.53%	6,455.07	13.91%	5,946.75	15.09%
研发费用	772.43	3.42%	1,568.24	2.82%	1,574.87	3.39%	1,475.07	3.74%
财务费用	-182.61	-0.81%	-191.95	-0.35%	-106.96	-0.23%	-74.50	-0.19%
合计	**9,736.40**	**43.15%**	**21,411.63**	**38.49%**	**18,333.70**	**39.52%**	**16,485.36**	**41.84%**

报告期内，公司期间费用分别为 16,485.36 万元、18,333.70 万元、21,411.63 万元和 9,736.40 万元，占营业收入的比例分别为 41.84%、39.52%、38.49%和 43.15%。期间费用率变化较小，2019 年至 2021 年呈下降趋势，2022 年 1-6 月略有增长。

①销售费用率

报告期内，公司销售费用率分别为 23.19%、22.44%、22.49%和 27.17%，2020 年较 2019 年呈下降趋势，主要系公司销售团队提高推广效率，有效控制宣传推广费、制作费、服务费等外购服务所致。2021 年较 2020 年变动较小。2022 年 1-6 月销售费用率有所上升，主要系费用相对固定的情况下，2022 年上半年收入相对较少所致。

②管理费用率

报告期内，公司管理费用率分别为 15.09%、13.91%、13.53%和 13.37%，报告期内呈下降趋势，主要原因系：2019 年至 2021 年，职工薪酬为主要的管理费用，各期占比分别为 71.16%、72.73%和 74.76%，管理费用中职工薪酬呈上升趋势，但增长幅度仍低于收入增长幅度；②公司逐步优化管理架构，增强成本控制能力，交通费、三公经费等得到了有效控制，增长幅度均低于收入的增幅；③2022 年 1-6 月，管理费用率下降主要系职工薪酬未包含年终奖所致。

③研发费用率

报告期内，公司研发费用率分别为 3.74%、3.39%、2.82%和 3.42%，报告期内有所波动，主要受当期研发项目所需研发费用投入金额变动的影响。

④财务费用率

报告期内，公司财务费用率分别为-0.19%、-0.23%、-0.35%和-0.81%，持续为负数，主要原因系由于报告期内公司经营规模不断扩大、股东增资等原因，公司各期货币资金余额较大，因而各期利息收入均高于其它支出。

（2）期间费用率与同行业公司的对比分析

报告期内，公司与同行业公司期间费用率对比情况如下：

公司简称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人民网	44.71%	37.45%	32.60%	29.85%
新华网	22.24%	23.69%	27.28%	25.49%
川网传媒	29.53%	33.45%	31.53%	32.14%
平均值	32.16%	31.53%	30.47%	29.16%
发行人	**43.15%**	**38.49%**	**39.52%**	**41.84%**

注：同行业公司数据来源于 Wind 资讯；

报告期内，公司及同行业公司期间费用率的具体构成情况如下：

公司简称	销售费用占收入比例				管理费用占收入比例			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人民网	22.97%	20.51%	18.27%	17.14%	15.54%	12.07%	12.39%	10.86%
新华网	13.97%	14.86%	15.98%	16.10%	7.25%	6.85%	7.90%	6.57%
川网传媒	16.94%	15.90%	16.01%	15.89%	21.04%	20.80%	17.61%	18.77%
平均值	**17.96%**	**17.09%**	**16.75%**	**16.38%**	**14.61%**	**13.24%**	**12.63%**	**12.07%**
发行人	**27.17%**	**22.49%**	**22.44%**	**23.19%**	**13.37%**	**13.53%**	**13.91%**	**15.09%**
公司简称	**研发费用占收入比例**				**财务费用占收入比重**			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人民网	5.40%	3.96%	2.06%	2.28%	0.80%	0.90%	-0.12%	-0.44%
新华网	3.99%	3.91%	5.05%	4.56%	-2.97%	-1.93%	-1.64%	-1.74%
川网传媒	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	-8.45%	-3.25%	-2.09%	-2.53%
平均值	**3.13%**	**2.63%**	**2.37%**	**2.28%**	**-3.54%**	**-1.42%**	**-1.28%**	**-1.57%**
发行人	**3.42%**	**2.82%**	**3.39%**	**3.74%**	**-0.81%**	**-0.35%**	**-0.23%**	**-0.19%**

报告期内，除川网传媒无研发费用外，公司与同行业公司费用类型基本相同，其中财务费用金额相对较小，占比较低。报告期内，公司整体期间费用率高于同行业平均水平，其中，主要为销售费用率高于同行业平均水平。

①销售费用率

报告期内，发行人销售费用主要包括职工薪酬、宣传推广费等，与同行业公

司的销售费用核算内容基本一致。报告期内，公司销售费用率较同行业公司偏高，主要系公司为了加大业务推广力度，安排的销售人员较多，销售费用中对应的职工薪酬较高所致。报告期内，公司销售费用中职工薪酬占营业收入的比重与同行业公司对比情况如下：

单位：万元

公司简称	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人民网	销售费用-职工薪酬	13,852.89	38,046.09	31,251.38	29,498.68
	营业收入	71,571.78	218,302.01	210,041.11	215,012.00
	占比	19.36%	17.43%	14.88%	13.72%
新华网	销售费用-职工薪酬	6,430.94	17,327.00	15,371.49	16,759.81
	营业收入	70,114.38	172,407.37	143,340.32	156,988.50
	占比	9.17%	10.05%	10.72%	10.68%
川网传媒	销售费用-职工薪酬	1,042.56	2,261.35	2,221.19	2,474.36
	营业收入	8,288.32	18,954.10	19,442.36	20,749.82
	占比	12.58%	11.93%	11.42%	11.92%
发行人	销售费用-职工薪酬	5,175.86	10,192.76	7,953.77	6,354.11
	营业收入	22,564.17	55,627.39	46,394.54	39,404.90
	占比	22.94%	18.32%	17.14%	16.13%

经对比，报告期内公司销售费用中职工薪酬占营业收入比重均高于同行业可比公司，因此公司销售费用率较高。

②管理费用率

报告期内，公司的管理费用率高于新华网，低于川网传媒，2019 年至 2021 年，公司的管理费用率高于人民网，2022 年 1-6 月略低于人民网，主要系管理费用具有一定刚性和规模效应，人民网、新华网收入规模较大，规模效应明显，其管理费用率相对较低，川网传媒收入规模较小，管理费用率相对较高。

③研发费用率

报告期内，公司的研发费用率高于同行业公司平均水平，主要系同行业公司川网传媒报告期内无研发费用，公司的研发费用率与人民网、新华网基本一致。

④财务费用率

报告期内，公司的财务费用率为负，与同行业公司不存在显著差异，符合公司所处行业的特点。

（五）利润表其他重要项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
城市建设维护费	50.99	158.91	127.69	95.92
教育费附加	21.84	67.59	54.64	41.02
地方教育费附加	14.56	44.85	36.42	27.35
地方水利建设基金	-	-	8.89	6.96
文化事业建设费	143.40	-	-	375.24
印花税	13.76	25.57	11.87	9.36
车船使用税	0.09	0.22	0.22	0.43
其他	0.18	0.29	0.98	1.05
合计	**244.83**	**297.42**	**240.70**	**557.33**

报告期内，公司的营业税金及附加分别为 557.33 万元、240.70 万元、297.42 万元和 244.83 万元，主要为城市建设维护费、教育费附加及文化事业建设费。2020 年及 2021 年，公司税金及附加下降主要系根据《关于电影等行业税费支持政策的公告》（财政部税务总局公告 2020 年第 25 号）、《关于延续实施应对疫情部分税费优惠政策的公告》（财政部税务总局公告 2021 年第 7 号），公司享受文化事业建设费税费减免，文化事业建设费减少所致。

2、其他收益

报告期内，公司其他收益构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助	660.72	1,654.09	1,991.49	3,209.12
个税返还	1.53	1.28	0.76	4.67
增值税加计抵减额	31.33	99.73	94.11	49.21
其他	-	-	0.36	-
合计	**693.58**	**1,755.09**	**2,086.72**	**3,263.00**

报告期内，公司其他收益分别为 3,263.00 万元、2,086.72 万元、1,755.09 万

元和 693.58 万元，主要为政府补助。报告期内，公司计入其他收益的政府补助情况如下：

单位：万元

补助项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	与资产相关/与收益相关
媒体融合补助资金（主流媒体建设）	-	256.31	543.69	-	与资产相关/与收益相关
齐心鲁力-山东战“疫”宣传活动经费	-	97.01	-	-	与收益相关
海报新闻移动融媒体平台	51.74	103.56	303.68	306.13	与资产相关/与收益相关
“山东智慧媒体云”建设（一期）项目	27.49	54.99	54.99	2,144.34	与资产相关/与收益相关
稳岗补贴	7.00	12.69	62.89	0.74	与收益相关
支持新媒体产业发展奖励资金	-	200.00	-	-	与收益相关
2020 年寻找青年政治佳活动经费	-	0.18	11.37	-	与收益相关
高校毕业生就业补贴	-	3.10	-	-	与收益相关
见习补贴	-	1.50	-	-	与收益相关
广播电视和网络视听精品创作传播资金	-	50.00	-	-	与收益相关
税费减免	0.45	1.78	-	-	与收益相关
扶持资金	-	6.69	-	-	与收益相关
融媒体多平台视频直播工作室	5.93	23.26	25.71	25.71	与资产相关/与收益相关
5G+全景 VR 实时互动平台	36.26	58.98	67.95	0.13	与资产相关/与收益相关
“大交通”智慧全媒体项目	26.45	55.67	55.78	55.78	与资产相关/与收益相关
新媒体传播体系建设	18.65	37.29	37.29	37.29	与资产相关/与收益相关
新闻生产及导向把关	7.56	15.13	15.13	15.13	与资产相关/与收益相关
全媒体研发	5.39	10.78	10.78	10.78	与资产相关/与收益相关
多媒体发布平台	9.12	18.24	18.24	18.24	与资产相关/与收益相关
城市移动门户新闻传播网	6.80	13.59	13.59	13.59	与资产相关/与收益相关
智慧社区	22.70	45.41	127.33	65.74	与资产相关/与收益相关
智能传媒	17.18	34.37	34.37	206.25	与资产相关/与收益相关
智媒矩阵	24.04	232.04	253.39	1.54	与资产相关/与收益相关
主流媒体建设	27.82	55.50	128.78	-	与资产相关/与收益相关
齐鲁掌上通	8.69	17.38	4.42	-	与资产相关/与收益相关
新型智慧媒体	216.55	108.26	-	-	与资产相关/与收益相关
创新奖励	-	57.00	-	-	与收益相关
以工代训补贴	-	13.10	-	-	与收益相关
高新技术企业认定财政补助	-	48.56	-	-	与收益相关
企业研究开发财政补助	-	21.72	-	-	与收益相关
创新创业政策扶持资金	-	-	20.00	-	与收益相关

补助项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	与资产相关/与收益相关
“六个一百”专题采访经费	-	-	10.00	-	与收益相关
2019 年济南市软件企业荣誉资格和资质认证奖励	-	-	45.15	-	与收益相关
研发费用加计扣除奖励	-	-	30.96	-	与收益相关
网上蹴鞠博物馆	-	-	22.65	-	与收益相关
高新技术企业认定	-	-	40.00	-	与收益相关
高新技术企业补贴及研发补助	-	-	22.42	-	与收益相关
疫情吸纳就业和见习补贴	-	-	12.07	-	与收益相关
高校毕业生补贴	4.86	-	0.85	-	与收益相关
中小企业奖励	-	-	8.00	-	与收益相关
崂山区文化产业扶持资金	-	-	10.00	-	与收益相关
2018 年中宣办舆情信息直报点资助	-	-	-	4.00	与收益相关
2018 年鲁宣办舆情信息直报点资助	-	-	-	2.30	与收益相关
爱国主义教育数字展馆建设项目	-	-	-	200.00	与收益相关
收高新技术企业认定财政补助	-	-	-	27.44	与收益相关
2015 年蓝色硅谷区创新创业发展专项资金	-	-	-	9.00	与收益相关
建市 30 周年专项拨款	-	-	-	20.00	与收益相关
山东省科技厅研发费用补贴资金	-	-	-	14.82	与收益相关
省级服务业发展专项资金	-	-	-	30.00	与收益相关
社保补贴	-	-	-	0.16	与收益相关
2021 年寻找青年政治佳活动经费	37.42				与收益相关
2021 年度济南市扩消费、促发展专项资金	57.60				与收益相关
2021 年泉城 5152 和产业领军人才经费	40.00				与收益相关
中央文化产业发展专项资金	1.00				与收益相关
合计	**660.72**	**1,654.09**	**1,991.49**	**3,209.12**	

3、投资收益

报告期内，公司投资收益构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
权益法核算的长期股权投资收益	92.12	259.66	136.92	80.51
理财产品收益	83.52	324.53	255.11	212.71
处置长期股权投资产生的投资收益	-	30.96	85.71	77.39

合计	**175.64**	**615.15**	**477.74**	**370.62**

报告期内，公司投资收益分别为 370.62 万元、477.74 万元、615.15 万元和 175.64 万元，主要为理财产品收益及长期股权投资的投资收益。

报告期内，权益法核算的长期股权投资收益分别为 80.51 万元、136.92 万元、259.66 万元和 92.12 万元，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
大众云学	95.99	300.38	126.99	77.00
青岛幼吾幼	-0.19	-44.75	9.94	3.51
青岛硅谷	-3.69	4.03	-	-
合计	**92.12**	**259.66**	**136.92**	**80.51**

报告期内，处置长期股权投资产生的投资收益分别为 77.39 万元、85.71 万元、30.96 万元和 0.00 万元，2019 年处置长期股权投资产生的投资收益 77.39 万元系处置公司所持山东齐鲁融媒科技股份有限公司 29%股权取得的收益，2020 年处置长期股权投资产生的投资收益 85.71 万元系处置公司所持青岛幼吾幼 25%股权取得的收益，2021 年处置长期股权投资产生的投资收益 30.96 万元系处置公司所持青岛硅谷 41%股权、大众数科 51%股权取得的收益。

4、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收票据坏账损失	8.61	-133.91	-25.34	19.80
应收账款坏账损失	-617.54	-2,282.94	-894.25	-928.47
其他应收款坏账损失	-10.40	-21.07	-6.09	22.40
合计	**-619.32**	**-2,437.92**	**-925.68**	**-886.28**

报告期内，公司信用减值损失分别为-886.28 万元、-925.68 万元、-2,437.92 万元和-619.32 万元，主要为应收票据、应收账款、其他应收款等金融工具的坏账损失。2021 年公司信用减值损失较多主要系对恒大集团及其子公司的应收账款全额计提坏账准备所致。

5、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失系存货跌价损失，分别为-4.45 万元、-34.13 万元、-17.58 万元和 0.00 万元。

6、资产处置收益

2021 年，公司资产处置收益为-2.10 万元，系出售中国重汽集团房地产开发有限公司抵顶广告费的其中三个车位产生的处置损失。2022 年 1-6 月，公司资产处置收益为-5.05 万元，系租赁房产退租产生的资产处置损失。

7、营业外收入

报告期内，公司营业外收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
赔偿款收入	-	2.46	4.60	-
非流动资产毁损报废收入	-	5.40	-	-
政府补助（与经营无关）	0.10	2.83	-	-
奖励收入	-	-	1.00	3.28
股权折价	-	-	-	55.81
其他	0.20	2.17	3.75	0.59
合计	**0.30**	**12.86**	**9.35**	**59.68**

报告期内，公司营业外收入分别为 59.68 万元、9.35 万元、12.86 万元和 0.30 万元，金额较小，其中 2019 年股权折价 55.81 万元系投资大众云学的初始投资成本与公司享有的可辨认净资产公允价值份额之间的差额。奖励收入主要为获奖奖金等。

8、营业外支出

报告期内，公司营业外支出构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
滞纳金	0.00	19.91	0.01	0.30
罚款	-	0.25	0.40	1.02
赔偿款	70.63	36.31	75.60	24.84
非流动资产毁损报废损失	1.03	0.54	0.35	1.46
其他	9.00	9.00	1.36	3.00

合计	80.67	66.01	77.72	30.61

报告期内，公司营业外支出分别为 30.61 万元、77.72 万元、66.01 万元和 80.67 万元，金额较小，主要系赔偿款、滞纳金及罚款支出等。2021 年滞纳金主要为金税三期税务系统风险指标补缴增值税滞纳金。

（六）利润来源分析

报告期内，公司利润的主要来源如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业利润	2,300.44	6,862.22	6,969.12	6,639.46
营业外收支净额	-80.37	-53.16	-68.37	29.06
利润总额	2,220.07	6,809.06	6,900.75	6,668.53
营业利润占利润总额的比例	103.62%	100.78%	100.99%	99.56%
营业外收支净额占利润总额的比例	-3.62%	-0.78%	-0.99%	0.44%
净利润	2,173.17	6,698.43	6,773.84	6,422.90
归属于母公司股东的净利润	2,063.41	6,294.75	6,564.18	6,203.24

报告期内，公司营业利润占利润总额的比例分别为 99.56%、100.99%、100.78%和 103.62%，是公司利润的主要来源。报告期内，营业外收支净额占利润总额的比例分别为 0.44%、-0.99%、-0.78%和-3.62%，占比较低。

（七）纳税情况分析

1、主要税种缴纳情况

报告期内，公司主要税种纳税情况如下：

单位：万元

期间	项目	企业所得税	增值税
2019 年度	期初未交数	89.06	78.58
	本期应交数	192.26	1,536.98
	本期已交数	297.17	1,286.85
	期末未交数	-15.85	328.71
2020 年度	期初未交数	-15.85	328.71
	本期应交数	128.74	1,786.48
	本期已交数	136.74	1,648.80
	期末未交数	-23.85	466.39

2021 年度	期初未交数	-23.85	466.39
	本期应交数	250.03	2,250.93
	本期已交数	63.20	2,284.38
	期末未交数	162.98	432.94
2022 年 1-6 月	期初未交数	162.98	432.94
	本期应交数	12.15	759.16
	本期已交数	226.32	1,080.78
	期末未交数	-51.19	111.32

2、所得税费用与会计利润的关系

报告期内，公司所得税费用如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	2,220.07	6,809.06	6,900.75	6,668.53
按法定（或适用）税率计算的所得税费用	-	-	-	-
某些子公司适用不同税率的影响	20.52	253.18	200.71	207.64
对以前期间当期所得税的调整	-	-	-	-
权益法核算的合营企业和联营企业损益	0.19	11.62	-	-0.18
无须纳税的收入（以“-”填列）	-6.96	-20.80	-42.39	-
不可抵扣的成本、费用和损失	11.18	20.17	23.65	5.34
税率变动对期初递延所得税余额的影响	63.07	-45.84	9.39	71.79
利用以前年度未确认可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异的纳税影响（以“-”填列）	-	-	-	-
未确认可抵扣亏损和可抵扣暂时性差异的纳税影响	14.22	97.74	15.04	62.37
研究开发费加成扣除的纳税影响（以“-”填列）	-58.40	-110.14	-85.06	-102.98
其他	3.08	-95.31	5.56	1.64
所得税费用	46.90	110.63	126.91	245.62

（八）可能对持续盈利能力产生重大不利影响的因素及保荐人对公司持续盈利能力的核查结论意见

对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括但不限于：市场竞争加剧风险、业务资质到期不能续期风险、经营区域集中的风险、产业政策变化风险、宏观经济波动的风险、人才流失风险、房产租赁风险、创新风险、应收账款发生坏账的风险、毛利率下降的风险、营业收入季节性波动风险、税收优惠政策变动的风险、政府补助无法持续的风险、技术迭代风险、网络及系统安全风险、知识产权纠纷风险、行业监管的风险、控股股东不当控制的风险、公司规模扩大带来

的管理风险、关联交易持续发生的风险、发行失败风险、募集资金投资项目相关风险、净资产收益率和每股收益被摊薄的风险、新冠疫情风险。公司已在本招股说明书“第四节风险因素”中予以揭示。

保荐机构根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书中与盈利能力相关的信息披露指引》（证监会公告[2013]46 号）等法规对发行人进行了核查，认为报告期内发行人财务状况和盈利能力良好，发行人的经营模式未发生重大变化；发行人的行业地位及所处行业的经营环境未发生重大变化；发行人在用的重要资产或技术的取得或使用不存在重大不利变化；发行人最近一年的营业收入或净利润对关联方或有重大不确定性的客户不存在重大依赖；发行人最近一年的净利润不是主要来自合并财务报表范围以外的投资收益。

十、资产质量分析

（一）资产构成及变动分析

报告期各期末，公司资产结构如下所示：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	64,569.70	89.16%	68,972.77	89.68%	62,174.12	91.77%	43,624.78	88.29%
非流动资产	7,853.88	10.84%	7,937.78	10.32%	5,579.06	8.23%	5,785.80	11.71%
合计	**72,423.58**	**100.00%**	**76,910.56**	**100.00%**	**67,753.17**	**100.00%**	**49,410.57**	**100.00%**

报告期各期末，公司资产总额分别为 49,410.57 万元、67,753.17 万元、76,910.56 万元和 72,423.58 万元，2022 年 6 月末资产总额较 2021 年末有所下降，主要系货币资金减少所致。

报告期各期末，公司流动资产占总资产的比重分别为 88.29%、91.77%、89.68%和 89.16%，流动资产占比较高，符合所处行业轻资产运营的特点。

（二）流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司流动资产构成如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	38,022.34	58.89%	47,066.09	68.24%	43,725.42	70.33%	28,670.79	65.72%
应收票据	216.87	0.34%	353.05	0.51%	610.41	0.98%	155.30	0.36%
应收账款	24,207.77	37.49%	19,853.47	28.78%	16,472.10	26.49%	13,159.70	30.17%
预付款项	870.15	1.35%	766.19	1.11%	496.99	0.80%	424.68	0.97%
其他应收款	367.00	0.57%	259.93	0.38%	257.66	0.41%	423.46	0.97%
存货	675.09	1.05%	578.23	0.84%	492.45	0.79%	678.28	1.55%
其他流动资产	210.47	0.33%	95.81	0.14%	119.09	0.19%	112.57	0.26%
合计	**64,569.70**	**100.00%**	**68,972.77**	**100.00%**	**62,174.12**	**100.00%**	**43,624.78**	**100.00%**

报告期各期末，公司流动资产主要由货币资金和应收账款构成，上述项目合计占流动资产的比重分别为 95.89%、96.82%、97.02%和 96.38%。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成及变动情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	-	-	-	-	-	-	-	-
银行存款	37,723.76	99.21%	46,804.38	99.44%	43,536.79	99.57%	28,528.54	99.50%
其他货币资金	298.58	0.79%	261.72	0.56%	188.63	0.43%	142.25	0.50%
合计	**38,022.34**	**100.00%**	**47,066.09**	**100.00%**	**43,725.42**	**100.00%**	**28,670.79**	**100.00%**

报告期各期末，公司货币资金分别为 28,670.79 万元、43,725.42 万元、47,066.09 万元和 38,022.34 万元，占流动资产比重分别为 65.72%、70.33%、68.24%和 58.89%。报告期各期末，公司货币资金为银行存款和其他货币资金，其中其他货币资金主要为公司开展电商销售业务使用的支付宝、微信等账户的资金。

2020 年末，公司其他货币资金中受限货币资金为 0.75 万元，主要系履约保函保证金；报告期其他各期末无受限货币资金。

2020 年末，公司货币资金较 2019 年末增加 15,054.64 万元，增幅为 52.51%，主要原因系：（1）2020 年，公司销售商品、提供劳务收到的现金较上年增加 7,963.77 万元；（2）2020 年，公司进行增资，股东大众报业向公司增资 7,000.00 万元，同时 2019 年公司向股东支付现金分红款 2,488.68 万元，2020 年未进行现

金分红，使得筹资活动产生的现金流量净额较 2019 年增加 9,466.06 万元。

2021 年末，公司货币资金较 2020 年末增加 3,340.67 万元，增幅为 7.64%，主要原因系 2021 年公司营业收入较上年增加 9,232.85 万元，使得销售商品、提供劳务收到的现金大幅增加。

2022 年 6 月末，公司货币资金较 2021 年末减少 9,043.75 万元，减幅为 19.22%，主要原因系公司的政府、事业单位、国企类客户受资金预算、付款内部审批流程的影响，上半年回款较少。

2、应收票据

报告期各期末，公司应收票据构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
银行承兑汇票	210.00	374.80	141.23	70.00
商业承兑汇票	20.00	142.60	499.62	90.40
减：坏账准备	13.13	164.35	30.43	5.10
合计	**216.87**	**353.05**	**610.41**	**155.30**

报告期各期末，公司应收票据账面价值分别为 155.30 万元、610.41 万元、353.05 万元和 216.87 万元，占流动资产比重分别为 0.36%、0.98%、0.51%和 0.34%，报告期内，公司与客户主要通过银行汇款结算，应收票据规模较小。

2019 年末和 2020 年末公司应收票据主要为商业承兑汇票，占应收票据余额的比重分别为 56.36%和 77.96%。2020 年末，公司应收票据余额较 2019 年末增加 480.45 万元，增幅为 299.53%，主要原因系 2020 年度通过承兑汇票结算货款或服务费的客户增加。2021 年末，公司应收票据余额较 2020 年末减少 123.44 万元，减幅为 19.26%，主要原因系 2021 年度公司通过商业承兑汇票结算货款或服务费的客户减少。2022 年 6 月末，公司应收票据余额较 2021 年末减少 287.40 万元，主要系 2022 年 1-6 月公司通过银行承兑汇票结算货款或服务费的客户减少，同时公司将出票人未履约的商业承兑汇票转为应收账款所致。

报告期内，公司以应收账款进行初始确认后转为商业承兑汇票结算的，均已按照账龄连续计算的原则对应收票据充分计提坏账准备。

报告期各期末，公司均不存在已质押的应收票据，亦不存在已背书或贴现但

尚未到期的应收票据。

3、应收账款

（1）应收账款变动分析

报告期各期末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
应收账款余额	30,562.93	25,448.48	19,811.88	15,605.23
应收账款坏账准备	6,355.15	5,595.01	3,339.78	2,445.53
应收账款账面价值	24,207.77	19,853.47	16,472.10	13,159.70
营业收入	**22,564.17**	**55,627.39**	**46,394.54**	**39,404.90**
应收账款账面余额占营业收入比例	**135.45%**	**45.75%**	**42.70%**	**39.60%**

报告期各期末，公司应收账款账面余额分别为 15,605.23 万元、19,811.88 万元、25,448.48 万元和 30,562.93 万元，占各期营业收入的比例分别为 39.60%、42.70%、45.75%和 135.45%。应收账款账面余额占营业收入比例逐年递增，主要原因系：①政府、事业单位、国有企业类客户：实际结算时间受政府投资项目、财政预算安排、财政资金紧张程度、具体付款计划等多因素的影响，实际付款时间晚于合同安排的付款时间；②非国有企业等客户：受自身资金安排以及疫情的影响，回款速度放缓，回款周期延长。

（2）应收账款结构分析

①应收账款坏账准备情况

报告期各期末，公司应收账款坏账准备计提（适用新金融工具准则）的具体情况如下：

单位：万元

2022-06-30					
项目	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	预期信用损失率	
按单项计提坏账准备	1,250.34	4.09%	1,250.34	100.00%	-
按组合计提坏账准备	29,312.59	95.91%	5,104.81	17.42%	24,207.77

其中：					
应收客户款	29,312.59	95.91%	5,104.81	17.42%	24,207.77
合计	**30,562.93**	**100.00%**	**6,355.15**	**20.79%**	**24,207.77**

2021-12-31

项目	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	预期信用损失率	
按单项计提坏账准备	1,116.74	4.39%	1,116.74	100.00%	-
按组合计提坏账准备	24,331.74	95.61%	4,478.27	18.41%	19,853.47
其中：					
应收客户款	24,331.74	95.61%	4,478.27	18.41%	19,853.47
合计	**25,448.48**	**100.00%**	**5,595.01**	**21.99%**	**19,853.47**

2020-12-31

项目	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	预期信用损失率	
按单项计提坏账准备	176.60	0.89%	176.60	100.00%	-
按组合计提坏账准备	19,635.28	99.11%	3,163.18	16.11%	16,472.10
其中：					
应收客户款	19,635.28	99.11%	3,163.18	16.11%	16,472.10
合计	**19,811.88**	**100.00%**	**3,339.78**	**16.86%**	**16,472.10**

2019-12-31

项目	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	占比	金额	预期信用损失率	
按单项计提坏账准备	176.60	1.13%	176.60	100.00%	-
按组合计提坏账准备	15,428.63	98.87%	2,268.93	14.71%	13,159.70
其中：					
应收客户款	15,428.63	98.87%	2,268.93	14.71%	13,159.70
合计	**15,605.23**	**100.00%**	**2,445.53**	**15.67%**	**13,159.70**

②按单项计提坏账准备的应收账款

报告期各期末，按单项计提的坏账准备金额分别为 176.60 万元、176.60 万元、1,116.74 万元和 1,250.34 万元，占各期末应收账款坏账准备余额的 7.22%、5.29%、19.96%和 19.67%。截至 2022 年 6 月末，公司单项计提坏账准备的应收账款具体情况如下：

单位：万元

客户名称	账面余额	坏账准备	计提比例	计提理由
恒大系公司	835.13	835.13	100.00%	恒大系公司，应收款项预计无法收回
其他	415.21	415.21	100.00%	预计款项无法收回
合计	**1,250.34**	**1,250.34**		

注：“恒大系公司”系该类客户属于恒大集团及其下属公司。

③按组合计提坏账准备的应收账款

报告期各期末，按组合计提坏账准备的应收账款情况如下：

单位：万元

账龄	应收账款账面余额	比例	坏账准备	预期信用损失率	应收账款账面价值
2022-06-30					
1 年以内	18,737.04	63.92%	1,069.89	5.71%	17,667.16
1 至 2 年	5,749.24	19.61%	1,291.86	22.47%	4,457.39
2 至 3 年	2,192.54	7.48%	850.92	38.81%	1,341.61
3 至 4 年	1,181.84	4.03%	589.15	49.85%	592.69
4 至 5 年	523.26	1.79%	374.34	71.54%	148.92
5 年以上	928.66	3.17%	928.66	100.00%	-
合计	**29,312.59**	**100.00%**	**5,104.81**	**17.42%**	**24,207.77**
2021-12-31					
1 年以内	15,787.74	64.89%	1,031.88	6.54%	14,755.85
1 至 2 年	4,340.89	17.84%	958.03	22.07%	3,382.86
2 至 3 年	1,955.89	8.04%	803.71	41.09%	1,152.18
3 至 4 年	948.01	3.90%	513.92	54.21%	434.10
4 至 5 年	487.98	2.01%	359.49	73.67%	128.48
5 年以上	811.23	3.33%	811.23	100.00%	-
合计	**24,331.74**	**100.00%**	**4,478.27**	**18.41%**	**19,853.47**
2020-12-31					
1 年以内	13,352.79	68.00%	753.11	5.64%	12,599.68
1 至 2 年	3,413.07	17.38%	691.89	20.27%	2,721.18
2 至 3 年	1,294.34	6.59%	501.69	38.76%	792.66
3 至 4 年	630.20	3.21%	352.33	55.91%	277.87
4 至 5 年	380.43	1.94%	299.72	78.78%	80.71
5 年以上	564.45	2.87%	564.45	100.00%	-
合计	**19,635.28**	**100.00%**	**3,163.18**	**16.11%**	**16,472.10**
2019-12-31					
1 年以内	11,081.55	71.82%	627.69	5.66%	10,453.86
1 至 2 年	2,352.05	15.24%	481.23	20.46%	1,870.82

账龄	应收账款账面余额	比例	坏账准备	预期信用损失率	应收账款账面价值
2 至 3 年	911.66	5.91%	351.54	38.56%	560.12
3 至 4 年	460.56	2.99%	277.39	60.23%	183.17
4 至 5 年	486.91	3.16%	395.17	81.16%	91.73
5 年以上	135.91	0.88%	135.91	100.00%	-
合计	**15,428.63**	**100.00%**	**2,268.93**	**14.71%**	**13,159.70**

2019 年 1 月 1 日起，公司按照新金融工具准则下的会计政策，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，计算预期信用损失。

（3）应收账款账龄分析

报告期各期末，公司应收账款账龄如下：

单位：万元

账龄	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	19,032.85	62.27%	16,033.46	63.00%	13,352.79	67.40%	11,077.78	70.99%
1 至 2 年	6,403.75	20.95%	4,973.21	19.54%	3,409.31	17.21%	2,356.42	15.10%
2 至 3 年	2,297.48	7.52%	2,007.21	7.89%	1,305.75	6.59%	928.34	5.95%
3 至 4 年	1,187.64	3.89%	957.75	3.76%	643.93	3.25%	474.88	3.04%
4 至 5 年	530.16	1.73%	507.21	1.99%	390.66	1.97%	560.43	3.59%
5 年以上	1,111.04	3.64%	969.63	3.81%	709.45	3.58%	207.39	1.33%
小计	**30,562.93**	**100.00%**	**25,448.48**	**100.00%**	**19,811.88**	**100.00%**	**15,605.23**	**100.00%**
减：坏账准备	6,355.15		5,595.01		3,339.78		2,445.53	
合计	**24,207.77**		**19,853.47**		**16,472.10**		**13,159.70**	

报告期各期末，公司应收账款的账龄主要在 1 年以内和 1 至 2 年，占比分别为 86.09%、84.61%、82.55%和 83.23%，账龄结构相对稳定。

（4）应收账款前五大客户

报告期各期末，公司应收账款前五名的具体情况如下：

单位：万元

客户名称	与公司关系	应收账款余额	占比	账龄
2022-06-30				
咪咕数字	非关联方	319.34	1.04%	1 年以内
山东省商务厅	非关联方	278.69	0.91%	1 年以内

客户名称	与公司关系	应收账款余额	占比	账龄
山东蓝图文化传媒有限公司	非关联方	226.67	0.74%	1 年以内、1 至 2 年
济南源浩置业有限公司	非关联方	223.10	0.73%	1 年以内、1 至 2 年、2 至 3 年
青岛市发展和改革委员会	非关联方	214.90	0.70%	1 年以内
合计		**1,262.69**	**4.13%**	
2021-12-31				
咪咕数字	非关联方	409.22	1.61%	1 年以内
济南源浩置业有限公司	非关联方	223.10	0.88%	1 年以内、1 至 2 年
青岛市发展和改革委员会	非关联方	214.90	0.84%	1 年以内
山东省工业和信息化厅	非关联方	192.73	0.76%	1 年以内、1 至 2 年
济南威茂商贸有限公司	非关联方	189.23	0.74%	5 年以上
合计		**1,229.18**	**4.83%**	
2020-12-31				
咪咕数字	非关联方	434.11	2.19%	1 年以内
济南绿源太阳能有限公司	非关联方	399.59	2.02%	1 年以内
大众报业	关联方	272.18	1.37%	1 年以内
重庆新日日顺家电销售有限公司	非关联方	228.96	1.16%	1 年以内、1 至 2 年、2 至 3 年
山东景芝酒业销售有限公司	非关联方	208.48	1.05%	1 年以内、1 至 2 年、2 至 3 年、3 至 4 年
合计		**1,543.32**	**7.79%**	
2019-12-31				
济南绿源太阳能有限公司	非关联方	548.38	3.51%	1 年以内
大众报业	关联方	538.04	3.45%	1 年以内
咪咕数字	非关联方	431.92	2.77%	1 年以内
山东景芝酒业销售有限公司	非关联方	198.48	1.27%	1 年以内、1 至 2 年、2 至 3 年
济南威茂商贸有限公司	非关联方	189.23	1.21%	4 至 5 年
合计		**1,906.05**	**12.21%**	

报告期各期末，公司应收账款前五大客户的余额合计占应收账款余额的比例分别为 12.21%、7.79%、4.83%和 4.13%，占比较低。报告期内，公司前五大应收账款客户主要由咪咕数字、济南源浩置业有限公司、济南威茂商贸有限公司等构成，其中济南源浩置业有限公司的财务状况和资信状况持续恶化，公司对其单项全额计提了坏账准备。

（5）应收账款坏账计提比例与同行业可比上市公司比较

按账龄组合计提坏账准备政策与同行业可比上市公司对比如下：

账龄	人民网	新华网	川网传媒	平均值	发行人
1 年以内	未披露	1.00%	5.00%	3.00%	6.54%
1 至 2 年	未披露	33.00%	10.00%	21.50%	22.07%
2 至 3 年	未披露	58.00%	30.00%	44.00%	41.09%
3 至 4 年	未披露	78.00%	50.00%	64.00%	54.21%
4 至 5 年	未披露	100.00%	80.00%	90.00%	73.67%
5 年以上	未披露	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注 1：同行业可比上市公司数据引自其定期报告或招股说明书。

注 2：同行业可比上市公司坏账计提比例取自 2021 年年报，发行人坏账计提比例为 2021 年的预期信用损失率。

报告期内，公司应收账款的账龄主要集中在两年以内，公司两年以内的应收账款坏账计提比例高于同行业可比公司平均水平，坏账准备计提充分。

（6）应收账款期后回款情况

截至 2022 年 8 月 31 日，发行人报告期各期末应收账款的期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
应收账款余额	30,562.93	25,448.48	19,811.88	15,605.23
截至 2022 年 8 月 31 日的回款金额	3,379.39	7,325.15	11,659.93	11,535.08
占比	11.06%	28.78%	58.85%	73.92%

如上表所示，截至 2022 年 8 月 31 日，发行人报告期各期末的应收账款的期后回款比例分别为 73.92%、58.85%、28.78%和 11.06%，其中 2022 年 6 月末的回款比例较低，主要原因系 2022 年 6 月末应收账款的期后回款数据统计期间为 2022 年 7 月 1 日至 2022 年 8 月 31 日，涉及的回款时间较短。报告期内，公司不断加强应收账款管理，定期关注客户的信用风险情况，及时核对欠款客户的回款情况，并对未按期结算回款的客户加强催收措施。

（7）逾期应收账款情况

报告期各期末，公司账龄 1 年以上的应收账款情况如下：

单位：万元

账龄	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-21	2019-12-31
1 至 2 年	6,403.75	4,973.21	3,409.31	2,356.42
2 至 3 年	2,297.48	2,007.21	1,305.75	928.34

账龄	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-21	2019-12-31
3 至 4 年	1,187.64	957.75	643.93	474.88
4 至 5 年	530.16	507.21	390.66	560.43
5 年以上	1,111.04	969.63	709.45	207.39
合计	**11,530.07**	**9,415.02**	**6,459.09**	**4,527.45**
期末应收账款余额	**30,562.93**	**25,448.48**	**19,811.88**	**15,605.23**
账龄 1 年以上占期末应收账款余额比例	**37.73%**	**37.00%**	**32.60%**	**29.01%**

报告期各期末，公司账龄 1 年以上的应收账款余额分别为 4,527.45 万元、6,459.09 万元、9,415.02 万元和 11,530.07 万元，占各期末应收账款账面余额的比例分别为 29.01%、32.60%、37.00%和 37.73%。报告期各期末，公司已根据客户信用状况，充分计提了坏账准备。

4、预付账款

报告期各期末，公司预付账款余额及账龄结构情况如下：

单位：万元

账龄	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	767.00	88.15%	679.34	88.66%	422.87	85.09%	356.49	83.94%
1 至 2 年	65.16	7.49%	61.90	8.08%	47.46	9.55%	61.42	14.46%
2 至 3 年	28.17	3.24%	14.72	1.92%	20.65	4.15%	0.22	0.05%
3 年以上	9.82	1.13%	10.24	1.34%	6.01	1.21%	6.54	1.54%
合计	**870.15**	**100.00%**	**766.19**	**100.00%**	**496.99**	**100.00%**	**424.68**	**100.00%**

报告期各期末，公司预付账款余额分别为 424.68 万元、496.99 万元、766.19 万元和 870.15 万元，占公司流动资产比重分别为 0.97%、0.80%、1.11%和 1.35%，账龄 1 年以内的预付账款占比分别为 83.94%、85.09%、88.66%和 88.15%，公司预付账款主要为预付的策划制作费、活动支出和租赁费等。

报告期各期末，公司预付账款前五名的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	账龄	款项性质	占预付账款余额比重
2022-06-30				
山东音速飞行文化传媒有限公司	132.00	1 年以内	服务费	15.17%
奕然态然（北京）文化传媒有限公司	40.00	1 年以内	服务费	4.60%
北京东亚星光文化传播有限公司	35.00	1 年以内	服务费	4.02%

单位名称	金额	账龄	款项性质	占预付账款余额比重
北京智慧大狗文化传媒有限公司	35.00	1 年以内	服务费	4.02%
北京博山娱乐文化传媒有限公司	29.00	1 年以内、1 至 2 年	服务费	3.33%
合计	**271.00**			**31.14%**
2021-12-31				
上层楼（山东）房产营销策划有限公司	144.34	1 年以内	服务费	18.84%
山东音速飞行文化传媒有限公司	59.50	1 年以内	服务费	7.77%
山东林轩国际商务展览有限公司	36.00	1 年以内	服务费	4.70%
北京东亚星光文化传播有限公司	35.00	1 年以内	服务费	4.57%
甘肃天庆酒店管理有限公司	32.80	1 年以内	服务费	4.28%
合计	**307.64**			**40.15%**
2020-12-31				
包建丽	39.05	1 年以内	租赁费	7.86%
山东无边国际贸易有限公司	24.43	1 年以内	服务费	4.92%
北京金山安全软件有限公司	24.00	1 至 2 年	设备款	4.83%
汉华易美视觉科技有限公司	22.01	1 年以内	服务费	4.43%
山东友泰科技有限公司	17.13	1 年以内	租赁费	3.45%
合计	**126.61**			**25.48%**
2019-12-31				
包建丽	37.63	1 年以内	租赁费	8.86%
北京一点网聚科技有限公司	26.73	1 至 2 年	服务费	6.29%
北京金山安全软件有限公司	24.00	1 年以内	设备款	5.65%
新华人寿保险股份有限公司山东分公司	12.82	1 年以内	租赁费	3.02%
山东记忆文化传播有限公司	12.60	1 年以内	服务费	2.97%
合计	**113.78**			**26.79%**

5、其他应收款

（1）其他应收款变动分析

报告期各期末，公司其他应收款具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
其他应收款账面余额	469.72	352.25	328.91	488.62
坏账准备	102.71	92.32	71.25	65.16
其他应收款账面价值	**367.00**	**259.93**	**257.66**	**423.46**
坏账准备计提比例	21.87%	26.21%	21.66%	13.34%

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为423.46万元、257.66万元、259.93万元和367.00万元，占流动资产比重分别为0.97%、0.41%、0.38%和0.57%，占比较小。

（2）其他应收款构成分析

报告期各期末，公司其他应收款按款项性质构成如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
押金和保证金	204.04	203.42	221.94	243.98
应收代付款	124.94	72.84	62.91	117.45
备用金	130.73	69.19	38.61	119.66
其他	10.01	6.80	5.45	7.53
账面余额小计	**469.72**	**352.25**	**328.91**	**488.62**
减：坏账准备	**102.71**	**92.32**	**71.25**	**65.16**
账面价值	**367.00**	**259.93**	**257.66**	**423.46**

报告期各期末，公司其他应收款主要为押金和保证金、应收代付款、备用金等。

（3）其他应收款账龄分析

单位：万元

账龄	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
1年以内	260.44	156.39	140.33	350.87
1至2年	71.27	45.16	92.45	35.46
2至3年	53.95	84.65	23.03	62.94
3至4年	24.79	13.69	42.96	24.63
4至5年	22.92	29.83	17.67	9.22
5年以上	36.35	22.53	12.46	5.51
小计	**469.72**	**352.25**	**328.91**	**488.62**
减：坏账准备	102.71	92.32	71.25	65.16
合计	**367.00**	**259.93**	**257.66**	**423.46**

（4）报告期各期末其他应收款前五名情况

报告期各期末，公司其他应收款前五名具体情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	期末余额	账龄	占比	坏账准备
2022-06-30					
孙楠楠	备用金	23.23	1 年以内	4.95%	1.16
青岛国旅联合城发投资有限公司	押金和保证金	20.00	1 年以内	4.26%	1.00
浙江天猫技术有限公司	押金和保证金	18.00	2 至 3 年	3.83%	5.40
网银在线（北京）科技有限公司	押金和保证金	15.50	1 年以内、1 至 2 年	3.30%	1.03
黄勇	备用金	13.67	1 年以内	2.91%	0.68
合计		**90.40**		**19.25%**	**9.27**
2021-12-31					
山东省海洋局	押金和保证金	24.77	2 至 3 年	7.03%	7.43
浙江天猫技术有限公司	押金和保证金	18.00	2 至 3 年	5.11%	5.40
网银在线（北京）科技有限公司	押金和保证金	15.50	1 年以内、1 至 2 年	4.40%	1.03
山东省文化和旅游厅	押金和保证金	11.00	1 年以内	3.12%	0.55
窦永浩	备用金	10.00	1 年以内	2.84%	0.50
合计		**79.27**		**22.50%**	**14.91**
2020-12-31					
山东省海洋局	押金和保证金	24.77	1 至 2 年	7.53%	2.48
浙江天猫技术有限公司	押金和保证金	18.00	1 至 2 年	5.47%	1.80
北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	押金和保证金	10.00	3 至 4 年	3.04%	5.00
山东省文化和旅游厅	押金和保证金	8.99	1 年以内	2.73%	0.45
山东省社会科学界联合会	押金和保证金	7.47	1 年以内	2.27%	0.37
合计		**69.23**		**21.05%**	**10.10**
2019-12-31					
孟虎	备用金	37.53	1 年以内	7.68%	1.88
浙江天猫技术有限公司	押金和保证金	36.00	1 年以内、2 至 3 年	7.37%	5.55
李国亮	备用金	30.00	1 年以内	6.14%	1.50
山东省海洋局	押金和保证金	24.77	1 年以内	5.07%	1.24
济南国商园区运营管理有限公司	押金和保证金	16.60	1 年以内	3.40%	0.83
合计		**144.90**		**29.66%**	**11.00**

6、存货

（1）存货构成及变动情况

报告期各期末，公司存货账面价值构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例	账面价值	比例
合同履约成本	613.35	90.85%	523.40	90.52%	415.76	84.43%	500.08	73.73%
库存商品	54.96	8.14%	51.14	8.84%	67.33	13.67%	146.10	21.54%
发出商品	6.79	1.01%	3.69	0.64%	7.82	1.59%	26.96	3.98%
周转材料	-	-	-	-	1.54	0.31%	5.13	0.76%
合计	**675.09**	**100.00%**	**578.23**	**100.00%**	**492.45**	**100.00%**	**678.28**	**100.00%**

报告期各期末，公司存货的账面价值分别为 678.28 万元、492.45 万元、578.23 万元和 675.09 万元，占流动资产的比重分别为 1.55%、0.79%、0.84%和 1.05%。公司存货主要由合同履约成本和库存商品构成，上述项目合计占存货账面价值的比例分别为 95.27%、98.10%、99.36%和 98.99%。

报告期各期末，公司合同履约成本的账面价值分别为 500.08 万元、415.76 万元、523.40 万元和 613.35 万元，占存货的比重分别为 73.73%、84.43%、90.52%和 90.85%；2020 年末，公司合同履约成本的账面价值较 2019 年末减少 84.32 万元，主要原因系截至 2020 年末，沂南县扶贫开领导小组办公室贫困户管理系统、办公业务平台二期项目已执行完毕；2021 年末，公司合同履约成本的账面价值较 2020 年末增加 107.63 万元，主要原因系公司举办的海报音乐节活动等尚未完成；2022 年 6 月末，公司合同履约成本的账面价值较 2021 年末增加 89.95 万元，主要原因系公司举办的青岛啤酒节活动等尚未完成。

报告期各期末，公司库存商品的账面价值分别为 146.10 万元、67.33 万元、51.14 万元和 54.96 万元，占存货的比重分别为 21.54%、13.67%、8.84%和 8.14%；其中 2020 年末库存商品的账面价值较 2019 年末下降，主要原因系 2020 年度公司为客户开展广告宣传服务以及公司的销售部门进行市场推广领用库存商品所致。

（2）存货跌价准备计提情况

报告期各期末，公司存货的跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备	账面余额	跌价准备
合同履约成本	657.49	44.14	567.54	44.14	459.91	44.14	544.23	44.14
库存商品	120.33	65.37	116.52	65.37	116.66	49.33	164.89	18.79
发出商品	6.79	-	3.69	-	7.82	-	26.96	-
周转材料	5.13	5.13	5.13	5.13	5.13	3.59	5.13	-
合计	**789.74**	**114.65**	**692.87**	**114.65**	**589.51**	**97.06**	**741.21**	**62.93**

报告期各期末，公司存货跌价准备余额分别为 62.93 万元、97.06 万元、114.65 万元和 114.65 万元，2020 年末公司库存商品跌价准备较 2019 年末增加，主要原因系公司对库龄较长而导致的可变现净值低于账面价值的库存商品增提了存货跌价准备。

报告期各期末，公司存货跌价准备计提、转回或转销的具体情况如下：

单位：万元

项目	期末数	报告期内计提				期初数
	2022-06-30	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2019-01-01
合同履约成本	44.14	-	-	-	-	44.14
库存商品	65.37	-	16.04	30.54	4.45	14.34
周转材料	5.13	-	1.54	3.59	-	-
合计	**114.65**	-	**17.58**	**34.13**	**4.45**	**58.48**

报告期各期末，公司结合库存商品的实际销售价格，按照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。公司已对库存商品进行跌价测试并计提了跌价准备，公司存货跌价准备计提充分。

报告期内不存在存货跌价准备转回或转销的情况。

（3）存货库龄情况

报告期各期末，公司存货库龄明细如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	原值	跌价准备	原值	跌价准备	原值	跌价准备	原值	跌价准备
1 年以内	438.32	-	470.24	-	99.35	-	255.29	1.77
1 至 2 年	142.31	-	14.96	-	81.03	32.45	39.84	3.79
2 至 3 年	63.65	45.73	76.50	49.93	36.04	7.22	170.17	57.37
3 年以上	145.45	68.92	131.18	64.72	373.10	57.39	275.90	-
合计	**789.74**	**114.65**	**692.87**	**114.65**	**589.51**	**97.06**	**741.21**	**62.93**

2019 年末和 2020 年末，公司库龄在 3 年以上的存货主要系公司为执行山东正晨科技有限公司的系统集成项目而发生的项目成本；2021 年末库龄在 3 年以上的存货较 2020 年末减少，主要原因系 2021 年度山东正晨科技有限公司的系统集成项目已执行完毕。公司已对账龄 3 年以上的存货进行跌价测试并计提了跌价准备，存货跌价准备计提充分。

7、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
待抵扣进项税额	65.41	31.08%	20.44	21.33%	14.37	12.07%	36.89	32.78%
增值税加计抵减额	1.57	0.75%	3.94	4.11%	12.02	10.10%	22.90	20.35%
预缴企业所得税	67.48	32.06%	-	-	92.65	77.80%	47.02	41.77%
预缴其他税费	-	-	0.15	0.15%	-	-	5.75	5.11%
其他	76.00	36.11%	71.28	74.40%	0.04	0.04%	-	-
合计	**210.47**	**100.00%**	**95.81**	**100.00%**	**119.09**	**100.00%**	**112.57**	**100.00%**

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 112.57 万元、119.09 万元、95.81 万元和 210.47 万元，占流动资产的比例分别为 0.26%、0.19%、0.14%和 0.33%，金额和占比较小。

（三）非流动资产构成及变化分析

报告期各期末，公司非流动资产构成如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期股权投资	994.93	12.67%	902.82	11.37%	720.47	12.91%	924.84	15.98%
投资性房地产	185.86	2.37%	187.79	2.37%	191.66	3.44%	195.52	3.38%
固定资产	2,735.59	34.83%	2,992.11	37.69%	2,647.19	47.45%	2,756.20	47.64%
使用权资产	2,075.76	26.43%	1,876.86	23.64%	-	-	-	-
无形资产	1,266.57	16.13%	1,376.32	17.34%	1,493.04	26.76%	1,512.50	26.14%
长期待摊费用	308.07	3.92%	277.34	3.49%	303.11	5.43%	167.78	2.90%
递延所得税资产	200.69	2.56%	235.44	2.97%	97.59	1.75%	95.75	1.65%
其他非流动资产	86.40	1.10%	89.10	1.12%	126.00	2.26%	133.20	2.30%
合计	**7,853.88**	**100.00%**	**7,937.78**	**100.00%**	**5,579.06**	**100.00%**	**5,785.80**	**100.00%**

公司非流动资产主要由固定资产、无形资产和长期股权投资构成。报告期各期末，上述项目合计占非流动性资产的比重分别为 89.76%、87.12%、66.41%和 63.63%，其中 2021 年末和 2022 年 6 月末占比较低，主要原因为公司执行新租赁准则，增加了使用权资产。具体分析如下：

1、长期股权投资

报告期各期末，公司长期股权投资构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
大众云学	880.76	784.76	611.37	561.38
青岛幼吾幼	64.17	64.35	109.11	363.46
青岛硅谷	50.01	53.70	-	-
合计	**994.93**	**902.82**	**720.47**	**924.84**

报告期各期末，公司的长期股权投资账面价值分别为 924.84 万元、720.47 万元、902.82 万元和 994.93 万元，占非流动资产比重分别为 15.98%、12.91%、11.37%和 12.67%。

2018 年，公司对大众云学增资 428.57 万元，增资后，公司持有大众云学 30%股权，采用权益法核算该项长期股权投资。

报告期期初，公司子公司半岛网络已对青岛幼吾幼出资 350.00 万元，持股比例为 35%，采用权益法核算该项长期股权投资；2020 年，半岛网络将其持有的青岛幼吾幼 25%股权转让给青岛朗艺文化艺术发展有限公司，转让完成后，半

岛网络持有青岛幼吾幼剩余的 10.00%股权。

2021 年，公司子公司半岛网络将其持有的青岛硅谷的 41%股权转让给青岛上正投资有限公司，转让完成后，半岛网络持有青岛硅谷剩余的 19.00%股权，采用权益法核算该项长期股权投资。

报告期各期末，公司长期股权投资未发生减值的迹象，未计提减值准备。

2、投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产账面价值分别为 195.52 万元、191.66 万元、187.79 万元和 185.86 万元，占非流动资产比重分别为 3.38%、3.44%、2.37%和 2.37%。2017 年济南威茂商贸有限公司用自有房产抵顶货款，公司取得该房产后对外出租，计入投资性房产。

3、固定资产

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
固定资产	2,735.59	2,992.11	2,647.19	2,756.20
合计	**2,735.59**	**2,992.11**	**2,647.19**	**2,756.20**

报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 2,756.20 万元、2,647.19 万元、2,992.11 万元和 2,735.59 万元，占非流动资产比重分别为 47.64%、47.45%、37.69%和 34.83%。

（1）固定资产构成

报告期各期末，公司固定资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
一、账面原值合计	**8,193.21**	**100.00%**	**8,040.66**	**100.00%**	**6,949.79**	**100.00%**	**6,387.60**	**100.00%**
其中：房屋建筑物	87.19	1.06%	87.19	1.08%	87.19	1.25%	87.19	1.36%
电子设备及其他	7,989.38	97.51%	7,836.84	97.47%	6,722.97	96.74%	6,160.78	96.45%
运输设备	116.64	1.42%	116.64	1.45%	139.63	2.01%	139.63	2.19%
二、累计折旧合计	**5,457.62**	**100.00%**	**5,048.56**	**100.00%**	**4,302.60**	**100.00%**	**3,631.40**	**100.00%**
其中：房屋建筑物	9.11	0.17%	8.28	0.16%	6.63	0.15%	4.97	0.14%
电子设备及其他	5,337.75	97.80%	4,929.51	97.64%	4,164.52	96.79%	3,494.98	96.24%

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运输设备	110.76	2.03%	110.76	2.19%	131.45	3.06%	131.45	3.62%
三、账面价值合计	**2,735.59**	**100.00%**	**2,992.11**	**100.00%**	**2,647.19**	**100.00%**	**2,756.20**	**100.00%**
其中：房屋建筑物	78.08	2.85%	78.90	2.64%	80.56	3.04%	82.22	2.98%
电子设备及其他	2,651.64	96.93%	2,907.32	97.17%	2,558.45	96.65%	2,665.80	96.72%
运输设备	5.88	0.21%	5.88	0.20%	8.18	0.31%	8.18	0.30%

公司主要从事广告宣传服务、信息服务、移动增值业务和技术服务等，不属于传统生产制造型企业，公司所拥有的电子设备主要为服务器、视频系统设备、摄像机等开展主营业务的专用电子设备。

报告期内，公司固定资产账面原值呈上升趋势，主要原因系随着业务规模的扩大，公司购置电子设备用于支持主营业务的发展。2021 年末，公司固定资产账面价值较 2020 年末增加，主要原因系 2021 年度公司购入了服务器、4K 演播室设备等。

报告期各期末，公司固定资产状况良好，不存在减值迹象，未计提固定资产减值准备。

（2）固定资产折旧政策

公司固定资产的折旧政策及其与同行业可比上市公司的对比情况如下：

项目	人民网		新华网		川网传媒		发行人	
	折旧年限（年）	残值率	折旧年限（年）	残值率	折旧年限（年）	残值率	折旧年限（年）	残值率
房屋建筑物	50-70	5%	-	-	20-50	3%	50	5%
电子设备及其他	5	5%	5-10	5%	3-5	3%	5-10	5%
运输设备	5-10	5%	7	5%	5	3%	3-10	5%

注：同行业可比上市公司数据引自其定期报告或招股说明书。

经过以上对比可知，公司的固定资产折旧政策与同行业可比上市公司相比，不存在重大差异。

4、使用权资产

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，不再区分融资租赁与经营租赁，对所有租赁（选择简化处理方法的除外）确认使用权资产和租赁负债。根据新租赁准则，公司 2021 年 12 月末和 2022 年 6 月末确认的使用权资产分别为 1,876.86

万元和 2,075.76 万元，占非流动资产的比例为 23.64%和 26.43%，主要系租赁办公场所所致。

5、无形资产

（1）无形资产构成

报告期各期末，公司无形资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
一、账面原值合计	**2,542.99**	**2,542.99**	**2,449.34**	**2,232.68**
其中：软件及其他	2,542.99	2,542.99	2,449.34	2,232.68
二、累计摊销合计	**1,276.42**	**1,166.66**	**956.30**	**720.18**
其中：软件及其他	1,276.42	1,166.66	956.30	720.18
三、账面价值合计	**1,266.57**	**1,376.32**	**1,493.04**	**1,512.50**
其中：软件及其他	1,266.57	1,376.32	1,493.04	1,512.50

报告期各期末，公司无形资产的账面价值分别为 1,512.50 万元、1,493.04 万元、1,376.32 万元和 1,266.57 万元，占非流动资产比重分别为 26.14%、26.76%、17.34%和 16.13%。公司无形资产主要为与开展主营业务相关的信息安全管理系统、内容管理系统以及其他软件等。

（2）无形资产摊销政策

公司无形资产的摊销政策及其与同行业可比上市公司的对比情况如下：

项目	人民网	新华网	川网传媒	发行人
软件及其他	未披露	未披露	3-7 年	3-10 年

注：同行业可比上市公司数据引自其定期报告或招股说明书。

经过以上对比可知，公司无形资产摊销期限略长于川网传媒，主要原因系：发行人的无形资产主要为外购取得，对于外购取得的无形资产，由于资产的预计使用期限、合同规定的受益年限具有差异，因而发行人无形资产的摊销政策会根据预计使用期限、合同约定的受益年限的不同有所变化，具有合理性。

6、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
装修费	308.07	277.34	303.11	167.78
合计	**308.07**	**277.34**	**303.11**	**167.78**

报告期各期末，公司长期待摊费用金额分别为 167.78 万元、303.11 万元、277.34 万元和 308.07 万元，占非流动资产比重分别为 2.90%、5.43%、3.49%和 3.92%，主要为办公场所的装修费。

7、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
递延所得税资产：								
坏账准备	1,482.07	182.29	1,391.44	235.44	834.47	97.59	704.75	92.35
可抵扣亏损	122.63	18.40	-	-	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-	-	-	22.65	3.40
合计	**1,604.70**	**200.69**	**1,391.44**	**235.44**	**834.47**	**97.59**	**727.40**	**95.75**

报告期各期末，公司递延所得税资产余额分别为 95.75 万元、97.59 万元、235.44 万元和 200.69 万元，占非流动资产的比重分别为 1.65%、1.75%、2.97%和 2.56%，主要系坏账准备和递延收益的可抵扣暂时性差异形成。

8、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
车位	86.40	89.10	126.00	133.20
合计	86.40	**89.10**	**126.00**	**133.20**

报告期各期末，公司其他非流动资产金额分别为 133.20 万元、126.00 万元、89.10 万元和 86.40 万元，占非流动资产比重分别为 2.30%、2.26%、1.12%和 1.10%。报告期内，公司其他非流动资产中的车位主要系 2018 年中国重汽集团房地产开发有限公司以其开发的车位抵顶广告费所致。2021 年末，其他非流动资产较 2020

年末减少，主要原因系 2021 年公司出售三个车位所致。

十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债情况分析

报告期各期末，公司负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	15,960.12	72.27%	22,693.26	78.95%	18,137.28	80.64%	13,442.78	75.10%
非流动负债	6,122.75	27.73%	6,049.76	21.05%	4,354.55	19.36%	4,457.68	24.90%
合计	**22,082.87**	**100.00%**	**28,743.02**	**100.00%**	**22,491.84**	**100.00%**	**17,900.46**	**100.00%**

报告期各期末，公司负债结构基本保持稳定，流动负债金额分别为 13,442.78 万元、18,137.28 万元、22,693.26 万元和 15,960.12 万元，占负债总额的比重分别为 75.10%、80.64%、78.95%和 72.27%。

（二）流动负债情况分析

报告期各期末，公司流动负债构成如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	3,538.79	22.17%	3,033.25	13.37%	2,984.45	16.45%	1,803.25	13.41%
预收款项	-	-	-	-	-	-	6,676.72	49.67%
合同负债	7,465.49	46.78%	9,837.25	43.35%	7,601.13	41.91%	-	-
应付职工薪酬	2,425.16	15.20%	6,577.02	28.98%	5,887.05	32.46%	4,044.84	30.09%
应交税费	310.14	1.94%	742.06	3.27%	683.42	3.77%	587.28	4.37%
其他应付款	349.51	2.19%	358.38	1.58%	402.73	2.22%	277.11	2.06%
一年内到期的非流动负债	818.19	5.13%	1,231.86	5.43%	-	-	-	-
其他流动负债	1,052.84	6.60%	913.46	4.03%	578.51	3.19%	53.57	0.40%
合计	**15,960.12**	**100.00%**	**22,693.26**	**100.00%**	**18,137.28**	**100.00%**	**13,442.78**	**100.00%**

报告期各期末，公司流动负债总额分别为 13,442.78 万元、18,137.28 万元、22,693.26 万元和 15,960.12 万元，主要由应付账款、预收款项、合同负债和应付职工薪酬构成，上述项目合计占流动负债比重分别为 93.17%、90.82%、85.70%和 84.14%。具体分析如下：

1、应付账款

（1）应付账款构成

报告期各期末，公司应付账款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
服务费	3,429.20	2,711.32	2,743.64	1,486.16
设备款	24.74	175.85	48.27	150.02
货款	59.68	112.44	142.69	136.82
其他	25.17	33.63	49.85	30.25
合计	**3,538.79**	**3,033.25**	**2,984.45**	**1,803.25**

报告期各期末，公司应付账款分别为 1,803.25 万元、2,984.45 万元、3,033.25 万元和 3,538.79 万元，占流动负债比重分别为 13.41%、16.45%、13.37%和 22.17%。公司应付账款主要为应付的活动支出、策划制作费、信息及技术服务费等款项。

公司 2020 年末、2021 年末和 2022 年 6 月末应付账款较上年末分别增长 65.50%、1.64%和 16.67%，主要原因系公司业务规模扩大，活动支出费、策划制作费等外购服务费增加。

（2）前五大应付账款情况

报告期各期末，公司应付账款前五名的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	与公司关系	应付账款余额	占应付账款总额的比例	款项性质
2022-06-30				
大众云学	关联方	138.11	3.90%	信息及技术服务费等
济南帆羽信息技术有限公司	非关联方	71.20	2.01%	信息及技术服务费
济南云明德通商业管理有限公司	非关联方	66.41	1.88%	策划制作费、活动支出
山东视峰医疗科技有限公司	非关联方	65.33	1.85%	活动支出等
清华青岛艺术与科学创新研究院	非关联方	51.60	1.46%	策划制作费
合计		**392.65**	**11.10%**	

单位名称	与公司关系	应付账款余额	占应付账款总额的比例	款项性质
2021-12-31				
大众云学	关联方	172.30	5.68%	信息及技术服务费等
济南帆羽信息技术有限公司	非关联方	106.80	3.52%	信息及技术服务费
山东大众报业（集团）广告有限公司	关联方	88.09	2.90%	广告宣传费
济南云明德通商业管理有限公司	非关联方	83.89	2.77%	策划制作费、活动支出
山东与法同行信息技术有限公司	非关联方	65.50	2.16%	服务费
合计		**516.57**	**17.03%**	
2020-12-31				
大众云学	关联方	135.90	4.55%	信息及技术服务费等
济南帆羽信息技术有限公司	非关联方	124.60	4.17%	信息及技术服务费
济南云明德通商业管理有限公司	非关联方	119.89	4.02%	策划制作费、活动支出
广州舜飞信息科技有限公司	非关联方	119.56	4.01%	设备款
济南卓业信息技术有限公司	非关联方	83.00	2.78%	信息及技术服务费
合计		**582.95**	**19.53%**	
2019-12-31				
济南帆羽信息技术有限公司	非关联方	124.60	6.91%	信息及技术服务费
山东与法同行信息技术有限公司	非关联方	117.61	6.52%	服务费
山东易阅信息科技有限公司	非关联方	94.38	5.23%	设备款
济南团谱信息技术有限公司	非关联方	78.68	4.36%	信息及技术服务费
大众云学	关联方	67.90	3.77%	策划制作费
合计		**483.17**	**26.79%**	

2、预收账款

（1）预收账款构成

报告期各期末，公司预收账款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
预收的合同价款	-	-	-	6,676.72
合计	**-**	**-**	**-**	**6,676.72**

2019 年末，公司预收账款为 6,676.72 万元，占流动负债比重为 49.67%。公司预收账款主要系公司开展广告宣传服务、信息服务、技术服务、移动增值业务等预收的合同价款。2020 年 1 月 1 日起，根据新收入准则，公司预收款项重分类至合同负债核算。

（2）前五大预收账款情况

报告期各期末，公司预收账款前五名的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	预收账款余额	占预收账款总额的比例
2019-12-31		
山东省工业和信息化厅	398.30	5.97%
中国共产党烟台市委员会宣传部	150.20	2.25%
中国共产党青岛市委员会宣传部	131.92	1.98%
山东正晨科技股份有限公司	106.46	1.59%
山东省体育彩票管理中心	77.77	1.16%
合计	**864.64**	**12.95%**

3、合同负债

（1）合同负债构成

报告期各期末，公司合同负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
预收的合同价款	6,894.39	9,324.61	7,181.22	-
海报新闻 APP 积分	571.10	512.64	419.91	-
合计	**7,465.49**	**9,837.25**	**7,601.13**	**-**

2020 年 1 月 1 日起，根据新收入准则，公司原预收账款重分类至合同负债核算；2020 年 1 月 1 日前，海报新闻 APP 积分，在“递延收益”科目下核算，2020 年 1 月 1 日起，根据新收入准则，海报新闻 APP 积分，在“合同负债”科目下核算。2020 年末、2021 年 12 月末和 2022 年 6 月末，公司合同负债金额分

别为 7,601.13 万元、9,837.25 万元和 7,465.49 万元，占流动负债的比例分别为 41.91%、43.35%和 46.78%。

（2）前五大合同负债情况

报告期各期末，公司合同负债前五名的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	余额	占合同负债总额的比例
2022-06-30		
山东省委宣传部	151.81	2.03%
山东省青岛市中级人民法院	147.35	1.97%
山东省药品监督管理局	134.72	1.80%
山东省社会科学界联合会	127.26	1.70%
兰陵县商务局	121.55	1.63%
合计	**682.69**	**9.14%**
2021-12-31		
山东省社会科学界联合会	200.68	2.04%
枣庄豪润邦置业有限公司	168.07	1.71%
山东省青岛市中级人民法院	166.48	1.69%
济南市旅游宣传推广中心	162.25	1.65%
山东省委宣传部	153.07	1.56%
合计	**850.54**	**8.65%**
2020-12-31		
山东正晨科技股份有限公司	357.35	4.70%
山东省社会科学界联合会	250.64	3.30%
中国共产党青岛市委员会宣传部	173.58	2.28%
山东省医疗保障局	114.35	1.50%
济南市旅游公共服务中心	113.70	1.50%
合计	**1,009.62**	**13.28%**

注：上述表格中未披露 2019 年末的合同负债前五名，主要原因系 2019 年末预收的合同价款在“预收账款”科目核算，海报新闻 APP 积分在“递延收益”科目核算。

4、应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
（1）短期薪酬	**2,425.03**	**5,207.12**	**5,006.94**	**3,577.67**
工资、奖金、津贴和补贴	281.10	3,074.32	3,223.77	2,189.56
职工福利费	2.57	110.49	115.20	99.68

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
社会保险费	1.55	1.31	-	-
其中：医疗保险费	1.55	1.31	-	-
工伤保险费	0.00	-	-	-
生育保险费	-	-	-	-
住房公积金	0.16	-	-	-
工会经费和职工教育经费	2,139.66	2,020.99	1,667.97	1,288.43
非货币性福利		-	-	-
（2）离职后福利——设定提存计划	**0.13**	**1,369.90**	**880.12**	**467.17**
基本养老保险费	0.13	-	-	-
失业保险费	0.00	-	-	-
企业年金缴费	-	1,369.90	880.12	467.17
合计	**2,425.16**	**6,577.02**	**5,887.05**	**4,044.84**

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为 4,044.84 万元、5,887.05 万元、6,577.02 万元和 2,425.16 万元，占流动负债比重分别为 30.09%、32.46%、28.98%和 15.20%。公司应付职工薪酬主要系已计提但尚未发放的工资、工会经费、职工教育经费和年金等。

5、应交税费

报告期各期末，公司应交税费的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
增值税	176.73	453.38	480.76	365.61
企业所得税	16.30	162.98	68.80	31.17
个人所得税	50.71	62.28	70.79	87.57
城市维护建设税	13.53	34.32	34.01	23.24
教育费附加	5.98	14.73	14.57	9.97
地方教育费附加	3.72	9.80	9.72	6.65
印花税	3.45	4.48	2.31	1.55
地方水利建设基金	-	-	2.38	1.92
文化事业建设费	39.64	-	-	59.60
其他	0.09	0.08	0.08	-
合计	**310.14**	**742.06**	**683.42**	**587.28**

报告期各期末，公司应交税费的金额分别为 587.28 万元、683.42 万元、742.06 万元和 310.14 万元，占流动负债比重分别为 4.37%、3.77%、3.27%和 1.94%，公

司应交税费主要系应交增值税和应交所得税。

6、其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	349.51	358.38	402.73	277.11
合计	**349.51**	**358.38**	**402.73**	**277.11**

按照款项性质区分，公司的其他应付款情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
应付代收款	182.89	212.50	283.40	161.73
押金和保证金	73.20	51.56	27.09	19.02
备用金	48.91	46.78	49.19	58.68
其他	44.51	47.54	43.04	37.68
合计	**349.51**	**358.38**	**402.73**	**277.11**

报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 277.11 万元、402.73 万元、358.38 万元和 349.51 万元，占流动负债比重分别为 2.06%、2.22%、1.58%和 2.19%。公司其他应付款主要为应付代收款、押金和保证金等，其中应付代收款主要系公司代员工收取的“四个一批”人才项目、“齐鲁文化英才”项目的补助资金以及集团奖项等。

7、一年内到期的非流动负债

2021 年末和 2022 年 6 月末，公司一年内到期的非流动负债为 1,231.86 万元和 818.19 万元，主要为执行新租赁准则形成的一年内到期的租赁负债。

8、其他流动负债

报告期各期末，其他流动负债分别为 53.57 万元、578.51 万元、913.46 万元和 1,052.84 万元，占流动负债的比重分别为 0.40%、3.19%、4.03%和 6.60%。公司其他流动负债为待转销项税额。

（三）非流动负债情况分析

报告期各期末，公司非流动负债构成如下：

单位：万元

项目	2022-06-30		2021-12-31		2020-12-31		2019-12-31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
租赁负债	1,258.86	20.56%	633.01	10.46%	-	-	-	-
递延收益	4,863.89	79.44%	5,416.75	89.54%	4,354.55	100.00%	4,457.68	100.00%
合计	**6,122.75**	**100.00%**	**6,049.76**	**100.00%**	**4,354.55**	**100.00%**	**4,457.68**	**100.00%**

报告期各期末，公司非流动负债金额分别为 4,457.68 万元、4,354.55 万元、6,049.76 万元和 6,122.75 万元，主要为政府补助形成的递延收益。

1、租赁负债

报告期各期末，公司租赁负债情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
房屋租赁	2,077.05	1,864.87	-	-
减：一年内到期的租赁负债	818.19	1,231.86	-	-
合计	**1,258.86**	**633.01**	-	-

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对公司的租赁房产确认使用权资产和租赁负债，其中一年内到期的“租赁负债”在“一年内到期的非流动负债”列示。

2、递延收益

报告期各期末，公司递延收益构成如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
政府补助	4,862.80	5,412.60	4,342.54	3,897.07
增值税加计抵减额	1.09	4.15	12.01	23.05
海报新闻 APP 积分	-	-	-	537.49
其他	-	-	-	0.06
合计	**4,863.89**	**5,416.75**	**4,354.55**	**4,457.68**

报告期各期末，公司递延收益金额分别为 4,457.68 万元、4,354.55 万元、5,416.75 万元和 4,863.89 万元，占非流动负债的比例分别为 100.00%、100.00%、

89.54%和 79.44%。

报告期各期，递延收益中的政府补助主要系公司作为从事互联网信息传播业务的文化企业，为响应党和国家关于进一步深化文化体制改制精神，结合主营业务发展需求，向财政厅等部门申请的文化产业发展专项基金建设项目。

报告期各期，递延收益中的海报新闻 APP 积分主要为：用户在海报新闻 APP 通过每日签到、参与广告游戏、看视频等方式获取积分，与奖励积分相关的部分首先作为递延收益，待顾客兑换奖励积分或失效时，结转计入当期损益。2020 年 1 月 1 日前，海报新闻 APP 积分，在“递延收益”科目下核算，2020 年 1 月 1 日起，根据新收入准则，海报新闻 APP 积分，在“合同负债”科目下核算。

报告期各期末，递延收益中的政府补助明细如下：

单位：万元

项目	2021-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2022-06-30	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
“山东智慧媒体云”建设（一期）项目	361.36	-	27.49	333.87	其他收益	与资产相关/与收益相关
海报新闻移动融媒体平台	586.63	-	51.74	534.89	其他收益	与资产相关/与收益相关
主流媒体建设	215.72	-	27.82	187.90	其他收益	与资产相关/与收益相关
2020 年寻找青年政治佳活动经费	28.45	-	-	28.45	其他收益	与收益相关
齐心鲁力-山东战“疫”宣传活动经费	2.99	-	-	2.99	其他收益	与收益相关
融媒体多平台视频直播工作室	72.66	-	5.93	66.73	其他收益	与资产相关/与收益相关
5G+全景 VR 实时互动平台	168.93	-	36.26	132.67	其他收益	与资产相关/与收益相关
“大交通”智慧全媒体项目	66.81	-	26.45	40.36	其他收益	与资产相关/与收益相关
新媒体传播体系建设	54.70	-	18.65	36.05	其他收益	与资产相关/与收益相关

项目	2021-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2022-06-30	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
新闻生产及导向把关	19.11	-	7.56	11.55	其他收益	与资产相关/与收益相关
全媒体研发	13.82	-	5.39	8.44	其他收益	与资产相关/与收益相关
多媒体发布平台	23.04	-	9.12	13.92	其他收益	与资产相关/与收益相关
城市移动门户新闻传播网	86.27	-	6.80	79.48	其他收益	与资产相关/与收益相关
智慧社区	191.51	-	22.70	168.81	其他收益	与资产相关/与收益相关
智能传媒	195.01	-	17.18	177.83	其他收益	与资产相关/与收益相关
智媒矩阵	313.03	-	24.04	288.99	其他收益	与资产相关/与收益相关
新型智慧媒体	631.74	-	216.55	415.19	其他收益	与资产相关/与收益相关
齐鲁掌上通	72.83	-	8.69	64.14	其他收益	与资产相关/与收益相关
广播电视和网络视听精品创作传播	8.00	-	-	8.00	其他收益	与收益相关
山东省舆情治理能力提升项目	1,000.00	-	-	1,000.00	其他收益	与收益相关
2021 年寻找青年政治佳	40.00	-	37.42	2.58	其他收益	与收益相关
“学习强国”山东学习平台建设推广项目	220.00	-	-	220.00	其他收益	与收益相关
智慧媒体建设	1,040.00	-	-	1,040.00	其他收益	与资产相关/与收益相关
中央文化产业发展专项资金	-	1.00	1.00	-	其他收益	与收益相关
2021 年度济南市扩消费、促发展专项资金	-	57.60	57.60	-	其他收益	与收益相关

项目	2021-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2022-06-30	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
稳岗补贴	-	7.00	7.00	-	其他收益	与收益相关
高校毕业生补贴	-	4.86	4.86	-	其他收益	与收益相关
2021 年泉城 5152 和产业领军人才经费	-	40.00	40.00	-	其他收益	与收益相关
税费减免	-	0.45	0.45	-	其他收益	与收益相关
合计	**5,412.60**	**110.92**	**660.72**	**4,862.80**		

单位：万元

项目	2020-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2021-12-31	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
“山东智慧媒体云”建设（一期）项目	416.35	-	54.99	361.36	其他收益	与资产相关/与收益相关
海报新闻移动融媒体平台	690.19	-	103.56	586.63	其他收益	与资产相关/与收益相关
媒体融合补助资金（主流媒体建设）	256.31	-	256.31	-	其他收益	与资产相关/与收益相关
主流媒体建设	271.22	-	55.50	215.72	其他收益	与资产相关/与收益相关
2020 年寻找青年政治佳活动经费	28.63	-	0.18	28.45	其他收益	与收益相关
齐心鲁力-山东战“疫”宣传活动经费	100.00	-	97.01	2.99	其他收益	与收益相关
融媒体多平台视频直播工作室	95.92	-	23.26	72.66	其他收益	与资产相关/与收益相关
5G+全景 VR 实时互动平台	227.91	-	58.98	168.93	其他收益	与资产相关/与收益相关
“大交通”智慧全媒体项目	122.48	-	55.67	66.81	其他收益	与资产相关/与收益相关
新媒体传播体系建设	91.99	-	37.29	54.70	其他收益	与资产相关/与收益相关

项目	2020-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2021-12-31	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
新闻生产及导向把关	34.24	-	15.13	19.11	其他收益	与资产相关/与收益相关
全媒体研发	24.60	-	10.78	13.82	其他收益	与资产相关/与收益相关
多媒体发布平台	41.27	-	18.24	23.04	其他收益	与资产相关/与收益相关
城市移动门户新闻传播网	99.86	-	13.59	86.27	其他收益	与资产相关/与收益相关
智慧社区	236.92	-	45.41	191.51	其他收益	与资产相关/与收益相关
智能传媒	229.38	-	34.37	195.01	其他收益	与资产相关/与收益相关
智媒矩阵	545.07	-	232.04	313.03	其他收益	与资产相关/与收益相关
新型智慧媒体	740.00	-	108.26	631.74	其他收益	与资产相关/与收益相关
齐鲁掌上通	90.20	-	17.38	72.83	其他收益	与资产相关/与收益相关
以工代训补贴	-	13.10	13.10	-	其他收益	与收益相关
广播电视和网络视听精品创作传播	-	58.00	50.00	8.00	其他收益	与收益相关
山东省舆情治理能力提升项目	-	1,000.00	-	1,000.00	其他收益	与收益相关
2021 年寻找青年政治佳	-	40.00	-	40.00	其他收益	与收益相关
“学习强国”山东学习平台建设推广项目	-	220.00	-	220.00	其他收益	与收益相关
支持新媒体产业发展奖励资金	-	200.00	200.00	-	其他收益	与收益相关
智慧媒体建设	-	1,040.00	-	1,040.00	其他收益	与资产相关/与收益相关

项目	2020-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2021-12-31	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
稳岗补贴	-	12.69	12.69	-	其他收益	与收益相关
研发补助	-	21.72	21.72	-	其他收益	与收益相关
创新奖励	-	57.00	57.00	-	其他收益	与收益相关
高校毕业生补贴	-	3.10	3.10	-	其他收益	与收益相关
见习补贴	-	1.50	1.50	-	其他收益	与收益相关
税费减免	-	1.78	1.78	-	其他收益	与收益相关
扶持资金	-	6.69	6.69	-	其他收益	与收益相关
高新企业认定补贴	-	48.56	48.56	-	其他收益	与收益相关
合计	**4,342.54**	**2,724.15**	**1,654.09**	**5,412.60**		

单位：万元

项目	2019-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2020-12-31	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
“山东智慧媒体云”建设（一期）项目	471.34	-	54.99	416.35	其他收益	与资产相关/与收益相关
海报新闻移动融媒体平台	993.87	-	303.68	690.19	其他收益	与资产相关/与收益相关
创新创业政策扶持资金	-	20.00	20.00	-	其他收益	与收益相关
“六个一百”专题采访经费	-	10.00	10.00	-	其他收益	与收益相关
媒体融合补助资金（主流媒体建设）	-	800.00	543.69	256.31	其他收益	与资产相关/与收益相关
2020 年寻找青年政治佳活动经费	-	40.00	11.37	28.63	其他收益	与收益相关
齐心鲁力-山东战“疫”宣传活动经费	-	100.00	-	100.00	其他收益	与收益相关
融媒体多平台视频直播工作室	121.63	-	25.71	95.92	其他收益	与资产相关/与收益相关
5G+全景 VR 实时互动平台	295.87	-	67.95	227.91	其他收益	与资产相关/与收益相关

项目	2019-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2020-12-31	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
“大交通”智慧全媒体项目	178.26	-	55.78	122.48	其他收益	与资产相关/与收益相关
新媒体传播体系建设	129.28	-	37.29	91.99	其他收益	与资产相关/与收益相关
新闻生产及导向把关	49.36	-	15.13	34.24	其他收益	与资产相关/与收益相关
全媒体研发	35.38	-	10.78	24.60	其他收益	与资产相关/与收益相关
多媒体发布平台	59.51	-	18.24	41.27	其他收益	与资产相关/与收益相关
城市移动门户新闻传播网	113.46	-	13.59	99.86	其他收益	与资产相关/与收益相关
智慧社区	364.25	-	127.33	236.92	其他收益	与资产相关/与收益相关
智能传媒	263.75	-	34.37	229.38	其他收益	与资产相关/与收益相关
智媒矩阵	798.46	-	253.39	545.07	其他收益	与资产相关/与收益相关
主流媒体建设	-	400.00	128.78	271.22	其他收益	与资产相关/与收益相关
新型智慧媒体	-	740.00	-	740.00	其他收益	与资产相关/与收益相关
齐鲁掌上通	-	94.62	4.42	90.20	其他收益	与资产相关/与收益相关
2019 年济南市软件企业荣誉资格和资质认证奖励	-	45.15	45.15	-	其他收益	与收益相关
研发费用加计扣除奖励	-	30.96	30.96	-	其他收益	与收益相关
网上蹴鞠博物馆	22.65	-	22.65	-	其他收益	与收益相关
高新技术企业认定	-	40.00	40.00	-	其他收益	与收益相关

项目	2019-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2020-12-31	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
高新技术企业补贴及研发补助	-	22.42	22.42	-	其他收益	与收益相关
稳岗补贴	-	62.89	62.89	-	其他收益	与收益相关
疫情吸纳就业和见习补贴	-	12.07	12.07	-	其他收益	与收益相关
高校毕业生补贴	-	0.85	0.85	-	其他收益	与收益相关
中小企业补助	-	8.00	8.00	-	其他收益	与收益相关
崂山区文化产业扶持资金	-	10.00	10.00	-	其他收益	与收益相关
合计	**3,897.07**	**2,436.96**	**1,991.49**	**4,342.54**		

单位：万元

项目	2018-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2019-12-31	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
2018 年中宣办舆情信息直报点资助	4.00	-	4.00	-	其他收益	与收益相关
2018 年鲁宣办舆情信息直报点资助	2.30	-	2.30	-	其他收益	与收益相关
爱国主义教育数字展馆建设项目	200.00	-	200.00	-	其他收益	与收益相关
“山东智慧媒体云”建设（一期）项目	2,615.69	-	2,144.34	471.34	其他收益	与资产相关/与收益相关
海报新闻移动融媒体平台	-	1,300.00	306.13	993.87	其他收益	与资产相关/与收益相关
高新技术企业认定财政补助	-	27.44	27.44	-	其他收益	与收益相关
融媒体多平台视频直播工作室	147.34	-	25.71	121.63	其他收益	与资产相关/与收益相关
5G+全景 VR 实时互动平台	-	296.00	0.13	295.87	其他收益	与资产相关/与收益相关

项目	2018-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2019-12-31	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
2015 年蓝色硅谷区创新创业发展专项资金	9.00	-	9.00	-	其他收益	与收益相关
“大交通”智慧全媒体项目	234.05	-	55.78	178.26	其他收益	与资产相关/与收益相关
新媒体传播体系建设	166.58	-	37.29	129.28	其他收益	与资产相关/与收益相关
新闻生产及导向把关	64.49	-	15.13	49.36	其他收益	与资产相关/与收益相关
全媒体研发	46.15	-	10.78	35.38	其他收益	与资产相关/与收益相关
多媒体发布平台	77.75	-	18.24	59.51	其他收益	与资产相关/与收益相关
城市移动门户新闻传播网	127.05	-	13.59	113.46	其他收益	与资产相关/与收益相关
智慧社区	429.99	-	65.74	364.25	其他收益	与资产相关/与收益相关
智能传媒	470.00	-	206.25	263.75	其他收益	与资产相关/与收益相关
智媒矩阵	-	800.00	1.54	798.46	其他收益	与资产相关/与收益相关
网上蹴鞠博物馆	22.65	-	-	22.65	其他收益	与收益相关
建市 30 周年专项拨款	-	20.00	20.00	-	其他收益	与收益相关
山东省科技厅研发费用补贴资金	-	14.82	14.82	-	其他收益	与收益相关

项目	2018-12-31	本期新增补助金额	本期结转计入损益的金额	2019-12-31	本期结转计入损益的列报项目	与资产相关/与收益相关
省级服务业发展专项资金	-	30.00	30.00	-	其他收益	与收益相关
稳岗补贴	-	0.74	0.74	-	其他收益	与收益相关
社保补贴	-	0.16	0.16	-	其他收益	与收益相关
合计	**4,617.03**	**2,489.16**	**3,209.12**	**3,897.07**		

（四）所有者权益构成分析

报告期各期末，公司所有者权益的构成情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
股本	11,000.00	11,000.00	11,000.00	9,000.00
资本公积	7,345.21	7,345.21	7,345.21	2,345.21
盈余公积	3,171.85	3,171.85	2,577.17	2,007.00
未分配利润	25,278.91	23,215.50	20,244.38	14,250.38
归属于母公司股东权益合计	**46,795.97**	**44,732.56**	**41,166.77**	**27,602.59**
少数股东权益	3,544.73	3,434.97	4,094.57	3,907.52
合计	**50,340.70**	**48,167.53**	**45,261.34**	**31,510.12**

1、股本

报告期各期末，公司股本变动情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
股本	11,000.00	11,000.00	11,000.00	9,000.00
合计	**11,000.00**	**11,000.00**	**11,000.00**	**9,000.00**

2020 年末股本较 2019 年末增加 2,000.00 万元，主要原因系 2020 年大众报业以 3.5 元/股价格对公司增资 2,000 万股，增资金额为 7,000 万元，其中股本 2,000 万元，资本公积 5,000.00 万元。该次增资完成后，公司的股本总额由 9,000.00 万元增加至 11,000.00 万元。

2、资本公积

报告期各期末，公司资本公积变动情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
资本公积	7,345.21	7,345.21	7,345.21	2,345.21
合计	**7,345.21**	**7,345.21**	**7,345.21**	**2,345.21**

2020 年末资本公积较 2019 年末增加 5,000.00 万元，主要原因系 2020 年度大众报业增资形成，详见“第八节财务会计信息与管理层分析/十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析/（四）所有者权益构成分析/1、股本”。

3、盈余公积

报告期各期末，公司盈余公积变动情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
盈余公积	3,171.85	3,171.85	2,577.17	2,007.00
合计	**3,171.85**	**3,171.85**	**2,577.17**	**2,007.00**

公司的盈余公积为公司按当年净利润的 10%提取的法定盈余公积金，法定盈余公积累计额达到注册资本的 50%后，可不再提取。

4、未分配利润

报告期各期末，公司未分配利润变动情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
调整前期初未分配利润	23,215.50	20,244.38	14,250.38	11,248.42
调整期初未分配利润合计数（调增+，调减-）	-	-	-	-183.78
调整后期初未分配利润	23,215.50	20,244.38	14,250.38	11,064.64
加：本年归属于母公司所有者的净利润	2,063.41	6,294.75	6,564.18	6,203.24
减：提取法定盈余公积	-	594.68	570.17	528.82
应付普通股股利	-	2,728.95	-	2,488.68
期末未分配利润	25,278.91	23,215.50	20,244.38	14,250.38

（五）偿债能力分析

1、偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力指标如下：

主要财务指标	2022-06-30/ 2022 年 1-6 月	2021-12-31/ 2021 年度	2020-12-31/ 2020 年度	2019-12-31/ 2019 年度
流动比率（倍）	4.05	3.04	3.43	3.25
速动比率（倍）	4.00	3.01	3.40	3.19
资产负债率（合并）	30.49%	37.37%	33.20%	36.23%
息税折旧摊销前利润（万元）	3,546.26	9,328.65	7,911.99	7,453.85

从短期偿债指标来看，报告期各期末，公司流动比率和速动比率较高，公司流动性充裕，短期偿债能力较强。2021 年末，公司流动比率和速动比率较 2020 年末下降，主要原因为 2021 年末公司合同负债较 2020 年末增长。

从长期偿债指标来看，报告期各期末，公司资产负债率基本保持平稳且保持较低的水平，公司长期偿债能力良好；报告期各期，公司息税折旧摊销前利润水平较高，盈利情况良好。

报告期内，公司货币资金充足，不存在影响日常运营的偿债风险，也不存在对正常生产经营活动有重大影响的或有负债，面临的债务偿还风险较低。

2、偿债能力对比分析

报告期内，公司与同行业可比上市公司偿债能力指标对比情况如下：

主要财务指标	公司名称	2022-06-30	2021-12-31	2020-12-31	2019-12-31
流动比率（倍）	人民网	3.37	3.16	3.19	3.17
	新华网	3.92	3.60	4.87	6.67
	川网传媒	7.67	5.29	5.51	5.00
	平均	**4.98**	**4.02**	**4.52**	**4.94**
	公司	**4.05**	**3.04**	**3.43**	**3.25**
速动比率（倍）	人民网	3.23	3.04	3.11	3.10
	新华网	3.90	3.58	4.87	6.66
	川网传媒	7.67	5.29	5.51	5.00
	平均	**4.93**	**3.97**	**4.50**	**4.92**
	公司	**4.00**	**3.01**	**3.40**	**3.19**
资产负债率（合并）	人民网	28.50%	29.56%	25.06%	24.09%
	新华网	33.64%	34.71%	31.29%	29.41%
	川网传媒	9.99%	14.24%	18.19%	20.42%
	平均	24.04%	**26.17%**	**24.85%**	**24.64%**
	公司	**30.49%**	**37.37%**	**33.20%**	**36.23%**

注 1：同行业可比上市公司数据引自其定期报告或招股说明书。

由上表可见，报告期各期末，公司流动比率、速动比率低于同行业可比上市公司均值，资产负债率高于同行业可比上市公司均值，但仍处于合理水平，符合行业以流动资产为主的特点，公司的财务结构稳健、偿债能力较强。

（六）营运能力分析

1、公司资产周转能力指标

报告期内，公司资产周转能力情况如下：

主要财务指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货周转率（次）	16.80	50.38	38.36	22.31
应收账款周转率（次）	1.02	3.06	3.13	3.50

报告期各期，公司的存货周转率较高，符合公司所处行业的轻资产经营特点。报告期各期，公司存货周转率逐年上升，主要原因系报告期内，公司存货规模较小，随着整体业务规模的扩大，营业成本增加所致。

报告期各期，公司应收账款周转率逐年下滑。主要原因系公司的政府类客户、事业单位类型客户以及国有企业，实际结算时间受政府投资项目、财政预算安排、财政资金紧张程度具体付款计划等多因素的影响，实际付款时间晚于合同安排的付款时间；非国有企业类客户、个人及其他客户，受自身资金安排以及疫情的影响回款速度放缓；故随着营业收入的增长，应收账款周转率下降。

报告期内，除了恒大地产集团济南置业有限公司及其关联公司外，公司的其他主要政企客户回款能力较强，款项无法回收的可能性相对较低，且公司已经按照坏账准备的会计政策对应收账款计提了坏账准备。

2、同行业可比上市公司情况

公司与同行业可比上市公司资产周转能力指标对比情况如下：

主要财务指标	公司名称	2022年1-6月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
存货周转率（次）	人民网	2.35	8.09	11.32	21.71
	新华网	28.21	123.79	336.56	384.22
	川网传媒	-	-	-	-
	平均	**15.28**	65.94	173.94	202.96
	公司	**16.80**	**50.38**	**38.36**	**22.31**

主要财务指标	公司名称	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款周转率（次）	人民网	1.58	4.23	3.84	4.19
	新华网	1.96	3.97	2.34	2.37
	川网传媒	1.30	3.29	3.34	3.48
	平均	**1.61**	**3.83**	**3.17**	**3.35**
	公司	**1.02**	**3.06**	**3.13**	**3.50**

注 1：同行业可比上市公司数据引自其定期报告或招股说明书。

报告期各期，公司存货周转率低于新华网，主要原因系新华网整体业务规模较大，营业成本较高但存货规模较小；公司存货周转率高于人民网，主要原因系报告期各期末，人民网公司承建的项目尚未完工交付，相关阶段性建设成果计入存货所致。

报告期各期，公司的应收账款周转率与同行业可比上市公司均值基本接近。

（七）报告期股利分配的具体实施情况

2019 年 3 月 25 日，公司召开股东大会，审议通过《山东省互联网传媒集团股份有限公司 2018 年度利润分配预案》，同意对 2018 年未分配利润中的 2,488.68 万元按照各股东持股比例进行分配。

2021 年 7 月 30 日，公司召开股东大会，审议通过《山东省互联网传媒集团股份有限公司 2020 年度利润分配预案》，同意对 2020 年未分配利润中的 2,728.95 万元按照各股东持股比例进行分配。

截至本招股说明书签署日，上述分红已实施完毕。

报告期内，公司利润分配政策符合《公司法》《证券法》《公司章程》等有关规定，内容和形式合法合规。

（八）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	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、经营活动产生的现金流量：				
经营活动现金流入小计	18,033.63	58,649.21	50,180.64	41,956.17
经营活动现金流出小计	26,123.08	49,608.58	41,715.78	35,916.69

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动产生的现金流量净额	**-8,089.44**	**9,040.63**	**8,464.86**	**6,039.48**
二、投资活动产生的现金流量：				
投资活动现金流入小计	6,088.58	39,574.04	34,050.29	11,908.13
投资活动现金流出小计	6,329.83	40,928.70	34,443.45	14,037.00
投资活动产生的现金流量净额	**-241.25**	**-1,354.66**	**-393.16**	**-2,128.87**
三、筹资活动产生的现金流量：				
筹资活动现金流入小计	-	-	7,490.00	-
筹资活动现金流出小计	713.06	4,344.21	512.62	2,488.68
筹资活动产生的现金流量净额	**-713.06**	**-4,344.21**	**6,977.38**	**-2,488.68**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	**-**	**-0.34**	**4.81**	**4.95**
五、现金及现金等价物净增加/减少额	**-9,043.75**	**3,341.42**	**15,053.89**	**1,426.88**

1、经营活动现金流量分析

报告期内，公司主要的经营活动现金流量如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	17,639.87	55,513.70	47,288.74	39,324.98
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	393.76	3,135.51	2,891.89	2,631.19
经营活动现金流入小计	**18,033.63**	**58,649.21**	**50,180.64**	**41,956.17**
购买商品、接受劳务支付的现金	6,873.86	18,039.77	15,521.79	12,252.37
支付给职工以及为职工支付的现金	16,480.60	25,132.49	19,811.06	17,164.92
支付的各项税费	1,554.13	2,827.42	2,116.71	2,090.46
支付其他与经营活动有关的现金	1,214.49	3,608.89	4,266.22	4,408.94
经营活动现金流出小计	**26,123.08**	**49,608.58**	**41,715.78**	**35,916.69**
经营活动产生的现金流量净额	**-8,089.44**	**9,040.63**	**8,464.86**	**6,039.48**

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 39,324.98 万元、47,288.74 万元、55,513.70 万元和 17,639.87 万元，占同期营业收入的比重分别为 99.80%、101.93%、99.80%和 78.18%，占比较高，回款情况良好。

报告期内，公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为 12,252.37 万元、15,521.79 万元、18,039.77 万元和 6,873.86 万元，占同期营业成本比重分别为

66.35%、69.12%、66.89%和 65.30%，占比保持相对稳定的状态。

2019 年度、2020 年度和 2021 年度，公司经营活动产生的现金流量净额保持持续上升状态，主要原因系公司业务规模扩大，销售商品、提供劳务收到的现金不断增加。2022 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额为负，主要系受政府、事业单位、国企类客户资金预算、付款内部审批流程的影响，公司在上半年销售商品、提供劳务收到的现金较少，同时公司仍需支付经营活动相关的采购款、税费、薪酬等所致。

（1）收到的其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助收入	110.57	2,743.53	2,428.32	2,489.16
利息收入	227.68	304.46	112.69	81.71
往来款	37.55	76.62	335.81	41.94
其他	17.97	10.89	15.08	18.38
合计	**393.76**	**3,135.51**	**2,891.89**	**2,631.19**

报告期各期，收到的其他与经营活动有关的现金分别为 2,631.19 万元、2,891.89 万元、3,135.51 万元和 393.76 万元，主要为公司收到的政府补助和利息收入。

（2）支付的其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
付现费用	1,083.70	3,427.82	4,178.32	4,368.15
手续费	4.30	17.37	10.53	11.63
其他	126.48	163.71	77.37	29.16
合计	**1,214.49**	**3,608.89**	**4,266.22**	**4,408.94**

报告期各期，支付其他与经营活动有关的现金分别为 4,408.94 万元、4,266.22 万元、3,608.89 万元和 1,214.49 万元，主要为公司支付的期间费用。

（3）经营活动现金流量净额与净利润差异分析

①公司和同行业可比上市公司经营活动现金净流量与实现净利润情况比较

单位：万元

单位名称	项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
人民网	经营活动现金流量净额	-6,399.04	42,144.22	49,240.17	56,835.89
	净利润	10,353.28	18,869.91	35,984.64	43,457.73
	差额	**-16,752.32**	**23,274.31**	**13,255.53**	**13,378.16**
	占比	**-61.81%**	**223.34%**	**136.84%**	**130.78%**
新华网	经营活动现金流量净额	8,926.40	26,684.94	38,086.41	6,099.03
	净利润	10,199.23	21,051.56	16,494.14	28,764.63
	差额	**-1,272.83**	**5,633.38**	**21,592.27**	**-22,665.61**
	占比	**87.52%**	**126.76%**	**230.91%**	**21.20%**
川网传媒	经营活动现金流量净额	-740.43	1,805.42	5,951.37	4,275.32
	净利润	784.36	8,277.41	6,036.48	7,665.36
	差额	**-1,524.79**	**-6,471.99**	**-85.11**	**-3,390.04**
	占比	**-94.40%**	**21.81%**	**98.59%**	**55.77%**
发行人	经营活动现金流量净额	-8,089.44	9,040.63	8,464.86	6,039.48
	净利润	2,173.17	6,698.43	6,773.84	6,422.90
	差额	**-10,262.61**	**2,342.20**	**1,691.02**	**-383.43**
	占比	**-372.24%**	**134.97%**	**124.96%**	**94.03%**

注 1：同行业可比上市公司数据引自其定期报告或招股说明书。

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额占净利润的比重分别为94.03%、124.96%、134.97%和-372.24%，差额分别为-383.43 万元、1,691.02 万元、2,342.20 万元和-10,262.61 万元。2019 年度、2020 年度和 2021 年度，公司经营活动产生的现金流量净额占净利润的比重和差额呈上升趋势，主要原因系随着业务增长，公司销售商品、提供劳务收到的现金增加所致。2022 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额占净利润的比重和差额为负，主要原因系受政府、事业单位、国企类客户资金预算、付款内部审批流程的影响，公司上半年销售商品、提供劳务收到的现金较少，同时公司仍需支付经营活动相关的采购款、税费、薪酬等，导致 2022 年 1-6 月经营活动产生的现金流量净额为负。

报告期期内，基于同行业可比上市公司业务类别、业务规模等因素的影响，公司与同行业可比上市公司经营活动现金净流量波动相关数据的可比性较弱。

②影响经营活动的现金流量净额与净利润差异的因素分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润调节关系及差异情况

如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	2,173.17	6,698.43	6,773.84	6,422.90
加：信用减值损失	619.32	2,437.92	925.68	886.28
资产减值损失	-	17.58	34.13	4.45
固定资产折旧、投资性房地产折旧、车位摊销	434.07	788.63	688.80	574.27
使用权资产折旧	675.82	1,306.17	-	-
无形资产摊销	109.75	210.37	236.11	136.41
长期待摊费用摊销	65.79	119.83	86.33	74.64
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以"－"号填列）	5.05	2.10	-	-
固定资产报废损失（收益以"－"号填列）	1.03	-4.86	0.34	1.46
公允价值变动损失（收益以"－"号填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以"－"号填列）	40.76	94.93	-4.81	-4.95
投资损失（收益以"－"号填列）	-175.64	-615.15	-477.74	-370.62
递延所得税资产减少（增加以"－"号填列）	34.75	-137.85	-1.84	35.47
递延所得税负债增加（减少以"－"号填列）	-	-	-	-
存货的减少（增加以"－"号填列）	-96.87	-103.36	151.69	294.63
经营性应收项目的减少（增加以"－"号填列）	-5,567.91	-6,577.27	-4,386.22	-5,146.40
经营性应付项目的增加（减少以"－"号填列）	-6,408.55	4,803.15	4,438.53	3,130.94
其他	-	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	-8,089.44	9,040.63	8,464.86	6,039.48

2、投资活动现金流量分析

报告期内，公司主要的投资活动现金流量如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资收到的现金	-	-	350.00	290.00
取得投资收益收到的现金	88.53	468.55	341.29	217.91
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.05	5.49	-	0.22
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	6,000.00	39,100.00	33,359.00	11,400.00

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
投资活动现金流入小计	**6,088.58**	**39,574.04**	**34,050.29**	**11,908.13**
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	329.83	1,372.81	1,084.45	2,208.43
投资支付的现金	-	-	-	428.57
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	6,000.00	39,555.89	33,359.00	11,400.00
投资活动现金流出小计	**6,329.83**	**40,928.70**	**34,443.45**	**14,037.00**
投资活动产生的现金流量净额	**-241.25**	**-1,354.66**	**-393.16**	**-2,128.87**

报告期各期，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-2,128.87 万元、-393.16 万元、-1,354.66 万元和-241.25 万元。

报告期各期，公司收到其他与投资活动有关的现金和支付其他与投资活动有关的现金金额较大，主要系购买和赎回理财产品所产生的现金流出流入所致。购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金，主要原因系公司在报告期内购买电子设备等所产生的现金流出。

2019 年度，公司收回投资收到的现金为 290.00 万元，主要系公司子公司齐鲁壹点处置其持有的山东齐鲁融媒科技股份有限公司 29%股权所致；2020 年度，公司收回投资收到的现金为 350.00 万元，主要系公司子公司半岛网络处置其持有的青岛幼吾幼 25%股权所致。

2019 年度，公司投资支付的现金为 428.57 万元，主要系公司购入大众云学 30%股权所致。

3、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司主要的筹资活动现金流量如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金	-	-	7,490.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	490.00	-
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	**-**	**-**	**7,490.00**	**-**
偿还债务支付的现金	-	-	-	-

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	3,218.95	32.62	2,488.68
其中：子公司支付少数股东的股利、利润	-	490.00	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	713.06	1,125.26	480.00	-
筹资活动现金流出小计	**713.06**	**4,344.21**	**512.62**	**2,488.68**
筹资活动产生的现金流量净额	**-713.06**	**-4,344.21**	**6,977.38**	**-2,488.68**

报告期各期，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-2,488.68 万元、6,977.38 万元、-4,344.21 万元和-713.06 万元。

2020 年度吸收投资收到的现金为 7,490.00 万元，主要系 2020 年度大众报业增资 2000 万股，增资金额 7,000 万元，同时 2020 年大众数科成立，其中少数股东出资额为 490.00 万元。

报告期各期，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金分别为 2,488.68 万元、32.62 万元、3,218.95 万元和 0.00 万元，2019 年度公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金主要系母公司分红所致， 2020 年度公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金系鼎彩网络分红所致，2021 年度公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金主要系母公司和子公司半岛网络分红所致。

2020 年度、2021 年度和 2022 年 1-6 月，公司支付其他与筹资活动有关的现金分别为 480.00 万元、1,125.26 万元和 713.06 万元，2020 年度主要系鼎彩网络注销归还给股东的投资款 200.00 万元和青岛硅谷减资支付给股东的投资款 280.00 万元，2021 年度和 2022 年 1-6 月主要系执行新租赁准则对应的租金支出。

（九）未来可预见的重大资本性支出

截至本招股说明书签署日，未来可预见的重大资本性支出主要为本次发行股票募集资金拟投资项目。公司本次募集资金投资项目具体情况详见招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”。

（十）流动性风险管理情况

报告期各期末，公司负债以流动负债为主，流动负债占总负债比例分别为 75.10%、80.64%、78.95%和 72.27%，流动比率分别为 3.25、3.43、3.04 和 4.05，速动比率分别为 3.19、3.40、3.01 和 4.00，公司的流动比率、速动比率基本保持

稳定状态，偿债能力持续稳定。

报告期各期末，公司资产以流动资产为主，流动资产占总资产比例分别为88.29%、91.77%、89.68%和89.16%，公司流动资产占比较高，变现能力较强。

2019年度、2020年度和2021年度，公司销售商品、提供劳务收到的现金占同期营业收入的比例分别为 99.80%、101.93%和 99.80%，经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例分别为94.03%、124.96%和134.97%，公司经营现金流情况良好，资金充裕。2022年1-6月，公司销售商品、提供劳务收到的现金占同期营业收入的比例为 78.18%，经营活动产生的现金流量净额占净利润的比例为-372.24%，2022 年上半年经营现金流的波动主要系受公司业务的季节性变动、客户预算及付款周期等因素影响，具有合理性。

综上，发行人短期偿债能力、资产变现能力较强，经营现金流情况良好，流动性风险较低。

（十一）持续经营能力分析

公司主营业务收入包括广告宣传服务、信息服务、移动增值业务和技术服务，其中广告宣传服务为公司最主要的收入来源，各期收入占比均在60%以上。

经过多年的经营和行业积累，公司建立了以大众网、齐鲁晚报网、半岛网和鲁中网等为核心的网站集群为基础，以山东手机报、海报新闻、齐鲁壹点等系列媒体产品为延伸，以全省 16 市地方频道为保障的互联网传播矩阵。报告期内，公司全力推进“海报新闻”客户端平台型新媒体建设，专注时政财经、深度原创新闻，打造全国一流大端；齐鲁壹点坚持“在线化、智能化、智慧化、视频化”的发展方向，实现新闻资讯、生活服务、爆料互动等全时覆盖，实现内容生产、商业服务、价值传递等全方位运营；山东手机报覆盖用户超过3,000万，形成了覆盖山东、辐射全国的主流舆论场。

截至目前，公司新闻作品 16 次获得中国新闻奖，5 获中国新闻奖一等奖，综合实力居省级重点新闻网站前列。公司先后有6人次获得中宣部舆情信息工作先进个人，10人次获得省委宣传部舆情信息工作先进个人，2014年至2021年连续8年获得山东省舆情信息工作先进单位，荣获2021年中宣部舆情信息工作优秀单位。

在国家政策支持文化产业发展、信息传播技术和基础建设的进步、受众对网络新媒体信息传播服务的认知和接受程度提高等行业背景下，公司积极优化商业模式，持续探索先进的广告技术，勇于拓展服务领域，逐渐形成公司成长的核心驱动力。

综上，公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化或风险因素。

十二、报告期的重大资本性支出与资产业务重组

（一）报告期内重大投资、资本性支出

报告期各期，公司“购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金”分别为 2,208.43 万元、1,084.45 万元、1,372.81 万元和 329.83 万元，2019 年相对较高，主要原因系公司购买电子设备等所产生的现金流出。

（二）报告期内重大资产业务重组或股权收购合并事项

报告期内，公司不存在重大资产业务重组或股权收购合并事项。

十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

2022 年 7 月 13 日，公司召开股东大会，审议通过《山东省互联网传媒集团股份有限公司 2021 年度利润分配预案》，同意对 2021 年未分配利润中的 2,973.39 万元按照各股东持股比例进行分配。

截至本招股说明书签署日，上述分红尚未实施完毕。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在或有事项。

（三）重大担保、诉讼事项

发行人重大担保、诉讼事项请参见“第十一节其他重要事项/二、对外担保情况”和“第十一节其他重要事项/三、诉讼或仲裁事项”。

（四）其他重要事项

1、年金计划

2018 年，公司为保障和提高职工退休后的待遇水平，建立人才长效激励机制，发行人结合实际情况制定了企业年金计划；根据年金计划的规定，公司自 2018 年 5 月开始按照年金计划约定的缴纳比例计提并缴纳年金。

2、租赁

作为承租人，发行人对短期租赁和低价值资产租赁进行简化处理，未确认使用权资产和租赁负债，短期租赁、低价值资产和未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额当期计入费用的情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度
短期租赁	44.50	213.70
低价值租赁	-	-
未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额	-	-
合计	**44.50**	**213.70**

十四、财务报告审计基准日后的主要财务信息及经营状况

财务报告审计基准日至本招股说明书签署日期间，公司各项业务正常开展，未发生重大变化或导致公司业绩异常波动的重大不利因素；公司经营模式、核心技术人员、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面未发生重大变化。

十五、盈利预测

公司未编制盈利预测报告。

十六、信息系统核查情况

公司建立以“大众网”“齐鲁晚报网”“半岛网”和“鲁中网”等为核心的网站集群，将原创性、权威性、及时性的新闻内容通过互联网进行传播，满足广大互联网用户对于新闻信息的需求，并以此为基础不断开拓、挖掘用户资源，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。

公司虽以互联网作为提供服务的手段，但公司主要业务的结算以及收入确认并非依赖信息系统进行。考虑到公司日常经营活动对信息系统的使用情况，公司聘请的大华国际管理咨询（北京）有限公司针对公司信息系统实施了信息系统核查，涉及系统包括公司内容管理系统、大众舆情管理平台，核查内容包括信息系统一般控制测试、信息系统应用控制测试、计算机辅助审计等。

根据大华国际管理咨询（北京）有限公司出具的《信息系统专项核查报告》（大华国际总[2022]000027 号），公司纳入核查范围内的信息系统一般控制层面的重大与关键控制方面保持了有效的信息系统内部控制，应用控制层面的重大与关键控制方面保持了有效的信息系统内部控制，公司运营的主要媒体平台积累了可观的终端用户，公司可基于其运营的主要媒体平台为客户提供服务。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用概况

（一）募集资金使用计划

经公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过，公司本次拟公开发行不超过 3,667 万股人民币普通股（A 股），募集资金扣除发行费用后，将按照轻重缓急顺序投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资总额	拟使用募集资金投入金额	项目备案证书	建设期
1	全媒体采编平台升级建设项目	7,659.23	7,659.23	《山东省建设项目备案证明》（项目代码：2206-370102-04-04-885239）	3 年
2	大数据智能信息处理平台升级建设项目	6,469.21	6,469.21	《山东省建设项目备案证明》（项目代码：2206-370102-04-04-933740）	3 年
3	数字化网络营销平台升级项目	9,138.58	9,138.58	《山东省建设项目备案证明》（项目代码：2206-370102-04-04-361973）	3 年
合计		**23,267.02**	**23,267.02**	-	-

在本次发行募集资金到位前，公司将根据上述项目的实际进度，以自筹资金先行支付前期投入，待本次发行募集资金到位后再以募集资金置换已投入的自筹资金。若本次发行实际募集资金净额低于计划利用募集资金额，募集资金不足部分由公司通过自筹方式解决；若本次募集资金净额超过计划利用募集资金额，公司将严格按照监管机构的有关规定管理和使用超募资金。

本次发行上市的募集资金投资项目不存在与他人合作的情形；本次募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，不会对公司的独立性产生不利影响。

（二）募集资金使用管理制度

为了规范募集资金的管理和使用，最大限度保护投资者权益，公司已依照相关法律法规并结合公司实际情况制定了《募集资金管理制度》，并经公司股东大会审议通过。该制度明确了募集资金使用的分级审批权限、决策程序、风险控制措施及信息披露程序，对募集资金存储、使用、变更、管理与监督等内容进行了明确规定，特别是公司对募集资金将采用专户存储制度，专款专用。公司将以上

述制度为基础，对募集资金进行规范化的管理和使用，切实维护资金安全、防范相关风险、提高使用效益。

（三）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创意性的支持作用

公司是山东省人民政府批准设立的以互联网技术、移动通信技术为支撑的大型骨干网络文化传媒集团。公司建立以“大众网”“齐鲁晚报网”“半岛网”和“鲁中网”等为核心的网站集群，将原创性、权威性、及时性的新闻内容通过互联网进行传播，满足广大互联网用户对于新闻信息的需求，并以此为基础不断开拓、挖掘用户资源，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。

本次募集资金投资项目将继续投资于主营业务，助力现有业务的扩展和延伸。全媒体采编平台升级建设项目的实施将有助于公司实现信息数据一次采集、多种生成、多元传播，提升公司新闻内容采编、内容精准分发能力；大数据智能信息处理平台升级建设项目的实施将搭建完善的大数据智能信息处理平台，推动信息服务业务转型升级；数字化网络营销平台升级项目的实施将有助于优化提升公司针对各类客户的媒体宣传和服务承接能力。

本次募集资金投资项目的实施将有利于公司不断提升自身研发能力及综合实力，有利于公司实现可持续发展，增强公司的核心竞争能力，积极推动公司主营业务的发展和未来经营战略的实现。

二、募集资金投资项目情况

（一）全媒体采编平台升级建设项目

1、项目概况

本项目通过对全媒体采编平台采编发等内容管理基础功能、智能推荐模块、智能生产模块等进行智能化升级建设，实现信息数据一次采集、多种生成、多元传播，提升公司新闻内容采编、内容精准分发能力，建设包含采编媒体资源库、智能生产、智能化新闻大数据等功能在内的全媒体采编平台。

2、项目背景及必要性分析

（1）增强新闻信息内容优势是提升公司竞争力的关键因素

新闻内容是互联网新闻信息服务行业发展的立足点，在当今信息服务业竞争日益激烈、互联网媒体内容同质化的环境中，创新性、多元化、深度化的新闻内容成为提升差异化竞争力、创造品牌优势的重要举措，信息采编能力是互联网新闻信息服务企业提升新闻内容资源质量，获取、积累用户资源、提高竞争力的基础。此外，在大数据、人工智能应用不断拓展，新闻资讯的传播渠道和服务模式不断革新的背景下，完善的传播体系有助于促进企业优质内容的输出，进一步加强公司新闻信息内容优势。

本次全媒体采编平台升级建设项目将结合大数据、人工智能等多项技术应用成果，建立起全新的新媒体内容制作新闻生产流程及个性化推荐模式，提高公司采编平台在信息采集、数据处理、智能分发、精准传播等方面的能力，增强公司内容生产及精准传播优势，增强主流媒体的公众影响力、传播力和公信力，积累更多客户资源，促进公司互联网新闻服务规模的持续增长。

（2）完善采编平台基础设施建设是满足企业持续发展的需要

公司积极探索新媒体发展模式，建设形成以大众网网群为核心，以山东手机报、海报新闻、齐鲁壹点等系列媒体产品为延伸，以 16 市地方频道为保障的互联网矩阵，逐步打造成为覆盖山东、辐射全国的主流媒体平台。随着公司业务规模的不断扩大，现有的采编系统与新时代信息传播的发展趋势相比规模偏小，处理能力尚有进一步提升的需要，因此，需进一步升级采编平台，加强采编能力建设。

本项目通过购置采编器材和相关软硬件配套设备，对全媒体采编平台内容管理、智能推荐模块和智能生产模块进行升级，实现技术研发与内容生产的深度融合，完善平台基础设施建设，促进企业持续、稳定发展。

3、项目实施的可行性分析

（1）网络信息消费需求的提升对新闻信息服务业的发展构成有力支撑

随着社会的发展进步以及人民消费水平的提高，网络信息消费需求不断提高。由于互联网新闻具有及时性、传播快、多样化、互动性、个性化等特点，通过网络获取新闻信息的用户不断增加，截至 2022 年 6 月，我国网络新闻用户规模达 7.78 亿。网络信息消费需求的提升对新闻采编和新闻信息服务业的发展构

成有力支撑。

（2）公司拥有开展互联网新闻信息服务行业相关的资质

工信部、国新办等部门颁布的互联网新闻信息行业相关管理规定明确要求从事互联网新闻信息服务的主体需取得相关资质的认证及主管部门审核同意，行业具有较高的经营资质门槛。在互联网新闻信息领域，公司拥有《互联网新闻信息服务许可证》《信息网络传播视听节目许可证》《网络出版服务许可证》《网络文化经营许可证》等资质证书，相关资质使得公司可以开展新闻采编、提供新闻信息服务等活动。公司规范的业务资质为本项目的实施提供了基础保障。

（3）公司具备平台升级的技术积累和专业人才

公司致力于为用户提供优质的互联网信息服务，具有多年的行业运营基础。通过不断的引进和培养人才，拥有一批高素质、专业性强的管理、采编和技术等各方面的人才。在技术研发方面，公司具有专业的技术团队，形成了包括技术开发部、运行维护部、数码设计部和子公司相关技术团队在内的技术职能体系，充分掌握了分布式任务分发与处理技术、自动化负载均衡技术、视频直播技术、视频编码技术、系统监控和自动报警技术、大数据检索技术等专项技术，积累了丰富的业务开展经验和技术研发实力。公司深厚的技术积累和人才基础为本次采编平台升级提供了支撑。

4、项目建设内容

本项目建设内容主要为对全媒体采编平台采编发等内容管理基础功能、智能推荐模块、智能生产模块等进行智能化升级，具体如下：

（1）内容管理基础功能升级

内容管理系统包括：内容审看系统、版权管理系统。本项目建设拟增加专家型采编资源及相应设施；建设数字化视频演播室、虚拟现实演播室；购置业务发展所需的无人机、摄像机、视频直播车、转播车、采编器材和相关软硬件设备；对采编类人员进行优化，使采编内容更丰富，报道更及时、全面。

（2）智能推荐模块升级

本项目对现有全媒体采编平台智能推荐模块进行迭代升级，逐步向个性化方

向研发，以内容、广告、电商等不同的公众需求进行智能化匹配，完成产品的互动智能化，满足客户个性化需求。在确保“优质内容”的基础之上，采用“优秀算法”，借助大数据和信息技术，实现更加精准的定向内容推送以及更高效的内容采编生产。

（3）智能生产模块升级

本项目对现有全媒体采编平台智能生产模块进行迭代升级，以数据为核心重构新闻生产流程，对内容的传播渠道和转载效果进行价值评估和动态计算。从多维度线索筛选，在海量新闻中寻找事件线索，同时结合线索和热点，预测事件走势。同时为内容生产提供背景延展、主题关联、内容安全审核等服务；推进智能媒资功能的开发，实现所有图文、图表、音频、视频资源的整合打通、智能标签化处理、分类存储，为使用人员提供智能文本搜索、图片搜索、视频搜索、多语言搜索、语义搜索等业务场景，快速提升编辑记者的内容生产效率。

5、项目投资概算

本项目预计总投资为 7,659.23 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占比
1	**设备购置及安装费用**	**3,437.80**	**44.88%**
1.1	设备购置费	3,371.80	44.02%
1.2	安装工程费	66.00	0.86%
2	**项目建设费用**	**3,856.70**	**50.35%**
2.1	前期工作费	30.00	0.39%
2.2	软件购置费	2,011.70	26.27%
2.3	研发费用	1,194.00	15.59%
2.4	办公及生活家具购置费	10.50	0.14%
2.5	职工培训费	10.50	0.14%
2.6	建设期带宽租赁费	600.00	7.83%
3	**预备费**	**364.73**	**4.76%**
合计		**7,659.23**	**100.00%**

6、项目实施计划

本项目实施主体为发行人，建设期拟定为 3 年，项目进度计划内容包括项目前期准备、设备采购、设备安装调试、人员招聘与培训及竣工验收等。具体进度

如下表所示：

序号	建设内容	月份											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
1	项目前期准备	*	*										
2	设备购置、安装及调试		*	*	*	*	*						
3	人员招聘与培训					*	*	*	*	*	*	*	*
4	竣工验收												*

7、项目审批、核准或备案程序的履行情况

发行人已在山东省投资项目在线审批监管平台完成了该募投项目的备案手续，取得了《山东省建设项目备案证明》（项目代码：2206-370102-04-04-885239）。

本项目不涉及新取得土地或房产的情形，不会构成环境污染，同时不涉及与他方合作进行项目建设，不涉及向实际控制人、控股股东及其关联方收购资产。

（二）大数据智能信息处理平台升级建设项目

1、项目概况

本项目拟通过改造升级现有舆情大数据平台，实现网络舆情数据的自主采集，掌握全量数据，丰富现有数据资源；结合 AI 技术深度加工和挖掘数据，实现垃圾过滤、情感分析、地域识别、自动预警等功能。本项目将搭建完善的大数据智能信息处理平台，推动信息服务业务转型升级。

2、项目背景及必要性分析

（1）项目建设有利于进一步提升公司数据采集能力，促进舆情业务的发展

当前，我们正处在一个信息高速发展的时代，互联网内容呈现爆炸式增长的态势。舆情工作中，从互联网采集的舆情数据多少、数据覆盖是否全面是衡量舆情系统的基础指标；信息来源越广泛，掌握的事实越多，越有助于了解事件的全貌。在搜集舆情信息时需尽可能覆盖更多的渠道，拓宽信息搜集的广度。

当前公司舆情业务以大数据作为信息基础，自采数据数量、数据来源的稳定、准确、安全直接影响业务的发展。随着公司舆情业务体量的增长，公司需要进一步提升数据采集能力，提升数据的全面性，提升在海量信息中甄别有价值信息的能力。本项目旨在进一步提升舆情业务数据的采集能力，满足业务进一步开展的

需要。

（2）项目建设有利于打造技术能力闭环，提高核心竞争力

网络舆情的爆发点具有不稳定性，从发酵到爆发的速度很快，因此舆情业务对于数据搜集能力的要求较高。随着互联网向可视化、视频化加速发展，传统的基于图文内容的网络舆情信息数据占比有所降低，基于视频、音频内容的传播数据在网络舆情中发挥的作用越来越大，公司需要提升现有的舆情大数据处理平台的跨媒体网络舆情数据智能分析与处理能力。

本项目通过引入人工智能技术，提升网络舆情智能识别追踪、热点智能预测、情感智能分析等产品服务水平，继而形成技术能力的闭环，技术团队建制更加完整，以满足网络舆情监测、分析、研判，并做出快速预警及应对措施的业务需求。

3、项目实施的可行性分析

（1）项目建设满足市场需求，顺应行业发展趋势

随着互联网的快速发展，大数据时代的到来，网络媒体作为一种新的信息传播形式，已深入人们的日常生活。网络已成为公民表达诉求、维护自身权益的重要渠道。但由于互联网具有虚拟性、隐蔽性、发散性、渗透性和随意性等特点，会造成一定的社会影响，网络环境中，热点事件频发，虚拟社会治理成为重要问题，网络舆情管理的重要性凸显。舆情管理的需求给予了舆情信息服务行业良好的发展空间。

（2）公司具备舆情业务相关的技术基础

随着大数据时代的到来，信息技术水平不断升级，目前舆情信息服务相关的监测技术及大数据分析技术已经能够实现对各大信息平台数据的自动采集，并对数据进行鉴别、萃取、分析和解读。

公司在舆情信息服务方面开发出众多自有产品和核心技术，拥有多项知识产权，在信息监测软件方面，拥有包括大众舆情监测云平台软件、大众舆情处置平台软件、大众舆情协同工作平台软件、新媒体数据管理平台软件等著作权。公司拥有山东省软件工程技术中心、山东省新媒体工程技术研究中心两家省级技术中心。此外，公司与山东大学进行人工智能方面的联合创新研究，在文本处理和智

能分析方面取得良好进展，部分成果已经部署应用。公司的技术基础为本项目的实施提供了保障。

（3）公司拥有丰富的舆情服务工作经验

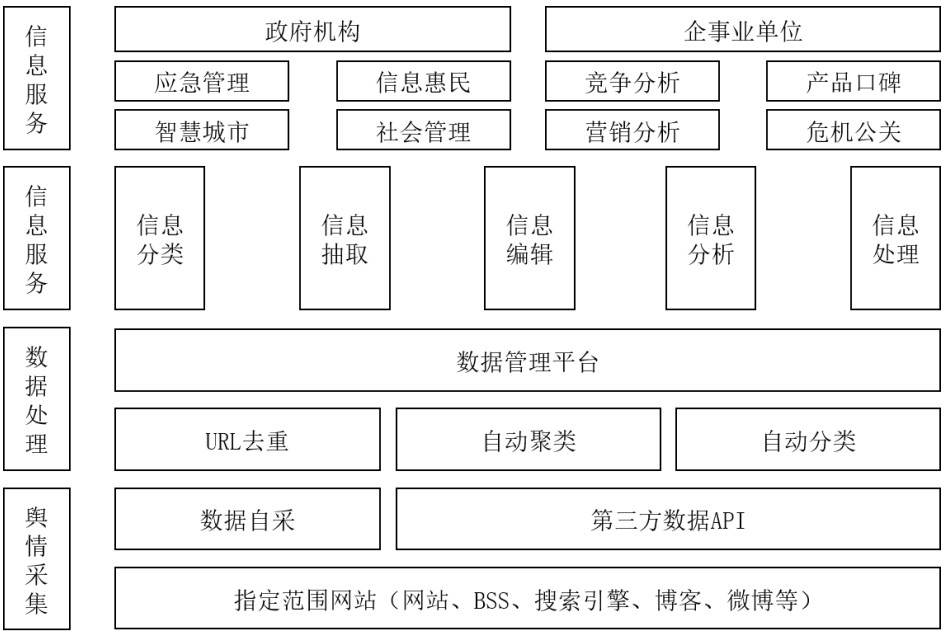
公司长期服务于包括省委、省政府、省纪委在内的党政机关、企事业单位，具备了较高的社会知名度。2007 年，大众网被中宣部列入首批省级新闻网站舆情信息直报点；2012 年，大众网创办山东省第一本舆情内刊《大众舆情参考》；2014 年，大众网被省委宣传部列入舆情信息直报点；2016 年至 2018 年，连续三年完成山东省重大舆情立项课题。公司先后有 6 人次获得中宣部舆情信息工作先进个人，10 人次获得省委宣传部舆情信息工作先进个人，2014 年至 2021 年连续 8 年获得山东省舆情信息工作先进单位，荣获 2021 年中宣部舆情信息工作优秀单位。公司在舆情服务工作中积累了丰富的工作经验，有利于业务的开展。

4、项目建设内容

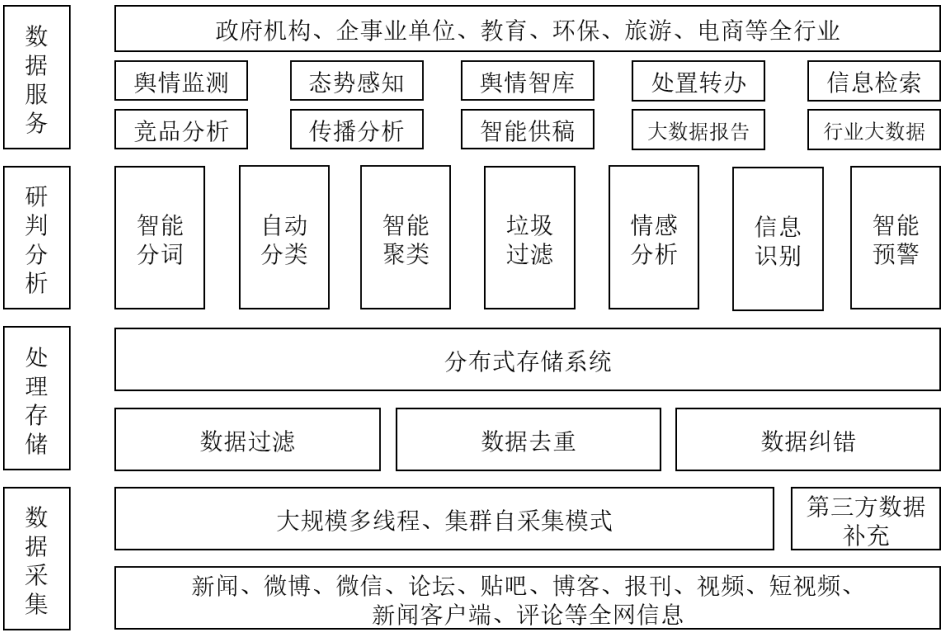
本项目拟通过改造升级现有舆情大数据平台，实现网络舆情数据采集技术的进一步提升，丰富现有数据资源；结合 AI 技术深度加工和挖掘数据，实现垃圾过滤、情感分析、地域识别、自动预警等功能。本项目将搭建完善的大数据智能信息处理平台，推动信息服务业务的进一步升级。

本项目升级前后舆情大数据平台架构如下所示：

（1）升级前平台架构



（2）升级后平台架构



5、项目投资概算

本项目预计总投资为 6,469.21 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占比
1	**设备购置及安装费用**	**1,797.35**	**27.78%**
1.1	设备购置费	1,763.80	27.26%
1.2	安装工程费	33.55	0.52%
2	**项目建设费用**	**4,071.50**	**62.94%**
2.1	前期工作费	40.00	0.62%
2.2	软件购置费	1,553.00	24.01%
2.3	研发费用	2,156.00	33.33%
2.4	办公及生活家具购置费	11.25	0.17%
2.5	职工培训费	11.25	0.17%
2.6	建设期带宽租赁费	300.00	4.64%
3	**预备费**	**293.44**	**4.54%**
4	**铺底流动资金**	**306.92**	4.74%
合计		**6,469.21**	**100.00%**

6、项目实施计划

本项目实施主体为发行人全资子公司信产公司，建设期拟定为 3 年，项目进度计划内容包括项目前期准备、设备采购、设备安装调试、人员招聘与培训及竣

工验收等。具体进度如下表所示：

序号	建设内容	月份											
		3	6	9	12	15	18	21	24	27	30	33	36
1	项目前期准备	*	*										
2	设备购置、安装及调试		*	*	*	*	*						
3	人员招聘与培训					*	*	*	*	*	*	*	*
4	竣工验收												*

7、项目审批、核准或备案程序的履行情况

发行人已在山东省投资项目在线审批监管平台完成了该募投项目的备案手续，取得了《山东省建设项目备案证明》（项目代码：2206-370102-04-04-933740）。

本项目不涉及新取得土地或房产的情形，不会构成环境污染，同时不涉及与他方合作进行项目建设，不涉及向实际控制人、控股股东及其关联方收购资产。

（三）数字化网络营销平台升级项目

1、项目概况

本项目通过对公司大众联盟广告投放管理平台、大众原生广告分发传播联盟平台、大数据用户画像与精准分析管理平台、大众“互联网+”整合营销平台的升级，优化提升针对各类客户的全媒体宣传和服务承接能力。

2、项目背景及必要性分析

（1）项目建设有助于提升公司广告宣传服务能力，推动业务升级

作为互联网信息服务企业，公司始终积极探索通过技术手段创新宣传推广方式。目前，公司广告宣传业务中广告投放和监控的人工成本较高，同时，公司的各系统之间较为独立，链接和数据交换不足，不利于公司内部快速实现数据整合、分析与处理。随着信息流广告、千人千面传播方式的到来，以机器替代人工，快速、精准匹配受众的传播需求日趋提高。

本项目中大众联盟广告投放管理平台、大众原生广告分发传播联盟平台、大数据用户画像与精准分析管理平台基于用户精准数据画像，实现快速、规模化的广告智能投放，并对广告投放效果进行实时监测，提升广告宣传服务能力，推动业务升级。

（2）进一步提升盈利水平的需要

广告宣传业务是公司最重要的业务板块，是公司的重要盈利来源。提高广告投放的能力是公司实现业务能力提升的重要方式，更是企业提升盈利水平的一项重要手段。目前，公司广告宣传业务中广告投放和监控的人工成本较高，通过本项目的建设，公司能够提升广告投放的效率，有利于公司进一步提升盈利水平、提高持续发展能力。

3、项目实施的可行性分析

（1）本项目符合国家的政策要求

近年来，国家有关部门相继发布了《“十三五”国家信息化规划》《新一代人工智能发展规划》《“十三五”国家科技创新规划》《文化部“十三五”时期文化科技创新规划》等有关支持新兴文化产业及信息技术产业的政策。其中，《文化部“十三五”时期文化科技创新规划》指出，围绕文化产业发展重大需求，运用数字、互联网、移动互联网、新材料、人工智能、虚拟现实、增强现实等技术，提升文化科技自主创新能力和技术研发水平。十三届全国人大四次会议通过《国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》，该纲要指出，我国将实施文化产业数字化战略，加快发展新型文化企业、文化业态、文化消费模式，壮大数字创意、网络视听、数字出版、数字娱乐、线上演播等产业。

本项目涉及大数据、人工智能等技术，对广告宣传业务进行智能化支持，充分响应了国家相关政策。本项目符合国家政策规划的要求与发展方向。

（2）公司积累了丰富的技术研发经验

公司持续专注于互联网信息服务行业，通过不断引进和培养人才，已经形成了一支结构合理、经验丰富、善于创新的专业技术团队，形成了包括技术开发部、运行维护部、数码设计部和子公司相关技术团队在内的技术职能体系。公司将文化建设作为企业战略的重要组成部分，注重提升员工的专业技能和职业素养，有效增强了对新闻内容的把控能力。在移动互联网领域，公司已经掌握了内容管理系统、自动化负载均衡技术、视频直播技术、视频编码技术、系统监控和自动报警技术等众多技术，这些都将成为保障公司数字化运营支撑平台升级成功实施的重要因素。

4、项目建设内容

本项目通过对公司大众联盟广告投放管理平台、大众原生广告分发传播联盟平台、大数据用户画像与精准分析管理平台、大众“互联网+”整合营销平台的升级，优化提升针对各类客户的全媒体宣传和服务承接能力。

（1）大众联盟广告投放管理平台

本项目拟在现有广告系统的基础上搭建全新的大众联盟广告投放管理平台，提供一站式投放+管理端口，提高产品的高可用性，在信息流广告、APP 广告、网站广告投放中运用大数据、人工智能的技术实现实时投放跟踪、动态调整，达到广告效益的最大化，打造专业全媒体广告投放平台。

（2）大众原生广告分发传播联盟平台

本项目实现全媒体传播矩阵的全系列、多场景原生广告投放功能，客户可根据个性化需求定制各项推广方案；采用用户画像和大数据算法等先进技术将客户定位与用户真实需求及兴趣爱好进行精准匹配和分发；通过传播分析实现实时捕捉用户行为，智能推荐创意，便于客户根据传播效果和推荐方案随时追投广告，为客户节省成本的同时，通过全媒体传播矩阵和合作渠道，实现客户宣传营销推广效果最大化。

（3）大数据用户画像与精准分析管理平台

从数据角度出发，结合统计分析方法，将用户画像的刻画指标明确，将主观的刻画转变为有量度指标的主观程度刻画。将标签体系的建立与基于用户数据的分类特征相结合，将用户标签刻画得更加准确与贴近用户群体信息，为后续的用户推荐与精准营销提供支撑。

（4）大众“互联网+”整合营销平台

整合现有各业务主体的客户及资源，实现共享互通、利益最大化并实现客户营销服务全流程数字化闭环；通过客户信息统计、合作案例分析，结合大数据、人工智能等先进技术对客户进行精准营销和个性化服务；建立完善的营销项目管理系统，实现从项目全局可视化统筹管理，为经营分析提供参考指导。

5、项目投资概算

本项目预计总投资为 9,138.58 万元，具体情况如下：

单位：万元

序号	投资项目	投资金额	占比
1	**设备购置及安装费用**	**2,089.30**	**22.86%**
1.1	设备购置费	2,050.60	22.44%
1.2	安装工程费	38.70	0.42%
2	**项目建设费用**	**4,471.80**	**48.93%**
2.1	前期工作费	40.00	0.44%
2.2	软件购置费	2,495.00	27.30%
2.3	研发费用	1,608.00	17.60%
2.4	办公及生活家具购置费	14.40	0.16%
2.5	职工培训费	14.40	0.16%
2.6	建设期带宽租赁费	300.00	3.28%
3	**预备费**	**328.06**	**3.59%**
4	**铺底流动资金**	**2,249.42**	**24.61%**
合计		**9,138.58**	**100.00%**

6、项目实施计划

本项目实施主体为发行人，建设期拟定为 3 年，项目进度计划内容包括项目前期准备、设备采购、设备安装调试、人员招聘与培训及竣工验收等。具体进度如下表所示：

序号	建设内容	月份											
		3	**6**	**9**	**12**	**15**	**18**	**21**	**24**	**27**	**30**	**33**	**36**
1	项目前期准备	*	*										
2	设备购置、安装及调试		*	*	*	*	*						
3	人员招聘与培训					*	*	*	*	*	*	*	*
4	竣工验收												*

7、项目审批、核准或备案程序的履行情况

发行人已在山东省投资项目在线审批监管平台完成了该募投项目的备案手续，取得了《山东省建设项目备案证明》（项目代码：2206-370102-04-04-361973）。

本项目不涉及新取得土地或房产的情形，不会构成环境污染，同时不涉及与他方合作进行项目建设，不涉及向实际控制人、控股股东及其关联方收购资产。

三、未来发展规划

（一）发展规划与目标

作为山东省主流媒体企业，中央文化体制改革领导小组批准的全国首批重点新闻网站转企改制试点工作单位，公司始终坚持贯彻“党管媒体”的原则，坚持正确的政治方向、舆论导向、价值取向，以企业发展为出发点，发挥国有企业党建优势，推进企业发展。

公司将立足于现有业务框架，持续科技创新，打造符合新时代互联网发展的现代文化传媒企业。公司将按照“立足山东、全国一流、面向世界”发展战略，做大做强主流舆论，不断提高传播力、影响力和竞争力，力争早日发展成为全国一流、面向世界的重点新媒体平台。

（二）为实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、加强内容建设，提升平台影响力

作为互联网新闻服务商，新闻信息内容的质量是公司重要的核心竞争力。公司建立以“大众网”“齐鲁晚报网”“半岛网”和“鲁中网”等为核心的网站集群，将原创性、权威性、及时性的新闻内容通过互联网进行传播，满足广大互联网用户对于新闻信息的需求，并以此为基础不断开拓、挖掘用户资源，推广、经营基于互联网应用的服务和产品。

公司始终重视内容建设，将优质内容传播给用户，提升媒体影响力。公司设有 5 家控股子公司和 20 家分公司，并依托“大众网”在山东 16 地市设立地方频道，充分发挥在当地政治、经济、文化、生活方面的影响力和传播力，并通过不同频道的设置和丰富的媒体表现形式拓宽覆盖的受众范围。同时，公司长期服务于山东省内各级党政机关和知名企业，建立了良好的业务关系，对山东省各地域及各行业信息资讯进行收集和存储，形成了独特的信息获取优势。

近年来，公司多次获得中国新闻奖，大众网《于欢案直播，让公众在身临其境中感受到公平正义》获第二十八届中国新闻奖网络评论类二等奖，《行走黄河滩 我的迁建故事》获第三十届中国新闻奖网络专题类一等奖，《扶贫日历——常坪村 2020 驻村蹲点报告》《千里挺进大别山——山东湖北携手战“疫”故事》分别获第三十一届中国新闻奖网络新闻专题三等奖、融合创新三等奖。

2、加强移动平台建设，丰富传播手段

随着人们生活和工作节奏加快、时间碎片化程度提高以及社会群体流动性增强，信息传播受众将更多地利用零碎的时间来获取信息。移动终端便捷性和易于携带等特点可以使用户在一天当中多次获取信息，大大优化了用户体验。信息传播服务的移动化趋势还将持续发展，并成为未来行业发展的重要方向。

在保持 PC 端新闻平台稳健发展的同时，公司积极推进移动端平台建设，进一步丰富了公司的新闻传播媒介。报告期内，公司全力推进“海报新闻”客户端平台型新媒体建设，专注时政财经、深度原创新闻，打造全国一流大端；齐鲁壹点坚持“在线化、智能化、智慧化、视频化”的发展方向，实现新闻资讯、生活服务、爆料互动等全时覆盖，实现内容生产、商业服务、价值传递等全方位运营。

3、提升舆情服务能力，舆情业务开展取得良好成效

近年来，随着互联网技术的迅速发展和网民规模的扩大，公众通过各类网络渠道对政治、经济、社会等各类新闻热点表达自己的观点和诉求的热情日益高涨。由于网络信息的快速流动，一些缺乏理性的网络言论很容易在短时间内被放大和传播，对所涉政府及企事业单位的声誉带来极大的不利影响。互联网内容的爆炸式增长为公司舆情业务的发展带来了需求。

公司坚持做大做强主流舆论，形成正面的舆论引导格局。公司建设了自主知识产权、日采集数据达 3,000 万条的舆情大数据平台，正在推进建设全省统一的舆情监测预警和处置平台，进一步提升舆情工作。报告期内，公司信息服务业务分别实现收入 4,709.53 万元、5,630.03 万元、6,194.77 万元和 3,060.92 万元，2019 年-2021 年复合增长率为 14.69%，舆情业务的开展取得了良好成效。

（三）未来规划拟采取的主要措施

1、夯实主营业务

作为山东省属的大型骨干网络文化传媒集团，经过多年的经营和行业积累，公司在互联网新闻领域已拥有了广泛的用户基础，具有了优质的客户资源和媒体价值，并以此为基础开展经营活动。

公司将通过本次上市募集资金继续投资于主营业务，助力现有业务的扩展和

延伸。其中，全媒体采编平台升级建设项目的实施将有助于公司实现信息数据一次采集、多种生成、多元传播，提升公司新闻内容采编、内容精准分发能力；大数据智能信息处理平台升级建设项目的实施将搭建完善的大数据智能信息处理平台，推动信息服务业务转型升级；数字化网络营销平台升级项目的实施将有助于优化提升公司针对各类客户的媒体宣传和服务承接能力。以上项目的实施将有利于公司不断提升自身研发能力及综合实力，增强公司的核心竞争能力，积极推动公司主营业务的发展。

2、完善法人治理结构

本次发行上市后，公司资产规模将显著提升，股权结构将发生较大变化，更为复杂的股权结构对公司治理提出了更高的要求。公司将认真执行已有的公司治理制度，并在未来发展过程中不断完善法人治理结构、强化各项决策的科学性和透明度，保证中小股东的合法权益，实现公司和股东共同利益的最大化。

3、加强人才队伍建设

公司重视人才引进和培养，在后续发展中将持续优化员工结构，通过外部引进和内部培养相结合的方式，组建一支与公司战略发展定位及业务发展需求相适应的人才队伍。同时，公司将进一步完善考核奖惩制度及薪酬体系，优化人才培养体系，营造能发挥出人才主观能动性的机制和环境，为公司战略发展提供持续稳定的人才保障。

4、关注前沿技术发展

公司紧跟信息技术及新媒体行业技术发展趋势，不断加强前瞻性、关键性技术研究，把技术运用作为战略重点，积极探索 5G、大数据、云计算、物联网等信息技术在公司主营业务领域的应用，不断提高技术服务能力和技术输出效率，注重科研成果的实用价值和市场转化率，促进产品更新迭代，实现科技与文化融合发展。

5、对接资本市场

公司将以本次发行上市为契机，借助资本市场实现产业和资本的结合，以多样化的融资方式助力公司业务的发展。通过本次公开发行，公司将有效提升自身的行业和公众影响力，进一步优化自身的财务状况、人力条件和技术水平，提升

公司开展新媒体运营业务的能力。公司后续将根据实际情况和发展战略规划，制定切实可行的筹资规划，促进公司整体战略发展目标的实现。

第十节 投资者保护

一、信息披露和投资者关系

（一）信息披露制度和流程

公司已按照《公司法》《证券法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《上市公司信息披露管理办法》等法律、法规、部门规章及其他规范性文件制定了《信息披露管理制度》。该制度明确了重大信息报告、审批及披露等相关内容，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。

本次公开发行股票上市后，公司将严格按照上述法律、规范性文件以及《公司章程（草案）》《信息披露管理制度》的规定，认真履行公司的信息披露义务，及时公告公司在涉及重要生产经营、重大投资、重大财务决策等方面的事项，包括公布定期报告（年度报告、中期报告、季度报告）和临时公告，确保披露信息的真实性、准确性、完整性和及时性，保证投资者能够公开、公正、公平的获取公开披露的信息。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

根据《公司章程（草案）》《信息披露管理制度》，公司由董事长担任信息披露工作的第一责任人、由董事会秘书担任信息披露工作的主要责任人；公司已设置信息披露专员，具体负责信息披露及投资者关系管理工作，包括与中国证监会、深交所、有关证券经营机构、新闻机构等联系。信息披露专员有专用的工作场所及设施，设置了联系电话、网站、传真、电子邮箱等与投资者沟通的渠道。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。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司董事会办公室是投资者关系管理的日常职能部门，由公司董事会秘书领导。未来，公司将通过证监会及深交所规定的信息披露渠道，积极做好信息披露工作，加强与投资者沟通工作，实现与投资者的良好沟通。公司本次发行上市后，

将按照公平、公开、公正的原则开展投资者关系管理工作，平等对待所有投资者，并遵循相关法律、法规及中国证监会和深交所的相关规定，保障所有投资者的知情权和合法权益，并尽可能通过多种方式与投资者进行及时、深入和广泛的沟通。

为加强公司与投资者及潜在投资者之间的沟通，促进投资者对公司经营状况的了解和经营理念的认同，增进公司与投资者之间的良性互动，根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》《创业板上市公司持续监管办法（试行）》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等有关法律法规的规定，公司制定了《投资者关系管理制度》，以明确公司在投资者关系管理工作的基本原则、与投资者沟通的内容以及公司的主要职责等。

投资者关系是公司治理的重要内容，公司未来将注重与投资者的沟通与交流，并依照《投资者关系管理制度》切实开展投资者关系构建、管理和维护的相关工作，为投资者和公司搭建起畅通的沟通交流平台，确保了投资者公平、及时地获取公司公开信息。

公司将通过与投资者进行充分的沟通，在提高运作透明度的同时，提升公司的治理水平。在投资者关系建设过程中，公司将以强化投资者关系为主线，以树立公司资本市场良好形象为目标，探索多渠道、多样化的投资者沟通模式，保持与投资者，特别是中小投资者的沟通交流，努力拓展与投资者沟通的渠道和方式，积极听取投资者的意见与建议，并在交流的过程中不断总结经验，查找不足，持续推动投资者关系管理的建设工作。

二、发行后的股利分配政策、决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况

（一）发行后股利分配政策和决策程序

2022 年 5 月 13 日，公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过了《关于制定公司发行上市后适用的<山东省互联网传媒集团股份有限公司章程（草案）>的议案》及《关于制定<山东省互联网传媒集团股份有限公司上市后三年内分红回报规划>的议案》，本次发行上市后的公司股利分配政策如下：

1、利润分配原则

公司实行积极、持续、稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。

2、利润分配形式

公司可以采取现金、股票与现金相结合及法律、法规允许的其他方式分配股利，并优先采用现金分红的方式分配利润。如无重大现金支出事项发生，公司以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的百分之十。

上述重大现金支出事项是指公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 30%，且超过 5,000 万元的情形。

3、差异化的现金分红政策

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出差异化的现金分红方案：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

4、利润分配研究论证及决策程序

（1）公司董事会应在充分考虑公司持续经营能力、保证生产正常经营及发展所需资金和重视对投资者的合理投资回报的前提下，研究论证利润分配的预案，独立董事应在制定现金分红预案时发表明确意见。

（2）公司董事会制定具体的利润分配预案时，应遵守法律、法规和本章程规定的利润分配政策；利润分配预案中应当对留存的当年未分配利润的使用计划安排或原则进行说明，独立董事应当就利润分配预案的合理性发表独立意见。

（3）利润分配预案应经公司董事会、监事会分别审议通过后方能提交股东大会审议。董事会审议制定或修改利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议；监事会须经全体监事过半数通过。股东大会在审议利润分配方案时，须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。

（4）公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利派发事项。

5、利润分配政策调整

如公司根据生产经营情况、投资规划、长期发展的需要或因外部经营环境、自身经营状况发生较大变化，需要调整利润分配政策的，相关议案需经董事会、监事会审议后提交股东大会批准。

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，并由独立董事发表明确意见；董事会在审议调整利润分配政策时，须经全体董事过半数表决同意，且经全体独立董事表决同意。监事会在审议利润分配政策调整时，须经全体监事过半数以上表决同意。股东大会在审议利润分配政策时，须经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上表决同意。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

2022 年 5 月 13 日，公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过了本次发行上市完成后生效的《公司章程（草案）》，进一步明确了公司的利润分配原则、分配形式、分配条件等，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整程序。

三、本次发行前滚存利润的分配安排

2022 年 5 月 13 日，公司 2022 年第一次临时股东大会审议通过了《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》，公司首次公开发行并上市前的滚存未分配利润由发行后的全体新老股东按发行完成后的持股比例共同享有。

四、股东投票机制情况

公司建立了完善的累积投票、中小投资者单独计票、网络投票等股东投票机

制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策等事项的权利。

（一）累积投票机制

公司具有完善的股东大会制度，《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》等制度充分保障了投资者依法享有的股东大会召集权、提案权和表决权，切实保障了投资者参与公司重大决策和选择管理者的权利。

根据上市后实施的《公司章程（草案）》，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。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

除累积投票制外，股东大会将对所有提案进行逐项表决，对同一事项有不同提案的，将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，股东大会将不会对提案进行搁置或不予表决。

（二）中小投资者单独计票机制

根据拟上市后实施的《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。

（三）网络投票机制

根据拟上市后实施的《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》的规定，公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

股东大会将设置会场，以现场会议形式召开，并应当按照法律、行政法规、中国证监会或公司章程的规定，采用安全、经济、便捷的网络和其他方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

召集人应当在年度股东大会召开 20 日前以书面、邮件或公告方式通知各股东，临时股东大会应当于会议召开 15 日前以书面、邮件或公告方式通知各股东。发出股东大会通知后，无正当理由，股东大会不应延期或取消，股东大会通知中

列明的提案不应取消。一旦出现延期或取消的情形，召集人应当在原定召开日前至少 2 个工作日内说明原因。

公司股东大会采用网络或其他方式的，应当在股东大会通知中明确载明网络或其他方式的表决时间以及表决程序。股东大会网络或其他方式投票的开始时间，不得早于现场股东大会召开前一日下午 3:00，并不得迟于现场股东大会召开当日上午 9:30，其结束时间不得早于现场股东大会结束当日下午 3:00。

同一表决权只能选择现场、网络或其他表决方式中的一种。同一表决权出现重复表决的以第一次投票结果为准。

通过网络或其他方式投票的上市公司股东或其代理人，有权通过相应的投票系统查验自己的投票结果。

（四）征集投票权机制

根据拟上市后实施的《公司章程（草案）》规定，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。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

公司结合自身业务特点，确定的重大合同的标准为：公司目前正在履行或报告期内已履行完毕的单个合同金额超过 500 万元的销售合同、采购合同以及其他对报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的合同。

报告期内，公司已履行完毕和正在履行的重大合同主要为：

（一）采购合同

报告期内，本公司及控股子公司对报告期有重大影响的已履行和正在履行的重大采购合同如下：

单位：万元

序号	供应商名称	合同标的	合同金额	履行期限	履行情况
1	新华智云科技有限公司	山东智慧媒体云大数据智能支撑平台建设项目	785.00	2018 年 12 月 29 日始至 2019 年 6 月 30 日止，质保期两年	履行完毕
2	北京信达联合科技有限公司	4K 演播室设备采购项目	546.80	2021 年 3 月 30 日合同生效之日起至项目验收之日，且提供三年产品质量保证	正在履行

（二）销售合同

报告期内，本公司及控股子公司对报告期有重大影响的已履行和正在履行的重大销售合同如下：

单位：万元

序号	客户名称	合同标的	合同金额	履行期限	履行情况
1	山东省对口支援新疆生产建设兵团干部管理组	山东军垦女兵纪念暨关爱活动慰问品购置运输与活动宣传项目	659.40	2019 年 2 月至 2019 年 5 月	履行完毕
2	咪咕数字传媒有限公司	手机报业务项目	框架合同	2019 年 1 月 15 日至 2020 年 12 月 31 日	履行完毕
			框架合同	2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日	正在履行
3	山东省工业和信息化厅	企业家网络学院运维项目	569.00	2019 年 12 月 7 日合同生效之日起至甲方履约验收小组组织验收完毕后	履行完毕

序号	客户名称	合同标的	合同金额	履行期限	履行情况
4	山东省商务厅	“选择山东”云平台运营维护项目	592.00	2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日	履行完毕
5	兰陵县商务局	电子商务进农村综合示范项目（一期）	545.00	2022 年 1 月 26 日至 2025 年 1 月 25 日	正在履行

（三）其他合同

报告期内，本公司及控股子公司对报告期有重大影响的已履行和正在履行的其他类型合同如下：

序号	合同性质	合同主体	合同内容	合同金额（万元）	合同期限	履行情况
1	增资协议	大众报业与发行人	以 3.5 元/股的价格对公司增资 2000 万股	7000	2020.03.20 起至新增投资实缴到位	履行完毕
2	存款协议	交通银行与发行人	交通银行定期结构性存款协议	6000	2021.04.02 -2021.06.30	履行完毕
3	存款协议	交通银行与发行人	交通银行定期型结构性存款协议	7000	2021.07.05 -2021.12.30	履行完毕
4	租赁协议	大众报业与发行人	发行人租赁大众传媒大厦 5 层、8 层部分区域	1,015.58	2020.01.01 -2020.04.10	正在履行
			发行人租赁大众传媒大厦 5 层、8 层部分区域		2020.04.11 -2022.12.31	
			发行人租赁大众传媒大厦 9 层 902、906、907		2020.01.01 -2022.12.31	
			发行人租赁大众传媒大厦 9 层 905		2020.05.01 -2022.12.31	

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在对外担保事项。

三、诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司及公司董事、监事、高级管理人员不存在作为一方当事人可能对发行人 产生重大影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员最近三年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。

四、公司控股股东、实际控制人重大违法的情况

报告期内，公司控股股东、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。

第十二节 声明

一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

林忠礼　　刘加增　　何长青

朱德泉　　姜长勇　　张　辛

宋建武　　崔立红　　刘惠萍

全体监事签名：

冷广奎　　陈良友　　吕　凤

全体高级管理人员签名：

姜长勇　　李雪修　　陈月军

任义忠　　杨　博　　孔志刚

山东省互联网传媒集团股份有限公司

2022年 9月 30日

二、发行人控股股东声明

本公司承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

山东大众报业（集团）有限公司（盖章）

法定代表人（签字）：

梁国典

2022 年 9 月 30 日

三、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

项目协办人：姜晓真

保荐代表人：孙参政　王秀娟

保荐机构法定代表人：李　峰

中泰证券股份有限公司

2022 年 9 月 30 日

保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读山东省互联网传媒集团股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构董事长：

李 峰

中泰证券股份有限公司

2022年 9 月 30 日

保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读山东省互联网传媒集团股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐机构总经理：

毕玉国

中泰证券股份有限公司

2022 年 9 月 30 日

四、发行人律师声明

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，并承担相应的法律责任。

经办律师：

刘　波　　石百新　　毕加灏

负责人：

李振涛

上海泽昌律师事务所

2022 年 9 月 30 日

五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，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，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：胡乃忠 李满

会计师事务所负责人：李惠琦

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2022 年 9 月 30 日

六、资产评估复核机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书引用的相关内容与本机构出具的“大正海地人评报字（2016）第 94B 号”《资产评估复核报告》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“大正海地人评报字（2016）第 94B 号”《资产评估复核报告》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，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：

刘敦国	葛霄鹏
（已离职）	（已离职）

资产评估机构负责人：

陈冬梅

北京国友大正资产评估有限公司

2022 年 9 月 30 日

资产评估复核机构关于名称变更及签字人员离职的声明

本机构已由北京大正海地人资产评估有限公司更名为北京国友大正资产评估有限公司。

本机构更名前出具的“大正海地人评报字（2016）第 94B 号”《资产评估复核报告》签字资产评估师为刘敦国、葛霄鹏，前述人员已自本机构离职。

本机构已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估复核报告无矛盾之处。本机构对发行人在招股说明书中引用的资产评估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。

资产评估机构负责人：

陈冬梅

北京国友大正资产评估有限公司

2022 年 9 月 30 日

七、验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资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，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：胡乃忠 李满

会计师事务所负责人：李惠琦

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2022 年 9 月 30 日

第十三节 附件

一、备查文件目录

（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）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件的查阅

（一）查阅时间

工作日上午 9:00-11:30；下午 1:30-5:30

（二）查阅地点

1、发行人：山东省互联网传媒集团股份有限公司

法定代表人：林忠礼

联系地址：山东省济南市历下区泺源大街 2 号

联系电话：（0531）8519 6652

联系人：任义忠

2、保荐人（主承销商）：中泰证券股份有限公司

法定代表人：李峰

联系地址：北京市东城区朝阳门北大街 9 号泓晟国际中心 17 层

联系电话：010-59013703

联系人：孙参政

三、本次发行相关主体作出的重要承诺

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺

1、控股股东承诺

公司控股股东大众报业承诺：

“1、自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、本公司直接或间接所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于首次公开发行价格。发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价格均低于发行价格，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价格低于首次公开发行价格，本公司持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

若发行人股票此期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，上述发行价格将进行除权除息相应调整。

3、本公司对上述承诺事项依法承担相应法律责任，如违反上述承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得或违规转让所得归发行人所有。”

2、其他股东承诺

公司其他股东大众创投、广电云传媒、山东文投承诺：

“1、自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或间接持有的发行人首次公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、本公司直接或间接所持发行人股票在锁定期满后两年内减持的，其减持价格不低于首次公开发行价格。发行人上市后 6 个月内如发行人股票连续 20 个

交易日的收盘价格均低于发行价格，或者上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价格低于首次公开发行价格，本公司持有发行人股票的锁定期限自动延长 6 个月。

若发行人股票此期间有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，上述发行价格将进行除权除息相应调整。

3、本公司对上述承诺事项依法承担相应法律责任，如违反上述承诺违规减持发行人股份，违规减持股份所得或违规转让所得归发行人所有。”

（二）公开发行前持股 5%以上的股东的持股意向和减持意向的承诺

1、控股股东承诺

公司控股股东大众报业承诺：

“1、本公司拟长期持有发行人股票。

2、在锁定期届满后，若本公司拟减持所持有的发行人股票，将按照相关法律、法规、规章及中国证监会和证券交易所的相关规定及时、准确、完整地履行信息披露义务。在持有股份超过 5%以上期间，本公司减持所持有的发行人股份，应通过发行人在减持前 3 个交易日予以公告。

3、在锁定期届满后，本公司减持发行人股票的价格将根据二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规、规章的规定。在股票锁定期届满后两年内拟减持发行人股票的，本公司减持价格将不低于发行人股票的发行价格（若发行人上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格）。

4、本公司将按照相关法律、法规、规章及中国证监会、证券交易所规定的方式减持股票，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

5、本公司将遵守法律、法规、规章及中国证监会、证券交易所关于股份减持的相关规定。”

2、其他持股 5%以上股东承诺

其他持股 5%以上股东大众创投、广电云传媒、山东文投承诺：

“1、本公司拟长期持有发行人股票。

2、在锁定期届满后，若本公司拟减持所持有的发行人股票，将按照相关法律、法规、规章及中国证监会和证券交易所的相关规定及时、准确、完整地履行信息披露义务。在持有股份超过 5%以上期间，本公司减持所持有的发行人股份，应通过发行人在减持前 3 个交易日予以公告。

3、在锁定期届满后，本公司减持发行人股票的价格将根据二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规、规章的规定。在股票锁定期届满后两年内拟减持发行人股票的，本公司减持价格将不低于发行人股票的发行价格（若发行人上市后发生派息、送股、资本公积转增股本等除权、除息行为的，上述发行价为除权除息后的价格）。

4、本公司将按照相关法律、法规、规章及中国证监会、证券交易所规定的方式减持股票，包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

5、本公司将遵守法律、法规、规章及中国证监会、证券交易所关于股份减持的相关规定。”

（三）关于公司上市后三年内稳定股价的预案及承诺

1、稳定股价预案

为保护投资者权益，进一步明确稳定公司上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的措施，按照中国证监会《关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（证监会公告[2013]42 号）相关要求，公司制订了《山东省互联网传媒集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定公司股价预案》，主要内容如下：

（1）股价稳定措施的启动和停止

①启动条件：公司自本次发行并上市之日起三年内，一旦出现连续 20 个交易日公司股票收盘价均低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产情形时（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司所有者权益合计数÷年末公司股份总数；若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末经审计的

每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整，下同），公司将采取如公司回购股份，公司控股股东、董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份等一项或者多项措施稳定公司股价，并保证该等股价稳定措施实施后，公司的股权分布仍符合上市条件。

②稳定股价具体方案的审议程序：公司应当在前述稳定股价措施的启动条件成立后 5 个交易日内召开董事会、25 个交易日内召开股东大会，审议稳定股价具体方案。相关责任方应在股东大会审议通过该等方案后的 5 个交易日内，启动稳定股价具体方案的实施。

③稳定股价措施的停止条件：在经股东大会审议通过的稳定股价具体方案正式公告之日起至其实施完毕之日的期间内，若出现以下任一情形，已公告的稳定股价方案终止执行：

A、如在连续 5 个交易日内，公司股票收盘价均不低于公司上一个会计年度末经审计的每股净资产时，将停止实施董事会/股东大会审议通过的稳定股价具体方案。

B、继续回购或增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件或违反届时有效的法律规定。

股东大会审议通过的股价稳定具体方案实施完毕后 90 个交易日内，如股价稳定措施的启动条件成立的，公司不再继续实施稳定股价措施。90 个交易日后，启动条件再次成立时，公司将再次启动稳定股价具体方案的审议程序。

尚未实施或者未履行完毕的稳定股价具体方案因停止条件成立而停止实施的，则自稳定股价具体方案停止实施后的 90 个交易日内不再继续实施稳定股价措施。90 个交易日后，启动条件再次成立时，公司将再次启动稳定股价具体方案的审议程序。

（2）稳定股价的主要措施

①公司回购股份

公司根据股东大会审议通过的稳定股价具体方案而回购股份的，应当符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》《深圳证券交易所上市公司回

购股份实施细则》等法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，并按照该等规定的要求履行有关向社会公众股东回购公司股份的具体程序。

公司回购股份的方式为集中竞价交易方式或中国证监会认可的其他方式。

如公司采取回购股份的稳定股价措施，应遵循下述原则：

A、公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；

B、公司累计回购的股份数不得超过公司已发行股份总额的 10%；

C、单次用于回购股份的资金金额不低于上一个会计年度经审计的归属于母公司所有者的净利润的 10%；

D、单一会计年度用于回购股份的资金金额合计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司所有者的净利润的 30%。

超过上述标准的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施。如下一年度继续出现稳定股价情形的，公司将继续按照上述原则执行。

②控股股东增持股份

若稳定股价具体方案涉及控股股东增持股份措施的，则在实施完毕稳定股价具体方案中的公司回购股份措施后，连续 10 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），公司控股股东根据法律、法规、规范性文件和公司章程的规定以增持公司股票的形式稳定公司股价。

公司控股股东以增持公司股票的形式稳定公司股价，遵循下述规则：

A、在股东大会审议通过的单个稳定股价具体方案中，用于增持股票的资金金额不低于其最近一次获得的现金分红金额的 20%；

B、在一个会计年度内股东大会审议通过了多个稳定股价具体方案的情况下，股东在该会计年度内用于增持股票的资金金额合计不超过该股东最近一次获得的公司现金分红金额的 50%；

C、在增持行为完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

超过上述第 2 项标准的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施。但如下一会计年度继续出现稳定股价情形的，控股股东将继续按照上述原则执行。

③董事（独立董事除外）、高级管理人员增持股份

若稳定股价具体方案涉及公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持股份措施的，则在实施完毕稳定股价具体方案中的控股股东增持股份措施后，连续 10 个交易日每日股票收盘价均低于最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理），公司董事、高级管理人员将根据法律、法规、规范性文件和公司章程的规定以增持公司股票的形式稳定公司股价。

公司董事（独立董事除外）、高级管理人员以增持公司股票的形式稳定公司股价，应遵循下述原则：

A、在股东大会审议通过的单个稳定股价具体方案中，董事（独立董事除外）、高级管理人员用于增持股份的资金金额不低于其因担任董事（独立董事除外）、高级管理人员而在最近一个会计年度从公司领取的税后薪酬的 10%；

B、在一个会计年度内股东大会审议通过了多个稳定股价具体方案的情况下，董事（独立董事除外）、高级管理人员用于增持股份的累计资金金额不超过其因担任董事（独立董事除外）、高级管理人员而在最近一个会计年度从公司领取的税后薪酬的 30%；

C、在增持行为完成后的 6 个月内将不出售所增持的股份。

超过上述标准的，本项股价稳定措施在当年度不再继续实施。但如下一会计年度继续出现稳定股价情形的，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将继续按照上述原则执行。

2、稳定股价承诺

（1）公司及其控股股东大众报业、全体董事（独立董事除外）及高级管理人员承诺：

“1、本公司/本单位/本人已了解并知悉《山东省互联网传媒集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定公司股价预案》的相关内容；

2、本公司/本单位/本人愿意遵守和执行《山东省互联网传媒集团股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定公司股价预案》的相关内容并承担相应的法律责任。”

（2）公司全体独立董事承诺：

“1、积极督促公司及相关方严格按照公司董事会制定的稳定股价预案之规定全面且有效地履行各项义务和责任。公司回购股票事项应该提交股东大会审议通过；控股股东、董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股票事项按照相关法律法规实施。

2、不对公司董事会提出的股份回购计划投弃权票或反对票，导致稳定股价议案未予通过。”

（四）关于招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的承诺

1、公司承诺

公司承诺如下：

“1、招股说明书所载之内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等任何重大信息披露违法之情形，且本公司对招股说明书所载内容的真实性、准确性、完整性承担相应的法律责任。

2、若中国证监会或其他有权部门认定本公司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、实质影响的，在中国证监会或其他有权部门作出认定或对本公司作出行政处罚决定之日起 30 日内，本公司将依法启动回购首次公开发行的全部新股的程序，本公司将通过证券交易所以发行价并加算银行同期存款利息回购首次公开发行的全部新股。在此期间，本公司如发生除权除息事项的，上述回购价格及回购股份数量相应进行调整。

3、若中国证监会或其他有权部门认定本公司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，公司将依法赔偿投资者损失，该等损失的金额以经人民法院认定或与本公司协商确定的金额为准。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，

依据最终确定的赔偿方案为准。

4、若相关法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相关责任有不同规定的，本公司将自愿无条件遵从该等规定。”

2、控股股东承诺

公司控股股东大众报业承诺如下：

“1、发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本公司对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

2、若中国证监会或其他有权部门认定发行人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、实质影响的，在中国证监会或其他有权部门作出认定或对发行人作出行政处罚决定之日起 30 日内，本公司将促成发行人在被有权部门认定违法事实后及时启动依法回购首次公开发行的全部新股工作，回购价格将根据相关法律法规确定，且不低于首次公开发行股票的发行价格（在此期间，发行人如发生除权除息事项的，上述回购价格及回购股份数量相应进行调整）。

3、若中国证监会或其他有权部门认定发行人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，本公司将依法赔偿投资者的损失，该等损失的金额以经人民法院认定或与本公司协商确定的金额为准。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准。

4、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本公司自愿无条件地遵从该等规定。”

3、董事、监事、高级管理人员承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺如下：

“1、发行人招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性和完整性承担个别和连带的法律责任。

2、若中国证监会或其他有权部门认定发行人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的损失，该等损失的金额以经人民法院认定或与本人协商确定的金额为准。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等细节内容待上述情形实际发生时，依据最终确定的赔偿方案为准。

3、若法律、法规、规范性文件及中国证监会或证券交易所对本公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。”

4、本次发行相关中介的承诺

（1）保荐机构承诺：

“本公司为发行人本次公开发行制作、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。若因本公司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。”

（2）发行人律师承诺：

“本所为发行人本次公开发行制作、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。若因本所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。”

（3）申报会计师承诺：

“本所为发行人本次公开发行制作、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。若因本所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。”

（4）资产评估机构承诺：

“本公司为发行人本次公开发行制作、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。若因本公司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。”

（5）验资机构承诺：

“本所为发行人本次公开发行制作、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。若因本所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。”

（五）关于欺诈发行上市的股份回购承诺

1、公司承诺

公司承诺如下：

“1、本公司保证首次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形。

2、如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回本公司本次公开发行的全部新股。”

2、控股股东承诺

公司控股股东大众报业承诺如下：

“1、本公司保证发行人首次公开发行股票并在创业板上市不存在任何欺诈发行的情形；

2、如发行人不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本公司将利用发行人控股股东地位促使发行人在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回发行人本次公开发行的全部新股。”

（六）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、填补被摊薄即期回报的措施

为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，增强公司持续回报的能力，充分保护中小股东的利益，发行人将采取如下措施以填补因本次发行被摊薄的股东回

报：

（1）加强对募投项目监管，保证募集资金合理合法使用

为规范公司募集资金的使用与管理，确保募集资金的使用规范、安全、高效，公司制定了《募集资金管理办法》等相关制度。董事会针对本次发行募集资金的使用和管理，通过设立专项账户的相关决议，募集资金到位后将存放于董事会指定的专项账户中，专户专储，专款专用。公司将根据相关法规和《募集资金管理办法》的要求，严格管理募集资金使用，并积极配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，以保证募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

（2）加快募投项目投资进度，争取早日实现项目预期效益

本次发行募集资金投资项目的实施符合本公司的发展战略，能有效提升公司的核心竞争力，有利于公司持续、快速发展。本次募集资金到位前，公司拟通过多种渠道积极筹资资金，争取尽早实现项目预期收益，增厚未来几年的股东回报，降低本次发行导致的即期回报摊薄的风险。

（3）加强经营管理和内部控制，提升经营效率和盈利能力

公司未来将进一步提高经营和管理水平，提升公司的整体盈利能力。公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，节省公司的财务费用支出。公司也将加强企业内部控制，发挥企业管控效能。推进全面预算管理，优化预算管理流程，加强成本管理，强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（4）进一步完善利润分配制度，强化投资者回报机制

公司已经按照相关法律法规的规定修订了《公司章程（草案）》（上市后适用）、制定了《山东省互联网传媒集团股份有限公司上市后三年内分红回报规划》，建立了健全有效的股东回报机制。本次发行完成后，将按照法律法规的规定和《公司章程（草案）》《山东省互联网传媒集团股份有限公司上市后三年内分红回报规划》的约定，在符合利润分配条件的情况下，积极推动对股东的利润分配，有效维护和增加对股东的回报。

2、关于填补被摊薄即期回报的承诺

（1）公司承诺：

“公司将切实执行《关于公司首次公开发行股票并在创业板上市摊薄即期回报及填补措施的议案》，若未履行填补被摊薄即期回报措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；如果未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法承担对投资者的补偿责任。”

（2）公司控股股东大众报业承诺：

“作为发行人的控股股东，不越权干预发行人经营管理活动，不侵占发行人利益，切实履行对发行人填补回报的相关措施以及对此作出的有关填补回报措施的承诺。若未履行填补被摊薄即期回报措施，将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；若违反上述承诺并给发行人或者投资者造成损失的，本公司愿意依法承担对发行人或者投资者的补偿责任。”

（3）公司全体董事、高级管理人员承诺：

“1、忠实、勤勉地履行职责，维护公司和全体股东的合法权益；

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

3、承诺对本人的职务消费行为进行约束；

4、承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费活动；

5、承诺由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

6、承诺如公司未来实施股权激励，则股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

若未履行填补被摊薄即期回报措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉；若违反上述承诺并给公司或者投资者造成损失的，则愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。”

（七）关于上市后的利润分配政策的承诺

公司承诺：

“本公司将严格执行《山东省互联网传媒集团股份有限公司章程（草案）》和《山东省互联网传媒集团股份有限公司上市后三年内分红回报规划》等文件中相关利润分配政策，本公司实施积极的利润分配政策，注重对股东的合理回报并兼顾本公司的可持续发展，保持本公司利润分配政策的连续性和稳定性。

本公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向本公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在本公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。”

（八）关于未能履行承诺的约束措施的承诺

1、公司承诺

公司承诺如下：

“1、本公司将严格履行本公司就首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督。

2、如本公司在招股说明书中作出的相关承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），本公司自愿承担相应的法律后果和民事赔偿责任，并采取以下措施：（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分、公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护本公司及股东、投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交本公司股东大会审议；（3）将立即停止制定或实施现金分红计划，立即停止制定或实施重大资产购买与出售、增发股份、发行公司债券等资本运作事项，直至本公司履行相关承诺并实施完毕时为止；（4）对本公司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；（5）不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；（6）本公司因违反承诺给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

3、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分、公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护本公司及股东、投资者的权益。”

2、控股股东承诺

公司控股股东大众报业承诺：

“1、本公司将严格履行就发行人首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，发行人招股说明书及申请文件中所载有关承诺内容系本公司自愿作出，且有能力履行该等承诺。

2、如承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致的除外），自愿承担相应的法律责任和民事赔偿责任，并采取以下措施：（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分、公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；（3）违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿；（4）将应得的现金分红由发行人直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失；（5）不转让本公司直接及间接持有的发行人股份（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、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等无法控制的客观原因导致承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，将采取以下措施：（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分、公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及股东、投资者的权益。”

3、董事、监事及高级管理人员承诺

公司全体董事、监事、高级管理人员承诺如下：

“1、本人将严格履行本人就发行人首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，发行人招股说明书及申请文件中所载有关本人的承诺内容系本人自愿作出，且本人有能力履行该等承诺。

2、如本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分、公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；（3）本人违反本人承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿；（4）不主动要求离职；（5）不转让本人直接及间接持有的发行人股份（因继承、被强制执行、上市发行人重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外）；（6）本人同意发行人调减或暂停向本人发放工资、奖金和津贴等，并将此直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

3、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分、公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及股东、投资者的权益。”

4、其他股东承诺

公司股东大众创投、广电网络、山东文投承诺：

“1、本公司将严格履行本公司就发行人首次公开发行股票并在创业板上市所作出的所有公开承诺事项，积极接受社会监督，发行人招股说明书及申请文件中所载有关本公司的承诺内容系本公司自愿作出，且本公司有能力履行该等承诺。

2、如本公司承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致的除外），自愿承担相应的法律责任和民事赔偿责任，并采取以下措施：（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分、公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因，并向股东和投资者道歉；（2）向发行人及其投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及其投资者的权益，并将上述补充承诺或替代承诺提交发行人股东大会审议；（3）本公司违反承诺所得收益将归属于发行人，因此给发行人或投资者造成损失的，将依法对发行人或投资者进行赔偿；（4）将本公司应得的现金分红由发行人直接用于执行未履行的承诺或用于赔偿因未履行承诺而给发行人或投资者带来的损失。

3、如因相关法律法规、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本公司无法控制的客观原因导致本公司的承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上及时、充分、公开说明未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；（2）向股东和投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护发行人及股东、投资者的权益。”

（九）关于减少和规范关联交易的承诺

关于减少和规范关联交易的承诺参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性/九、关联方和关联交易/（五）公司减少关联交易的措施/2、关于减少和规范关联交易的承诺”。

（十）关于避免同业竞争的承诺

关于避免同业竞争的承诺参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性/八、同业竞争/（三）控股股东关于避免同业竞争的承诺”。

（十一）发行人关于股东信息披露的专项承诺

发行人承诺：

“1、本公司已在招股说明书等申报文件中真实、准确、完整的披露了股东信息；

2、本公司历史沿革中不存在股份代持、委托持股等情形，不存在股权争议或潜在纠纷等情形；

3、本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形；

4、本次发行上市的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份的情形；

5、本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形；

6、若本公司违反上述承诺，将承担由此产生的一切法律后果。”

附录 A 发行人及其下属企业拥有的主要注册商标

（一）自有商标

序号	商标图像	申请人	注册号	注册类别	有效期限	取得方式	他项权利
1	周游齐鲁	发行人	14016569	35	2015-04-14 至 2025-04-13	原始取得	无
2	周游天下	发行人	14016588	35	2015-07-07 至 2025-07-06	原始取得	无
3	周U天下	发行人	14016549	35	2015-04-14 至 2025-04-13	原始取得	无
4	手机语文	发行人	9240342	16	2022-08-28 至 2032-08-27	原始取得	无
5	大众帮帮团	发行人	7425852	41	2020-12-07 至 2030-12-06	原始取得	无
6		发行人	6443390	42	2020-07-14 至 2030-07-13	受让取得	无
7		发行人	6443391	38	2020-03-28 至 2030-03-27	受让取得	无
8	慕名而来	发行人	26190408	41	2018-09-28 至 2028-09-27	原始取得	无
9	新青年之夜	发行人	21338605	41	2017-11-14 至 2027-11-13	原始取得	无
10	潮流武林榜	发行人	21338324	35	2017-11-14 至 2027-11-13	原始取得	无
11		发行人	36395474	38	2019-10-21 至 2029-10-20	原始取得	无
12	晓视频	东营分公司	30927144	41	2020-01-28 至 2030-01-27	原始取得	无
13	大众乐家	日照分公司	29503261	16	2019-04-14 至 2029-04-13	原始取得	无
14	大众仙渔	日照分公司	29474790	29	2019-01-21 至 2029-01-20	原始取得	无
15	三吒	日照分公司	59284803	31	2022-03-07 至 2032-03-06	原始取得	无
16	三吒	日照分公司	59269017	30	2022-03-21 至 2032-03-20	原始取得	无
17	三吒	日照分公司	59284788	29	2022-03-28 至 2032-03-27	原始取得	无
18	菏味领鲜	菏泽分公司	46322577	5	2021-02-14 至 2031-02-13	原始取得	无
19	菏味领鲜	菏泽分公司	46319415	33	2021-02-21 至 2031-02-20	原始取得	无
20	菏味领鲜	菏泽分公司	46319291	24	2021-02-21 至 2031-02-20	原始取得	无
21	菏味领鲜	菏泽分公司	46314150	20	2021-02-14 至 2031-02-13	原始取得	无

序号	商标图像	申请人	注册号	注册类别	有效期限	取得方式	他项权利
22	菏味领鲜	菏泽分公司	46311737	31	2021-02-21 至 2031-02-20	原始取得	无
23	菏味领鲜	菏泽分公司	46311698	29	2021-02-21 至 2031-02-20	原始取得	无
24	菏味领鲜	菏泽分公司	46311601	16	2021-02-14 至 2031-02-13	原始取得	无
25	菏味领鲜	菏泽分公司	46305251	41	2021-02-28 至 2031-02-27	原始取得	无
26	菏味领鲜	菏泽分公司	46304845	3	2021-02-14 至 2031-02-13	原始取得	无
27	菏味领鲜	菏泽分公司	46304826	35	2021-02-21 至 2031-02-20	原始取得	无
28	菏味领鲜	菏泽分公司	46303597	30	2021-02-21 至 2031-02-20	原始取得	无
29	菏味领鲜	菏泽分公司	46299324	21	2021-02-14 至 2031-02-13	原始取得	无
30	菏味领鲜	菏泽分公司	46298720	26	2021-02-21 至 2031-02-20	原始取得	无
31	菏味领鲜	菏泽分公司	46295085	32	2021-02-21 至 2031-02-20	原始取得	无
32	菏味领鲜	菏泽分公司	46288422	25	2021-02-21 至 2031-02-20	原始取得	无
33	给力网	半岛网络	8934644	38	2021-12-21 至 2031-12-20	原始取得	无
34	半岛之恋	半岛网络	7185616	41	2020-11-21 至 2030-11-20	原始取得	无
35	半岛之恋	半岛网络	7185617	45	2020-09-07 至 2030-09-06	原始取得	无
36	大众妙客 Mocook	信产公司	16156709	9	2016-07-21 至 2026-07-20	原始取得	无
37	大众妙客 Mocook	信产公司	16157019	43	2016-03-21 至 2026-03-20	原始取得	无
38	大众妙客 Mocook	信产公司	16157056	39	2016-05-21 至 2026-05-20	原始取得	无
39	小鲁哥	大鲁网络	16638379	16	2016-05-21 至 2026-05-20	原始取得	无
40	小鲁哥	大鲁网络	16638462	35	2016-05-21 至 2026-05-20	原始取得	无
41	小鲁哥	大鲁网络	16638557	41	2016-05-21 至 2026-05-20	原始取得	无
42	小鲁哥	大鲁网络	16638641	42	2016-05-21 至 2026-05-20	原始取得	无
43	小鲁哥	大鲁网络	16638657	9	2016-05-21 至 2026-05-20	原始取得	无
44	小鲁哥	大鲁网络	16656300	45	2016-05-28 至 2026-05-27	原始取得	无
45	大众海蓝	大众海蓝	19196545	35	2017-04-07 至 2027-04-06	原始取得	无
46		大众海蓝	19196495	35	2017-04-07 至 2027-04-06	原始取得	无

序号	商标图像	申请人	注册号	注册类别	有效期限	取得方式	他项权利
47		大众海蓝	20527997	9	2017-08-21 至 2027-08-20	原始取得	无
48	大众书童	大众海蓝	37763883	16	2020-02-07 至 2030-02-06	原始取得	无
49	海蓝食刻	大众海蓝	37761385	29、30、31	2019-12-07 至 2029-12-06	原始取得	无
50		大众海蓝	37755080	29、30	2020-05-28 至 2030-05-27	原始取得	无
51	海蓝食刻	大众海蓝	36642331	29	2019-12-14 至 2029-12-13	原始取得	无
52		大众海蓝	31478985	31	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
53	大众海蓝	大众海蓝	31478057	30	2019-05-28 至 2029-05-27	原始取得	无
54	大众海蓝	大众海蓝	31475140	33	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
55	大众海蓝	大众海蓝	31474690	31	2019-05-28 至 2029-05-27	原始取得	无
56		大众海蓝	31471286	20	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
57	大众海蓝	大众海蓝	31464546	20	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
58		大众海蓝	31463854	35	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
59		大众海蓝	31461630	33	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
60	大众海蓝	大众海蓝	31461605	32	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
61		大众海蓝	31457514	32	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
62		大众海蓝	31456855	30	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
63	大众海蓝	大众海蓝	31456831	29	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
64		大众海蓝	31455802	29	2019-03-07 至 2029-03-06	原始取得	无
65	周游齐鲁	大众海蓝	23929482	39	2018-04-21 至 2028-04-20	原始取得	无
66	小小儒童	大众海蓝	23444212	35、39、41	2018-06-14 至 2028-06-13	原始取得	无
67	小小渔夫	大众海蓝	23444211	35、39、41	2018-06-14 至 2028-06-13	原始取得	无
68	万象资讯	大众海蓝	41411398	42	2020-10-07 至 2030-10-06	原始取得	无
69	云上放鱼	大众海蓝	47116920	41	2021-04-07 至 2031-04-06	原始取得	无
70	云上放鱼	大众海蓝	47138248	35	2021-04-07 至 2031-04-06	原始取得	无
71	云上放鱼	大众海蓝	47150474	9	2021-04-07 至 2031-04-06	原始取得	无

序号	商标图像	申请人	注册号	注册类别	有效期限	取得方式	他项权利
72	云上放鱼	大众海蓝	47150483	31	2021-04-07 至 2031-04-06	原始取得	无
73		大众海蓝	51281247	31	2021-07-21 至 2031-07-20	原始取得	无
74	齐鲁壹点	齐鲁壹点	22775557	41	2018-02-21 至 2028-02-20	受让取得	无
75	齐鲁壹点	齐鲁壹点	22775586	16	2018-02-21 至 2028-02-20	受让取得	无
76	齐鲁壹点	齐鲁壹点	22775635	9	2018-02-21 至 2028-02-20	受让取得	无
77	齐鲁壹点	齐鲁壹点	22775668	38	2018-02-21 至 2028-02-20	受让取得	无
78	齐鲁壹点	齐鲁壹点	22775758	42	2018-02-21 至 2028-02-20	受让取得	无
79	齐鲁蛙眼	齐鲁壹点	29205301	16	2019-01-07 至 2029-01-06	受让取得	无
80	齐鲁蛙眼	齐鲁壹点	29208666	35	2019-01-07 至 2029-01-06	受让取得	无
81	齐鲁蛙眼	齐鲁壹点	29211974	9	2019-01-14 至 2029-01-13	受让取得	无
82	齐鲁蛙眼	齐鲁壹点	29212015	41	2019-01-07 至 2029-01-06	受让取得	无
83	齐鲁蛙眼	齐鲁壹点	29214810	42	2019-01-07 至 2029-01-06	受让取得	无
84	齐鲁蛙眼	齐鲁壹点	29215149	38	2019-01-07 至 2029-01-06	受让取得	无
85	齐鲁壹点	齐鲁壹点	29994263	9	2019-04-21 至 2029-04-20	原始取得	无
86	齐鲁壹点	齐鲁壹点	29999081	38	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得	无
87	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32922549	18	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得	无
88	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32923141	36	2019-07-21 至 2029-07-20	原始取得	无
89	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32929039	12	2019-11-28 至 2029-11-27	原始取得	无
90	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32929248	39	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得	无
91	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32930135	25	2019-07-21 至 2029-07-20	原始取得	无
92	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32930549	3	2019-07-21 至 2029-07-20	原始取得	无
93	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32933509	28	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得	无
94	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32935010	31	2019-04-28 至 2029-04-27	原始取得	无
95	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32936869	29	2019-07-21 至 2029-07-20	原始取得	无
96	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32937978	45	2019-05-07 至 2029-05-06	原始取得	无

序号	商标图像	申请人	注册号	注册类别	有效期限	取得方式	他项权利
97	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32938361	43	2019-09-07 至 2029-09-06	原始取得	无
98	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32943916	30	2019-09-28 至 2029-09-27	原始取得	无
99	齐鲁壹点	齐鲁壹点	32944056	5	2019-07-21 至 2029-07-20	原始取得	无
100	大众家园	齐鲁壹点	42092831	35	2020-10-28 至 2030-10-27	原始取得	无
101	大众家园	齐鲁壹点	42096816	36	2020-10-07 至 2030-10-06	原始取得	无
102	齐鲁壹点	齐鲁壹点	19043564	35	2018-01-28 至 2028-01-27	原始取得	无
103	壹点几亩	齐鲁壹点	53516208	35	2021-09-14 至 2031-09-13	原始取得	无
104	壹点几亩 YIDIANJIMU	齐鲁壹点	53539369	36	2021-09-14 至 2031-09-13	原始取得	无
105	壹点几亩	齐鲁壹点	53543369	36	2021-09-14 至 2031-09-13	原始取得	无

（二）经授权使用的商标

发行人关联方大众报业等主体存在将拥有所有权的商标授权给发行人子公司使用的情况，具体如下：

序号	商标图像	所有权人	被授权人	注册号	注册类别	主要使用形式
1	齐鲁晚报	山东大众报业（集团）有限公司	齐鲁壹点	540777	16	（一）互联网站:齐鲁晚报网 （二）应用程序：齐鲁壹点 （三）公众账号：齐鲁晚报（腾讯微信平台、新浪微博平台）等
2	齐鲁晚報			6040700	41	
3	齐鲁晚報			6040702	35	
4	QILU EVENING NEWS			6350510	16	
5	半岛都市 BANDAO DUSHI	山东大众报业集团半岛传媒股份有限公司	半岛网络	3261092	35	（一）互联网站：半岛网 （二）公众账号：半岛网（腾讯微信平台、新浪微博平台）、半岛网官微(腾讯微信平台)等
6	半岛都市 BANDAO DUSHI			3866209	42	
7	半岛都市 BANDAO DUSHI			7394427	35	

序号	商标图像	所有权人	被授权人	注册号	注册类别	主要使用形式
8	鲁中 晨报	《鲁中晨报》社	大鲁网络	322657	16	（一）互联网站：鲁中网 （二）公众账号：鲁中网（腾讯微信平台、新浪微博平台）等

附录 B 发行人及其下属企业拥有的著作权

（一）计算机软件著作权

序号	所有权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	他项权利
1	发行人	大众网趣屏软件 V1.0	2009SR023466	2009-6-17	原始取得	无
2	发行人	“山东 24 小时”移动新媒体综合管理系统 V1.0	2014SR051203	2014-4-28	原始取得	无
3	发行人、济南大众网通科技有限公司	大众物流服务平台系统 V3.0	2011SR008697	2011-2-23	原始取得	无
4	发行人、济南大众网通科技有限公司	大众手机终端软件系统 V1.3	2011SR001091	2011-1-10	原始取得	无
5	发行人	山东省精神文明建设系统 V1.0	2017SR665020	2017-12-4	原始取得	无
6	发行人	山东快报软件 V1.0.0	2019SR0834709	2019-8-12	原始取得	无
7	发行人	选择山东云平台管理系统 1.0	2020SR0060245	2020-1-13	原始取得	无
8	发行人	山东手机报彩信网关系统 V1.0	2018SR012161	2018-1-5	原始取得	无
9	发行人	山东手机报安卓客户端 V1.0	2018SR125566	2018-2-26	原始取得	无
10	发行人	山东 24 小时订阅号平台 V1.0	2018SR013964	2018-1-5	原始取得	无
11	发行人	山东手机报征订管理平台 V1.0	2017SR667361	2017-12-5	原始取得	无
12	发行人	山东文化产业创意征集平台 V1.0	2018SR011965	2018-1-5	原始取得	无
13	发行人	山东 24 小时安卓客户端 V1.8	2018SR017444	2018-1-8	原始取得	无
14	发行人	山东手机报 IOS 客户端 V1.0	2018SR084336	2018-2-1	原始取得	无
15	发行人	山东手机报编审平台系统 V1.0	2017SR667603	2017-12-5	原始取得	无
16	发行人	山东 24 小时积分商城管理系统 V1.0	2017SR667625	2017-12-5	原始取得	无
17	发行人	山东 24 小时 IOS 手机客户端 V1.8	2018SR013955	2018-1-5	原始取得	无
18	发行人	山东 24 小时开发者社区平台 V1.0	2018SR012052	2018-1-5	原始取得	无
19	发行人	山东善行义举四德榜综合信息发布平台 V1.0	2017SR667351	2017-12-5	原始取得	无

序号	所有权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	他项权利
20	发行人	山东善行义举四德榜电子信息管理平台 V1.0	2017SR667356	2017-12-5	原始取得	无
21	发行人	齐鲁民声平台 V1.0	2018SR016688	2018-1-8	原始取得	无
22	发行人	大众投票管理平台 V1.0	2018SR012058	2018-1-5	原始取得	无
23	发行人	政务云智库服务系统 V1.0	2018SR013498	2018-1-5	原始取得	无
24	发行人	手机报短信网关系统 V1.0	2018SR068487	2018-1-29	原始取得	无
25	发行人	海报新闻安卓客户端 V1.0	2018SR552045	2018-7-16	原始取得	无
26	发行人	大众网舆情服务平台 V1.0	2018SR262058	2018-4-18	原始取得	无
27	发行人	大众网广告资源查看系统 V1.0	2018SR017376	2018-1-8	原始取得	无
28	发行人	大众网微信矩阵服务平台 V1.0	2018SR014533	2018-1-5	原始取得	无
29	发行人	海报新闻 IOS 手机客户端 V1.0	2018SR553096	2018-7-16	原始取得	无
30	发行人	大众网集成系统管理平台 V1.0	2018SR067061	2018-1-26	原始取得	无
31	发行人	企业家培训与交流系统 V1.0	2018SR012038	2018-1-5	原始取得	无
32	发行人	大众网全媒体发布平台 V1.0	2018SR261686	2018-4-18	原始取得	无
33	发行人	云招商云招聘系统 1.0	2020SR0924491	2020-8-13	原始取得	无
34	发行人	智慧会务管理平台 V1.0	2021SR1397921	2021-9-17	原始取得	无
35	发行人	企业论坛 APP V1.0	2021SR1166999	2021-8-6	原始取得	无
36	发行人、信产公司	大众企业 VOIP 系统 V3.0	2011SR001110	2011-1-10	原始取得	无
37	发行人、信产公司	大众名优特产展销系统 V3.0	2011SR000870	2011-1-8	原始取得	无
38	发行人、信产公司	大众分布式呼叫中心系统 V3.0	2011SR000869	2011-1-8	原始取得	无
39	发行人、信产公司	大众移动信息网关软件 V3.0	2011SR000814	2011-1-8	原始取得	无
40	信产公司	大众图书管理系统软件 V1.0	2003SR6637	2003-6-24	原始取得	无
41	信产公司	大众广告计费管理系统软件 V2.0	2003SR6895	2003-6-26	原始取得	无
42	信产公司	大众实验室管理系统软件 V1.0	2003SR6896	2003-6-26	原始取得	无

序号	所有权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	他项权利
43	信产公司	加油站 IC 卡管理系统软件 V2.0	2003SR6894	2003-6-26	原始取得	无
44	信产公司	大众网上协同工作平台系统 V1.0	2008SR34499	2008-12-13	原始取得	无
45	信产公司	大众全媒体舆情监测与分析软件 V1.0	2012SR110213	2012-11-16	原始取得	无
46	信产公司	大众舆情处置平台软件 V1.0	2015SR227284	2015-11-19	原始取得	无
47	信产公司	大众舆情监测云平台软件 V2.0	2015SR227287	2015-11-19	原始取得	无
48	信产公司	大众舆情协同工作平台软件 V2.0	2015SR225511	2015-11-18	原始取得	无
49	信产公司	大众妙客预订软件（IOS 个人版）V1.0	2015SR083303	2015-5-15	原始取得	无
50	信产公司	大众妙客预订软件（IOS 商户版）V1.0	2015SR073357	2015-5-4	原始取得	无
51	信产公司	大众妙客预订软件 Android 个人版 V1.0	2015SR006261	2015-1-12	原始取得	无
52	信产公司	大众妙客预订软件 Android 商户版 V1.0	2015SR006267	2015-1-12	原始取得	无
53	信产公司	大众妙客餐饮预订管理平台（PC 版）V1.0	2015SR083305	2015-5-15	原始取得	无
54	信产公司	大众舆情监测云平台软件（iPad 客户端）V2.0	2015SR230233	2015-11-24	原始取得	无
55	信产公司	大众舆情处置平台软件（Android 客户端）V1.0	2015SR225288	2015-11-18	原始取得	无
56	信产公司	新媒体数据管理平台软件 V2.0	2015SR227011	2015-11-19	原始取得	无
57	信产公司	大众舆情协同工作平台软件（iPad 客户端）V2.0	2015SR229261	2015-11-23	原始取得	无
58	信产公司	大众舆情监测云平台软件（IOS 客户端）V1.0	2015SR228822	2015-11-23	原始取得	无
59	信产公司	大众舆情监测云平台软件（Android 客户端）V1.0	2015SR225832	2015-11-18	原始取得	无

序号	所有权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	他项权利
60	信产公司	大众舆情处置平台软件（IOS 客户端）V1.0	2015SR229394	2015-11-23	原始取得	无
61	信产公司	大众舆情监测运营管理服务系统 V1.0	2012SR105045	2012-11-6	原始取得	无
62	信产公司	稿件综合传播系统 V1.0	2017SR235316	2017-6-6	原始取得	无
63	信产公司	新媒体内容管理系统 V1.0	2017SR247233	2017-6-8	原始取得	无
64	信产公司	新媒体传播大数据平台 V1.0	2017SR299848	2017-6-22	原始取得	无
65	信产公司	新媒体内容一键分发系统 V1.0	2017SR299880	2017-6-22	原始取得	无
66	信产公司	政务公开传播大数据采集系统 V1.0	2017SR299890	2017-6-22	原始取得	无
67	信产公司	新媒体内容编审系统 V1.0	2017SR313967	2017-6-27	原始取得	无
68	信产公司	政务公开传播大数据综合分析系统 V1.0	2017SR314025	2017-6-27	原始取得	无
69	信产公司	智慧物联网云平台 V1.0	2017SR683570	2017-12-12	原始取得	无
70	信产公司	融媒体中央厨房综合管理平台 V1.0	2017SR683572	2017-12-12	原始取得	无
71	信产公司	检察服务中心综合管理平台 V1.0	2017SR658301	2017-11-30	原始取得	无
72	信产公司	互联网政务信息管理平台 V1.0	2017SR656830	2017-11-30	原始取得	无
73	信产公司	舆情大数据智能分析系统 V1.0	2019SR0356664	2019-4-19	原始取得	无
74	信产公司	网评员管理系统 V1.0	2019SR0748033	2019-7-18	原始取得	无
75	信产公司	舆情大数据采集系统 V1.0	2019SR0356641	2019-4-19	原始取得	无
76	信产公司	舆情大数据分布式存储系统 V1.0	2019SR0356654	2019-4-19	原始取得	无
77	信产公司	新媒体内容管理系统 V2.0	2019SR0359614	2019-4-20	原始取得	无
78	信产公司	融媒体综合管理平台 V1.0	2019SR0356605	2019-4-19	原始取得	无
79	信产公司	选题策划系统 V1.0	2019SR0771110	2019-7-25	原始取得	无
80	信产公司	网络热点采集汇聚系统 V1.0	2019SR0775955	2019-7-26	原始取得	无

序号	所有权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	他项权利
81	信产公司	线索素材回传推送系统 V1.0	2019SR0775986	2019-7-26	原始取得	无
82	信产公司	大数据可视化展示平台 V1.0	2019SR0356630	2019-4-19	原始取得	无
83	信产公司	稿件多端发布系统 V1.0	2019SR0775718	2019-7-26	原始取得	无
84	信产公司	敏感信息审查过滤系统 V1.0	2019SR0776241	2019-7-26	原始取得	无
85	信产公司	内容工作流审核系统 V1.0	2019SR0765894	2019-7-24	原始取得	无
86	信产公司	舆情 24 小时系统 V1.0	2019SR0838771	2019-8-13	原始取得	无
87	信产公司	稿件直通媒体系统 V1.0	2019SR0766124	2019-7-24	原始取得	无
88	信产公司	用户数据考核系统 V1.0	2019SR1119345	2019-11-5	原始取得	无
89	信产公司	传播效果分析系统 V1.0	2019SR0766102	2019-7-24	原始取得	无
90	信产公司	媒资管理系统 V1.0	2019SR0766200	2019-7-24	原始取得	无
91	信产公司	视频智能识别剪辑发布系统 V1.0	2019SR0766227	2019-7-24	原始取得	无
92	信产公司	沂南扶贫手机客户端安卓版软件 V1.0	2019SR0278738	2019-3-25	原始取得	无
93	信产公司	智能融合技术云平台 V1.0	2019SR1119395	2019-11-5	原始取得	无
94	信产公司	融媒体生产管理系统 V1.0	2019SR1119323	2019-11-5	原始取得	无
95	信产公司	掌上舆情系统 V3.0	2019SR0742084	2019-7-17	原始取得	无
96	信产公司	情报研判及智能分级系统 V1.0	2019SR0745046	2019-7-18	原始取得	无
97	信产公司	情报智能推演系统 V1.0	2019SR0748523	2019-7-18	原始取得	无
98	信产公司	舆情处置效果评估系统 V1.0	2019SR0748520	2019-7-18	原始取得	无
99	信产公司	舆情顾问管理系统 V1.0	2019SR0752133	2019-7-19	原始取得	无
100	信产公司	智慧党建云平台 V1.0	2019SR1260971	2019-12-2	原始取得	无
101	信产公司	财务台账综合管理平台 V1.0	2019SR1260784	2019-12-2	原始取得	无
102	信产公司	干部考核信息综合管理平台 V1.0	2020SR0815602	2020-7-23	原始取得	无
103	信产公司	聊城公安融媒体联动云平台 V1.0	2020SR0814866	2020-7-23	原始取得	无

序号	所有权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	他项权利
104	信产公司	沂南精准扶贫手机客户端安卓版软件 V2.0	2020SR0819860	2020-7-23	原始取得	无
105	信产公司	智能供稿系统 V1.0	2020SR0820367	2020-7-23	原始取得	无
106	信产公司	大众舆情云监测系统 V4.0	2020SR0820553	2020-7-23	原始取得	无
107	信产公司	智能网评系统 V1.0	2020SR0820434	2020-7-23	原始取得	无
108	信产公司	东营区精准扶贫办公系统安卓版软件 V1.0	2020SR0815611	2020-7-23	原始取得	无
109	信产公司	精准普法手机客户端安卓版软件 V1.0	2020SR0736333	2020-7-7	原始取得	无
110	信产公司	威海美丽庭院数据管理系统 V1.5	2021SR0666456	2021-5-11	原始取得	无
111	信产公司	智能供稿系统 V2.0	2021SR0667951	2021-5-11	原始取得	无
112	信产公司	垦利网格化服务管理平台 V1.0	2021SR0666497	2021-5-11	原始取得	无
113	信产公司	山东文化产业发展平台 V1.0	2021SR0666455	2021-5-11	原始取得	无
114	信产公司	财纪通手机客户端安卓版软件 V1.0	2021SR0667950	2021-5-11	原始取得	无
115	信产公司	媒资管理系统 V2.0	2021SR0666421	2021-5-11	原始取得	无
116	信产公司	沂南农村相对扶贫办公管理系统 V2.0	2021SR0666457	2021-5-11	原始取得	无
117	信产公司	端媒统一生产管理平台 V1.0	2021SR0667928	2021-5-11	原始取得	无
118	信产公司	大众舆情协同处置云平台 V1.0	2021SR0667949	2021-5-11	原始取得	无
119	信产公司	“纪录小康工程”数据平台 V1.0	2021SR1257368	2021-8-24	原始取得	无
120	信产公司	融媒体智能检校系统 V1.0	2021SR1247909	2021-8-23	原始取得	无
121	信产公司	乡村振兴智慧云平台 V1.0	2021SR1245720	2021-8-23	原始取得	无
122	信产公司	智慧会务管理云平台 V1.0	2021SR1245719	2021-8-23	原始取得	无
123	信产公司	RCS 5G 消息采编及发送平台 V1.0	2021SR1257357	2021-8-24	原始取得	无
124	信产公司	智慧党建云平台 V3.2	2021SR1247911	2021-8-23	原始取得	无

序号	所有权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	他项权利
125	信产公司	大众传播评价系统 V2.0	2022SR0471244	2022-4-14	原始取得	无
126	信产公司	“党史知识竞赛”答题系统 V1.0	2022SR0598007	2022-5-18	原始取得	无
127	信产公司	政务融媒体平台 V1.0	2022SR0598004	2022-5-18	原始取得	无
128	信产公司	全媒体考核系统 V1.0	2022SR0598005	2022-5-18	原始取得	无
129	信产公司	检务舆情大数据辅助系统 V1.0	2022SR0598003	2022-5-18	原始取得	无
130	信产公司	印刷信息管理平台 V1.0	2022SR0597997	2022-5-18	原始取得	无
131	信产公司	大众传播评价 Android 客户端软件 V1.0	2022SR0654925	2022-5-27	原始取得	无
132	信产公司	大众传播评价 IOS 客户端软件 V1.0	2022SR0654562	2022-5-27	原始取得	无
133	信产公司	大众舆情云监测系统 V5.0	2022SR1066473	2022-6-30	原始取得	无
134	信产公司	大众舆情智库系统 V1.0	2022SR1143202	2022-6-30	原始取得	无
135	信产公司	宜传思想文化大数据平台 V1.0	2022SR1193865	2022-7-1	原始取得	无
136	齐鲁壹点	齐鲁壹点客户端软件 V1.0	2015SR171646	2015-9-6	原始取得	无
137	齐鲁壹点	视频直播系统 1.0	2020SR0226985	2020-3-9	原始取得	无
138	齐鲁壹点	齐鲁智云数据仓系统 2.0	2020SR0226358	2020-3-9	原始取得	无
139	齐鲁壹点	壹点蛙眼舆情大数据软件 V2.0	2020SR0039933	2021-2-2	原始取得	无
140	齐鲁壹点	齐鲁壹点智慧社区 APP IOS 端 1.0	2020SR0374329	2020-4-24	原始取得	无
141	齐鲁壹点	齐鲁壹点智慧社区 APP 安卓端 1.0	2020SR0374334	2020-4-24	原始取得	无
142	齐鲁壹点	齐鲁壹点智慧社区 PC 平台端 1.0	2020SR0292436	2020-3-27	原始取得	无
143	齐鲁壹点	齐鲁壹点智慧社区 PC 社区端 1.0	2020SR0292394	2020-3-27	原始取得	无
144	齐鲁壹点	齐鲁壹点智慧社区 PC 物业端 1.0	2020SR0292434	2020-3-27	原始取得	无
145	齐鲁壹点	用户画像软件系统 1.0	2020SR0226923	2020-3-9	原始取得	无
146	齐鲁壹点	新闻去重软件系统 1.0	2020SR0226642	2020-3-9	原始取得	无
147	齐鲁壹点	微信公众号抓取安卓端 1.0	2020SR0227095	2020-3-9	原始取得	无

序号	所有权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	他项权利
148	齐鲁壹点	媒体库软件系统 V1.0	2020SR1143837	2020-9-23	原始取得	无
149	齐鲁壹点	云高招小程序 1.0	2020SR1137281	2020-9-22	原始取得	无
150	齐鲁壹点	齐鲁车展小程序 V1.0	2020SR1144387	2020-9-23	原始取得	无
151	齐鲁壹点	房 e 点小程序 V1.0	2020SR1137274	2020-9-22	原始取得	无
152	齐鲁壹点	齐鲁智云媒体联盟软件系统 V3.0	2020SR1144380	2020-9-23	原始取得	无
153	齐鲁壹点	区块链版权保护系统 V1.0	2020SR1014867	2020-8-31	原始取得	无
154	齐鲁壹点	济南头条软件 V1.0.0	2020SR1509236	2020-10-13	原始取得	无
155	齐鲁壹点	齐鲁智云 DMP 管理系统 1.0	2021SR0613137	2021-4-28	原始取得	无
156	齐鲁壹点	壹点智库数据分析管理系统 V1.0	2021SR0448407	2021-3-25	原始取得	无
157	齐鲁壹点	齐鲁智云 SSP 管理系统 1.0	2021SR0613177	2021-4-28	原始取得	无
158	齐鲁壹点	齐鲁智云 DSP 交易系统 1.0	2021SR1246254	2021-8-23	原始取得	无
159	齐鲁壹点	齐鲁壹点云名片管理系统 V1.0	2021SR1933501	2021-11-29	原始取得	无
160	齐鲁壹点	齐鲁壹点 APP 自动化测试系统 V1.0	2021SR1933500	2021-11-29	原始取得	无
161	大众海蓝	水产购手机客户端软件（IOS 版）V1.2	2016SR163204	2016-6-30	原始取得	无
162	大众海蓝	水产购手机客户端软件（Android 版）V1.2	2016SR161775	2016-6-30	原始取得	无
163	大众海蓝	品味山东 B2C 电子商务系统 V1.1	2016SR382937	2016-12-20	原始取得	无
164	大众海蓝	周游票务系统 V1.0	2016SR290693	2016-10-12	原始取得	无
165	大众海蓝	周游齐鲁旅游产品预订系统 V2.0	2016SR382899	2016-12-20	原始取得	无
166	大众海蓝	周游票务电子票核销系统 V1.1	2016SR371061	2016-12-14	原始取得	无
167	大众海蓝	品味山东网上商城贵宾卡支付系统 V1.0	2017SR200219	2017-5-23	原始取得	无
168	大众海蓝	漫话山东旅游导览系统 V1.0	2017SR200240	2017-5-23	原始取得	无
169	大众海蓝	水产购积分商城系统 V1.0	2017SR200464	2017-5-23	原始取得	无

序号	所有权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	他项权利
170	大众海蓝	品味山东网上商城 WAP 版 V1.0	2017SR457117	2017-8-18	原始取得	无
171	大众海蓝	周游齐鲁 WAP 版 V1.0	2017SR457111	2017-8-18	原始取得	无
172	大众海蓝	水产购 wap 版 V1.2	2017SR456106	2017-8-18	原始取得	无
173	大众海蓝	视频直播采集客户端软件（IOS 版）V1.0	2018SR044061	2018-1-19	原始取得	无
174	大众海蓝	视频直播采集客户端软件（Android 版）V1.0	2018SR044246	2018-1-19	原始取得	无
175	大众海蓝	单点登录会员中心管理系统 V1.0	2018SR044955	2018-1-19	原始取得	无
176	大众海蓝	畜产购客户端软件（Android 版）V1.0.0	2018SR1023289	2018-12-17	原始取得	无
177	大众海蓝	电商情报系统 V1.0.0	2019SR1240923	2019-11-30	原始取得	无
178	大众海蓝	平邑电子商务公共服务中心平台（WAP 版）V1.0.0	2019SR1239827	2019-11-30	原始取得	无
179	大众海蓝	平邑电子商务公共服务综合管理平台 V1.0.0	2019SR1240037	2019-11-30	原始取得	无
180	大众海蓝	海外党建 6+1 客户端软件（iOS 版）V1.0.0	2019SR1243285	2019-11-30	原始取得	无
181	大众海蓝	海外党建 6+1 客户端软件（Android 版）V1.0.0	2019SR1243275	2019-11-30	原始取得	无
182	大众海蓝	山东电商大数据供应商管理系统 V1.0.0	2019SR1243295	2019-11-30	原始取得	无
183	大众海蓝	万象资讯管理平台 V1.0.0	2020SR1552271	2020-11-6	原始取得	无
184	大众海蓝	日照海洋科普馆线上展览系统 V1.0.0	2020SR1552269	2020-11-6	原始取得	无
185	大众海蓝	日照海洋科普馆线上展览系统管理平台 V1.0.0	2020SR1552270	2020-11-6	原始取得	无
186	大众海蓝	海报惠生活手机 wap 版软件 V1.0.0	2020SR1552272	2020-11-6	原始取得	无
187	大众海蓝	增强型彩信发送管理系统 V1.0.0	2020SR1552273	2020-11-6	原始取得	无

序号	所有权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式	他项权利
188	大众海蓝	万象资讯平台 pc 版软件 V1.0.0	2020SR1552274	2020-11-6	原始取得	无
189	大众海蓝	万象资讯平台 wap 版软件 V1.0.0	2020SR1552758	2020-11-6	原始取得	无
190	大众海蓝	万象资讯手机快应用客户端软件 V1.0.0	2020SR0501517	2020-5-25	原始取得	无
191	大众海蓝	大众找房平台 V1.0.0	2020SR1552268	2020-11-6	原始取得	无
192	大众海蓝	碧水责任平台 V1.0.0	2020SR1552757	2020-11-6	原始取得	无
193	大众海蓝	海报惠生活手机快应用客户端软件 V1.0.0	2020SR0834653	2020-7-27	原始取得	无
194	大众海蓝	山东省海洋科普宣教平台 V1.0.0	2020SR1552759	2020-11-6	原始取得	无
195	大众海蓝	魅力历城客户端软件（IOS 版）V1.0	2018SR1031692	2018-12-18	原始取得	无
196	大众海蓝	魅力历城客户端软件（Android 版）V1.1.1	2018SR1031844	2018-12-18	原始取得	无
197	大众海蓝	畜产购客户端软件（IOS 版）V1.0	2018SR1031915	2018-12-18	原始取得	无
198	大众海蓝	大众书童手机客户端软件（Android 版）	2018SR781648	2018-9-27	原始取得	无
199	大众海蓝	大众书童手机客户端软件（IOS 版）V1.0	2018SR783293	2018-9-27	原始取得	无
200	半岛网络	全民目击 2.1.0	2018SR223261	2018-3-30	原始取得	无
201	半岛网络	半岛网客户端软件 V2.2.0	2021SR0475355	2021-3-31	原始取得	无
202	半岛网络	文明实践在青岛微信小程序软件 V1.0	2021SR0546671	2021-4-15	原始取得	无
203	半岛网络	半岛网商城软件 V1.0	2021SR0546672	2021-4-15	原始取得	无
204	半岛网络	文明青岛客户端软件 V1.0	2021SR0561154	2021-4-20	原始取得	无
205	大鲁网络	大鲁网络表单查询系统 V1.0	2021SR0401617	2021-3-16	原始取得	无

（二）其他著作权

序号	所有权人	作品名称	登记号	登记日期	登记类别
1	发行人	新青年音乐节	国作登字-2021-F-00176171	2021-8-3	美术作品
2	大众海蓝	礼遇高唐卡通形象	国作登字-2022-F-10136545	2022-7-11	美术作品
3	大众海蓝	礼遇高唐 logo	国作登字-2022-F-10136546	2022-7-11	美术作品

附录 C 发行人及其下属企业拥有的域名

序号	所有权人	域名	网站备案/许可证号	有效期	他项权利
1	发行人	dzwww.com	鲁 ICP 备 09023866 号-1	2000-10-25 至 2031-10-25	无
2		dzwww.net		2000-10-25 至 2022-10-25	无
3	发行人	shandonghaiyang.com	鲁 ICP 备 09023866 号-47	2017-04-26 至 2024-04-26	无
4	发行人	chinayimeng.cn	鲁 ICP 备 09023866 号-55	2019-05-09 至 2023-05-09	无
5	发行人	chinayimeng.org.cn	鲁 ICP 备 09023866 号-54	2019-05-09 至 2023-05-09	无
6	发行人	autoql.com	鲁 ICP 备 09023866 号-24	2012-07-31 至 2023-07-31	无
7	发行人	dzllzg.com	鲁 ICP 备 09023866 号-35	2015-09-23 至 2025-09-23	无
8	发行人	theseanews.com	鲁 ICP 备 09023866 号-53	2017-09-28 至 2027-09-28	无
9		theseanews.cn		2017-09-28 至 2027-09-28	无
10	发行人	sdjlxk.cn	鲁 ICP 备 09023866 号-97	2021-02-26 至 2023-02-26	无
11	发行人	cefrf.org.cn	鲁 ICP 备 09023866 号-101	2021-06-17 至 2023-06-17	无
12	青岛分公司	sifapingtai.com	鲁 ICP 备 2021011065 号-1	2021-02-24 至 2024-02-24	无
13	淄博分公司	zbrczc.cn	鲁 ICP 备 2021036183 号-1	2021-08-30 至 2023-08-30	无
14	淄博分公司	zbdzw.cc	鲁 ICP 备 2021036183 号-3	2022-02-10 至 2023-02-10	无
15	淄博分公司	azbssp.top	鲁 ICP 备 2021036183 号-4	2022-08-03 至 2023-08-03	无
16	大鲁网络	jiaqiao.net	鲁 ICP 备 05034096 号-3	2012-07-11 至 2023-07-11	无
17	大鲁网络	vzibo.net	鲁 ICP 备 05034096 号-4	2013-11-19 至 2022-11-19	无
18	大鲁网络	lznews.cn	鲁 ICP 备 05034096 号-6	2003-10-21 至 2027-10-21	无
19	大众海蓝	dzhailan.com	鲁 ICP 备 16004260 号-9	2016-01-12 至 2023-01-12	无
20	大众海蓝	zyql.cn	鲁 ICP 备 16004260 号-5	2013-08-30 至 2023-08-30	无
21	大众海蓝	zaisd.com	鲁 ICP 备 16004260 号-4	2012-08-25 至 2023-08-26	无
22	大众海蓝	fangyuyangshui.com	鲁 ICP 备 16004260 号-8	2017-08-22 至 2023-08-22	无
23	半岛网络	guiguzhongguo.cn	鲁 B2-20041045-6	2014-12-31 至 2022-12-31	无

序号	所有权人	域名	网站备案/许可证号	有效期	他项权利
24	半岛网络	zyzaojiao.com	鲁 B2-20041045-8	2015-06-16 至 2023-06-16	无
25	半岛网络	anquanxuexi.com	鲁 B2-20041045-10	2016-01-22 至 2023-01-22	无
26	半岛网络	bandao.cn	鲁 B2-20041045-2	2004-05-25 至 2025-05-25	无
27		qdview.com		2000-12-28 至 2022-12-28	无
28	半岛网络	soqd.cn	鲁 B2-20041045-9	2006-06-08 至 2023-07-08	无
29	信产公司	sddzinfo.com	鲁 ICP 备 11035775 号-1	2010-06-13 至 2023-06-13	无
30		sddzinfo.cn		2018-09-06 至 2023-09-06	无
31		sddzinfo.net		2018-09-06 至 2023-09-06	无
32	齐鲁壹点	qilulive.net	鲁 ICP 备 15022957 号-2	2015-08-30 至 2023-08-30	无
33		qiluyijia.cn		2015-08-30 至 2023-08-30	无
34		qilulive.cn		2015-08-30 至 2023-08-30	无
35		qiluyijia.net		2015-08-30 至 2023-08-30	无
36		qilulive.com		2015-08-30 至 2023-08-30	无
37		ql1d.com		2015-09-01 至 2023-09-01	无
38		ql1m.com		2015-09-01 至 2023-09-01	无
39		ql1w.com		2015-09-01 至 2023-09-01	无
40		qiluyijia.com		2015-08-30 至 2023-08-30	无
41		qilulive.com.cn		2015-08-30 至 2023-08-30	无
42	齐鲁壹点	qiluyidian.mobi	鲁 ICP 备 15022957 号-1	2015-06-16 至 2023-06-16	无
43		qiluyidian.com.cn		2015-06-16 至 2023-06-16	无
44		qiluyidian.net		2015-06-16 至 2023-06-16	无
45		qiluyidian.org		2015-06-16 至 2023-06-16	无
46	齐鲁壹点	yidianzhitou.cn	鲁 ICP 备 15022957 号-12	2021-01-19 至 2031-01-19	无
47	齐鲁壹点	qlwb.com.cn	鲁 ICP 备 15022957 号-13	1998-06-30 至 2028-06-30	无
48	齐鲁壹点	qiluzhiyun.com	鲁 ICP 备 15022957 号-14	2018-04-19 至 2028-04-19	无

注：上表中未包含互联传媒及其附属公司因向客户开展网站建设等技术服务而注册在其名下的域名。