创业板风险提示

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。

北京点众科技股份有限公司

北京市海淀区花园东路 11 号
泰兴大厦西配楼 3 层 302 室（东升地区）

点众科技
DIANZHONG TECH

首次公开发行股票并在创业板上市
招股说明书
（申报稿）

保荐机构（主承销商）

华泰联合证券有限责任公司
HUATAI UNITED SECURITIES CO.,LTD.

（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路128号前海深港基金小镇B7栋401）

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全文作为作出投资决定的依据。

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、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并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、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

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

发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
发行股数：	本次发行数量不超过【】万股，且不低于本次发行完成后股份总数的 25%。 本次发行不涉及公司股东公开发售股份。
每股面值：	人民币 1.00 元
每股发行价格：	【】元
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【】万股
保荐人：	华泰联合证券有限责任公司
主承销商：	华泰联合证券有限责任公司
招股说明书签署日期：	【】年【】月【】日

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正文内容，并特别关注以下重要事项。

一、特别风险提示

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书的“风险因素”部分，并特别注意下列事项：

（一）数字阅读行业日益激烈的市场竞争风险

根据中国互联网络信息中心第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2020 年 3 月，我国手机网民规模达 8.97 亿人，较 2018 年底增加 7,992 万人，网民中使用手机上网人群的占比由 2018 年的 98.6%提升至 99.3%。受益于移动互联网红利，同时在快速优化的软硬件终端、阅读习惯逐步向碎片化迁移等因素的推动下，移动阅读的接触率攀升，截至 2020 年 3 月，我国阅读网络文学的用户规模达到 4.55 亿人。

随着业务规模迅速扩张，公司进一步面临着数字阅读行业市场中对流量入口、优质内容等资源的激烈竞争，该等因素是影响企业维持用户黏性和盈利能力的重要因素。点众科技作为独立运营的新兴企业，不具备互联网巨头企业的资金实力与流量入口，对于企业的发展战略及经营效率提出更高挑战。此外，行业内公司开始出现利用免费模式抢夺流量的情形，短期内将对付费阅读形成一定冲击。如公司无法有效制定及实施后续发展规划，则可能在激烈的市场竞争环境中承压，进而影响公司的市场份额及经营业绩。

（二）毛利率水平及业绩增速下滑的风险

报告期内，公司净利润分别为 6,565.56 万元、8,149.83 万元、11,924.95 万元和 13,459.22 万元，2018 年和 2019 年的净利润增速分别为 24.13%和 46.32%，实现了高水平的业绩增长，体现出公司作为新兴企业在业务扩张阶段的上升势头。

公司报告期内的综合毛利率分别为 35.11%、26.64%、20.91%和 21.30%，2017 年至 2019 年呈现下降趋势，系公司为了巩固竞争优势、提升行业地位，加大了渠道推广力度和版权的采购力度所致。2020 年上半年的毛利率与 2019 年相比不存在显著差异，公司毛利率趋于稳定。

随着数字阅读行业逐渐成熟、市场格局逐步成型，各数字阅读企业对优质资源的竞争亦将加剧，渠道推广成本、版权采购成本等可能进一步攀升。公司以构建优质内容储备作为未来发展战略，势必加大版权投入，版权采购成本上升将导致毛利率下滑，进而影响公司的持续盈利能力。此外，考虑到互联网行业日渐提升的渠道推广成本，如公司未能实现更为精准化的投放、实现转化率及用户留存率的提升，则更高的渠道推广投入亦可能对业绩增速产生一定的不利影响。

（三）渠道推广成本上升的风险

随着我国互联网行业格局成型，流量红利效应减退，供需关系的新一轮博弈推动流量价格攀升，致使数字阅读服务提供商普遍面临更高的边际获客成本。在流量成本高企、行业竞争加剧的大趋势下，公司为实现更为广泛的用户群体渗透，将面临更高的渠道推广成本投入，可能对公司的整体盈利水平造成影响。

此外，随着流量的成本趋高，给公司对存量用户的价值挖掘带来更高挑战，对公司深耕精细化运营、进一步提高付费转化率、提升用户留存、拓展用户生命周期价值的能力提出更高要求。若对于存量用户的价值挖掘未能实现预期效果，公司业绩增长将更多由增量用户贡献，较高的渠道推广成本将为公司的营收规模及盈利能力带来一定的负面影响。

（四）版权采购成本上升的风险

近年来，公司和诸多版权机构及作者建立了长期合作关系，为公司自有书库阅读业务的发展提供了有力支持。但考虑到数字阅读市场竞争日趋激烈、版权价格整体上行的行业背景，为保障阅读内容的稳定持续供给，公司需储备更为丰富、优质的数字内容，以提升企业核心竞争力并进一步实现对产业链关键环节的全覆盖。

版权质量方面，优质版权具有生命周期长、增值空间广阔等特点，并有利于提升用户黏性，其亦成为数字阅读服务提供商争相持有的优质资产。因此，在市场供需关系中，优质版权持有方拥有较强的议价能力，致使优质数字版权的价格近年来整体呈现明显上升的趋势。

综上，随着公司加大对优质版权的采购力度，未来存在版权成本上升，进而对公司主营业务毛利水平和整体盈利能力产生不利影响的风险。

（五）监管政策调整及相关资质风险

根据我国相关法律、法规，数字阅读作为融合互联网与数字出版的新兴行业，由中共中央宣传部、国家新闻出版署（国家版权局）、工业和信息化部、文化和旅游部等共同监管。企业开展主营业务所涉及的主要资质如下：

业务资质	许可经营的业务类型
《出版物经营许可证》	图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物等出版物的批发、零售、网上销售
《网络出版服务许可证》	网络出版业务（含原创数字化作品）
《网络文化经营许可证》	提供经营性互联网文化产品及其服务的活动
《增值电信业务经营许可证》	增值电信业务
《电信与信息服务业务经营许可证》	经营性互联网信息服务业务
《电子出版物制作许可证》	电子出版物制作业务

目前公司已取得上述全部资质。

截至本招股说明书签署日，公司已取得行业主管部门出具的合规经营证明文件，在报告期内不存在因业务经营违法违规而受到主管部门处罚的情形；但考虑到国家对数字阅读行业的监管政策及措施亦将不断完善，不排除公司后续的数字阅读业务运营模式无法适应监管要求的可能性，情节严重时可能受到行业主管部门处罚，该等情形将对公司业务经营的稳定性及持续发展产生不利影响。

（六）版权相关法律诉讼风险

优质版权的数量以及版权的内容是企业吸引用户、提升用户黏性的核心要素。随着公司业务规模迅速扩张，点众快看阅读平台现已有数字版权逾 19 万册，

企业在日常经营中亦在不断完善自身的版权采购及管理体系，与大量优质版权提供商建立了长期、良性的合作机制，同时参照《著作权法》等行业相关规定，严格把控版权内容的独立性、原创性、合规性，致力于构建健康的数字阅读行业环境。

但鉴于企业整体发展较快、版权储备迅速扩张，对于版权内容难以保证彻底杜绝任何盗版抄袭行为的存在，故无法完全规避公司所采购的版权涉及侵犯他人知识产权的风险，存在潜在诉讼及因此承担法律责任的可能性，对公司的持续经营及业绩产生不利影响。

二、发行后股利分配政策

本公司提醒投资者关注公司发行上市后的利润分配政策、现金分红的最低比例、未来 3 年具体利润分配计划和长期回报规划，具体参见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、发行人的股利分配政策”。

三、财务报告审计截止日至招股说明书签署日之间的财务信息和经营状况

发行人财务报告审计截止日为 2020 年 6 月 30 日，发行人 2020 年 1-9 月相关财务信息未经审计，但已经发行人会计师审阅。

2020 年 9 月末，公司资产总额 82,005.04 万元，负债总额 26,949.67 万元，归属于母公司所有者权益 54,908.86 万元。2020 年 1-9 月，发行人实现营业收入 129,425.12 万元，较上年同期增长 143.20%；实现净利润 20,727.51 万元，较上年同期增长 167.17%。公司财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，公司经营模式、主要产品的研发及运营、主要服务的价格、主要客户及供应商的构成、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均未发生重大变化，整体经营情况良好。

关于公司财务报告审计截止日后的主要财务信息和经营状况的具体内容，

参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十五、审计基准日后的主要财务信息和经营状况”。

目 录

声明 2
发行概况 3
重大事项提示 4
一、特别风险提示 4
二、发行后股利分配政策 7
目 录 9
第一节 释 义 14
第二节 概 览 18
一、发行人及本次中介机构基本情况 18
二、本次发行概况 18
三、报告期的主要财务数据和财务指标 20
四、发行人主营业务情况 20
五、发行人科技创新、模式创新、业态创新或新旧产业融合情况 21
六、发行人选择的具体上市标准 23
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 23
八、募集资金用途 23
第三节 本次发行概况 25
一、本次发行的基本情况 25
二、本次发行的有关当事人 26
三、发行人与中介机构之间不存在股权关系或其他权益关系 28
四、本次发行上市的重要日期 28
第四节 风险因素 30
一、创新风险 30
二、技术风险 30
三、经营风险 31
四、内控风险 34
五、财务风险 35

六、法律风险 37
七、发行失败风险 38
第五节 发行人的基本情况 39
一、发行人的基本情况 39
二、发行人设立情况 39
三、发行人设立以来的重大资产重组情况 45
四、发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌及摘牌的情况 47
五、发行人股权结构图 47
六、发行人的控股及参股子公司的情况 48
七、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况 63
八、发行人股本情况 73
九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况 78
十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况 85
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系 85
十二、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的重大协议及履行情况 86
十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近二年变动情况 86
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况 87
十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况 88
十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况 91
十七、已经制定或实施的股权激励及相关安排 92
十八、发行人员工情况 93
第六节 业务和技术 101
一、公司主营业务、主要产品或服务的情况 101
二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况 128
三、销售情况和主要客户 161
四、采购情况和主要供应商 283
五、发行人的主要固定资产和无形资产 320
六、技术水平及研发情况 332

七、发行人的境外经营及境外资产情况 339
第七节 公司治理与独立性 340
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会等机构和人员的运行及履行情况 340
二、特别表决权股份或类似安排的情况 344
三、协议控制架构的情况 344
四、发行人内部控制情况 344
五、报告期内发行人违法违规情况 351
六、发行人资金占用和对外担保情况 352
七、发行人直接面向市场独立持续经营的能力 352
八、同业竞争情况 354
九、关联方及关联交易 356
第八节 财务会计信息与管理层分析 374
一、最近三年及一期的财务报表 374
二、审计意见和关键审计事项 378
三、影响经营业绩的重要因素 381
四、分部信息 391
五、合并财务报表的编制基础、合并范围及变化情况 392
六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 393
七、非经常性损益情况 445
八、主要税收政策、缴纳的主要税种及其法定税率 446
九、主要财务指标 448
十、经营成果分析 450
十一、资产质量分析 507
十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析 530
十三、报告期的重大资本性支出与资产业务重组 544
十四、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项 544
十五、审计基准日后的主要财务信息和经营状况 546
第九节 募集资金运用与未来发展规划 550
一、募集资金运用基本情况 550

二、募集资金投资项目具体情况 551
三、未来发展与规划 565
第十节 投资者保护 572
一、发行人投资者关系的主要安排 572
二、发行人的股利分配政策 573
三、本次发行前滚存利润的分配安排及决策程序 576
四、发行人股东投票机制的建立情况 576
五、本次发行摊薄即期回报分析及填补措施 577
六、与投资者保护相关的承诺 585
第十一节 其他重要事项 606
一、重大合同 606
二、对外担保情况 608
三、对发行人产生较大影响的诉讼或仲裁事项 608
四、控股股东、实际控制人、控股子公司，董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的重大刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项 612
五、董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员最近三年的合法合规情况 612
六、控股股东、实际控制人报告期内合法合规情况 612
第十二节 有关声明 613
一、发行人及其全体董事、监事、高级管理人员声明 613
二、发行人控股股东、实际控制人声明 617
三、保荐机构（主承销商）声明 618
四、保荐机构董事长、总经理声明 619
五、发行人律师声明 620
六、会计师事务所声明 621
七、资产评估机构声明 622
八、验资机构声明 624
九、验资机构声明 625
十、验资复核机构声明 626
第十三节 附件 627

一、备查文件 627
二、文件查阅地址和时间 628

第一节 释 义

在本招股说明书中，除非文义载明，以下简称具有如下含义：

简称		释义
一、一般术语		
点众科技、发行人、本公司、股份公司	指	北京点众科技股份有限公司
点众有限	指	北京点众科技有限公司，发行人前身
中企瑞铭	指	中企瑞铭科技（北京）有限公司，发行人控股子公司
霍尔果斯瑞铭	指	霍尔果斯瑞铭信息科技有限公司，发行人全资子公司
点众快看	指	北京点众快看科技有限公司，发行人全资子公司
每日趣阅	指	天津每日趣阅网络技术有限公司，发行人全资子公司
多点信息	指	图木舒克多点信息科技有限公司，发行人原全资子公司，已注销
点点阅	指	北京点点阅信息技术有限公司，发行人全资子公司
阅见未来	指	北京阅见未来网络科技有限公司，发行人全资子公司
阅见天下	指	北京阅见天下科技有限公司，发行人全资子公司
点众新加坡	指	DIANZHONG TECHNOLOGY SINGAPORE PTE. LTD.，发行人全资子公司
金海品读	指	北京金海品读科技有限公司，发行人全资子公司
卿读科技	指	北京卿读科技有限公司，发行人全资子公司
霍尔果斯点众	**指**	**霍尔果斯点众科技有限公司，发行人全资子公司**
万卷书城	指	天津万卷书城企业管理咨询中心（有限合伙），发行人持股平台
檀铭咨询	指	北京檀铭咨询有限公司
伯乐锐金	指	桐乡伯乐锐金股权投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
伯乐弘信	指	北京伯乐弘信股权投资基金管理中心（有限合伙），发行人股东
中泰纵横	指	桐乡中泰纵横股权投资基金管理合伙企业（有限合伙），发行人股东
三和源投资	指	北京三和源投资有限责任公司，发行人股东
万汇柏乾	指	桐乡万汇柏乾股权投资基金管理合伙企业（有限合伙），发行人股东
万汇金荣	指	万汇金荣（泰安）股权投资基金管理中心（有限合伙），曾用名为北京万汇金荣股权投资基金管理中心（有限合伙），发行人股东

太和凯旋	指	北京太和凯旋信息技术有限公司，发行人参股公司
灵阅文化	指	四川灵阅文化传播有限公司，发行人参股公司
平行时空	指	湖北平行时空文化传播有限公司，发行人原参股公司
龙阅文化	指	杭州龙阅文化传播有限公司，发行人参股公司
京楚信息	指	京楚（北京）信息技术有限公司
咪咕数媒	指	咪咕数字传媒有限公司
咪咕阅读	指	由咪咕数媒所有并运营，是中国移动的数字阅读基地
中文在线	指	中文在线数字出版集团股份有限公司
掌阅科技	指	掌阅科技股份有限公司
宜搜科技	指	深圳宜搜天下科技股份有限公司
快乐农夫	指	北京快乐农夫科技有限公司，发行人运营支撑业务合作伙伴
保荐机构、华泰联合证券	指	华泰联合证券有限责任公司
发行人律师、国浩律师	指	国浩律师（北京）事务所
发行人会计师、发行人审计机构、大华会计师	指	大华会计师事务所（特殊普通合伙）
《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》
《格式准则第 28 号》	指	《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 28 号——创业板公司招股说明书》（2020 年修订）
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
本招股说明书	指	《北京点众科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》
报告期、报告期各期	指	2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月
元、万元、亿元	指	若无特别说明，均以人民币为度量币种
二、专业术语		
数字阅读	指	阅读的数字化，主要有两层含义：一是阅读对象的数字化，即通过数字化的方式呈现阅读内容，如电子书、网络小说、电子地图、网页等方式；二是阅读方式的数字化，即阅读的载体、终端不是平面的纸张，而是 PC 电脑、PDA、MP3、MP4、笔记本电脑、手机、电子阅读器等电子屏幕
数字内容	指	以数字形式存在的文本、图象、声音等内容，可以存储在如光盘、硬盘等数字载体上，并通过网络等手段传播
月活跃用户/日活跃用户	指	当月/当日有访问行为的用户

点众快看阅读平台	指	“快看小说”APP（含“快看小说”APP、“免费小说大全”APP、“小说大全（繁体版）”APP、“点众阅读”APP、“小说阅读吧”APP 等及其相应快应用）、 “西瓜免费小说”APP、“阅读”APP（华为点众合作版）及快看阅读 H5 网站（或简称“自有 H5 网站”）等
华为阅读	指	“阅读”APP（华为点众合作版）
自有书库	指	公司从签约作者和其他内容提供商处获得授权的数字内容
自有书库阅读业务	指	以自有书库为基础的数字阅读业务
咪咕书库	指	咪咕数媒的数字内容
咪咕书库阅读业务	指	以咪咕书库为基础的数字阅读业务
内容提供商	指	提供数字内容的供应商，内容可以是文字、图像、音频和视频等各种媒体内容。具体包括出版社、版权机构、作者、文学网站等
友盟	指	北京锐讯灵通科技有限公司提供的移动应用统计分析产品，为移动开发者提供专业的数据统计分析、开发和运营组件及推广服务
艾瑞咨询	指	一家专注于新兴行业（包括互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等）经济领域，研究和了解消费者行为，并为网络行业及传统行业客户提供数据产品服务和研究咨询服务的机构
APP/客户端	指	“Application”的缩写，指智能手机等智能移动终端设备的第三方应用程序
WAP	指	WAP（Wireless Application Protocol）是无线应用协议的缩写，一种实现移动电话与互联网结合的应用协议标准，基于此协议的无线网络
H5	指	第 5 代 HTML（超文本标记语言），也指用 H5 语言制作的数字产品，具有跨平台应用的显著优势，为下一代互联网提供了全新的框架和平台
快应用	指	手机厂商基于硬件平台推出的新型应用形式，用户无需下载安装即可使用
智能终端	指	包括智能手机及其他，是具有独立的移动操作系统，可通过安装应用软件、游戏等程序来扩充手机功能，运算能力及功能均优于传统功能手机的一类手机
看点	指	用户在点众快看阅读平台充值形成的阅读计量单位
充值消费比	指	在一段时间内，用户累计消费金额或看点与累计充值金额或看点的比值
3G	指	第三代移动通信技术，即 3rd-generation，是指支持高速数据传输的蜂窝移动通讯技术
4G	指	第四代移动通信技术，即 4th-generation，是指相对于 3G 的下一代通信网络技术
5G	指	第五代移动通信技术，即 5th-generation，是指相对于 4G 的下一代通信网络技术
新媒体	指	以微信、微博、今日头条、抖音等为代表的新技术支撑体系下出现的媒体形态
信息流	指	在社交媒体用户好友动态、或者资讯媒体和视听媒体中流动的内容。

CNNIC	指	中国互联网络信息中心，是经国家主管部门批准，于 1997 年 6 月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
CPA	指	Cost Per Action，是按投放实际效果计费的计价方式，即按发生特定行为（激活）来计费
CPS	指	Cost Per Sale，是按销售额计费的计价方式，即以产生的销售金额进行分成
CPM	指	Cost Per Mille，是按展现量计费的计价方式，即按千次展示计费
CPP	指	Cost Per Pre-install，是按预置产品的终端发货数量进行计费方式，即按预装数量计费
CPC	指	Cost Per Click，是按点击量计费的计价方式，即按点击数量计费
CPT	指	Cost Per Time，是按时间计费的计价方式，即按展示时间计费
IP	指	Intellectual Property，知识产权
安卓/Android	指	由谷歌公司开发的移动操作系统
iOS	指	由苹果公司开发的移动操作系统
开屏广告	指	在 APP 开启时加载，展示固定时间，展示完毕后自动关闭并进入 APP 主页面的一种广告形式
banner 广告	指	以横幅形式出现的展示类广告，网络广告的一种主要形式，可以使用静态图形，也可用多帧图像拼接为动画图像
带宽	指	在固定时间内可传输的数据量，即在传输管道中可以传递数据的能力
CDN	指	Content Delivery Network，即内容分发网络。使用户可就近取得所需内容，解决 Internet 网络拥挤的状况，提高用户访问网站的响应速度
IDC	指	互联网数据中心。为互联网内容提供商、企业、媒体和各类网站提供服务器托管、空间租用、网络批发带宽等业务
云服务	指	通过网络以按需、易扩展的方式获得所需服务

本招股说明书所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。

本招股说明书中部分合计数与各明细数直接相加之和在尾数上如有差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

本招股说明书中涉及的我国经济以及行业的事实、预测和统计，包括本公司的市场份额等信息，来源于一般认为可靠的各种公开信息渠道。本公司从上述来源转载或摘录信息时，已保持了合理的谨慎，但是由于编制方法可能存在潜在偏差，或市场管理存在差异，或基于其它原因，此等信息可能与国内或国外所编制的其他资料不一致。

第二节 概 览

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

一、发行人及本次中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
发行人名称	北京点众科技股份有限公司	**成立日期**	2011 年 9 月 15 日
注册资本	4,104.1026 万元	**法定代表人**	陈瑞卿
注册地址	北京市海淀区花园东路 11 号泰兴大厦西配楼 3 层 302 室（东升地区）	**主要生产经营地址**	北京市海淀区花园东路 11 号泰兴大厦西配楼 3 层 302 室（东升地区）
控股股东	陈瑞卿、何春虹	**实际控制人**	陈瑞卿、何春虹
行业分类	I64 互联网和相关服务	**在其他交易所（申请）挂牌或上市的情况：**	曾在股转系统挂牌
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	华泰联合证券有限责任公司	**主承销商**	华泰联合证券有限责任公司
发行人律师	国浩律师（北京）事务所	**其他承销机构**	-
审计机构	大华会计师事务所（特殊普通合伙）	**评估机构**	中瑞世联资产评估集团有限公司

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	1.00 元		
发行股数	本次拟公开发行股票不超过 1,368.0500 万股，	**占发行后总股本的比例**	不低于发行后总股本的 25%
其中：新股发行数量	不超过 1,368.0500 万股	**占发行后总股本的比例**	不低于发行后总股本的 25%
股东公开发售股份数量	-	**占发行后总股本的比例**	-
发行后总股本	不超过 5,472.1526 万股		

每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）		
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）	**发行前每股收益**	【】元（根据【】年经审计的归属于母公司股东净利润除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元	**发行后每股收益**	【】元
发行市净率	【】倍（按每股发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	采用战略投资者配售、网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式或采用证券监管部门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圳证券交易所开设证券账户的中国境内自然人、法人等投资者		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	-		
发行费用的分摊原则	本次发行的承销费、保荐费、审计费、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	阅读技术平台升级优化项目		
	内容资源库升级项目		
	补充流动资金		
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：承销及保荐费【】万元、审计及验资费【】万元、律师费【】万元、发行手续费【】万元		
（二）本次发行上市的重要日期			
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日		
开始询价推介日期	【】年【】月【】日		
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日		
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日		
股票上市日期	【】年【】月【】日		

三、报告期的主要财务数据和财务指标

资产负债表项目		2020.06.30（或2020年1-6月）	2019.12.31（或2019年度）	2018.12.31（或2018年度）	2017.12.31（或2017年度）
资产总额（万元）		73,463.16	53,075.35	31,940.66	21,560.18
归属于母公司股东权益（万元）		47,720.52	34,279.70	22,456.34	16,201.51
资产负债率（母公司）（%）		49.11	39.81	49.94	47.89
营业收入（万元）		85,786.09	92,333.81	50,642.76	32,164.45
净利润（万元）		13,459.22	11,924.95	8,149.83	6,565.56
归属于母公司所有者的净利润（万元）		13,436.55	11,924.95	8,149.83	6,565.56
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）		12,815.76	11,122.87	7,209.35	6,274.16
基本每股收益（元）	扣非前	3.27	2.91	1.99	1.62
	扣非后	3.12	2.72	1.76	1.55
稀释每股收益（元）	扣非前	3.27	2.91	1.99	1.62
	扣非后	3.12	2.72	1.76	1.55
加权平均净资产收益率（%）	扣非前	32.77	41.96	40.26	61.58
	扣非后	31.26	39.14	36.46	59.67
经营活动产生的现金流量净额（万元）		15,320.12	19,377.74	11,335.85	10,442.48
现金分红（万元）		-	-	1,895.00	-
研发投入占营业收入的比例（%）		3.11	3.91	6.33	6.79

四、发行人主营业务情况

公司主营业务系为互联网用户提供互联网数字阅读服务以及围绕其展开的版权运营和增值服务。互联网数字阅读服务系发行人通过点众快看阅读平台向互联网用户提供数字内容的阅读服务及为深度合作伙伴提供的运营支撑服务；版权运营系公司从签约作者处获取数字内容版权授权后，向其他数字阅读企业或文娱企业进行版权授权，取得版权运营收入的业务；增值服务系公司基于积累的用户资源为广告客户提供的广告营销服务和基于公司与中国移动的合作为合作方提供的话费计费推广服务。公司自设立以来，一直围绕互联网数字阅读领域精耕细

作，至今已形成了以互联网数字阅读服务为主，以版权运营和增值服务为辅的主营业务结构。

报告期内，公司主营业务收入具体构成及比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字阅读收入	82,658.45	98.28%	**87,634.72**	**94.91%**	**47,720.70**	**94.27%**	**30,930.89**	**96.16%**
自有书库阅读业务	73,613.85	87.52%	77,289.20	83.71%	43,673.32	86.28%	25,979.08	80.77%
咪咕书库阅读业务	-	-	-1.79	-0.002%	1,250.54	2.47%	4,951.81	15.40%
运营支撑服务	9,044.60	10.75%	10,347.31	11.21%	2,796.84	5.53%	-	-
版权运营收入	1,265.94	1.51%	**3,233.68**	**3.50%**	**2,552.51**	**5.04%**	**1,094.31**	**3.40%**
增值服务收入	181.70	0.22%	**1,465.41**	**1.59%**	**345.97**	**0.68%**	**139.25**	**0.43%**
合计	84,106.09	100.00%	**92,333.81**	**100.00%**	**50,619.18**	**100.00%**	**32,164.45**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入以数字阅读收入为主，数字阅读业务收入占比分别为 96.16%、94.27%、94.91%和 98.28%。报告期内，公司主营业务收入持续增长，从 2017 年的 32,164.45 万元增长至 2019 年的 92,333.81 万元，2020 年上半年实现主营业务收入 84,106.09 万元。

随着发行人业务的开展，发行人现已成为国内数字阅读行业主要企业之一，不断得到市场、行业和主管部门的认可。目前，发行人是华为手机阅读业务两家（掌阅科技和点众科技）全球战略合作伙伴之一，曾荣获第九届中国数字出版博览会组委会评选的 2018-2019 中国数字出版十强单位，发行人签约作者和作品也多次获得主管部门的认可和奖项，具体参见“第六节 业务和技术”之“二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况”之“（七）公司在行业中的竞争地位”。

五、发行人科技创新、模式创新、业态创新或新旧产业融合情况

公司主营业务系为互联网用户提供互联网数字阅读服务以及围绕其展开的版权运营和增值服务。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，

公司所处行业属于“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”。

（一）模式创新、业态创新情况

由于互联网行业和数字阅读行业的市场环境在近年来发生着快速的变化，发行人精准抓住了市场变化带来的发展机遇，积极进行产品、模式和业务的创新，具体如下：

发行人的自有书库数字阅读服务划分为 APP 产品业务和自有 H5 网站业务。2016 年，随着微信生态的发展，其为 H5 网站业务的开展创造了增量机会，发行人也抓住了此次业务发展机遇推出了自有 H5 网站业务发展下沉市场的阅读用户。对于 APP 产品业务，在发展以快看小说等自有产品为主的过程中，2018 年随着业内“免费数字阅读+移动互联网广告”业务模式的出现，发行人适时推出了“西瓜免费小说”产品；在发行人的业务开展能力得到市场认可之后，发行人成功成为了华为的战略合作伙伴，并推出了“华为阅读”产品。

报告期内，发行人积极探索产品和业务开展模式的创新，该等创新也支撑了发行人营业收入的快速增长，公司的主营业务收入从 2017 年的 32,164.45 万元增长至 2019 年的 92,333.81 万元，2020 年上半年实现主营业务收入 84,106.09 万元。

（二）科技创新情况

技术创新是互联网企业开展经营活动、实现可持续发展的重要手段，也是数字阅读平台增强用户体验、保持市场竞争力所必需的能力，有赖于研发人员的主观创造性及技术条件的不断变革进步。公司自成立以来，一直注重产品的研发及创新，不断优化产品细节及性能。首先，公司经过多年研发沉淀，积累了多项核心技术，如阅读器排版技术、用户画像技术、智能推荐技术及实时运维监控技术等；其次，公司在积累技术的过程中，始终坚持 A/B 测试、“以数据为准绳，结果导向”的技术研发机制，有效降低了公司在激烈竞争环境下的试错成本；再次，公司始终坚持业务关键环节的不断创新，例如在持续优化点众快看阅读平台的用户使用体验、不断提高推广渠道质量监测效果及精细化运营中的个性化推荐等方面持续投入，不断提升各个环节的效率，有效的支撑了公司灵活高效的运营。

报告期内，公司研发费用分别为 2,184.02 万元、3,208.11 万元、3,614.66 万元和 2,667.60 万元，2017 年至 2019 年复合增长率为 28.65%，公司在数字阅读相关技术方面的积累与投入不断加大、产品用户体验不断提升。

综上，发行人是符合创业板定位的传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合的成长型创新创业企业。

六、发行人选择的具体上市标准

公司 2018 年度和 2019 年度归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为准）为 7,209.35 万元和 11,122.87 万元，均为正值且累计净利润不低于 5,000 万元。

综合上述情况，发行人本次发行上市申请适用《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第 22 条第（一）的规定：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”。

根据上述分析，公司满足其所选择的上市标准。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

公司不存在红筹架构或表决权差异等特殊安排。

八、募集资金用途

本次发行募集资金投资项目除补充流动资金外均已完成在北京市海淀区发展和改革委员会的备案工作，项目投资总额为 62,709.64 万元，若实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金需求，不足部分由公司自行筹措资金解决。

本次发行募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况，以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。

本次募集资金投资项目的具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总金额	项目备案文号
1	阅读技术平台升级优化项目	7,840.97	京海淀发改（备）〔2018〕53 号
2	内容资源库升级项目	34,868.67	京海淀发改（备）〔2018〕52 号
3	补充流动资金	20,000.00	-
合计		**62,709.64**	

本次募集资金运用具体情况参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

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	本次拟公开发行股票不超过 1,368.0500 万股，且不低于发行后总股本的 25%。 本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份
占发行后总股本的比例	不低于发行后总股本的 25%
每股发行价	【】元
发行人高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	发行人的高管、核心员工拟参与本次发行的战略配售。在中国证监会履行完毕本次发行的注册程序后，发行人将召开董事会审议相关事项，并在启动发行后根据相关法律法规的要求，将高级管理人员、核心员工参与本次战略配售的具体形式在招股说明书中进行详细披露，包括但不限于：参与战略配售的人员姓名、担任职务、认购股份数量和比例、限售期限等
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	发行人或本次发行若符合保荐机构跟投要求的，保荐机构将安排相关子公司或者实际控制该保荐机构的证券公司依法设立的其他相关子公司参与本次发行战略配售，具体按照深圳证券交易所相关规定执行
发行市盈率	【】倍（按扣除非经常性损益前后净利润的熟低额和发行后总股本全面摊薄计算）
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加上本次发行募集净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按本次发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用战略投资者配售、网下向询价对象询价配售和网上资金申购定价发行相结合的方式或采用证券监管部门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圳证券交易所开设证券账户的中国境内自然人、法人等投资者
承销方式	余额包销
发行费用概算	【】万元
其中：承销费用	【】万元
保荐费用	【】万元
审计费用	【】万元
律师费用	【】万元

信息披露费用	【】万元
发行手续费用及其他	【】万元

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

法定代表人：江禹

住所：深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路 128 号前海深港基金小镇 B7 栋 401

联系电话：010-56839300

传真号码：010-56839500

保荐代表人：许楠、张鹏

项目协办人：乔立

项目组成员：黄慧丽、翟云飞、吴强、葛青

（二）发行人律师：国浩律师（北京）事务所

机构负责人：刘继

住所：北京市朝阳区东三环北路 38 号泰康金融大厦 9 层

联系电话：010-65890699

传真号码：010-65176800

经办律师：张冉、李晶、姚佳

（三）会计师事务所及验资复核机构：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：梁春

住所：北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101

联系电话：010-88095588

传真号码：010-88091190

经办注册会计师：陈伟、迟国栋

（四）资产评估机构：中瑞世联资产评估集团有限公司

法定代表人：何源泉

住所：北京市海淀区西直门北大街 32 号院 1 号楼 13 层 1606-1

联系电话：010-66553366

传真号码：010-66553380

经办注册评估师：王霞、郑卿

（五）验资机构：中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：郝树平

住所：北京市海淀区复兴路 47 号天行建商务大厦 20 层 2206

联系电话：010-57327485

传真号码：010-66553380

经办注册会计师：王增明、曾云

（六）验资机构：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：梁春

住所：北京市海淀区西四环中路 16 号院 7 号楼 1101

联系电话：010-88095588

传真号码：010-88091190

经办注册会计师：陈伟、于建永

（七）股份登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

联系地址：深圳市深南中路 1093 号中信大厦 18 楼

联系电话：0755-25938000

传真号码：0755-25938122

（八）保荐人（主承销商）收款银行

开户名称：华泰联合证券有限责任公司

收款银行：中国工商银行股份有限公司深圳分行振华支行

银行账号：4000010209200006013

（九）申请上市证券交易所：深圳证券交易所

住所：深圳市福田区深南大道 2012 号

联系电话：0755-88668279

传真号码：0755-82083295

三、发行人与中介机构之间不存在股权关系或其他权益关系

发行人与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或者间接的股权关系或其他权益关系。

四、本次发行上市的重要日期

刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日

刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期	【】年【】月【】日
缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、创新风险

公司主营业务系为互联网用户提供互联网数字阅读服务以及围绕其展开的版权运营和增值服务。受益于互联网尤其是移动互联网的发展，发行人的业务规模和用户规模不断扩大。鉴于影响互联网行业发展的相关技术处于快速发展的阶段，发行人业务开展所需的技术也不可避免地需要进行变革和创新；此外，数字阅读行业作为互联网和文娱行业的融合，随着行业的发展和市场竞争环境的变化，行业企业的商业模式也需要进行持续地创新。

公司如果对行业理解偏差，进行的科技创新和业务模式创新无法获得市场认可，将对公司未来的持续经营能力、市场竞争力及成长性构成负面影响。

二、技术风险

（一）技术升级迭代风险

发行人作为互联网企业，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运营系统、服务质量监控系统、接口数据安全系统、搜索系统、个性化推荐系统、大数据营销平台等也需要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，公司如果研发失败或相关研发不满足市场要求而未能产生预期效果，将影响公司产品的市场竞争力，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

（二）管理人员和技术人员流失的风险

拥有自己的核心技术以及与之配套的高端专业人才是互联网企业综合竞争能力的体现。

公司自成立以来一直重视研发团队的建设。通过多年发展，公司已经培育了一批高素质研发人员。目前公司多项产品和技术处于研发阶段，技术人员及管理团队的稳定对公司的发展极其重要。在市场竞争日益激烈的环境下，公司未来如果出现核心人员流失的情况，将对公司经营产生不利影响。

三、经营风险

（一）数字阅读行业日益激烈的市场竞争风险

根据中国互联网络信息中心第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2020 年 3 月，我国手机网民规模达 8.97 亿人，较 2018 年底增加 7,992 万人，网民中使用手机上网人群的占比由 2018 年的 98.6%提升至 99.3%。受益于移动互联网红利，同时在快速优化的软硬件终端、阅读习惯逐步向碎片化迁移等因素的推动下，移动阅读的接触率攀升，截至 2020 年 3 月，我国阅读网络文学的用户规模达到 4.55 亿人。

随着业务规模迅速扩张，公司进一步面临着数字阅读行业市场中对流量入口、优质内容等资源的激烈竞争，该等因素是影响企业维持用户黏性和盈利能力的重要因素。点众科技作为独立运营的新兴企业，不具备互联网巨头企业的资金实力与流量入口，对于企业的发展战略及经营效率提出更高挑战。此外，行业内公司开始出现利用免费模式抢夺流量的情形，短期内将对付费阅读形成一定冲击。如公司无法有效制定及实施后续发展规划，则可能在激烈的市场竞争环境中承压，进而影响公司的市场份额及经营业绩。

（二）房产租赁风险

目前发行人及子公司租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋坐落	租赁面积（m^2）	租金	租赁期限	租赁用途
1	点众科技	北京市海淀区欣华农工商公司	北京市海淀区花园东路11号泰兴大厦3层302室（东升地区）	900	5.5元/平米/日	2020.8.29-2021.8.28	办公
2	点众科技	北京市海淀区欣华农工商公司	北京市海淀区花园东路11号泰兴大厦6层608、609室	314	5.5元/平米/日	2020.9.1-2021.08.30	办公
3	点众快看	北京市海淀区欣华农工商公司	北京市海淀区花园东路11号泰兴大厦3层318室（东升地区）	95	5.5元/平米/日	2020.8.29-2021.8.28	办公
4	中企瑞铭	北京市海淀区欣华农工商公司	北京市海淀区花园东路11号泰兴大厦3层316室（东升地区）	700	5.5元/平米/日	2020.8.29-2021.8.28	办公
5	霍尔果斯瑞铭	霍尔果斯市唐宫酒店有限公司	新疆伊犁州霍尔果斯市亚欧北路23号唐宫大酒店五楼501、502室	99.55	400元/平米/年	2020.7.11-2021.8.10	办公
6	每日趣阅	京津科技谷产业园有限公司	天津市武清区京津科技谷产业园和园道89号29栋701室-68（集中办公区）	300	无偿使用	2020.7.15-2022.7.14	办公
7	阅见天下	北京鑫心美物业管理有限公司	北京市海淀区六里屯回迁安置房五区底商5-2-84	30	27,810元/年	2020.7.16-2021.7.15	办公
8	阅见未来	浩瀚企诚（北京）企业管理咨询有限公司	北京市海淀区温泉镇温泉路84号临10号1251	30	17,600元/年	2020.6.11-2021.6.10	办公
9	点点阅	北京鑫心美物业管理有限公司	北京市海淀区六里屯回迁安置房五区底商5-2-25	60	27,810元/年	2020.7.21-2021.7.20	办公
10	中企瑞铭	济南市勘察测绘研究院	济南高新区舜华路2000号舜泰广场1号楼A座西区1102室	260	1.9元/平米/日	2020.9.1-2021.8.31	办公
11	卿读科技	北京市平谷区金海湖镇招商服务中心	北京市平谷区金海湖镇韩庄南大街111号-2036（集中办公区）	200	无偿使用	2020.9.29-2023.9.28	办公
12	金海品读	北京市平谷区金海湖镇招商服务中心	北京市平谷区金海湖镇韩庄南大街111号-2037（集中办公区）	200	无偿使用	2020.9.29-2023.9.28	办公
13	**霍尔果斯点众**	**霍尔果斯瑞铭**	**新疆伊犁州霍尔果斯市亚欧北路23号唐宫大酒店五楼501、502室**	**50**	**无偿使用**	**2020.11.15-2021.11.14**	**办公**

注：霍尔果斯瑞铭经原出租方霍尔果斯市唐宫酒店有限公司授权，将新疆伊犁州霍尔果斯市亚欧北路23号唐宫大酒店五楼501、502室的部分场地转租给霍尔果斯点众。

公司主营业务系为互联网用户提供互联网数字阅读服务及围绕其开展的版权运营和增值服务，业务日常运营主要基于企业的人员、版权及渠道资源，属非生产型企业。基于此，虽然目前公司办公场所均为租赁场所，但该等租赁行为不影响企业资产的完整性，即使后续可能发生办公场所搬迁，亦不会对企业构成重大不利影响，但不排除因场所搬迁而影响短期日常经营的可能性。

前述租赁中，除公司租赁的北京市海淀区欣华农工商公司及霍尔果斯市唐宫酒店有限公司的房屋进行了备案外，其他租赁的房产尚未办理租赁备案，不排除所承租房屋因未办理租赁备案手续致发行人在租赁期限内不能使用该等房屋，或由此受到主管部门行政处罚的风险。

（三）成长性风险

公司处于高速发展阶段，报告期内公司营业收入从 2017 年的 32,164.45 万元增长到 2019 年的 92,333.81 万元，年复合增长率为 69.43%，2020 年上半年实现收入 85,786.09 万元；归属母公司股东的净利润从 2017 年的 6,565.56 万元增长到 2019 年的 11,924.95 万元，年复合增长率为 34.77%，2020 年上半年实现归属母公司股东的净利润 13,436.55 万元。

虽然报告期内公司保持较快的增长速度，但公司未来能否持续成长仍然受整体经济形势、产业政策、市场推广环境、人才管理等因素的影响，任何不利因素都可能导致公司经营业绩增长放缓甚至下滑。公司未来存在着经营业绩增长放缓甚至下滑的风险。

（四）运营支撑业务合作伙伴被关停的风险

运营支撑服务模式下，发行人合作伙伴快乐农夫以自身名义向用户提供阅读服务并向用户收取费用，根据相关法律法规的规定，快乐农夫需要取得增值电信业务经营许可证及网络出版服务许可证等业务资质。目前快乐农夫已取得增值电信业务经营许可证，尚未取得网络出版服务许可证。关于快乐农夫开展业务的合规性说明具体参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（二）主要客户情况”。

虽然 2020 年 9 月 22 日北京市新闻出版局出具书面《证明》，确认发行人与快乐农夫的运营支撑合作模式，并证明截至《证明》出具日，快乐农夫未因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件等受到北京市新闻出版局处罚。但不排除未来快乐农夫因未取得网络出版服务许可证被要求关停相关业务或被处罚的风险。

而一旦发行人与快乐农夫的合作发生中断或终止，虽然发行人业务保持较高的增长速度，且发行人可以在较快时间内自行开展 H5 的运营，但依然会对发行人的经营产生一定影响。公司未来存在因合作伙伴被关停或处罚进而影响业绩增长的风险。

四、内控风险

公司的控股股东、实际控制人为陈瑞卿、何春虹。何春虹直接持有点众科技 38.31%的股份；陈瑞卿直接持有点众科技 6.34%的股份；陈瑞卿担任万卷书城的有限合伙人并持有万卷书城 36.13%的有限合伙份额，通过万卷书城间接持有点众科技 12.82%的股份。陈瑞卿与何春虹合计直接或间接持有点众科技 57.47%的股份。本次发行后，陈瑞卿和何春虹持有公司股份的比例降至 43.11%，仍为公司的实际控制人。

尽管本公司建立了较为完善的法人治理结构，通过《公司章程》对股东，特别是控股股东、实际控制人的行为进行了相关的约束，建立了关联交易回避表决制度、独立董事制度及其他相关制度，防止和杜绝控股股东、实际控制人作出不利于公司和其他股东利益的决策和行为。但是，控股股东、实际控制人仍可能通过股东大会和董事会对本公司实施控制和重大影响，有能力按照其意愿选举董事和高级管理人员、修改《公司章程》、确定股利分配政策等，对公司的重大经营决策以及业务、管理、人事安排等方面施加控制和影响，从而形成有利于实际控制人的决策，并有可能损害公司及其他股东的利益。

五、财务风险

（一）毛利率水平及业绩增速下滑的风险

报告期内，公司净利润分别为 6,565.56 万元、8,149.83 万元、11,924.95 万元和 13,459.22 万元，2018 年和 2019 年的净利润增速分别为 24.13%和 46.32%，实现了高水平的业绩增长，体现出公司作为新兴企业在业务扩张阶段的上升势头。公司报告期内的综合毛利率分别为 35.11%、26.64%、20.91%和 21.30%，2017 年至 2019 年呈现下降趋势，系公司为了巩固竞争优势、提升行业地位，加大了渠道推广力度和版权的采购力度所致。2020 年上半年的毛利率与 2019 年相比不存在显著差异，公司毛利率趋于稳定。

随着数字阅读行业逐渐成熟、市场格局逐步成型，各数字阅读企业对优质资源的竞争亦将加剧，渠道推广成本、版权采购成本等可能进一步攀升。公司以构建优质内容储备作为未来发展战略，势必加大版权投入，版权采购成本上升将导致毛利率下滑，进而影响公司的持续盈利能力。此外，考虑到互联网行业日渐提升的渠道推广成本，如公司未能实现更为精准化的投放、实现转化率及用户留存率的提升，则更高的渠道推广投入亦可能对业绩增速产生一定的不利影响。

（二）渠道推广成本上升的风险

随着我国互联网行业格局成型，流量红利效应减退，供需关系的新一轮博弈推动流量价格攀升，致使数字阅读服务提供商普遍面临更高的边际获客成本。在流量成本高企、行业竞争加剧的大趋势下，公司为实现更为广泛的用户群体渗透，将面临更高的渠道推广成本投入，可能对公司的整体盈利水平造成影响。

此外，随着流量的成本趋高，给公司对存量用户的价值挖掘带来更高挑战，对公司深耕精细化运营、进一步提高付费转化率、提升用户留存、拓展用户生命周期价值的能力提出更高要求。若对于存量用户的价值挖掘未能实现预期效果，公司业绩增长将更多由增量用户贡献，较高的渠道推广成本将为公司的营收规模及盈利能力带来一定的负面影响。

（三）版权采购成本上升的风险

近年来，公司和诸多版权机构及作者建立了长期合作关系，为公司自有书库阅读业务的发展提供了有力支持。但考虑到数字阅读市场竞争日趋激烈、版权价格整体上行的行业背景，为保障阅读内容的稳定持续供给，公司需储备更为丰富、优质的数字内容，以提升企业核心竞争力并进一步实现对产业链关键环节的全覆盖。

版权质量方面，优质版权具有生命周期长、增值空间广阔等特点，并有利于提升用户黏性，其亦成为数字阅读服务提供商争相持有的优质资产。因此，在市场供需关系中，优质版权持有方拥有较强的议价能力，致使优质数字版权的价格近年来整体呈现明显上升的趋势。

综上，随着公司加大对优质版权的采购力度，未来存在版权成本上升，进而对公司主营业务毛利水平和整体盈利能力产生不利影响的风险。

（四）所得税优惠到期风险

点众科技与中企瑞铭于 2015 年 11 月 24 日获得《高新技术企业证书》（证书编号：GR201511004080、GR201511001891），有效期三年；后于 2018 年 10 月 31 日取得新的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201811004285、GR201811004571），有效期三年。根据《财政部 国家税务总局关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税[2011]112 号），2010 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。因此，霍尔果斯瑞铭自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税。

根据财税[2019]13 号关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知，小型微利企业是指从事国家非限制和禁止行业，且同时符合年度应纳税所得额不超过 300 万元、从业人数不超过 300 人、资产总额不超过 5,000 万元等三个条件的企

业。对于满足上述条件的公司，适用“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。”因此，点众快看、每日趣阅、阅见未来、阅见天下和点点阅在2019年度和2020年1-6月按照上述规定享受企业所得税税收优惠，该税收优惠政策有效期至2021年12月31日。

随着公司前述税收优惠逐步到期，公司不再继续享受上述减免所得税优惠，将对公司的经营业绩产生负面影响。

六、法律风险

（一）监管政策调整及相关资质风险

根据我国相关法律、法规，数字阅读作为融合互联网与数字出版的新兴行业，由中共中央宣传部、国家新闻出版署（国家版权局）、工业和信息化部、文化和旅游部等共同监管。企业开展主营业务所涉及的主要资质如下：

业务资质	许可经营的业务类型
《出版物经营许可证》	图书、报纸、期刊、音像制品、电子出版物等出版物的批发、零售、网上销售
《网络出版服务许可证》	网络出版业务（含原创数字化作品）
《网络文化经营许可证》	提供经营性互联网文化产品及其服务的活动
《增值电信业务经营许可证》	增值电信业务
《电信与信息服务业务经营许可证》	经营性互联网信息服务业务
《电子出版物制作许可证》	电子出版物制作业务

目前公司已取得上述全部资质。

截至本招股说明书签署日，公司已取得行业主管部门出具的合规经营证明文件，在报告期内不存在因业务经营违法违规而受到主管部门处罚的情形；但考虑到国家对数字阅读行业的监管政策及措施亦将不断完善，不排除公司后续的数字阅读业务运营模式无法适应监管要求的可能性，情节严重时可能受到行业主管部门处罚，该等情形将对公司业务经营的稳定性及持续发展产生不利影响。

（二）版权相关法律诉讼风险

优质版权的数量以及版权的内容是企业吸引用户、提升用户黏性的核心要素。随着公司业务规模迅速扩张，点众快看阅读平台现已有数字版权逾 19 万册，企业在日常经营中亦在不断完善自身的版权采购及管理体系，与大量优质版权提供商建立了长期、良性的合作机制，同时参照《著作权法》等行业相关规定，严格把控版权内容的独立性、原创性、合规性，致力于构建健康的数字阅读行业环境。

但鉴于企业整体发展较快、版权储备迅速扩张，对于版权内容难以保证彻底杜绝任何盗版抄袭行为的存在，故无法完全规避公司所采购的版权涉及侵犯他人知识产权的风险，存在潜在诉讼及因此承担法律责任的可能性，对公司的持续经营及业绩产生不利影响。

七、发行失败风险

公司本次申请首次公开发行股票并在创业板上市，发行结果将受到公开发行时国内外宏观经济环境、证券市场整体情况、投资者对公司股票发行价格的认可程度及股价未来趋势判断等多种内、外部因素的影响，可能存在因认购不足导致的发行失败的风险。

第五节 发行人的基本情况

一、发行人的基本情况

公司中文名称	北京点众科技股份有限公司
公司英文名称	Dianzhong Technology Co., Ltd.
注册资本	4,104.1026 万元
法定代表人	陈瑞卿
有限公司成立日期	2011 年 9 月 15 日
整体变更为股份公司日期	2015 年 10 月 19 日
住所	北京市海淀区花园东路 11 号泰兴大厦西配楼 3 层 302 室（东升地区）
邮政编码	100083
联系电话	010-82318695
传真	010-82318695
互联网网址	http://www.dianzhong.com/
电子信箱	IR@dianzhong.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，李湘，联系电话：010-82318695

二、发行人设立情况

（一）发行人设立情况

发行人前身点众有限成立于 2011 年 9 月 15 日，由自然人何春虹出资设立，注册资本 100 万元。根据北京银行航天支行的“北京银行进账单”及“交存入资资金报告单”，2011 年 9 月 6 日，何春虹将 100.00 万元交存公司入资专户账户。2011 年 9 月 15 日，点众有限取得北京市工商行政管理局海淀分局核发的注册号为 110108014244246 号的《企业法人营业执照》，点众有限由此设立。

点众有限设立时注册地位于中关村国家自主创新示范区范围之内，根据北京市人民代表大会常务委员会 2010 年 12 月 23 日发布的《中关村国家自主创新示范区条例》（北京市人民代表大会常务委员会公告第 12 号）第十三条的规定“在

示范区设立企业，以货币作为初次出资或者增资的，可以银行出具的企业交存入资资金凭证或者以依法设立的验资机构出具的验资证明作为验资凭证”；且根据北京市人民政府 2011 年 6 月 24 日发布的《中关村国家自主创新示范区企业登记办法》（北京市人民政府令第 234 号）第十二条亦规定“在示范区内设立内资企业或者内资企业增加注册资本，投资人以货币出资的，可以以商业银行出具的《交存入资资金凭证》作为验资证明”。

保荐机构及发行人律师认为，点众有限设立时未经依法设立的验资机构验资并出具证明，虽不符合当时有效的《公司法》的相关规定，但符合北京市当时有效的规范性文件的规定，其股东出资真实、合法、有效。

2015 年 8 月 28 日，点众有限召开 2015 年第三次临时股东会同意何春虹、万卷书城、胡志华共同作为发起人依法整体变更设立股份公司，点众有限的债权债务全部由变更设立后的股份公司承担。依据中审亚太会计师事务所（以下简称“中审亚太”）以 2015 年 7 月 31 日为审计基准日审计的点众有限净资产 11,269,359.68 元进行折股（折股比例为 2.25387194:1），确定股份公司的股本为 5,000,000 股，每股面值为 1 元；超过股本总额部分的净资产计入股份公司资本公积。2015 年 8 月 28 日，中瑞国际资产评估（北京）有限公司（现更名为中瑞世联资产评估集团有限公司）出具“中瑞评报字[2015]100007342 号”《评估报告》，确认截至评估基准日 2015 年 7 月 31 日，点众有限的净资产评估值为 1,317.50 万元。

2015 年 9 月 11 日，中审亚太出具“中审亚太验字（2015）第 011005-2 号”《验资报告》，验证截至 2015 年 8 月 28 日，公司已收到全体发起人股东以其所拥有的截至 2015 年 7 月 31 日点众有限经审计的净资产出资。

2015 年 9 月 23 日，点众科技（筹）召开创立大会。2015 年 10 月 19 日，点众科技在北京市工商行政管理局海淀分局办理完成注册登记手续并领取了新的《营业执照》（统一社会信用代码：911101085825384165）。

点众科技设立时的股东及股本结构如下：

股东名称	持有股份数（万股）	出资形式	持股比例（%）

何春虹	260.00	净资产折股	52.00
万卷书城	200.00	净资产折股	40.00
胡志华	40.00	净资产折股	8.00
合计	**500.00**	-	**100.00**

（二）报告期内的股本和股东变化情况

1、2017 年 1 月，股权转让

2017 年 1 月 16 日，公司股东何春虹与陈瑞卿签订《股权转让协议书》，协商一致由何春虹将其持有的点众科技 246.4 万股（占公司总股本 8%），以 246.4 万元人民币的价格转让与陈瑞卿，该次股权转让的价格为 1 元/股。因为转让双方为夫妻关系，所以本次转让不涉及个人所得税。

本次股权转让完成后，点众科技的股东及股本结构如下：

股东名称	持股股份数（万元）	出资形式	持股比例（%）
何春虹	1,209.60	货币	39.27
万卷书城	1,120.00	货币	36.36
陈瑞卿	246.40	货币	8.00
胡志华	224.00	货币	7.27
伯乐锐金	186.65	货币	6.06
万汇金荣	93.35	货币	3.03
合计	**3,080.00**	-	**100.00**

2、2017 年 2 月，股权转让

2017 年 2 月 8 日，公司股东陈瑞卿与北京伯乐弘信股权投资基金管理中心（有限合伙）（以下简称“伯乐弘信”）签订《股份转让协议》，约定陈瑞卿将其持有的点众科技 46.2 万股（占公司总股本 1.5%），以 1,800 万元人民币的价格转让与伯乐弘信。就本次股权转让陈瑞卿于 2017 年 12 月 5 日缴纳了 349.84 万元个人所得税。

本次股权转让完成后，点众科技的股东及股本结构如下：

股东名称	持有股份数（万股）	出资形式	持股比例（%）
何春虹	1,209.60	货币	39.27

万卷书城	1,120.00	货币	36.36
胡志华	224.00	货币	7.27
陈瑞卿	200.20	货币	6.50
伯乐锐金	186.65	货币	6.06
万汇金荣	93.35	货币	3.03
伯乐弘信	46.20	货币	1.50
合计	**3,080.00**	-	**100.00**

3、2017 年 7 月，股权转让

2017 年 7 月 28 日，胡志华与万汇柏乾签署《股份转让协议》，约定胡志华将其持有的点众科技 0.83%的股份（对应股份数为 256,673 股），以 38.96 元/股的价格转让给万汇柏乾。就本次股权转让胡志华于 2017 年 9 月 27 日交纳了 194.77 万元个人所得税。

2017 年 7 月 28 日，伯乐锐金与万汇柏乾签署《股份转让协议书》，约定伯乐锐金将其持有的点众科技 1.25%的股份（对应股份数为 385,010 股），以 38.96 元/股的价格转让给万汇柏乾。

本次转让后，公司的股东及股本结构如下：

股东名称	持有股份数（万股）	出资形式	持股比例（%）
何春虹	1,209.60	货币	39.27
万卷书城	1,120.00	货币	36.36
陈瑞卿	200.20	货币	6.50
胡志华	198.33	货币	6.44
伯乐锐金	148.15	货币	4.81
万汇金荣	93.35	货币	3.03
万汇柏乾	64.17	货币	2.08
伯乐弘信	46.20	货币	1.50
合计	**3,080.00**	-	**100.00**

4、2017 年 8 月，增资

2017 年 8 月 21 日，点众科技召开 2017 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于增加公司注册资本的议案》、《关于修改<北京点众科技股份有限公司章程>的议案》等议案，同意三和源投资以货币方式出资 1,000 万元，其中 25.6673 万元计入注册资本，974.3327 万元计入资本公积；中泰纵横以货币方式出资 2,000

万元，其中 51.3347 万元计入注册资本，1,948.6653 万元计入资本公积。点众科技注册资本由 3,080 万元增至 3,157.0020 万元，并同意修改公司章程。

2017 年 9 月 4 日，三和源投资与点众科技签署《定向发行股份之认购协议》，约定三和源投资以 38.96 元/股的价格现金认购点众科技 25.6673 万股股份。

2017 年 9 月 15 日，中泰纵横与点众科技签署《定向发行股份之认购协议》，约定中泰纵横以 38.96 元/股的价格现金认购点众科技 51.3347 万股股份。

2017 年 9 月 28 日，大华会计师出具“大华验字[2017]000731 号”《验资报告》，验证截至 2017 年 9 月 19 日，发行人已收到新股东缴纳的出资款 30,000,000.00 元，均为货币出资，其中新增注册资本人民币 770,020.00 元，余额计入资本公积。本次增资完成后，点众科技的股东及股本结构如下：

股东名称	持有股份数（万股）	出资形式	持股比例（%）
何春虹	1,209.60	货币	38.31
万卷书城	1,120.00	货币	35.48
陈瑞卿	200.20	货币	6.34
胡志华	198.33	货币	6.28
伯乐锐金	148.15	货币	4.69
万汇金荣	93.35	货币	2.96
万汇柏乾	64.17	货币	2.03
伯乐弘信	46.20	货币	1.46
中泰纵横	51.33	货币	1.63
三和源投资	25.67	货币	0.81
合计	**3,157.00**	-	**100.00**

5、2017 年 11 月，增资

2017 年 10 月 20 日，点众科技召开 2017 年第四次临时股东大会会议以 2017 年 9 月 30 日的总股本 31,570,020 股为基数，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 3 股，共计转增 9,471,006 股，转增后公司总股本将增加至 41,041,026 股，并相应修改公司章程。2017 年 11 月 13 日，何春虹、陈瑞卿、胡志华分别就前述资本公积转增股本缴纳 72.58 万元、12.01 万元、11.90 万元个人所得税。

本次转增股本的资本公积总金额是 9,471,006.00 元，每 1.00 元资本公积转增 1 股。

2017 年 10 月 24 日，大华会计师出具“大华验字[2017]000964 号”《验资报告》，验证截至 2017 年 10 月 20 日，发行人已将资本公积 9,471,600.00 元转增股本。

本次资本公积转增股本后公司的股权结构如下：

股东名称	持有股份数（万股）	持股比例（%）
何春虹	1,572.48	38.31
万卷书城	1,456.00	35.48
陈瑞卿	260.26	6.34
胡志华	257.83	6.28
伯乐锐金	192.59	4.69
万汇金荣	121.36	2.96
伯乐弘信	60.06	1.46
三和源投资	33.37	0.81
万汇柏乾	83.42	2.03
中泰纵横	66.74	1.63
合计	**4,104.10**	**100.00**

自本次变更后，截至招股说明书签署日，公司股权结构未发生变动。

（三）外部机构股东历次增资或受让发行人股份的目的、定价依据、定价合理性、价格存在差异的原因及合理性

根据发行人的工商登记档案，发行人在股转系统挂牌期间的公告及历次增资、转让的相关协议伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横、万汇金荣、万汇伯乾、三和源投资历次增资或受让发行人股份的情况如下：

序号	时间	事项	价格（元/股）	定价依据
1	2016.07	伯乐锐金、万汇金荣认购发行人定向发行股票	30.00	参考 2015 年 1,000 万左右的净利润及同行业非上市公司平均市盈率（15 倍）确定估值
2	2016.10	发行人以资本公积及未分配利润转增股本	1.00	全体股东同比例增资
3	2017.01	陈瑞卿将其所持发行人 46.2 万股股份转让给伯乐弘信	38.96	参考 2016 年 3,000 万左右的净利润，加之考虑到发行人的业务的增长态势及 A 股上市计划，与投资人协商确定

				12 亿估值
4	2017.07	胡志华将其所持部分发行人股份转让给万汇柏乾；伯乐锐金将其所持部分发行人股份转让给万汇柏乾	38.96	参考前次转让价格定价
5	2017.09	中泰纵横、三和源投资认购发行人定向发行股票	38.96	参考前次转让价格定价
6	2017.11	发行人以资本公积转增股本	1.00	全体股东同比例增资

经访谈伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横、万汇金荣、万汇伯乾、三和源投资，前述第 1、3、4、5 项增资系因发行人引入外部专业投资机构投资者完善公司治理，同时认购方或受让方看好发行人发展前景认购或受让发行人的股份；第 2、6 项增资系因发行人权益分派，全体股东同比例参与增资。

经核查，除发行人权益分配，全体股东按照 1 元/股的价格同比例增资外，2017 年历次增资及转让的价格一致，不存在差异，2016 年 7 月份增资价格与 2017 年增资及转让的价格存在差异，系因公司正式启动 A 股上市计划，且 2016 年度发行人业绩增长，净利润提高导致相应估值提高，价格差异的原因合理。

综上，保荐机构及发行人律师认为，伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横、万汇金荣、万汇伯乾、三和源投资历次增资或受让发行人股份的目的、定价合理，价格存在差异的原因合理。

三、发行人设立以来的重大资产重组情况

自 2011 年点众有限成立至本招股说明书签署日，为了优化公司治理结构、增强持续发展能力、消除同业竞争及关联交易，公司于 2015 年 6 月收购了中企瑞铭 100%的股权。本次收购前，发行人实际控制人何春虹持有中企瑞铭 70%股权，发行人实际控制人陈瑞卿之妹陈秋菊持有中企瑞铭 30%股权，鉴于陈瑞卿、何春虹为发行人控股股东及实际控制人，本次收购属于同一控制下的股权收购。

1、中企瑞铭被收购前的基本情况

中企瑞铭设立时的注册资本为 100.00 万元，其中陈秋菊以货币出资 30.00 万元，何春虹以货币出资 70.00 万元。根据中国邮政储蓄银行北京分行的“交存入资资金凭证”，2011 年 10 月 25 日，何春虹、陈秋菊按各自出资比例将共计

100.00 万元注册资金交存公司入资专用账户。

2011 年 10 月 27 日，北京市工商行政管理局海淀分局向中企瑞铭核发了《企业法人营业执照》（注册号：110108014355967）。

中企瑞铭设立时的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	出资形式	出资比例（%）
何春虹	70.00	货币	70.00
陈秋菊	30.00	货币	30.00
合计	**100.00**	-	**100.00**

中企瑞铭在被收购前的经营范围为：技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动。）中企瑞铭被收购前主要从事版权业务，通过与作者进行签约，购买其作品版权后，授权咪咕数媒等有资质的内容运营商进行使用，中企瑞铭获取版权收入。

2、发行人收购中企瑞铭所履行的程序

2015 年 6 月 8 日，何春虹、陈秋菊分别与点众有限签订《出资转让协议》，约定何春虹和陈秋菊将其持有中企瑞铭 100%的股权（对应出资额 100.00 万元）按照原始出资价格平价转让给点众有限。中企瑞铭股东会作出决议，同意上述股权转让并修改公司章程。点众有限于 2015 年 6 月 18 日分别向何春虹、陈秋菊支付股权受让款项 70.00 万元、30.00 万元。2015 年 7 月 3 日，上述股权转让工商变更登记办理完毕。

完成此次收购后，中企瑞铭的股权结构如下：

股东名称	出资金额（万元）	出资形式	出资比例（%）
点众有限	100.00	货币	100.00
合计	**100.00**	-	**100.00**

上述收购不构成重大资产重组，报告期内发行人不存在重大资产重组情况。

四、发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌及摘牌的情况

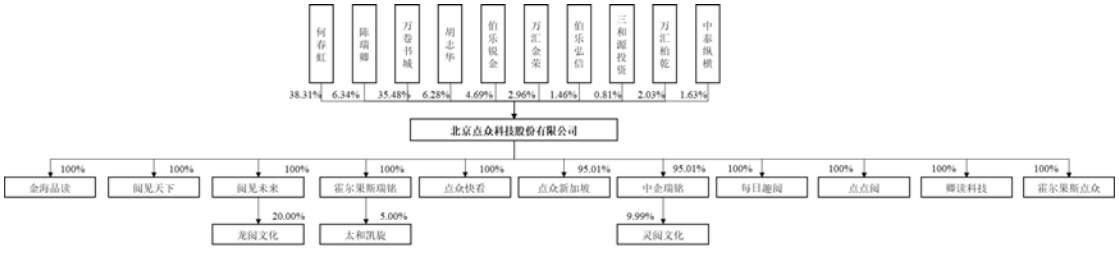
2015 年 10 月 9 日，公司召开 2015 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于申请公司股票进入全国中小企业股份转让系统挂牌并公开转让的议案》等相关议案。2016 年 2 月 16 日，股转公司向公司核发了“股转系统函[2016]1208 号”《关于同意北京点众科技股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》，同意发行人股票在全国中小企业股份转让系统挂牌。2016 年 3 月 14 日，发行人股票在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让，证券简称“点众科技”，证券代码“836285”，转让方式为协议转让。

2017 年 2 月 28 日，公司召开 2017 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》、《关于提请股东大会授权董事会全权办理申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌相关事宜的议案》。2017 年 4 月 7 日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具了“股转系统公告[2017]77 号”《关于同意北京点众科技股份有限公司股票终止挂牌的公告》，公司股票自 2017 年 4 月 11 日起终止在全国中小企业股份转让系统挂牌。

发行人股票在全国中小企业股份转让系统挂牌及终止挂牌的程序合法合规；挂牌期间，发行人的股权交易、董事会和股东大会决策均合法合规；发行人股票在全国中小企业股份转让系统挂牌、终止挂牌及挂牌期间的信息披露不存在重大违法违规情况，且不存在受处罚的情形。本次申报文件中的财务报告与新三板挂牌期间信息披露的定期报告由于报告期间不存在重合，因此不存在差异情况。

五、发行人股权结构图

截至本招股说明书签署日，发行人的股权结构如下：



公司股东中，万卷书城为发行人的持股平台。伯乐锐金、万汇金荣、伯乐弘信、三和源投资、万汇柏乾及中泰纵横为投资机构，其股东与公司实际控制人及其关联方不存在关联关系，且不属于为规避 200 人而设立的公司，股东人数分别算作 1 人。经计算，公司股东数量未超过 200 人。

六、发行人的控股及参股子公司的情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 1 家控股子公司中企瑞铭，10 家全资子公司，分别为点众快看、霍尔果斯瑞铭、每日趣阅、阅见未来、阅见天下、点点阅、点众新加坡、金海品读、卿读科技、**霍尔果斯点众**，1 家已经注销的全资子公司多点信息，并参股太和凯旋、灵阅文化和龙阅文化 3 家公司。

（一）全资及控股子公司

1、中企瑞铭

中企瑞铭的基本情况如下：

公司名称：	中企瑞铭科技（北京）有限公司
公司类型：	其他有限责任公司
注册地和主要生产经营地：	北京市海淀区花园东路 11 号泰兴大厦西配楼 3 层 316 室（东升地区）
法定代表人：	胡志华
注册资本：	1,052.5208 万元人民币
实收资本：	1,052.5208 万元人民币
统一社会信用代码：	91110108584413211G
经营范围：	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；版权转让代理服务；电脑动画设计；影视策划；文化咨询；文艺创作；从事互联网文化活动；互联网信息服务；出版物零售；经营电信业务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动、互联网信息服务、出版物零售、经营电信业务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主营业务与点众科技的关系	专注于发行人原创网络文学出版及版权运营业务
成立日期：	2011 年 10 月 27 日

营业期限：	2011 年 10 月 27 日至 2031 年 10 月 26 日

中企瑞铭系点众科技控股子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	1,000.0000	95.01%	货币
2	北京联合出版有限责任公司	52.5208	4.99%	货币
合 计		**1,052.5208**	**100.00%**	

中企瑞铭最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年
总资产	6,184.79	4,309.07
净资产	2,138.36	1,720.72
净利润	333.61	585.73

2、点众快看

点众快看的基本情况如下：

公司名称：	北京点众快看科技有限公司
公司类型：	有限责任公司（法人独资）
注册地和主要生产经营地：	北京市海淀区花园东路 11 号泰兴大厦西配楼 3 层 318 室（东升地区）
法定代表人：	胡志华
注册资本：	100 万元
实收资本：	100 万元
统一社会信用代码：	91110108MA00H3HX6L
经营范围：	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；版权转让、版权代理；影视策划；摄影扩印服务；文化咨询；体育咨询；文艺创作；电脑动画设计；演出经纪；电影发行；从事互联网文化活动；出版物零售；互联网信息服务；广播电视节目制作；电影摄制；电影放映。（企业依法自主选择经营项目,开展经营活动；演出经纪、电影发行、从事互联网文化活动、出版物零售、互联网信息服务、广播电视节目制作、电影摄制、电影放映以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主营业务与点众科技的关系	报告期内曾负责发行人运营支撑服务并进行新业务探索

成立日期：	2017 年 8 月 14 日
营业期限：	2017 年 8 月 14 日至长期

点众快看系点众科技全资子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	100.00	100.00%	货币
合 计		**100.00**	**100.00%**	

点众快看最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年
总资产	1,472.58	1,727.78
净资产	314.48	66.27
净利润	248.21	69.76

3、霍尔果斯瑞铭

霍尔果斯瑞铭的基本情况如下：

公司名称：	霍尔果斯瑞铭信息科技有限公司
公司类型：	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
注册地和主要生产经营地：	新疆伊犁州霍尔果斯市亚欧北路 23 号唐宫大酒店五楼 501、502 室
法定代表人：	胡志华
注册资本：	100 万元
实收资本：	100 万元
统一社会信用代码：	91654004MA7783LA35
经营范围：	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；版权转让代理服务；影视策划；摄影服务；舞台灯光音响设计；演出经纪；文化咨询；体育咨询；文艺创作；电脑动画设计；出版物零售；互联网信息服务；从事互联网文化活动。
主营业务与点众科技的关系	负责发行人的渠道推广
成立日期：	2016 年 12 月 27 日
营业期限：	2016 年 12 月 27 日至长期

霍尔果斯瑞铭系点众科技全资子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	100.00	100.00%	货币
合 计		**100.00**	**100.00%**	

霍尔果斯瑞铭最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年
总资产	19,141.02	10,423.92
净资产	16,866.21	8,290.36
净利润	8,575.86	4,065.83

4、每日趣阅

每日趣阅的基本情况如下：

公司名称：	天津每日趣阅网络技术有限公司
公司类型：	有限责任公司（法人独资）
注册地和主要生产经营地：	天津市武清区京津科技谷产业园和园道 89 号 29 栋 701 室-68（集中办公区）
法定代表人：	胡波
注册资本：	500 万元
实收资本：	500 万元
统一社会信用代码：	91120222MA06DMMH2N
经营范围：	**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；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业形象策划；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；广告设计、代理；会议及展览服务；版权代理；社会经济咨询服务；文艺创作；文化娱乐经纪人服务；摄影扩印服务；摄像及视频制作服务；专业设计服务；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）。许可项目：广播电视节目制作经营；互联网信息服务；网络文化经营；音像制品制作。（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）。**
主营业务与点众科技的关系	主要负责发行人免费小说互联网广告业务
成立日期：	2018 年 7 月 16 日
营业期限：	2018 年 7 月 16 日至长期

每日趣阅系点众科技全资子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	500.00	100.00%	货币
合 计		**500.00**	**100.00%**	

每日趣阅最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年
总资产	2,267.00	3,488.96
净资产	1,013.91	630.59
净利润	383.32	186.36

5、阅见未来

阅见未来的基本情况如下：

公司名称：	北京阅见未来网络科技有限公司
公司类型：	有限责任公司(法人独资)
注册地和主要生产经营地：	北京市海淀区温泉镇温泉路 84 号临 10 号 1251
法定代表人：	胡志华
注册资本：	200 万元
实收资本：	200 万元
统一社会信用代码：	91110108MA01KWAB87
经营范围：	技术开发、技术咨询、技术转让、技术推广、技术服务；软件开发；软件咨询；摄影扩印服务；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；企业管理；电脑动画设计；商标代理；版权贸易；影视策划；文化咨询；体育咨询；文艺创作；零售出版物；互联网信息服务；从事互联网文化活动；演出经纪。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；零售出版物、互联网信息服务、从事互联网文化活动、演出经纪以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主营业务与点众科技的关系	**作为发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体**
成立日期：	2019 年 6 月 19 日
营业期限：	2019 年 6 月 19 日至 2049 年 6 月 18 日

阅见未来系点众科技全资子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式

1	点众科技	200.00	100.00%	货币
合 计		**200.00**	**100.00%**	

阅见未来最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年
总资产	174.21	170.05
净资产	166.01	163.58
净利润	2.44	-36.42

6、阅见天下

阅见天下的基本情况如下：

公司名称：	北京阅见天下科技有限公司
公司类型：	有限责任公司（法人独资）
注册地和主要生产经营地：	北京市海淀区六里屯回迁安置房五区底商 5-2-84
法定代表人：	胡志华
注册资本：	200 万元
实收资本：	200 万元
统一社会信用代码：	91110108MA01LHJG09
经营范围：	技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广、技术服务；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件服务；软件开发；软件咨询；文艺创作；市场调查；企业管理咨询；电脑动画设计；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；版权代理；版权转让；影视策划；从事互联网文化活动；互联网信息服务；经营电信业务；零售出版物。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动、互联网信息服务、经营电信业务、零售出版物以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主营业务与点众科技的关系	**作为发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体**
成立日期：	2019 年 7 月 19 日
营业期限：	2019 年 7 月 19 日至长期

阅见天下系点众科技全资子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	200.00	100.00%	货币

合　计	**200.00**	**100.00%**	

阅见天下最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年
总资产	1,452.20	365.70
净资产	193.44	167.10
净利润	26.34	-32.90

7、点点阅

点点阅的基本情况如下：

公司名称：	北京点点阅信息技术有限公司
公司类型：	有限责任公司（法人独资）
注册地和主要生产经营地：	北京市海淀区六里屯回迁安置房五区底商 5-2-25
法定代表人：	胡志华
注册资本：	200 万元
实收资本：	200 万元
统一社会信用代码：	91110108MA01LKHJ04
经营范围：	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；软件开发；软件咨询；文艺创作；应用软件服务；计算机系统服务；市场调查；企业管理咨询；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；基础软件服务；电脑动画设计；从事互联网文化活动。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主营业务与点众科技的关系	**作为发行人部分数字阅读产品在应用商店的上传主体**
成立日期：	2019 年 7 月 23 日
营业期限：	2019 年 7 月 23 日至长期

阅见未来系点众科技全资子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	200.00	100.00%	货币
合　计		**200.00**	**100.00%**	

点点阅最近一年及一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年
总资产	168.85	190.80
净资产	162.58	185.03
净利润	-22.45	-14.97

8、点众新加坡

点众新加坡的基本情况如下：

中文名称：	点众科技新加坡有限公司
英文名称：	DIANZHONG TECHNOLOGY SINGAPORE PTE. LTD.
企业类型：	股份有限公司
注册地址及主要生产经营地：	2 VENTURE DRIVE #11-31 VISION EXCHANGE SINGAPORE 608526
董事：	胡志华、李湘、LIAN HAN PENG
股本：	2,000,000 美元
标准实体识别码：	201932134Z
主营业务与点众科技的关系	负责承接发行人海外数字阅读业务
注册日期：	2019 年 9 月 25 日

点众新加坡系点众科技全资子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（美元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	2,000,000.00	100.00%	货币
合 计		**2,000,000.00**	**100.00%**	-

点众新加坡最近一期经审计的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月
总资产	1,485.57
净资产	1,086.17
净利润	-327.54

9、金海品读

金海品读的基本情况如下：

公司名称：	北京金海品读科技有限公司
公司类型：	有限责任公司（法人独资）
注册地和主要生产经营地：	北京市平谷区金海湖镇韩庄南大街 111 号-2037(集群注册)
法定代表人：	胡志华
注册资本：	100 万元
实收资本：	**100 万元**
统一社会信用代码：	91110117MA01WE5889
经营范围：	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划；企业设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；版权代理；影视策划；摄影扩印服务；舞台灯光音响设计；文化咨询；体育咨询；文化创作；电脑动画设计；零售出版物；互联网信息服务；演出经纪；从事互联网文化活动；经营电信业务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；零售出版物、互联网信息服务、演出经纪、从事互联网文化活动、经营电信业务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主营业务与点众科技的关系	尚未开展业务
成立日期：	2020 年 10 月 13 日
营业期限：	2020 年 10 月 13 日至长期

金海品读系点众科技全资子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	100.00	100.00%	货币
合 计		**100.00**	**100.00%**	-

10、卿读科技

卿读科技的基本情况如下：

公司名称：	北京卿读科技有限公司
公司类型：	有限责任公司（法人独资）
注册地和主要生产经营地：	北京市平谷区金海湖镇韩庄南大街 111 号-2306(集群注册)
法定代表人：	胡志华
注册资本：	100 万元
实收资本：	**100 万元**
统一社会信用代码：	91110117MA01WE561H

经营范围：	技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调查；企业管理咨询；企业策划；企业设计；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；影视策划；摄影扩印服务；舞台灯光音响设计；文化咨询；体育咨询；文艺创作；电脑动画设计；零售出版物；互联网信息服务；演出经纪；从事互联网文化活动；经营电信业务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；零售出版物、互联网信息服务、演出经纪、从事互联网文化活动、经营电信业务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主营业务与点众科技的关系	尚未开展业务
成立日期：	2020 年 10 月 13 日
营业期限：	2020 年 10 月 13 日至长期

卿读科技系点众科技全资子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	100.00	100.00%	货币
合 计		**100.00**	**100.00%**	-

11、霍尔果斯点众

霍尔果斯点众的基本情况如下：

公司名称：	**霍尔果斯点众科技有限公司**
公司类型：	**有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）**
注册地和主要生产经营地：	**新疆伊犁哈萨克自治州霍尔果斯市亚欧北路 23 号唐宫大酒店五楼 501、502 室**
法定代表人：	**焦海风**
注册资本：	**100 万元**
实收资本：	**100 万元**
统一社会信用代码：	**91654004MA79036P9W**
经营范围：	**技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；市场调查（不含涉外调查）；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；企业形象策划；广告设计、代理；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；会议及展览服务；版权代理；知识产权服务；摄影扩印服务；摄像及视频制作服务；信息技术咨询服务；数字文化创意软件开发；数字文化创意内容应用服务；专业设计服务；文艺创作；体育赛事策划；出版物零售；出版物互联网销售；互联网信息服务；演出经纪；其他文化艺术经纪代理；广播电视节目制作经营；电视剧发行；图文设计制作；电影摄制服务；电影发行；电影放映（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）**

主营业务与点众科技的关系	**尚未开展业务**
成立日期：	**2020 年 11 月 17 日**
营业期限：	**2020 年 11 月 17 日至长期**

卿读科技系点众科技全资子公司，股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	100.00	100.00%	货币
合 计		100.00	100.00%	-

（二）参股公司

截至本招股说明书签署日，发行人参股的 3 家企业基本情况如下：

序号	企业名称	注册资本（万元）	出资金额（万元）	参股比例	入股时间	控股方	主营业务
1	太和凯旋	105.26	5.26	5.00%	2017 年 9 月	黄志国	版权运营
2	灵阅文化	111.10	11.10	9.99%	2017 年 12 月	卢虹松	版权运营
3	龙阅文化	125.00	25.00	20.00%	2020 年 9 月	王丰	版权运营

1、太和凯旋

公司名称：	北京太和凯旋信息技术有限公司
公司类型：	有限责任公司（自然人投资或控股）
公司住址：	北京市朝阳区慧忠里 103 楼 14 层 B 座 1402
法定代表人：	黄志国
注册资本：	105.26 万元
注册号：	91110105682894776M
经营范围：	技术推广服务；经济贸易咨询；企业管理咨询；投资咨询；设计、制作、代理、发布广告；销售电子产品；从事互联网文化活动。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
主营业务与点众科技的关系	点众科技向其采购版权
成立日期：	2008 年 11 月 12 日
营业期限：	2008 年 11 月 12 日至 2028 年 11 月 11 日

太和凯旋的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
1	黄志国	80.00	76.00%
2	宣伟	10.00	9.50%
3	李智弟	10.00	9.50%
4	霍尔果斯瑞铭	5.26	5.00%
合计		**105.26**	**100.00%**

太和凯旋最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年度
总资产	3,321.12	4,721.89
净资产	455.22	716.92
净利润	-251.13	11.43

注：太和凯旋以上财务数据未经申报会计师审计。

2、灵阅文化

公司名称：	四川灵阅文化传播有限公司
公司类型：	有限责任公司（自然人投资或控股）
公司住址：	中国（四川）自由贸易试验区成都市高新区天府大道北段 1700 号 4 栋 1 单元 8 层 803 号
法定代表人：	卢虹松
注册资本：	111.10 万元
注册号：	91510100MA6CN9KL8A
经营范围：	组织策划文化体育交流活动；文艺创作；软件技术开发、技术咨询、技术推广、技术服务、技术转让；市场调研；企业管理咨询；企业营销策划；设计、制作、代理、发布广告（不含气球广告）；会议服务；版权代理服务；影视创作；摄影扩印服务；舞台设计；电脑动画设计；零售电子出版物（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）；互联网信息技术服务；演员经纪人服务；广播电视节目制作（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）；电影制片（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）；电影发行（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）；电影放映（未取得相关行政许可（审批），不得开展经营活动）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营）
主营业务与点众科技的关系	点众科技向其采购版权
成立日期：	2017 年 04 月 13 日

营业期限：	2017 年 04 月 13 日至 3999 年 01 月 01 日

灵阅文化的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
1	卢虹松	99.00	89.11%
2	王为为	1.00	0.90%
3	中企瑞铭	11.10	9.99%
合计		**111.10**	**100.00%**

灵阅文化最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年度
总资产	188.37	187.41
净资产	1.24	2.31
净利润	-0.04	18.74

注：灵阅文化以上财务数据未经申报会计师审计。

3、龙阅文化

公司名称：	杭州龙阅文化传播有限公司
公司类型：	有限责任公司（自然人投资或控股）
公司住址：	浙江省杭州市滨江区长河街道江虹路 735 号 3 幢 B 楼三层 301 室
法定代表人：	王丰
注册资本：	125.00 万元
注册号：	91330108MA2HX5245U
经营范围：	许可项目：第二类增值电信业务；互联网信息服务；网络文化经营；第一类增值电信业务；出版物互联网销售；信息网络传播视听节目(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)。一般项目：组织文化艺术交流活动；图文设计制作；企业形象策划；市场营销策划；文艺创作；网络技术服务；网络与信息安全软件开发；软件开发；信息技术咨询服务；数字文化创意内容应用服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；广告设计、代理；广告制作；互联网销售（除销售需要许可的商品）(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)；**版权代理；知识产权服务(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)。**
主营业务与点众科技的关系	点众科技向其采购版权
成立日期：	2020 年 04 月 30 日

营业期限：	2020 年 04 月 30 日至长期

龙阅文化的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例
1	王丰	100.00	80.00%
2	阅见未来	25.00	20.00%
合计		**125.00**	**100.00%**

（三）报告期转让、注销子公司的情形

1、注销子公司

发行人全资子公司多点信息 2019 年 2 月设立，尚未开展业务，因发行人原拟使用多点信息开展业务的计划变动，于 2019 年 11 月注销。多点信息的基本情况如下：

公司名称：	图木舒克多点信息科技有限公司
公司类型：	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
注册地和主要生产经营地：	新疆喀什地区喀什经济开发区兵团分区总部大厦 B 座 1035 室
法定代表人：	胡志华
注册资本：	100 万元
实收资本：	100 万元
统一社会信用代码：	91659003MA788KMH4T
经营范围：	网络技术开发、转让、咨询服务、市场调查；企业管理咨询，企业形象策划；会议服务，版权代理服务，影视策划，摄影扩印服务，舞台灯光、音响设计；体育信息咨询；文艺创作，电脑动画设计，设计、制作、代理、发布各类广告，互联网信息服务，文化娱乐经纪人服务，影视节目制作、发行；从事互联网文化活动。（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）
主营业务与点众科技的关系	尚未开展业务
成立日期：	2019 年 2 月 13 日
营业期限：	2019 年 2 月 13 日至长期

注销前，多点信息股权结构如下：

编号	股东	出资金额（万元）	出资比例	出资方式
1	点众科技	100.00	100.00%	货币
合 计		**100.00**	**100.00%**	

在存续过程中，2019 年 5 月 8 日，国家税务总局喀什经济开发区税务局出具“喀经开税简罚[2019]8459 号”《税务行政处罚决定书（简易）》，因多点信息未按规定期限办理纳税申报，喀什经济开发区税务局适用简易程序，对其处以 200 元罚款，多点信息已及时足额缴纳罚款。前述处罚金额较小、情节较轻，不属于重大违法违规情形，不构成发行人本次股票发行并上市的实质性法律障碍。除前述情况外，多点信息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。

2、转让参股子公司

2019 年 7 月，因湖北平行时空文化传播有限公司拟变更主营业务，不再从事版权运营相关业务，中企瑞铭将其持有的湖北平行时空文化传播有限公司 35%的股权以原始出资成本 105 万元价格转让给湖北平行时空文化传播有限公司的控股股东胡守帅。平行时空基本情况如下：

公司名称：	湖北平行时空文化传播有限公司
公司类型：	有限责任公司（自然人独资）
公司住址：	松滋市新江口镇玉岭南路（中央天城商业 2 号楼二层 K219 号）
法定代表人：	胡守帅
注册资本：	300 万
注册号：	91421087MA494L7J14
经营范围：	文化艺术交流策划服务；版权服务；广告设计、制作、发布；会务会展服务（以上项目不含餐饮、住宿、演出经纪及表演团体设立）；展览展示服务；企业形象策划服务；翻译服务；摄影服务；庆典礼仪服务；美术设计、图文设计制作；计算机领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；计算机网络工程施工；国家非限制及非禁止类电子设备、舞台设备的租赁、销售；办公设备、计算机、软件及辅助设备、通讯设备（不含无线发射装置、卫星地面接收设施）、电子元器件、机械设备的销售；教育信息咨询服务***（涉及许可经营项目，应取得相关部门许可后方可经营）
主营业务与点众科技的关系	点众科技向其采购版权
成立日期：	2018 年 6 月 21 日

营业期限：	2018 年 6 月 21 日至长期

股权转让前，平行时空的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例
1	胡守帅	165.00	55.00%
2	中企瑞铭	105.00	35.00%
3	邹画杨	30.00	10.00%
合计		**300.00**	**100.00%**

股权转让前，平行时空最后一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2018.12.31/2018 年
总资产	113.62
净资产	103.00
净利润	-21.50

注：平行时空上述数据未经审计。

股权转让后，平行时空的股权结构如下所示：

序号	股东名称	出资金额（万元）	出资比例
1	胡守帅	300.00	100.00%
合计		**300.00**	**100.00%**

股权转让后，平行时空不存在与发行人继续交易的情形。

除前述情形外，报告期内发行人不存在其他转让、注销子公司的情形。

七、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况

（一）持有发行人 5%以上股份主要股东的基本情况

1、陈瑞卿

姓名	陈瑞卿

性别	男
国籍	中国
身份证号	51302119720901****
住所	北京市海淀区中关村南大街
是否取得其他国家或地区的永久居留权	无

陈瑞卿目前担任公司董事长、总经理，简历情况请参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）公司董事”。

2、何春虹

姓名	何春虹
性别	女
国籍	中国
身份证号	33010619740315****
住所	杭州市西湖区
是否取得其他国家或地区的永久居留权	无

何春虹目前担任公司董事，简历情况请参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）公司董事”。

3、万卷书城

万卷书城的基本情况如下：

企业名称：	天津万卷书城企业管理咨询中心（有限合伙）
企业类型：	有限合伙企业
经营场所：	天津市武清区黄花店镇政府南路 163 号
执行事务合伙人：	林雪
出资总额：	200 万元
统一社会信用代码：	91120222341067334T
经营范围：	企业管理咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立日期：	2015 年 06 月 17 日
合伙期限至：	2045 年 06 月 16 日

截至本招股说明书签署日，万卷书城的合伙人及其出资情况如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资方式	出资比例	身份	任职情况
1	林　雪	7.50	货币	3.75%	执行事务合伙人	市场总监、监事会主席
2	陈瑞卿	72.25	货币	36.13%	有限合伙人	董事长、总经理
3	高　见	35.50	货币	17.75%	有限合伙人	-
4	梁宝亮	10.00	货币	5.00%	有限合伙人	研发经理、监事
5	郑良坤	10.00	货币	5.00%	有限合伙人	安卓客户端总监、监事
6	胡　波	10.00	货币	5.00%	有限合伙人	运营总监
7	陈文瀚	10.00	货币	5.00%	有限合伙人	-
8	俞蔚杨	10.00	货币	5.00%	有限合伙人	创新事业部负责人
9	胡志华	5.75	货币	2.88%	有限合伙人	副董事长、副总经理
10	李忠忠	5.00	货币	2.50%	有限合伙人	安卓开发工程师、监事
11	梁作宇	5.00	货币	2.50%	有限合伙人	-
12	杨俊祥	5.00	货币	2.50%	有限合伙人	-
13	胡泽新	5.00	货币	2.50%	有限合伙人	首席技术官、副总经理
14	杜艳超	5.00	货币	2.50%	有限合伙人	产品副总监、监事
15	王晓光	1.50	货币	0.75%	有限合伙人	运营经理
16	焦海风	1.00	货币	0.50%	有限合伙人	财务经理
17	刘璋琦	0.75	货币	0.38%	有限合伙人	原公司出纳
18	常　燕	0.75	货币	0.38%	有限合伙人	版权商务
合计		**200.00**	-	**100.00%**	-	-

注：上述合伙人中高见、陈文瀚、梁作宇和杨俊祥非公司员工，为公司实际控制人陈瑞卿之友，因认可公司发展前景出资万卷书城。

万卷书城为发行人持股平台。万卷书城无实际控制人，其执行事务合伙人为林雪，林雪目前担任公司监事会主席，简历请参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（二）公司监事”。

林雪作为万卷书城的普通合伙人，其执行合伙事务受其他合伙人监督，其普通合伙人的身份受全体合伙人决议任免，林雪不控制万卷书城。陈瑞卿作为万卷书城的有限合伙人，其不参与合伙事务的执行，其实际控制人地位不需要通过万卷书城来加强，亦未与万卷书城签署过任何一致行动协议或书面文件。综上，万卷书城作为发行人的员工持股平台，万卷书城无实际控制人。

经核查，高见、陈文瀚、梁作宇及杨俊祥共计四名外部人员参股万卷书城，具体情况如下：

（1）个人简历

高见，男，生于 1973 年 1 月，1998 年毕业于北京大学，获硕士学位，2000 年 4 月毕业于香港科技大学商学院 MBA，2009 年 7 月获清华大学五道口金融学院博士学位。2000 年 5 月至 2003 年 7 月，在华夏基金任研究员；2003 年 7 月至 2005 年 3 月，在天弘基金任总经理助理兼市场总监；2005 年 4 月至 2008 年 9 月，在大成基金任部门总经理；2008 年 10 月至 2010 年 10 月，在中国民生银行私人银行事业部任首席投资顾问兼产品及资产管理中心总监兼党支部组织委员；2010 年 10 月至 2012 年 6 月，在中金公司销售交易部任执行总经理；2012 年 7 月至 2013 年 12 月，个人私募创业；2014 年 1 月至 2018 年 4 月，在摩根士丹利华鑫基金管理有限公司任副总经理；2018 年 5 月至 2020 年 4 月，在万达金粟投资管理有限公司任总裁；2020 年 5 月至今在银河基金管理有限公司任总裁。

陈文瀚，男，生于 1988 年 10 月，2010 年毕业于深圳大学，学士学位。2010 年 7 月至 2013 年 2 月在兴业银行任客户经理，2013 年 2 月至今，在会昌小山鑫龙锡制品有限公司任销售经理。

梁作宇，男，生于 1980 年 7 月，2005 年 9 月毕业于北京工业大学，获硕士学位。2004 年 12 月至 2006 年 8 月，在摩托罗拉公司任工程师，2006 年 8 月至 2009 年 9 月，在伟创力（中国）电子设备有限公司任项目经理，2009 年 12 月至 2013 年 5 月，在中国移动通信集团有限公司任项目经理，2013 年 5 月至 2015 年 5 月，在深圳市爱施德股份有限公司任客户总监，2015 年 5 月至 2017 年 2 月，在乐视移动智能信息技术（北京）有限公司任客户总监，2017 年 3 月 2019 年 4 月，在四川斐讯电子商务有限公司任运营总监，2019 年 4 月至 2020 年 6 月，在仁为（天津）通信设备有限公司任运营总监，2020 年 6 月至今，在恒安嘉新（北京）科技股份有限公司任客户总监。

杨俊祥，男，1970 年 8 月毕业于内蒙古工业大学。1970 年 8 月至 1975 年 9 月，在辽宁省鞍山红旗拖拉机厂任技术员；1975 年 9 月至 1988 年 8 月，在首钢矿山机械厂历任技术员、车间主任、厂长；1988 年 8 月至 1990 年 11 月，在首

钢矿山球团厂任厂长；1990 年 11 月至 2000 年 5 月，在首钢矿业公司任副经理；2000 年 5 月退休。

（2）参股万卷书城的原因及其合理性

经保荐机构及发行人律师访谈高见、陈文瀚、梁作宇和杨俊祥，并经访谈陈瑞卿，高见、陈文瀚、梁作宇和杨俊祥等 4 人系陈瑞卿多年好友，他们曾在陈瑞卿刚到北京工作生活时相识并给予帮助（与公司经营无关），基于感恩和回报，陈瑞卿同意高见、陈文瀚、梁作宇和杨俊祥等 4 人以与员工同样的价格通过受让出资份额的方式成为万卷书城的有限合伙人。

经核查，保荐机构及发行人律师认为，高见、陈文瀚、梁作宇和杨俊祥等 4 人参股万卷书城原因合理。

（3）选择在发行人员工持股平台持股的原因

因高见、陈文瀚、梁作宇和杨俊祥等四人或平时工作较忙，或经常不在北京，亦没有参与公司经营管理的意愿，为管理方便，避免文件签署复杂，故未安排该等人员直接持有发行人股份；为该等人员专门设立持股主体会增加管理的经济成本，且前述四人取得合伙份额的价格与员工价格一致，在同一平台持股不存在障碍，故安排前述四人在发行人员工持股平台持股。

（4）前述四人持有万卷书城股份不存在代他人持股或其他利益安排的情形

根据对高见、陈文瀚、梁作宇、杨俊祥的访谈，并经核查其出资缴纳情况，万卷书城设立时，高见、陈文瀚、梁作宇和杨俊祥 4 位合伙人均系以自有资金出资购买万卷书城合伙份额，不存在代他人持股或其他利益安排的情形。

综上所述，保荐机构及发行人律师认为，高见、陈文瀚、梁作宇和杨俊祥等外部人员参股万卷书城、选择在发行人员工持股平台中持股的原因合理，其持有万卷书城合伙份额不存在代他人持股或其他利益安排的情形。

4、伯乐系

伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横三家公司的执行事务合伙人均为北京伯乐纵

横投资管理中心（有限合伙），北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）的执行事务合伙人为格春来。伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横三家公司合计持有发行人7.78%股份。

（1）伯乐锐金

伯乐锐金的基本情况如下：

企业名称：	桐乡伯乐锐金股权投资合伙企业（有限合伙）
企业类型：	有限合伙企业
经营场所：	浙江省嘉兴市桐乡市梧桐街道环城北路 518 号 1 幢 114 室
执行事务合伙人：	北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）
出资总额：	43,400 万元
统一社会信用代码：	91110107344269564F
经营范围：	股权投资。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
成立日期：	2015 年 05 月 22 日
合伙期限至：	2025 年 05 月 21 日

截至本招股说明书签署日，伯乐锐金的合伙人及其出资情况如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	身份
1	万汇金荣	30,000	69.12%	有限合伙人
2	苏郁	3,000	6.91%	有限合伙人
3	慈维琦	1,200	2.76%	有限合伙人
4	厦门弘合股权投资有限合伙企业（有限合伙）	1,000	2.30%	有限合伙人
5	郑晓东	1,000	2.30%	有限合伙人
6	上海通鸿实业有限公司	800	1.84%	有限合伙人
7	崔岳	800	1.84%	有限合伙人
8	北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）	800	1.84%	执行事务合伙人
9	耿云贵	800	1.84%	有限合伙人
10	李树文	700	1.61%	有限合伙人
11	殷绍宇	700	1.61%	有限合伙人
12	文维东	600	1.38%	有限合伙人
13	魏梅娟	500	1.15%	有限合伙人

14	张熙	500	1.15%	有限合伙人
15	孟庆涛	500	1.15%	有限合伙人
16	曹建军	500	1.15%	有限合伙人
合 计		**43,400**	**100.00%**	**--**

伯乐锐金的管理人北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）持有中国证券投资基金业协会于 2014 年 10 月 13 日核发的《私募投资基金管理人登记证明》（编号：P1004743）。伯乐锐金已于 2015 年 8 月 7 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统完成备案，并取得《私募投资基金备案证明》（编号：S66073）。

（2）伯乐弘信

伯乐弘信的基本情况如下：

企业名称：	北京伯乐弘信股权投资基金管理中心（有限合伙）
企业类型：	有限合伙企业
经营场所：	北京市石景山区石景山路 31 号院盛景国际广场 3 号楼 12 层 1202 室
执行事务合伙人：	北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）
出资总额：	7,600 万元
统一社会信用代码：	9111010734426945X6
经营范围：	投资管理；资产管理；投资咨询；经济贸易咨询；企业管理咨询；财务咨询（不得开展审计、验资、查账、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务，不得出具相应的审计报告、验资报告、查账报告、评估报告等文字材料）；企业策划。（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
成立日期：	2015 年 05 月 22 日
合伙期限至：	2025 年 05 月 21 日

截至本招股说明书签署日，伯乐弘信的合伙人及其出资情况如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	身份
1	陈锋	2,600	34.21%	有限合伙人
2	刘炳海	1,600	21.05%	有限合伙人

3	袁琨	800	10.53%	有限合伙人
4	王科	500	6.58%	有限合伙人
5	北京万汇金成股权投资基金管理中心（有限合伙）	1,000	13.16%	有限合伙人
6	深圳万汇金轩股权投资基金管理中心（有限合伙）	1,000	13.16%	有限合伙人
7	北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）	100	1.32%	执行事务合伙人
合 计		**7,600**	**100%**	--

伯乐弘信已于2016年8月29日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统完成备案，并取得《私募投资基金备案证明》（编号：SL4210）。

（3）中泰纵横

中泰纵横的基本情况如下：

企业名称：	桐乡中泰纵横股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）
企业类型：	有限合伙企业
经营场所：	浙江省嘉兴市桐乡市梧桐街道环城北路518号-14
执行事务合伙人：	北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）
出资总额：	7,700万元
统一社会信用代码：	91330483MA28AMHG1D
经营范围：	私募股权投资管理；投资管理；资产管理；投资管理咨询；企业管理咨询；设计、制作、发布、代理广告；企业形象策划；广告策划。
成立日期：	2016年09月12日
合伙期限至：	2036年09月11日

截至本招股说明书签署日，中泰纵横的合伙人及其出资情况如下：

序号	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	身份
1	伊廷雷	3,000	38.96%	有限合伙人
2	孟庆涛	1,500	19.48%	有限合伙人
3	赵光辉	1,000	12.99%	有限合伙人
4	李焕英	600	7.79%	有限合伙人
5	李晓晗	600	7.79%	有限合伙人
6	格春来	500	6.49%	有限合伙人
7	崔晓红	300	3.90%	有限合伙人

8	北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）	200	2.60%	执行事务合伙人
合 计		**7,700**	**100%**	

中泰纵横已于 2017 年 8 月 8 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统完成备案，并取得《私募投资基金备案证明》（编号：ST5750）。

5、胡志华

姓名	胡志华
性别	男
国籍	中国
身份证号	36012119750208****
住所	广东省深圳市南山区高新南区深港产学研基地
是否取得其他国家或地区的永久居留权	无

胡志华目前担任公司副董事长、副总经理，简历情况请参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）公司董事”。

（二）公司实际控制人

公司的控股股东、实际控制人为陈瑞卿、何春虹。何春虹直接持有点众科技 1,572.48 万股股份，持股比例为 38.31%；陈瑞卿直接持有点众科技 260.26 万股股份，持股比例为 6.34%；万卷书城直接持有点众科技 1,456.00 万股股份，持股比例为 35.48%的股份；陈瑞卿为万卷书城的有限合伙人并持有万卷书城 36.13%的有限合伙份额，通过万卷书城间接持有点众科技 12.82%的股份。陈瑞卿与何春虹直接和间接合计持有点众科技 57.47%的股份。

有关陈瑞卿、何春虹的具体情况，请参见本节“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况”之“（一）持有发行人 5%以上股份主要股东的基本情况”。

（三）实际控制人控制其他企业的情况

截至本招股说明书签署日，发行人的实际控制人陈瑞卿、何春虹除控制本公司外，还控制檀铭咨询。

檀铭咨询的具体情况如下：

企业名称：	北京檀铭咨询有限公司
企业类型：	有限责任公司（自然人独资）
住所：	北京市海淀区花园路 5 号院 2 号楼 236-4 室
实际控制人：	陈瑞卿
注册资本：	100 万
统一社会信用代码：	91110108085468349A
经营范围：	企业管理咨询；企业策划；承办展览展示活动；会议服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
成立日期：	2013 年 12 月 18 日
经营期限至：	2033 年 12 月 17 日

截至本招股说明书签署日，檀铭咨询的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	陈瑞卿	100	100%
合 计		**100**	**100%**

檀铭咨询最近一年及一期未经审计的简要财务数据如下：

单位：万元

项目	2020.6.30/2020 年 1-6 月	2019.12.31/2019 年 1-12 月
总资产	97.64	98.47
净资产	85.75	86.46
净利润	-0.70	0.59

檀铭咨询在报告期及目前均未开展实质业务，实际控制人陈瑞卿未来亦无利用该公司开展相关业务之计划。

（四）发行人控股股东和实际控制人的股份质押或其他有争议的情况

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

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后发行人股本情况

本公司发行前总股本为 4,104.1026 万股，本次发行拟向社会公众公开发行 1,368.0500 万股，全部为新股发行，本次发行原股东不公开发售股份。

本次公开发行股份占发行后总股本的 25%，发行后总股本 5,472.1526 万股。本公司发行前后的股权结构如下：

单位：万股

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
1	何春虹	1,572.4800	38.31%	1,572.4800	28.74%
2	万卷书城	1,456.0000	35.48%	1,456.0000	26.61%
3	陈瑞卿	260.2600	6.34%	260.2600	4.76%
4	胡志华	257.8325	6.28%	257.8325	4.71%
5	伯乐锐金	192.5911	4.69%	192.5911	3.52%
6	万汇金荣	121.3576	2.96%	121.3576	2.22%
7	万汇柏乾	83.4188	2.03%	83.4188	1.52%
8	中泰纵横	66.7351	1.63%	66.7351	1.22%
9	伯乐弘信	60.0600	1.46%	60.0600	1.10%
10	三和源投资	33.3675	0.81%	33.3675	0.61%
11	本次公开发行	-	-	1,368.0500	25.00%
合计		**4,104.1026**	**100.00%**	**5,472.1526**	**100.00%**

（二）本次发行前后公司前十名股东情况

单位：万股

序号	股东名称	发行前		发行后	
		持股数量	持股比例	持股数量	持股比例
1	何春虹	1,572.4800	38.31%	1,572.4800	28.74%
2	万卷书城	1,456.0000	35.48%	1,456.0000	26.61%
3	陈瑞卿	260.2600	6.34%	260.2600	4.76%
4	胡志华	257.8325	6.28%	257.8325	4.71%

5	伯乐锐金	192.5911	4.69%	192.5911	3.52%
6	万汇金荣	121.3576	2.96%	121.3576	2.22%
7	万汇柏乾	83.4188	2.03%	83.4188	1.52%
8	中泰纵横	66.7351	1.63%	66.7351	1.22%
9	伯乐弘信	60.0600	1.46%	60.0600	1.10%
10	三和源投资	33.3675	0.81%	33.3675	0.61%
合计		**4,104.1026**	**100.00%**	**4,104.1026**	**75.00%**

（三）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，发行人共有 3 名自然人股东，分别为陈瑞卿、何春虹、胡志华，在本公司担任职务的情形如下：

编号	姓名	股份数（万股）	持股比例	担任职务
1	何春虹	1,572.48	38.31%	董事
2	陈瑞卿	260.26	6.34%	董事长、总经理
3	胡志华	257.83	6.28%	副董事长、副总经理

（四）国有股或外资股情况

截至本招股说明书签署日，本公司股东中无国有股东或外资股东。

（五）最近一年发行人新增股东的持股数量及相关情况

发行人截至首次申报日期前一年无新增股东。

（六）本次发行前各股东间的关联关系和关联股东的各自持股比例

公司股东陈瑞卿、何春虹为夫妇。本次发行前，陈瑞卿直接间接合计持有公司 19.16%的股份，何春虹持有公司 38.31%的股份。

公司股东伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横的执行事务合伙人均为北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙）。本次发行前，伯乐锐金持有公司 4.69%的股份，伯乐弘信持有公司 1.46%的股份，中泰纵横持有公司 1.63%的股份。

公司股东万汇金荣、万汇柏乾的执行事务合伙人均为桐乡金汇股权投资有限公司（以下简称“桐乡金汇”），根据万汇金荣和万汇柏乾出具的说明文件，万

汇金荣和万汇柏乾具有一致行动关系。本次发行前，万汇金荣持有公司 2.96%的股份，万汇柏乾持有公司 2.03%的股份。

除上述关联股东以外，本次发行前公司股东中不存在其他关联关系。

1、采用不同主体对发行人增资入股的背景、原因

经核查，伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横均为伯乐纵横作为管理人管理的私募股权投资基金；万汇金荣、万汇柏乾均为桐乡金汇作为管理人管理的私募股权投资基金。伯乐锐金、伯乐弘信与中泰纵横，万汇金荣与万汇柏乾虽分别为同一基金管理人，但持有基金份额的有限合伙人不同，实际权益持有人存在差异。

万汇金荣、伯乐锐金认购发行人股份成为发行人股东后，基金管理人通过进一步了解发行人的业务运营模式及发展情况，认为投资发行人能够获得较高的投资收益，安排其管理的其他私募股权投资基金参与认购或受让发行人的股份。

保荐机构及发行人律师认为，伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横的基金管理人伯乐纵横，万汇金荣、万汇柏乾的基金管理人桐乡金汇采用不同主体对发行人增资入股的原因合理。

2、相关入股主体设立运营合法合规

经保荐机构及发行人律师在全国企业信用信息公示系统及中国证券投资基金业协会网站核查，并经访谈相关股东的基金管理人，伯乐锐金、中泰纵横、伯乐弘信、万汇金荣、万汇柏乾属于私募股权投资基金，该等基金均依法设立并有效存续，已完成私募基金备案登记手续，具体情况如下：

股东名称	基金备案时间	基金备案编码	管理人	管理人登记时间	管理人登记编号
伯乐锐金	2015.08.07	S66073	伯乐纵横	2014.10.13	P1004743
中泰纵横	2017.08.08	ST5750	伯乐纵横	2014.10.13	P1004743
伯乐弘信	2016.08.29	SL4210	伯乐纵横	2014.10.13	P1004743
万汇金荣	2015.09.14	S69587	桐乡金汇	2015.08.13	P1020405
万汇柏乾	2017.08.17	SW6779	桐乡金汇	2015.08.13	P1020405

经保荐机构及发行人律师在全国企业信用信息公示系统、中国证券投资基金业协会、信用中国等网站查询检索，前述入股主体不存在因重大违法违规受到主

管机关处罚的情形。

综上，相关入股主体依法设立并有效存续，均已完成私募基金备案登记手续，不存在因重大违法违规受到主管机关处罚的情形。保荐机构及发行人律师认为，相关入股主体设立运营合法合规。

3、执行事务合伙人及相关自然人不存在违反任职规定参股等的情形

根据伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横、万汇金荣、万汇柏乾及其执行事务合伙人的工商登记档案，以及该等执行事务合伙人股权穿透到最终出资自然人填写的调查表，并经核查，伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横的执行事务合伙人均为伯乐纵横；万汇金荣、万汇柏乾的执行事务合伙人均为桐乡金汇，伯乐纵横及桐乡金汇股权穿透至最终出资主体均为自然人，发行人股权穿透至最终出资主体亦均为自然人，相关人员最近五年不存在担任公务员、具有公共事务管理职能的事业单位中除工勤人员以外的工作人员、党政机关在职领导干部、国有独资企业、国有控股企业的领导班子成员、普通高等学校的党政领导班子成员、人民解放军现役军人或人民解放军文职人员等依据法律、法规或规范性文件存在对外投资、任职限制的情形。

综上，保荐机构及发行人律师认为，执行事务合伙人及相关自然人不存在违反任职规定参股等的情形。

（七）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

本次公开发行不涉及持股满 36 个月的原有股东向投资者公开发售股份的情况。

（八）申报时存在私募基金股东的情况

截至本招股书说明书签署日，发行人现有股东中有 7 位机构股东，其中万卷书城系发行人持股平台，三和源投资系以自有资金投资，其均不属于私募投资基金及基金管理人；其余 5 位机构股东伯乐锐金、万汇金荣、伯乐弘信、万汇柏乾和中泰纵横均系私募投资基金，均已办理私募投资基金备案，其管理人亦均办理

了私募投资基金管理人登记。

伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横的具体情况参见本节“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况”之“（一）持有发行人 5%以上股份主要股东的基本情况”之“4、伯乐系”。

1、万汇金荣

万汇金荣的基本情况如下：

名称	万汇金荣（泰安）股权投资基金管理中心（有限合伙）	**统一社会信用代码**	91110107348407872C
住所	泰安市徂文景区北集坡街道办事处泉林庄村泉林坝综合办公楼	**成立时间**	2015 年 07 月 16 日
企业类型	有限合伙企业	**营业期限至**	2025 年 07 月 15 日
执行事务合伙人	桐乡金汇（委派徐鹏为代表）	**总出资额**	55,000 万元
经营范围	非证券业务的投资管理、咨询；经济贸易咨询；企业管理咨询；财务咨询（不得开展审计、验资、查账、评估、会计咨询、代理记账等需经专项审批的业务，不得出具相应的审计报告、验资报告、查账报告、评估报告等文字材料）；企业策划、设计；项目投资。（1、不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益。）（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）		

万汇金荣已于 2015 年 9 月 14 日在中国证券投资基金业协会办理私募基金备案，备案编码为 S69587；其基金管理人桐乡金汇已于 2015 年 8 月 13 日办理了私募基金管理人登记，登记编号为 P1020405。

经核查，截至本招股说明书签署日，万汇金荣的出资结构如下：

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	桐乡金汇	普通合伙人	5,000	9.09
2	共青城安众汇金投资中心（有限合伙）	有限合伙人	50,000	90.91
合计		--	**55,000**	**100.00**

2、万汇柏乾

万汇柏乾的基本情况如下：

名称	桐乡万汇柏乾股权投资基金管理合伙企业（有限合伙）	**统一社会信用代码**	91330483MA29F1YT7W
住所	浙江省嘉兴市桐乡市梧桐街道环城北路 518 号-2	**成立时间**	2017 年 03 月 29 日
企业类型	有限合伙企业	**营业期限至**	2037 年 03 月 28 日
执行事务合伙人	达孜县金汇投资管理有限公司（委派代表：徐鹏）	**总出资额**	2,501 万元
经营范围	股权投资管理；非证券业务的投资、投资管理咨询；资产管理；企业管理咨询；企业形象策划；广告策划。（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）		

万汇柏乾已于 2017 年 8 月 17 日在中国证券投资基金业协会办理私募基金备案，备案编码为 SW6779；其基金管理人桐乡金汇已于 2015 年 8 月 13 日办理了私募基金管理人登记，登记编号为 P1020405。

经核查，截至本招股说明书签署日，万汇柏乾的出资结构如下：

序号	合伙人姓名/名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	桐乡金汇	普通合伙人	1	0.04
2	李　雄	有限合伙人	1,000	39.98
3	关积珍	有限合伙人	1,300	51.98
4	张　蕾	有限合伙人	200	8.00
合计		--	**2,501**	**100.00**

（九）申报时不存在三类股东的情况

根据发行人及各机构股东的工商登记档案，并经核查相关股东的出资凭证及资金来源情况说明，发行人股权穿透至最终出资人均为自然人，不存在三类股东的情形。

九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况

（一）公司董事

公司董事会由 7 名成员组成，其中 3 名为独立董事。公司董事由股东大会选

举产生，任期 3 年，任期届满可连选连任。本届董事会至 2021 年 9 月届满，公司现任董事列表如下：

姓名	在本公司任职	提名人	任职期间
陈瑞卿	董事长、总经理	董事会	2018 年 9 月至今
胡志华	副董事长、副总经理	董事会	2018 年 9 月至今
何春虹	董事	董事会	2018 年 9 月至今
李湘	董事、财务总监、董事会秘书	董事会	2018 年 9 月至今
范志伟	独立董事	董事会	2018 年 9 月至今
宋建武	独立董事	董事会	2018 年 9 月至今
张一弛	独立董事	董事会	2018 年 9 月至今

发行人董事的简要情况如下：

陈瑞卿，男，1972 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于浙江大学计算机软件专业，本科学历。陈瑞卿先生 1994 年 7 月至 1995 年 12 月担任中国农业科学院品种资源研究所工程师；1995 年 12 月至 1997 年 6 月担任杭州天丽计算机有限公司联合创始人及副总经理；1997 年 6 月至 1998 年 12 月担任杭州宏智软件有限公司创始人及常务副总经理；1999 年 1 月至 2000 年 9 月担任杭州起点网络技术有限公司创始人及总经理；2000 年 9 月至 2008 年 4 月担任卓望数码技术（深圳）有限公司副总裁；2008 年 4 月至 2011 年 3 月担任一三九移动互联网信息服务（北京）有限公司副总经理；2011 年 3 月至 2013 年 4 月担任卓望控股有限公司营销支撑事业部总经理；2011 年 9 月至 2015 年 9 月担任点众有限监事；2015 年 9 月至今任发行人董事长及总经理。

陈瑞卿先生拥有 20 多年的无线数据业务和移动互联网业务的业务运营管理经验，是中国移动旗下“移动梦网”业务的主要负责人之一，曾负责该业务的整体规划、标准制定、产品设计和研发、平台建设，并于 2005 年获得中国通信学会科学技术奖一等奖、2007 年获得国家科学技术进步奖二等奖和深圳市科技创新奖、2018 年获得数字编辑专业主任编辑（高级职称）。

胡志华，男，1975 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于南方冶金学院计算机及应用专业，本科学历。胡志华先生 1998 年 9 月至 2000 年 4 月担任广州华南通用电器有限公司研发工程师；2000 年 4 月至 2002 年 3 月担任

广州国讯通信有限公司开发工程师；2002 年 4 月至 2010 年 7 月担任卓望数码技术（深圳）有限公司经理；2010 年 8 月至 2011 年 12 月担任盈信通（北京）信息技术有限公司副总经理；2011 年 12 月至 2013 年 3 月担任互动在线（北京）科技有限公司移动事业部副总经理；2013 年 4 月至 2015 年 6 月担任点众有限副总经理；2015 年 6 月至 2015 年 9 月担任点众有限执行董事及总经理；2015 年 9 月至今任发行人副董事长及副总经理。

何春虹，女，1974 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于杭州大学外贸英语专业，专科学历。何春虹女士 1996 年 3 月至 2004 年 3 月任职于杭州电影公司负责电影宣传工作；2004 年 3 月至 2008 年 7 月担任 A8 音乐集团副总经理助理；2008 年 8 月至 2011 年 9 月担任杭州山科电子技术开发有限公司总经理助理； 2011 年 9 月至 2015 年 6 月担任点众有限总经理；2015 年 9 月至今任发行人董事。

李湘，男，1972 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于南开大学会计系，本科学历。李湘先生 1995 年 8 月至 1999 年 1 月担任国家审计署审计员；2001 年 8 月至 2005 年 9 月历任 TOM 在线有限公司财务经理、财务部总监；2005 年 10 月至 2006 年 9 月担任九城网络技术集团有限公司财务负责人；2006 年 10 月至 2009 年 6 月担任搜房控股有限公司财务负责人；2009 年 7 月至 2013 年 10 月担任卓望（香港）集团有限公司财务部副总经理；2014 年 11 月至 2017 年 8 月担任空中银河（天津）文化传媒有限公司财务总监；2017 年 9 月加入发行人，现任发行人董事、财务总监、董事会秘书。

范志伟，男，1974 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于南开大学会计学专业，研究生学历。范志伟先生 1998 年 7 月至 2007 年 12 月但任岳华会计师事务所合伙人；2008 年 1 月至 2013 年 7 月担任中瑞岳华会计师事务所合伙人；2013 年 8 月至 2019 年 12 月任瑞华会计师事务所合伙人；2020 年至今任中审众环会计师事务所合伙人；2017 年 11 月至今任发行人独立董事。

宋建武，男，1963 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于中国人民大学传播学专业，博士研究生学历。宋建武先生 1984 年 8 月至 2005 年 9 月历任中国人民大学新闻学院讲师、副教授；2005 年 9 月至 2008 年 10 月担任

中国政法大学人文学院教授、博士生导师、副院长及传媒与文化研究中心主任；2008 年 10 月至 2013 年 3 月担任中国政法大学新闻与传播学院教授、博士生导师、院长；2015 年 8 月至今任中国人民大学新闻学院教授、博士生导师；2017 年 11 月至今任发行人独立董事。

张一弛，男，1966 年 3 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于北京大学经济学院经济学专业，博士研究生学历。张一弛先生 1987 年 8 月至 1989 年 10 月任浙江大学经济系助教；1992 年 8 月至 1993 年 7 月任北京大学经济学院助教；1993 年 8 月至今历任北京大学光华管理学院讲师、副教授、教授；2017 年 11 月至今任发行人独立董事。

（二）公司监事

公司监事会由 5 名监事组成，其中 2 名为职工监事。股东代表出任的监事由股东大会选举产生，职工代表监事由公司职工代表大会选举产生，监事任期 3 年，可连选连任。本届监事会至 2021 年 9 月届满，公司现任监事列表如下：

姓名	在本公司任职	提名人	任职期间
林雪	监事会主席	监事会	2018 年 9 月至今
郑良坤	监事	监事会	2018 年 9 月至今
梁宝亮	监事	监事会	2018 年 9 月至今
李忠忠	职工监事	职工代表大会	2018 年 9 月至今
杜艳超	职工监事	职工代表大会	2018 年 9 月至今

本公司监事的简要情况如下：

林雪，监事会主席，女，1983 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于北京邮电大学工商管理专业，本科学历。林雪女士 2003 年 5 月至 2005 年 1 月担任北京华夏国正科技有限公司销售经理；2005 年 3 月至 2008 年 8 月担任环保部环境文化促进会市场专员；2008 年 12 月至 2014 年 2 月担任卓望信息技术（北京）有限公司高级商务经理；2014 年 3 月至 2015 年 9 月担任点众有限市场总监；2015 年 9 月至今任发行人市场总监、监事会主席。

郑良坤，监事，男，1985 年 2 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕

业于天津工程师范学院微电子学专业，本科学历。郑良坤先生 2008 年 7 月至 2009 年 12 月担任北京凯恩帝数控技术有限公司技术支持员；2010 年 2 月至 2011 年 10 月担任北京大友迅捷科技有限公司软件工程师组长；2011 年 11 月至 2013 年 12 月担任爱阅读（北京）科技有限公司高级软件工程师；2013 年 12 月至 2015 年 9 月担任点众有限安卓客户端总监；2015 年 9 月至今任发行人监事、数据分析部副总监。

梁宝亮，监事，男，1986 年 7 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于吉林化工学院信息与计算科学专业，本科学历。梁宝亮先生 2009 年 7 月至 2012 年 4 月担任北京指云时代科技有限公司高级研发工程师；2012 年 4 月至 2014 年 5 月担任北京网秦天下科技有限公司研发组长；2014 年 5 月至 2015 年 9 月担任点众有限研发经理；2015 年 9 月至今任发行人监事及研发经理。

李忠忠，职工监事，男，1990 年 6 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于湖南城市学院计算机科学与技术专业，本科学历。李忠忠先生 2011 年 6 月至 2012 年 10 月担任亿阳信通股份有限公司 Java 开发工程师；2012 年 11 月至 2013 年 5 月担任方正国际软件（北京）有限公司 Java 开发工程师；2013 年 6 月至 2014 年 3 月担任软通动力信息技术有限公司安卓开发工程师；2014 年 3 月至 2015 年 9 月担任点众有限安卓开发工程师；2015 年 9 月至今任发行人职工监事、安卓开发工程师。

杜艳超，职工监事，男，1985 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于北京涉外经济专修学院国际贸易专业，本科学历。杜艳超先生 2007 年 7 月至 2010 年 2 月担任北京维亚泰克网络技术有限公司运营专员；2010 年 2 月至 2012 年 2 月担任北京指云时代科技有限公司产品经理；2012 年 2 月至 2013 年 7 月担任北京新意活力文化传媒有限公司高级产品经理；2013 年 8 月至 2015 年 8 月担任北京窝窝世界信息技术有限公司高级产品经理；2015 年 8 月至 2016 年 9 月担任北京剑盟教育咨询有限公司高级产品经理；2016 年 10 月至今任发行人职工监事、产品副总监。

（三）公司高级管理人员

公司高级管理人员共有 5 名，列表如下：

姓名	在本公司任职
陈瑞卿	董事长、总经理
胡志华	副董事长、副总经理
胡泽新	首席技术官、副总经理
李湘	董事、财务总监、董事会秘书
费立国	副总经理

本公司高级管理人员的简要情况如下：

陈瑞卿，总经理，简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）公司董事”。

胡志华，副总经理，简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）公司董事”。

胡泽新，副总经理、首席技术官，男，1983 年 12 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于西北大学计算机科学与技术专业，本科学历。胡泽新先生拥有 10 年以上移动互联网技术开发管理经验，2008 年 7 月至 2011 年 3 月担任盛讯科技（天津）有限公司软件开发工程师；2011 年 4 月至 2012 年 3 月担任爱阅读（北京）科技有限公司技术经理；2012 年 3 月至 2015 年 7 月担任百度移信网络技术（北京）有限公司产品技术副总监；2015 年 7 月至 2016 年 10 月担任北京点石经纬科技有限公司技术总监；2017 年 5 月至今任发行人首席技术官、副总经理。

李湘，财务总监、董事会秘书，简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）公司董事”。

费立国，副总经理，男，1978 年 9 月出生，无境外永久居留权，毕业于青岛建筑工程学院（现青岛理工大学），大专学历。费立国先生有超过 13 年的编辑经验，其中 5 年以上的总编辑经验，2006 年 6 月至 2012 年 5 月历任起点中文网（上海玄霆娱乐信息科技有限公司，后并入阅文集团）编辑、主编；2012 年 5

月至 2015 年 10 月为自由职业，并以笔名“特别白”发布多部作品；2015 年 10 月至 2018 年 5 月任北京易天新动网络科技有限公司总编辑、副总经理。费立国先生曾签约诸多优秀作家，发掘大批优质版权，并参与业内的规则制定。费立国先生于 2018 年 6 月加入发行人，任点众科技副总经理。

（四）核心技术人员

公司核心技术人员简要情况如下：

姓名	在本公司任职
胡泽新	首席技术官、副总经理
杜艳超	职工监事、产品副总监
郑良坤	监事、安卓客户端总监
梁宝亮	监事、研发经理
胡波	运营总监

胡泽新，首席技术官、副总经理，简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（三）公司高级管理人员”。

杜艳超，产品副总监，简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（二）公司监事”。

郑良坤，安卓客户端总监，简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（二）公司监事”。

梁宝亮，研发经理，简历参见本节“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（二）公司监事”。

胡波，男，1981 年 3 月出生，无境外永久居留权，毕业于中国传媒大学，研究生学历。胡波先生拥有 13 年互联网内容产品运营经验，2006 年 4 月至 2007 年 12 月任新浪网运营编辑；2007 年 12 月至 2013 年 7 月任卓望信息技术（北京）有限公司运营经理；2013 年 6 月至 2014 年 4 月任中文在线运营总监。胡波先生于 2014 年 4 月加入发行人，现任发行人运营总监。

十、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

董事、监事、高级管理人员与核心技术人员在发行人及其子公司外的兼职情况如下表所示：

姓名	本公司职务	兼职单位	兼职职务
陈瑞卿	董事长、总经理	北京檀铭咨询有限公司	执行董事
何春虹	董事	北京檀铭咨询有限公司	经理
李湘	董事、财务总监、董事会秘书	北京中概投资咨询有限公司	执行董事、经理
		空中银河（天津）文化传媒有限公司	监事
范志伟	独立董事	中审众环会计师事务所	合伙人
宋建武	独立董事	中国人民大学新闻学院	教授、博士生导师
		上海东方网股份有限公司	独立董事
		深圳市天威视讯股份有限公司	独立董事
		河南大河财立方传媒控股有限公司	独立董事
		华声在线股份有限公司	独立董事
		北京仁达传讯管理技术开发有限公司	执行董事
		北京长江文化股份有限公司	独立董事
		长三角数文股权投资（杭州）有限公司	独立董事
张一弛	独立董事	北京大学光华管理学院	教授
		中国海诚工程科技股份有限公司	独立董事
		北京昊华能源股份有限公司	独立董事
		四川双马水泥股份有限公司	独立董事
		北京电子城高科技集团股份有限公司（原名：北京电子城投资开发集团股份有限公司）	独立董事

除上述情况外，本公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员没有在其他单位任职的情况。

十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间存在的亲属关系

发行人董事长、总经理陈瑞卿与发行人董事何春虹系夫妻关系。除上述情况

外，发行人的董事、监事、高级管理人员与核心技术人员相互之间均不存在亲属关系。

十二、发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员签署的重大协议及履行情况

截至本招股说明书签署日，公司与董事、监事、高级管理人员与核心技术人员签订了《劳动合同》或《聘书》，与核心技术人员签订了《保密协议》。除此之外，上述人员未与公司签订任何的借款、担保等协议，也未有任何认股权安排。上述协议履行情况正常，不存在违约情形。

除上述协议外，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员未与公司签订对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的其他协议。

十三、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近二年变动情况

（一）董事变动

近二年，发行人董事会成员稳定，未发生变动。

（二）监事变动

近二年，发行人监事会成员稳定，未发生变动。

（三）高级管理人员变动

2019 年 1 月 15 日，因公司业务发展需要，公司召开第二届董事会第三次会议，聘任费立国为点众科技副总经理。

除上述事项外，近二年，发行人高级管理人员未发生变化。

（四）其他核心人员变动情况

近二年，发行人其他核心人员稳定，未发生变动。

十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接、间接持有发行人股份简要情况如下：

序号	姓名	职务	直接持股比例	间接持股比例	通过何公司间接持股	合并持股比例
1	何春虹	董事	38.31%	-	-	38.31%
2	陈瑞卿	董事长、总经理	6.34%	12.82%	万卷书城	19.16%
3	胡志华	副董事长、副总经理	6.28%	1.02%	万卷书城	7.30%
4	梁宝亮	监事、研发经理	-	1.77%	万卷书城	1.77%
5	郑良坤	监事、安卓客户端总监	-	1.77%	万卷书城	1.77%
6	林雪	监事会主席	-	1.33%	万卷书城	1.33%
7	李忠忠	职工监事、安卓开发工程师	-	0.89%	万卷书城	0.89%
8	杜艳超	职工监事、产品副总监	-	0.89%	万卷书城	0.89%
9	胡泽新	首席技术官、副总经理	-	0.89%	万卷书城	0.89%
10	胡波	运营总监	-	1.77%	万卷书城	1.77%

截至本招股说明书签署日，何春虹、陈瑞卿、胡志华直接持有发行人 38.31%、6.34%、6.28%的股份。

陈瑞卿、梁宝亮、郑良坤、林雪、胡志华、李忠忠、杜艳超、胡泽新、胡波分别持有万卷书城 36.13%、5.00%、5.00%、3.75%、2.88%、2.50%、2.50%、2.50%、5.00%的股份；万卷书城直接持有发行人 1,456 万股，占比 35.48%，上述董事、监事、高级管理人员及核心技术人员间接持有发行人 12.82%、1.77%、1.77%、1.33%、1.02%、0.89%、0.89%、0.89%、1.77%股份。

陈瑞卿直接持有发行人 6.34%的股份，间接持有发行人 12.82%的股份，合计持有发行人 19.16%的股份。

胡志华直接持有发行人 6.28%的股份，间接持有发行人 1.02%的股份，合计持有发行人 7.30%的股份。

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属不存在其他直接或间接持有公司股份的情形且上述所持股份不存在质押或冻结的情形。

十五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的对外投资情况如下：

姓名	与本公司关系	投资企业名称	经营范围	出资额（万元）	持股比例（%）
陈瑞卿	董事长、总经理	宁波梅山保税港区达康盈生投资合伙企业（有限合伙）	实业投资、投资管理、投资咨询。	500.00	5.00
		睿晟博控（北京）科技有限公司	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；基础软件服务；应用软件服务；软件开发；销售计算机、软件及辅助设备、通讯设备、电子产品、机械设备、建筑材料、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）；计算机系统服务；广播电视节目制作。	15.00	3.00
		杭州魅狐网络技术有限公司	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；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；服装服饰批发；鞋帽批发；劳保用品批发；日用百货销售；家	125.00	3.33

姓名	与本公司关系	投资企业名称	经营范围	出资额（万元）	持股比例（%）
			用电器销售；眼镜批发；文具用品批发；体育用品及器材批发；医用口罩批发；卫生用品销售；珠宝首饰批发；照相器材及望远镜批发；化妆品批发；第二类医疗器械销售；第一类医疗器械销售；日用口罩（非医用）销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；特种劳动防护用品销售；劳动保护用品销售；服装服饰零售；鞋帽零售；化妆品零售；个人卫生用品销售；日用品零售；母婴用品销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；箱包销售；体育用品及器材零售；户外用品销售；文具用品零售；珠宝首饰零售；照相器材及望远镜零售；可穿戴智能设备销售；摄影扩印服务；照相机及器材销售；日用杂品销售；玩具销售；音响设备销售；针纺织品销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；玩具及动漫衍生产品批发；玩具、动漫及游艺用品销售；宠物食品及用品批发；宠物食品及用品零售；互联网销售（除销售需要许可的商品）(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；药品零售；药品批发；婴幼儿配方乳粉销售；保健食品销售；货物进出口；技术进出口；食品经营。		
		北京顺付投资管理中心（有限合伙）	投资管理；资产管理；投资咨询；经济贸易咨询；企业管理咨询；企业管理；企业策划；技术推广、技术服务、技术转让。	5.00	1.65
		杭州淘粉吧网络技术股份有限公司	服务：计算机网络、计算机软件、电子商务的技术开发、技术咨询、技术服务，第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务，具体详见《中华人民共和国	263.17	3.39

姓名	与本公司关系	投资企业名称	经营范围	出资额（万元）	持股比例（%）
			增值电信业务经营许可证》内容），设计、制作、代理、发布国内广告；批发、零售：初级食用农产品（除食品、药品），水果，服装服饰，箱包，化妆品，数码电子产品，工艺美术品，日用百货，摄影摄像器材，玩具，音响设备，通讯器材，计算机软硬件；货物及技术进出口（法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可后方可经营））；其他无需报经审批的一切合法项目。		
		北京檀铭咨询有限公司	企业管理咨询；企业策划；承办展览展示活动；会议服务。	100.00	100.00
何春虹	董事	浙江每日互动网络科技股份有限公司	计算机网络技术、计算机软硬件、电子产品、通讯技术的技术开发、技术服务、技术咨询，增值电信业务（凭许可证经营），设计、制作、代理、发布国内广告，通讯设备（除专控）、电子设备的销售，货物进出口业务。（国家法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目。	196.48	0.49
李湘	董事、财务总监、董事会秘书	北京中概投资咨询有限公司	投资咨询；经济贸易咨询；技术开发、技术推广；销售计算机、软件及辅助设备、服装、首饰、工艺品；制作、代理、发布广告	54.00	90.00
		空中银河（天津）文化传媒有限公司	电视剧、专题、综艺、动画等节目制作、发行；影视策划；影视服装道具租赁；影视器材租赁；影视文化信息咨询；企业形象策划；会展会务服务；礼仪服务；摄影摄像服务；设计、制作、代理、发布广告；演员经纪业务；软件设计与开发；从事货物及技术进出口；版权代理；销售日用品、机械设备、五金交电、电子产品。	24.29	1.50
胡泽新	首席技术官、副总	西安睿莱体育文化	体育信息咨询；体育用品研发；体育器材销售、租赁；企业内职（员）	3.00	5.00

姓名	与本公司关系	投资企业名称	经营范围	出资额（万元）	持股比例（%）
	经理	传播合伙企业（有限合伙）	工培训；文化交流活动策划；会务服务；展览展示服务。		
范志伟	独立董事	岳华会计师事务所有限责任公司	审查企业会计报表、出具审批报告；验证企业资本、出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务；承办会计咨询、会计服务业务；资产评估，证券业资产评估；税务代理。	10.00	1.85
		中瑞岳华会计师事务所（特殊普通合伙）	审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其它业务。	50.00	0.59

截至本招股说明书签署日，除持有发行人股权及上述投资外，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员不存在其他对外投资情况，未持有与发行人产生竞争业务的公司的股权。

十六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

公司独立董事在本公司只领取津贴，不享有其他福利待遇，其他董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在本公司领取薪酬。公司董事（不包括独立董事）、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬主要由工资和公司负担的社会保险及住房公积金等组成，不存在其它特殊待遇和法定养老金以外的退休金计划。公司2017年第五次临时股东大会、2017年年度股东大会和2019年年度股东大会对独立董事薪酬和津贴进行了审议，所履行的程序合法有效。

报告期内，从公司领取工资薪酬的董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬总额占公司利润总额的比重分别为6.70%、6.88%、5.64%、2.74%。

本公司董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员与核心技术人员均不存

在从关联企业领取收入的情况，上述人员 2019 年度从本公司领取的含税收入情况如下：

姓名	本公司职位	领取收入（万元）
陈瑞卿	董事长、总经理	42.34
何春虹	董事	-
胡志华	副董事长、副总经理	47.15
李湘	董事、财务总监、董事会秘书	63.47
胡泽新	首席技术官、副总经理	85.34
林雪	监事会主席	60.82
郑良坤	监事	50.36
梁宝亮	监事	64.31
李忠忠	职工监事	41.31
杜艳超	职工监事	92.99
费立国	副总经理	92.27
胡波	运营总监	58.65

本公司独立董事自聘任之日起至 2019 年度，津贴标准为 2.5 万元（含税）/季度。2020 年起，本公司独立董事津贴标准为 15 万元（含税）/年。

十七、已经制定或实施的股权激励及相关安排

截至招股说明书签署日，万卷书城作为发行人的持股平台，持有发行人 35.48%股权，其基本情况、出资人和出资比例情况参见本节“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况”之“（一）持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

万卷书城于 2015 年和 2016 年共授予 13 名员工股权，根据股权授予时的公允价值及授予情况，发行人于 2015 年度和 2016 年度分别确认 131.21 万元和 728.21 万元的股份支付费用。

通过实施股权激励，发行人建立、健全了激励机制，充分调动了公司中高层管理人员及骨干员工的工作积极性，对促进公司业务发展和人才队伍建设起到了积极作用。发行人的股权激励全部确认股份支付费用。股权激励实施前后，发行

人控制权未发生变化。

发行人制定的股权激励已经实施完毕，无上市后行权的情况发生，对公司上市后的股权结构亦无相关影响。

发行人不存在正在执行的对董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励或其他制度安排。

十八、发行人员工情况

（一）员工人数变动情况

（1）报告期各期末发行人员工情况

截至 2017 年末、2018 年末、2019 年末，本公司员工总数分别为 152 人、214 人和 288 人。截至 2020 年 6 月 30 日，公司员工按专业结构划分情况如下：

专业分类	人员数量（人）	占职工总人数比例
管理人员	22	6.67%
研发人员	138	41.82%
运营人员	109	33.03%
销售人员	61	18.48%
合　计	330	100.00%

（2）报告期各期内发行人员工情况

报告期各期内，发行人平均员工人数情况如下：

单位：人

员工类别	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
管理人员	26	22	16	9
研发人员	131	100	98	73
运营人员	124	85	51	32
销售人员	57	52	41	23
合计	**338**	**259**	**206**	**137**

注：各期平均员工人数为当期各月员工人数算数平均值。

报告期各期末，发行人员工学历专业构成如下：

单位：人

专业构成	2020 年 6 月 30 日		2019 年 12 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
计算机类	93	28.18%	89	30.90%	73	34.11%	46	30.26%
管理类	68	20.61%	65	22.57%	56	26.17%	42	27.63%
文学类	58	17.58%	41	14.24%	11	5.14%	6	3.95%
艺术类	25	7.58%	23	7.99%	19	8.88%	14	9.21%
工学类	56	16.97%	47	16.32%	31	14.49%	17	11.18%
其他	30	9.09%	23	7.99%	24	11.21%	27	17.76%
合计	**330**	**100.00%**	**288**	**100.00%**	**214**	**100.00%**	**152**	**100.00%**

（3）发行人员工薪酬政策

①员工薪酬政策

为规范公司薪酬绩效管理运作，激励优秀员工，鼓励员工为企业创造价值，实现员工与公司共同发展，公司制定了《薪酬管理制度》，为公司薪资管理提供全面的准则和依据。

公司根据每一个职位所要求的知识技能、工作经验及教育等情况，按照公司的任职资格模型分级，并向员工支付有竞争力的工资。根据《薪酬管理制度》，薪酬管理的基本原则为：员工年度总现金收入由基本薪酬和绩效薪酬两部分构成，实际工资为税前工资，员工的个人所得税依法律规定由公司代扣代缴。基本薪酬包括基本工资、职务津贴及按照劳动法和当地有关政府法规缴纳的社会保险和住房公积金等基本薪酬及福利，绩效薪酬包括绩效奖金、年终奖等。

②上市前后高管薪酬安排

公司根据《公司法》有关法律法规的要求设立薪酬与考核委员会。薪酬与考核委员会负责审查公司董事（非独立董事）及高级管理人员的履职情况并对其进行年度绩效考评，同时根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划和方案。

高管人员薪酬实行年薪制，由基本薪酬和绩效薪酬两部分组成，基本薪酬

按各岗位人员的基本薪酬标准每月发放，绩效薪酬由公司薪酬与考核委员会根据公司全年经营业绩情况和各岗位人员的工作绩效情况研究决定，绩效薪酬每年发放。

目前，高级管理人员整体薪酬合理，公司未对上市后高级管理人员薪酬作特别安排，仍将继续执行公司薪酬管理制度的有关规定，并由薪酬与考核委员会负责其薪酬的制定与考核。上市前后，除正常调薪外，高管薪酬不存在重大差异。

③薪酬委员会对工资奖金的规定

员工月基本工资计算周期以每个自然月，即 1 日至 30 日（31 日），为考勤统计、工资统计周期。公司各部门（或业务线）根据公司整体业务规划，制定关键考核指标及考核标准。人力行政部以固定周期对各部门（或业务线）绩效成果进行考核结果收取，核算考核结果。员工绩效薪资分别根据公司、部门（或业务线）及个人三个维度的业绩达成情况综合评价后计算，绩效薪资于考核周期结束后次月体现。部门（或业务线）在考核周期内整体业绩未达成，则该绩效周期内没有绩效薪资。

公司依据被考核部门年度业绩实现情况及考核结果，发放年度奖金。公司当年目标实现的基础上结合部门绩效来实施奖励，具体比例按照当年实际完成情况执行。当年度 12 月 31 日在职且转正、并取得年终考核合格的员工可以享受当年度年终奖，具体发放金额根据当年公司完成业绩情况而定。

④报告期各期内，公司员工不同级别工资情况如下：

单位：人、万元/月/人

级别	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
CXO（高管）	人数	5	5	5	2
	平均工资	4.54	4.60	3.73	2.93
	平均工资增长率	-1.30%	23.32%	27.30%	16.37%
总监（管理层）	人数	14	9	11	9
	平均工资	5.45	5.20	4.05	4.07
	平均工资增长率	4.81%	28.40%	-0.49%	17.97%
经理	人数	109	73	61	42

（中层员工）	平均工资	3.26	3.20	2.83	2.61
	平均工资增长率	1.87%	13.07%	8.81%	6.10%
专员（普通员工）	人数	210	172	129	84
	平均工资	1.53	1.45	1.41	1.42
	平均工资增长率	5.52%	2.84%	-0.70%	24.56%

报告期内，不同级别员工平均工资总体呈上升趋势。2020 年发行人高管的平均工资略有下降，主要是疫情期间社保减免所致。

报告期各期内，公司员工各岗位工资情况：

单位：万元/月/人

岗位	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
管理岗	2.53	2.58	2.51	3.00
增长率	-2.07%	2.79%	-16.33%	-
销售岗	2.28	1.91	1.50	1.47
增长率	19.37%	27.33%	2.04%	-
研发岗	3.02	2.76	2.50	2.30
增长率	9.42%	10.40%	8.70%	-
运营岗	1.50	1.45	1.42	1.27
增长率	3.45%	2.11%	11.81%	-

2018 年管理岗由于招聘了较多低级别的员工，平均工资较 2017 年降低。除前述情况外，报告期内，发行人各岗位工资逐年上涨。

同行业水平比较如下：

单位：万元/年

可比公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
掌阅科技	-	33.23	28.41	26.10
平治信息	-	15.29	20.22	10.42
点众科技	27.60	25.76	24.39	23.58

注：发行人人均薪酬根据利润表营业成本、期间费用中的相关薪酬数据以及华为技术开发项目职工薪酬之和除以平均员工人数计算所得，由于无法获取可比公司所有或部分相关科目的明细数据，故其人均薪酬根据其现金流量表中支付给职工的劳动薪酬除以当年员工人数计算所得。2020 年 1-6 月发行人人均薪酬为年化后计算结果。

报告期内，发行人员工平均工资略低于掌阅科技员工平均工资，高于平治信息员工平均工资，总体来看，发行人工资水平在同行业中具有一定的竞争优势。

与当地平均水平比较如下：

发行期内，发行人的业务开展区域主要为北京，发行人员工薪酬水平与当地类似行业薪酬水平对比：

单位：万元/年

类型	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
北京市信息传输、计算机服务和软件业城镇单位就业人员平均工资	-	23.41	20.73	18.29
点众科技	27.60	25.76	24.39	23.58

资料来源：北京市统计局《北京统计年鉴 2019》《北京统计年鉴 2018》《北京统计年鉴 2017》，国家统计局

根据上表显示，发行人员工平均收入明显高于北京市信息传输、计算机服务和软件业城镇单位就业人员平均工资，具有较强的竞争优势。随着公司业务发展，营业收入增长，员工平均收入保持了稳定增长趋势。

（4）霍尔果斯瑞铭员工情况

报告期内，霍尔果斯瑞铭的各期员工数量、工资薪酬情况如下：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
期末员工人数（人）	4	4	6	2
月平均工资（万元）	0.54	0.53	0.56	0.36

霍尔果斯瑞铭自 2017 年初开始运营，主要提供互联网渠道推广服务，与市场其他新媒体渠道营销公司一样，相关人员的主要工作是与渠道进行商务谈判和签约合作。除上表所列示的霍尔果斯瑞铭员工外，发行人另外安排 4-5 名员工全职负责霍尔果斯瑞铭的渠道推广及相关技术对接工作，该等员工每月的人工成本合计约 10 万元，由霍尔果斯瑞铭每月向发行人支付。

同行业上市公司中，掌阅科技于 2017 年设立霍尔果斯掌阅互娱科技有限公司，从事版权内容的转让及代理服务业务，其人员情况及经营业绩具体如下：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
员工人数（人）	未公示	10	10	0
营业收入（万元）	9,641.07	14,080.91	19,486.93	9,423.84
净利润（万元）	2,694.58	2,273.63	3,477.96	2,238.94

数据来源：国家企业信用信息公示系统，掌阅科技年报

此外，同行业公司未披露其是否存在两地办公安排。

综上所述，霍尔果斯瑞铭的员工人员情况及相关安排符合其业务情况及行业情况。

霍尔果斯瑞铭与新疆维吾尔自治区及霍尔果斯当地的平均薪酬情况具体如下：

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
新疆维吾尔自治区信息传输、计算机服务和软件业城镇私营单位就业人员月平均工资	-	-	0.35	0.35
新疆维吾尔自治区城镇居民人均月可支配收入	-	0.29	0.27	0.26
霍尔果斯市城镇居民人均月可支配收入	-	0.26	-	-
霍尔果斯瑞铭人员月平均工资	0.54	0.53	0.56	0.36

数据来源：国家统计局，新疆维吾尔自治区 2017、2018、2019 年国民经济和社会发展统计公报，霍尔果斯经济开发区（市）2019 年国民经济和社会发展统计公报

由于霍尔果斯地区并未公告相关行业人员的平均工资水平，参考新疆维吾尔自治区的同行业工资水平及城镇居民可支配收入水平可知，霍尔果斯瑞铭的相关工资薪酬明显高于霍尔果斯当地的平均薪酬，在当地具有一定的竞争优势。

（二）社会保险和住房公积金缴纳情况

1、报告期内社会保险缴纳情况

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人及其子公司共有 330 名员工，2020 年 6 月发行人及其子公司共计为其中 309 名员工缴纳了社会保险，未缴纳社会保险的员工人数为 21 人,其均因当月新入职未及时办理缴存手续。

报告期内，应缴未缴社会保险金额及占同期发行人营业利润的比例情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
应缴金额（万元）	240.20	1,050.13	865.49	409.34
实缴金额（万元）	219.51	1,026.80	828.19	380.92
应缴未缴金额（万元）	20.69	23.33	37.30	28.43

当期营业利润（万元）	14,081.58	12,977.13	8,565.80	7,035.16
应缴未缴金额占同期发行人营业利润的比例	0.15%	0.18%	0.44%	0.40%

注：2020 年上半年，受疫情期间社保减免的影响，发行人应缴社会保险金额大幅度下降。

报告期内发行人及其子公司未为部分员工缴纳社会保险主要是由于员工入职时间晚于社保缴纳日期或入职一个月内离职、原工作单位未及时办理减员或员工个人原因未能提供办理社会保险资料以及员工个人自愿放弃等原因。

2、报告期内住房公积金缴纳情况

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人及其子公司共有 330 名员工，2020 年 6 月发行人及其子公司共计为 307 名员工缴纳了住房公积金，未缴纳住房公积金的员工人数为 23 人，其中因当月新入职未及时办理缴存手续的 21 人，因员工自愿放弃而未缴纳的 2 人。

报告期内，应缴未缴住房公积金金额及占同期发行人营业利润的比例情况如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
应缴金额（万元）	312.16	445.92	343.59	162.69
实缴金额（万元）	295.91	427.01	317.14	137.98
应缴未缴金额（万元）	16.25	18.91	26.45	24.71
当期营业利润（万元）	14,081.58	12,977.13	8,565.80	7,035.16
应缴未缴金额占同期发行人营业利润的比例	0.12%	0.15%	0.31%	0.35%

报告期内发行人及其子公司因部分员工入职或离职当月未缴纳、自愿放弃缴纳、霍尔果斯瑞铭未及时开立公积金缴存账户、员工原单位未及时办理减员等原因未为部分员工缴纳住房公积金。

根据社会保险、住房公积金主管部门出具的证明并经核查，发行人及其子公司报告期内不存在因违反劳动法及社会保障、住房公积金管理相关法律、法规而受到过处罚的情形。

此外，针对发行人上述报告期内存在未及时为个别员工缴纳社会保险和住房公积金的情形，实际控制人陈瑞卿、何春虹承诺：“对于点众科技或其子公司在

首发上市前未足额缴纳的任何社会保险或住房公积金，如果在任何时候有权部门要求点众科技或子公司补缴该等社会保险、住房公积金，或点众科技及子公司因未缴纳该等社会保险、住房公积金而承担任何罚款或损失，本人承诺将无条件全额补偿点众科技及子公司就此承担的全部支出、罚款、滞纳金、赔偿及费用，保证点众科技及子公司不因此受到任何损失。”

综上，发行人未为全体员工缴纳社会保险及住房公积金的行为不属于重大违法违规行为，不构成本次发行的实质障碍。

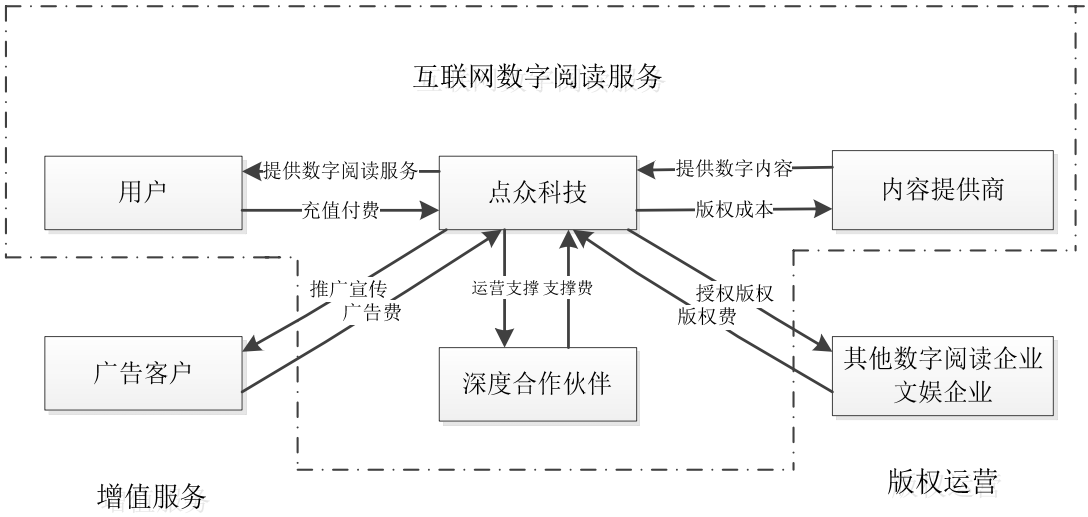
第六节 业务和技术

一、公司主营业务、主要产品或服务的情况

（一）主营业务、主要产品或服务的基本情况

公司主营业务系为互联网用户提供互联网数字阅读服务以及围绕其展开的版权运营和增值服务。

互联网数字阅读服务系发行人通过点众快看阅读平台向互联网用户提供数字内容的阅读服务及为深度合作伙伴提供的运营支撑服务；版权运营系公司从签约作者处获取数字内容版权授权后，向其他数字阅读企业或文娱企业进行版权授权，取得版权运营收入的业务；增值服务系公司基于积累的用户资源为广告客户提供的广告营销服务和基于公司与中国移动的合作为合作方提供的话费计费推广服务。三者关系如下图：



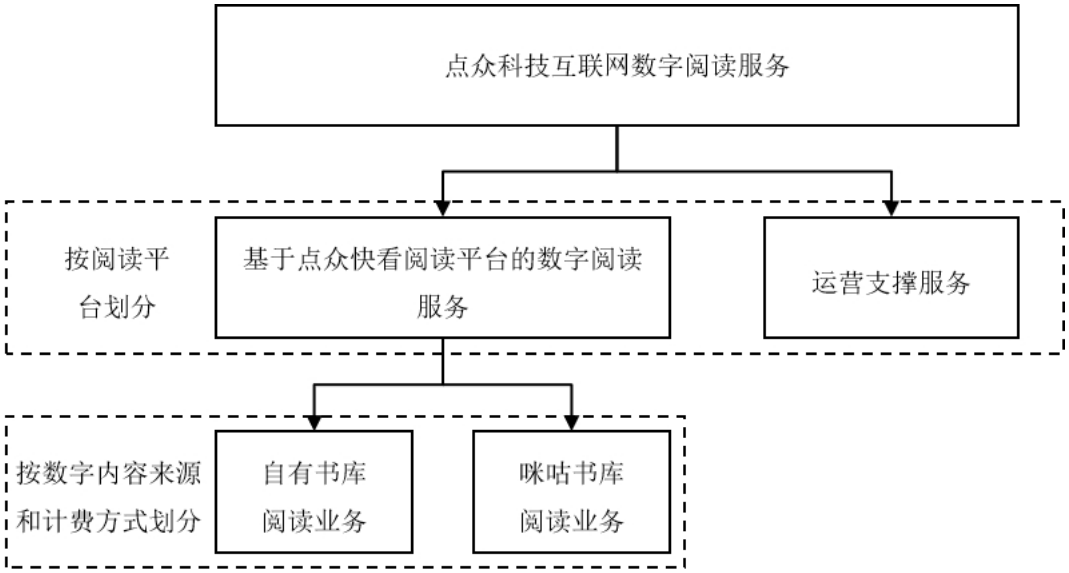
报告期内，公司主营业务以互联网数字阅读服务为主，以版权运营和增值服务为辅，主营业务未发生变更。

1、互联网数字阅读服务

互联网数字阅读服务是指公司将从内容提供商（签约作者和版权机构等）获取的数字内容制作成数字阅读产品，再通过点众快看阅读平台或为深度合作伙伴提供的运营支撑平台向互联网用户提供数字阅读服务。

（1）公司互联网数字阅读服务的类型

公司的互联网数字阅读服务按阅读平台的不同划分为基于点众快看阅读平台的数字阅读服务和为深度合作伙伴提供的运营支撑服务，其中基于点众快看阅读平台的数字阅读服务按照数字内容来源和计费方式的不同进一步划分为自有书库阅读业务和咪咕书库阅读业务。



自有书库阅读业务和咪咕书库阅读业务的具体区别如下：

项目	自有书库阅读业务	咪咕书库阅读业务
数字内容来源	公司的签约作者和其他内容提供商	咪咕数媒
支付方式	财付通、支付宝、易联支付等互联网第三方支付渠道	中国移动话费支付
阅读平台	“快看小说”APP（含“免费小说大全”、“点众阅读”、“点众阅读”、“小说阅读吧”等 APP（含快应用）） “西瓜免费小说”APP “阅读”APP（华为点众合作版） 快看阅读 H5 网站	“快看小说”APP（含“免费小说大全”APP等）

注：免费小说大全、点众阅读、小说阅读吧等与快看小说使用同一系统体系，从发行人运营角度来讲属于同一 APP 产品。

公司为深度合作伙伴提供的运营支撑服务是公司基于其在互联网数字阅读领域的专业技术能力和产品运营经验，向深度合作伙伴提供运营支撑服务并收取服务费的业务。运营支撑服务主要包括提供数字内容、技术支撑和运营支撑。

（2）点众快看阅读平台

公司主要通过点众快看阅读平台提供互联网数字阅读服务，点众快看阅读平台包括阅读类 APP 产品矩阵以及快看阅读 H5 网站，报告期内阅读类 APP 产品又分为公司 APP 产品和与推广渠道合作 APP 产品。其中阅读类 APP 产品矩阵中用户充值消费金额 95%以上的是公司 APP 产品，主要包括“快看小说”、“免费小说大全”、“小说阅读吧”、“点众阅读”、“免费小说全集”、“热门小说大全”、“小说大全（繁体版）”、“西瓜免费小说”等，此部分 APP 中除“西瓜免费小说”是发行人尝试性运营的主要通过广告方式变现的 APP 外，其他 APP 均与“快看小说”使用同一系统体系，在发行人处与“快看小说”视为同一 APP；快应用类 APP 是点众快看阅读平台触达用户的轻 APP（不用下载直接使用），方便用户使用，在发行人处与“快看小说”视为同一 APP；阅读类 APP 产品矩阵另外一部分是与推广渠道合作，由合作方在应用商店上传，由发行人实际运营的 APP，代表性如“阅读”（华为点众合作版）、“蔚蓝小说”、“爱读小说”、“小说阅读王”等，此部分 APP 除“阅读”（华为点众合作版）是在发行人独立服务器运行外，其他渠道推广合作 APP 产品与发行人“快看小说”产品使用同一系统体系，因此在发行人处也均与“快看小说”视为同一 APP。截至本招股说明书签署日，除“阅读”（华为点众合作版）外，其他合作渠道上传的 APP 均已经停服或下架。发行人通过阅读类 APP 产品矩阵方式的运营策略可以触达更多阅读用户，有利于公司阅读业务发展。



互联网用户可以通过上述移动阅读APP和快看阅读H5网站进入点众快看阅读平台。对于移动阅读 APP，用户下载或创建快应用入口进入相关 APP 后进行访问；用户主要通过微信公众号或浏览器进入 H5 阅读页面。点众快看阅读平台的内容展现形式如下：



移动阅读APP展示页面



快看阅读H5网站展示页面

（3）发行人所有 APP 及快看阅读 H5 网站内容差异情况

发行人的产品分为APP产品和快看阅读H5网站（以下简称“自有H5网站”），

其中 APP 产品可以进一步划分为快看小说（包含免费小说大全等）、西瓜免费小说和华为阅读（即“阅读”（华为点众合作版），以下简称“华为阅读”）等。

产品	首次上线时间	产品简介
快看小说	2014 年 1 月	发行人主要的 APP 产品，目前用户主要通过消耗看点的模式按章/本阅读作品 免费小说大全等与快看小说使用同一系统体系，对发行人来说实际视为同一款 APP 2019 年 8 月发展境外业务推出小说大全（繁体版），与快看小说使用同一系统体系 2019 年 1 月推出点众阅读等快应用 2020 年 3 月点众新加坡推出客户端阅读产品
西瓜免费小说	2018 年 8 月	上线之初为免费阅读产品，主要用于开展互联网广告业务；自 2019 年 4 月起提供付费阅读服务
华为阅读	2019 年 1 月	发行人与华为进行合作，预装于华为手机中的阅读产品
自有 H5 网站	2016 年 6 月	随着微信、微博的发展，发行人推出的可供用户通过 H5 网站进行访问的产品，其最主要的入口为微信公众号

注：免费小说大全等包括免费小说大全、小说阅读吧、点众阅读、免费小说全集、热门小说大全等一系列 APP；华为阅读即“阅读”APP（华为点众合作版）。

上述产品中，免费小说大全、点众阅读快应用和小说大全（繁体版）等与快看小说在书库设置和后台统计方面一致，下文均以快看小说列示。

截至 2020 年 6 月 30 日，发行人各 APP 产品和自有 H5 网站书库的情况如下：

产品		书库	书库设置原因
快看小说	咪咕版	咪咕版快看小说原使用咪咕数据，曾拥有作品 246,533 册，自 2019 年起，发行人不再开展咪咕书库数字阅读业务，上述作品目前均处于下架状态	给用户提供最丰富的图书内容资源，但是在实际推广过程中会根据各个产品的用户特征选择相匹配的书籍进行重点推广
	自有版	均使用自有书库，截至 2020 年 6 月 30 日，拥有作品逾 19 万册，作品来源于点众科技自签约作者以及来自中文在线、掌阅科技、阿里文学和南京大众书网等 300 余家内容提供商	
自有 H5 网站			
华为阅读			
西瓜免费小说		均使用自有书库，截至 2020 年 6 月 30 日，拥有作品 1 万余册，作品来源于点众科技自签约作者以及 90 余家内容提供商	西瓜免费小说主要为免费产品，故重点挑选已完结、买断的以及部分连载非畅销书目进行推广

如上表所示，发行人咪咕版本快看小说原使用由咪咕提供的书库，该类业务自 2019 年不再开展，相关书目均已进行下架处理。自有书库版本快看小说、自有 H5 网站和华为阅读的底层书库均一致，为发行人的自有书库，但在日常运营中，发行人会根据不同产品的用户偏好重点推荐不同的书籍。西瓜免费小说于

2018 年投入运营，当年为免费产品，自 2019 年 4 月起提供付费阅读服务，但由于其定位仍然以免费产品为主，故书库设置上从总体体量上来说较少，同时以已完结、买断以及部分连载非畅销书目为主。

综上，截至目前，快看小说、自有 H5 网站和华为阅读的底层书库设置相同，西瓜免费小说因其产品定位与其他产品的书库设置有所差异。

（4）发行人各子公司拥有的数字内容版权及 APP、快应用等著作权情况，及提供相关服务的合法合规性

截至本招股说明书签署日，发行人通过子公司中企瑞铭、霍尔果斯瑞铭、每日趣阅、阅见未来、阅见天下、点点阅将“小说阅读吧”等应用程序及相关快应用上传至应用商店，具体情况如下：

软件著作权人	应用程序名称	快应用名称
中企瑞铭	小说阅读吧	小说阅读吧
	快看小说	
霍尔果斯瑞铭	免费阅读吧	书多多
	免费小说专区	
每日趣阅	西瓜免费小说	西瓜小说
	小说大全	
阅见未来	点众阅读	松鼠阅读
阅见天下	小说阅读吧	小说全集
	书多多	书多多
	免费小说全集	
北京点点阅	热门小说大全	热门小说大全
点众快看	免费小说大全	小说大全
	小说大全	

经核查，中企瑞铭作为发行人原创作品签约主体，拥有数字内容版权，并与发行人的其他内容供应商一样，同发行人签订数字版权合作协议，将其作品的网络传播权授权给发行人；发行人的其他子公司均无数字内容版权；发行人取得中企瑞铭及其他内容供应商（即作品版权方）的合法授权，通过发行人自有或子公司名下上述产品向公众提供网络出版物。

根据《网络出版服务管理规定》第二条之规定，网络出版服务是指通过信息网络向公众提供网络出版物。在业务开展过程中，虽然形式上前述产品均曾以子公司名义与阅读用户签署相关《用户协议》，但实质上该等应用程序及快

应用均向发行人服务器发送请求以获取数据内容，并实际由发行人提供后台运营服务，相关数字内容亦均由发行人提供，发行人系提供网络出版服务的主体。

根据北京市新闻出版局出具的《证明》：发行人子公司名下“该等平台的网络出版服务由点众科技提供并符合我局的日常监管要求。点众科技通过上述子公司将上述应用程序及相关快应用上传至应用商店，相关子公司作为权利义务主体与用户签署相关《用户协议》。”

发行人已取得“（署）网出证（京）字第027号”《网络出版服务许可证》，证载业务范围为“出版与中国境内已出版的出版物内容相一致的数字化作品”。

发行人及各子公司均已取得文化执法部门出具的证明或查询告知书，确认该等主体报告期内没有因违反文化、出版等方面行政管理相关法律法规受到行政处罚的记录。2020年9月22日，北京市新闻出版局出具《证明》，发行人及其子公司的上述业务模式已为北京市新闻出版局知悉，截至《证明》出具日，“点众科技及其上述子公司未有因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件受到我局处罚”。

综上所述，发行人通过子公司上传前述应用程序或快应用并曾以相应子公司名义签署用户协议，但该等应用程序及快应用均向发行人服务器发送请求以获取数据内容，后台运营服务及作品内容均由发行人提供；北京市新闻出版局已出具《证明》确认“该等平台的网络出版服务由点众科技提供并符合我局的日常监管要求”，且发行人已取得《网络出版服务许可证》；发行人及其各子公司均已取得开展业务应获取的全部业务资质；报告期内，发行人及上述子公司的前述行为已为主管部门知悉，未有因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等相关法律法规受到主管部门处罚；其子公司不存在因被认定为未获得《网络出版服务许可证》的情况下提供相关服务而被关停、被处罚的风险，前述情形不会对发行人的持续经营能力造成重大不利影响，不构成发行人本次发行上市的实质法律障碍。

为进一步明确《用户协议》的权利义务主体，发行人将前述应用程序及快应用的用户协议签署主体进行变更为发行人，从形式上进一步向用户明确提供

网络出版服务的主体为发行人。上述措施不会对 APP 及快应用产品、上架书籍数量等产生影响。

根据 2020 年 9 月 22 日，北京市新闻出版局出具的《证明》，北京市新闻出版局知悉发行人变更相关《用户协议》签署主体，截至《证明》出具日，发行人及其上述子公司未有因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件等受到该局处罚。

发行人的实际控制人陈瑞卿、何春虹已出具书面承诺，如发行人的子公司因未取得《网络出版服务许可证》受到主管部门处罚，给发行人或其子公司造成损失的，由其承担补偿责任。

综上所述，发行人已采取上述措施进一步明确提供网络出版服务的主体为发行人，不存在因子公司未取得《网络出版服务许可证》而受到损失的风险；上述措施未对发行人运营中的 APP 及快应用产品、上架书籍数量等产生不利影响。

（5）相关产品在宣传过程中是否存在违反《广告法》进行虚假宣传的情形，是否存在法律风险

根据《中华人民共和国广告法》第二十八条之规定：“广告有下列情形之一的，为虚假广告：

①商品或者服务不存在的；

②商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际情况不符，对购买行为有实质性影响的；

③使用虚构、伪造或者无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料的；

④虚构使用商品或者接受服务的效果的；

⑤以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的其他情形。

经核查，发行人含有“免费”字样的产品均设有免费专区或限时免费专区，向用户提供免费阅读服务，但在免费专区除提供免费阅读服务外，还设有小编推荐栏目推荐付费作品；此外，“西瓜免费小说”调整运营策略，增加付费阅读服务时未及时删除“全站免费”的宣传语，存在服务的价格与实际情况不符的情形。

鉴于，对需要付费的内容，在用户进行消费之前，各产品均会对用户进行付费提示，无论是在含有“免费”字样的产品或模块中消费、或是在宣传中包含“全站免费”字样的产品中消费，用户均系在知情且同意的情形下进行付费阅读，不构成《中华人民共和国广告法》第二十八条所述的服务的价格与实际情况不符，对消费者购买行为有实质性影响等属于虚假广告的情形。

为进一步规范宣传行为，发行人已对各应用商店的全部产品宣传语进行筛查，删除了“全站免费”等宣传语；并在各产品书架标签的免费专区，进一步明示小编推荐栏目中的相关作品为收费作品；除小编推荐栏目内推荐的付费新书外，免费专区的作品不存在收费情况，限时免费专区的作品在免费时间内，亦不存在收费的情况。

经中介机构在国家企业信用信息公示系统、信用中国（北京）网站查询，报告期内发行人未因存在发布虚假广告而受到主管部门的行政处罚

发行人实际控制人出具书面承诺，如发行人因相关产品在宣传过程中存在违反《广告法》进行虚假宣传的情形受到主管部门处罚或给发行人造成损失的，由其承担补偿责任。

综上所述，发行人相关产品在宣传过程中的宣传行为不构成《广告法》所述的虚假广告，发行人不存在因前述宣传行为被认定为虚假广告而被主管部门处罚或与他人产生纠纷而受到损失的风险；为进一步规范宣传行为，发行人删除了“全站免费”等宣传语，并在各产品书架标签的免费专区，进一步明示小编推荐栏目中相关作品为收费作品；上述措施完成后，相关产品仍为付费产品，不会对发行人业务收入和持续经营能力造成重大不利影响。

2、版权运营业务

发行人版权运营业务系从签约作者处获取原创网络文学作品版权授权，通过筛选审核、运作孵化、宣传推广等运营措施，进一步挖掘版权内容价值后，向其他数字阅读企业或文娱企业进行版权授权，取得版权运营收入。

3、增值服务

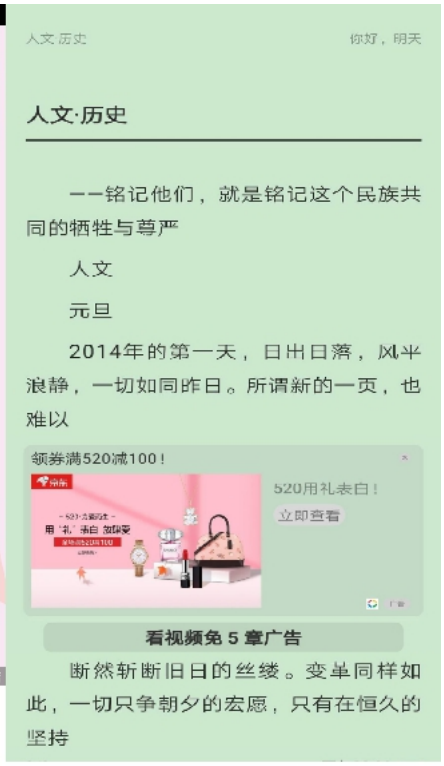
公司增值服务主要包括广告营销服务和话费计费推广服务。

（1）广告营销服务

公司基于点众快看阅读平台积累的用户资源，为各类商业广告客户提供广告营销服务。公司主要广告类型展示如下：



开屏广告



信息流广告

（2）话费计费推广服务

公司提供的话费计费推广服务主要发生在报告期期初，具体是指公司与中国移动合作，获得中国移动提供的话费计费渠道及其对应的营销 ID 编号，公司在自用的同时，也为公司其他合作方提供对应 ID 编号的数据接口，并定期向咪咕数媒进行备案。当合作方的用户使用其产品并发生消费行为时，可通过话费进行

支付。中国移动根据 ID 编号进行识别，定期与公司进行结算。

（二）主营业务收入的主要构成

报告期内，公司主营业务收入具体构成及比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字阅读收入	82,658.45	98.28%	**87,634.72**	**94.91%**	**47,720.70**	**94.27%**	**30,930.89**	**96.16%**
自有书库阅读业务	73,613.85	87.52%	77,289.20	83.71%	43,673.32	86.28%	25,979.08	80.77%
咪咕书库阅读业务	-	-	-1.79	-0.002%	1,250.54	2.47%	4,951.81	15.40%
运营支撑服务	9,044.60	10.75%	10,347.31	11.21%	2,796.84	5.53%	-	-
版权运营收入	**1,265.94**	**1.51%**	**3,233.68**	**3.50%**	**2,552.51**	**5.04%**	**1,094.31**	**3.40%**
增值服务收入	**181.70**	**0.22%**	**1,465.41**	**1.59%**	**345.97**	**0.68%**	**139.25**	**0.43%**
合计	**84,106.09**	**100.00%**	**92,333.81**	**100.00%**	**50,619.18**	**100.00%**	**32,164.45**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入以数字阅读收入为主，数字阅读业务收入占比分别为 96.16%、94.27%、94.91%和 98.28%。

报告期内，公司数字阅读业务收入中，境内收入和境外收入的情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字阅读收入	境内部分	80,739.17	97.68%	87,510.67	99.86%	47,720.70	100.00%	30,930.89	100.00%
	境外部分	1,919.29	2.32%	124.05	0.14%	-	-	-	-
	合计	**82,658.45**	**100.00%**	**87,634.72**	**100.00%**	**47,720.70**	**100.00%**	**30,930.89**	**100.00%**

报告期内，公司推出面向境外的阅读产品——“小说大全”繁体版，发展境外阅读业务。2019 年和 2020 年 1-6 月，公司实现境外收入 124.05 万元和 1,919.29 万元，占数字阅读业务收入的 0.14%和 2.32%。

（三）主要经营模式

1、销售模式

（1）互联网数字阅读服务

互联网数字阅读服务是公司营业收入的主要来源，包括自有书库阅读业务、咪咕书库阅读业务和运营支撑服务，各业务主要模式如下：

①自有书库阅读业务

自有书库阅读业务中，用户阅读的数字内容均为公司获得授权的版权书籍，以按章/本购买或包月的形式消费。对于按章/本购买并消费的形式，首先用户充值兑换“看点”，然后消费“看点”按章/本购买数字阅读内容；对于包月服务，用户购买后可在相应服务有效期内阅读公司指定范围内的数字内容。

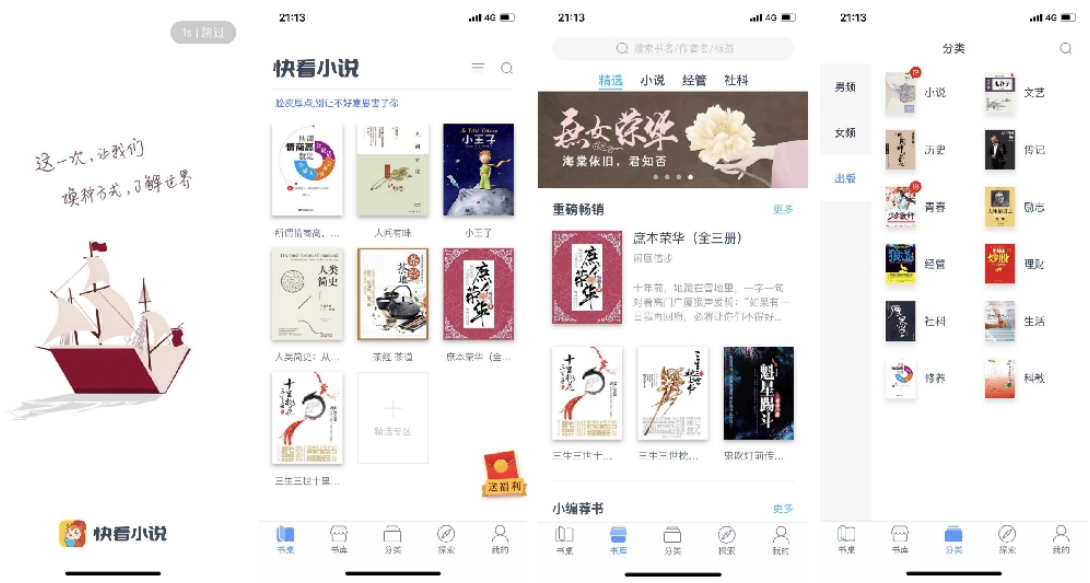
公司自有书库阅读业务平台主要有移动阅读 APP、快看阅读 H5 网站等，主要充值渠道有财付通、支付宝、易联支付等互联网第三方支付渠道，中国移动、中国联通等运营商支付渠道，以及华为、苹果等手机厂商支付渠道。

②咪咕书库阅读业务

咪咕书库阅读业务中，用户阅读的内容均来自咪咕数媒，咪咕数媒是中国移动旗下运营数字阅读业务的公司。该业务模式下，用户通过话费支付的方式购买数字阅读内容。

在此种模式下，一方面用户在发生付费阅读行为时，按章/本直接扣取用户话费，咪咕数媒以用户支付的话费为基础，按照约定的比例定期与点众科技进行结算；另一方面咪咕数媒的版权内容提供商会委托点众科技对其授权给咪咕数媒的数字内容在点众快看阅读平台 APP 中进行优先位置的推广并向点众科技支付推广服务费。

自有书库阅读业务和咪咕书库阅读业务均基于点众快看阅读平台开展，点众快看阅读平台展示图如下：



展示页　　书架　　书库　　分类

③运营支撑服务

运营支撑服务是互联网数字阅读业务的新业务形式。在该业务模式下，数字阅读企业基于其在互联网数字阅读领域的专业技术能力和产品运营经验，向具备较强渠道拓展能力的深度合作伙伴提供运营支撑服务并收取服务费。

点众科技为深度合作伙伴提供的运营支撑服务具体包括提供数字内容、技术支撑和运营支撑。深度合作伙伴负责相关产品的渠道推广并按照约定的分成比例向点众科技支付运营支撑服务费。

快乐农夫自 2012 年开始从事互联网推广等业务，2017 年快乐农夫作为推广渠道与发行人合作推广发行人 H5 网站阅读产品。2018 年 6 月发行人开始与快乐农夫合作开展运营支撑服务，双方的业务合作模式具体如下：



如上图所示，发行人为快乐农夫开发推广平台，快乐农夫通过其推广团队对接微信渠道推广方（即各种微信流量供应商），众多微信渠道推广方在推广平台自行注册并电子签约后领取推广链接，并进行后续的推广触达用户，用户通过各类海量的公众号或者在今日头条、抖音、广点通等信息流推广平台关注微信公众号，再由微信公众号进入 H5 网站进行付费阅读。在产品稳定性好、用户付费意愿稳定的前提下，此种方式可以快速积累大量微信推广渠道，每家微信推广渠道都有众多微信公众号接入快乐农夫的推广平台，累计有 3 万个。

（2）版权运营业务

发行人版权运营业务系从签约作者处获取原创网络文学作品版权授权后，通过筛选审核、运作孵化、宣传推广等运营措施，进一步挖掘版权内容价值后，向其他数字阅读企业或文娱企业进行版权授权，取得版权运营收入。公司的版权授权模式分为卖断模式和分成模式：

①卖断模式：公司收取固定金额的版权使用费，并在授权期限内出售版权的部分权利，如该作品的影视、漫画、听书等相关授权，无后续运营收益分成。

②分成模式：分成模式可分为无保底分成模式和保底分成模式。无保底分成模式下，公司将数字版权的部分权利授权后，按合同的约定与被授权方对版权收益进行分成；保底分成模式下，被授权方须先向公司支付约定的保底金额，并对

超过保底部分的收益进行分成。

（3）增值服务

公司增值服务主要包括广告营销服务和话费计费推广服务。

①广告营销服务

公司基于点众快看阅读平台积累的用户资源，为各类商业广告客户提供广告营销服务，并收取广告营销费用。报告期内，公司主要的广告类型及广告位如下：

广告类型	位置
开屏广告	启动页
信息流广告	阅读页内置广告位

公司的广告营销服务的计费方式主要是 CPM 和 CPA。具体如下：

A、CPM 计价方式下，公司根据展示广告的情况，以每千次展示向广告客户收费。

B、CPA 计价方式下，公司根据用户激活量的情况向广告客户收费，其收入取决于用户的下载激活量。

②话费计费推广服务

在话费计费推广服务中，公司将中国移动授权的话费计费渠道授权给合作方，合作方使用移动话费计费功能后，咪咕数媒将获取的信息费按约定比例支付给公司，公司再支付给合作方。

2、采购模式

公司的采购主要为版权采购和渠道推广采购，二者的采购模式具体如下：

（1）版权采购模式

①采购内容

公司版权采购分为向签约作者采购和向其他内容提供商采购两种方式。

向签约作者采购：公司通过直接与作者签约的方式购买其作品版权，一般情

况下，公司取得的版权包括作品的信息网络传播权、复制权、发行权、改编权等在内的完全版权。该类版权的授权期限较长，通常为 10 年、20 年或 50 年。

向其他内容提供商采购：其他内容提供商主要是出版社、版权机构、文学网站等，公司通过与其他内容提供商签订协议的方式，向其采购数字内容的版权使用权。该采购模式一般为批量采购，公司可以在一定的期限和范围内按照约定的方式使用采购的版权。公司的主要版权内容提供商为中文在线、掌阅科技、阿里文学等。

②交易模式

公司版权运营主要根据版权方的类型和诉求不同，采取不同的采购方式，主要模式为买断和分成，分成模式又分为有保底分成和无保底分成两种模式。具体如下：

A、买断模式

公司与作者或其他内容提供商签订协议，通过支付固定采购价款的方式，在一定期限内获得版权内容的约定权利，无后续运营收益分成。

B、分成模式

分成模式又可分为无保底分成模式和保底分成模式。

无保底分成模式：公司与作者或其他内容提供商签订协议，约定公司在一定期限内获得授权版权的约定权利，内容提供商在公司实际运营版权内容取得收入后按照一定比例获得分成收益。

保底分成模式：公司与作者或其他内容提供商在协议中约定保底预付条款，公司先向内容提供商支付保底预付款，后续对累计收益超过保底金额的部分再按约定分成比例结算。

（2）渠道推广采购

公司对外采购的渠道推广服务主要为与推广服务提供商进行合作，推广点众快看阅读平台。

公司主要通过信息流、应用市场、新媒体等营销渠道推广点众快看阅读平台。主要结算方式分为分成模式（即按照用户充值金额分成结算推广费）和非分成模式（包括按照用户点击、下载、激活等结算量结算推广费）。

（四）设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

公司自 2011 年设立以来，一直专注于互联网数字阅读服务和版权运营，以作者和其他内容提供商为正版数字内容来源，以满意的个性化用户体验为服务目标，通过公司的阅读平台向用户提供和推荐优质阅读产品。根据公司主要版权来源及行业发展情况，公司主营业务和经营模式可分为三个阶段：

1、第一阶段（2011 年-2014 年）

此阶段，公司依托咪咕书库数字阅读服务构建初始内容分发能力。此阶段为公司业务发展早期，由于公司尚不具备内容引入和内容分发的优势，因此选择以和咪咕数媒合作的方式开展业务，并依托咪咕数媒的内容优势和话费计费优势逐步构建自身的内容分发能力。此外，由于产品矩阵方式的运营策略可以触达更多阅读用户，在发展初期公司就采用了多产品的策略，以自有产品为主，以合作产品为辅，在业务发展早期各产品均使用咪咕书库。此阶段公司的主要收入来源于咪咕书库阅读业务。

2、第二阶段（2015 年-2018 年）

此阶段，公司发展重心逐步转向自有书库数字阅读服务。2015 年 11 月，公司基于在互联网数字阅读业务领域积累的运营经验和用户规模，从签约作者和其他内容提供商获取数字内容，正式推出了自有书库数字阅读产品，逐步减少咪咕书库数字阅读服务的发展，并逐步将咪咕书库版本产品的用户向自有书库版本产品切换，公司的发展重心开始转向自有书库数字阅读服务。

在发展自有书库数字阅读服务过程中，发行人依旧采用产品矩阵的策略，并根据市场环境的变化适时推出相适应的产品不断强化自身的内容分发能力。2016

年，公司抓住下沉市场[1]的发展机遇，在移动阅读 APP 的基础上，又推出了快看阅读 H5 网站，主打基于微信生态的数字阅读方式。至此，发行人的自有书库数字阅读服务也划分为 APP 产品业务和 H5 网站业务。

此阶段，公司的主要收入来源逐步过渡到自有书库阅读业务，咪咕书库阅读业务收入比重逐步下降。

3、第三阶段（2019 年之后）

此阶段，发行人数字阅读业务得到快速发展，同时积极布局海外市场。

至此，公司已形成“APP+H5”“付费+免费”“境内+境外”的阅读产品矩阵，实现了用户覆盖规模的进一步扩大。在此基础上，公司继续夯实数字内容基础，持续加大优质内容的引入；深化与微信、头条、短视频等信息流渠道的合作，提高推广的精准度；深耕精细化运营，不断完善用户画像，实现内容的精准推荐和活动的精确触达，进而提升用户付费转化。同时，公司一方面进一步探索漫画、听书、知识付费等新业务，寻求现有数字阅读服务与新业务板块有机结合，整合产业链上的文娱资源，打造以“点众快看”为核心的数字阅读生态圈；另一方面积极布局海外数字阅读市场。

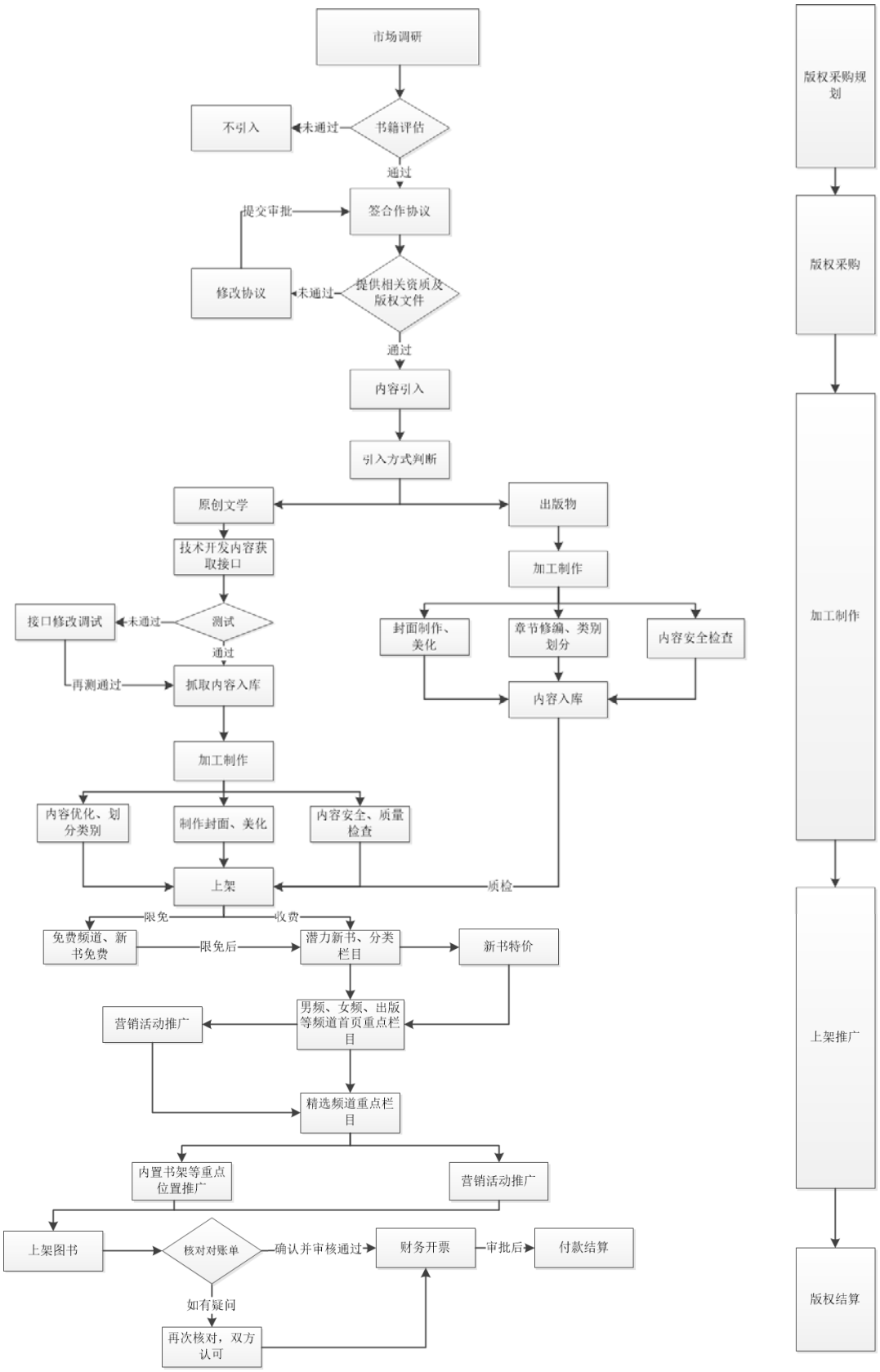
（五）主要产品、服务的流程图

1、互联网数字阅读服务

（1）自有书库阅读业务模式

自有书库阅读业务主要涉及制定版权采购规划、版权采购、加工制作、上架推广和版权结算等环节。

[1] 注：下沉市场即三线及以下城市市场。



①制定版权采购规划及采购版权内容

版权采购规划由公司根据市场调研结果综合制定，向作者和其他内容提供商采购内容。内容运营部对内容合作方提供的书单进行综合评估，确定需要的书单，与合作方签订合作协议，约定具体采购方式，包括买断、保底分成、无保底分成等。公司要求合作方必须提供国家法律、法规规定的相关资质及版权文件，提交公司内部审核部门进行审核，审核通过后引入数字内容。

②版权上架运营

数字内容确定引入后，由编辑部门对其进行加工整理，并上传入库及上架。

a、版权类型划分及技术开发

公司引入的数字内容分为出版物和原创文学（含签约作者的作品）。对于出版物，需由合作方及时提供相关内容资源的电子文件，进入加工制作环节。对于原创文学，需先由技术部门对接合作方技术部门，开发、调试技术接口，保证线上内容自动传输的及时性、准确性。技术开发完成后，版权内容进入公司版权平台。

b、加工制作

编辑部门首先会对数字内容进行等级划分，按照优先顺序进行加工制作。

对于出版物，如发现不符合要求的情况，则将该电子出版物退回，要求相关合作方重新提交符合规范的版权内容。而后，编辑人员将进行内容整理，划分类别，整理相关素材，上架推广。

对于原创文学，编辑人员需从章节连贯性、完整性等方面进行检查，对于封面缺失、章节重复错乱丢失等情况，协调相关部门及合作方进行处理，对不符合要求的内容不予上架。

c、内容安全审查

公司在平台内容生产和传播过程中，始终坚持导向意识，坚持制度建设先行，严格把控内容的价值导向和精神引领，把内容安全放在产品运营的首位。为此，公司从成立之初便依据出版相关法律、法规要求，逐步建立和完善内容安全审查制度。

公司成立的内容审核质检组负责内容安全审查工作，由审核专员在责任编辑带领下，采取技术手段加人工审核的组合审查方式，进行内容的过滤审查。具体步骤如下：

（a）敏感词过滤机制

公司的敏感词过滤扫描平台将版权库里的所有内容均纳入敏感词扫描，首先确保从技术上建立第一道安全阀。

敏感词过滤扫描平台采取两级扫描方式。对于触发一级敏感词（涉政敏感词）的作品一律驳回版权方，不予入库；对触发二级敏感词（低俗敏感词）内容统一纳入人工审核范畴。

（b）编辑人工审核

编辑人工审核范围涵盖封面、书名、简介、章节和正文内容，采取试读和通读两个步骤。试读由审核人员根据内容审核规范选取书籍部分内容进行审读，如试读通过，则由审核专员进行通读审查。通读过程中出现违规内容，则驳回版权方，修改后再次审核直至最终内容没有风险予以入库。

在审核过程中，如审核专员遇到无法确认内容是否违规的情况，则记录问题，上报至责任编辑，由责任编辑把关判断。如责任编辑无法判断，则升级汇报至总编辑，由总编辑最终给出审核意见，并形成案例作为日后遇到同样问题的处理依据。

（c）不良信息举报机制

公司在编辑日常审核工作之外，充分调动用户的力量，接受用户监督。公司在点众快看阅读平台书籍内容页中增加鼓励用户举报不良信息提示，并开通举报入口，通过客服电话和 QQ 群接受用户针对不良内容的举报，确保举报设备时时畅通。公司会对举报内容及时处理，提高内容安全审核效率。

d、上架推广

编辑部门将加工制作完成的数字内容交由运营部门进行上架推广。

针对新上架的作品，公司会根据作品所属品类及字数设置不同的营销推广策

略，部分新上架的作品会面向用户进行限时免费推广，另外部分新上架的作品则会在各频道新书栏目进行曝光测试推广。

限时免费的作品在免费到期后，运营人员会根据后续付费效果确定下一步的推广策略。如果限免结束后付费效果较好，这些作品会进入频道页面更优位置进行推广，维持一定的曝光度，延续付费。如果限免结束后付费效果不理想，则对这些作品进行弱化处理，仅维持小范围的曝光，待作品字数有明显增长或后续内容情节质量提升后，再次推广测试。

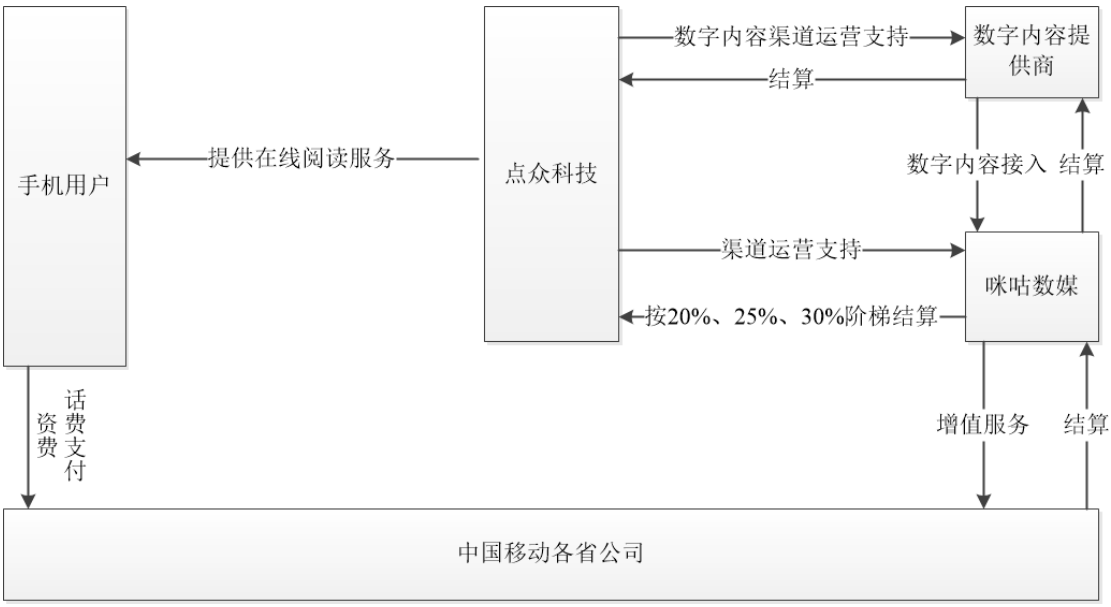
对于在新书栏目曝光的作品，会根据作品销售的数据表现分别进入不同栏目进行推广。销售较好的作品，会晋级至频道更优位置，并遵循一定的晋级规范，不断向精选页、书架页、启动页等重点位置晋级。其他作品则会沉淀至其他子栏目页面，或者借助特价、秒杀等多种形式的促销活动进行推广。

③版权结算

版权结算主要依据与内容提供商签订的合同，具体分为无保底分成、保底分成、买断等模式。无保底分成模式是待数字内容产生收入后再与内容提供商结算；保底分成根据合同约定分为按年或按月保底，以按月保底为主；买断模式下分为一次性付款和分次付款。

（2）咪咕书库阅读业务模式

咪咕书库阅读业务模式主要涉及到公司、内容提供商、移动运营商和用户四方。



业务流程说明如下：

①用户下载公司的移动阅读 APP；

②公司在移动阅读 APP 推广咪咕数媒的书籍；

③用户阅读书籍收费章节，系统提示用户按章/本支付，用户确认支付；

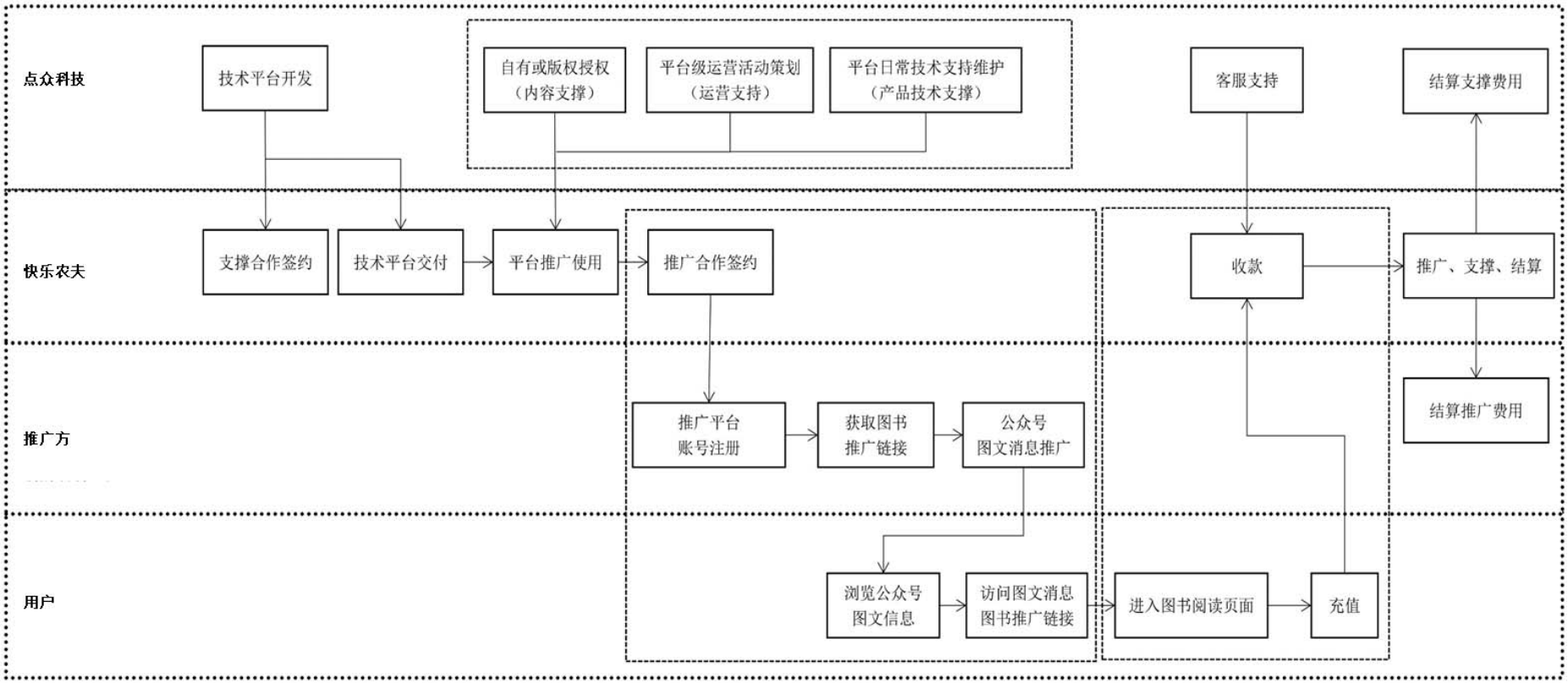
④咪咕数媒收到用户支付确认后向中国移动发起信息费扣费请求，完成信息费支付；

⑤咪咕数媒按约定的结算周期向公司结算推广分成服务费；

⑥数字内容提供商获取由咪咕数媒结算的版权费后向公司结算推广服务费。

（3）运营支撑服务

运营支撑服务是基于公司开展互联网数字阅读服务积累的专业能力和丰富经验，为深度合作伙伴提供运营支撑服务并收取服务费的业务。点众科技与深度合作伙伴之间的运营支撑服务具体包括提供数字内容、技术支撑和运营支撑。公司为快乐农夫提供的运营支撑服务业务模式如下图所示：



发行人运营支撑服务流程说明如下：

①发行人接受委托开发技术平台，提供给快乐农夫；

②发行人为快乐农夫提供数字内容、运营支撑及产品技术支撑；

③快乐农夫在其合作的推广渠道中推广图书链接；

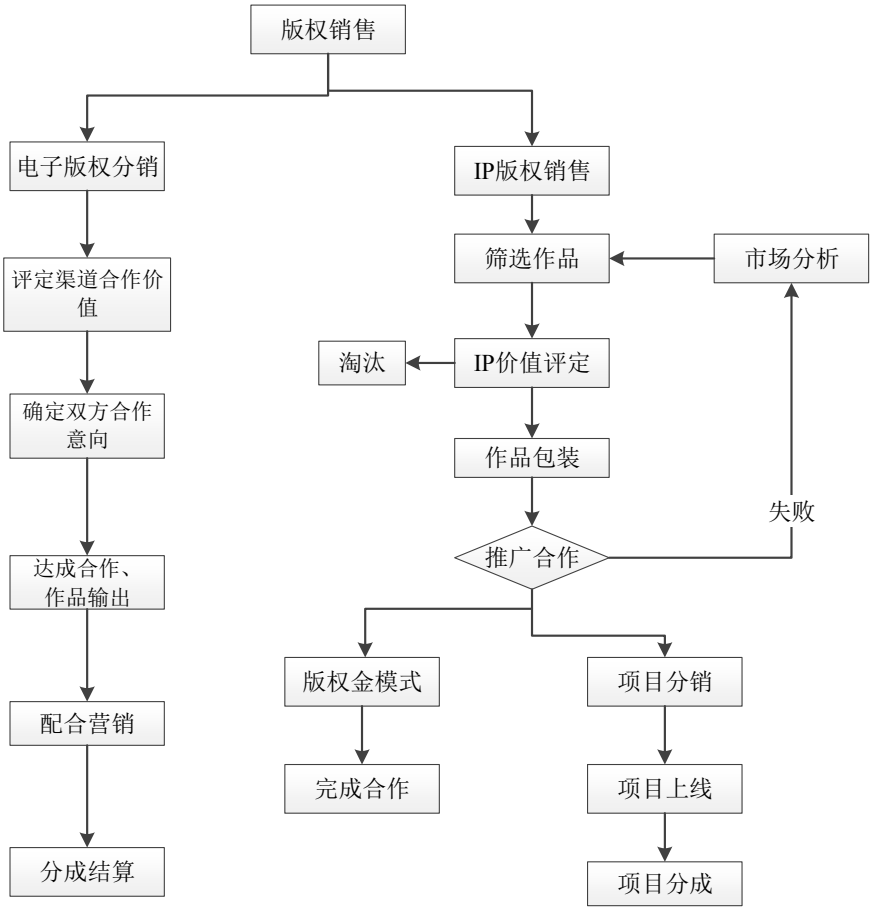
④用户浏览公众号图文信息，访问推广链接，进入阅读页面并充值；

⑤快乐农夫收到用户充值后，与发行人结算运营支撑费用，与合作的推广渠道结算推广费用。

该业务于 2018 年下半年开始，公司为深度合作伙伴提供运营支撑服务，深度合作伙伴根据终端用户的实际充值金额，按照约定的结算比例与公司结算运营支撑服务费。

2、版权运营业务

版权运营业务主要是电子版权授权销售以及 IP 开发业务。电子版权授权销售主要为将版权授权给各阅读平台，获取版权收入，合作模式以保底分成和无保底分成为主。IP 开发是将公司作品形成的 IP 授权给合作方用以开发漫画、听书等产品，目前公司 IP 开发业务尚处于起步阶段，报告期内实现收入规模较小。具体流程说明如下：



报告期内，公司版权运营业务主要为电子版权授权销售，业务流程说明如下：

①渠道合作前调研，并提供合作授权书单进行内容评估；

②确定双方合作意向：签订合作协议（卖断、保底、分成），提供相关资质及数字作品清单；

③达成合作意向，提供数字阅读文件；

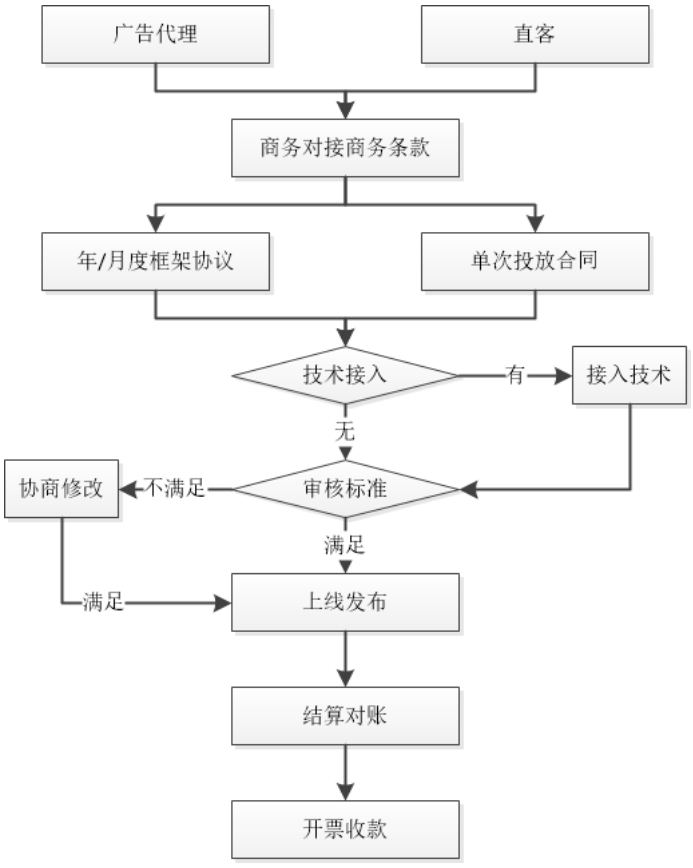
④配合合作方的营销策略；

⑤根据合作协议约定进行分成结算。

3、增值服务

（1）广告营销服务

公司的增值服务主要是基于点众快看阅读平台的广告营销服务。公司利用自身用户资源，在点众快看阅读平台为广告客户提供广告营销服务。主要广告形式为开屏广告、信息流广告。主要业务流程如下：



报告期内，公司广告营销服务业务流程说明如下：

①由商务对接广告代理或直客，并就商务条款进行洽谈并签订合作协议；

②确定合作后，进行技术对接；

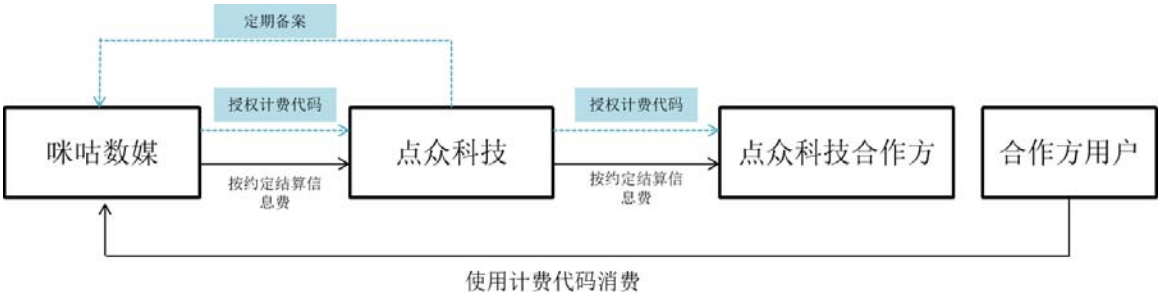
③满足审核标准后上线发布；

④根据合作协议约定进行结算。

（2）话费计费推广服务

发行人话费计费推广服务是其将中国移动授权的话费计费渠道授权给合作方，合作方使用移动话费计费功能后，咪咕数媒将获取的信息费按约定比例支付给公司，公司再支付给合作方。

话费计费推广服务的业务流程如下：



话费计费推广服务主要流程说明如下：

①咪咕数媒授权计费代码给点众科技、点众科技再将计费代码授权给合作方，并定期向咪咕数媒备案；

②合作方用户使用计费代码实现消费；

③咪咕数媒收到合作方用户消费后，按照约定与点众科技结算信息费；

④点众科技收到信息费后，按约定与合作方结算信息费。

（六）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

发行人及其合并报表范围内的子公司的生产经营均围绕发行人的主营业务展开，主要为互联网用户提供互联网数字阅读服务以及围绕其展开的版权运营和

增值服务，均不属于重污染行业，不存在生产经营中涉及环境污染物问题。

二、发行人所处行业的基本情况和竞争状况

（一）所属行业及确定所属行业的依据

公司主营业务系为互联网用户提供互联网数字阅读服务以及围绕其展开的版权运营和增值服务。根据中国证监会《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所处行业属于“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”。

（二）行业主管部门、行业监管体制和主要法律、法规及政策

1、主管部门及监管体制

（1）中共中央宣传部

中共中央宣传部（以下简称“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等。

根据中共中央《深化党和国家机构改革方案》，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。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。

（2）国家新闻出版署（国家版权局）

国家新闻出版署（国家版权局）是我国最高的著作权行政管理部门和执法机关。主要职责是负责贯彻实施著作权法律、法规；起草著作权方面的法律、法规草案；制定著作权管理的规章和重要管理措施并组织实施和监督检查；组织推进

全国软件正版化工作和数字网络版权监管工作；负责批准设立、监督指导著作权集体管理机构和涉外代理机构；监督管理作品著作权登记、涉外著作权合同备案和法定许可使用作品的工作；监管著作权贸易和版权代理，促进发展版权产业。

（3）工业和信息化部

我国互联网行业的政府主管部门是中华人民共和国工业和信息化部（以下简称“工信部”）及其地方电信管理机构。工信部的主要职责是：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）；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；负责增值电信业务经营许可证的申请审批工作。

（4）文化和旅游部

中华人民共和国文化和旅游部（原文化部）是我国负责文化、艺术事业的行政主管部门。其主要职责是：拟订文化艺术方针政策，起草文化艺术法律、法规草案，拟订文化艺术事业发展规划并组织实施，推进文化艺术领域的体制机制改革；指导、管理文学艺术事业，指导艺术创作与生产，推动各门类艺术的发展，管理全国性重大文化活动；负责对文化艺术经营活动进行行业监管，对提供互联网文化产品及其服务的互联网文化单位实行审批及备案制度，监察互联网文化内容及惩罚违反相关国家法律、法规的行为等。

（5）行业协会

中国版权协会是国家新闻出版署（国家版权局）主管的全国性版权专业社会团体，是我国版权领域唯一具有广泛代表性的社会团体。主要职责是推动版权法律的实施、组织、推动版权的理论研究与学术交流，促进我国版权制度的不断完善。同时为著作权人及作品使用者提供相关服务，维护权利人的合法权益，促进社会主义文化和科学事业的发展与繁荣。

中国互联网协会是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位自愿结成的行业性的全国性的非营利性的社会组织，协会的业务主管单位是工业和信息

化部。主要职能是组织制定互联网行约、行规，维护行业整体利益，实现行业自律，开展国际交流与合作，协调行业与政府主管部门的交流与沟通等。

中国出版协会（中国版协）是中国出版界自愿结成的全国行业性社会组织。协会接受业务主管单位国家新闻出版署（国家版权局）（原国家新闻出版广电总局）和社团登记管理机关民政部的业务指导和监督管理。中国版协的主要任务是：组织和推动出版工作者学习、贯彻执行中国共产党和中国政府的方针、政策，坚持正确的政治方向，发扬出版工作者的优良传统，高举旗帜，围绕大局，服务人民，改革创新，不断提高出版工作水平；协助政府主管部门进行出版队伍的教育、培训工作，开展出版理论研究和业务交流活动；参与制订行业标准和行业发展规划，开展专业资质认证等工作；组织出版行业“韬奋出版奖”和“中华优秀出版物奖”评奖活动；加强行业自律，组织制定和实施《中国出版工作者职业道德准则》，促进出版单位和出版工作者遵纪守法，恪守职业道德；依法维护出版者的合法权益。

中国音像与数字出版协会（原名中国音像协会）是中华人民共和国唯一的全国性音像与数字出版行业组织。中国音像与数字出版协会单位会员涵盖：音像与数字出版内容创作、产品制作、内容传播，音像与数字出版内容播放终端建设、音像与数字出版产业标准规范，音像与数字出版产业发展研究等单位，现有会员单位 700 余家；在唱片创作、光盘制作、教育音像、数字音像、音视频工程、有声读物、音乐产业促进、游戏出版、反盗版，以及专业数字、大众数字、数字教育、电子出版、数字阅读等 10 多个方面设有分支机构。

中国作家协会是一个独立的、中央一级的全国性人民团体。中国作家协会是作家自愿结合的专业性团体，主要职能是联络、协调和服务，组织文学理论建设和文学评论工作，培养文学创作的新生力量，办好所属报纸、杂志、出版社和网站，组织文学评奖等。2017 年 12 月网络文学中心成立，该中心为中国作协所属事业单位，在中国作协党组书记处领导下，主要负责网络作家联络服务、网络文学研究评论和管理引导、有关文学网站和社团组织及各级作协网络文学工作的沟通联络等工作。

2、主要法律、法规及产业政策

公司主营业务系为互联网用户提供互联网数字阅读服务及围绕其开展的版权运营和增值服务，属于互联网行业与文化行业的交叉领域。相关行业主要法律、法规和产业政策如下：

（1）主要法律、法规

主要法律、法规	发布单位
《中华人民共和国著作权法》	全国人民代表大会
《中华人民共和国广告法》	全国人民代表大会常务委员会
《中华人民共和国著作权法实施条例》	国务院
《出版管理条例》	国务院
《中华人民共和国电信条例》	国务院
《信息网络传播权保护条例》	国务院
《互联网信息服务管理办法》	国务院
《互联网著作权行政保护办法》	国家版权局 原信息产业部
《电子出版物出版管理规定》	原新闻出版总署
《网络出版服务管理规定》	原国家新闻出版广电总局 工业和信息化部
《网络文学出版服务单位社会效益评估试行办法》	原国家新闻出版广电总局
《互联网文化管理暂行规定》	原文化部
《规范互联网信息服务市场秩序若干规定》	工业和信息化部

（2）主要产业政策

习近平总书记在党的十九大报告中指出“要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛”，在文艺工作座谈会上指出“实现中华民族伟大复兴需要中华文化繁荣兴盛”。近年来，国家支持文化产业发展的政策层出不穷，从 2009 年国务院提出要大力发展网络出版物等新兴出版发行业态，到“十三五”提出要让文化产业成为国民经济支柱性产业，原国家新闻出版广电总局进一步提出“全民阅读常态化”，2018 年中央宣传部等部门提出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，2019 年中共中央办公厅、国务院办公厅发文支持符合条件的民营企业扩大直接融资。在近些年的发展中，文化产业已成为推动社会经济发展的重要力量。文化产业具体政策如下：

①《文化产业振兴规划》

2009 年 7 月，国务院常务会议审议通过《文化产业振兴规划》，明确指出“要大力发展有声读物、电子书、手机报和网络出版物等新兴出版发行业态”，国家将重点推进的文化产业包括：文化创意、影视制作、出版发行、印刷复制、广告、演艺娱乐、文化会展、数字内容和动漫等。

②《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》

2011 年 10 月 18 日，中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议审议通过《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，指出“到 2020 年文化产业成为国民经济支柱性产业，整体实力和国际竞争力显著增强，公有制为主体、多种所有制共同发展的文化产业格局全面形成；加快发展数字出版、移动多媒体等新兴文化产业；推进文化科技创新，以先进技术支撑文化装备、软件、系统研制和自主发展，提高我国出版、传媒、网络等领域技术装备水平，增强文化产业核心竞争力；实施网络内容建设工程，推动优秀传统文化瑰宝和当代文化精品网络传播，制作适合互联网和手机等新兴媒体传播的精品佳作，鼓励网民创作格调健康的网络文化作品；发展网络新技术新业态，占领网络信息传播制高点。”

③《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》

2013 年 11 月 12 日，中国共产党第十八届中央委员会第三次全体会议通过了《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，提出“鼓励非公有制文化企业发展，降低社会资本进入门槛，允许参与对外出版、网络出版，允许以控股形式参与国有影视制作机构、文艺院团改制经营。”

④《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》

2015 年 10 月 29 日，中国共产党第十八届中央委员会第五次全体会议通过《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，在“‘十三五’时期经济社会发展的主要目标和基本理念”章节中提出，让“文化产业成为国民经济支柱性产业”。

⑤《全民阅读“十三五”时期发展规划》

2016 年 12 月 27 日，原国家新闻出版广电总局发布《全民阅读“十三五”时期发展规划》，这是我国制定的首个国家级“全民阅读”规划。《规划》明确了全民阅读工作的指导思想、基本原则和主要目标，明确“十三五”时期的重点任务及时间表、路线图等，以进一步推动全民阅读工作常态化、规范化，共同建设书香社会。

⑥《国务院办公厅关于印发文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业和进一步支持文化企业发展两个规定的通知》

2018 年 12 月 18 日，中央宣传部会同中央网信办、发展改革委、科技部、财政部、人力资源社会保障部、自然资源部、商务部、文化和旅游部、人民银行、税务总局、市场监管总局、广电总局等有关部门和单位拟定的《进一步支持文化企业发展的规定》正式公布。

《进一步支持文化企业发展的规定》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。

⑦《关于加强金融服务民营企业的若干意见》

2019 年 2 月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发了《关于加强金融服务民营企业的若干意见》，指出：加大直接融资支持力度，积极支持符合条件的民营企业扩大直接融资，完善股票发行和再融资制度，加快民营企业首发上市和再融资审核进度。

⑧《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》

2019 年 8 月 13 日，科技部、中央宣传部、中央网信办、财政部、文化和旅游部、广播电视总局共同研究制定印发《关于促进文化和科技深度融合的指导意见》，指出要促进文化和科技深度融合，全面提升文化科技创新能力，转变文化发展方式，推动文化事业和文化产业更好更快发展。

综上，一系列政策文件的出台为文化产业发展提供持续性政策扶持，国家积

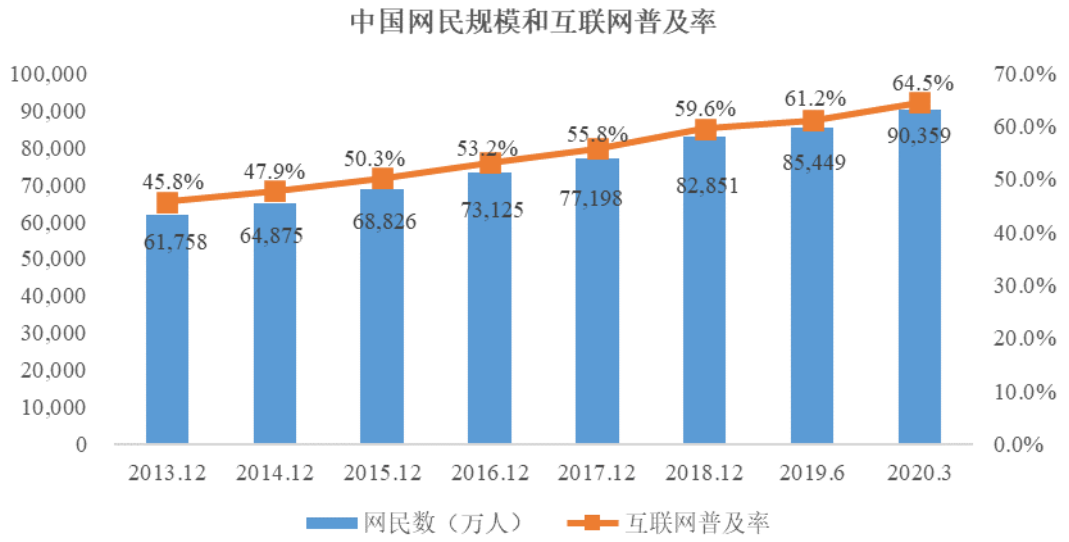
极推动文化产业建设，数字出版、数字阅读等新兴行业成为文化产业未来发展趋势。

（三）行业发展情况

1、网络文学市场容量规模可观，发展潜力巨大

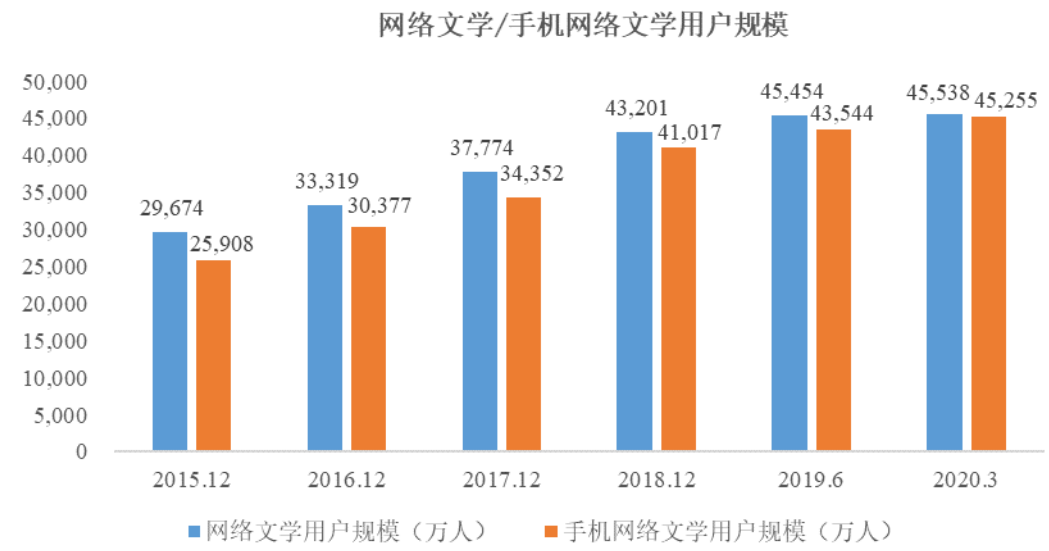
（1）国内移动互联网用户规模持续上涨，网络文学产业上升空间巨大

随着智能手机、平板电脑等移动互联网设备的普及，移动网络的改善和 WiFi 覆盖的增大，移动互联网用户的访问量近年来呈现高速增长态势。根据中国互联网络信息中心第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2020 年 3 月，我国网民规模达 9.04 亿人，互联网普及率为 64.5%，较 2018 年底提升 4.9 个百分点；我国手机网民规模达 8.97 亿人，较 2018 年底增加 7,992 万人，网民中使用手机上网人群的占比由 2018 年的 98.6%提升至 99.3%，网民手机上网比例继续攀升。随着未来 5G 产业的发展，互联网及移动互联网普及率将会进一步攀升。



数据来源：中国互联网络信息中心第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》

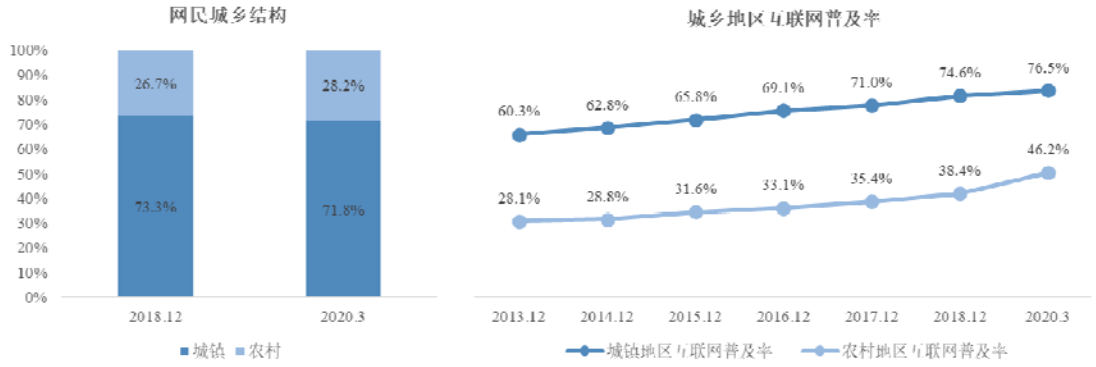
根据前述报告，截至 2020 年 3 月，我国阅读网络文学的用户规模达到 4.55 亿人，较 2018 年末的 4.32 亿人增加 2,337 万人，网民使用率为 50.4%。其中，使用手机进行网络文学阅读的用户规模为 4.53 亿人，较 2018 年末的 4.10 亿人增加 4,283 万人，手机网民使用率为 50.5%。用户阅读网络文学的相关习惯正在逐步形成，网络文学的用户使用率仍具备较大的上升空间。



数据来源：中国互联网络信息中心第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》

（2）三四线城市及以下地区网络文学潜在用户规模可观

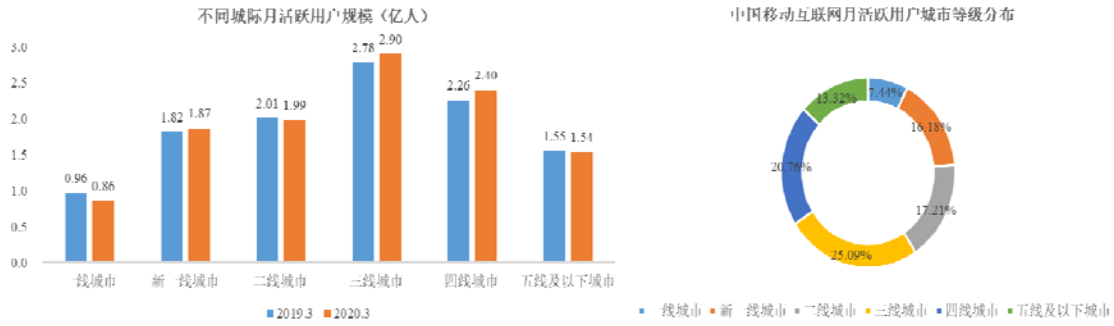
根据前述报告，截至 2020 年 3 月，我国农村网民规模为 2.55 亿人，占整体网民的 28.2%，较 2018 年底增加 3,308 万人。截至 2020 年 3 月，我国城镇地区互联网普及率为 76.5%，农村地区互联网普及率为 46.2%。



数据来源：中国互联网络信息中心第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》

根据 QuestMobile《2020 中国移动互联网春季大报告》，截至 2020 年 3 月，三线及以下城市互联网活跃用户占比达到 59.17%，已经超过一线、新一线和二线城市互联网活跃用户占比，同时，2020 年 3 月和 2019 年 3 月相比，三线及以下城市互联网活跃用户规模增加 2,461 万人，而一线、新一线和二线城市的互联网活跃用户规模减少 714 万人。此外，根据 QuestMobile《中国移动互联网 2020 半年大报告》，2020 年 6 月和 2019 年 6 月相比，三线及以下城市互联网活跃用

户规模增加 2,081 万人，而一线、新一线和二线城市的互联网活跃用户规模仅增加 323 万人。据此，三四线城市及以下地区互联网用户规模可观。



数据来源：QuestMobile《2020 中国移动互联网春季大报告》

（3）整顿盗版市场，提高正版网络文学市场份额

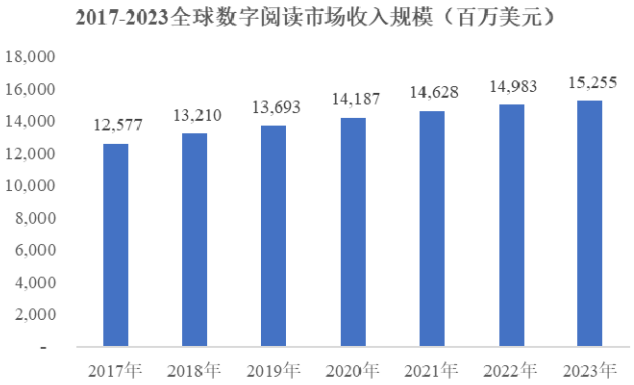
网络文学产业在我国不断发展，整个产业也面临着盗版行为的侵害。我国打击盗版的力度亦在不断增强，打击盗版的“剑网行动”自 2005 年以来，共查办网络侵权盗版案件 6,647 起，移送司法机关追究刑事责任案件 609 件[2]，有效打击和震慑了网络侵权盗版行为，改变了网络音乐、网络文学等领域版权秩序混乱的局面。“剑网 2019”专项行动中，共删除侵权盗版链接 110 万条，收缴侵权盗版制品 1,075 万件，查处网络侵权盗版案件 450 件，其中查办刑事案件 160 件、涉案金额 5.24 亿元。3根据艾瑞咨询统计，2017 年中国网络文学整体盗版行业损失约超 74 亿元，2018 年中国网络文学整体盗版损失规模为 58.3 亿元，相较 2017 年降低了 21.6%，损失规模逐渐减小。随着对盗版市场的整顿，正版网络文学市场份额将进一步上升。

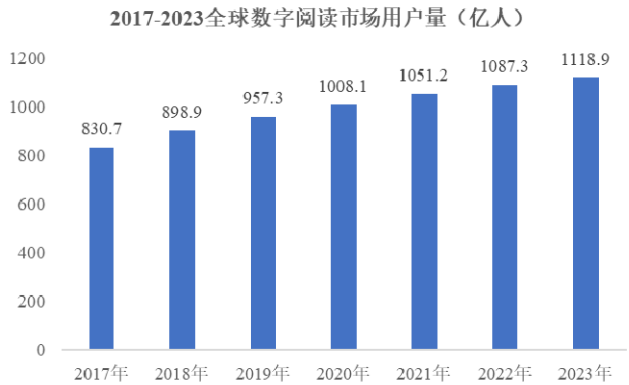
（4）海外市场潜力巨大

根据 Statista 的统计数据，2017 年至 2019 年全球数字阅读市场收入规模分别为 125.77 亿美元、132.10 亿美元和 136.93 亿美元，并预计相关规模在 2023 年可以达到 152.55 亿美元。全球数字阅读用户已具备相当规模且处于上升态势。2017 年至 2019 年全球数字阅读用户规模分别为 8.31 亿人、8.99 亿人和 9.57 亿人，并预计相关规模在 2023 年可以达到 11.19 亿人。全球数字阅读市场的收入

[2]数据来源：《严格保护网络版权 提升管网治网能力——中宣部版权管理局负责人就“剑网 2019”专项行动答记者问》
[3]数据来源：《国家版权局等四部委在京召开“剑网 2019”专项行动通气会》

和用户已具备相当规模且处于上升态势。





数据来源：Statista

2、互联网数字阅读行业持续高速增长

互联网数字阅读行业高速增长，得益于以下三个关键因素：一是移动互联网用户规模随着智能手机的普及和用户下沉持续大幅度增长，为互联网数字阅读行业高速发展提供了庞大的用户基数；二是用户阅读习惯发生了显著变化，快速从实体阅读向数字阅读转变，互联网数字阅读成为用户阅读的主流路径；三是用户移动支付习惯在移动互联网场景下得以迅速养成，用户为数字内容付费的支付意愿大幅度提升，有力促进了行业高速增长。

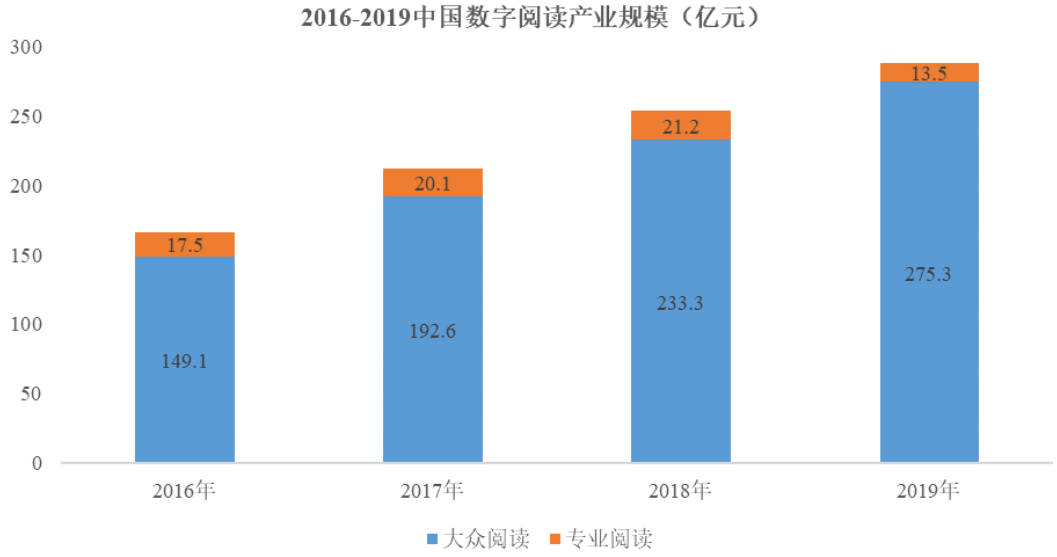
（1）移动互联网产业高速发展，数字阅读行业规模巨大

近几年，随着互联网的普及，我国数字出版产业得到深入发展，移动出版得到数字出版产业链上各方的重视。数字出版主要形态包括电子图书、数字报纸、网络原创文学、数字期刊、网络地图、网络动漫等，移动出版能够使用户通过各种便携式移动终端阅读数字内容。

2016 年 12 月，国务院印发《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》明确提出，“十三五”期间，我国将大力发展新一代信息技术、高端制造、生物、绿色低碳、数字创意五个产值规模 10 万亿元级的新支柱产业；我国数字创意产业正在引领新供给、新消费，成为高速成长创意产业的重要组成部分，目前已形成“互联网+文化娱乐”的新业态，涵盖了数字游戏、互动娱乐、影视动漫、立体影像、数字教育、数字出版、数字典藏、数字表演、网络服务多个产业领域。

根据中国新闻出版研究院发布的《2018-2019 中国数字出版产业年度报告》显示，2018 年，我国数字出版产业整体收入规模为 8,330.78 亿元，较 2017 年同比增长 17.8%，其中移动出版达 2,007.4 亿元，较 2017 年增长 11.75%。

互联网数字阅读是互联网数字出版行业的细分领域。数字阅读行业自 2016 年进入高速发展阶段。根据《2019 年度中国数字阅读白皮书》，2016 年至 2019 年中国数字阅读产业规模分别为 166.6 亿元、212.7 亿元、254.5 亿元和 288.8 亿元，同比增长分别为 27.67%、19.65%和 13.48%，整体市场稳步增长。大众阅读市场规模占比逾九成，是产业发展的主导力量。

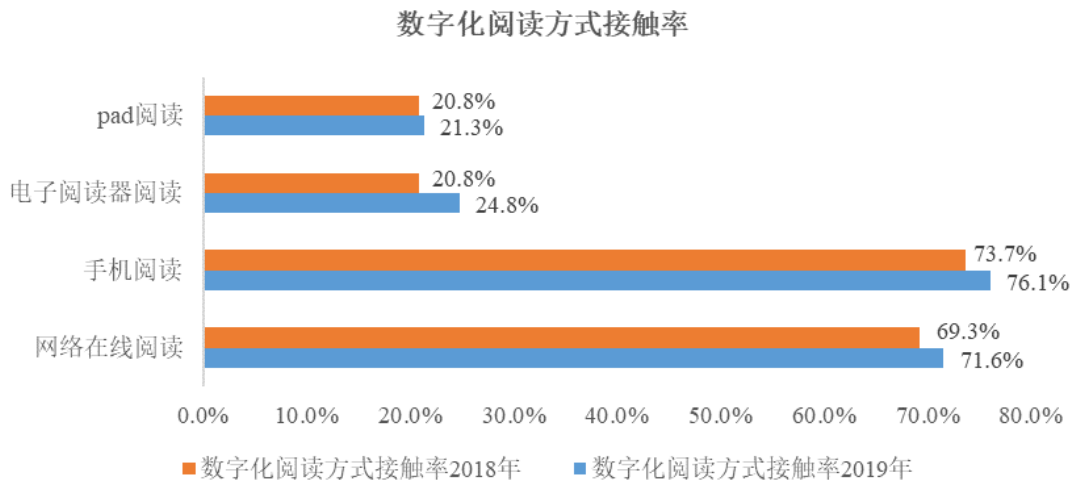


数据来源：《2019 年度中国数字阅读白皮书》

注：大众阅读是指包含网络文学、出版物电子化、有声作品等在内的市场收入之和；专业阅读市场包含互联网期刊、电子文献、数据库等内容。此处统计只包含互联网期刊收入。

（2）数字化阅读接触率逐渐提升，阅读设备多样性发展

根据中国新闻出版研究院发布的《第十七次全国国民阅读调查》，2019 年中国成年国民包括书报刊和数字出版物在内的各种媒介的综合阅读率为 81.1%，较 2018 年的 80.8%提升了 0.3 个百分点。数字化阅读方式（网络在线阅读、手机阅读、电子阅读器阅读、Pad 阅读等）的接触率为 79.3%，较 2018 年的 76.2%上升了 3.1 个百分点；71.6%的成年国民进行过网络在线阅读，较 2018 年上升 2.3 个百分点；76.1%的成年国民进行过手机阅读，较 2018 年上升 2.4 个百分点。

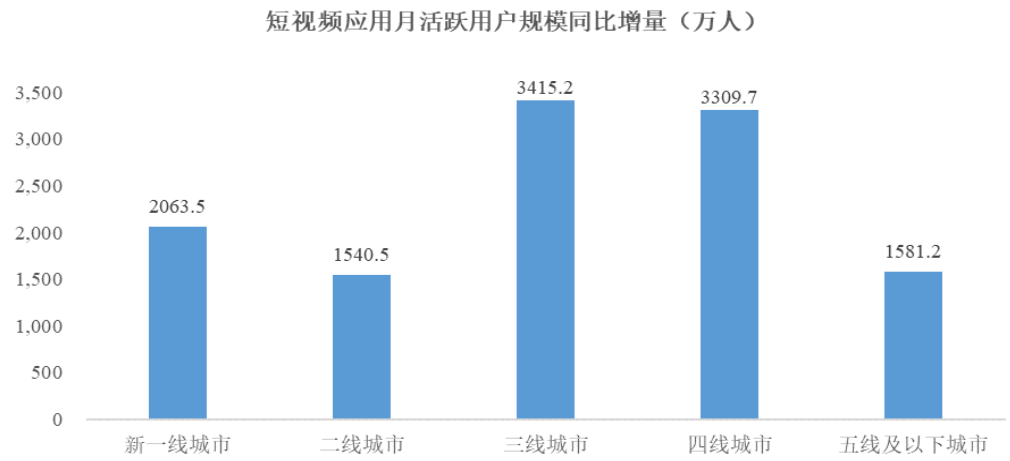


数据来源：中国新闻出版研究院《第十七次全国国民阅读调查》

随着显示屏技术的发展、折叠屏等相关技术的普及、用户阅读场景和形态的拓展，数字化阅读方式接触率也会进一步提升。

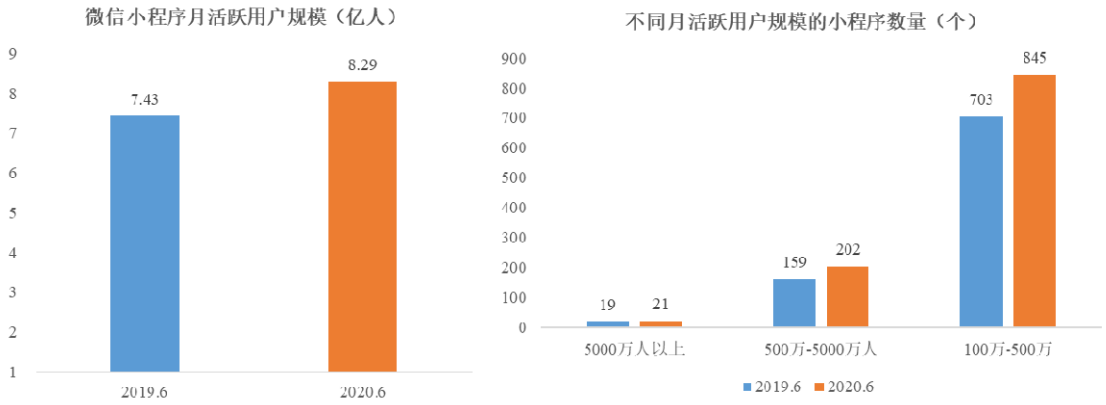
（3）内容载体多样化发展，不断培养用户的数字阅读习惯

随着移动互联网的不断发展，微信、微博等新媒体以及抖音等短视频应用的月活跃用户及其渗透率不断提高，其作为新形式的内容载体已逐渐为用户所接受。根据前述 QuestMobile 数据，截至 2020 年 3 月，微信、抖音和微博的月活跃用户数分别突破 9.46 亿人、5.18 亿人和 4.59 亿人。根据前述 QuestMobile《2020 中国移动互联网春季大报告》，2020 年 3 月，短视频行业在三四线及以下城市的用户增量远高于一二线城市。此外，根据 QuestMobile《中国移动互联网 2020 半年大报告》，截止 2020 年 6 月，抖音的活跃用户数进一步增长，达到 6.02 亿人。



注：该报告仅统计不同城际细分行业用户同比增量 TOP5，短视频行业未进入一线城市新增用户前五大，说明其新增用户规模小于第五大教育工具的 433 万人。

根据 QuestMobile《2020 微信小程序半年报告》，2020 年 6 月，微信小程序的月活跃用户规模为 8.29 亿人，较 2019 年 6 月增长 11.57%，具有向头部化集中的趋势。其中，微信月活跃用户数量在 5,000 万人以上的小程序数量有 21 个，较 2019 年 6 月增长 10.53%；微信月活跃用户数量在 500 万至 5000 万人之间的小程序数量有 202 个，较 2019 年 6 月增长 27.04%；微信月活跃用户数量在 100 万至 500 万人之间的小程序数量有 845 个，较 2019 年 6 月增长 20.20%。



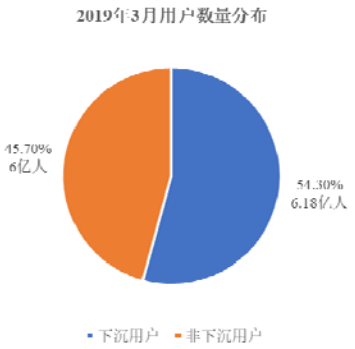
数据来源：QuestMobile《2020 微信小程序半年报告》

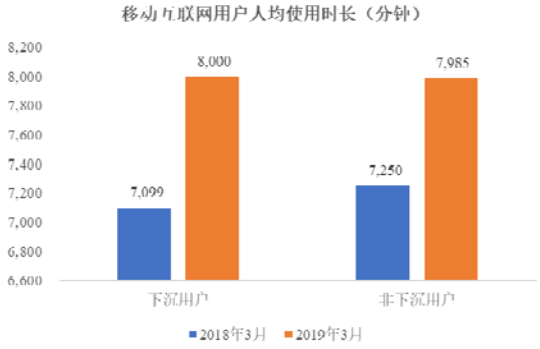
微信、微博、今日头条、抖音等互联网新兴业态是数字内容的天然载体，其迅速发展为数字阅读企业的精准营销推广渠道。

（4）下沉用户规模大，消费能力可观

根据 QuestMobile《下沉市场报告》，截至 2019 年 3 月，下沉用户规模超过

6 亿，占比超过 50%，此外下沉用户的人均使用时长也超过了非下沉用户且其增速更快。



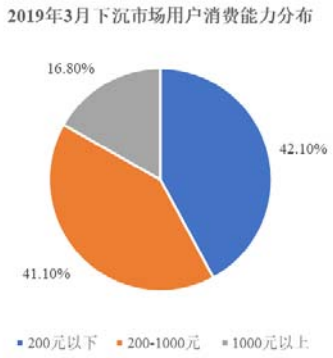


数据来源：QuestMobile《下沉市场报告》

注：下沉用户为三线及以下城市的移动网民；非下沉用户为二线及以上城市的移动网民

根据前述报告，截至 2019 年 3 月，下沉用户中男性占比略高于女性，下沉用户的年龄集中在 25-35 岁、消费能力主要分布在 1,000 元及以下。

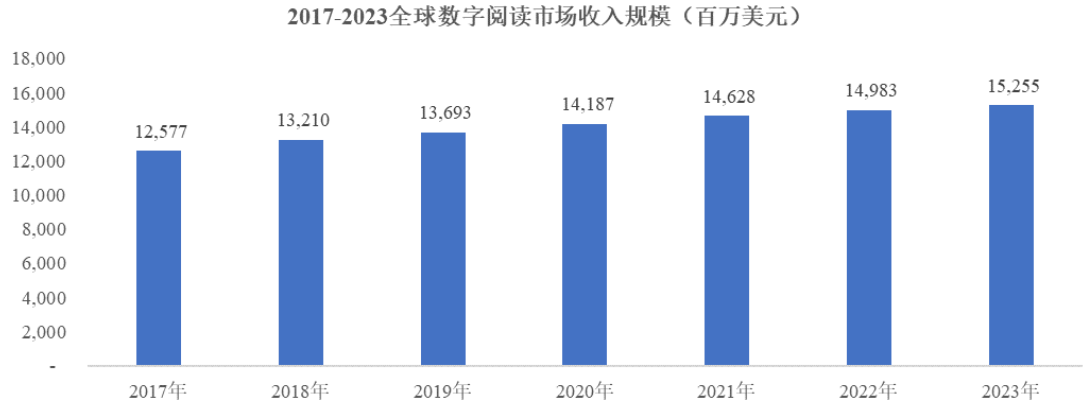




数据来源：QuestMobile《下沉市场报告》

（5）海外市场规模巨大，给行业发展带来新的增长空间

根据 Statista 的统计数据，2017 年和 2018 年全球数字阅读市场收入规模分别为 125.77 亿美元和 132.10 亿美元，并预计相关规模在 2023 年可以达到 152.55 亿美元。全球数字阅读产业已经具备相当规模且处于上升态势。



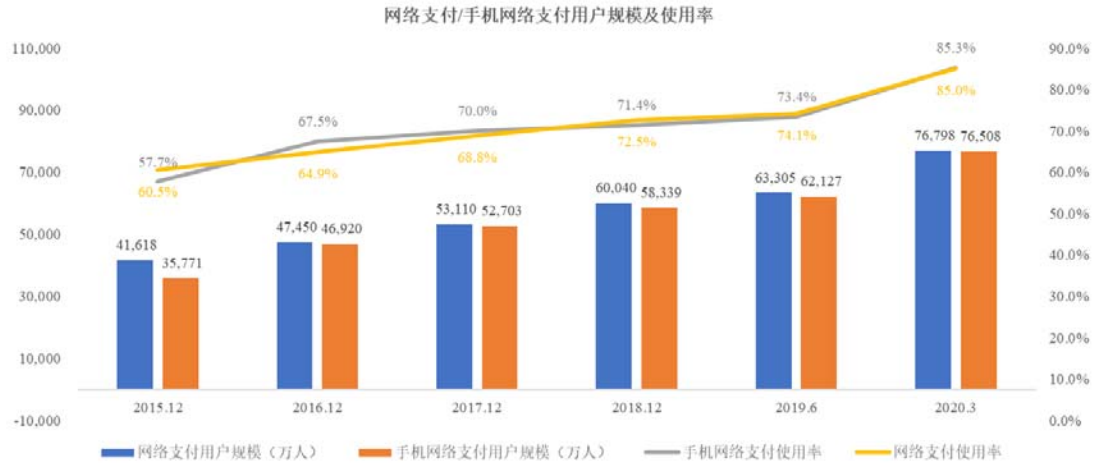
数据来源：Statista

同时，党的十九大报告中明确指出“要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛”，文化出海作为“文化自信”的重要落地方式，在文化发展中占据重要的位置，网络文学出海将给行业企业开辟新的发展空间。

（6）移动支付逐渐普及，支付意愿持续提升

近年来，随着微信支付、支付宝等移动支付手段的普及，用户的支付意愿逐渐提升，这些都有助于互联网数字阅读产业的进一步发展。

根据第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2020 年 3 月，我国使用网络支付的用户规模达到 7.68 亿人，较 2018 年底增加 1.68 亿人，使用比例由 72.5%提升到 85.0%。其中手机支付用户规模增长迅速，达到 7.65 亿人，手机网民中使用手机网络支付的用户比例由 71.4%提升至 85.3%。



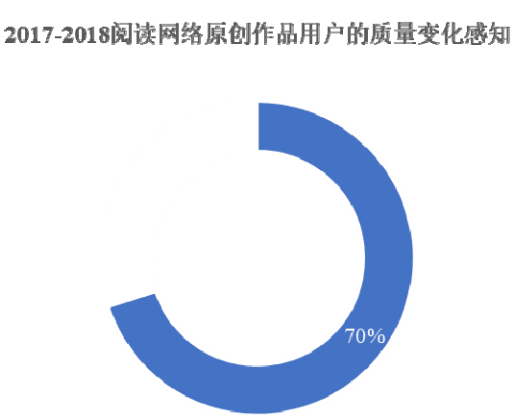
数据来源：第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》

根据《2018 年度中国数字阅读白皮书》和《2019 年度中国数字阅读白皮书》，2018 年我国数字阅读用户的电子书付费意愿为 66.4%；2019 年一线城市用户为电子书付费的意愿为 88.7%、新一线/二线城市用户为电子书付费的意愿为 87.9%、三线及以下城市用户为电子书付费的意愿为 84.8%。我国数字阅读用户的电子书付费意愿显著提升。

3、网络作品质量不断提高，版权运营业务发展迅速

据《2018 年度中国数字阅读白皮书》和《2019 年度中国数字阅读白皮书》显示，数字阅读内容数量持续增长，质量稳步提升，阅读网络原创作品的用户中，70%的用户认为网络原创作品质量 2018 年比 2017 年有提升。





数据来源：《2018 年度中国数字阅读白皮书》和《2019 年度中国数字阅读白皮书》

在内容生产方面，精品化趋势明显，现实主义题材增多。无论从企业引导还是作者创作意愿来看，反映时代风貌和社会百态的现实主义题材都成为网络文学作品发展的重点方向之一。2018 年网络原创作品的题材中，都市生活和职场商战以 34.8%和 28.4%居最受阅读用户欢迎的前两位。2019 年都市职场、青春校园、历史军事等现实类题材作品数量占比达到 65.9%。同时，传统文化融入网络文学作品的现象日趋增多，网络文学在传承优秀传统文化中发挥的作用日益提升。

得益于国内数字内容版权制度的不断完善和作品质量、数量的不断提升，网络文学企业版权运营业务在近几年实现进一步发展，尤其是行业企业的版权运营业务规模迅速扩大。根据国家版权局网络版权产业研究基地发布的《中国网络版权产业发展报告（2018）》显示，2018 年中国网络版权产业规模达 7,423 亿元，

同比增长 16.60%。根据行业公司公开数据显示，近几年行业公司版权运营业务收入亦实现了大幅提升。2017 年至 2019 年，掌阅科技实现版权运营收入 3,670.05 万元、13,686.17 万元和 26,164.49 万元，2017 年至 2019 年阅文集团实现版权运营收入 36,622 万元、100,303 万元和 442,310 万元。

（四）行业竞争状况

1、行业竞争格局

随着全民阅读的推进，互联网数字阅读用户规模快速提升，用户阅读习惯逐步形成并衍生出多样化的阅读需求，同时随着在线支付相关技术的发展，用户使用在线支付的习惯不断养成且付费意愿不断提升，互联网数字阅读已成为用户精神文化生活的重要组成部分。在此行业背景下，数字阅读企业需要加大对数字阅读平台的投入并引入更多优秀作品，通过发挥科技与文化相融合的优势推进互联网用户阅读习惯的进一步养成，通过为互联网用户提供更多优秀作品丰富国民精神文化生活。鉴于互联网数字阅读行业目前处于“数字阅读平台技术创新”和“优秀作品引入”双轮驱动的发展阶段，行业内企业的竞争将主要体现在技术创新、优秀作品引入和用户发展三方面。

（1）技术创新是竞争的有力支持

数字阅读平台的技术创新程度直接影响数字阅读企业的运营效率和效果。一方面数字阅读企业需要强大的大数据分析能力，根据用户阅读行为分析、用户画像等数据定向推荐用户偏好的内容，提升新用户留存并促进存量用户活跃；另一方面，数字阅读企业需要不断的技术创新，优化阅读平台的自适应排版、智能语音读书等功能，增加图片、声音、动画等多媒体元素，提升用户的阅读体验。

（2）数字阅读企业争相布局数字阅读内容

内容对数字阅读企业发展和留住用户发挥重要作用。数字内容的多寡与质量的高低是数字阅读企业的核心竞争力之一，也是企业可持续发展的基础。随着行业的发展，内容资源的争夺和竞争愈加激烈。阅文集团成立后，着力大幅度扩充平台上的内容，建设网文加出版作品的合集作品库；掌阅科技上市后，亦使用募集资金扩充内容储备。互联网数字阅读行业头部企业均在争相布局自身平台的内

容储备，提升自身竞争力。

（3）用户资源争夺较为激烈

数字阅读是将数字阅读内容经过一定的加工排版整合，为终端用户提供数字阅读产品服务。用户是数字阅读内容的最终消费者，是数字阅读企业赖以生存的基础。数字阅读企业的发展需要终端用户的持续消费。因此用户资源的争夺主要体现在新用户获取、付费用户数量、存量用户黏性及持续付费意愿等方面。这就要求数字阅读企业一方面扩大流量入口，不断寻找并获取新用户，另一方面，丰富自身内容库，优化阅读内容展示界面等提高新用户留存并促使其付费，在不断发展新用户的同时，还要保持存量用户黏性和活跃度。

2、市场化程度

一方面，数字阅读行业产业上下游企业较多，参与者众多且较分散，2016年以来，数字阅读行业进入井喷式发展状态，众多参与者根据自身实力、资源差异、消费者层次等因素，结合自身定位参与到行业竞争中。

另一方面，2015 年以来，中文在线、平治信息、掌阅科技、阅文集团先后登陆资本市场，扩大了整个行业的影响力，吸引了更多资本入场，促进行业内的进一步发展和布局。

因此，数字阅读行业整体市场化程度比较高。

3、行业内的主要企业

根据艾瑞咨询《2017 年中国移动阅读行业研究报告》，目前主流移动阅读应用包括中国移动旗下的咪咕阅读、阅文集团旗下的 QQ 阅读等、掌阅科技的掌阅 APP、点众科技旗下的点众快看阅读平台、平治信息的话匣子听书和阿里文学的书旗小说，其基本情况如下：

（1）咪咕数媒（咪咕阅读）

咪咕阅读业务由咪咕数媒（中国移动旗下公司）所有并运营。咪咕阅读业务以手机（WAP 网站、客户端）和移动电子书为主要形态，基于用户对各类题材内容的阅读需求，与具备内容出版或发行资质的机构合作，整合各类阅读内容，

成为国内正版数字内容汇聚平台之一。

（2）阅文集团

阅文集团成立于 2015 年 3 月，由腾讯文学与原盛大文学整合而成，其旗下拥有创世中文网、起点中文网等网络原创与阅读品牌；中智博文、华文天下等内容出版及数字发行品牌；天方听书网、懒人听书等音频听书品牌；起点读书、QQ 阅读等移动阅读 APP。2017 年 11 月，阅文集团在香港证券交易所挂牌上市。

（3）掌阅科技

掌阅科技成立于 2008 年 8 月，旗下的“掌阅”APP 是掌阅科技的主打产品，此外，掌阅科技还有硬件产品 iReader。2017 年 9 月，掌阅科技在上海证券交易所上市。

（4）平治信息（话匣子听书）

平治信息成立于 2002 年，旗下的话匣子听书 APP，是以提供有声阅读为主，以文字阅读、动漫画、教育等为辅的移动阅读平台。2016 年 12 月，平治信息在深圳证券交易所创业板上市。

（5）阿里文学（书旗小说）

阿里文学成立于 2013 年，其主打产品为书旗小说 APP。书旗小说依托阿里文学平台的数字资源，是一款支持书籍同步阅读、多种格式内容的移动阅读 APP。

4、行业壁垒

（1）行业准入壁垒

因数字阅读行业同时涉及互联网信息技术行业和数字出版行业，因此受到较为严格的准入限制。根据《互联网信息服务管理办法》和《网络出版服务管理规定》，从事互联网数字阅读业务的公司需要取得《网络出版服务许可证》、《出版物经营许可证》、《网络文化经营许可证》等经营资质。此外，部分数字阅读企业根据业务情况还需要取得电信管理部门对于增值电信业务的资质许可。上述从业条件、资质、服务提供范围等规范性要求形成了行业准入壁垒。

（2）内容壁垒

内容是数字阅读企业的核心竞争力之一。优质内容有利于提高用户黏性和用户付费转化率，通过为用户提供质量和题材较好的内容可以提高用户对数字阅读平台的使用时长，从而提升用户黏性，同时随着内容质量的提升，用户亦有更强意愿为之付费。此外，鉴于用户的阅读偏好有所差异，数字阅读企业需要不断扩充内容的数量并丰富内容的题材以满足不同用户的需求。再者，原创优质版权是进行 IP 开发的基础，对深度挖掘内容的衍生价值、打造以内容为核心的数字阅读生态圈具有重要意义。鉴于优质内容对用户体验、用户积累以及数字阅读衍生业务的重要性，且优质内容在短期内无法快速累积，故内容的数量及质量构成了行业的竞争壁垒。

（3）用户壁垒

用户是数字阅读企业开展业务的基础，用户的获取、留存、转化和持续活跃需要数字阅读企业在内容、技术等方面长期不断的投入和维护，新进入者难以在短时间内积累相当规模的用户。因此，用户体量和活跃程度形成了数字阅读行业的竞争壁垒。

（4）技术壁垒

用户在数字阅读平台上良好的使用体验是企业的核心竞争力之一，数字阅读企业需要不断加强技术研发提升系统运行稳定性，同时丰富内容展现形式，如字体、背景颜色、翻页效果等。更为重要的，基于过往运营中积累的用户行为数据，数字阅读企业可以利用大数据技术对用户进行精准推荐并进行优质版权的筛选和开发，进而不断提升公司的运营效率。鉴于相关运营经验以及用户行为数据难以在短期内积累，故形成了数字阅读行业的竞争壁垒。

（五）数字阅读产业链及上下游行业之间的关联性



数字阅读产业链包括内容提供方、阅读平台、分销渠道和终端用户。阅读平台从内容提供方获得数字内容后，将数字内容直接或通过分销渠道间接呈现给终端用户。终端用户阅读数字内容并付费后，分销渠道、阅读平台、内容提供方按照约定进行分成结算。在数字阅读业务开展过程中，需要服务商提供网络支持、支付渠道等支撑服务。此外，依托数字阅读产业积聚的数字内容和用户资源，衍生发展出版权运营和互联网广告营销等业务形态。

行业中的阅读平台分为移动阅读平台、网文网站和硬件产品。行业内的移动阅读平台分类如下：

（1）电信运营商旗下阅读平台：典型代表为中国移动的咪咕阅读、中国电信的天翼阅读和中国联通的沃阅读。

（2）网文网站的移动阅读平台：典型代表为起点读书、QQ 阅读、17K 小说等。

（3）数字阅读企业的移动阅读平台：通过开发数字阅读平台，获取内容和用户流量，实现付费阅读收入和产品的平台价值，典型代表为掌阅科技的掌阅

APP、平治信息的话匣子 APP、点众科技的点众快看阅读平台等。

（4）电商企业的数字阅读平台：部分电商企业自研或收购阅读 APP 产品进入数字阅读行业，典型代表为京东读书、当当云阅读。

（六）影响行业发展的因素

公司主营业务系为互联网用户提供互联网数字阅读服务及围绕其开展的版权运营和增值服务，属于互联网文化产业范畴。影响行业发展的有利因素和不利因素如下：

1、有利因素

（1）互联网数字阅读已成为人们数字化生活的重要组成部分

随着全民阅读的推进，互联网数字阅读用户规模快速提升，用户阅读习惯逐步形成并衍生出多样化的阅读需求，互联网数字阅读已成为用户精神文化生活的重要组成部分。在此行业背景下，数字阅读企业需要加大对数字阅读平台的投入并引入更多优秀作品，通过发挥科技与文化相融合的优势推进互联网用户阅读习惯的进一步养成，通过为互联网用户提供更多优秀作品丰富国民精神文化生活。

（2）政策扶持鼓励行业发展

习近平总书记在党的十九大报告中指出“要坚定文化自信，推动社会主义文化繁荣兴盛”，在文艺工作座谈会上指出“实现中华民族伟大复兴需要中华文化繁荣兴盛”。近年来，国家频繁出台支持文化产业发展的政策，以鼓励和促进文化产业发展。

2013 年 11 月召开的党的第十八届三中全会指出，鼓励非公有制文化企业发展，降低社会资本进入门槛。《新闻出版业“十二五”时期发展规划》指出“鼓励和支持新闻出版企业开发拥有自主知识产权的关键技术，发展以内容生产数字化、管理过程数字化、产品形态数字化、传播渠道网络化为主要特征，以网络出版、手机出版为主要代表的数字出版等新兴业态。数字出版等战略性新兴产业领域的发展达到世界先进水平”。

2014 年-2019 年，“全民阅读”六次被写入政府工作报告。2017 年 3 月，李

克强总理在《政府工作报告》中提出“大力推动全民阅读”，各地纷纷积极推出落地政策。2017 年 5 月 26 日，国务院法制办办务会议审议并原则通过了《全民阅读促进条例（草案）》，突出强调了在全民阅读促进工作中要发挥政府主导作用、鼓励社会参与、明确保障措施、关注未成年人等重点群体阅读等原则。2018 年 1 月 1 日，《中华人民共和国公共图书馆法》正式实施，将阅读推广作为“全民阅读”重要举措和图书馆服务的核心工作列入其中。

2018 年 12 月 25 日，国务院办公厅印发《文化体制改革中经营性文化事业单位转制为企业的规定》和《进一步支持文化企业发展的规定》（以下简称《规定》）。《规定》提出，创新文化产业投融资体制，推动文化资源与金融资本有效对接，鼓励有条件的文化企业利用资本市场发展壮大，推动资产证券化，鼓励文化企业充分利用金融资源，投资开发战略性、先导性文化项目。

综上，国家机关及相关管理部门不断出台政策支持文化事业发展，数字阅读行业作为文化事业的重要组成部分，行业内企业亦能够在相关政策支持下实现进一步地发展。

（3）培育作者奠定行业发展基础

作者作为数字内容的生产者，其数量规模及创作能力对行业发展具有重要意义。根据中国音像与数字出版协会发布的《2019 年度中国数字阅读白皮书》，2015 年至 2019 年我国作者人数从 480 万人增长至 929 万人，作者数量持续增长。此外，行业内数字阅读企业和各文学团体也通过多种形式培育、鼓励、支持原创作者。再者，相关版权保护法律、法规的不断完善能够给作者创造更好的创作环境。综上，作者群体的不断壮大和创作环境的持续优化支撑了数字阅读行业的持续发展。

（4）技术升级为行业发展助力

移动通信技术的高速发展为数字阅读行业奠定了坚实的技术支撑。近年来，移动通信技术快速从 2G、3G、4G 更新至 5G 网络，同时无线网络实现了大面积覆盖，移动通信技术的快速发展为数字阅读行业的发展奠定了坚实基础。其次，大数据和云计算等技术的涌现，使得数字阅读企业可以深度挖掘用户行为习惯，

分析用户偏好，进而不断提升数字阅读企业精细化运营能力。再次，随着显示屏技术的发展，折叠屏等相关技术的普及，为用户数字阅读提供更为便捷的阅读方式。

（5）资本关注促进行业企业发展壮大

2015 年 1 月，中文在线（300364）首发成功，成为数字阅读行业中率先直接对接资本市场的公司。2016 年 12 月，平治信息（300571）首发成功，公司主营阅读类增值电信业务。2017 年 9 月，掌阅科技（603533）首发成功，同年 11 月阅文集团（00772）在香港上市。上述数字阅读企业的成功上市扩大了其在行业内的影响力，进而实现了企业规模的壮大。因此登陆资本市场可以扩大企业的影响力和知名度，给企业带来更多的发展机遇，进而促进企业的发展壮大。

（6）泛娱乐生态赋予行业更多发展空间

网络文学平台的增量衍生主要依靠优质 IP 的运营，开发形式包括影视、动漫、听书等衍生品。影视剧改编方面，网络文学 IP 最初主要被改编成电视剧或电影，目前进一步延伸到网络剧、网络大电影等。网络文学 IP 现已成为影视剧本的最大来源。根据《2018 年中国网络文学发展报告》，截至 2018 年 12 月底，由网络文学 IP 改编成的电影累计达 1,398 部、电视剧达 1,471 部、动漫（TV 连载动画片及动画大电影）达 1,281 部。根据公开资料显示，预计 2020 年中国泛娱乐市场规模有望达到 8,029 亿元，未来三年年均增速 14%，泛娱乐行业巨大的发展空间为数字阅读企业的版权运营业务带来更多机会。

（7）文化出海开辟行业企业新的发展渠道

随着“文化自信”的提出，文化出海作为“文化自信”的重要落地方式，在文化发展中占据重要的位置。文化出海为增强我国文化影响力，提高文化软实力有着重要的作用，同时，也为数字阅读企业开辟了新的发展渠道。

（8）新业态的普及丰富行业内容载体

随着移动互联网的不断发展，微信、微博等新媒体以及抖音、快手等短视频应用的渗透率不断提高，其作为新形式的内容载体已逐渐为用户所接受。新内容载体的出现，为数字阅读企业的推广尤其是精准营销推广提供了有效的渠道。

2、不利因素

（1）作品质量同质化

数字阅读行业发展至今，作品储备量庞大。根据上市公司年报，阅文集团拥有作品 1,000 多万册，掌阅科技拥有作品 50 多万册。作品储备虽然已达到了一定规模，但仍存在着一定的质量问题，如网文作者准入门槛低、作品内容同质化。由于作品是数字阅读企业开展业务的基础，上述作品质量问题会对行业的长远发展产生不利影响。

（2）内容迭代慢于市场迭代

从 2015 年开始，热播剧“花千骨”、“琅琊榜”、“择天记”、“知否”、“鬼吹灯”等均来自于网络文学改编，并取得了巨大的成功，创造了巨大的 IP 衍生价值。但上述网络文学 IP 均是早期网络文学作品，新的网络文学作品被市场认可进而产生 IP 衍生价值仍需要时间，面对不断迭代的市场，培育新的作家和作品尤为迫切。

（3）版权保护仍需加强

长期以来，盗版行为极大的伤害了作者和版权机构的积极性，近年来，虽然国家做了许多打击盗版、保护知识产权方面的工作，但是版权保护任务仍是数字阅读行业发展过程中不可忽视的问题，有待持续加强。

（七）公司在行业中的竞争地位

1、公司的市场地位

点众科技为国内数字阅读行业主要企业之一，在发展过程中，得到了市场、行业和主管部门的认可，主要体现在如下几个方面：

（1）市场的认可

点众科技是华为软件技术有限公司（以下简称“华为”）手机阅读全球战略合作伙伴之一。根据 IDC 数据，2018 年华为手机出货量全球位列第三、国内位列第一。点众科技凭借良好的产品用户体验和出色的运营能力，获得“华为终端

-最佳合作伙伴”，并于 2018 年成为华为手机阅读业务全球战略合作伙伴三家（掌阅科技、阿里文学、点众科技）之一。2018 年底，公司开发的华为阅读客户端已完成开发并交付，预装该客户端的华为手机已于 2019 年初开始逐步出货（2020 年华为手机阅读业务全球战略合作伙伴进一步集中为掌阅科技和点众科技两家）。

（2）行业协会的认可

根据中国音像与数字出版协会、中国新闻出版研究院[4]等单位联合发布的《中国网络文学发展报告》（2017-2018），数字阅读行业中的主要企业包括阿里文学、咪咕阅读、阅文集团、掌阅科技、百度文学、点众科技、上海元聚、搜狗阅读、多看阅读及网易文学等。点众科技为数字阅读行业主要企业之一。此外，根据杨烁[5]主编、社会科学文献出版社出版的《2017-2018 北京网络文学发展报告》，点众科技为北京市十家代表性数字阅读企业之一。

（3）主管部门的认可

作为国内数字阅读代表企业之一，点众科技 2018 年、2019 年连续两年受邀参加由中央宣传部、文化和旅游部、商务部、国家广电总局、广东省人民政府等联合主办的中国（深圳）国际文化产业博览交易会。

2018 年 12 月，“庆祝改革开放 40 周年大会”在北京人民大会堂召开，习近平总书记发表重要讲话。点众科技董事长兼总经理陈瑞卿先生作为数字阅读企业代表之一参加了会议。

（4）、市场排名情况

根据易观发布的《中国移动阅读市场年度综合分析 2020》，其对市场主要数字阅读 APP 进行了排名，具体如下：

梯队	排名	企业名称（简称）	主要 APP
第一梯队（用户规模 5,000 万以上）	1	阅文集团	QQ 阅读
	2	掌阅	掌阅
	3	咪咕数媒	咪咕阅读

[4] 中国音像与数字出版协会、中国新闻出版研究院的主管单位均为中共中央宣传部出版局
[5] 杨烁：现任北京市广播电视局党组书记、局长。

	4	趣头条-掌端科技	米读小说
第二梯队（用户规模2,000万至5,000万）	5	七猫文化传媒	七猫免费小说
	6	连尚文学	连尚免费阅读
	7	今日头条-阅读无限	番茄免费小说
	8	魔力红	疯读小说
	9	宜搜科技-宜搜小说	宜搜小说
	10	元聚网络-追书神器	追书神器免费版
	11	阿里文学	书旗小说
第三梯队（用户规模500万至2,000万）	12	纵横文学	熊猫看书
	13	中企瑞铭	小说阅读吧
	…	…	…
	19	点众科技	快看小说
	…	…	…

易观虽然在其报告中表述已将同一集团下各 APP 产品合并计算，但如上表所述，发行人子公司中企瑞铭及发行人分列第 13 名和第 19 名，未被合并计算；此外，发行人执行多产品发展策略，阅读类 APP 产品主要包括“快看小说”、“免费小说大全”、“小说阅读吧”、“点众阅读”、“免费小说全集”、“热门小说大全”、“小说大全（繁体版）”、“西瓜免费小说”等以及其对应的快应用，还包括发行人与推广渠道合作，由合作方在应用商店上传，由发行人实际运营的 APP，如“阅读”（华为点众合作版）等。上述产品的上传主体包括发行人及其子公司、合作公司（如华为），因此易观难以完全统计发行人所有产品；再者，易观仅是对 APP 产品（且不包含快应用）进行排名，掌阅科技的产品主要为 APP 产品，而发行人除易观统计的 APP 产品外，还有快应用 APP 产品、H5 网站产品和运营支撑业务等，2017 年和 2018 年发行人自有 H5 产品的收入占发行人互联网数字阅读服务收入的比例均超过 50%，2019 年发行人快应用 APP 产品占据主流手机厂商应用商店-快应用-新闻阅读分类中的绝对领先位置（如在华为应用商店-快应用-新闻阅读类排名第一[6]），上述产品的用户未被纳入易观的统计之中。

根据发行人服务器统计数据，发行人快应用、APP 产品（不含快应用）和自有 H5 网站在 2019 年第四季度的用户规模分别为 4,129.49 万人、2,728.64 万人和 389.02 万人，2020 年第二季度的用户规模分别为 4,571.26 万人、2,529.17 万人和 227.21 万人。

[6] 核查时间为 2020 年 7 月 24 日。

2、公司获得的荣誉及行业评价情况

点众科技作为科技与文化融合的互联网企业，在传播网络正能量的同时积极担当社会责任，其作品多次获得省部级及以上奖励。具体如下：

点众科技荣获第九届中国数字出版博览会组委会评选的2018-2019中国数字出版十强单位。

《芳杜花正发》荣获北京宣传文化引导基金优秀网络出版项目。《北京背影》和《花剑男神是女生》跻身第五届中国数字阅读大会“鹤鸣杯 2019 潜力 IP 价值榜”50 名榜单，《冰上的华尔兹》和《甘霖》被评为优秀入围作品；《风华正茂》、《甘霖》和《北京背影》获得第六届中国网络视听大会“原创 Plus”网络影视与节目提案暨创投大会网络剧优秀项目及入围项目奖励。

《凤还朝，妖孽王爷请让道》、《运河天地之运河武工队》和《芳杜花正发》分别入选 2016 年（共 20 部）、2018 年（共 21 部）、2019 年（共 21 部）“北京市向读者推荐的优秀网络文学原创作品”；《运河天地之策马春风堤上行》等四部作品 2017 年入选北京市委宣传部和原北京市新闻出版广电局“大运河文化”主题网络文学创作重点孵化项目、2018 年入选北京影视出版创作基金重点奖励项目。

此外，点众快看阅读平台也多次获得行业及合作伙伴的肯定，主要包括：2018年获得华为软件技术有限公司颁发的“华为终端—最佳合作伙伴”；北京百度网讯科技有限公司颁发的“2018 年度锐意典范”等。

获奖者/获奖作品	奖项	颁发机构	时间
徐勇（公司签约作者）	北京市优秀网络文学作者	原北京市新闻出版广电局	2016 年
《凤还朝，妖孽王爷请让道》	北京市 2016 年优秀网络文学原创作品	原北京市新闻出版广电局	2016 年
“运河天地文学网”及《文学大运河》访谈系列	第二届北京十月文学最受欢迎活动	中共北京市委宣传部 原北京市新闻出版广电局 北京市互联网信息办公室 北京市文学艺术届联合会	2017 年
快看小说 APP	第六届娱乐营销 5S 金奖	《广告主》杂志、品微会	2017 年
快看小说 APP	金犀牛奖年度十佳应用	第一届中国 ASO 排行榜大会	2017 年
《运河天地之策马春风堤上行》《运河天地之大明第一北漂》	“大运河文化”主题网络文学重点选题孵化项目	原北京市新闻出版广电局	2017 年

《运河天地之问荆》 《运河天地之武运天河》			
北京点众科技股份有限公司	2018 年度锐意典范	北京百度网讯科技有限公司	2018 年
《运河天地之运河武工队》	北京市向读者推荐的 21 部优秀网络文学原创作品	原北京市新闻出版广电局	2018 年
《运河天地之策马春风堤上行》 《运河天地之大明第一北漂》 《运河天地之问荆》 《运河天地之武运天河》	北京影视出版创作基金重点奖励项目	原北京市新闻出版广电局	2018 年
《风华正茂》 《北京背影》 《甘霖》	第六届中国网络视听大会“原创 Plus”网络影视与节目提案暨创投大会网络剧优秀及入围项目	中国网络视听节目服务协会	2018 年
北京点众科技股份有限公司	华为终端—最佳合作伙伴	华为软件技术有限公司	2018 年
《北京背影》 《花剑男神是女生》	第五届中国数字阅读大会“鹤鸣杯 2019 潜力 IP 价值榜”50 名榜单	中国音像与数字出版协会 中共浙江省委宣传部 中共杭州市委宣传部	2019 年
《冰上的华尔兹》《甘霖》	第五届中国数字阅读大会“鹤鸣杯 2019 潜力 IP 价值榜”优秀入围作品	中国音像与数字出版协会 中共浙江省委宣传部 中共杭州市委宣传部	2019 年
《北京背影》	第三届中国“网络文学+”大会“年度最风光文旅 IP”大奖	中共北京市委宣传部（北京市新闻出版局） 中国音像与数字出版协会 中共北京市委网络安全和信息化委员会办公室 北京市广播电视局 北京市文学艺术界联合会 北京经济技术开发区管理委员会	2019 年
《甘霖》 《西镇流年》	第三届中国“网络文学+”大会入围“年度最风光文旅 IP”榜单		
《北城高家人》 《黑凤凰》 《轻羽飞扬》 《芳杜花正发》	第三届中国“网络文学+”大会入围“年度十大影响力 IP”榜单		
《芳杜花正发》	2019 年北京市向读者推荐优秀网络文学原创作品	中共北京市委宣传部（北京市新闻出版局）	2019 年
	北京宣传文化引导基金优秀网络出版项目	北京宣传文化引导基金	
北京点众科技股份有限公司	2018-2019 中国数字出版十强	第九届中国数字出版博览会组委会	2019 年
北京点众科技股份有限公司	百花竞芳 一往无前——相守奖	华为软件技术有限公司	2019 年
免费小说大全 APP	华为应用市场 2019 十大新锐应用	华为软件技术有限公司	2019 年
《运河天地之策马春风堤上行》	第二届泛华文网络文学“金键盘”奖古代言情类	江苏省网络作家协会	2020 年
《北京背影》	入选 2019 年四川省网络小说排行榜	四川省网络作家协会	2020 年
《单亲妈妈是超人》	入围第四届网络文学+大会“全面建成小康社会题材优秀作品奖项	中共北京市委宣传部（北京市新闻出版局） 中国音像与数字出版协会	2020 年

		中共北京市委网络安全和信息化委员会办公室 北京市广播电视局 北京市文学艺术界联合会 北京经济技术开发区管理委员会	
点众科技	华为相守奖	华为开发者大会	2020 年
点众科技	2020 年北京市提升出版业国际传播能力奖项扶持项目	北京市新闻出版局	2020 年

3、公司的主要竞争优势

公司依靠专业的管理团队、灵活的运营机制、以大数据为基础的精细化运营体系，为用户提供丰富的数字内容。公司坚持不断创新以持续提升竞争优势。具体如下：

（1）专业的管理团队

公司具有洞察力敏锐、执行力强的专业管理团队。公司管理团队有丰富的战略规划和团队管理、产品设计和开发、内容创作、业务运营经验，主要负责人具有丰富的互联网行业工作经历和深刻的行业认识，具体如下：

公司董事长陈瑞卿先生曾是中国移动旗下“移动梦网”业务的主要负责人之一，曾负责该业务的整体规划、标准制定、产品设计和研发、平台建设。陈瑞卿先生一直工作在无线互联网行业的中心领域，行业认识深刻且经验丰富，形成了对移动互联网业务独特的感知、洞察、把控能力。在点众科技的发展运营中，陈瑞卿先生凭借多年互联网从业经验，精准把握行业发展拐点，实现公司在行业环境不断变化下的持续稳定运营。

公司 CTO 胡泽新先生拥有 10 年以上移动互联网技术开发管理工作经验，曾负责百度移动游戏平台、新东方智慧教育平台技术研发。在手机导航、移动阅读、移动游戏等行业有丰富的产品研发经验，并在高并发架构设计、分布式服务以及大数据领域有较深的研究。

公司副总经理费立国先生是行业内较早从事的网文编辑工作的人员之一，拥有 13 年以上的编辑工作经验，其中 5 年以上的总编辑工作经验，对网文作品具有独特的甄别力。费立国先生在从业初期参与制定的网络文学“打赏制度”、“推

荐榜单制度”等制度一直沿袭至今，曾开拓玄幻异界、都市乡村等网文类别，该类别的数字作品至今仍占据各平台销售前列。此外，费立国先生曾以笔名“特别白”创作多部知名历史类题材作品。

公司运营负责人胡波先生拥有 13 年互联网内容产品运营经验，曾先后担任中国移动手机报内容主编和中国移动无线门户运营经理。

（2）灵活的运营机制

公司经营紧贴行业发展新业态，通过不断研究行业发展方式、传播方式的变化，结合优质内容题材、表现形式的变化，积极尝试，不断创新，跟进行业新业态发展趋势，及时占领新业态市场份额。报告期内，公司根据行业发展趋势，在 2016 年社交媒体和短视频飞速发展的机遇下，及时推出快看阅读 H5 网站，发展社交媒体、短视频等新兴业态用户；2018 年，公司与快乐农夫合作，发展运营支撑服务，丰富数字阅读业务开展方式；2019 年，公司及时推出快应用，丰富移动阅读 APP 品类，使用户不用下载即可使用公司产品及服务，进一步扩大用户覆盖范围，尤其是下沉用户的覆盖范围。

（3）精细化的运营体系

精细化运营体系主要体现在基于大数据的精准用户画像和用户分层运营。公司高度重视大数据分析在产品和用户运营中的实际运用。基于移动阅读 APP 和快看阅读 H5 网站积累的用户数据，从用户性别、阅读偏好、活跃度、消费属性等多个维度，创建标签体系，建立完整的用户画像。在实际运营过程中，结合用户画像，精细化运营，实现内容的精准推荐和活动的精确触达，从而提高产品收益。

①根据用户活跃度和消费行为建立用户生命周期追踪机制

基于用户访问、阅读和消费数据，分析用户生命周期，针对不同用户开展分层运营，提高用户活跃度，减少用户流失。针对已流失的用户，通过分析用户的历史访问行为，采取措施召回用户。对用户生命周期的追踪和干预，能有效提升用户在产品内部的活跃和留存，进而提高产品付费收益。

②紧随业态发展，结合用户画像开展内容的分层运营

随着微信、微博、抖音、今日头条等流量平台用户的快速增长，移动阅读用户的属性发生了很大变化，呈现出地域下沉、年龄变大、消费能力增强的新发展态势。基于此，公司在产品内容运营上采取灵活的运营策略，通过精准的内容推荐，深挖不同年龄层次用户的阅读潜力。结合用户画像，在内容推荐和版权引入上采取“用户分层、垂直深挖”运营策略：即不同类型内容满足不同年龄层次的用户和重点挖掘特定用户需求的运营策略。

（4）精准的营销推广能力

公司持续进行精准的营销推广模式创新。公司将在点众快看阅读平台验证过的并在渠道试投放结果比较好的作品定向投放于微信、微博、今日头条等新媒体平台，根据平台用户的特征，实现作品与用户的匹配，通过引导用户下载点众快看阅读平台相关产品，实现精准化引流。公司针对留存用户特征做进一步细化分析，优化内容推荐策略，进而提高通过内容精准营销推广的效率。

（5）差异化的经营策略

公司自成立以来一直深耕互联网数字阅读领域，发展至今，已经形成了包括移动阅读 APP 和快看阅读 H5 网站为主的点众快看阅读平台。在实际经营中，公司对移动阅读 APP 和快看阅读 H5 网站分别制定差异化的经营策略：即在应用市场（主要推广移动阅读 APP）发展阅读目的明确的用户，在信息流渠道（主要推广快看阅读 H5 网站和移动阅读 APP）通过内容吸引用户的差异化经营策略。

在 2018 年下半年，H5 网站业务主要通过运营支撑业务去发展，自有 H5 网站的投放不断降低，2019 年 3 月后，公司战略调整，重点发展移动阅读 APP 和运营支撑业务，自有 H5 网站的投放逐步降低。在应用市场逐步加大移动阅读客户端投放的同时，通过内容发展用户的策略加大在信息流渠道投放，从而发展更多的阅读用户。

报告期内，公司通过实行差异化的经营策略，实现移动阅读 APP 和快看阅读 H5 网站的均衡发展。

（6）持续不断的创新

技术创新是互联网企业开展经营活动、实现可持续发展的重要手段，也是数

字阅读平台增强用户体验、保持市场竞争力所必需的能力，有赖于研发人员的主观创造性及技术条件的不断变革进步。公司自成立以来，一直注重产品的研发及创新，不断优化产品细节及性能。首先，公司经过多年研发沉淀，积累了多项核心技术，如阅读器排版技术、用户画像技术、智能推荐技术及实时运维监控技术等；其次，公司在积累技术的过程中，始终坚持 A/B 测试、“以数据为准绳，结果导向”的技术研发机制，有效降低了公司在激烈竞争环境下的试错成本；再次，公司始终坚持业务关键环节的不断创新，例如在持续优化点众快看阅读平台的用户使用体验、不断提高推广渠道质量监测效果及精细化运营中的个性化推荐等方面持续投入，不断提升各个环节的效率，有效的支撑了公司灵活高效的运营。

公司设立了创新事业部，保障公司在新产品、业务模式、用户阅读体验等方面的创新。此外，公司各个部门在业务和管理上亦持续进行微创新。公司鼓励员工进行微创新，并将微创新作为考核员工绩效和晋升的重要指标之一。此种创新机制充分发挥员工主观能动性，使员工主动工作、主动思考、积极尝试、不断改进，形成积极的工作氛围，为公司业务持续稳定增长奠定坚实的基础。

（7）充足的内容储备

经过多年积累，公司已与众多内容提供商建立了长期合作关系，形成了稳定的数字内容获取渠道。公司数字内容规模与可比上市公司对比情况如下：

公司名称	数字内容数量（册/本）	截至时间
掌阅科技	500,000	2020.06.30
阅文集团	12,200,000	2019.12.31
平治信息	86,000	2020.06.30
点众科技	197,491	2020.06.30

注：阅文集团、掌阅科技和平治信息的数字内容数量来源于上市公司定期报告。

此外，公司丰富的数字内容可以涵盖不同层次的阅读需求。公司数字内容丰富、涵盖面广，既包括文学艺术、社科、历史传记，也包括青春文学、时尚生活、都市言情、悬疑科幻等，可以满足不同年龄、不同学历等多层次的阅读需求。公司已与国内优质内容提供商建立了稳定的合作关系，数字内容储备已覆盖国内主要内容提供商（如掌阅科技、中文在线）的头部作品。一方面，公司依靠自身内容推广能力优势，能够第一时间从头部内容提供商处获取优质数字内容；另一方

面，公司利用大数据分析能力迅速甄别有潜力的数字内容，并在上架前根据用户偏好对数字内容的简介、推广语、封面等进行优化，进而吸引并留住用户。

三、销售情况和主要客户

（一）主要服务情况

1、主要服务的规模情况

公司主营业务为为互联网用户提供互联网数字阅读业务及围绕其展开的版权运营和增值服务。公司的阅读平台是公司服务的基础，报告期内，点众快看阅读平台的用户及其充值消费情况如下：

（1）点众快看阅读平台整体用户情况

报告期内，点众快看阅读平台整体用户情况如下：

类型			2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
充值用户数（万人）	移动阅读 APP	自有书库阅读业务	823.58	810.76	252.72	162.05
		咪咕书库阅读业务	-	-	82.25	261.95
	快看阅读 H5 网站		12.66	123.47	326.01	239.86
平均月活跃用户数（万人）	移动阅读 APP		3,459.95	1,892.72	892.51	831.43
	快看阅读 H5 网站		108.44	704.30	2,854.48	546.35

注：1、充值用户数中，自有书库阅读业务和快看阅读 H5 网站统计的是充值用户数，咪咕书库阅读业务充值即消费，因此统计的是消费用户数；2、充值用户数、快看阅读 H5 网站平均月活跃用户数来源为公司服务器口径，2017 年移动阅读 APP 平均月活跃用户数来源为友盟口径，2018 年-2020 年 6 月移动阅读 APP 平均月活跃用户数为公司服务器口径；3、2017 年快看阅读 H5 网站月活跃用户数为自 2017 年 7 月至 12 月的平均月活跃用户数。

报告期内，公司自有书库阅读业务移动阅读 APP 充值用户数分别为 162.05 万人、252.72 万人、810.76 万人和 823.58 万人，快看阅读 H5 网站充值用户数分别为 239.86 万人、326.01 万人、123.47 万人和 12.66 万人，公司自有书库阅读业务充值人数呈逐年上涨趋势，其中自 2018 年 6 月起，发行人发展战略有所调整，逐步减少了快看阅读 H5 网站的推广力度，故 2019 年和 2020 年 1-6 月的充值用

户数和月活跃用户数有所减少，同时加大了客户端的推广力度，移动阅读 APP 的充值用户数和月活跃用户数在 2019 年和 2020 年 1-6 月有所上涨；2017 年和 2018 年咪咕书库阅读业务移动阅读 APP 消费用户数分别为 261.95 万人、82.25 万人，呈逐年下降趋势，截至 2018 年末，咪咕书库数字阅读业务已停止。上述自有书库阅读业务充值人数、咪咕书库阅读业务消费人数的变化趋势符合公司数字阅读业务由咪咕书库业务为主逐渐过渡到以自有书库阅读业务为主的实际情况。

（2）自有书库阅读业务整体用户情况

在自有书库阅读业务中，用户的主要消费形式为充值兑换“看点”，并消费“看点”购买书籍。自有书库阅读业务充值人数、人均购买数量、人均充值看点数、人均充值次数及充值消费比情况：

期间	充值用户数（万人）	人均购买数量		人均充值看点数（百看点/人）	人均充值次数（次/人）	充值消费比
		出版物（本）	原创文学（章）			
2020 年 1-6 月	836.24	1.22	384.41	100.31	3.10	90.81%
2019 年	934.24	1.30	444.73	92.71	3.76	94.72%
2018 年	578.73	1.20	435.61	85.82	3.59	93.15%
2017 年	401.91	1.18	534.18	76.00	4.40	90.05%

注：1、因出版物按本销售，原创文学按章销售，因此人均购买数量中出版物按本统计，原创文学按章统计。2、看点为用户在点众快看阅读平台充值形成的阅读计量单位，通常情况为 1 元兑换 100 看点。3、上表中充值消费比为消费的充值看点数/充值看点数。

自有书库阅读业务不同充值金额区间的充值看点数、消费充值看点数、消费人数及占比情况如下：

2020 年 1-6 月						
充值区间（百看点）	充值看点数（百万看点）	消费的充值看点数（百万看点）	消费人数（人）	充值看点数占比	消费人数占比	充值消费比
0-100	22,579.89	20,854.18	6,219,016	26.92%	75.81%	92.36%
100-200	13,282.40	12,144.78	890,555	15.83%	10.86%	91.44%
200-500	27,813.31	21,488.40	831,045	33.16%	10.13%	77.26%
500-1000	14,084.80	11,309.77	219,345	16.79%	2.67%	80.30%
1000-2000	4,643.77	4,387.74	37,097	5.54%	0.45%	94.49%

2000 以上	1,478.30	1,441.27	5,879	1.76%	0.07%	97.50%
2019 年						
充值区间（百看点）	**充值看点数（百万看点）**	**消费的充值看点数（百万看点）**	**消费人数（人）**	**充值看点数占比**	**消费人数占比**	**充值消费比**
0-100	25,281.18	21,773.18	7,081,966	29.19%	77.59%	86.12%
100-200	15,069.39	13,909.70	1,016,665	17.40%	11.14%	92.30%
200-500	24,262.54	21,880.95	778,818	28.01%	8.53%	90.18%
500-1000	12,895.98	11,950.82	191,605	14.89%	2.10%	92.67%
1000-2000	6,451.99	6,288.09	48,707	7.45%	0.53%	97.46%
2000 以上	2,649.86	2,611.21	9,388	3.06%	0.10%	98.54%
2018 年						
充值区间（百看点）	**充值看点数（百万看点）**	**消费的充值看点数（百万看点）**	**消费人数（人）**	**充值看点数占比**	**消费人数占比**	**充值消费比**
0-100	16,550.03	13,212.74	4,487,485	33.32%	81.19%	79.84%
100-200	7,527.64	6,968.89	504,852	15.16%	9.13%	92.58%
200-500	12,079.48	11,268.18	385,476	24.32%	6.97%	93.28%
500-1000	7,584.55	7,254.92	111,301	15.27%	2.01%	95.65%
1000-2000	4,260.48	4,177.46	32,230	8.58%	0.58%	98.05%
2000 以上	1,664.61	1,641.31	5,981	3.35%	0.11%	98.60%
2017 年						
充值区间（百看点）	**充值看点数（百万看点）**	**消费的充值看点数（百万看点）**	**消费人数（人）**	**充值看点数占比**	**消费人数占比**	**充值消费比**
0-100	9,346.64	7,298.76	3,204,988	30.60%	82.23%	78.09%
100-200	4,724.61	4,376.53	331,275	15.47%	8.50%	92.63%
200-500	8,101.73	7,636.21	264,409	26.52%	6.78%	94.25%
500-1000	5,135.26	4,871.18	75,289	16.81%	1.93%	94.86%
1000-2000	2,520.85	2,433.60	19,164	8.25%	0.49%	96.54%
2000 以上	716.95	698.74	2,673	2.35%	0.07%	97.46%

注：充值看点数包含将充值包月金额按照 1 元折算 100 看点的看点数。

报告期内，公司自有书库阅读业务用户充值主要集中在 0-100 看点区间，该区间内充值看点数占比分别为 30.60%、33.32%、29.19%和 26.92%，2017 年至 2019 年，处于最小区间的消费人数占比以及其充值的看点数占比均占比最高，

2020 年 1-6 月，0-100 充值看点区间有所下降主要系 200-500 区间看点占比上涨较多，当期发行人推广了较多充值包月服务，快看小说的充值包月金额由 2019 年的 1,628.51 万元增长至 2020 年 1-6 月的 7,701.03 万元，且用户主要选择 365 元/年服务，该金额位于 200-500 区间，故当期该区间的充值看点占比有所提升，500-1000 区间下降也是因为此原因。

（3）咪咕书库阅读业务整体用户情况

在用户消费方面，咪咕书库阅读业务为用户通过手机向中国移动支付话费的方式购买书籍。

发行人于 2018 年底已停止咪咕书库数字阅读业务，2017 年和 2018 年，咪咕书库阅读业务消费人数、人均购买数量、人均消费金额情况：

期间	消费用户数（人）	人均购买数量		人均消费金额（元/人）
		出版物（本）	原创文学(章)	
2018 年	822,487	1.05	314.20	38.15
2017 年	2,619,496	1.03	308.30	42.19

注：咪咕书库阅读业务在 2019 年已无实质业务。

2017 年和 2018 年，咪咕书库阅读业务不同消费区间的消费金额、消费人数、占比情况如下：

2018 年				
消费金额区间（元）	消费金额(万元)	消费人数（人）	消费金额占比	消费人数占比
0-100	1,294.59	740,155	39.07%	89.99%
100-200	726.80	49,281	21.94%	5.99%
200-500	863.25	27,623	26.06%	3.36%
500-1,000	325.88	4,710	9.84%	0.57%
1,000-2,000	90.57	675	2.73%	0.08%
2,000 以上	12.07	43	0.36%	0.01%
2017 年				
消费金额区间（元）	消费金额(万元)	消费人数（人）	消费金额占比	消费人数占比
0-100	3,755.04	2,346,226	35.43%	89.57%

100-200	2,063.95	154,060	19.47%	5.88%
200-500	2,661.64	92,450	25.11%	3.53%
500-1,000	1,370.88	21,289	12.93%	0.81%
1,000-2,000	612.63	4,925	5.78%	0.19%
2,000 以上	134.31	546	1.27%	0.02%

注：2019 年，咪咕书库数字阅读业务已无实质业务。

2017 年和 2018 年，咪咕书库阅读业务的用户主要消费集中在 0-100 元的区间，该区间消费金额占比分别为 35.43%和 39.07%，符合发行人咪咕书库阅读业务消费用户的实际情况。

（4）不同 APP 及自有 H5 网站的各期看点模式下的用户充值和消费情况

报告期内，发行人各产品在看点模式下的用户及其充值和消费情况如下：

单位：万元、元、万人、本、次

产品	2020 年 1-6 月								
	访问用户数	平均月活用户数量	平均日活用户数量	看点模式下					
				充值用户数量	充值金额	人均付费阅读章节数	人均充值金额	人均充值次数	充值消费比
快看小说	12,542.78	3,060.08	357.09	803.68	74,846.26	384.75	93.13	4.39	95.79%
西瓜免费小说	40.42	13.18	3.16	0.39	17.58	121.85	44.73	2.88	91.90%
华为阅读	1,054.16	386.69	46.38	11.70	642.55	260.80	54.91	5.40	89.15%
自有 H5 网站	415.18	108.44	24.05	12.43	1,458.36	411.40	117.40	3.28	97.94%
产品	2019 年								
	访问用户数	平均月活用户数量	平均日活用户数量	看点模式下					
				充值用户数量	充值金额	人均付费阅读章节数	人均充值金额	人均充值次数	充值消费比
快看小说	12,655.82	1,731.45	197.89	796.75	72,880.38	521.98	91.47	3.92	93.28%
西瓜免费小说	583.65	91.82	19.11	2.08	78.89	79.17	38.02	3.12	87.11%
华为阅读	371.93	69.44	9.02	7.06	401.79	272.02	56.93	6.26	90.27%
自有 H5 网站	5,865.95	704.30	83.03	122.27	10,767.52	216.25	88.06	2.39	115.78%
产品	2018 年								
	访问用户数	平均月活用户数量	平均日活用户数量	看点模式下					
				充值用户数量	充值金额	人均付费阅读章节数	人均充值金额	人均充值次数	充值消费比
快看小说	6,419.73	880.47	115.21	252.51	23,541.07	616.50	93.23	5.33	94.24%
自有 H5 网站	23,565.16	2,854.48	234.65	321.93	24,624.04	321.50	76.49	2.22	94.04%
产品	2017 年								

	访问用户数	平均月活用户数量	平均日活用户数量	看点模式下					
				充值用户数量	充值金额	人均付费阅读章节数	人均充值金额	人均充值次数	充值消费比
快看小说	-	831.43	109.06	160.96	10,529.52	421.50	65.42	5.90	93.76%
自有 H5 网站	-	-	-	239.86	20,419.24	627.06	85.13	3.35	88.11%

注 1：访问用户数：该指标无友盟统计数据，使用的是服务器统计数据，但由于服务器自 2017 年 7 月才开始统计，用户充值消费数据为全年数据，故此处未列示 2017 年的访问用户数数据；
注 2：平均月活跃用户数、平均日活跃用户数：H5 网站无友盟统计数据，故使用服务器统计数据，但由于服务器自 2017 年 7 月才开始统计，用户充值消费数据为全年数据，故此处未列示 2017 年的平均用户和平均日活数据；华为阅读未嵌入友盟 SDK，故使用服务器口径数据；西瓜免费小说使用的是服务器口径数据；快看小说因服务器自 2017 年 7 月才开始统计活跃用户数据，故当年上表使用的是友盟统计数据，2018 年之后使用服务器口径数据；
注 3：服务器统计的访问用户数、平均月活跃用户数、平均日活跃用户数：对于 APP，上述数据为当期根据手机的唯一识别号码（IMEI）去重后的访问各 APP 的用户数；对于 H5，由于根据与微信的合作条款，无法获取用户的手机的唯一识别号码（IMEI）信息，只能根据用户 ID 进行去重，但由于发行人产品非强制注册产品，若同一用户未注册进行多次访问，则无法去重；
注 4：看点模式下的用户充值和消费数据：皆为服务器统计数据；
注 5：西瓜免费小说于 2018 年上线，当年提供免费阅读服务，自 2019 年 4 月起提供付费阅读服务，故自 2019 年起分析相关数据；
注 6：充值消费比：上表充值消费比的计算方法为当期各产品用户消耗的充值看点除以总的充值看点。

①不同产品在同一会计期间的对比分析

2017 年，发行人的产品有快看小说和自有 H5 网站，当年二者的充值消费比无显著差异；自有 H5 网站的人均充值次数小于快看小说，但人均充值金额大于快看小说主要系自有 H5 网站的最小充值金额为 30 元，而快看小说通常在安卓端的最小充值金额为 10 元[7]，在 iOS 端的最小充值金额为 6 元，所以自有 H5 网站用户的充值频次更低，但人均充值金额更高；此外，自有 H5 网站用户的人均购买数量高于快看小说，主要系快看小说的最小充值金额为 6 元，相较自有 H5 网站用户，会有更多的尝试型用户，该类用户并非忠实的阅读用户，仅会尝试性地进行小金额的充值，在后期仅发生较少频次的尝试性消费，此类用户拉低了快看小说的人均购买数量。

2018 年，自有 H5 网站用户的充值消费比较 2017 年上升，主要系自 2018 年下半年开始，发行人战略调整，逐步降低了自有 H5 网站业务的推广力度，故用户的充值金额增速开始放缓，对存量看点的消耗增多，2018 年自有 H5 网站用户充值看点数较 2017 年增长 22.44%，但消耗的充值看点数增长 30.69%，故充值消费比有所提升。

2019 年，发行人进一步减少了自有 H5 网站业务的推广力度，用户的消耗主

[7] 注：2017 年通过 WIFI 万能钥匙渠道推广的安卓端快看小说的最小充值金额为 3 元。

要是对存量看点的消耗，因此其充值消费比大于 100%，且人均充值次数小于其他产品，也因其用户多为存量用户，付费能力较高，故人均充值金额和人均付费阅读章节数均保持在较高水平。当年，发行人新增产品华为阅读，同时西瓜免费小说开始提供付费阅读服务。西瓜免费小说当期的充值消费比、人均付费阅读章节数、人均充值金额、人均充值次数均低于其他产品，主要系该产品原为免费产品，用户结构中以免费用户为主，其付费意愿较低，故该产品在当期的各项指标均偏低。华为阅读的人均充值金额和人均付费阅读章节数低于快看小说和自有 H5 网站，主要系发行人预装的华为手机机型多为中低端机型，故用户的消费能力较低，此外，华为阅读尚处于发展初期，运营人员进行了较多的作品推送活动，导致华为阅读的消费更多，因此其充值消费比亦在较高水平。

2020 年 1-6 月，发行人主要推广产品为快看小说，因此看点模式下，用户充值金额的 97.25%来源于快看小说。当期，发行人进一步减少了自有 H5 网站的推广力度，存量用户占比进一步提升，故人均付费阅读章节数和人均充值金额均较高，此外，对于 2020 年在减少推广力度后，仍留存的存量用户，多为重度阅读用户，其阅读量较大，通常会选择高充值档位，因此用户的充值消费比较高，加之自有 H5 网站的起充金额相对较高，因此其人均充值次数相对其他产品会相对偏少，但因为疫情影响，自有 H5 网站的人均充值次数高于 2019 年。如上文所述，华为阅读因预装的手机机型为中低端机，人均付费阅读章节数和人均充值金额相对较低。人均充值次数与充值档位的设定和活动的设置有关，华为阅读与快看小说和自有 H5 网站相比，进行了较多低档位的充值活动，用户的充值次数会更多，同时低档位活动增多会导致尝试性阅读用户增多，此类用户会拉低充值消费比，故华为阅读的充值消费比相对较低，同时华为阅读在 2020 年 5 月增加了免费阅读图书数量，导致用户的充值消费比有所下降。2020 年 1-6 月，发行人基本停止了对西瓜免费小说的推广，其当期付费阅读业务体量较小。

综上，不同产品在同一会计期间的各项指标存在一定差异，但差异符合发行人业务开展情况，具有合理性。

②同一产品在不同会计期间的对比分析

报告期内，快看小说的充值消费比较为稳定，保持在 93%至 95%左右；2018

年的人均付费阅读章节数、人均充值金额、人均充值次数较 2017 年均呈上涨趋势，主要系随着业务的逐步开展，发行人的运营经验更加丰富，依托过往运营中的用户使用行为不断优化运营策略，针对不同的细分用户，通过挖掘其充值消费习惯并制定相匹配的运营策略，实现不断提升用户的留存、转化以及付费水平。2019 年付费阅读章节数、人均充值金额、人均充值次数较 2018 年均略有下降，主要是 2019 年用户体量大幅增加，访问用户数较 2018 年增长 6,236.09 万人，其中主要增长来源于下半年，下半年随着推广力度的加大，用户规模快速增长，因此大部分用户当年的充值及消费时间仅有半年，导致各指标略有下降。2020 年 1-6 月，因为疫情影响和发行人推广力度较大，人均充值金额和人均充值次数较 2019 年略有上涨，但人均购买章节数有所下降，主要系随着 2019 年下半年对快应用类 APP 推广的加大，快应用产品用户占比加大，而快应用类 APP 产品每章单价偏高（以 33 看点/章、43 看点/章为主），因此在人均充值金额略有上涨的情况下，平均单章价格上涨较多，人均购买章节数出现下降。

报告期内，自有 H5 网站的充值消费比持续增长，2018 年和 2019 年的充值消费比有所提升主要系自 2018 年下半年开始发行人战略调整，逐步降低了自有 H5 网站的推广力度，用户的消费增幅大于充值金额增幅所致，随着留存用户的占比逐步提高，2019 年的人均充值金额和人均充值次数较 2018 年略有上涨，同时，人均付费阅读章节数与 2018 年相比略有下降主要系 2019 年对部分热门书籍的单章价格进行了提升，2018 年主要的单章价格在 30 看点/章以下，2019 年主要的单章价格在 35 看点/章以上。2020 年 1-6 月，发行人进一步降低了自有 H5 网站的推广力度，留存用户的占比进一步提高，人均充值金额、人均充值次数和人均购买章节数均有所上涨。

华为阅读产品于 2019 年 1 月上线，2020 年 1-6 月随着用户数的增长，人均购买章节数、人均充值金额、人均充值次数和充值消费比均略低于 2019 年。西瓜免费小说于 2019 年 4 月开始提供付费服务，2020 年 1-6 月，发行人基本停止了对西瓜免费小说的推广，报告期内，西瓜免费小说的业务规模很小。

综上，不同产品在同一会计期间和同一产品在不同会计期间的各项指标存在一定差异，但差异符合发行人业务开展情况，具有合理性。

（5）发行人各 APP 及快看阅读自有 H5 网站的包月模式情况

报告期内，发行人各个产品的包月及其主要价格情况如下：

产品		是否有包月	包月起始时间	主要包月价格		
				普通 VIP		超级 VIP
				普通包月	连续包月	
快看小说	咪咕版	是	2016.07	-	1 个月：8 元	-
	自有版	是	普通 VIP：2016.07 超级 VIP：2019.01	1 个月：16 元 2 个月：31 元 3 个月：45 元 12 个月：146 元 2019 年 9 月新增快应用包月价格：99 元/30 天	1 个月：12 元 3 个月：35 元 12 个月：146 元	1 个月：100 元 2 个月：192 元 3 个月：270 元 6 个月：560 元 （快应用 365 元/年活动）
西瓜免费小说		否	-	-	-	-
华为阅读		是	2019.01	1 个月：18 元 3 个月：46 元 12 个月：176 元	1 个月：15 元 3 个月：42 元 12 个月：156 元	-
自有 H5 网站		是	2018.02	3 个月：180 元 12 个月：365 元	-	-

如上表所示，发行人的快看小说 APP 自有书库版本、华为阅读和自有 H5 网站提供包月服务。对于选择包月服务的用户，在包月有效期内，其可以阅读相对应包月书库的所有书籍，而无需另行付费。对于此类业务，发行人按照服务期限对用户的充值进行摊销并确认收入。

发行人的包月服务按照包月书库的不同可以分为普通 VIP 和超级 VIP，其中普通 VIP 覆盖的书目有限，且多为非畅销书籍，超级 VIP 能够覆盖上架书库超过 85%的书目；按照用户在包月时使用的支付方式，可以分为使用看点包月和直接充值包月。

在包月的价格方面，普通 VIP 包月可以分为普通包月和连续包月，其中普通包月系指当用户的包月服务到期后，由用户选择是否继续包月并支付下期包月费用，连续包月系指当用户的包月服务到期后，将自动续费，用户可以选择随时取消连续包月，由于连续包月模式下，用户的付费频次通常较高，故其单价较普通包月价格较低，此亦为目前数字阅读市场提升用户付费频次的常见方式，市场中的可比产品也有连续包月模式。超级 VIP 包月的价格由于覆盖的书目较多，其价

格亦较高。对于包月的价格，发行人会根据市场情况、用户的充值消费情况、节假日等因素进行相应调整。

对于自有 H5 网站，在自有 H5 网站推广渠道进行推广时，会弹出可供用户选择普通 VIP 包月的页面。

发行人产品与可比公司产品的包月及其价格情况对比如下：

公司	产品	包月价格		
		普通 VIP		超级 VIP
		普通包月	连续包月	
掌阅科技	掌阅	1 个月：18 元 12 个月：198 元	连续包月：15 元	-
平治信息	话匣子听书	1 个月：12 元 3 个月：30 元 6 个月：60 元 12 个月：108 元	-	-
阿里文学	书旗小说	3 个月：60 元 12 个月：180 元	连续包月：18 元 连续包季：50 元 连续包年：153 元	连续包月：113 元 1 个月：188 元
阅文集团	QQ 阅读	1 个月：18 元 3 个月：45 元 12 个月：158 元	连续包月：18 元 连续包季：40 元 连续包年：128 元	-
点众科技	快看小说	1 个月：16 元 2 个月：31 元 3 个月：45 元 12 个月：146 元	连续包月：12 元 连续包季：45 元 连续包年：146 元	1 个月：100 元 2 个月：192 元 3 个月：270 元 6 个月：560 元 快应用 365 元/年活动

数据来源：上述数据均来自 2020 年 9 月 3 日各款产品公开数据。

如上表所示，各可比产品均存在普通 VIP 包月情形，其中书旗小说存在超级 VIP 包月的情形。在价格方面，普通 VIP 包月中普通包月形式，1 个月的价格在 12 元至 18 元之间，发行人产品快看小说 1 个月的包月价格为 16 元，与可比产品不存在显著差异；对于连续包月形式，1 个月的价格在 10 元至 15 元之间，发行人产品快看小说 1 个月的包月价格为 12 元，与可比产品不存在显著差异；超级 VIP 包月价格方面，发行人产品快看小说 1 个月的包月价格为 100 元，该价格与阿里文学连续包月 1 个月的价格不存在显著差异。

综上，发行人存在包月业务模式具有合理性且包月服务价格和可比公司相比不存在显著差异。

（6）发行人各 APP 及自有 H5 网站“看点”模式和“包月”模式下的付费用户数量、充值金额、收入确认金额、平均单日阅读章节数

发行人自有书库数字阅读业务中，快看小说 2017 年存在少量的充值包月服务，2018 年起提供看点包月服务，2019 年 9 月起快应用开始提供充值包月服务；自有 H5 网站于 2018 年开始提供包月服务，华为阅读于 2019 年开始提供包月服务，故包月模式各项指标自 2018 年起列示；西瓜免费小说于 2019 年 4 月起提供付费阅读服务，故相关指标自 2019 年起列示。看点模式下，收入按月进行确认，消耗的充值赠送看点无法在各个产品之间分摊，故下文以当期消耗的充值看点数表征收入确认金额。报告期内，各产品“看点”模式和“包月”模式下的付费用户数量、充值金额、消耗的充值看点数、平均单日阅读章节数情况如下：

单位：万元、万人、万看点、章

产品	2020 年 1-6 月															
	“看点”模式												“充值包月”模式			
	只按章/本消耗看点但不看点包月用户				既按章/本消耗看点又看点包月用户					只看点包月不按章/本消耗看点用户						
	付费用户数量	充值金额	消耗的充值看点	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	按章/本消耗充值看点数	包月消耗充值看点数	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	消耗的充值看点	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	收入确认金额	单日阅读章节数
快看小说	690.42	63,031.92	6,156,836.33	25.58	61.12	9,367.09	723,074.62	123,745.01	32.16	38.23	718.48	65,776.06	40.68	26.52	7,701.03	2,924.15	71.18
西瓜免费小说	0.36	17.15	1,671.77	15.16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
华为阅读	9.36	600.74	57,231.56	41.20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.50	87.45	73.23	72.36
自有 H5 网站	11.68	1,430.50	142,893.01	28.85	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.48	173.97	271.16	54.29
产品	2019 年															
	“看点”模式												“充值包月”模式			
	只按章/本消耗看点但不看点包月用户				既按章/本消耗看点又看点包月用户					只看点包月不按章/本消耗看点用户						
	付费用户数量	充值金额	消耗的充值看点	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	按章/本消耗充值看点数	包月消耗充值看点数	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	消耗的充值看点	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	收入确认金额	单日阅读章节数
快看小说	645.41	54,662.47	5,193,847.16	28.45	89.67	16,150.88	1,283,680.03	261,334.14	29.10	24.98	508.45	46,951.37	35.20	6.87	1,628.51	173.68	69.54
西瓜免费小说	2.08	78.89	7,157.15	13.70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
华为阅读	6.43	392.65	36,275.79	30.15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.36	38.28	28.63	70.52
自有 H5 网站	114.57	10,434.09	1,245,544.84	18.10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.14	957.33	1,034.48	53.63
产品	2018 年															

	“看点”模式													“充值包月”模式			
	只按章/本消耗看点但不看点包月用户				既按章/本消耗看点又看点包月用户					只看点包月不按章/本消耗看点用户							
	付费用户数量	充值金额	消耗的充值看点	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	按章/本消耗充值看点数	包月消耗充值看点数	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	消耗的充值看点	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	收入确认金额	单日阅读章节数
快看小说	218.68	19,568.97	1,841,872.44	30.20	17.23	3,606.87	304,476.18	47,153.00	32.53	1.90	57.99	4,510.23	38.70	0.21	17.74	14.15	-
自有 H5 网站	303.63	23,821.00	2,304,091.32	24.97	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8.07	1,811.89	1,158.58	50.06
产品	2017 年																
	“看点”模式													“充值包月”模式			
	只按章/本消耗看点但不看点包月用户				既按章/本消耗看点又看点包月用户					只看点包月不按章/本消耗看点用户							
	付费用户数量	充值金额	消耗的充值看点	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	按章/本消耗充值看点数	包月消耗充值看点数	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	消耗的充值看点	单日阅读章节数	付费用户数量	充值金额	收入确认金额	单日阅读章节数
快看小说	156.65	10,413.66	981,885.78	27.70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**1.09**	**55.72**	**61.63**	-
自有 H5 网站	218.62	19,811.69	1,763,955.57	28.90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

数据来源：上述数据均来自发行人服务器统计数据。此外，2017 年、2018 年快看小说的充值包月系发行人早期产品小说大全数据，该产品推出较早且整体业务规模较小，未打点统计单日阅读章节数指标，故上表 2017 年和 2018 年未列示该指标。

①2017 年各产品指标情况分析

2017 年，发行人仅有产品快看小说和自有 H5 网站，看点模式下，二者均无包月服务，仅有“只按章/本消耗看点”模式。

单位：万人、万元、元、万看点、看点、章

产品	2017 年				
	只按章/本消耗看点但不看点包月的消费用户				
	消费用户中的充值用户数量	充值金额	人均充值金额	消耗的充值看点	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	156.65	10,413.66	66.48	981,885.78	27.70
自有 H5 网站	218.62	19,811.69	90.62	1,763,955.57	28.90

注 1：数据来源：上述数据均来自发行人服务器统计数据；注 2：平均单日阅读章节数：此指标为付费阅读章节数，即通过消耗看点阅读的章节数。

如上表所示，对于只按章/本消耗看点但不看点包月的用户，快看小说付费用户的人均充值为 66.48 元，自有 H5 网站付费用户的人均充值金额为 90.62 元，相对较高主要系自有 H5 网站的起充金额为 30 元，而快看小说的起充金额通常为安卓端 10 元、iOS 端 6 元所致；快看小说付费用户的平均单人单日付费阅读章节数为 27.70 章，自有 H5 网站为 28.90 章，不存在显著差异。

2017 年，快看小说还存在充值包月情形，但规模较小，当年充值用户数仅为 1.09 万人，充值金额为 55.72 万元，确认收入 61.63 万元，确认收入金额大于充值金额主要系该充值包月服务由小说大全提供，系发行人早期产品，发行人逐步减少该产品的推广，对以前年度充值金额的摊销占比增大。

②2018 年各产品指标情况分析

自 2018 年起，发行人产品快看小说开始提供使用看点进行包月的服务，但没有充值包月服务，自有 H5 网站开始提供充值包月服务，但没有看点包月服务。

单位：万人、万元、元、万看点、看点、章

产品	2018 年				
	只按章/本消耗看点但不看点包月的消费用户				
	消费用户中的充值用户数量	充值金额	人均充值金额	消耗的充值看点	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	218.68	19,568.97	89.49	1,841,872.44	30.20
自有 H5 网站	303.63	23,821.00	78.45	2,304,091.32	24.97

产品	2017 年				
	只按章/本消耗看点但不看点包月的消费用户				
	消费用户中的充值用户数量	充值金额	人均充值金额	消耗的充值看点	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	156.65	10,413.66	66.48	981,885.78	27.70
自有 H5 网站	218.62	19,811.69	90.62	1,763,955.57	28.90

注 1：数据来源：上述数据均来自发行人服务器统计数据；
注 2：平均单日阅读章节数：此指标为付费阅读章节数，即通过消耗看点阅读的章节数。

如上表所示，对于只按章/本消耗看点但不看点包月的用户，随着发行人精细化运营策略的实施以及推广力度的进一步加大，当年快看小说付费用户的人均充值金额由 2017 年的 66.48 元涨至 2018 年的 89.49 元，自有 H5 网站付费用户的人均充值金额由 2017 年的 90.62 元下降至 2018 年的 78.45 元，自有 H5 网站出现下降主要系发行人自 2018 年 6 月起战略调整，逐步减少了自有 H5 网站业务的推广力度所致；当年快看小说付费用户的平均单人单日付费阅读章节数为 30.20 章，自有 H5 网站为 24.97 章，自有 H5 网站指标均低于快看小说因 2018 年下半年发行人战略调整，减少了自有 H5 业务推广力度所致。

当年既按章/本消耗看点又看点包月的用户较少，该类用户仍以看章/本消耗看点为主，其中按章/本消耗的充值看点数占比为 86.59%。只看点包月不按章/本消耗看点的用户规模很小，仅为 1.90 万人。既按章/本消耗看点又看点包月的充值用户数和只看点包月不按章/本消耗看点的充值用户数合计占看点模式下的充值用户数的比例为 8.04%，占比较低。此外，该两类模式下，用户的平均单日使用时长均大于只按章/本消耗看点但不看点包月模式，主要系包月用户的使用时长通常较长所致。综上，看点模式下，用户的消费行为仍以按章/本消耗看点为主。

当年自有 H5 网站用户中充值包月用户数为 8.07 万人，当年实现收入 1,158.58 万元。当年用户充值金额为 1,811.89 万元，人均充值金额为 224.42 元，人均充值金额较高主要系自有 H5 网站的包月单价较高所致，自有 H5 网站充值包月的价格为三个月 180 元、12 个月 365 元。用户平均单日阅读章节数为 50.06 章，高于看点模式下的用户平均单日阅读章节数，主要系自有 H5 网站的包月价格较高，选择该模式的多为重度阅读用户，其使用时长亦较长。当年快看小说的充值包月业务规模相较 2017 年略有减少，主要系对小说大全的发展力度进一步减少，当

年充值用户数仅为 0.21 万人，充值金额为 17.74 万人，确认收入 14.15 万元。

③2019 年各产品指标情况分析

自 2019 年 4 月起，发行人西瓜免费小说开始提供付费阅读服务，华为阅读除提供按章/本消耗看点的服务模式外，还提供充值包月服务模式。

单位：万人、万元、元、万看点、看点、章

产品	2019 年				
	只按章/本消耗看点但不看点包月的消费用户				
	消费用户中的充值用户数量	充值金额	人均充值金额	消耗的充值看点	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	645.41	54,662.47	84.69	5,193,847.16	28.45
西瓜免费小说	2.08	78.89	38.02	7,157.15	13.70
华为阅读	6.43	392.65	61.06	36,275.79	30.15
自有 H5 网站	114.57	10,434.09	91.07	1,245,544.84	18.10
产品	2018 年				
	只按章/本消耗看点但不看点包月的消费用户				
	消费用户中的充值用户数量	充值金额	人均充值金额	消耗的充值看点	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	218.68	19,568.97	89.49	1,841,872.44	30.20
自有 H5 网站	303.63	23,821.00	78.45	2,304,091.32	24.97

注 1：数据来源：上述数据均来自发行人服务器统计数据；
注 2：平均单日阅读章节数：此指标为付费阅读章节数，即通过消耗看点阅读的章节数。

对上表所示，对于只按章/本消耗看点但不看点包月的用户，当期快看小说、自有 H5 网站、西瓜免费小说和华为阅读的付费用户的人均充值金额分别为 84.69 元、91.07 元、38.02 元和 61.06 元，自有 H5 网站的人均充值金额较高主要系随着对自有 H5 网站推广力度的降低，其留存用户占比较高；西瓜免费小说由于其大部分内容为免费内容，故人均充值金额较低；华为阅读尚处于起步阶段，故人均充值金额相较快看小说和自有 H5 网站较低。当期快看小说、自有 H5 网站、西瓜免费小说和华为阅读用户的平均单人单日付费阅读章节数分别为 28.45 章、18.10 章、13.70 章和 30.15 章。西瓜免费小说的单人单日付费阅读章节数较低，主要系其用户多为原免费产品用户，付费能力相对较低。自有 H5 网站的人均充值金额有所上涨，但人均单日阅读章节数与 2018 年基本持平主要系 2019 年对部分热门书籍的单章价格进行了提升，2018 年主要的单章价格在 30 看点/章以下，

2019 年主要的单章价格在 35 看点/章以上。

当期既按章/本消耗看点又看点包月的用户较少，该类用户仍以按章/本消耗看点为主，其中按章/本消耗的充值看点数占比为 83.09%。只看点包月不按章/本消耗看点的用户规模很小，为 24.98 万人。既按章/本消耗看点又看点包月的充值用户数和只看点包月不按章/本消耗看点的充值用户数合计占看点模式下的充值用户数的比例为 15.08%，占比较低。此外，该两类模式下，用户的平均单日使用时长均大于只按章/本消耗看点但不看点包月模式，主要系包月用户的使用时长通常较长所致。综上，看点模式下，用户的消费行为仍以按章/本消耗看点为主。

单位：万人、万元、元、万看点、看点、章

产品	2019 年				
	“充值包月”模式				
	付费用户数量	充值金额	人均充值金额	收入确认金额	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	6.87	1,628.51	237.11	173.68	69.54
华为阅读	1.36	38.28	28.25	28.63	70.52
自有 H5 网站	3.14	957.33	304.79	1,034.48	53.63
产品	2018 年				
	“充值包月”模式				
	付费用户数量	充值金额	人均充值金额	收入确认金额	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	0.21	17.74	82.77	14.15	-
自有 H5 网站	8.07	1,811.89	224.42	1,158.58	50.06

注 1：数据来源：上述数据均来自发行人服务器统计数据；
注 2：平均单日阅读章节数：此指标为付费阅读章节数，即通过消耗看点阅读的章节数。此外，2018 年快看小说的充值包月系发行人早期产品小说大全数据，该产品推出较早且整体业务规模较小，未打点统计单日阅读章节数指标，故上表 2018 年未列示该指标。

当期快看小说、自有 H5 网站和华为阅读用户中充值包月用户数分别为 6.87 万人、3.14 万人和 1.36 万人，实现收入分别为 173.68 万元、1,034.48 万元和 28.63 万元，用户充值金额分别为 1,628.51 万元、957.33 万元和 38.28 万元，人均充值金额分别为 237.11 元、304.79 元和 28.25 元。

发行人的包月服务分为两类，一类为普通 VIP 包月，此类包月的书库仅覆盖发行人上架书库的部分书目，且销量较好的作品不在该类包月书库内，普通 VIP 包月的价格通常较低；另一类为超级 VIP 包月，此类包月的书库能够覆盖发行人

上架书库超过 85%的书目，且销量较好的作品在该类包月书库内，超级 VIP 包月的价格通常较高。

项目	快看小说“充值包月”模式			
	2019 年		2018 年	
	充值用户数（万人）	充值金额（万元）	充值用户数（万人）	充值金额（万元）
普通 VIP 包月	2.68	103.37	0.21	17.74
超级 VIP 包月	4.19	1,525.15	-	-
合计	6.87	1,628.51	0.21	17.74

快看小说充值包月模式下人均充值金额由 2018 年的 82.77 元提升至 2019 年的 237.11 元，主要系快看小说自 2019 年 1 月起开始提供超级 VIP 包月，快看小说超级 VIP 的包月价格为 100 元/1 个月、192 元/2 个月、270 元/3 个月和 480 元/6 个月，远高于原来的普通 VIP 包月价格（16 元/1 个月、31 元/2 个月、45 元/3 个月和 145 元/12 个月），如上表所示，2019 年快看小说“充值包月”模式下付费用户数和充值金额均以超级 VIP 包月为主，故人均充值金额有所上升。此外，快看小说的快应用于当年 9 月开始推出充值包月服务，且发行人在 2019 年第四季度对快应用的推广力度较大，因此相关指标较 2018 年有所增长。

2019 年自有 H5 网站充值包月模式的收入确认金额大于充值金额主要系随着发行人战略调整，减少了对自有 H5 网站的发展力度，用户的消费也转为对存量充值的消费。由于华为阅读当期尚处于起步阶段，使用充值包月模式的用户量较小，其与快看小说和自有 H5 网站的人均充值金额差异较大主要系二者的定价体系不同所致，快看小说中的快应用充值包月价格为 99 元/30 天，自有 H5 网站充值包三个月的价格为 180 元（即 60 元/月），华为阅读连续充值包月一个月的价格为 15 元。当期快看小说、自有 H5 网站和华为阅读的用户平均单日阅读章节数分别为 69.54 章、53.63 章和 70.52 章，高于看点模式下的用户平均单日阅读章节数，主要系自有 H5 网站的包月价格较高，选择该模式的多为重度阅读用户，其使用时长亦较长，华为阅读早期用户较少，用户的平均单日阅读章节数较多。

④2020 年 1-6 月各产品指标情况分析

2020 年 1-6 月，发行人各产品只按章/本消耗看点但不看点包月的消费用户情况如下：

单位：万人、万元、元、万看点、看点、章

产品	2020 年 1-6 月				
	只按章/本消耗看点但不看点包月的消费用户				
	消费用户中的充值用户数量	充值金额	人均充值金额	消耗的充值看点	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	690.42	63,031.92	91.29	6,156,836.33	25.58
西瓜免费小说	0.36	17.15	47.44	1,671.77	15.16
华为阅读	9.36	600.74	64.18	57,231.56	41.20
自有 H5 网站	11.68	1,430.50	122.48	142,893.01	28.85
产品	2019 年				
	只按章/本消耗看点但不看点包月的消费用户				
	消费用户中的充值用户数量	充值金额	人均充值金额	消耗的充值看点	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	645.41	54,662.47	84.69	5,193,847.16	28.45
西瓜免费小说	2.08	78.89	38.02	7,157.15	13.70
华为阅读	6.43	392.65	61.06	36,275.79	30.15
自有 H5 网站	114.57	10,434.09	91.07	1,245,544.84	18.10

注 1：数据来源：上述数据均来自发行人服务器统计数据；
注 2：平均单日阅读章节数：此指标为付费阅读章节数，即通过消耗看点阅读的章节数。

对上表所示，对于只按章/本消耗看点但不看点包月的用户，2020 年 1-6 月，快看小说、自有 H5 网站、西瓜免费小说和华为阅读的付费用户的人均充值金额分别为 91.29 元、122.48 元、47.44 元和 64.18 元，自有 H5 网站的人均充值金额较高主要系随着对自有 H5 网站推广力度进一步的降低，其留存用户占比较高；西瓜免费小说由于其大部分内容为免费内容，故人均充值金额较低；华为阅读由于预装机型为中低端机型，故人均充值金额相较快看小说和自有 H5 网站较低。2020 年 1-6 月，快看小说、自有 H5 网站、西瓜免费小说和华为阅读用户的平均单人单日付费阅读章节数分别为 25.58 章、28.85 章、15.16 章和 41.20 章。西瓜免费小说的单人单日付费阅读章节数较低，主要系其用户多为原免费产品用户，付费能力相对较低。华为阅读的平均单人单日付费阅读章节数高于快看小说和自有 H5 网站，主要系其进行的运营活动更多，同时其单章价格设定通常较低。

2020 年 1-6 月，既按章/本消耗看点又看点包月的用户较少，该类用户仍以按章/本消耗看点为主，其中按章/本消耗的充值看点数占比为 85.39%。只看点包月不按章/本消耗看点的用户规模较小，为 38.23 万人。既按章/本消耗看点又看点包月的充值用户数和只看点包月不按章/本消耗看点的充值用户数合计占看点模式下的充值用户数的比例为 12.58%，占比较低。此外，该两类模式下，用户

的平均单日使用时长均大于只按章/本消耗看点但不看点包月模式，主要系包月用户的使用时长通常较长所致。综上，看点模式下，用户的消费行为仍以按章/本消耗看点为主。

单位：万人、万元、元、万看点、看点、章

产品	2020 年 1-6 月				
	“充值包月”模式				
	付费用户数量	充值金额	人均充值金额	收入确认金额	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	26.52	7,701.03	290.43	2,924.15	71.18
华为阅读	2.50	87.45	35.01	73.23	72.36
自有 H5 网站	0.48	173.97	365.57	271.16	54.29
产品	2019 年				
	“充值包月”模式				
	付费用户数量	充值金额	人均充值金额	收入确认金额	平均单人单日付费阅读章节数
快看小说	6.87	1,628.51	237.11	173.68	69.54
华为阅读	1.36	38.28	28.25	28.63	70.52
自有 H5 网站	3.14	957.33	304.79	1,034.48	53.63

注 1：数据来源：上述数据均来自发行人服务器统计数据；
注 2：平均单日阅读章节数：此指标为付费阅读章节数，即通过消耗看点阅读的章节数

2020 年 1-6 月，快看小说、自有 H5 网站和华为阅读用户中充值包月用户数分别为 26.52 万人、2.50 万人和 0.48 万人，实现收入分别为 2,924.15 万元、73.23 万元和 271.16 万元，用户充值金额分别为 7,701.03 万元、87.45 万元和 173.97 万元，人均充值金额分别为 290.43 元、35.01 元和 365.57 元。2020 年 1-6 月，发行人加大了对快看小说快应用充值包月的推广力度，同时减少了自有 H5 网站的推广力度，故 2020 年 1-6 月充值包月收入主要来源于快看小说，且快看小说充值包月相关指标较有所增长。三个产品的人均充值金额的差异，与 2019 年类似，主要是三个产品的充值包月定价不同，快应用充值包月价格为 99 元/30 天、365 元/年等，自有 H5 网站充值包三个月的价格为 180 元（即 60 元/月）以及 365 元/年等，华为阅读连续充值包月一个月的价格为 15 元。此外，三个产品的人均充值金额均有所上涨，主要系疫情期间，用户的阅读量有所增加，对购买包月服务的意愿有所提升，同时，基于该背景，发行人也加大了包月服务的推广力度。在用户平均单日阅读章节数方面，三个产品与 2019 年相比均不存在显著差异。

综上，发行人各 APP 及自有 H5 网站“看点”模式和“包月”模式下的付费用户

数量、充值金额、消耗的充值看点数、平均单日使用时长与发行人业务发展情况相匹配。

⑤关于 2019 年单日阅读章节数指标的统计说明

2019年，发行人产品快看小说付费阅读用户平均每日阅读章节数为31.92章、西瓜免费小说为68.05章、华为阅读为38.38章、自有H5网站为23.56章；该数据与本小节（“三、销售情况和主要客户”之“（一）主要服务情况”之“1、主要服务的规模情况”之“（6）”，以下简称“三-（一）-1-（6）”）数据的差异为统计口径不同所致，具体如下：

时间	产品	当期付费阅读用户平均每日阅读章节数（章）	三-（一）-1-（6）			
			单日阅读章节数（章）			
			“看点”模式			“充值包月”模式
			只按章/本消耗看点但不看点包月用户	既按章/本消耗看点又看点包月用户	只看点包月不按章/本消耗看点用户	
2019 年	快看小说	31.92	28.45	29.10	35.20	69.54
	西瓜免费小说	68.05	13.70	-	-	-
	华为阅读	38.38	30.15	-	-	70.52
	自有 H5 网站	23.56	18.10	-	-	53.63
指标说明		充值用户阅读的包含免费章节在内的全部章节数	看点模式下为充值且消耗了充值看点的用户通过消耗看点阅读的章节数			阅读的 VIP 书库中作品的章节数
差异原因	用户类别	全部充值用户	充值且消耗了充值看点的用户，不包含充值未消耗充值看点的用户			充值包月用户
	是否包含免费章节	是	否，不包含无需消耗看点的免费章节			不涉及免费章节
勾稽关系说明		①二者系针对不同用户维度和不同统计口径的分析，不存在显著的勾稽关系； ②西瓜免费小说当期付费阅读用户的平均每日阅读章节数（68.05 章）显著高于只按章/本消耗看点但不看点包月用户单日阅读章节数（13.70 章），主要系西瓜免费小说主打免费阅读，用户可以免费阅读的内容较多，故考虑免费章节的平均每日阅读章节数较高。				

因此，上述差异系统计口径不同所致，相关披露数据准确。

⑥关于充值用户数指标的统计说明

如本小节（“三-（一）-1-（6）”）数据所示，报告期内，看点模式下消耗了充值看点的充值用户数分别为 375.27 万人、541.45 万人、883.14 万人和 811.24 万人；在本节之“三、销售情况和主要客户”之“（一）主要服务情况”之“1、主要服务的规模情况”之“（4）”（以下简称“三-（一）-1-（4）”）中，看点模式下的充值用户数为 400.82 万人、574.44 万人、928.16 万人和 828.20 万人；发行人前

五大第三方充值渠道充值用户数合计数（未去重）为 426.67 万人、605.47 万人、983.48 万人和 900.67 万人。三者的差异系统计口径不同所致，具体如下：

项目		充值用户数（万人）		
		三-（一）-1-（6）	三-（一）-1-（4）	前五大充值渠道
时间	2020 年 1-6 月	811.24	828.20	900.67
	2019 年	883.14	928.16	983.48
	2018 年	541.45	574.44	605.47
	2017 年	375.27	400.82	426.67
指标说明		看点模式下消耗了充值看点的充值用户	看点模式下所有充值用户	前五大第三方充值渠道充值用户加总数（未去重）
涉及充值的用户（咪咕版本为消费用户）	是否包含已充值且消耗看点用户	√	√	√
	是否包含已充值但尚未消耗看点用户	-	√	√
	是否包含现金充值包月用户	-	-	√
	是否包含西瓜免费中付费去广告用户	-	-	√
	是否包含知识付费业务用户	-	-	√
勾稽关系说明		①“三-（一）-1-（6）”数据小于“三-（一）-1-（4）”，差异为已充值但还没有消耗充值看点的用户； ②“三-（一）-1-（4）”数据小于“前五大充值渠道”数据，差异为仅使用充值包月而不使用看点模式的用户、西瓜免费小说仅付费去广告而不付费阅读的用户和知识付费用户，此外，“前五大充值渠道”数据中的合计数未对同时使用多个充值渠道的用户进行去重（如既使用微信支付又使用支付宝支付）		

因此，上述差异系统计口径不同所致，相关披露数据准确。

（7）发行人主要 APP 相关运营指标与可比公司的对比情况

报告期内，可比公司中仅阅文集团披露了付费用户占比，宜搜科技披露了相关运营数据，由于阅文集团和宜搜科技的主要产品均为 APP 产品，故使用发行人的主要 APP 产品数据与之进行对比，由于华为阅读起步于 2019 年，西瓜免费小说主要采用“免费+广告”模式，且二者的规模目前均较小，故采用快看小说的数据与宜搜科技和阅文集团进行对比。

①月付费用户占比

报告期内，发行人产品快看小说的月付费用户占比与阅文集团和宜搜科技的对比情况如下：

公司	月付费用户占比			
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
阅文集团	4.50%	4.46%	5.06%	5.80%
宜搜科技	-	1.10%	2.10%	1.55%
发行人-快看小说	6.07%	5.74%	5.60%	7.50%

注：阅文集团和宜搜科技的月付费用户占比的计算方法为月付费用户数/月活跃用户数。对于月付费用户数指标，宜搜科技的付费用户数即充值用户数，二者不存在差异，因此，发行人快看小说使用的也为充值用户数，阅文集团年报披露了月付费用户数指标，但未解释该指标统计口径。宜搜科技未披露 2020 年 1-6 月数据。

如上表所示，2017 年至 2019 年，宜搜科技的月付费用户占比显著低于阅文集团和发行人，根据其披露的数字阅读业务收入数据，其中数字阅读广告收入的占比分别为 54.59%、47.80%、62.80%，广告业务收入占比较高，广告收入一般依托于免费产品，免费内容较多会降低用户的付费意愿，此外，广告业务需要靠嵌入广告位实现，而较多的广告位会对用户的阅读体验造成不利影响，进一步降低用户的付费意愿，其月付费用户占比与广告业务收入占比亦呈现反向变动，宜搜科技在 2019 年加大了发展“免费+广告”模式的力度，其 2019 年的月付费用户占比下滑至 1.10%。

发行人快看小说的月付费用户占比在 2017 年较高，2018 年有所下降，2019 年与 2018 年相比不存在显著差异，该变动主要系快看小说的用户结构中有一部分的咪咕书库用户，对于咪咕书库数字阅读业务，用户以按章扣取话费的形式进行阅读，因此对于咪咕用户来说其充值即消费，其在每一个月只要进行付费阅读，就会被记录为当月的付费用户，而自有书库版本下，用户是先充值后消费，其一次充值可以支撑其较长时间的消费，但其只会在充值当月被记录为付费用户，在后续的有消费无充值的时间不会被记录为当月付费用户。因此，随着发行人逐步停止发展咪咕书库数字阅读业务，月付费用户占比有所下降。2019 年随着运营经验的积累，运营能力有效提升，同时 2019 年下半年通过今日头条等进行的信息流推广采买的是付费用户群体[8]，付费转化率会有所增长，因此 2019 年月付费用户占比相比 2018 年有所上升。2020 年 1-6 月，因为疫情影响以及从信息流渠道采买的是付费用户群体，月付费用户占比进一步提升。

阅文集团在报告期内的月付费用户占比在 5%左右，与发行人 2018 年和 2019

[8] 今日头条推出针对付费阅读精准人群包的推广方式。

年相比不存在显著差异，但阅文集团的月付费用户占比呈下降趋势，根据其年报披露内容，主要系其发展部分免费阅读产品所致。2020 年 1-6 月，阅文集团的月付费用户占比与 2019 年相比不存在显著差异。

综上，发行人的月付费用户占比在报告期内的变动具有合理性。

②人均充值金额、人均阅读章节数、人均充值次数、充值用户数

报告期内，仅宜搜科技公开披露了 2017 年至 2019 年的上述指标，故仅与宜搜科技 2017 年至 2019 年的相关数据进行对比。此外，发行人产品快看小说存在咪咕版本，咪咕版本下用户按章/本直接扣取话费，不存在先充值后消耗的情形，在业务模式上与宜搜小说 APP 存在差异，故采用自有书库版本看点模式相关数据与之对比，具体情况如下：

时间	人均充值金额（元）		人均阅读章节数（章）		人均充值次数（次）		充值用户数（万人）	
	宜搜科技	快看小说	宜搜科技	快看小说	宜搜科技	快看小说	宜搜科技	快看小说
2019 年	70.89	91.47	782.95	521.98	8.13	3.92	101.38	810.76
2018 年	75.40	93.23	764.00	616.50	8.87	5.33	181.97	252.72
2017 年	61.41	65.42	525.58	421.50	5.11	5.90	178.07	162.05

注：上表中快看小说的阅读章节数为消耗看点阅读的章节数；宜搜科技为人均购买数量。快看小说的充值用户数为自有书库版本的充值用户数。

如上表所示，快看小说 2017 年自有书库版本下的充值用户数相对较少，主要系当年还有 261.95 万人的咪咕书库版本用户，随着发行人自有书库数字阅读业务的逐步发展，自有书库版本下的充值用户数在报告期内快速增长，2019 年已经远超宜搜科技。报告期内发行人的人均充值金额和人均阅读章节数均呈现 2018 年上涨，2019 年有所下降的情形。2018 年上涨趋势主要系随着业务的逐步开展，发行人的运营经验更加丰富，依托过往运营中的用户使用行为不断优化运营策略，针对不同的细分用户，通过挖掘其充值消费习惯并制定相匹配的运营策略，实现不断提升用户的留存、转化以及付费水平。2019 年有所下降主要系 2019 年用户体量大幅增加，快看小说 2019 年的访问用户数较 2018 年增长 6,236.09 万人，其中主要增长来源于下半年，下半年随着推广力度的加大，用户规模快速增长，因此大部分用户当年的充值及消费时间仅有半年，导致各指标略有下降。此外，人均充值次数在报告期内持续下降，主要系发行人进行了较多的运营活动来提升用户的单次充值金额，如提升高充值档位的充值赠送看点数量等，2019 年

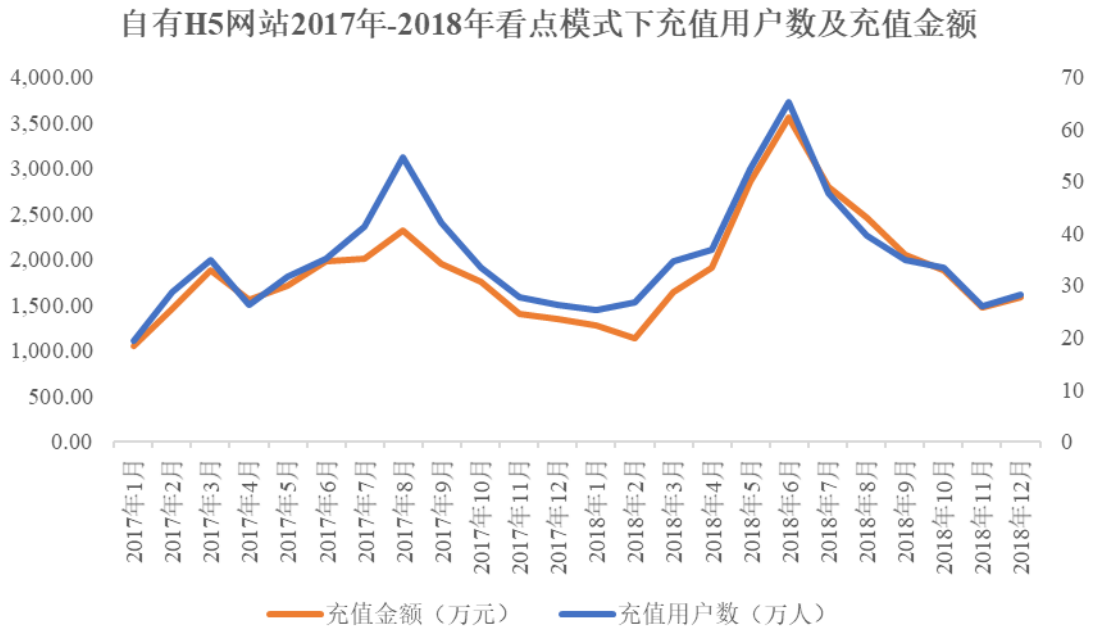
人均充值次数的降幅大于 2018 年系因为上述大量用户的充值时间仅有半年所致。

与宜搜科技相比：1）人均充值金额方面，快看小说的人均充值金额大于宜搜科技，主要是起充金额的影响，快看小说的起充金额通常为安卓端 10 元、iOS 端 6 元（现已提升至 30 元），而宜搜小说的起充金额为安卓端 8 元、iOS 端 1 元，相对较高的起充金额会过滤部分尝试型阅读用户，该类用户并非忠实的阅读用户，仅会尝试性地进行小金额的充值，在后期仅发生较少频次的尝试性消费，此类用户会拉低整体的人均充值金额。2）人均阅读章节数方面，因为宜搜小说的单章价格较低，用户阅读的章节数通常会更多。3）人均充值次数方面，因为宜搜小说的起充金额设置的较低，用户的充值频次会相对较高。

综上，发行人相关指标的变动具有合理性。

（8）自有 H5 网站 2018 年相关指标变动情况

2018 年发行人自有 H5 网站充值用户数由 2017 年的 239.86 万人上升至 326.01 万人，如下图所示，主要系 2018 年 3-6 月的充值用户数大幅增长所致。



该增长主要系发行人自有 H5 网站推广模式和推广力度变动所致。2017 年 1 月到 2018 年 2 月，点众科技自有 H5 网站主要使用 CPC 和 CPT 方式进行投放。2018 年起，原有的直接投放模式被 CPS 分成模式冲击比较大，公司根据市场变

化进行了战略调整，在 2018 年 3 月后发展 CPS 分成业务，并在 2018 年 3 月至 6 月持续增加推广投入，2017 年自有 H5 网站的推广费为 10,624.36 万元，而 2018 年 3 月至 6 月自有 H5 网站的推广费达到 5,991.84 万元，推广力度的增加使得充值用户数有所增加。

但公司在该种模式下起步较晚，覆盖的新媒体渠道较少。而且 2018 年行业集中化已经较为明显，点众科技意识到该业务只有在市场上快速进入头部才能在竞争中立足。基于此考虑，点众科技开始与在微信生态具有较强推广能力的合作伙伴快乐农夫合作。点众科技提供运营支撑，将点众科技的技术平台、内容整合、产品运营优势和快乐农夫的流量及渠道优势相结合一起快速做大业务。双方合作顺利并快速达到头部市场地位后，公司也逐步降低了原自有 H5 产品的自投放力度，如上图所示，自 2018 年 7 月开始，发行人自有 H5 网站的充值用户数和充值金额呈现下降的趋势，该原因亦导致 2018 年发行人自有 H5 网站看点模式下整体人均付费阅读章节数、人均充值金额和人均充值次数出现下滑。

除上述原因外，人均付费阅读章节数和人均充值金额下降还受 2018 年 500 章以下短篇书籍增多所致。人均付费阅读章节数的下降还受到单章价格上涨的影响，发行人 2018 年对自有 H5 网站的热门书籍的单章价格进行了提升，使得总体单价从 2017 年 15 看点/章左右提升到 2018 年的 25 看点/章左右，因此伴随着人均充值金额有所下降，用户的人均付费阅读章节数下降幅度较大。

此外，人均充值次数的下降还源于主要起充金额的变动，2017 年自有 H5 网站的起充金额主要是 30 元，但也存在 20 元、15 元等起充金额，2018 年的起充金额提升到了以 30 元和 50 元为主，起充金额的提升也会使人均充值次数有所下降。

总体来看，相关数据变动符合消费者行为习惯。

（9）自有书库业务及运营支撑业务各前 10,000 大充值用户 IMEI、IP、MAC 地址集中度情况

为核查大额充值用户数量的真实性，考虑不同设备上用户数量的集中程度，补充核查前 10,000 大充值金额用户 IMEI 号、IP 地址及 MAC 地址集中情况。

由于公司不同产品特性限制（Android 版 APP 产品主要记录用户 IMEI 号及（或）MAC 地址，iOS 版 APP 产品、自有 H5 网站及运营支撑服务产品主要记录用户 IP 地址），故对 Android 版 APP 产品用户的 IMEI 号及 MAC 地址集中度进行核查，对 iOS 版 APP 产品、自有 H5 网站和运营支撑服务产品用户的 IP 地址集中度进行核查。计算方法是以 IMEI、MAC 或 IP 为核查维度，统计同一 IMEI 号、MAC 地址或 IP 地址下自有书库阅读业务及运营支撑业务各前 10,000 大充值用户的集中情况。

报告期公司自有书库阅读业务充值金额前 10,000 大用户中，Android 版 APP 用户 7,739 名，iOS 版 APP 用户 623 名，自有 H5 网站用户 1,638 名。自有书库阅读业务及运营支撑业务各前 10,000 大充值用户 IMEI 号、IP 地址及 MAC 地址集中情况如下：

项目			一个 IMEI 号、IP 地址或 MAC 地址对应用户情况			
			对应 1 名用户	对应 2 名用户	对应 3 名用户	对应 3 名以上
对应用户情况（人）	自有书库阅读业务	Android 版 APP	7,723	8	0	0
		iOS 版 APP	609	7	0	0
		自有 H5 网站	1,623	6	1	0
	运营支撑业务		9,677	151	7	0
合计涉及充值金额（万元）			7,916.8	104.4	7.2	0

如上表所示，一个 IMEI 号、IP 地址或 MAC 地址对应多名用户的情况较少，运营支撑业务 1 个 IP 地址对应 2 名用户或 3 名用户数量较 APP 多，造成以上情况的原因共有三个，其一为同一个用户在 IP 地址相同的情况下，从不同的推广公众号或者推广链接进入 H5 产品都会形成不同的 OpenID 并在系统中被当成不同用户，即被识别为同一 IP 下存在多个用户；其二为微信存在设置代理 IP 的情况，部分用户通过相同的代理 IP 进入 H5 产品，也会被识别为同一 IP 下存在多个用户；其三由于不同用户上网的物理环境差异较大，在部分环境下（如某个区域采用动态分配 IP 机制，IP 分时复用）会存在同一 IP 不同时段分配给不同用户的情况，从而造成多个用户为同一 IP 情况。总体来看，自有书库业务及运营支撑业务各前 10,000 大充值用户中，同一 IMEI 号、IP 地址或 MAC 地址对应多名用户合计金额为 111.6 万元，而其中 H5 网站和运营支撑业务合计金额 94.9 万元，存在合理性，总体不存在异常。

（10）自有书库业务及运营支撑业务各前 10,000 大充值用户长时间未使用的僵尸用户情况

对公司报告期自有书库阅读业务及运营支撑业务各前 10,000 大充值用户充值和消费数据分析，对距离其最后一次消费后已经长时间未再使用的僵尸用户（截至 2020 年 6 月 30 日，已超过半年无消费行为的用户）情况进行统计核查：

公司自有书库阅读业务前 10,000 大充值用户中，截至 2020 年 6 月 30 日用户账户中剩余充值金额高于 50 元的僵尸用户共 331 人，对应剩余充值金额 6.3 万元。

运营支撑服务业务前 10,000 大充值用户中，截至 2020 年 6 月 30 日用户账户中剩余充值金额高于 50 元的僵尸用户共 86 人，对应剩余充值金额 3.7 万元。

综上，保荐机构及发行人申报会计师认为大额充值用户 IMEI 号、IP 或 MAC 地不存在异常，大额充值用户中的僵尸用户情况以及账户剩余金额不存在异常。

（11）前 10,000 大消费用户平均阅读时间间隔低于 1 分钟的用户情况

发行人系统中未统计用户阅读时长，因此根据用户每次消费行为的间隔计算其阅读时间，具体算法为以每个小时为计量单位，取每个小时内用户的首次开始消费时间 T1，和每个小时内的最后一次消费时间 T2，以及在这个小时之内的阅读章节数 Q（需要 Q>1），则当前小时内该用户的平均阅读间隔时长=(T2-T1)/(Q-1)，再将该用户各个小时的平均阅读间隔时长计算平均值，得出该用户的平均阅读时间间隔。

公司自有书库阅读产品前 10,000 大消费用户平均阅读间隔时长低于 1 分钟的用户共计 25 名，运营支撑业务前 10,000 大消费用户不存在平均阅读间隔时长低于 1 分钟的用户，上述 25 名用户对应充值金额及阅读书籍情况如下：

单位：万元

项目	金额
充值金额	13.46
占总充值金额的比例	0.005%
阅读分成作品消耗看点占比	92.35%
阅读买断作品消耗看点占比	7.65%

由上表可知，平均阅读间隔时长低于 1 分钟的用户总充值金额仅有 13.46 万元，占充值总额比例极低，其主要仍是以阅读分成版权书籍为主，不存在集中于买断版权书籍的情形，与发行人头部书籍分布不存在明显异常。

（12）各主要 APP 用户的平均阅读时间间隔情况

鉴于报告期发行人数字阅读业务产品中，西瓜免费和华为阅读在 2019 年才开展业务，截至 2020 年 6 月末，总充值金额合计 1,270.09 万元，占比较低，因此本节主要分析快看小说、自有 H5 网站以及运营支撑业务各前 50,000 大消费用户的相关指标。具体情况如下：

单位：万元

产品	用户梯度	平均阅读时间间隔时长（分钟）	间隔时长低于 1 分钟用户数量（人）	低于 1 分钟用户充值金额（万元）	占该产品总充值金额的比例	低于 1 分钟用户阅读分成作品消耗看点占比	低于 1 分钟用户阅读买断作品消耗看点占比
快看小说	前 1 万	5.8	22	10.95	0.006%	91.44%	8.56%
	1 万-2 万	6.1	6	1.73	0.001%	95.86%	4.14%
	2 万-3 万	6.1	18	3.99	0.002%	93.27%	6.73%
	3 万-4 万	6.1	21	3.91	0.002%	94.10%	5.90%
	4 万-5 万	6.1	18	3.36	0.002%	97.09%	2.91%
	小计	6.0	85	23.94	0.013%	93.20%	6.80%
自有 H5	前 1 万	7.0	5	2.95	0.005%	96.96%	3.04%
	1 万-2 万	7.4	6	1.21	0.002%	73.60%	26.40%
	2 万-3 万	7.4	2	0.23	0.000%	70.24%	29.76%
	3 万-4 万	7.5	3	0.40	0.001%	66.68%	33.32%
	4 万-5 万	7.5	3	0.54	0.001%	93.06%	6.94%
	小计	7.4	19	5.33	0.009%	88.96%	11.04%
运营支撑	前 1 万	6.4	0	-	-	-	-
	1 万-2 万	6.8	2	0.30	0.000%	85.98%	14.02%
	2 万-3 万	6.8	2	0.30	0.000%	99.70%	0.30%
	3 万-4 万	6.9	2	0.29	0.000%	98.82%	1.18%
	4 万-5 万	6.9	3	0.33	0.000%	99.71%	0.29%
	小计	6.8	9	1.22	0.001%	95.74%	4.26%
合计		6.7	113	30.48	0.006%	92.54%	7.46%

鉴于发行人产品以按章消费为主，部分用户在有网络连接的情况下会集中下载多个章节缓存在手机中，待无网络连接的状态时进行阅读（如在飞机飞行过程中阅读、在无手机信号的工作环境中阅读、以节省流量为目的在无 WIFI 网络连接状态下阅读等），以及部分用户阅读速度较快，因此存在个别用户消费间隔时

长低于 1 分钟的可能性。综合上表的统计情况，保荐机构及申报会计师认为发行人各个产品的用户行为不存在异常，该部分用户阅读书籍中买断版权书籍和分成版权书籍的占比不存在异常，并且不存在集中于买断版权书籍的情形。

在自有书库阅读业务前 1 万大消费用户中，平均阅读间隔时长低于 1 分钟的用户有 25 名，对该 25 名用户，保荐机构及申报会计师获取了其每一笔充值和消费数据，对其消费和充值行为做进一步分析，上述 25 名用户中平均单次消费频次最低的用户为 0.02 分钟/章，25 名用户平均消费频次为 0.69 分钟/章；25 名用户共阅读书籍 3,476 本，其中消耗看点数最多的书籍共消耗 235,160 看点（含赠送看点），前 100 本书籍共消耗 7,289,957 看点（含赠送看点），平均每本书消耗 72,900 看点（含赠送看点，约合 460 元左右）。

结合前述数据分析，根据所阅读书籍的数量、分散程度及单本书籍消耗金额判断，上述用户应为阅读用户（并非自充值、刷单等虚假用户），但其阅读频次及阅读行为存在异常，判断其中存在“疑似”盗版发行人数字内容的用户。

上述用户阅读的作品共有 3,476 本，能够覆盖 2017 年消耗看点前五十大作品中的 19 本，2018 年前五十大作品中的 32 本，2019 年前五十大作品中的 38 本，2020 年 1-6 月前五十大作品中的 36 本，因此存在一部分关注度高、排名前列的作品，但整体来看，该 25 名用户阅读（或盗版）涉及书籍较多，且消耗看点数较为分散。对于“疑似”盗版发行人数字内容的用户，其盗版目的可能为赚取付费阅读收益、可能为扩充其作品库数量吸引用户，并通过广告等其他方式变现。其从发行人处盗版单本书的成本相对较低，只要相关作品能够带来的收益大于其盗版成本即可，并非一定要选取头部作品。因此，其选择非排名前列的作品进行盗版具有一定合理性。

①发行人自有产品全部用户（含免费用户）单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟的情况分析

A、平均阅读时间间隔小于 1 分钟的情况

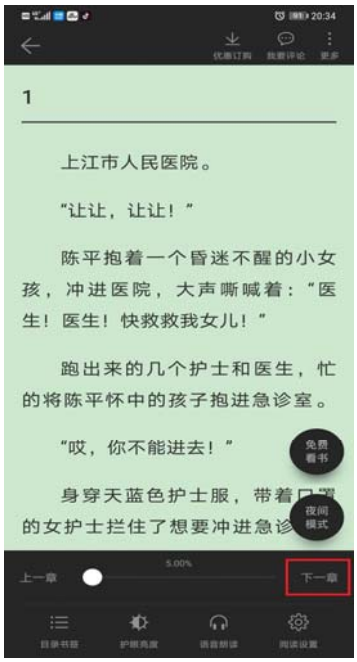
通过对 2017 年至 2020 年 6 月发行人主要产品（包括 APP 客户端、快应用、H5）的全部用户（含免费用户）消费记录（含消费活动赠送看点）进行检查，各产品平均阅读时间间隔低于 1 分钟的用户数量及消费看点数的情况如下：

各产品全部用户（含免费用户和预加载章节）			
产品形态	用户数量（万个）	平均阅读时间间隔	消费看点数（百万看点）
APP 客户端	257.16	小于 1 分钟	2,529.77
H5	70.60	小于 1 分钟	1,370.42
快应用	643.14	小于 1 分钟	8,654.60
合计	970.90		12,554.79

上述数据产生的主要原因包括四个方面，第一是纯免费用户（不贡献收入）消费活动赠送看点行为，其消耗赠送看点浏览部分书籍付费章节；第二是预加载的方式下载付费章节时批量下载导致；第三是部分用户在有网络的时候通过操作页面连续点击“下一章”将书籍内容缓存到手机中所致；第四是发行人部分书籍章节字数较短，尤其是爆款书章节字数相比其他书籍会短，对于阅读速度较快的用户会出现平均阅读时间间隔短于 1 分钟的情况。

预加载是对于发行人产品，用户在阅读过程中，为防止用户阅读后续章节出现卡顿，会提前预加载后续章节内容，在消费记录会体现为同一秒钟生成进行两次消费记录，预加载在行业内是常见操作，同行业可比产品也存在预加载情形，该种情况会对用户的平均阅读时间间隔产生极端影响，即一秒内连续消费两次，无法客观反映某一用户真实的平均阅读时间间隔。

通过操作页面连续点击“下一章”翻章是发行人应用中的功能，通过这样的操作可以将相关章节购买并下载到用户手机中。一般进行类似操作的有两种可能性：其一，因为发行人的所有赠送看点（包含充值赠送看点和活动赠送看点）均有有效期（一般为 5-7 天），过了有效期则赠送看点失效，所以部分用户在获取赠送看点（尤其是充值赠送看点）后或赠送看点即将失效前，会批量下载一部分章节的书籍集中消耗赠送看点；其二，因为连续阅读需要联网并消耗流量，因此部分用户会在有 WIFI 或有信号的时候连续下载部分章节（如在飞机起飞前、在进入无手机信号的工作环境前、以节省流量为目的在离开 WIFI 网络连接状态前等）。上述两种情况会导致用户的连续密集消费记录，致使计算出的平均阅读时间间隔小于 1 分钟，一般小于 3 秒钟。尤其是快应用产品，因为快应用系统无批量下载功能，只能通过手动操作连续点击“下一章”将书籍下载缓存到手机中。具体示例如下：



目前系统设定在点击“下一章”后菜单页面会消失，需要重新点击页面中心位置唤起菜单功能再点击“下一章”（所需时间大概在1-3秒之间）；但在之前的版本中，点击“下一章”后菜单页面不会自动消失，因此用户可以在一秒钟之内连续点击“下一章”（1秒钟内可点击多次“下一章”）。

对于上述统计数据，首先扣除纯免费用户后，具体情况如下：

各产品全部用户（不含免费用户）				
产品形态	用户数量（万个）	平均阅读时间间隔	消费看点数（百万看点）	占消费看点数的比例
APP客户端	64.39	小于1分钟	2,159.07	0.592%
H5	33.79	小于1分钟	1,021.10	0.280%
快应用	47.01	小于1分钟	3,883.32	1.065%
合计	145.19		7,063.49	

在此基础上，再去除预加载数据影响（剔除1秒钟内连续消费两条记录中的第二条记录，1秒钟内如果出现3条以上消费记录则不剔除，因为目前预加载章节只剔除第二条记录，第一条记录保留，导致目前统计的数据仍然偏大）和连续点击“下一章”的消费记录（如果两条消费记录间隔大于1秒，但小于3秒，认为是手工点击“下一章”，则剔除后面的消费记录），平均阅读时间间隔时长低于1分钟的用户数量及看点数的情况如下：

各产品全部用户（不含预加载章节、不含手动点击“下一章”）

产品形态	用户数量（万个）	平均阅读时间间隔	消费看点数（百万看点）	占消费看点数的比例
APP 客户端	38.71	小于 1 分钟	944.06	0.259%
H5	31.13	小于 1 分钟	943.08	0.259%
快应用	20.70	小于 1 分钟	963.13	0.264%
合计	90.53		2,850.27	

根据上表计算，各个产品单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户平均人均消费金额分别为 12.99 元/人、19.17 元/人和 25.13 元/人（消费金额按照消费看点数乘以平均看点单价计算得出），远低于发行人单个付费用户的平均消费金额 90 元左右，上述用户首先是阅读速度较快的用户，其次是连续点击“下一章”的用户，但没有包含在我们的剔除条件中（如 1 秒钟连续下载 3 章及以上的用户，点击“下一章”花费时间超过 3 秒钟的用户），再次是根据预加载剔除规则保留的第一条消费记录消费看点，综合来看，上述用户消耗看点数占报告期全部消耗看点的比例极低，同时上述用户人均消费金额远低于发行人单个付费用户的平均消费金额，故上述用户是机器刷单用户或自充值用户的可能性极低。

B、分阶段统计相关数据

发行人各产品全部用户的平均阅读时间间隔为 3-4 分钟，但对于重度阅读用户或者阅读速度较快的用户而言，平均阅读时间间隔低于 1 分钟是正常情形。此外，上述算法并未剔除之前版本中可以 1 秒钟内连续点击“下一章”三次以上的情况。基于此，保荐机构及 IT 审计机构去除预加载及点击“下一章”数据影响后，按照小于 1.2 秒（0.02 分钟）、31 秒（0.52 分钟）、45 秒（0.75 分钟）以及 60 秒（1 分钟）四个梯度做进一步分析，对各主要产品付费用户的充值和消费金额进行分析，具体如下：

产品	单章平均阅读时间间隔	用户数（万人）	消费看点数（含充值赠送、活动赠送）（百万看点）	消费金额（万元）	占报告期总消费看点比例
APP 客户端	小于 0.02 分钟（1.2 秒）	0.0061	0.24	0.12	0.000%
	小于 0.52 分钟（31 秒）	13.1	172.35	89.77	0.047%
	小于 0.75 分钟（45 秒）	22.66	405.93	214.00	0.111%

	小于 1 分钟（60 秒）	38.71	944.06	502.94	0.259%
H5	小于 0.02 分钟（1.2 秒）	0.0182	0.56	0.34	0.000%
	小于 0.52 分钟（31 秒）	1.75	31.87	17.90	0.009%
	小于 0.75 分钟（45 秒）	8.03	184.36	112.99	0.051%
	小于 1 分钟（60 秒）	31.13	943.08	596.89	0.259%
快应用	小于 0.02 分钟（1.2 秒）	0.0004	0.003	0.00	0.000%
	小于 0.52 分钟（31 秒）	2.51	52.38	29.14	0.014%
	小于 0.75 分钟（45 秒）	7.84	262.31	144.20	0.072%
	小于 1 分钟（60 秒）	20.70	963.13	520.00	0.264%

注：消费金额为按照消费看点数乘以平均看点单价计算得出。小于 1 分钟的统计数据包含小于 0.75 分钟、0.52 分钟和 0.02 分钟的所有区间。

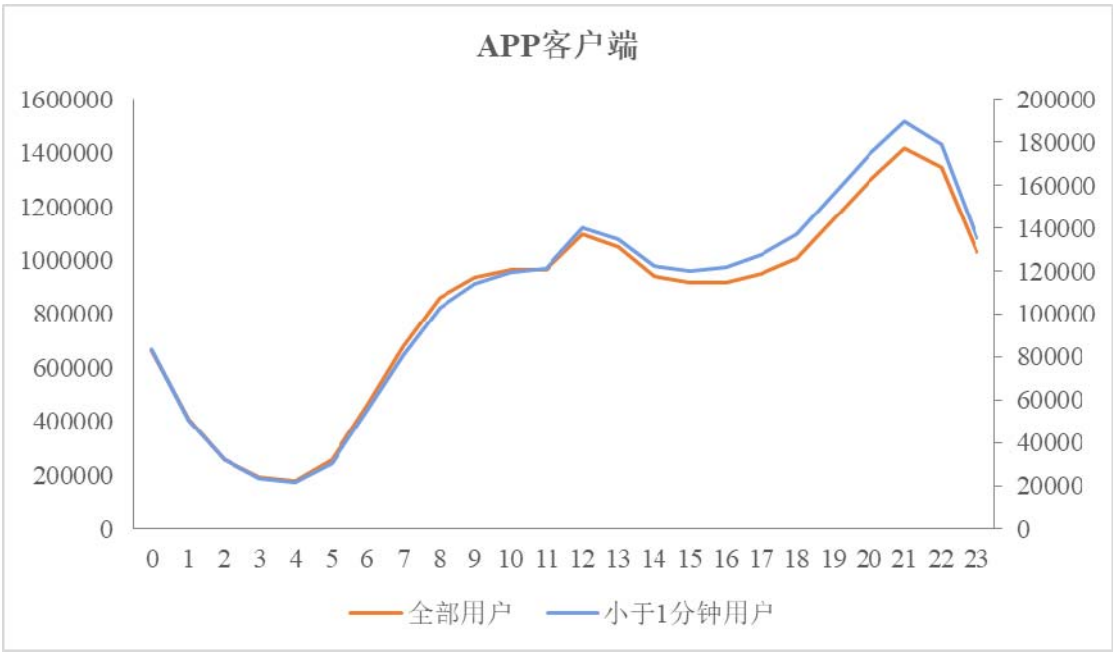
如上表所示，发行人 APP 客户端产品、H5 网站和快应用单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户的消费金额占对应该产品用户中消费看点的比例分别为 0.259%、0.259%以及 0.264%，其中平均阅读时间间隔小于 0.75 分钟的用户的消费看点占对应产品用户中消费看点的比例分别为 0.111%、0.051%以及 0.072%，占比极小。如认定平均阅读时间间隔小于 31 秒为异常，APP 客户端产品、H5 网站和快应用中此类用户的消费看点分别为 172.35 百万看点、31.87 百万看点和 52.38 百万看点，占对应该产品总消耗看点的比例仅为 0.047%、0.009%和 0.014%，占比极小，不构成实质影响，且存在相关正常消费行为的可能（老版本可以连续点击“下一章”等）。

C、对于单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的整体行为分析

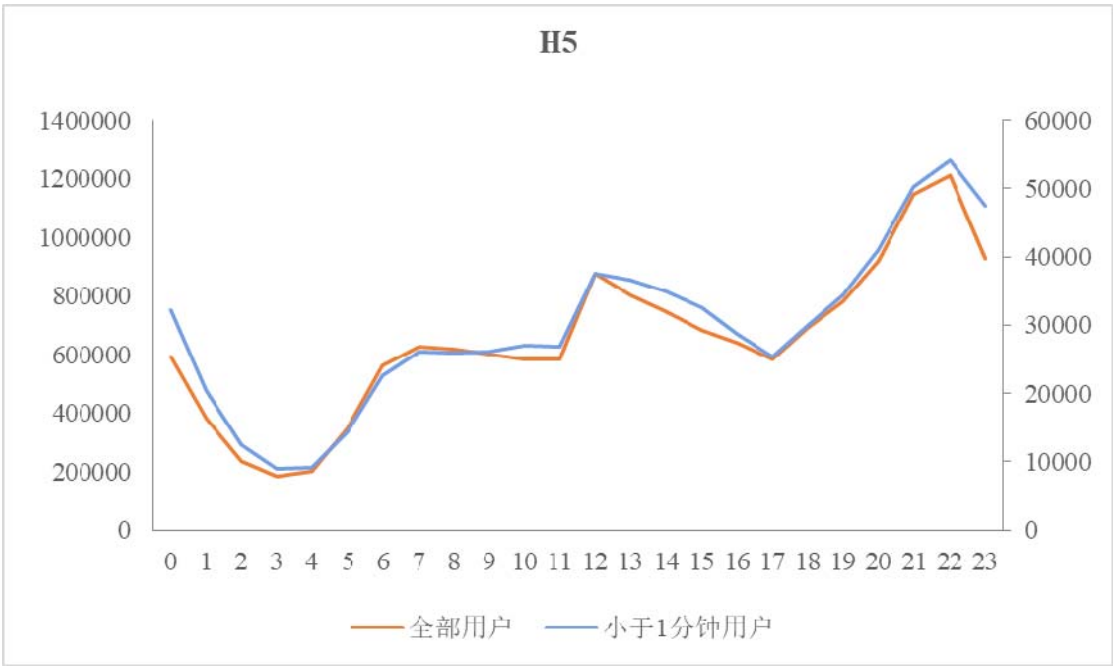
a、用户注册时间分布

对于平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的注册时间和相应产品全部用户的注册时间分布情况如下：

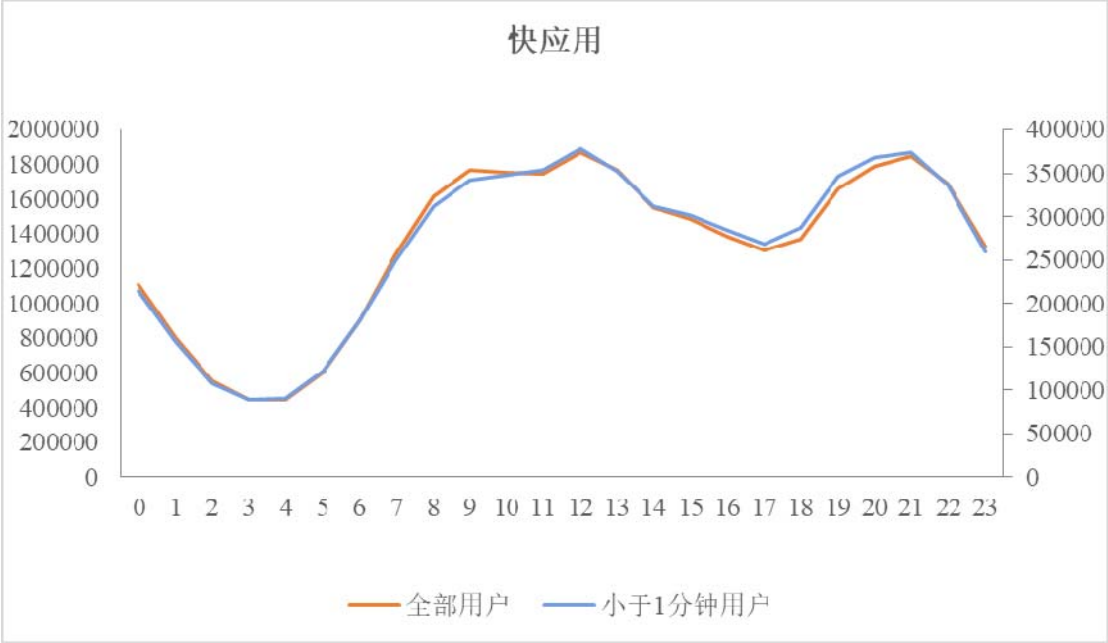
a）APP 客户端


APP客户端
1600000
1400000
1200000
1000000
800000
600000
400000
200000
0
200000
180000
160000
140000
120000
100000
80000
60000
40000
20000
0
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23
全部用户
小于1分钟用户

b）H5


H5
1400000
1200000
1000000
800000
600000
400000
200000
0
60000
50000
40000
30000
20000
10000
0
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23
全部用户
小于1分钟用户

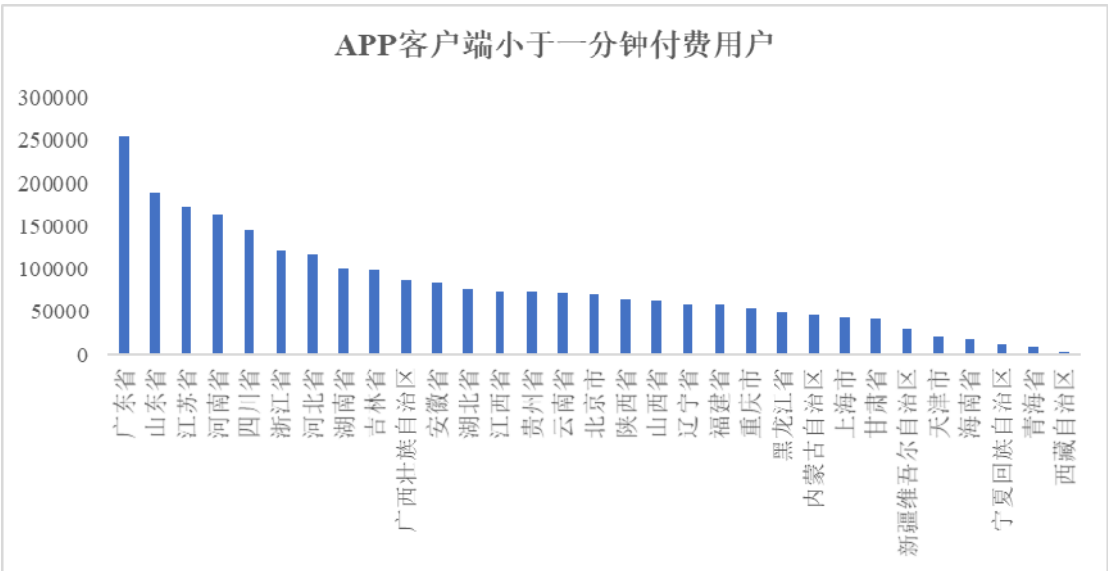
c）快应用

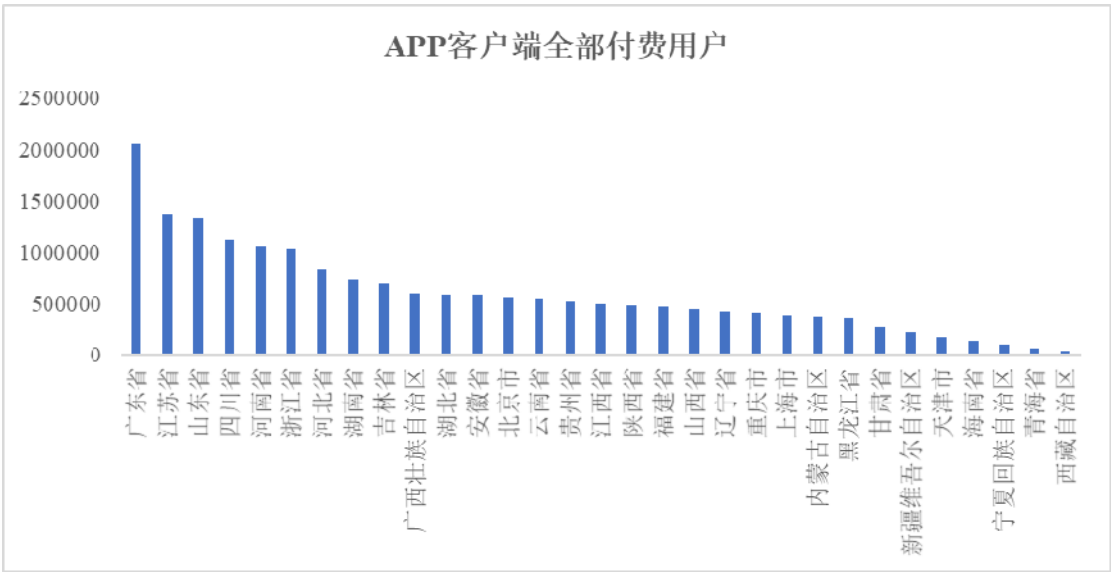


由上可知，平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的注册时间和相应产品全部用户的注册时间分布高度相似，不存在异常。

b、消费用户地域分布

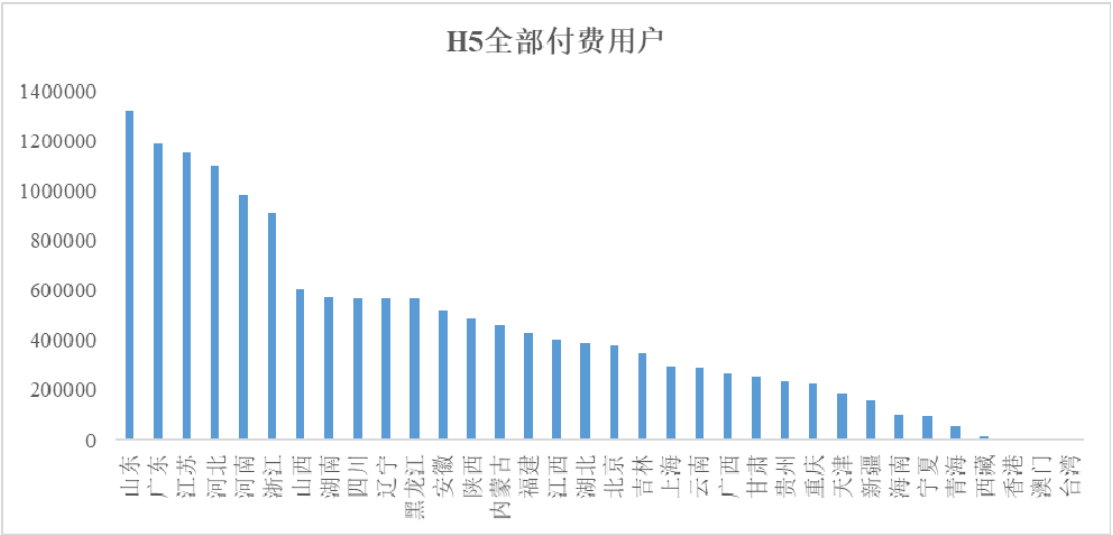
a）APP 客户端



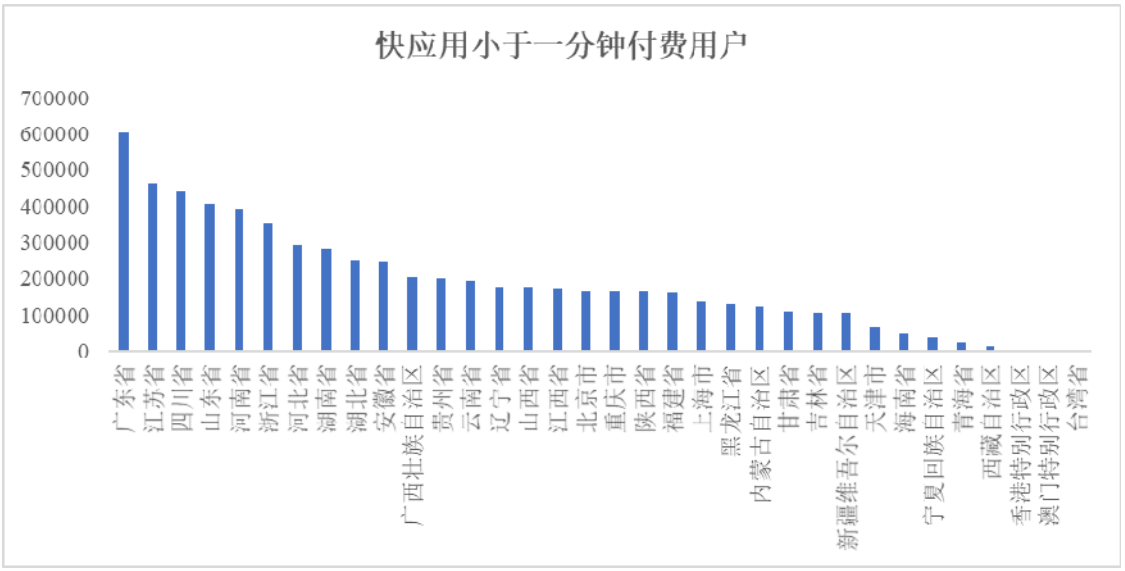

APP客户端全部付费用户
2500000
2000000
1500000
1000000
500000
0
广东省
江苏省
山东省
四川省
河南省
浙江省
河北省
湖南省
吉林省
广西壮族自治区
湖北省
安徽省
北京市
云南省
贵州省
江西省
陕西省
福建省
山西省
辽宁省
重庆市
上海市
内蒙古自治区
黑龙江省
甘肃省
新疆维吾尔自治区
天津市
海南省
宁夏回族自治区
青海省
西藏自治区

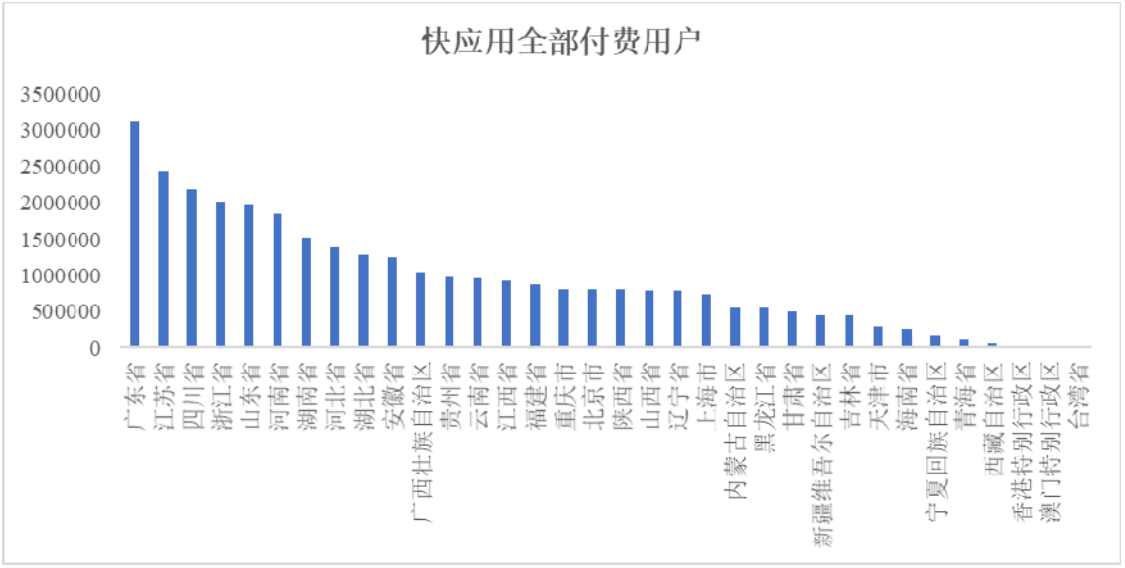
b）H5


H5小于一分钟付费用户
70000
60000
50000
40000
30000
20000
10000
0
山东
广东
江苏
河北
河南
浙江
山西
湖南
四川
黑龙江
辽宁
安徽
陕西
内蒙古
福建
北京
江西
湖北
吉林
上海
云南
广西
甘肃
贵州
重庆
天津
新疆
海南
宁夏
青海
西藏
香港
澳门
台湾


H5全部付费用户
1400000
1200000
1000000
800000
600000
400000
200000
0
山东
广东
江苏
河北
河南
浙江
山西
湖南
四川
辽宁
黑龙江
安徽
陕西
内蒙古
福建
江西
湖北
北京
吉林
上海
云南
广西
甘肃
贵州
重庆
天津
新疆
海南
宁夏
青海
西藏
香港
澳门
台湾

c）快应用

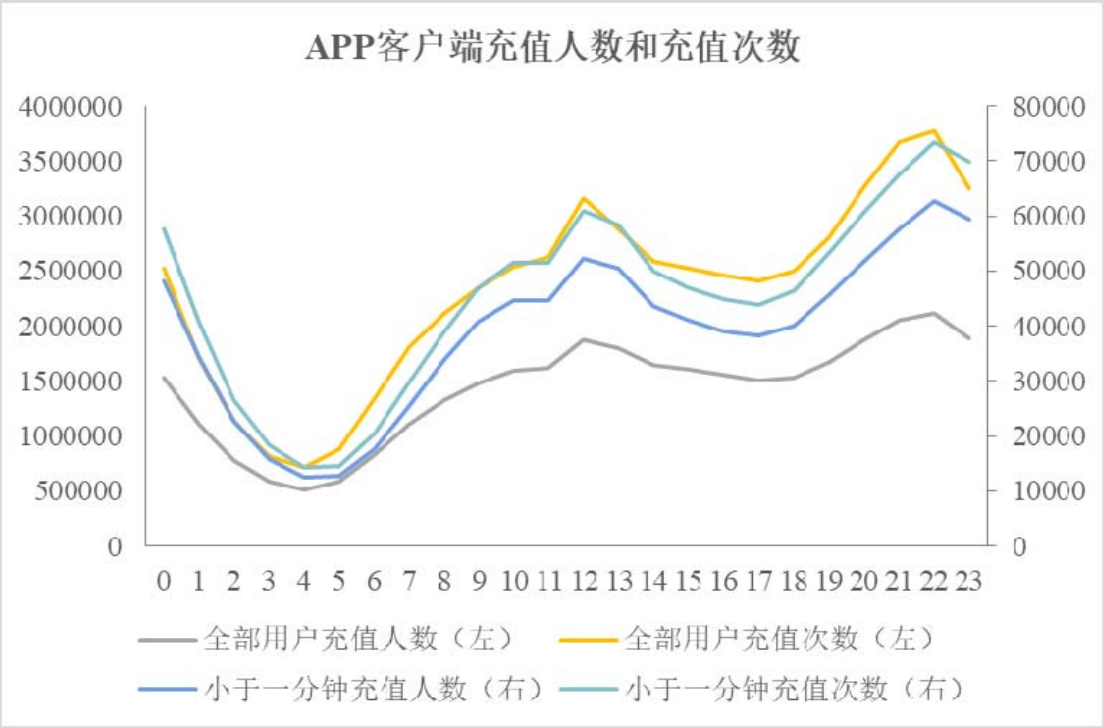


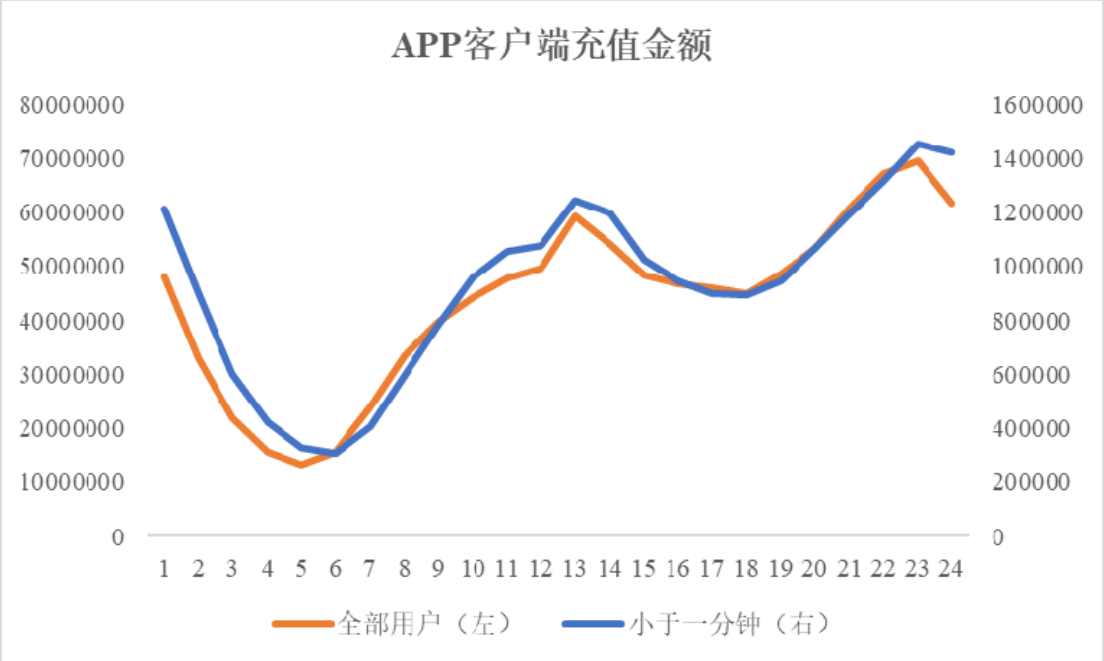


由上可知，平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的地域分布和相应产品全部用户的地域分布高度相似，不存在异常，且不存在地域集中的情况。

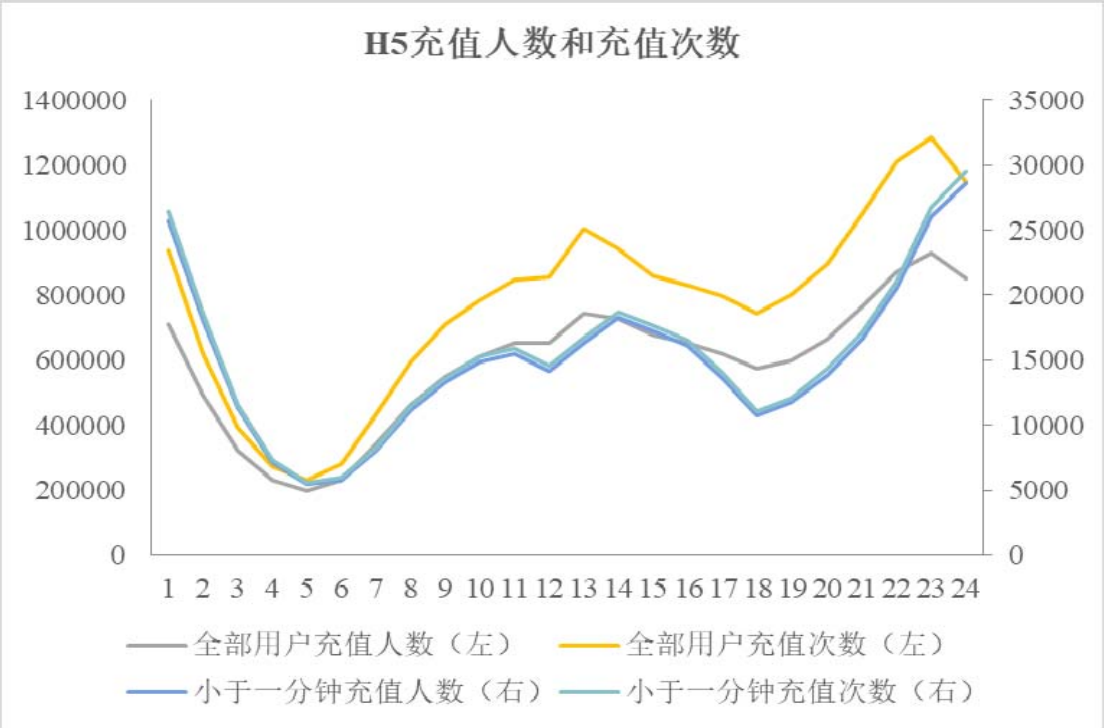
c、充值 24 小时分布

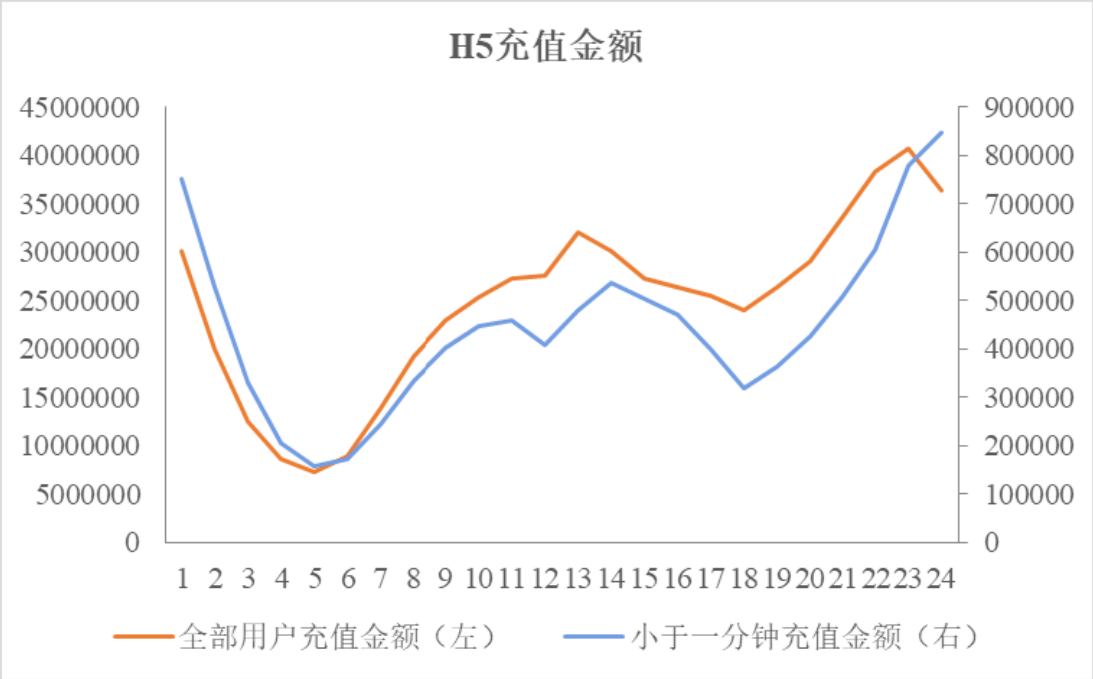
a）APP 客户端


APP客户端充值人数和充值次数
4000000
3500000
3000000
2500000
2000000
1500000
1000000
500000
0
80000
70000
60000
50000
40000
30000
20000
10000
0
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23
全部用户充值人数（左）
全部用户充值次数（左）
小于一分钟充值人数（右）
小于一分钟充值次数（右）

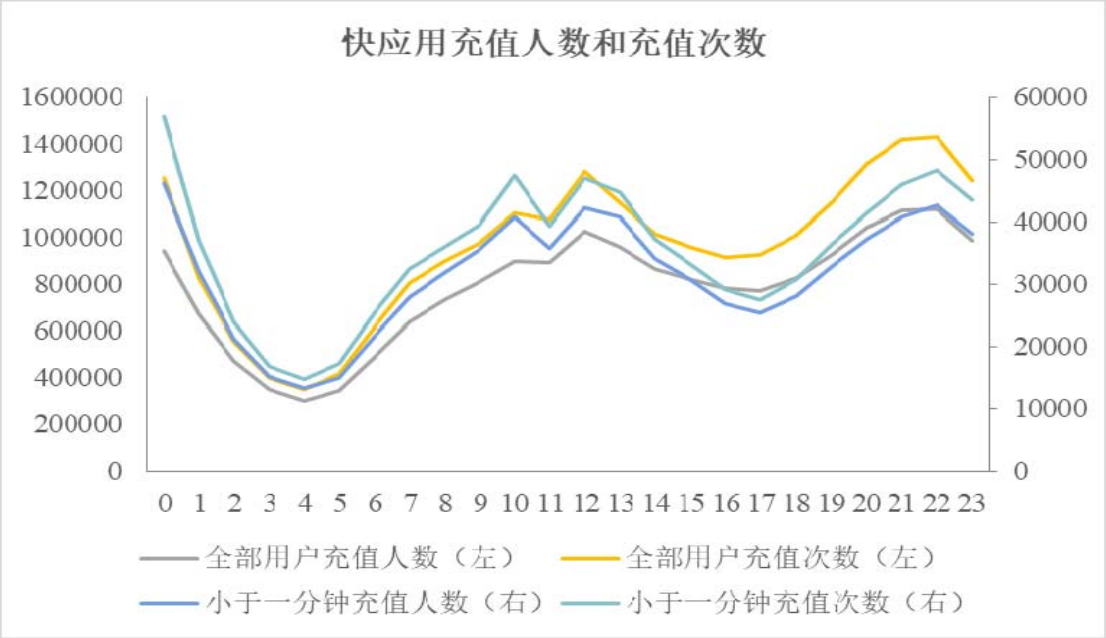

APP客户端充值金额
80000000
70000000
60000000
50000000
40000000
30000000
20000000
10000000
0
1600000
1400000
1200000
1000000
800000
600000
400000
200000
0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24
全部用户（左）
小于一分钟（右）

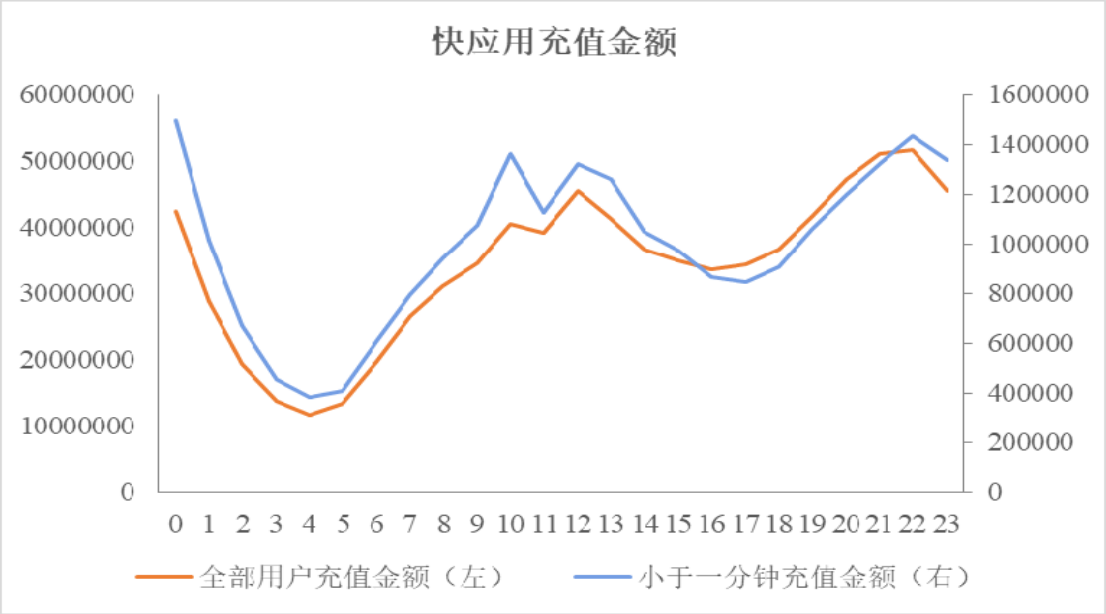
b）H5


H5充值人数和充值次数
1400000
1200000
1000000
800000
600000
400000
200000
0
35000
30000
25000
20000
15000
10000
5000
0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24
全部用户充值人数（左）
全部用户充值次数（左）
小于一分钟充值人数（右）
小于一分钟充值次数（右）


H5充值金额
45000000
40000000
35000000
30000000
25000000
20000000
15000000
10000000
5000000
0
900000
800000
700000
600000
500000
400000
300000
200000
100000
0
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24
全部用户充值金额（左）
小于一分钟充值金额（右）

c）快应用





由上可知，平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的充值人数、充值次数、充值金额分布和相应产品全部用户的分布高度相似，不存在异常。

综上，保荐机构及申报会计师认为发行人各个产品的用户行为不存在异常，不存在自充值的情形。

②运营支撑服务全部用户（含免费用户）单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟的情况分析

A、单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟的情况

通过对2018年6月至2020年6月运营支撑服务的全部用户（含免费用户）消费记录（含消费活动赠送看点）进行检查，各产品平均阅读时间间隔时长低于1分钟的用户数量及消费看点数的情况如下：

运营支撑服务全部用户（含免费用户）			
产品形态	用户数量（万个）	平均阅读时间间隔	消费看点数（百万看点）
运营支撑服务	166.22	小于1分钟	2,627.48

上述数据产生的主要原因包括三个方面，第一是纯免费用户（不贡献收入）消费活动赠送看点行为，其消耗赠送看点浏览部分书籍付费章节；第二是部分用户在有网络的时候通过操作页面连续点击“下一章”将书籍内容缓存到手机中所致；第三是发行人部分书籍章节字数较短，尤其是爆款书章节字数相比其他书籍会短，对于阅读速度较快的用户会出现平均阅读时间间隔短于 1 分钟的情况。与发行人自有产品相比，运营支撑服务不存在预加载章节的情形。

对于上述统计数据，扣除纯免费用户后，具体情况如下：

运营支撑服务全部用户（不含免费用户）				
产品形态	用户数量（万个）	平均阅读时间间隔	消费看点数（百万看点）	占消费看点数的比例
运营支撑服务	62.36	小于1分钟	2,094.17	0.496%

在此基础上，再去除连续点击“下一章”的消费记录（如果两条消费记录间隔大于1秒，但小于3秒，认为是手工点击“下一章”，则剔除后面的消费记录），平均阅读时间间隔时长低于1分钟的用户数量及看点数的情况如下：

运营支撑服务全部用户（不含手动点击“下一章”）				
产品形态	用户数量（万个）	平均阅读时间间隔	消费看点数（百万看点）	占消费看点数的比例
运营支撑服务	61.45	小于1分钟	1,992.94	0.472%

根据上表计算，运营支撑服务平均阅读时间间隔小于1分钟的用户平均人均消费金额分别为21.99元/人（消费金额按照消费看点数乘以平均看点单价计算得出），远低于运营支撑服务单个付费用户的平均消费金额（90-100元），此外，上述用户消耗看点数占报告期全部消耗看点的比例极低，上述用户是机器刷单用户或自充值用户的可能性极低。

B、分阶段统计相关数据

运营支撑服务全量用户的平均阅读时间间隔约为 3-4 分钟，但对于重度阅读用户或者阅读速度较快的用户而言，平均阅读时间间隔低于 1 分钟是正常情形。基于此，保荐机构及 IT 审计机构按照小于 1.2 秒（0.02 分钟）、31 秒（0.52 分钟）、45 秒（0.75 分钟）以及 60 秒（1 分钟）四个梯度做进一步分析，对运营支撑服务付费用户的充值和消费金额进行分析，具体如下：

产品	单章平均阅读时间间隔	用户数（万人）	消费看点数（含充值赠送、活动赠送）（百万看点）	消费金额（万元）	占 2018 年 6 月至 2020 年 6 月该服务总消费看点比例
运营支撑服务	小于 0.02 分钟（1.2 秒）	0.0002	0.02	0.01	0.000%
	小于 0.52 分钟（31 秒）	12.33	197.52	133.94	0.047%
	小于 0.75 分钟（45 秒）	29.11	691.60	468.99	0.164%
	小于 1 分钟（60 秒）	61.45	1,992.94	1,351.47	0.472%

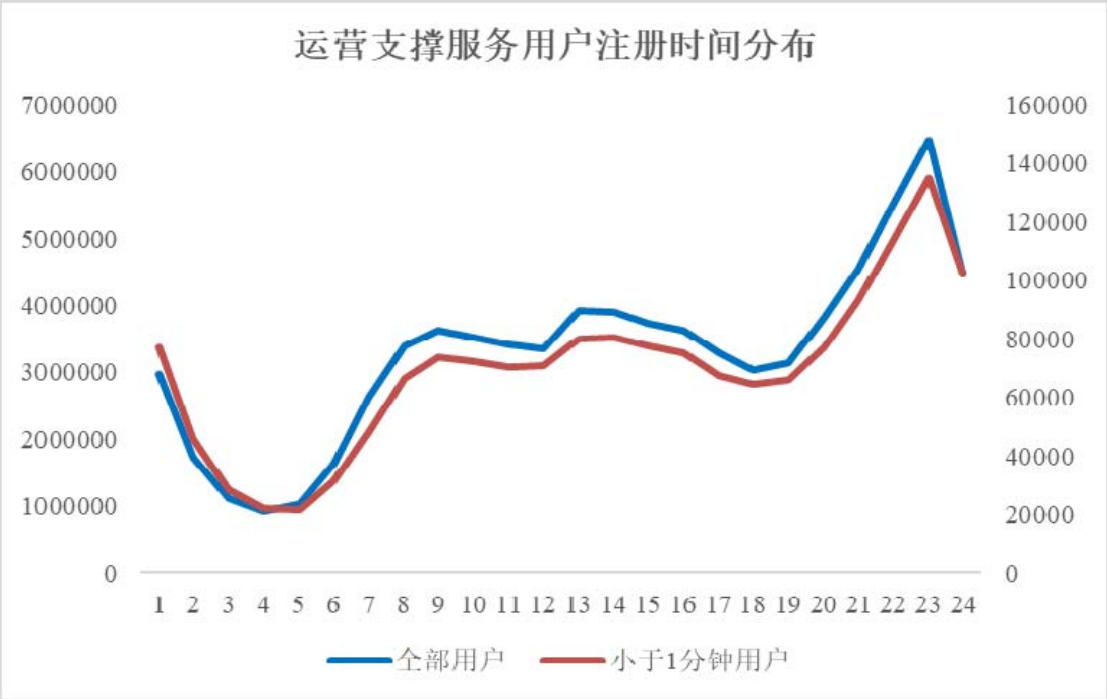
注：消费金额为按照消费看点数乘以平均看点单价计算得出。小于 1 分钟的统计数据包含小于 0.75 分钟、0.52 分钟和 0.02 分钟的所有区间。

如上表所示，运营支撑服务单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟的用户的消费金额占对应该产品用户中消费看点的比例为 0.472%，其中平均阅读时间间隔小于 0.75 分钟的用户的消费看点占对应产品用户中消费看点的比例为 0.164%，占比极小。如认定平均阅读时间间隔小于 31 秒为异常，运营支撑服务中此类用户的消费看点为 197.54 百万看点，占对应该产品总消耗看点的比例仅为 0.047%，占比极小，不构成实质影响。

C、对于单章平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的整体行为分析

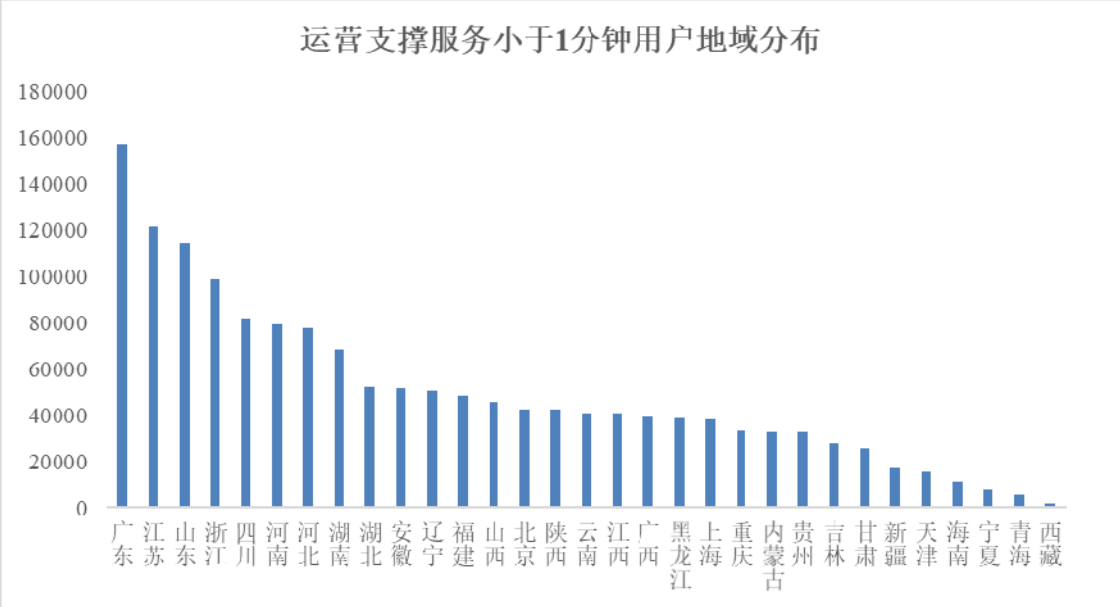
a、用户注册时间分布

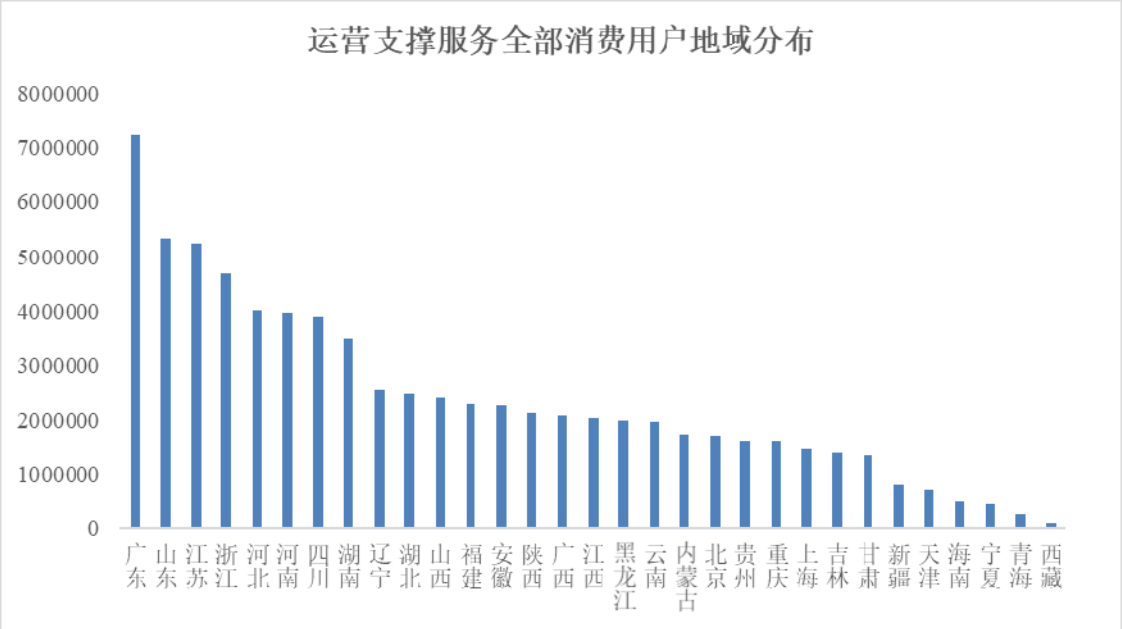
对于平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的注册时间和相应产品全部用户的注册时间分布情况如下：



由上可知，平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的注册时间和相应产品全部用户的注册时间分布高度相似，不存在异常。

b、消费用户地域分布



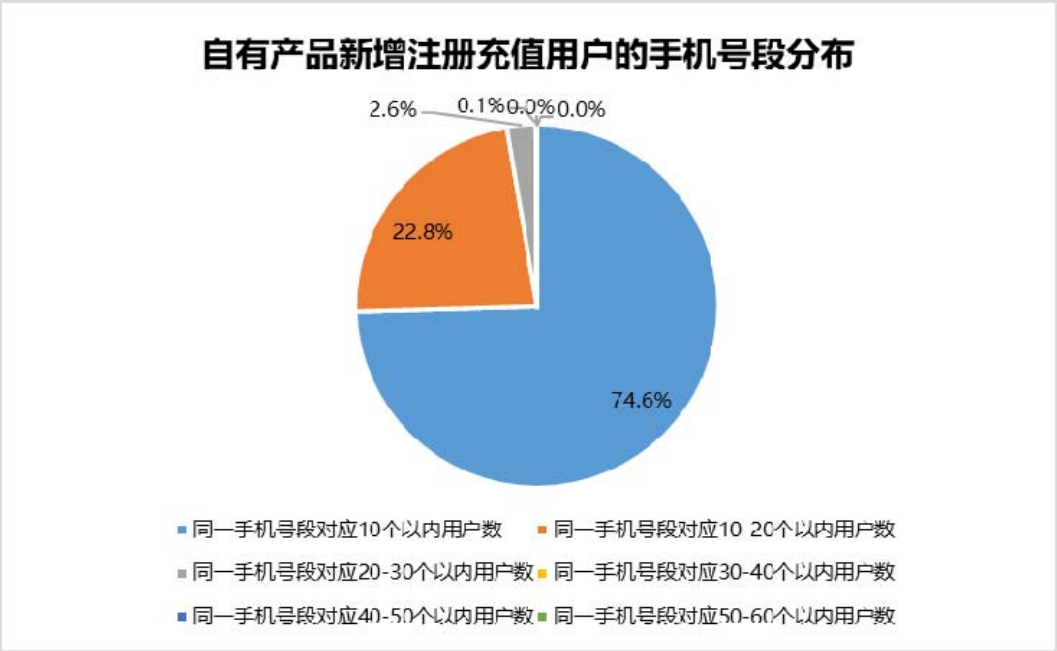


由上可知，平均阅读时间间隔小于 1 分钟用户的地域分布和相应产品全部用户的地域分布高度相似，不存在异常，且不存在地域集中的情况。

此外，由于可比公司均未公开披露用户平均阅读时间间隔小于 1 分钟的数据，亦不存在行业数据，因此无法进行对比分析。综上，保荐机构及申报会计师认为发行人自有产品和运营支撑服务的用户行为不存在异常，不存在自充值的情形。

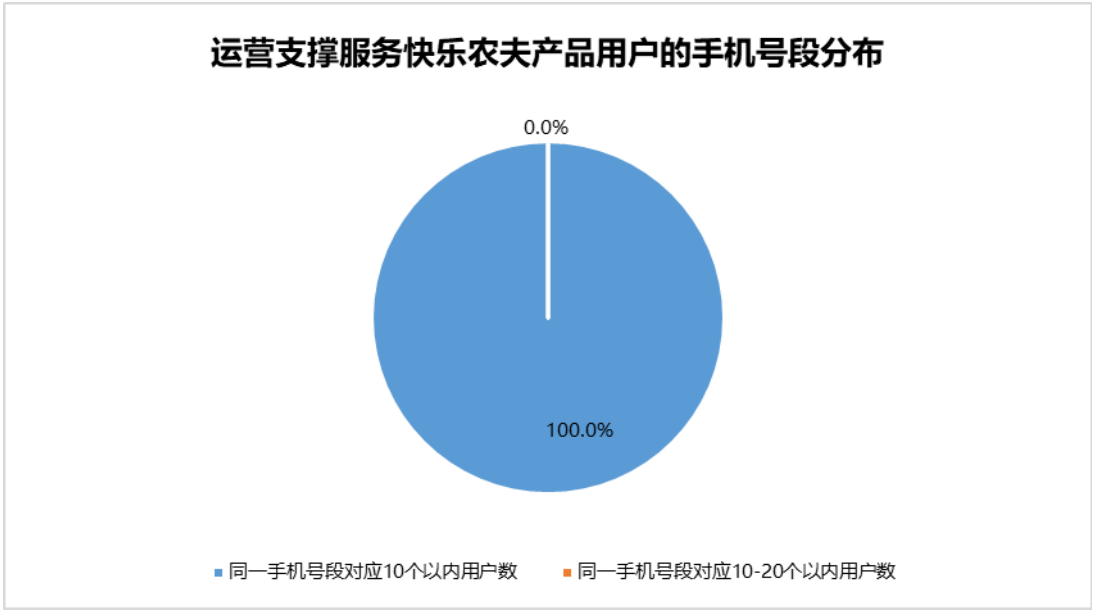
（13）期间新增充值用户的手机号段集中情况

保荐机构及 IT 审计机构获取了报告期内发行人自有书库阅读产品新增充值用户服务器记录的手机号码，并对手机号段（即手机号码前七位）的集中度进行了分析，具体如下：



如上图所示，报告期内，发行人自有书库阅读产品记载手机号码的新增充值用户中，同一手机号段对应 10 个以内的用户数达到 74.6%，20 个以内的用户数占比达 97.3%，而同一个号段下理论上最多有 10,000 名用户（0000-9999），因此，发行人自有书库阅读产品不存在手机号段十分集中的情形。

对于运营支撑业务，服务器未记录用户的手机号码信息，但中介机构以调查问卷的形式获取了 3 万余名用户的手机号码，故对此部分用户的手机号段进行集中度分析，具体如下：



如上图所示，所核查的运营支撑服务用户中，手机号段对应的用户数均在

20 个以内，不存在手机号段十分集中的情形。

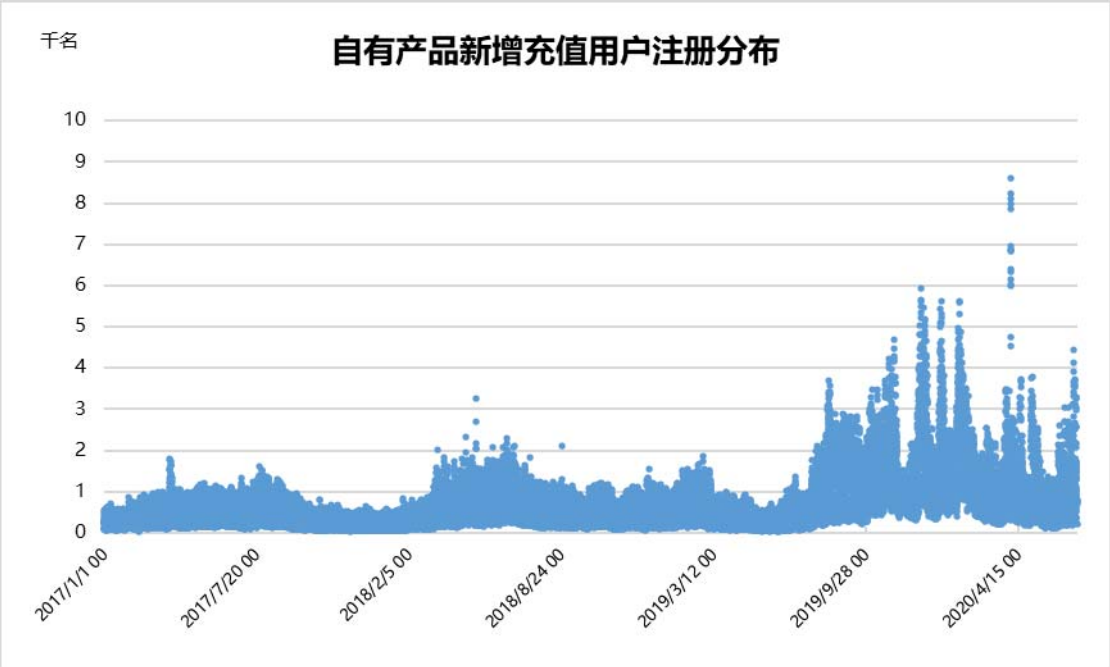
（14）注册/充值激增时间段的每秒注册/充值用户散点图

对于是否存在用户在某一时间段注册/充值激增的情形，保荐机构及 IT 审计机构获取了报告期内新增且发生过充值行为的用户的注册及充值时间，首先按照小时维度进行核查，对于出现注册/充值用户数明显增多的小时段再进行每秒维度的分析，具体如下：

①新增充值用户注册时间分布

A、自有书库阅读产品

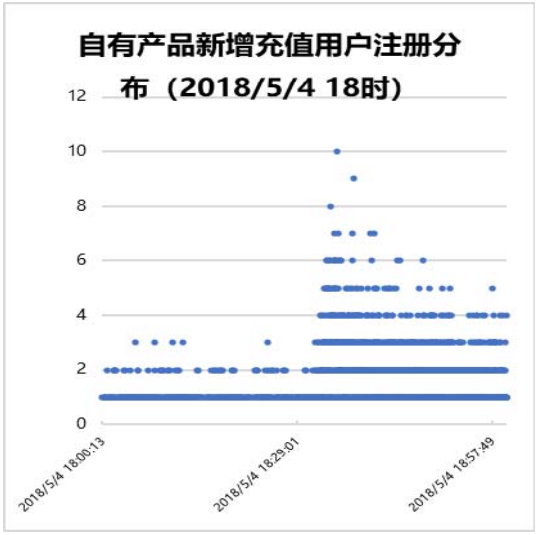
自有书库阅读产品报告期内各小时充值用户注册情况如下：

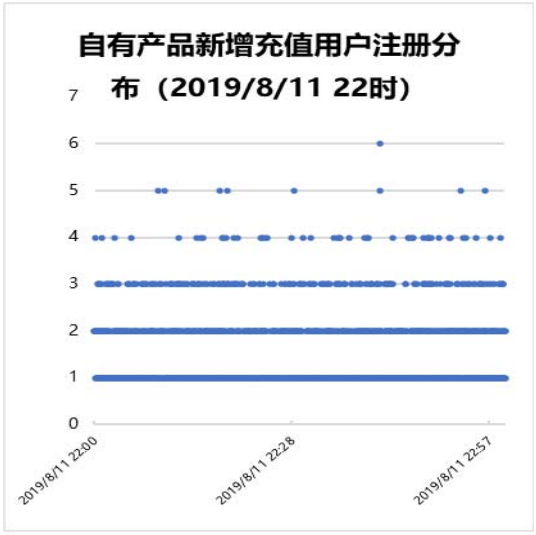


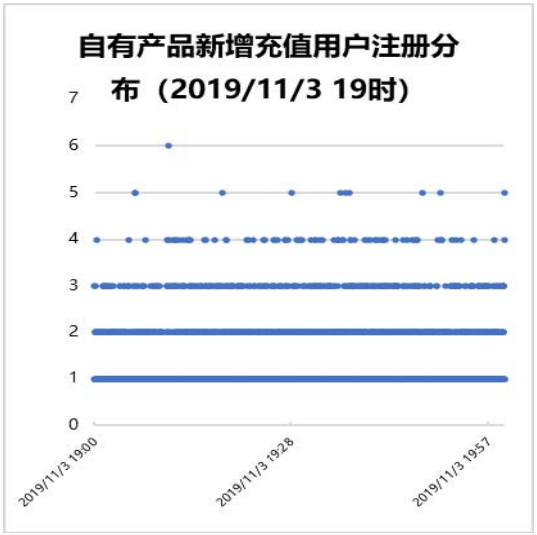
对于发行人自有书库阅读产品的新增充值用户注册时间分布，在小时维度上整体来看，新增充值用户注册数平均约为 780 人/小时，其中，2017 年至 2019 年上半年期间，维持在平均 530 人/小时左右；2019 年下半年，随着推广力度的加大，维持在平均 1,200 人/每小时左右；2020 年 1 至 2 月，维持在 1,800 人/小时左右；2020 年 3-6 月维持在 1,150 人/每小时左右。2019 年 12 月部分时段的新增充值用户注册数达到高点，主要系公司 12 月份加大了投放规模，针对今日头条用户中的精准付费阅读用户群体进行投放。2020 年 1 至 2 月，因为公司推广

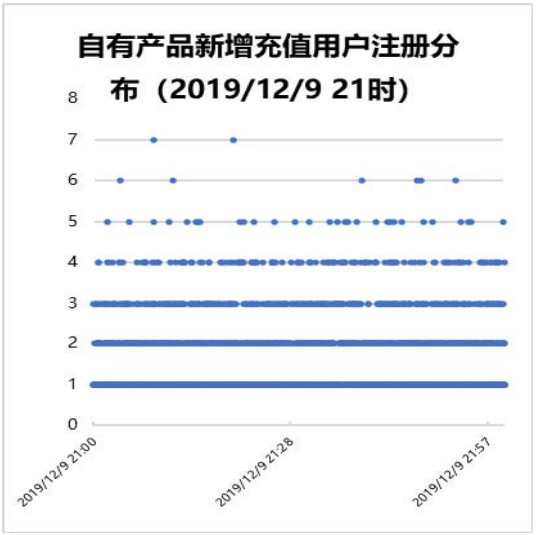
投入增加、春节假期和疫情影响，公司自有书库阅读产品新增充值用户注册数上升，而随着国内疫情缓和，各行业复工复产，新增充值用户注册数有所回落。

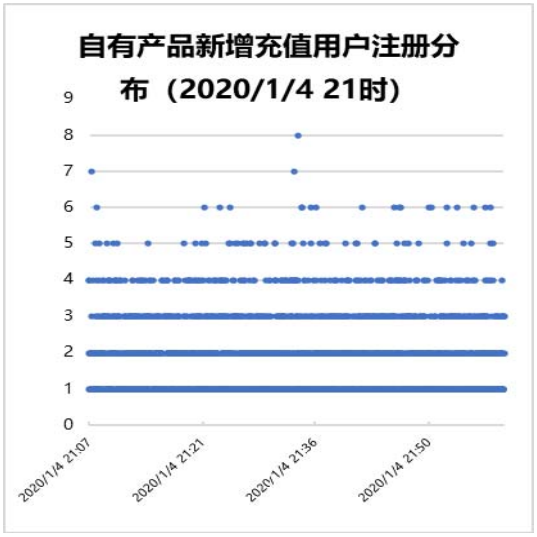
如上图所示，新增充值用户的注册数在 2018/05/04 18 时、2019/08/11 22 时、2019/11/03 19 时、2019/12/09 21 时、2020/01/28 10 时、2020/04/04 08 时至 23 时、2020/04/18 09 时、2020/05/03 12 时、2020/06/27 10 时达到阶段性高点（即小时内注册人数达到峰值），主要是渠道推广方在该时间点的推广力度较大，该等小时段内每秒注册用户的散点图如下：

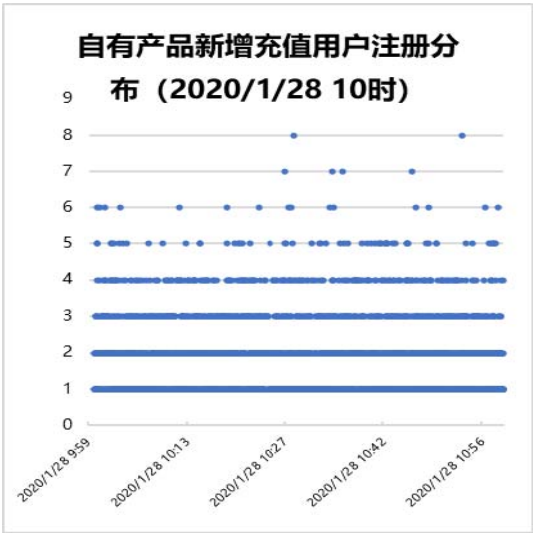


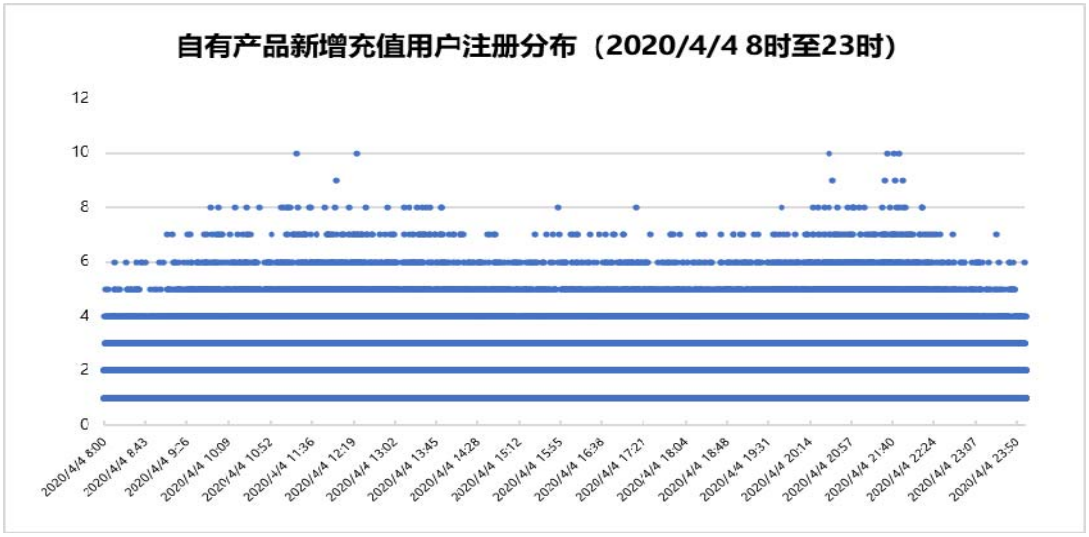


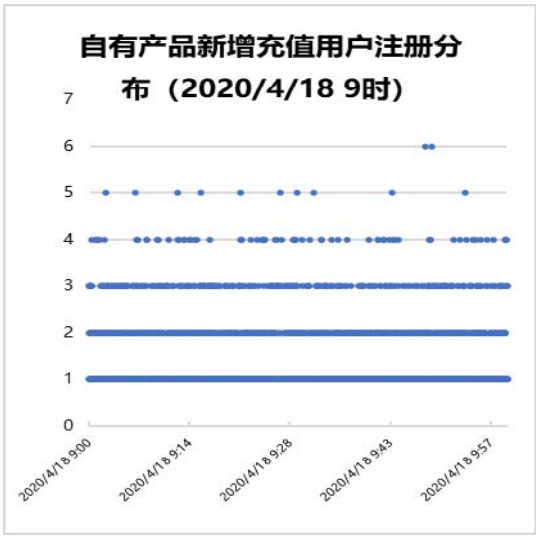


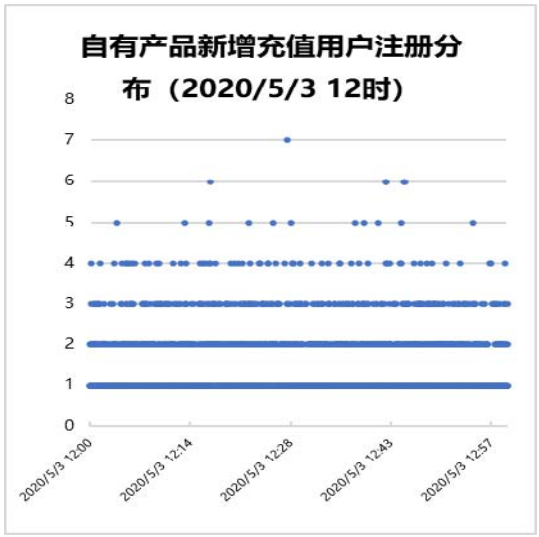


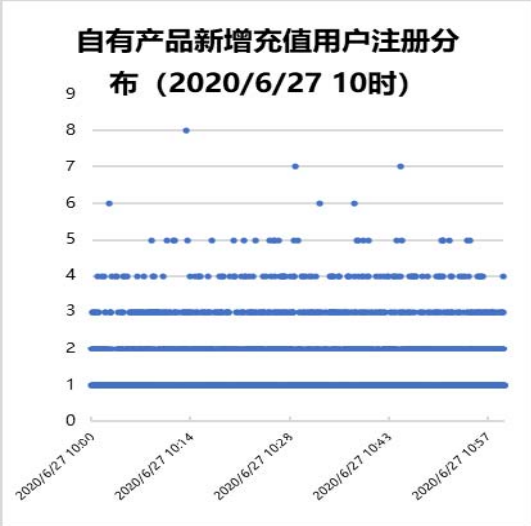

自有产品新增充值用户注册分布（2020/1/4 21时）
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
2020/1/4 21:07
2020/1/4 21:21
2020/1/4 21:36
2020/1/4 21:50


自有产品新增充值用户注册分布（2020/1/28 10时）
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
2020/1/28 9:59
2020/1/28 10:13
2020/1/28 10:27
2020/1/28 10:42
2020/1/28 10:56


自有产品新增充值用户注册分布（2020/4/4 8时至23时）
12
10
8
6
4
2
0
2020/4/4 8:00
2020/4/4 8:43
2020/4/4 9:26
2020/4/4 10:09
2020/4/4 10:52
2020/4/4 11:36
2020/4/4 12:19
2020/4/4 13:02
2020/4/4 13:45
2020/4/4 14:28
2020/4/4 15:12
2020/4/4 15:55
2020/4/4 16:38
2020/4/4 17:21
2020/4/4 18:04
2020/4/4 18:48
2020/4/4 19:31
2020/4/4 20:14
2020/4/4 20:57
2020/4/4 21:40
2020/4/4 22:24
2020/4/4 23:07
2020/4/4 23:50


自有产品新增充值用户注册分布（2020/4/18 9时）
7
6
5
4
3
2
1
0
2020/4/18 9:00
2020/4/18 9:14
2020/4/18 9:28
2020/4/18 9:43
2020/4/18 9:57

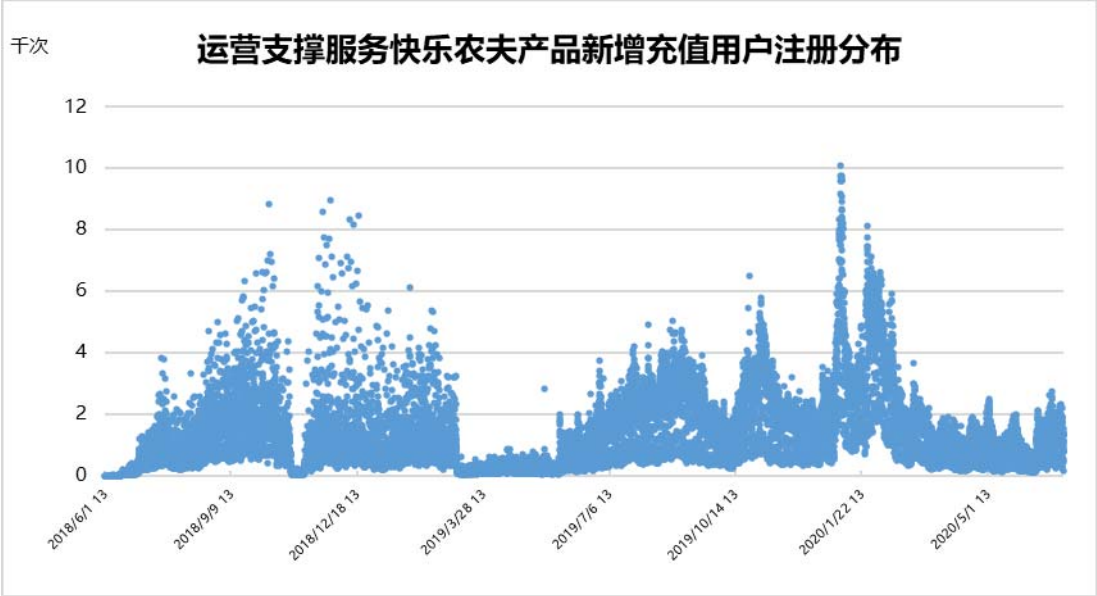

自有产品新增充值用户注册分布（2020/5/3 12时）
8
7
6
5
4
3
2
1
0
2020/5/3 12:00
2020/5/3 12:14
2020/5/3 12:28
2020/5/3 12:43
2020/5/3 12:57



上述十个时段内，每秒的新增充值用户的注册数均小于 10 人，2018 年 5 月 4 日 18 时可以明显看出推广行为自 18:30 左右开始引起的注册用户上升，2020 年 4 月 4 日为清明节，当天所有游戏类应用暂停运营，导致数字阅读类应用推广效果较高，其他时点均为推广方的主要推广时间点，不存在异常。

B、运营支撑业务

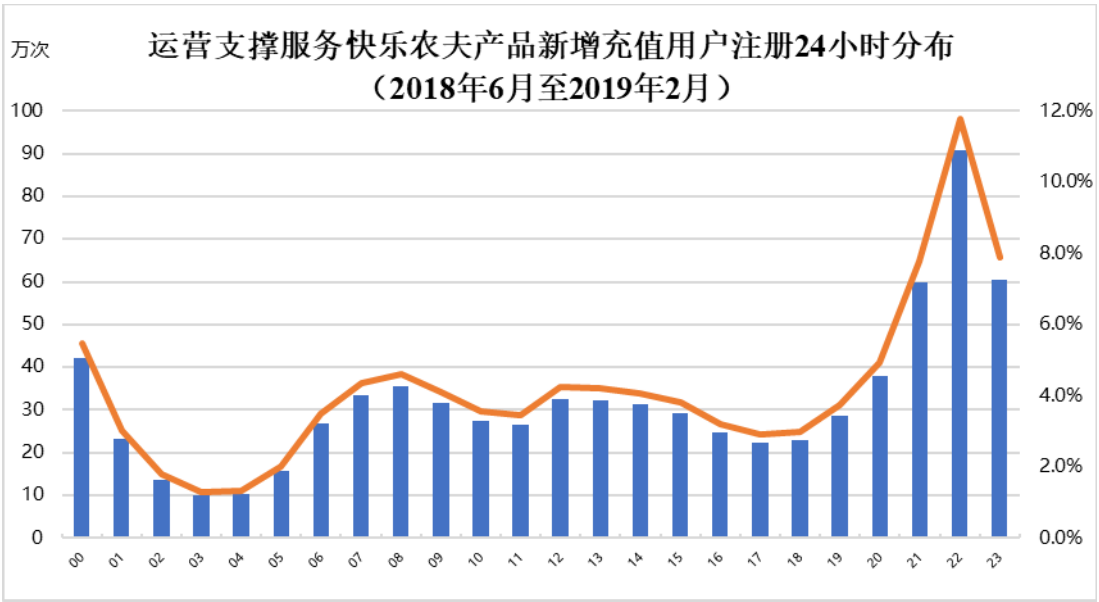
运营支撑业务报告期内各小时充值用户注册情况如下：

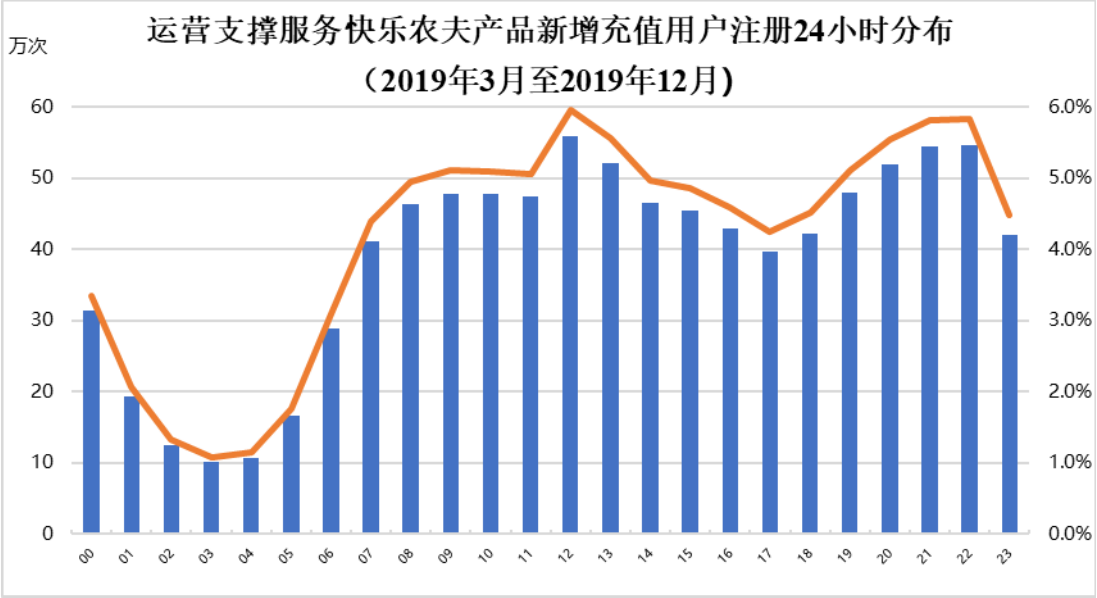


对于运营支撑业务的新增充值用户注册时间分布，在小时维度上整体来看，新增充值用户注册数在 2018 年 6 月至 2019 年 2 月期间，维持在平均 1,200 人/每小时左右；2019 年 3 月后，维持在平均 1,300 人/每小时左右；2020 年 1 月至

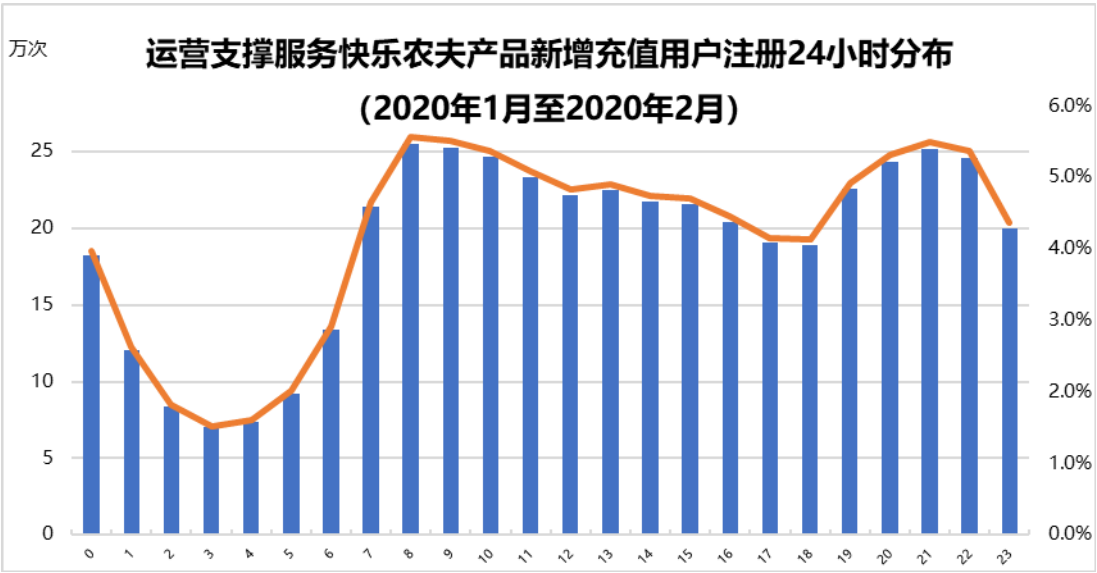
2 月，维持在 3,200 人/每小时左右，2020 年 3 月至 6 月，维持在 1,030 人/每小时左右。2018 年 6 月至 2018 年 9 月新增充值用户的注册数较高，而后，由于运营支撑服务推广力度略有下降，导致新增充值用户降低。2018 年 10 月 27 日至 11 月 8 日，因为系统版本升级引起部分用户使用不稳定，在进行系统修复过程中通知渠道推广商降低了推广规模，导致推广及新增充值用户短期内出现下降然后恢复。自 2019 年 5 月开始，新增充值用户呈现上升趋势，主要系渠道发展用户的方式变更所致，2019 年 3 月之前主要通过微信公众号引流以及微信群和朋友圈分享的推广方式获取用户，且推广活动主要集中分布在晚上 20 点至 24 点；2019 年 3 月之后逐渐转向为通过在今日头条和广点通等信息流渠道进行推广获取用户，推广活动分布在早上 8 点至晚上 24 点，而后注册用户数开始逐渐下降并在凌晨 3 点达到最低。在信息流的推广模式下，用户继续阅读必须搜索关注相应公众号，此外，今日头条和广点通开放针对付费用户画像群体的推广，该方式获取用户的付费转化率高。因此推广方式的变化带来了新增充值用户数的上涨。2020 年 1 至 2 月，因为推广投入增加、春节假期和疫情影响，运营支撑服务新增充值用户注册数上升，而随着国内疫情缓和，各行业复工复产，新增充值用户注册数有所回落。

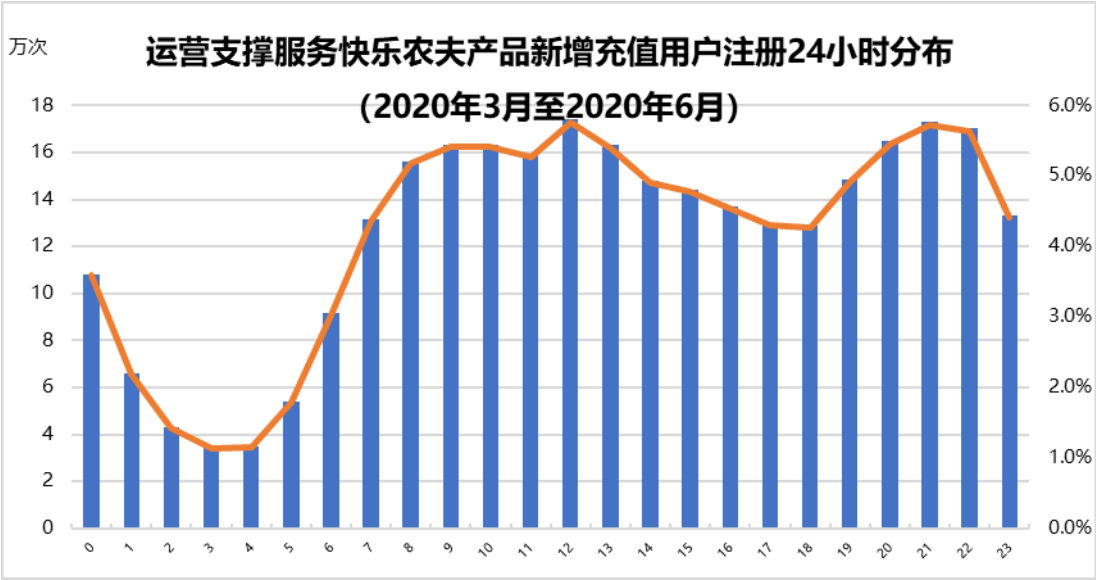
针对 2019 年 3 月前后，新增充值用户注册时间的 24 小时分布情况如下：



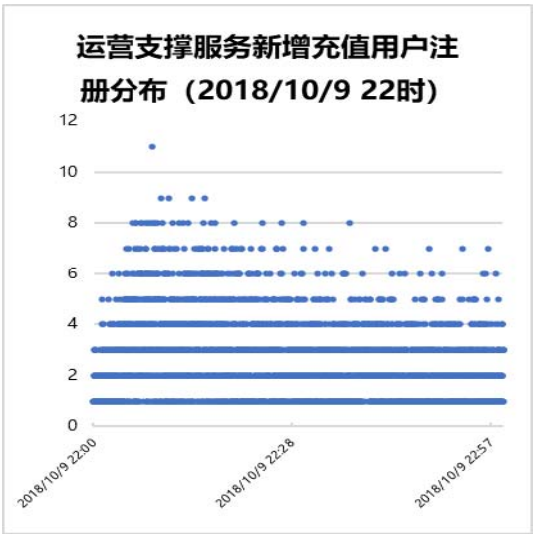


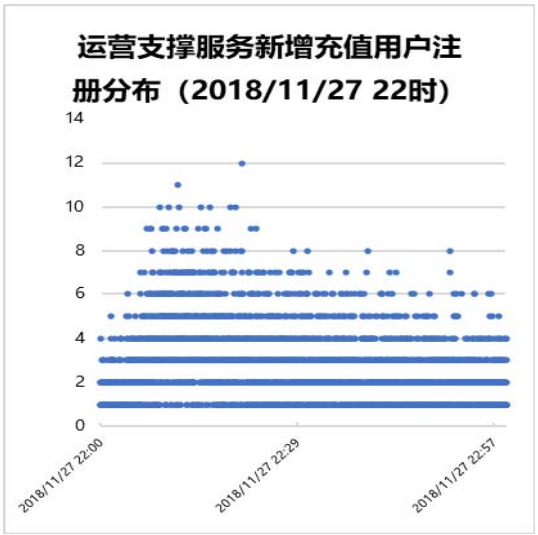
针对 2020 年 1-2 月、3-6 月期间，新增充值用户注册时间的 24 小时分布情况如下：

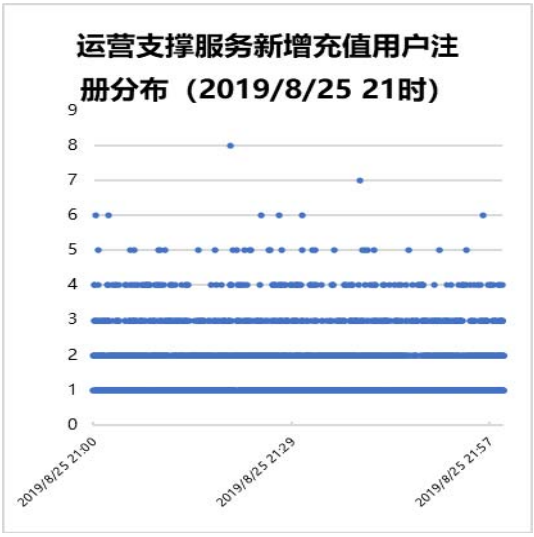


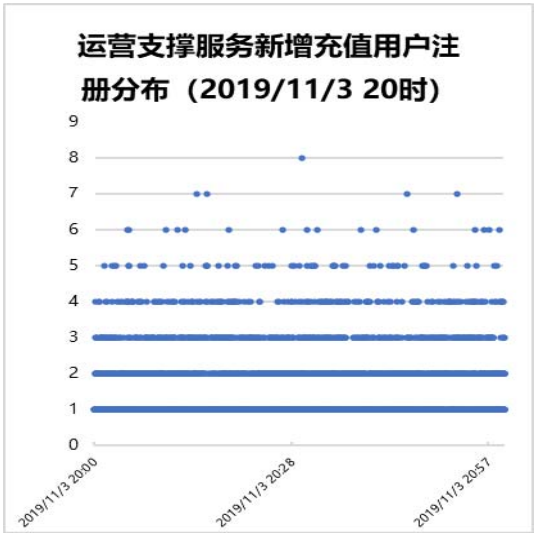


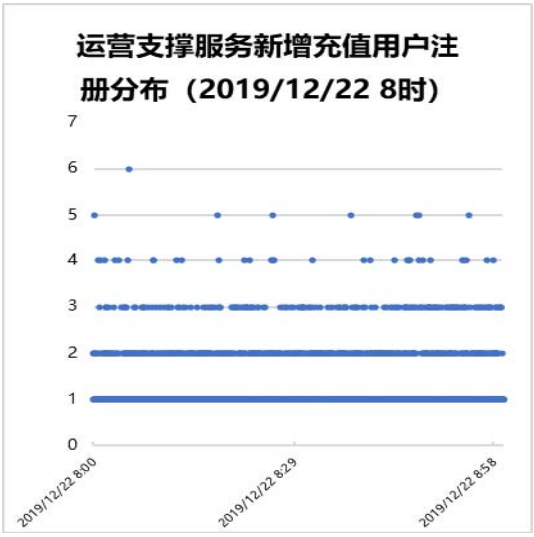
根据运营支撑业务各小时充值用户注册图形所示，运营支撑业务新增充值用户的注册数在 2018/10/9 22 时、2018/11/27 22 时、2019/08/25 21 时、2019/11/03 20 时、2019/12/22 8 时、2020/1/4 22 时、2020/1/5 21 时、2020/01/06 21 时、2020/01/07 13 时、2020/01/27 9 时达到阶段性高点（即小时内注册人数达到峰值），主要是渠道推广方在该时间点的推广力度较大，该等小时段内每秒注册用户的散点图如下：

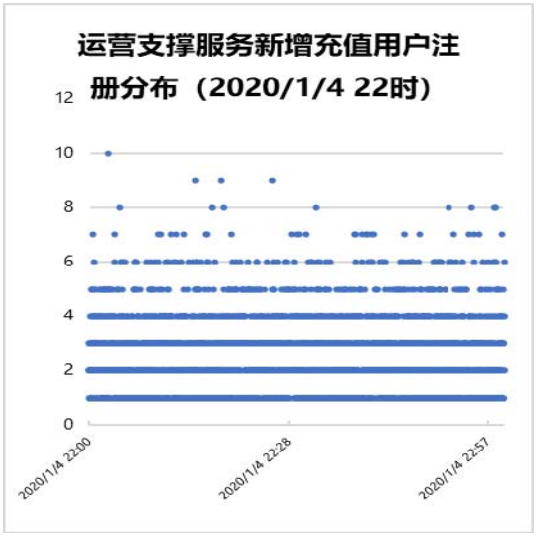


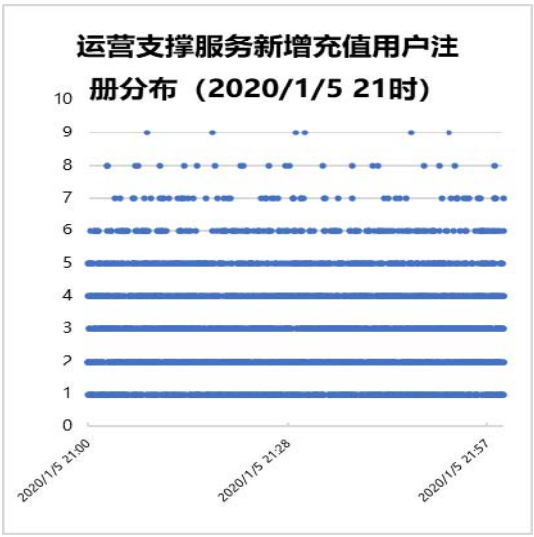


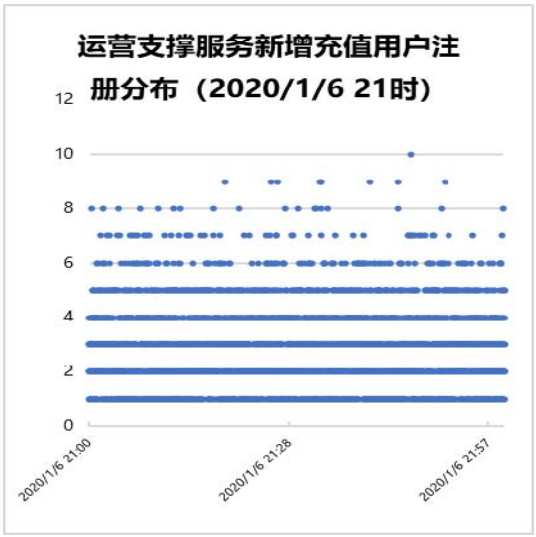

运营支撑服务新增充值用户注册分布（2019/8/25 21时）
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
2019/8/25 21:00
2019/8/25 21:29
2019/8/25 21:57

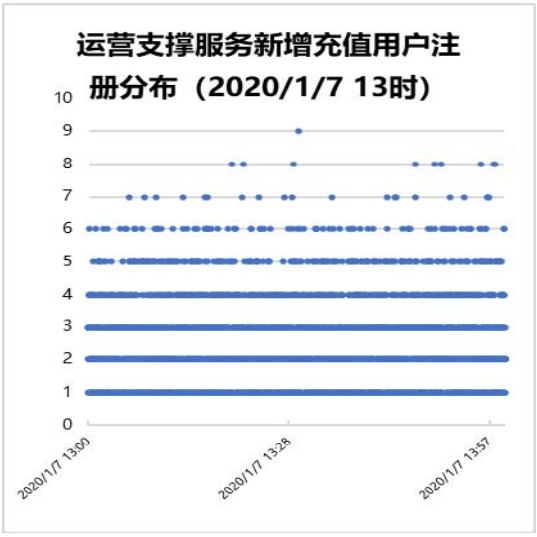

运营支撑服务新增充值用户注册分布（2019/11/3 20时）
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
2019/11/3 20:00
2019/11/3 20:28
2019/11/3 20:57

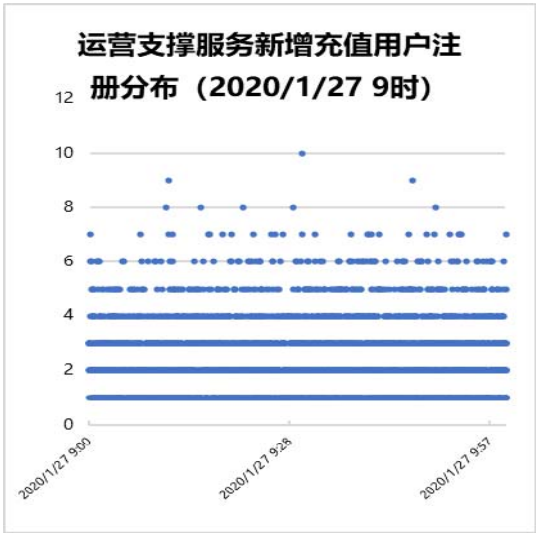

运营支撑服务新增充值用户注册分布（2019/12/22 8时）
7
6
5
4
3
2
1
0
2019/12/22 8:00
2019/12/22 8:29
2019/12/22 8:58


运营支撑服务新增充值用户注册分布（2020/1/4 22时）
12
10
8
6
4
2
0
2020/1/4 22:00
2020/1/4 22:28
2020/1/4 22:57


运营支撑服务新增充值用户注册分布（2020/1/5 21时）
10
9
8
7
6
5
4
3
2
1
0
2020/1/5 21:00
2020/1/5 21:28
2020/1/5 21:57


运营支撑服务新增充值用户注册分布（2020/1/6 21时）
12
10
8
6
4
2
0
2020/1/6 21:00
2020/1/6 21:28
2020/1/6 21:57

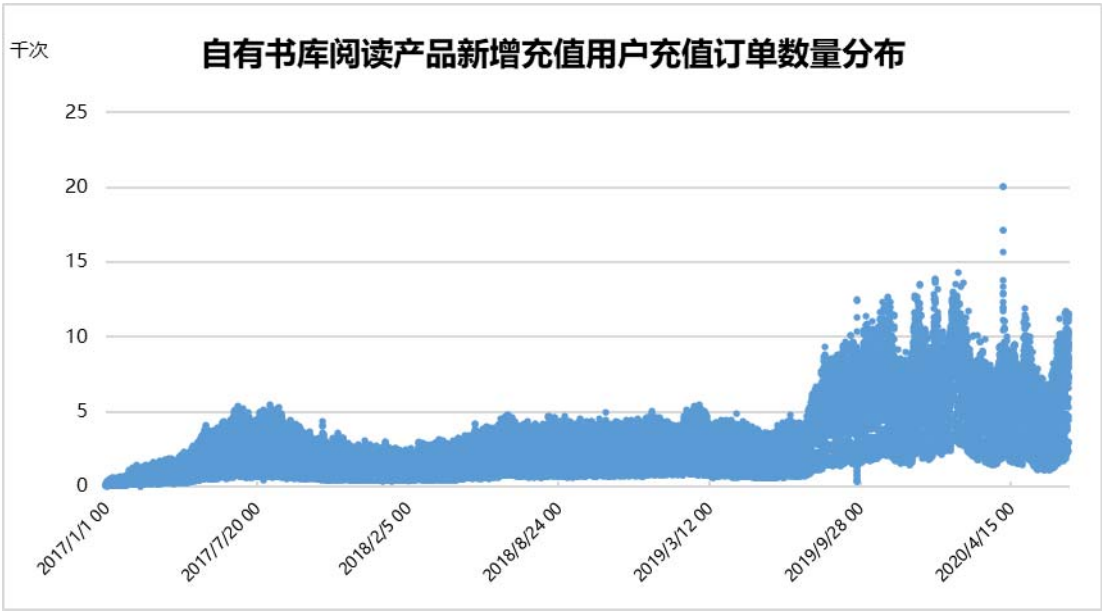




上述十个小时段内，每秒的新增充值用户的注册数均小于 12 人且均为晚上时间段，是推广方的主要推广时间点，不存在异常。

②新增充值用户充值订单数量时间分布

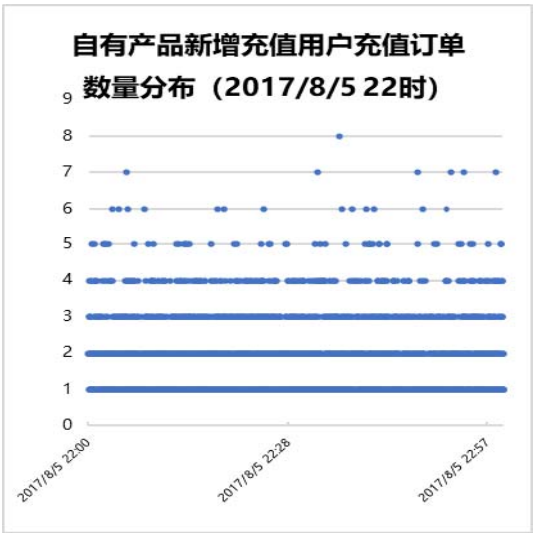
A、自有产品

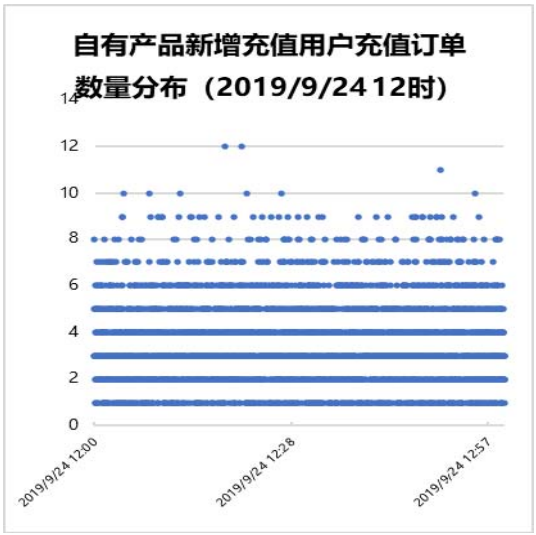


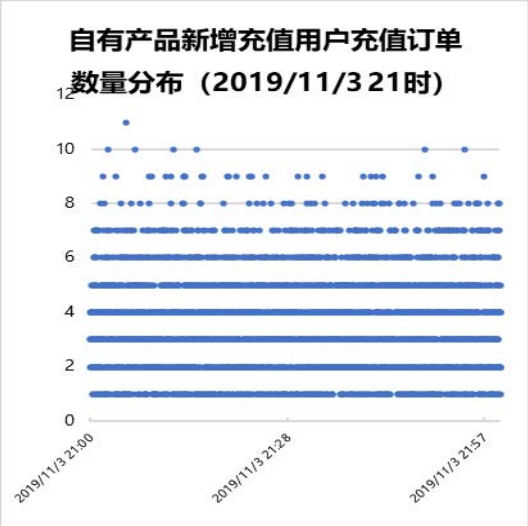
对于发行人自有书库阅读产品的新增充值用户充值订单数量的分布，在小时维度上，整体来看，新增充值用户每小时充值订单数量平均约为 3,060 次左右，其中，2017 年至 2019 年上半年期间，维持在平均 2,070 次/每小时左右；2019 年下半年，上涨到平均 5,200 次/每小时左右；2020 年 1 月至 2 月，上涨至 6,880 次每小时左右，随后于 2020 年 3 月至 6 月小幅回落至 5,340 次每小时左右。2017

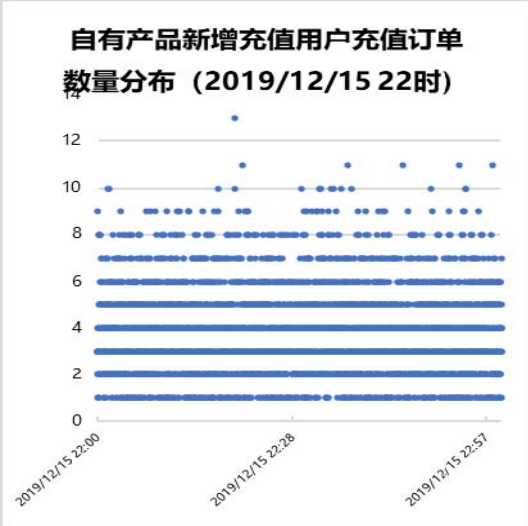
年 3 月至 2017 年 9 月期间的订单数量出现波峰，其变化的原因主要为公司与 WIFI 万能钥匙合作推出了低价活动产品，因此用户的充值订单数量出现上涨。2019 年下半年的订单数量出现上涨，主要受下半年推广力度提升，新增充值用户上涨所致，具体可参考上文新增充值用户注册时间分布相关解释。2020 年 1 至 2 月，因为公司推广投入增加、春节假期和疫情影响，公司自有书库阅读产品新增充值用户注册数上升，而随着国内疫情缓和，各行业复工复产，新增充值用户注册数有所回落。

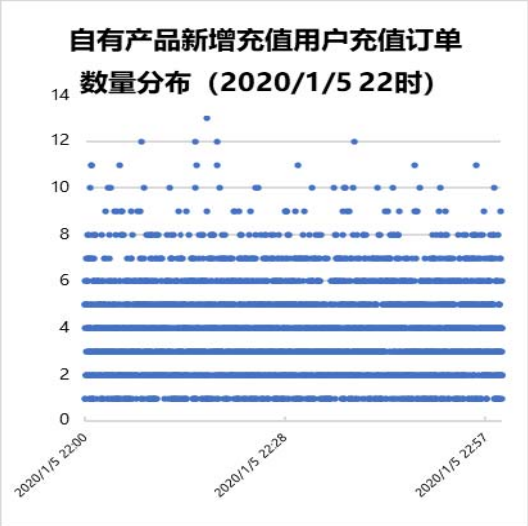
如上图所示，新增充值用户的充值订单数量在 2017/8/5 22 时、2019/9/24 12 时、2019/11/03 21 时、2019/12/15 22 时、2020/1/5 22 时、2020/2/5 00 时、2020/4/4 22 时、2020/4/5 00 时、2020/5/2 22 时、2020/6/27 12 时达到阶段性高点（即小时内充值订单数达到峰值），主要是当时付费用户量较大且处于阅读高峰时段，该等小时段内每秒充值订单数量的散点图如下：

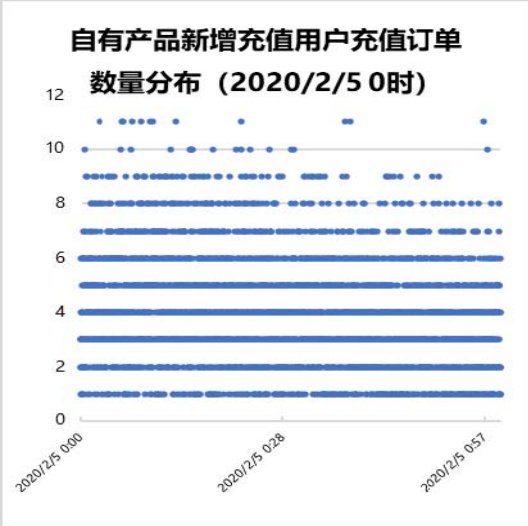


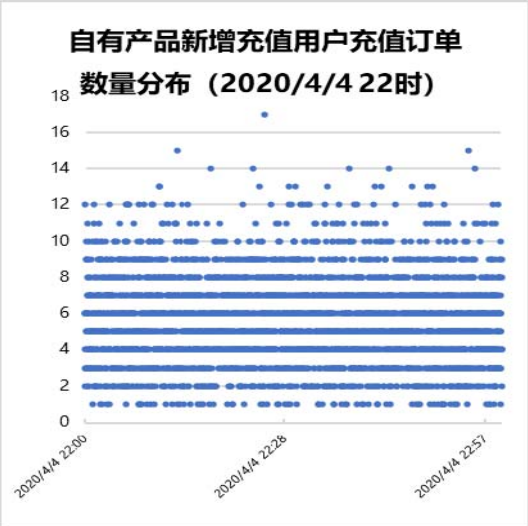


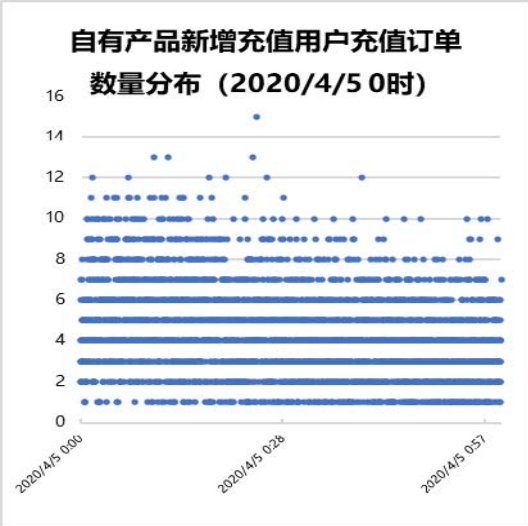

自有产品新增充值用户充值订单数量分布（2019/11/3 21时）
12
10
8
6
4
2
0
2019/11/3 21:00
2019/11/3 21:28
2019/11/3 21:57

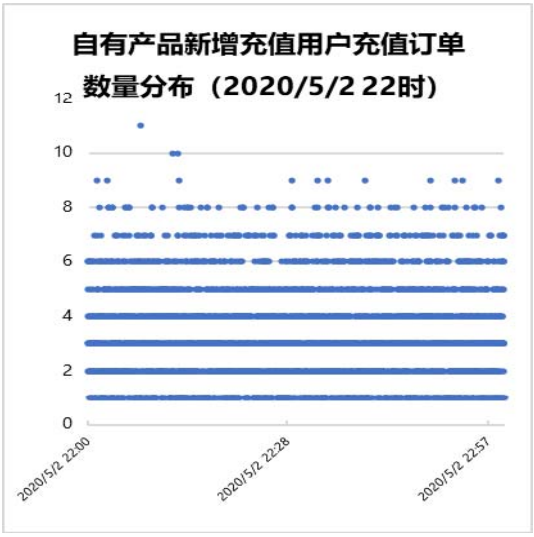

自有产品新增充值用户充值订单数量分布（2019/12/15 22时）
14
12
10
8
6
4
2
0
2019/12/15 22:00
2019/12/15 22:28
2019/12/15 22:57

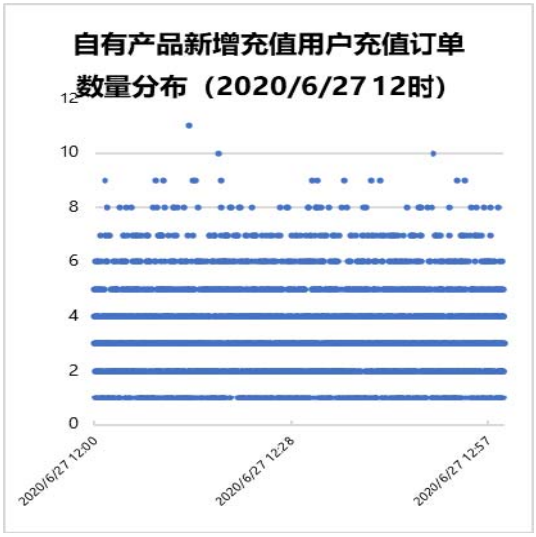

自有产品新增充值用户充值订单数量分布（2020/1/5 22时）
14
12
10
8
6
4
2
0
2020/1/5 22:00
2020/1/5 22:28
2020/1/5 22:57


自有产品新增充值用户充值订单数量分布（2020/2/5 0时）
12
10
8
6
4
2
0
2020/2/5 0:00
2020/2/5 0:28
2020/2/5 0:57


自有产品新增充值用户充值订单数量分布（2020/4/4 22时）
18
16
14
12
10
8
6
4
2
0
2020/4/4 22:00
2020/4/4 22:28
2020/4/4 22:57

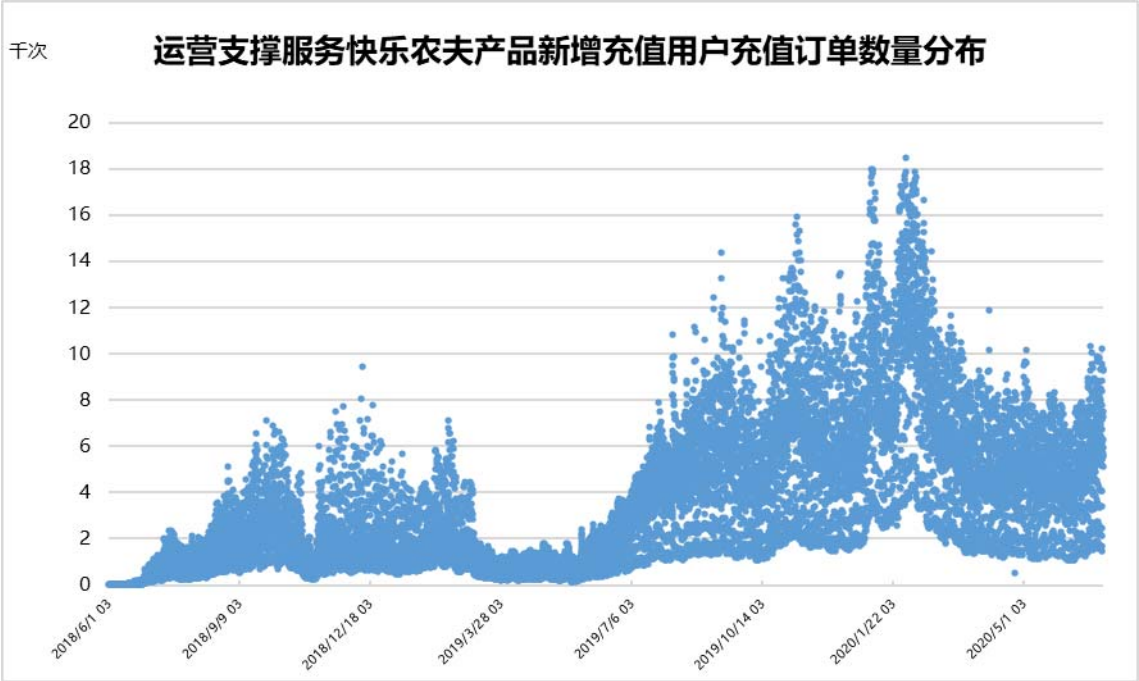

自有产品新增充值用户充值订单数量分布（2020/4/5 0时）
16
14
12
10
8
6
4
2
0
2020/4/5 0:00
2020/4/5 0:28
2020/4/5 0:57





上述十个小时段内，每秒的充值订单数量均小于 17 单，时间均为晚上时间段，是推广高峰及阅读高峰时段，不存在异常。

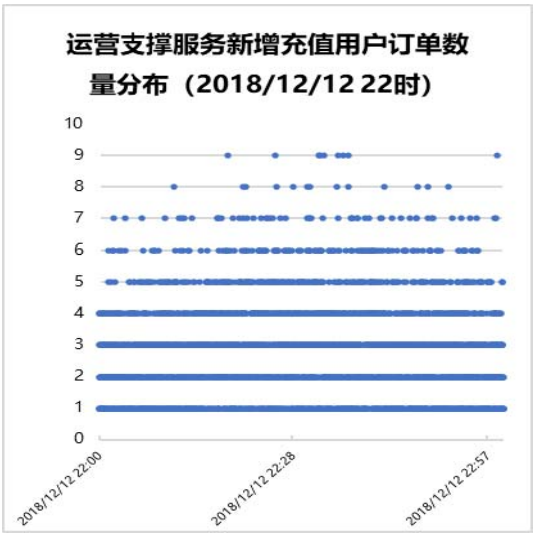
B、运营支撑业务

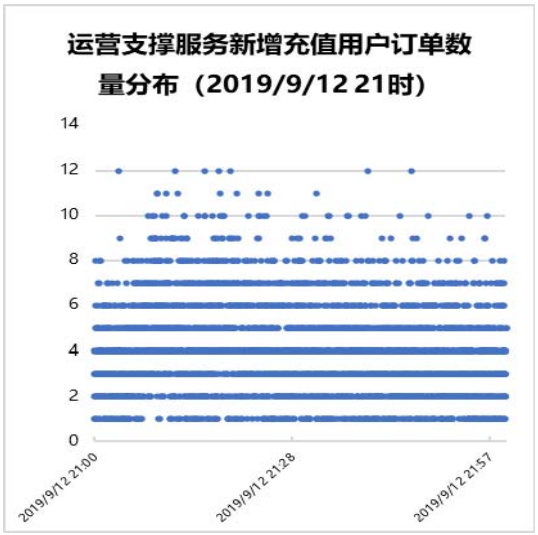


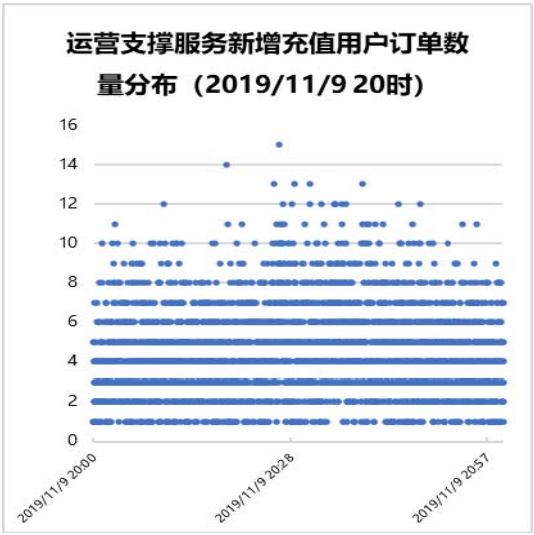
对于运营支撑业务的新增充值用户充值订单数量的分布，在小时维度上，整体来看，新增充值用户每小时充值订单数量平均约为 3,500 次左右，其中，2018 年 6 月至 2019 年 2 月期间，维持在平均 1,700 次/每小时左右；2019 年 3 月开始逐步转向信息流推广，随着推广量的增大，2019 年 5 月后，维持在平均 4,100 次/每小时左右;2020 年 1 月至 2 月，上涨至 8,800 次/每小时左右，随后 2020 年 3

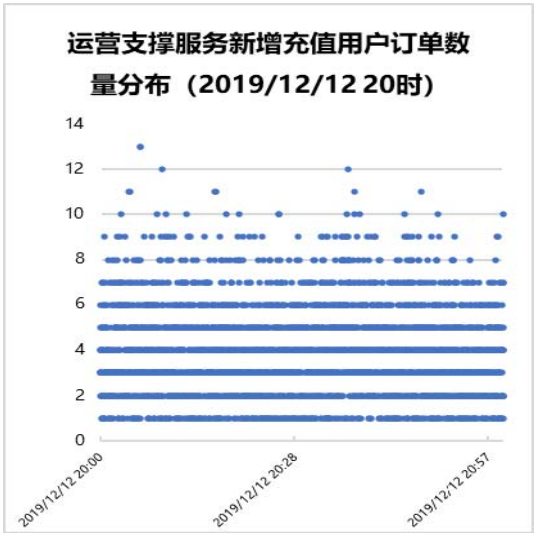
月至 6 月期间回落至 4,860 次/每小时左右。2019 年 5 月后运营支撑业务新增充值用户每小时充值次数提高，其变化的原因主要为公司下游渠道发展用户的方式变更并加强了产品优化和运营，具体可参考上文新增充值用户注册时间分布相关解释。2020 年 1 至 2 月，因为推广投入增加、春节假期和疫情影响，运营支撑服务新增充值用户注册数上升，而随着国内疫情缓和，各行业复工复产，新增充值用户注册数有所回落。

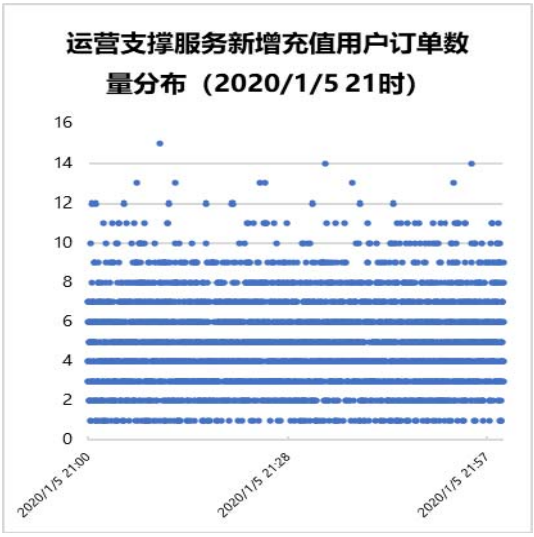
如上图所示，新增充值用户的充值订单数量在 2018/12/12 22 时、2019/09/12 21 时、2019/11/09 20 时、2019/12/12 20 时、2020/1/5 21 时、2020/1/31 21 时、2020/2/7 20 时、2020/4/4 21 时、2020/5/2 21 时、2020/6/29 22 时达到阶段性高点（即小时内充值订单数达到峰值），该等小时段内每秒充值订单数量的散点图如下：

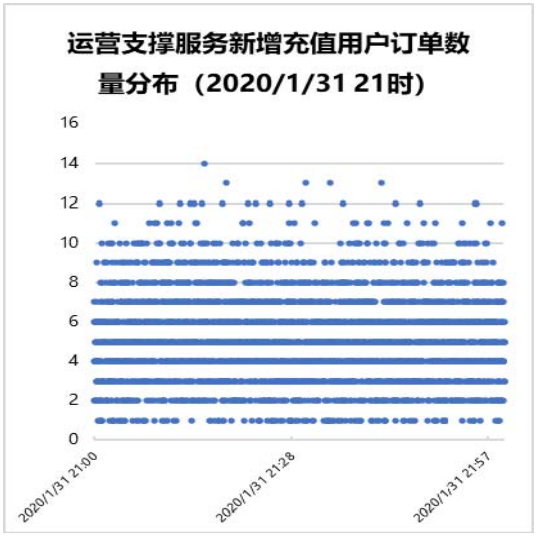


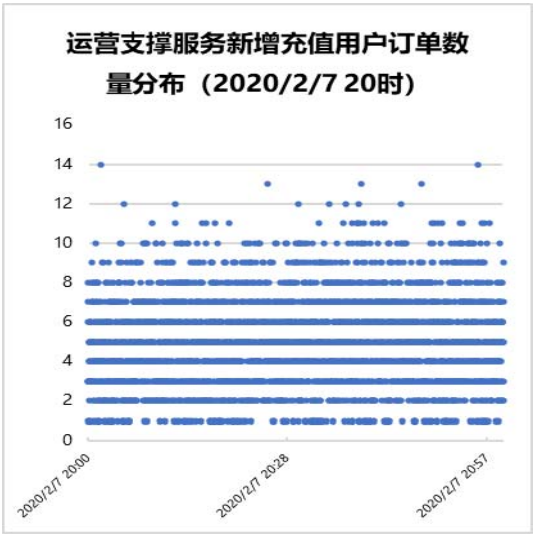


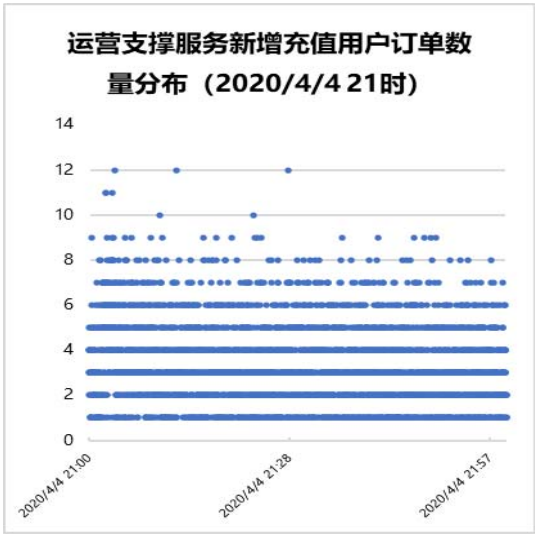


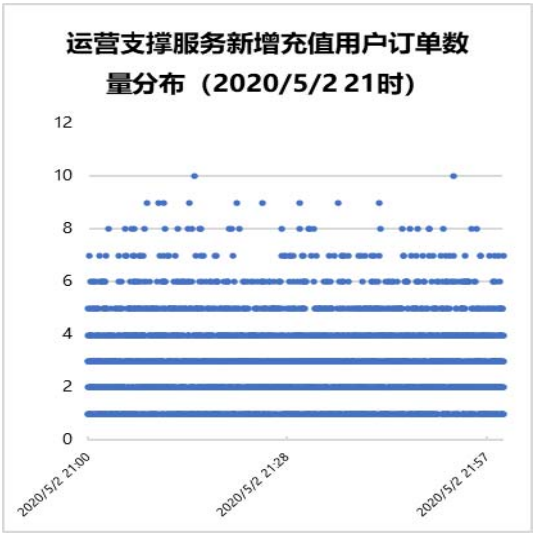


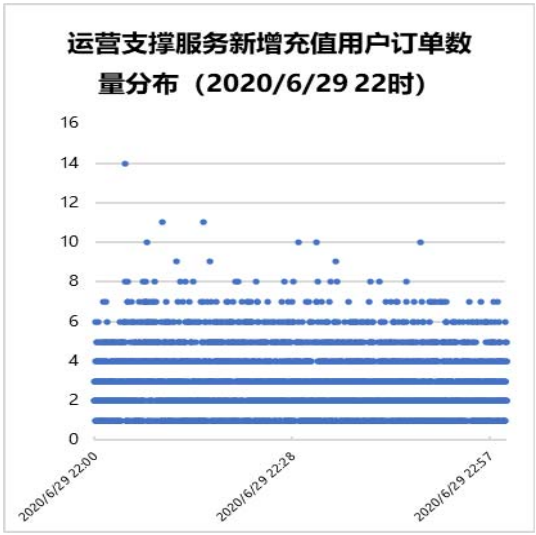












上述十个小时段内，每秒的充值订单数量均小于 15 单，时间均为晚上时间段，是推广高峰及阅读高峰时段，不存在异常。

（15）一个账号给多个用户充值情况

发行人产品的主要充值渠道为微信财付通、支付宝、现在支付、爱贝支付、易联支付（该5个充值渠道的充值金额占总充值金额的比例超过96%），其中仅直接对接微信财付通的第三方交易流水提供了完整的加密后的用户标识，其余渠道交易流水未提供完整加密后的用户标识，故能够且仅能够对通过微信财付通进行充值用户进行充值账户和用户账户的匹配，以核查单一充值账户向用户账户充值的情况。

基于上述匹配逻辑，报告期内，单一支付账户向 2 个及以上用户账户充值的情况如下：

单位：个、万元、百万看点

2020年1-6月									
产品形态	单一充值账户对应的用户账户数	充值账户数		用户账户数		充值金额		消费充值看点数	
		数量	占比	数量	占比	金额	占比	数量	占比
APP客户端	2-10个	16,662	0.96%	34,249	1.33%	390.84	1.45%	330.84	1.40%
	11-30个	14	0.00%	201	0.01%	0.29	0.00%	0.20	0.00%
	31-50个	1	0.00%	32	0.00%	0.07	0.00%	0.07	0.00%
	50个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	16,677	0.96%	34,482	1.34%	391.20	1.45%	331.11	1.40%
H5	2-10个	4,940	4.91%	11,420	9.02%	182.14	11.16%	168.00	11.76%
	11-30个	2	0.00%	24	0.02%	0.17	0.01%	0.17	0.01%
	31-50个	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	50个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	4,942	4.91%	11,444	9.04%	182.31	11.17%	168.17	11.77%
快应用	2-10个	23,788	0.46%	48,111	0.85%	595.86	1.06%	506.00	1.06%
	11-30个	3	0.00%	81	0.00%	0.04	0.00%	0.02	0.00%
	31-50个	2	0.00%	90	0.00%	0.05	0.00%	0.02	0.00%
	50个以上	1	0.00%	56	0.00%	0.04	0.00%	0.01	0.00%
	合计	23,794	0.46%	48,338	0.85%	595.99	1.06%	506.05	1.06%
运营支撑服务	2-10个	98,888	4.64%	219,443	2.31%	2,489.21	2.75%	2,296.36	2.77%
	11-30个	22	0.00%	270	0.00%	2.36	0.00%	2.10	0.00%
	31-50个	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	50个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	98,910	4.64%	219,713	2.31%	2,491.57	2.75%	2,298.46	2.78%
2019年									
产品	单一充值账户对	充值账户数		用户账户数		充值金额		消费充值看点数	

形态	应的用户账户数	数量	占比	数量	占比	金额	占比	数量	占比
APP客户端	2-10个	50,708	1.47%	104,458	1.88%	1,222.31	2.50%	1,110.12	2.45%
	11-30个	34	0.00%	537	0.01%	0.77	0.00%	0.50	0.00%
	31-50个	3	0.00%	109	0.00%	0.29	0.00%	0.23	0.00%
	50个以上	1	0.00%	57	0.00%	0.05	0.00%	-	0.00%
	合计	50,746	1.47%	105,161	1.89%	1,223.42	2.50%	1,110.86	2.45%
H5	2-10个	32,553	3.24%	70,435	5.70%	747.21	6.37%	967.84	7.77%
	11-30个	7	0.00%	80	0.01%	0.69	0.01%	0.75	0.01%
	31-50个	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	50个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	32,560	3.24%	70,515	5.71%	747.90	6.38%	968.59	7.78%
快应用	2-10个	8,845	0.40%	18,527	0.72%	221.30	0.85%	214.66	0.93%
	11-30个	11	0.00%	238	0.01%	0.65	0.00%	0.62	0.00%
	31-50个	2	0.00%	68	0.00%	0.29	0.00%	0.28	0.00%
	50个以上	16	0.00%	5,754	0.22%	22.86	0.09%	22.68	0.10%
	合计	8,874	0.40%	24,587	0.96%	245.09	0.94%	238.24	1.04%
运营支撑服务	2-10个	113,930	3.30%	238,731	1.98%	2,173.73	2.10%	1,822.21	1.96%
	11-30个	6	0.00%	87	0.00%	0.71	0.00%	0.58	0.00%
	31-50个	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	50个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	113,936	3.30%	238,818	1.99%	2,174.44	2.10%	1,822.79	1.96%

2018年

产品形态	单一充值账户对应的用户账户数	充值账户数		用户账户数		充值金额		消费充值看点数	
		数量	占比	数量	占比	金额	占比	数量	占比
APP客户端	2-10个	29,544	1.63%	60,599	2.40%	753.62	3.20%	709.39	3.23%
	11-30个	9	0.00%	137	0.01%	0.20	0.00%	0.11	0.00%
	31-50个	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	50个以上	1	0.00%	72	0.00%	0.08	0.00%	0.07	0.00%
	合计	29,554	1.63%	60,808	2.41%	753.90	3.20%	709.56	3.23%
H5	2-10个	128,612	4.08%	281,237	8.63%	2,147.19	8.12%	1,839.36	7.98%
	11-30个	6	0.00%	68	0.00%	0.70	0.00%	0.57	0.00%
	31-50个	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	50个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	128,618	4.08%	281,305	8.63%	2,147.88	8.12%	1,839.93	7.99%
运营支撑	2-10个	137,800	2.49%	281,122	5.07%	1,288.30	4.61%	851.82	4.08%
	11-30个	11	0.00%	127	0.00%	0.47	0.00%	0.16	0.00%
	31-50个	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	50个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	137,811	2.49%	281,249	5.07%	1,288.77	4.61%	851.98	4.08%

2017 年									
产品形态	单一充值账户对应的用户账户数	充值账户数		用户账户数		充值金额		消费充值看点数	
		数量	占比	数量	占比	金额	占比	数量	占比
APP客户端	2-10 个	38,194	4.60%	80,199	4.98%	868.72	8.21%	798.55	8.14%
	11-30 个	1	0.00%	11	0.00%	0.07	0.00%	0.04	0.00%
	31-50 个	1	0.00%	32	0.00%	0.07	0.00%	0.03	0.00%
	50 个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	38,196	4.60%	80,242	4.99%	868.87	8.21%	798.63	8.14%
H5	2-10 个	57,408	3.05%	121,968	5.08%	1,406.76	6.89%	1,275.21	7.23%
	11-30 个	26	0.00%	344	0.01%	2.06	0.01%	1.34	0.01%
	31-50 个	1	0.00%	34	0.00%	0.03	0.00%	0.00	0.00%
	50 个以上	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	57,435	3.05%	122,346	5.10%	1,408.85	6.90%	1,276.55	7.24%

注：上述充值账户数占比为占对应产品下可以统计到充值账户明细的充值渠道对应账户总量的比例。

①一个充值账户对应多个用户账户的主要原因

如上表所示，各产品均存在少量的一个充值账户对应多个用户账户的情形，具体原因如下：

A、由于发行人采取的是产品矩阵的经营策略，因此存在部分用户同时使用发行人多个产品的情况（如既使用快看小说，又使用 H5 网站，或又使用华为阅读等）。而在这种情况下，一个用户会拥有多个 UID，而其通过财付通账户在几个产品中分别支付时，就会出现同一账户给多个 UID 充值的情况；

B、由于用户通过不同公众号进入并使用发行人 H5 网站产品阅读不同书籍的时候（微信会分配不同的 openID），会被标注不同的 UID。而在这种情况下，用户通过财付通账户在几个公众号中分别支付时，就会出现同一账户给多个 UID 充值的情况；

C、由于用户更换手机、手机卡或手机号码后变更绑定信息，会被标注成不同的 UID，若其使用同一个微信号通过财付通充值，就会出现同一账户给多个 UID 充值的情况。

因此，发行人用户中一个充值账户给多个用户充值具有一定的合理性。

对于上表列示的各产品或服务中一个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情况，APP 客户端在 2017 年和 2020 年 1-6 月不存在一个充值账户给超过 50 名

用户进行充值的情况、2018 年存在 1 个、2019 年存在 1 个（为发行人的测试账号），合计充值金额 1,299 元，不构成实质影响；H5 和运营支撑服务在报告期内不存在一个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情况；仅快应用产品在 2019 年一个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情形相对较多，故对其作进一步的分析，具体参见下文，2020 年 1-6 月仅存一个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情形，该账户为发行人的测试账户，充值金额仅为 387 元，不构成实质影响。

②快应用 2019 年一个充值账户给多个用户进行充值的情况

2019 年，快应用存在 16 个充值账户给超过 50 名用户进行充值的情况，主要有两类情形：

A、2 个账号（账号 1：oo8s252NbxZXnn7U80exX9V-PW8s、账号 2：oHRV_1Xt48kdsixNYgGrtGooHHEA）为发行人的测试账户，相关测试金额为 3,262.02 元，相关金额均按照公司管理制度进行相应账务处理。在实际测试过程中，发行人会模拟用户充值、消费流程，因此不可避免地会出现费用支出。为了扩大测试覆盖面，发现各种可能存在的问题，发行人会陆续购进各种型号的手机，使得快应用账号 ID 较多。由于公司可用于测试的财付通支付账号数量有限，所有的测试用户 ID 在支付时使用了上述两个财付通支付号，因此才出现了这两个支付号为不同的用户 ID 进行充值的问题。

B、14 个账号隶属于发行人推广商 A 和推广商 B（二者为同一控制下公司），该 14 个账号在 2019 年的具体情况如下：

财付通账号 ID	对应快应用用户 ID 个数	前后两次充值时间间隔小于 1 分钟的订单数占比	充值金额（元）
oHRV_1aer8f2k5kqgDHn07ozq_0g	2,013	76.54%	85,130
ogKW3s1WvmH8qI6AASmcQe3GKaps	1,340	78.66%	52,700
oo8s25wkVagyauRn6KNf12hCz7Q8	474	77.00%	18,880
of3j85g7tiDbkZbPyruy0cQZcPZM	321	77.88%	12,750
ogKW3s51kmj6qWx_-ucp0n-o7B2Y	317	91.48%	12,170
oHRV_1VlOnDN5FQFmkV4-qhLlHKc	314	93.63%	12,400
oHRV_1RHUHwTtgG6z1YR_PYR2d0w	180	91.67%	6,800
oHb0d1dKp5Xf_L1iXZvob4jvMgaE	168	92.26%	6,540

ogKW3s_Fe0wo0levBsFyp2Pl16sQ	104	83.65%	4,120
of3j85pmNWP46WErZlkPl4zDJfPQ	100	96.00%	3,900
oHRV_1QnPiMuFRpLzAHyVRd2_1fo	94	76.60%	3,800
of3j85prdMMnqaLoi8a_lBsrDdPg	78	89.74%	2,980
oo8s25_mnHK6A0assU0y0zLpLcml	71	71.83%	2,850
ogKW3swL2E1WCgt70FAPEnUoGeol	57	47.37%	2,450
充值金额合计	-	-	227,470

注：前后两次充值时间间隔小于 1 分钟的订单数占比的计算方式为每一财付通账户 ID 下两次充值时间间隔小于 1 分钟的订单数占该账户 ID 总订单数量的比例。

通过对上述 14 个账户前后两次充值时间间隔小于 1 分钟的订单数的占比分析以及综合考虑剔除上述异常充值之后，其无法满足发行人对渠道推广商的 ROI（即投入回收率=当日新增用户充值金额/当日投放累计消耗金额）考核指标。如果出现连续投放不达标的情况，会降低该合作代理商的投放预算，甚至终止投放合作。因此，在此考核机制的压力下，该投放代理商有动机进行部分量的充值，以保证当天 ROI 达标，进而维持商业代理合作的长久性。

从两家代理商 2019 年 8 月-12 月的投入回收来看，扣除异常订单后，当日 ROI 没有达到发行人的标准。如果把异常订单金额统计在内，则略高于考核标准。

这两家代理商发生的异常订单总量为 5,631 笔，其中发生在新用户注册首日的订单数为 5,630 笔，仅有一笔订单不是发生在新用户注册首日（该用户 ID 为：51967756，注册时间是 2019 年 11 月 19 日，充值时间是 2019 年 11 月 23 日）。几乎所有异常订单都发生在新用户注册首日的特征，也与发行人对代理商进行 ROI 考核的标准相吻合。

而且，这 5,631 笔异常订单关联的用户在首次充值之后在 2019 年全年均没有产生第二次充值，二充率（用户自注册之日起至 2019 年 12 月 31 日发生二次及以上充值的用户数/总充值用户数）为 0.00%。按照行业通常做法以及发行人考核要求，只考核当天 ROI，不考核后续充值，因此，这两家代理商只在用户注册首日操作了一次充值，而没有进行后续充值。这两家代理商带来的其余付费用户数与发行人主要投放代理商北京云锐国际二充率相接近，表明其余付费用户为真实用户。

发行人后来认为来源于该两家渠道推广商的用户后续充值情况较差，于 2019 年 12 月停止了与两家公司的合作。

如上所述，该两家公司的异常账户的累计充值金额仅为 22.75 万元，占比极小，对发行人不构成实质影响。

此外，由于可比公司均未公开披露一个充值账户向多个用户充值的数据，亦不存在行业数据，因此无法进行对比分析。

综上，发行人各产品一个充值账户对应多个用户账户具有合理性，报告期内各产品一个充值账户给超过 50 名用户进行充值的合计充值金额极小，对发行人的收入不构成实质影响，快应用产品 2019 年一个充值账户给超过 50 个用户进行充值的情况相对较多具有客观原因。保荐机构及申报会计师认为发行人自有产品和运营支撑服务的用户行为不存在异常，不存在自充值的情形。

（16）非活跃用户多次/大额充值后快速集中消耗的情形

如上文“（12）各主要 APP 用户的平均阅读时间间隔时长情况”所述，对快看小说、自有 H5 网站以及运营支撑业务报告期各前 50,000 大消费用户进行分析，快看小说、自有 H5 网站和运营支撑业务各前 50,000 大消费用户中阅读间隔时长低于 1 分钟的用户数合计为 113 人。此类用户中，部分用户在有网络连接的情况下会集中下载多个章节缓存在手机中，待无网络连接的状态时进行阅读（如在飞机飞行过程中阅读、在无手机信号的工作环境中阅读、以节省流量为目的在无 WIFI 网络连接状态下阅读等），也存在部分用户阅读速度较快的情况，因此存在个别用户消费间隔时长低于 1 分钟的可能性。

若将该部分用户定义为多次/大额充值后快速集中消耗的用户，该类用户的充值金额合计为 30.48 万元，占比为 0.006%，占比极小，对发行人收入的影响极小，发行人产品中不存在非活跃用户多次/大额充值后快速集中消耗的情形。

（17）安永（中国）企业咨询有限公司 IT 审计结论

安永（中国）企业咨询有限公司对发行人进行了 IT 审计，其核查结论为：通过对信息系统在公司治理层面的胜任能力、战略规划、组织架构、权责分工、人力资源及内部审计控制的检查，过程层面的一般控制检查及应用控制检查，以及实际业务发生相关业务及财务数据的完整一致性、准确性的核查和趋势分析，

确认公司已经在治理层面制定了相应的政策及制度，以保障信息系统的整体规划布局；信息系统一般控制能够保证程序按照需求变更，变更按照审批上线，基础运维满足业务需求；信息系统应用控制的关键业务进行了相关系统控制，确保关键业务系统能够对业务环节相关数据进行准确完整的记录；通过对公司核心业务及财务相关数据的完整一致性、准确性的核查以及业务趋势分析，以及对分析过程中发现的疑似异常情况的进一步分析和测试，相关疑似异常情况均有合理解释，收入及成本涉及业务系统数据与财务系统数据具有匹配性，各指标在核查期间变化趋势呈现一致性且具有合理性。

在安永（中国）企业咨询有限公司出具的信息系统专项核查报告中使用了“基本”表述，“基本”表示在根据公司业务情况对涉及信息系统执行了治理层面的控制检查、过程层面的一般控制及应用控制检查，并对核心业务数据与财务数据是否一致进行核查，基于以上核查程序的执行结果，发现公司已部署必要的信息系统内控措施，来合理确保财务数据真实、准确、完整，各项业财数据差异比对指标的差异均有合理解释，可以合理保证公司财务数据的准确性。

（18）各主要产品订单支付成功与失败的情况

报告期内，发行人各产品及服务的订单支付成功与未支付情况如下：

产品形态	订单数量（笔）				订单金额（万元）			
	支付成功	占比	未支付	占比	支付成功	占比	未支付	占比
APP 客户端	56,207,073	60.90%	36,085,929	39.10%	109,925.11	55.16%	89,346.30	44.84%
H5	18,662,983	58.47%	13,257,487	41.53%	60,212.36	53.75%	51,803.23	46.25%
快应用	23,121,094	47.47%	25,589,974	52.53%	82,558.74	41.58%	115,991.41	58.42%
运营支撑服务	63,409,765	61.14%	40,310,712	38.86%	235,197.35	51.57%	220,879.85	48.43%

如上表所示，如果按照订单数量进行统计，APP 客户端、H5、快应用和运营支撑服务未支付的订单占比为 39.10%、41.53%、52.53%和 38.86%，其中快应用的未支付订单占比相对较高，其他产品未支付订单的占比在 40%左右，出现该情形的原因如下：

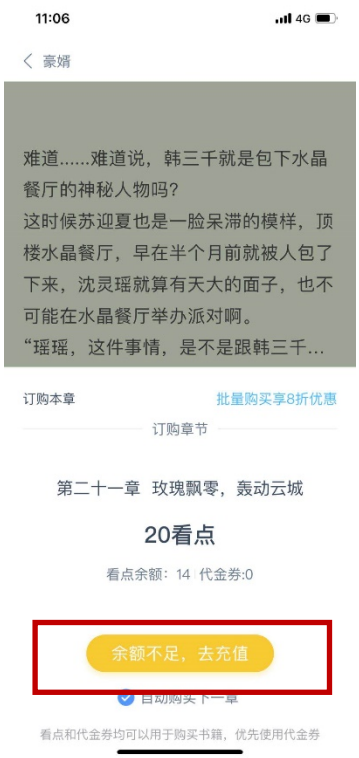
①出现较多未支付订单的原因

对于发行人的产品及运营支撑服务，用户的订单生成有三种路径：A、用户主动进入充值列表页，选择任意充值方式（微信、支付宝等），且选择任意充

值金额，点击充值按钮，即开生成订单；B、用户在付费阅读过程中，因账户余额不足无法继续阅读，选择往前充值页面；C、用户进入活动页，点击充值按钮，然后选择任意充值方式（微信、支付宝），再次点击充值按钮，即开始生成订单，三种方式中又以方式二和方式三居多。因此，用户每次只要点击充值按钮，无论是否更改充值方式或充值金额，都会生成新的订单。



方式A



方式B



方式C

基于上述订单生成机制，当出现下列情形时，就会出现订单未支付（支付失败）：A、用户选错或更换支付方式；B、更换充值档位；C、第三方支付方式支付状态返回失败；D、用户账户余额不足放弃充值；E、用户手机不支持第三方支付或对第三方支付兼容性不足；F、因网络状况不佳或服务器波动等因，出现网络卡顿、断网导致支付失败；F、用户被第三方支付限制使用（如被微信限制零钱支付）导致支付失败；H、用户未安装选择的支付方式（如未安装微信或支付宝）而支付失败；I、用户误点未支付；J、因其他原因导致的主动放弃支付。

如上所述，只要用户点击充值按钮就会生成订单，而上述多种情况会导致订单支付失败，因此，出现支付失败现象是正常情况，由于失败订单是最终结

果，无法回溯具体的失败原因，因此无法将失败订单定量分析是具体何种原因导致。

②快应用产品未支付订单数占比相对较高的的原因

与发行人其他产品相比，快应用的未支付订单数占比相对较高，主要有以下两点原因：

A、快应用的产品形态起始于 2019 年，当年开始推广，新用户占比更多，没有其他产品线积累的老用户规模大。新用户对产品有个逐步熟悉的过程，因此订单成功率低属于正常现象。

B、由于快应用本身创建时间短，各家厂商还都处于摸索阶段，特别是在 2019 年，快应用的整体生态远未达到成熟的状态，对微信、支付宝等第三方支付的技术支撑还不够完善，导致订单成功率不高。

③发行人快应用产品出现高频充值且未成功支付订单的原因

发行人快应用产品存在用户每隔几十秒创建一次充值订单，甚至出现一秒内创建多次充值订单的情形，产生该情形的主要原因为部分华为机型对快应用的支持存在缺陷，该缺陷已于 2020 年 10 月基本修复，对于部分华为机型的用户，如下图所示，如果其长按“立即充值”按钮，则会持续生成订单，对于该类订单，用户没有实际支付成功，因此被记录为支付异常订单。



发行人于 2020 年 1 月亦发现了此问题，并积极采取措施予以应对，与华为

团队进行沟通，于 2020 年 3 月将活动页面的订单触发方式由碰触（touch）改为点击（click），后逐步完善相关控制机制，已逐步扼制通过该方式造成的高频充值。

因此，发行人不存在通过此种方式刷单或者刷快应用排名的动机，如发行人通过此方式刷单或刷排名，不会积极与华为团队沟通并通过技术手段解决该漏洞。此外，用户的相关订单支付信息均存储于应用开发者、微信和支付宝等第三方支付平台，华为应用商店无法获取应用的支付失败订单信息，其无法根据该指标对应用进行排名。因此，上述异常支付订单不会对发行人产品的排名产生影响，发行人不存在通过该种方式在华为应用商店刷排名的情形。

由于该部分订单均未形成有效充值，故不存在自充值情形。

④发行人各产品高频充值且未成功支付订单的情况

对于高频充值订单，主要分以下三种情形：A、1 秒内生成订单数＞1 的订单；B、1 分钟内生成订单数＞10 的订单；C、全年生成订单数＞365 的订单，在该三种情形下，发行人各产品在报告期内的高频充值且未成功支付的订单情况如下：

产品形态	情形 A：1 秒内生成订单数＞1 的订单							
	订单数量（笔）				订单金额（万元）			
	支付成功	占比	未支付	占比	支付成功	占比	未支付	占比
APP 客户端	171	0.00%	494,306	1.37%	0.25	0.00%	1,749.15	1.96%
H5	1,846	0.01%	181,947	1.37%	7.64	0.01%	496.54	0.96%
快应用	65,374	0.28%	2,028,708	7.93%	190.20	0.23%	7,050.18	6.08%
运营支撑服务	1,127	0.00%	4,598	0.01%	4.43	0.00%	22.25	0.01%
产品形态	情形 B：1 分钟内生成订单数＞10 的订单							
	订单数量（笔）				订单金额（万元）			
	支付成功	占比	未支付	占比	支付成功	占比	未支付	占比
APP 客户端	377	0.00%	417,965	1.16%	0.64	0.00%	1,747.57	1.96%
H5	988	0.01%	95,030	0.72%	1.65	0.00%	213.82	0.41%
快应用	369	0.00%	1,351,177	5.28%	1.22	0.00%	4,857.13	4.19%
运营支撑服务	7	0.00%	776	0.00%	0.01	0.00%	1.26	0.00%
产品形态	情形 C：全年生成订单数＞365 的订单							
	订单数量（笔）				订单金额（万元）			
	支付成功	占比	未支付	占比	支付成功	占比	未支付	占比

APP 客户端	325,377	0.58%	576,040	1.60%	257.91	0.23%	1,900.79	2.13%
H5	19,986	0.11%	59,670	0.45%	18.81	0.03%	169.31	0.33%
快应用	9,167	0.04%	1,147,085	4.48%	12.66	0.02%	5,234.68	4.51%
运营支撑服务	4,693	0.01%	89,517	0.22%	2.74	0.00%	526.94	0.24%

注：上述成功订单数量和金额占比为占对应产品总成功订单数量和金额的比例。

如上表所示，除上文所述的快应用部分华为机型存在的高频充值且支付失败的情形外，发行人的 APP 产品、H5 与运营支撑服务中不存在大量高频充值且未支付的情形。上述高频充值情形以“生成订单”为考量，例如以 1 秒内生成订单数>1 的订单为例，快应用支付成功订单数量为 65,347 笔，未支付成功为 2,028,708 笔，因为前述系统 bug 在同一秒内绝大部分情况是多笔支付失败与 1 单支付成功，此类为正常情况。若以“高频且充值成功”为条件进行限制，则三类情形下的支付成功的情况如下：

产品形态	情形 A：1 秒内生成“成功订单”数＞1 的订单			
	订单数量（笔）		订单金额（万元）	
	支付成功	占比	支付成功	占比
APP 客户端	171	0.00%	0.25	0.00%
H5	242	0.00%	0.80	0.00%
快应用	2,745	0.01%	8.02	0.01%
运营支撑服务	14	0.00%	0.04	0.00%
产品形态	情形 B：1 分钟内生成“成功订单”数＞10 的订单			
	订单数量（笔）		订单金额（万元）	
	支付成功	占比	支付成功	占比
APP 客户端	-	0.00%	-	0.00%
H5	-	0.00%	-	0.00%
快应用	-	0.00%	-	0.00%
运营支撑服务	-	0.00%	-	0.00%
产品形态	情形 C：全年生成“成功订单”数＞365 的订单			
	订单数量（笔）		订单金额（万元）	
	支付成功	占比	支付成功	占比
APP 客户端	210,690	0.37%	169.64	0.15%
H5	4,898	0.03%	5.09	0.01%
快应用	5,350	0.02%	4.21	0.01%
运营支撑服务	4,283	0.01%	2.3	0.00%

注：上述成功订单数量和金额占比为占对应产品总成功订单数量和金额的比例。

如上表所述，如以“高频且充值成功”为条件进行限制，各类产品的支付

成功订单数和订单金额极小，可以进一步排除发行人刷单的可能。少量 1 秒钟内多次成功订单的情况主要为发行人系统测试数据；快应用 1 秒钟支付成功订单大于 1 的笔数稍多，产生该情形的主要原因如前文所述，由于部分华为机型的缺陷，存在部分用户在活动页面长按“立即充值”按钮，则会导致在同一秒下生成多个订单并唤起支付，支付平台（如微信支付和支付宝）会在用户支付完一笔后，再唤起另一笔订单由用户进行支付，在该情形下，用户实际是先后两次手动完成支付，其实际支付完成时间并不一致，但是由于发起订单的时间一致，发行人服务器会统计到 1 秒之内存在多次支付成功的订单。APP 客户端情形 C 下的支付成功订单数和订单金额相对较高主要系 APP 客户端 2017 年通过 WIFI 万能钥匙渠道推广时，产品的起充金额仅为 3 元，因此会出现较大用户一年时间充值成功的次数大于 365 次的情形。

通过对上述高频充值相关用户能获取到的电话号码与发行人报告期内员工（含离职员工）进行对比，共有 13 个重叠电话号码，该 13 个用户在报告期内仅有 2 名用户支付成功，支付成功的金额仅为 3,665.00 元，其中一名用户为发行人的测试人员，充值金额为 3,302.00 元。报告期内，按订单数量和订单金额口径统计，各个产品在不同高频充值情形下的占比均很低，对发行人的收入不产生实质影响。

此外，由于可比公司均未公开披露订单支付失败率或成功率数据，亦不存在行业数据，因此无法进行对比分析。

综上，发行人快应用产品中存在大量未支付订单具有合理性，由于该部分订单均未形成有效充值，故不存在自充值情形。发行人的 APP 产品、H5 与运营支撑服务中不存在大量高频充值且未支付的情形。发行人不存在刷单或刷好评操作的行为。通过对高频充值且未支付的相关用户中能获取到的电话号码与发行人报告期内员工（含离职员工）进行对比，共有 13 个重叠电话号码，该 13 个用户在报告期内只有两名用户支付成功，金额仅为 3,665.00 元，其中一名用户为发行人的测试人员，充值金额为 3,302.00 元。报告期内，按订单数量和订单金额口径统计，各个产品在不同高频充值情形下的占比均很低，对发行人的收入不产生实质影响。

（19）关于发行人充值数据完整性、真实性和岗位职责设置的情况

①中介机构进行过充值明细与第三方支付流水的一致性对比程序

中介机构在此前的数据核查程序中按照订单维度，对公司自记录的充值明细与第三方支付流水进行逐条对比核查，且对发行人主要的第三方支付平台（微信财付通、支付宝、现在支付、爱贝支付、易联支付）均有覆盖，相关核查占报告期发行人总充值金额的 96.03%；对发行人各个产品的用户注册、充值、消费以及剩余看点情况均执行了穿行测试。

经核查，中介机构认为，发行人信息系统有效运行，自记录充值明细准确，用户充值及消费行为真实、数据完整，发行人前后端系统均能及时准确的记录用户操作行为及相关数据。

核查公司在 2017 年 1 月至 2020 年 6 月自有产品自记录后台充值记录与所披露的第三方支付平台明细具体结果如下：

数据来源	自记录后台数据	匹配的第三方支付平台数据	差异比较
充值渠道	充值金额（万元）	充值金额（万元）	充值金额差异
核查逻辑	A	B	C=(A-B)/A
微信财付通	209,499	209,515	0.0%
现在支付	8,624	8,624	0.0%
支付宝	22,168	22,173	0.0%
爱贝支付	1,286	1,286	0.0%
易联支付	370	371	0.0%
总合计	241,947	241,969	0.0%

经过核查，以上渠道的系统自记录充值金额数据与披露的第三方支付平台的结算数据相比差异额约为 22 万元。差异主要来自于微信财付通，微信财付通的差异为 16 万元，产生差异的原因为后台系统未记录知识付费收入充值流水 12 万元，而在第三方支付平台结算金额中包含该金额，因此排除这部分差异后，差异金额约为 4 万元，不到总体金额的 0.01%。支付宝差异金额约为 5 万元，易联支付差异金额约为 1 万元，二者合计不到总体金额的 0.01%。这部分差异主要原因为第三方支付平台与公司系统之间的数据传输时间差异和少量订单数据传输故障造成的差异，该差异在各平台属于正常差异。

②中介机构按照用户及订单级别对相应交易数据进行了补充平衡试算校验

中介机构对发行人 APP 客户端和快应用产品报告期内全部的新增充值用户明细，按照用户及订单级别对相应交易数据进行了平衡试算校验。校验逻辑为按照发行人业务逻辑，取报告期内全部新增充值用户，对该部分用户的“期初看点+期间新增看点（含期间充值看点、期间充值赠送看点、期间活动赠送看点）-期间消耗看点（含期间消耗充值看点、期间消耗赠送看点）”与其对应的剩余看点进行一致性对比，对比结果基本一致。存在少量差异，APP 客户端差异看点折算成人民币后的差异金额占当期新增充值用户充值金额的比重为 0.04%，快应用差异看点折算成人民币后的差异金额占当期新增充值用户充值金额的比重为 0.05%。

上述差异产生的原因为剩余看点因数据同步产生的差异。中介机构进行上述核验时，基于发行人的备份库数据进行核验，备份库数据从现网数据备份而来，发行人会于每日凌晨进行数据同步。对于上述核验逻辑，因核对对象为期间新增充值用户，故其期初看点数为 0，因此需要满足“当期新增看点-当期消耗看点”与“剩余看点”数相等的逻辑关系，其中当期新增看点来源于用户的充值数据表，当期消耗数据来源于用户的消费表，二者均记录用户的每一条充值或消费记录，因此无论何时进行同步，均可以准确取得截至某一时点的期间新增充值看点数和期间消费看点数；但对于剩余看点数，其来源于用户的剩余看点表，该表的记录逻辑为“回写”，即不会保留每一用户每一次消费后的剩余看点记录，仅有截至其最新消费时点的剩余看点记录，如下表所示，以快应用用户 A 为例，假设其于 2019 年 12 月 31 日 0:00 时剩余 100 看点，2019 年 12 月 31 日当天消耗 20 看点，2020 年 1 月 1 日 0:30 分消耗 20 看点，剩余 60 看点，若发行人的数据同步时间为 2020 年 1 月 1 日 1:00 同步截至 2020 年 1 月 1 日 0:00 的用户剩余看点数据，因用户 A 的唯一记录已经更新至 2020 年 1 月 1 日 0:30，故无法在提取其截至 2020 年 1 月 1 日 0:00 的数据并更新于备份库中，备份库中仍为 2019 年 12 月 31 日 1:00 同步的用户 A 的剩余看点数，假设该剩余看点数为 100，故在进行截至 2019 年 12 月 31 日 24:00 用户 A 的试算平衡时，正确的核验逻辑为“当期新增看点-当期消耗看点”与 80 看点进行对比，但由于上述同步数据导致的差异，在核验时将“累计充值看点-累计消耗看点”与 100 看

点进行了对比。

项目	2019年12月31日1:00同步2019年12月31日0:00的剩余看点数据	2019年12月31日0:00至2020年1月1日0:00消耗看点	截至2020年1月1日0:00剩余看点	2020年1月1日0:30消耗20看点后的剩余看点	备份库于2020年1月1日1:00同步截至2020年1月1日0:00剩余看点
用户A	100	20	80	60	由于剩余看点数据已经在2020年1月1日0:30更新，因此同步取数时提取不到2020年1月1日0:00分用户A的剩余看点数据，因此剩余看点数在备份库不进行更新，导致备份库中剩余看点数仍为前一次同步后的剩余看点数100

上述差异并不会影响用户的充值数据表，也不会影响用户的消费数据表，现网下的用户剩余看点数亦不会受到任何影响，仅仅是进行上述复验时，因备份数据同步会存在少量差异，并不会对发行人的IT系统有效性产生任何影响。

此外，用户级别的平衡试算校验仅仅是IT系统数据勾稽关系的一种验证，即IT系统现有搭建结构能够满足正确的逻辑关系，对于该逻辑关系的验证，中介机构此前虽未对全量用户逐个进行平衡试算校验，但对发行人的所有产品，均进行过类似的穿行测试，通过“注册账户-充值-消费-系统是否能够准确完整记录相应数据”进行过对应测试账户的平衡试算校验，中介机构认为该程序已经能够验证发行人IT系统满足“期初看点+当期新增看点-当期消耗看点=剩余看点”的逻辑关系，具有有效性，不存在程序缺失情形。

③发行人数据库管理关键工作岗位未实现职责分离的情况以及整改完善情况

发行人数据库管理员root主账号的管理人为发行人运维部门主管负责人于某某，其虽然掌握root账号的使用权限，但在实际工作中不会执行数据库的实际操作工作，该账户实际由该部门人员通过跳板机登陆使用，且每次数据库超级用户的新增授权均经过相应的账号新增流程，因此不会对发行人的信息系统有效性产生实质影响。为规避相关风险，发行人已将前述root主账号管理员更换为陈某某。

④对发行人信息系统有效性执行的核查程序

中介机构从信息系统公司层面控制、信息系统一般层面控制核查、信息系统应用层面控制核查、信息系统数据分析四个层面对发行人信息系统的有效性进行了核查，具体如下：

针对信息系统公司层面控制，中介机构从管理层对胜任能力的承诺、系统战略规划、组织架构及权责分配、人员培养、内部审计与风险管理等多角度进行核查，评估公司的信息系统是否满足企业业务发展要求，从而甄别公司信息系统管控方针和策略层面是否存在舞弊或错误而导致的重大错误陈述的风险。中介机构执行了访谈、资料查阅等程序，对发行人在胜任能力、战略规划、组织架构、权责分工、人力资源及内部审计控制等方面的材料进行审阅，并与各对接人进行访谈确认。

针对信息系统一般层面控制，中介机构对于信息系统变更管理、访问管理、运维管理等从制度、流程、实际执行情况等多方位进行核查，核查公司的信息系统是否在变更、访问和运维方面进行严格完善的控制及管理，从而对公司信息系统内部控制的有效性进行评估。中介机构执行了访谈、现场核查、资料查阅等程序，对发行人信息系统变更管理、访问管理、运维管理涉及的制度流程文档等进行审阅，并通过穿行测试和抽样测试的方式核查发行人在实际执行中是否遵循对应制度流程规定。

针对信息系统应用层面控制，中介机构对发行人业务流程中依赖于系统功能控制的内容进行核查，检查系统自动控制功能是否有效，相关业务和财务数据是否能被准确、完整的记录。中介机构执行了现场穿行测试等程序，对发行人业务流程中依赖于系统功能控制的内容，如用户注册、用户充值消费、财务管理等流程进行穿行测试，确认发行人信息系统是否能够正确支持各项业务流程的进行。

针对信息系统数据分析，中介机构对发行人业务和财务数据的真实完整性、系统内及系统间的匹配一致性以及业务情况的变化趋势进行分析性核查，从而对公司业务发展情况进行评估。中介机构执行了现场数据获取和分析等程序，对发行人用户新增及活跃留存情况、推广投放、用户充值消费、收入与成本等

进行真实完整性、系统内及系统间的匹配一致性以及业务情况的变化趋势等多角度多维度分析，从而进一步得到分析结果，如是否存在异常情况及其影响程度等。

综上，中介机构进行过充值明细与第三方支付流水的一致性对比程序，此前未按照用户及订单级别对相应交易数据进行平衡试算校验，但对核查结果和核查结论不会产生实质影响，且经补充核查不存在异常。发行人数据库管理关键工作岗位未实现职责分离但亦有相应内部控制措施，此外，发行人已完成整改，不会对发行人信息系统有效性产生实质影响。

（20）发行人用户手机号码与发行人员工手机号码重叠的情况

报告期内，保荐机构共对 50,897 个发行人自有产品用户手机号码进行过电话访谈，对 30,325 个运营支撑服务用户手机号码进行过电话访谈，此外，获取发行人 647 个员工电话号码（含离职员工），通过匹配，共有 5 个电话号码重叠，具体情况如下：

重叠号码对应用户	使用产品	充值金额		消耗充值看点数	
		金额（元）	占比	数量（百看点）	占比
用户 1	APP 客户端	4,824.00	0.0004%	379.04	0.0000%
用户 2	APP 客户端	120.00	0.0000%	119.84	0.0000%
用户 3	运营支撑服务	30.00	0.0000%	29.70	0.0000%
用户 4	运营支撑服务	-	0.0000%	-	0.0000%
用户 5	运营支撑服务	-	0.0000%	-	0.0000%
合计		4,974.00	0.0001%	528.58	0.0000%

其中用户 1 和用户 2 为发行人客户端用户，用户 1 为测试人员，充值 4,824.00 元，用户 2 为内容部员工充值 120.00 元看书；用户 3、用户 4 和用户 5 为快乐农夫阳光书城电话访谈的接通记录，保荐机构在通过第三方公司电话调研过程中，发行人为了测试第三方调研公司电话覆盖情况，选取了三名员工电话掺入电话名单中，因此导致此三名员工在电话访谈名单中，用户 3 曾充值 30.00 元。上述 5 名用户的充值金额仅有 4,974.00 元，占比仅为 0.0001%，消耗充值看点数的比例也小于 0.0001%，对发行人的收入影响极小。

此外，本次问询函回复过程中，对发行人员工号码（含离职员工）与发行

人系统中目前能够统计到的全部用户手机号码进行对比补充核查，除上述重叠的 5 名用户外，还有 72 个电话号码重叠，相应的充值金额合计 1.08 万元，消耗充值看点数的比例仅为 0.0001%，其中充值金额大于 100 元的有 13 人，共计充值 0.95 万元，主要为测试部门的测试金额，其余为个人使用发行人产品充值，具有合理性，且对发行人的收入影响极小。

（21）保荐机构对发行人和运营支撑服务用户电话访谈情况

报告期内，保荐机构对发行人和运营支撑服务用户进行的电话访谈情况如下：

单位：人

主体	拨打总数	接通人数	①接受访问人数	②确认使用过点众/阳光书城人数	确认率=②/①
发行人	50,897	31,469	7,723	4,271	55.30%
运营支撑服务	30,325	18,812	6,965	2,863	41.11%

对于问题“是否使用过快看小说/阳光书城”，回答“是”的用户数量相对较少，确认率相对较低。对于发行人产品，因为发行人执行的是产品矩阵的策略，用户阅读的产品可能是小说阅读吧、免费小说大全、西瓜免费小说等，从用户心理而言，用户对电话回访多是抵触的情绪，问题设置如将所有产品全部列示，用户往往会在提问过程中就会直接挂断，因此电话访谈过程只简单说了个别产品，导致产生用户回复“否”的情况，此外也存在即使使用过快看小说，也存在部分用户因抵触回访而回答未使用过的情形。对于阳光书城，用户多是通过不同公众号进入市场进行阅读，对于用户感知，其一般对公众号会有记忆，但对于“阳光书城”的名称不一定会有明确印象。综上，回答使用过快看小说/阳光书城的用户数相对较少具有合理性。

对于发行人和运营支撑服务用户的真实性,保荐机构及发行人会计师并非仅仅基于用户电话访谈信息核查，还执行了如下专项核查程序：

核查手段及获取证据说明	具体核查对象/核查范围	核查结论
一、IT 系统核查		用户行为数据等运营数据准确、可靠
1、访谈了解并获取发行人与 IT 系统相关的制度和流程文档，对公司主要运营系统和财务系统的 IT 内控管理流程执行穿行测试和控制测试，对发行人 IT 系统内控制度设计的有效性及管理流程执行的有效性进行测试 。	具体测试的管理流程包括且不限于：程序变更管理、操作系统和数据库变更管理、密码管理、特权账号管理、账号权限管理、数据修改管理、物理访问管理、IT 一般运维管理	发行人的 IT 内控制度设置及管理流程执行均具备有效性
2、获取相关数据和文档，对发行人主要运营系统和财务系统关键的 IT 应用控制进行功能测试，对发行人主要运营系统和财务系统支持相关业务及财务流程开展的有效性进行测试及验证。	具体测试的应用控制点包括且不限于：运营系统能否准确记录关键运营数据、运营系统间能否完整准确地传输运营数据、运营系统能否准确统计收入确认所需的运营数据、运营系统的关键业务权限设置是否适当	发行人的主要运营系统和财务系统能够有效支持相关业务及财务流程的开展。
3、访谈了解并获取相关制度和流程文档，对公司已实施的数据质量管控体系执行穿行测试和控制测试。	具体测试的管理流程包括但不限于：审阅相关制度和流程文档；对后台管理系统、CP 结算系统、用友 U8 系统和公司主要产品进行变更管理、运维管理和访问管理的检查和测试；对相关系统是否能够准确记录发行人数字阅读业务、版权业务和增值服务业务的业务数据进行穿行测试，并对财务系统的功能及准确性进行了测试	公司已实施的数据质量相关管控体系及管理流程具备有效性。
4、使用专用核查账号独立进入后台数据库进行核查，对运营数据、财务数据等进行数据分析。	具体执行的数据分析包括且不限于：指标异常波动分析；数据间匹配性分析；数据趋势分析；充值金额分布、地域分布和方式分布分析；第三方指标匹配性分析；运维数据分析	发行人的运营数据及财务数据具备合理性
二、自有书库阅读业务和咪咕书库阅读业务的运营情况及用户真实性核查		报告期内，自有书库阅读业务和咪咕书库阅读业务的用户行为与业务发展趋势基本匹配，付费用户具备真实性
1、付费用户消费情况电话访谈 （1）中介机构主要进行了三次较大规模的电话访谈，调研用户真实性 （2）由中介机构根据发行人自有阅读平台的用户充值和消费明细数据，筛选出后台系统中记录了电话号码的用户	A、第一次电话访谈 时间：2019 年 2 月 核查范围：自有书库阅读平台 筛选标准：根据公司 2016 年-2018 年发行人自有阅读平台的用户充值和消费明细数据，提取累计充值金额前 10,901 名有	主要进行了四次较大规模的电话访谈，共计拨打了 50,897 人次，根据接听者的性别、方言、环境等因素可判断为不同的用户，确认用户真实。

进行电话访谈；访谈提供由中介机构设计 （3）电话访谈由保荐机构聘请的独立第三方/中介机构/发行人客服团队进行 （4）所有电话访谈均有录音 （5）对于通过发行人客户系统拨打的电话，对于能打通的电话，客服系统会自动记录电话号码、拨出时间、号码归属地、响铃时长、通话时长、通话结果等信息。	电话号码的用户 电话访谈执行者：客服人员，保荐机构及申报会计师查了公司客服系统的生成的拨出电话记录，不定期抽查电话访谈过程，并听取访谈录音。 B、第二次电话访谈 时间：2019 年 8 月 核查范围：自有书库阅读平台 筛选标准:选取 2019 年 1-6 月累计充值前 19,996 名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方 C、第三次电话访谈 时间：2020 年 2 月 核查范围：自有书库阅读平台 筛选标准：剔除上述第二次电话访谈用户后，选取 2019 年累计充值前 10,000 名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方 D、第四次电话访谈 时间：2020 年 8 月 核查范围：自有书库阅读平台 筛选标准：剔除上述第前三次电话访谈用户后，选取 2020 年 1-6 月累计充值前 10,000 名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方	
2、点众快看阅读平台内问卷调查 在点众快看阅读平台中，设置问卷对用户情况进行调查。 （1）发放对象：所有客户端及自有 H5 用户 （2）调查目的：通过用户回复问卷，验证用户的真实性 （3）调查可靠性控制：由安永会计师的 IT 审计团队，对问卷发放、回收、保存的系统及数据库进行了可靠性验证，证明调查系统可靠。	时间：2019 年初 核查过程：由保荐机构及申报会计师设计调查问卷，问卷包括是阅读行为、使用频次、充值金额和充值方式等，通过发行人点众快看阅读平台向所有用户推送问卷	累计回收有效回复的问卷数：9.38 万份，其中客户端问卷 3.95 万份，自有 H5 页面问卷 5.43 万份，通过对有效问卷的数据分析，确认回复问卷用户为真实用户。

3、大额充值/消费用户的充值消费行为分析 （1）获取大额充值用户的每一笔充值和消费记录 （2）通过对每一个用户的日阅读小时个数、日每小时阅读章节数和日阅读时长的分析判断用户的充值消费行为是否合理 （3）用于核查用户真实性以及是否存在自充值情形。由于发行人按照用户消费进行收入确认，若存在自充值情形，首先需要进行大额的充值，然后进行快速的消费，进而在消费行为指标中显现异常，通过对大额充值的消费行为分析，可以判定该类用户是否存在自充值情形。	核查范围：对报告期内用户累计充值金额降序排列，选取发行人产品前10,000名用户（前10,000大充值用户）进行重点分析；对报告期内用户消耗的充值和赠送看点降序排列，选取发行人产品前10,000名用户（前10,000大消费用户）进行重点分析 分析指标：消耗充值和赠送看点、充值金额、24小时消费金额分布、24小时消费章节分布、平均阅读间隔时长等	前10,000大消费用户消耗的充值和赠送看点占比为1.99%，该部分用户对应的总充值金额占比为2.07%；前10,000大充值用户的总充值金额占比为2.12%，该部分用户对应的消耗的充值和赠送看点占比为1.94%，占比较小。 前10,000大充值用户和前10,000大消费用户的24小时消费金额分布和24小时消费章节分布不存在异常。 除个别疑似盗版发行人数字内容用户以外，前10,000大消费用户的平均阅读间隔时长符合用户的日常使用行为习惯。
4、银行流水核查 （1）获取发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、财务人员在报告期内的银行流水 （2）此程序重点用于核查是否存在自充值以及成本完整性。若存在自充值情形，通常需要公司或公司个人提供自充值资金，通过对银行流水的核查，尤其是疑似异常流水的核查，可以判断是否存在自充值可能性	核查范围：发行人、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、财务人员 核查方法：保荐机构及申报会计师获取发行人、实际控制人、董监高、财务人员报告期内的银行流水，对单笔交易金额在50,000元以上的交易逐笔核查，若交易对方为发行人（含其子公司）、发行人员工、或疑似发行人的客户或供应商的，不论金额大小，均逐笔核查，并获取流水提供人的说明。	发行人不存在利用个人账户进行自充值和虚假交易的情况
5、发行人员工手机号码与用户手机号码的匹配分析 通过匹配发行人员工手机号码和进行电话访谈的消费用户的手机号码和发行人能统计到的用户的电话号码查验是否通过员工进行自充值情形。	核查范围：发行人员工 核查方法：获取发行人报告期内员工（含离职员工）的手机号码，再与进行电话访谈的付费用户的手机号码和能统计到的用户的电话号码进行匹配	与电话访谈的用户有5个电话号码重叠，该5名用户的充值金额仅有0.50万元，占比仅为0.0001%； 与能统计到电话号码的用户除上述5个外，还有72个电话号

		码重叠，该 77 名用户的充值金额仅有 1.08 万元，占比仅为 0.0001%，其中充值金额大于 100 元的有 13 人，共计充值 0.95 万元，主要为测试部门的测试金额，其余为个人使用发行人产品充值
6、整体用户行为分析 （1）取得点众快看阅读平台产品的运营数据，核查月充值流水与月活跃用户数、月付费用户数等运营数据的匹配关系，核查月各项指标等是否存在异常波动情况 （2）此程序用于核查用户真实性	核查范围：点众快看阅读平台 核查指标：月活、日活、访问用户数、用户消费金额、人均充值金额、月充值人数、消费区间人数、消费区间金额、月新增用户、月消费新增用户、月流量消耗、数字阅读时长、人均付费阅读章节数等，对具有关联关系的指标进行相关性分析，对相关用户指标与收入的匹配性进行分析，对相关用户指标与推广投入的匹配性进行分析，对用户的充值情况与第三方流水进行差异分析等	经分析，对于有关联性的指标，各指标之间具有匹配性，单个指标的历史波动情况亦符合公司业务发展情况
7、第三方检测数据与公司运营数据的匹配性核查 （1）获取友盟等第三方数据监测机构统计的发行人运营数据，并将其与发行人服务器口径数据进行匹配性分析 （2）此程序用于核查发行人信息系统的真实性以及用户的真实性	核查范围：点众快看阅读平台 核查方法及指标：获取了友盟和服务器口径的用户规模、用户分布、用户行为等指标，对二者进行了比对分析	发行人服务器统计数据和友盟统计数据在趋势上基本一致，差异情况均有合理解释，发行人的信息系统以及用户真实
8、支付宝、财付通等充值渠道流水核查 保荐机构及申报会计师获取了支付宝和财付通等充值渠道的用户原始充值流水，并对流水进行了核查分析	核查范围：自有书库数字阅读业务 核查方式： （1）原始充值流水与账面记录的对比核验 （2）进行充值-充值流水-服务器记录-财务处理的穿行测试 （3）对于包月用户充值，根据充值金额对包月收入进行匡算	经核查，发行人的支付宝、财付通等充值渠道流水正常，与财务数据和服务器统计数据具有匹配性
9、推广成本和版权成本与收入的匹配性核查 保荐机构及申报会计师获取了去渠道的推广成本明细和分书单的版权成本明细，对二者与收入的匹配性进行了核查分析	核查范围：自有书库数字阅读业务 核查方式： （1）获取分产品的推广成本，分产品分会计期间对推广成本和分产品的收入进行匹配性核验	经核查，发行人的推广成本、版权成本和收入具有匹配性

	（2）获取版权成本的书单，并获取产生收入的书单，对二者进行匹配性核验	
10、咪咕书库数字阅读业务收入匡算核查 保荐机构及申报会计师获取了咪咕书库数字阅读业务的原始信息费数据，按照合同约定对收入进行了匡算，并对相关外部结算单据进行了核查分析	核查范围：咪咕书库数字阅读业务 核查方式： （1）针对快看小说 APP 咪咕版本的点播收入、包月收入，对结算邮件、银行回单和发票等内容进行了核查，对于业务发生当年未结算的部分，发行人根据用户点播产生的信息费进行暂估收入，保荐机构及申报会计师获取了用户点播信息费原始数据，对当年实际结算数据和暂估数据进行了匡算 （2）针对为内容提供商在快看小说 APP 咪咕版本中提供内容推广产生的分成收入，保荐机构及申报会计师获取了相关信息费，针对每一家数字内容提供方按照双方的合同阅读对收入进行了匡算	经核查，发行人的咪咕书库数字阅读业务收入真实、准确
三、运营支撑服务的运营情况及用户真实性核查		运营支撑服务具有商业合理性，付费用户具备真实性
1、付费用户消费情况电话访谈 （1）由中介机构根据快乐农夫的用户充值和消费明细数据，筛选出后台系统中记录了电话号码的用户进行电话访谈；访谈提供由中介机构设计 （2）电话访谈由保荐机构聘请的独立第三方进行 （3）电话访谈均有录音和独立第三方电话访谈系统记录	A、第一次电话访谈 时间：2019 年 8 月 核查范围：快乐农夫用户 筛选标准：选取 2018 年 6 月-2019 年 6 月年累计充值前 10,231 名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方 B、第二次电话访谈 时间：2020 年 2 月 核查范围：快乐农夫用户 筛选标准：剔除上述第一次电话访谈用户后，选取 2019 年累计充值前 10,034 名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方 C、第三次电话访谈 时间：2020 年 8 月	电话拨打了 30,325 人次，根据接听者的性别、方言、环境等因素可判断为不同的用户，确认用户真实。

	核查范围：快乐农夫用户 筛选标准：剔除前述电话访谈用户后，选取 2020 年 1-6 月累计充值前 10,060 名有电话号码的用户 电话访谈执行者：保荐机构聘请的独立第三方	
2、商业合理性核查 （1）中介机构通过对发行人实际控制人以及快乐农夫实际控制人的访谈，了解双方合作的背景、形式等情况 （2）中介机构获取了双方的合同、结算单据、查看了发行人为快乐农夫搭建的系统	走访快乐农夫时间：2019 年 8 月和 2020 年 1 月 访谈主要内容：发行人与快乐农夫开展业务的背景、双方的合作模式，业务往来规模、结算方式、是否存在关联关系等	发行人与快乐农夫的运营支撑合作具有商业合理性、真实性，该业务模式符合行业惯例
3、快乐农夫用户行为分析 中介机构获取了快乐农夫用户的充值和消费数据，并对相关用户行为进行了分析	核查范围：快乐农夫用户 核查指标：快乐农夫的充值人数、充值频次、充值金额、日活、月活、留存、24 小时用户分布、ARPU 和 ARPPU、付费转化率、充值金额前 10,000 大用户的充值和消费情况、新增用户情况、新增用户地域分布、不同充值频次充值用户数及充值金额、充值消费比、人均付费阅读章节数、第三方充值流水等	快乐农夫的用户充值和消费情况正常、合理，用户具有真实性
4、大额充值/消费用户的充值消费行为分析 （1）获取大额充值用户的每一笔充值和消费记录 （2）通过对每一个用户的日阅读小时个数、日每小时阅读章节数和日阅读时长的分析判断用户的充值消费行为是否合理 （3）用于核查用户真实性以及是否存在自充值情形。由于发行人按照用户消费进行收入确认，若存在自充值情形，首先需要进行大额的充值，然后进行快速的消费，进而在消费行为指标中显现异常，通过对大额充值的消费行为分析，可以判定该类用户是否存在自充值情形。	核查范围：对报告期内用户累计充值金额降序排列，选取发行人产品前 10,000 名用户（前 10,000 大充值用户）进行重点分析；对报告期内用户消耗的充值和赠送看点降序排列，选取发行人产品前 10,000 名用户（前 10,000 大消费用户）进行重点分析 分析指标：消耗充值和赠送看点、充值金额、24 小时消费金额分布、24 小时消费章节分布、平均阅读间隔时长等	前 10,000 大消费用户消耗的充值和赠送看点占比为 1.07%，该部分用户对应的总充值金额占比为 1.09%；前 10,000 大充值用户的总充值金额占比为 1.14%，该部分用户对应的消耗的充值和赠送看点占比为 1.02%，占比较小。 前 10,000 大消费用户的 24 小时消费金额分布和 24 小时消费章节分布不存在异常。 除个别疑似盗版发行人数字内容用户以外，前 10,000 大消费用户的平均阅读间隔时长符合

		用户的日常使用行为习惯。

经核查，中介机构认为发行人和运营支撑服务用户真实，保荐人在核查中保持了必要的执业谨慎。

2、主要服务收入情况

报告期内，公司主营业务收入情况参见本节“一、公司主营业务、主要产品或服务的情况”之“（二）主营业务收入的主要构成”。

3、主要服务的消费群体

公司提供的主要服务是互联网数字阅读服务以及围绕其开展的版权运营和增值服务。互联网数字阅读服务的主要消费群体是互联网数字阅读用户，版权运营的主要客户群体是其他数字阅读企业和文娱公司等，增值服务的主要客户群体是各类广告客户。

4、主要服务的价格变动情况

报告期内，公司业务以互联网数字阅读业务为主，数字阅读收入占主营业务收入的比例分别为 96.16%、94.27%、94.91%和 98.28%，其定价原则如下：

自有书库阅读业务中，用户按章/本购买或以包月的形式消费。对于按章/本购买并消费的形式，首先用户充值兑换“看点”，然后消费“看点”按章/本购买数字阅读内容，每章的定价为 15 个、20 个、33 个、35 个、43 个或 45 个“看点”不等，每本的定价考虑其成本、字数、市场情况及版权方要求等因素后确定；对于包月服务，根据不同的服务期限确定价格。

咪咕书库阅读业务中，用户通过话费支付的方式按章/本购买数字阅读内容，每章的定价为 0.08 元、0.10 元和 0.12 元不等。每本的定价考虑其成本、字数、市场情况及版权方要求等因素后确定。

运营支撑服务中，公司按照约定的分成比例收取运营支撑服务费。

报告期内，公司产品定价保持稳定。

（二）主要客户情况

1、前五大客户销售情况

单位：万元

年度	序号	客户名称	金额	占当期营业收入比例
2020 年 1-6 月	1	北京快乐农夫科技有限公司	9,044.60	10.54%
	2	华为（华为终端、华为软件）	1,749.99	2.04%
	3	今日头条（字节跳动、湖北今日头条、有竹居）	342.29	0.40%
	4	北京掌文信息技术有限公司	166.74	0.19%
	5	上海大犀角信息科技有限公司	132.08	0.15%
	合计		**11,435.69**	**13.33%**
2019 年	1	北京快乐农夫科技有限公司	10,347.31	11.21%
	2	今日头条（有竹居、字节跳动、天津今日头条）	1,100.11	1.19%
	3	百度（百度网讯、爱奇艺、天津酷阅等）	895.59	0.97%
	4	南京大众书网图书文化有限公司	413.99	0.45%
	5	腾讯（腾讯计算机、上海阅文）	405.54	0.44%
	合计		**13,162.54**	**14.26%**
2018 年	1	北京快乐农夫科技有限公司	2,796.84	5.53%
	2	咪咕数字传媒有限公司及其关联方	1,887.03	3.73%
	3	南京大众书网图书文化有限公司	406.55	0.80%
	4	百度（百度网讯、爱奇艺、天津酷阅等）	265.74	0.52%
	5	中文在线数字出版集团股份有限公司及其关联方	153.09	0.30%
	合计		**5,509.25**	**10.88%**
2017 年	1	咪咕数字传媒有限公司	3,712.62	11.54%
	2	中文在线数字出版集团股份有限公司及其关联方	1,051.41	3.27%
	3	陕西书海网络科技有限公司	274.77	0.85%
	4	北京天盈九州网络技术有限公司及其关联方	123.57	0.38%
	5	北京雪凝盛源科技有限公司及其关联方	115.39	0.36%
	合计		**5,277.76**	**16.41%**

注：上表中客户今日头条（有竹居、字节跳动、天津今日头条）中有竹居为北京有竹居网络技术有限公司，字节跳动为字节跳动有限公司，天津今日头条为天津今日头条科技有限公司；百度（百度网讯、爱奇艺、天津酷阅等）中百度网讯为北京百度网讯科技有限公司、爱奇艺为北京爱奇艺科技有限公司、天津酷阅为

天津酷阅信息科技有限公司；腾讯（腾讯计算机、上海阅文）中腾讯计算机为深圳市腾讯计算机系统有限公司、上海阅文为上海阅文信息技术有限公司；华为（华为终端、华为软件）中华为终端为华为终端有限公司、华为软件为华为软件技术有限公司。

报告期内，公司前五大客户占营业收入的比重分别为 16.41%、10.88%、14.26%和 13.33%。2018 年前五大客户占比较 2017 年下降主要原因为公司抓住了互联网数字阅读行业发展契机，在运营咪咕书库阅读业务的同时大力拓展自有书库阅读业务，目前自有书库阅读用户已成为公司的主要客户群体，相应地，公司报告期内的主要客户类型也由企业用户变成个人用户；2019 年前五大客户占比较 2018 年上升，主要系 2018 年下半年，公司在发展自有书库阅读业务的同时，开始发展运营支撑业务，2019 年，公司通过西瓜免费小说发展广告业务，同时运营支撑业务也得到进一步的发展，致使 2019 年前五大客户占比较 2018 年有所上升。2020 年上半年前五大客户收入占比与 2019 年不存在显著差异。

报告期各期前五大客户与发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员不存在关联关系，不存在前五大客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

2018 年的前五大客户与 2017 年的前五大客户相比，北京快乐农夫科技有限公司是当年新增客户，南京大众书网图书文化有限公司和百度（百度网讯、爱奇艺、天津酷阅等）是当年晋升为前五大的客户。其中，公司 2018 年新增运营支撑服务模式，客户即为快乐农夫，快乐农夫按照用户充值金额的一定比例向点众科技支付运营支撑服务费。2018 年公司运营支撑收入 2,796.84 万元导致快乐农夫成为公司第一大客户。2018 年公司对南京大众书网图书文化有限公司和北京爱奇艺科技有限公司及其关联方的版权收入增加，导致其进入前五大客户，和该等公司的交易具有连续性和持续性。

2019 年的前五大客户与 2018 年的前五大客户相比，无当年新增客户，今日头条（有竹居、字节跳动、天津今日头条）和腾讯（腾讯计算机、上海阅文）是当年晋升为前五大的客户，主要系当年公司发展免费阅读客户端，广告收入增加，导致今日头条和腾讯计算机的广告收入增加，此外，发行人对上海阅文的版权收入增加，致使今日头条和腾讯进入前五大客户，发行人和该等公司的交易具有连

续性和持续性。

2020 年 1-6 月的前五大客户与 2019 年相比，无当年新增客户，华为（华为终端、华为软件）和上海大犀角信息科技有限公司是当年晋升为前五大的客户。公司为华为开发部分华为阅读海外服务端模块，在 2020 年 1-6 月形成 1,680.00 万元其他业务收入，导致公司对华为的收入增加。此外，公司对上海大犀角信息科技有限公司的版权收入增加，致使其成为前五大客户，发行人和该等公司的交易具有连续性和持续性。

报告期新增前五大客户基本情况如下：

序号	客户名称	注册时间	注册地	经营范围	合作历史	订单和业务获取方式
1	北京快乐农夫科技有限公司	2011.2.11	北京	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发的产品；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件服务；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；包装装潢设计；工艺美术设计；电脑动画设计；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；文化咨询；体育咨询；公共关系服务；会议服务；企业策划；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；企业管理；企业管理咨询；健康管理（须经审批的诊疗活动除外）、健康咨询（须经审批的诊疗活动除外）；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；承办展览展示活动；影视策划；翻译服务；自然科学研究与试验发展；工程和技术研究与试验发展；农业科学研究与试验发展；医学研究与试验发展；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.4 以上的云计算数据中心除外）；零售图书、报纸、期刊、电子出版物（出版物经营许可证有效期至 2022 年 4 月 30 日）；互联网信息服务；从事互联网文化活动；经营电信业务。	2018 年 5 月至今[9]	商务沟通
2	北京有竹居网络技术有限公司	2017.8.23	北京	技术转让、技术咨询、技术服务、技术开发；计算机技术培训（不得面向全国招生）；租赁办公设备；销售计算机、软件及辅助设备、电子产品；设计、制作、代理、发布广告。	2018 年 9 月至今	商务沟通
	天津今日头条科技有限公司	2015.4.20	天津	科学研究和技术服务业；信息传输、软件和信息技术服务业；商务服务业；批发和零售业。	2018 年 9 月至今	
	字节跳动有限公司	2016.5.4	北京	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机技术培训（不得面向全国招生）；计算机系统服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；基础软件服务；应用软件服务（不含医用软件）；设计、制作、代理、发布广告；从事文化经纪业务；组织文化艺术交流活动；影视策划；电脑图文设计、制作；从事体育经纪业务；会议服务；企业策划；演出经纪；文艺表演；从事互联网文化活动；互联网信息服务。	2018 年 10 月至今	
	今日头条有限公司	2016.8.24	北京	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务、计算机技术培训（不得面向全国招生）；计算机系统服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外）；基础软件服务；应用软件服务；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；	2017 年 10 月至 2018 年 10 月	

[9] 2017 年快乐农夫为发行人的推广渠道供应商，2018 年 5 月起开展运营支撑业务。

				影视策划；电脑动画设计；会议服务；企业策划；从事文化经纪业务；从事体育经纪业务；出租办公设备；销售计算机、软件及辅助设备、电子产品；演出经纪；文艺表演；从事互联网文化活动；互联网信息服务。		
3	百度时代网络技术（北京）有限公司	2006.4.19	北京	开发、生产计算机软件；系统集成；提供技术咨询、技术服务；销售自产产品；设计、制作、发布、代理国内外各类广告；技术进出口。	2018 年 11 月至今	商务沟通
	北京百度网讯科技有限公司	2001.6.5	北京	技术服务、技术培训、技术推广；设计、开发、销售计算机软件；经济信息咨询；利用 www.baidu.com、www.hao123.com（www.hao222.net、www.hao222.com）网站发布广告；设计、制作、代理、发布广告；货物进出口、技术进出口、代理进出口；医疗软件技术开发；委托生产电子产品、玩具、照相器材；销售家用电器、机械设备、五金交电、电子产品、文化用品、照相器材、计算机、软件及辅助设备、化妆品、卫生用品、体育用品、纺织品、服装、鞋帽、日用品、家具、首饰、避孕器具、工艺品、钟表、眼镜、玩具、汽车及摩托车配件、仪器仪表、塑料制品、花、草及观赏植物、建筑材料、通讯设备；预防保健咨询；公园门票、文艺演出、体育赛事、展览会票务代理；翻译服务；通讯设备和电子产品的技术开发；计算机系统服务；因特网信息服务业务（除出版、教育、医疗保健以外的内容）；图书、电子出版物、音像制品批发、零售、网上销售；利用信息网络经营音乐娱乐产品、演出剧（节）目、动漫产品、游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）、表演、网络游戏技法展示或解说（网络文化经营许可证有效期至 2020 年 04 月 17 日）；演出经纪；人才中介服；经营电信业务。	2015 年 1 月至今	
	天津酷阅信息科技有限公司	2014.6.9	天津	互联网信息服务业务项目筹建；经纪业务项目筹建（筹建期间不得开展该项目的生产经营活动）；技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；文学创作；承办展览展示活动；版权服务；组织文化艺术交流活动；代理进出口；增值电信业务。	2015 年 3 月至今	
	北京爱奇艺科技有限公司	2007.3.27	北京	技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让；设计、制作、代理、发布广告；销售自行开发后的产品、电子产品、机械设备、家用电器、计算机、软件及辅助设备、通讯设备、文化用品、玩具；健康咨询（须经审批的诊疗活动除外）；预防保健服务（须经审批的诊疗活动除外）；机械设备租赁（不含汽车租赁）；出租摄影棚；票务代理；金融信息服务、接受金融机构委托从事金融信息技术外包、金融业务流程外包及金融知识流程外包、投资管理、资产管理、投资咨询；第二类互联网视听节目服务中的第三项：文艺、娱乐、科技、财经、体育、教育等专业类视听节目的制作（不含采访）、播出服务；第四项：网络剧（片）的制作、播出服务；第五项：电影、电视剧、动画片类视听节目的汇集、播出服务；第六项：文艺、娱乐、科技、财经、体育、教育等专业类视听节目的汇集、播出服务（信息网络传播视听节目许可证有效期至 2021 年 10 月 23 日）；预包装食品销售、不含冷藏冷冻食品（食品经营许可证有效期至 2022 年 12 月 27 日）；制作、发行动画片、专题片、电视综艺、不得制作时政新闻及同类专题、专栏等广播电视节目（广播电视节目制作经营许可证有效期至 2020 年 06 月 04 日）；图书、报纸、期刊、电子出版物、音像制品批发、零售、网上销售（出版物经营许可证有效期至 2022 年 04 月 30 日）；经营演出及经纪业务（营业性演出许可证有效期至 2019 年 06 月 10 日）；互联网信息服务不含新闻、出版、教育、医疗保健、含药品和医疗器械、电子公告服务（电信与信息服务业务经营许可证有效期至 2021 年 09 月 08 日）；利用信息网络经营音乐娱乐产品，游戏产品，演出剧（节）目、表演，动漫产品，从事网络文化产品的展览、比赛活动（网络文化经营许可证有效期至 2021 年 07 月 02 日）；第一类增值电信业务中的互联网数据中心业务、内容分发网络	2016 年 6 月至今	

				业务、互联网接入服务业务、第二类增值电信业务中的国内呼叫中心业务、信息服务业务（不含互联网信息服务）（增值电信业务经营许可证有效期至 2022 年 10 月 24 日）。		
	北京幻想纵横网络技术有限公司	2008.6.24	北京	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；设计、制作、代理、发布广告；文学创作；个人经纪代理服务；承办展览展示活动；版权转让与代理服务；版权贸易；组织文化艺术交流活动；代理进出口；互联网信息服务；出版物零售；利用信息网络经营动漫产品，游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）（网络文化经营许可证有效期至 2021 年 11 月 18 日）；广播电视节目制作；从事互联网文化活动。	2014 年 9 月至 2018 年 9 月	
4	上海阅文信息技术有限公司	2014.4.2	上海	信息技术领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务，计算机软硬件开发、销售，系统集成，网络工程，文化艺术交流活动策划，企业营销策划，公关活动组织策划，动漫设计，广告的设计、制作、代理、利用自有媒体发布，展览展示服务，会务服务，投资咨询，版权代理，电子商务（不得从事金融业务），玩具、工艺美术品（象牙及其制品除外）、文具用品、服装鞋帽、箱包配饰、化妆品、乐器、针纺织品、日用百货、机械设备、电子产品、照明电器的销售，出版物经营，电信业务。	2016 年 6 月至今	商务沟通
	深圳市腾讯计算机系统有限公司	1998.11.11	深圳	一般经营项目是：计算机软、硬件的设计、技术开发、销售（不含专营、专控、专卖商品及限制项目）；数据库及计算机网络服务；国内商业、物资供销业（不含专营、专控、专卖商品）；从事广告业务（法律、行政法规规定应进行广告经营审批等级的，另行办理审批登记后方可经营）；货物及技术进出口；票务代理。许可经营项目是：第一类增值电信业务中的国内互联网虚拟专用网业务；第二类增值电信业务中的国内多方通信服务业务，国内呼叫中心业务，信息服务业务；网络游戏出版运营；互联网新闻信息转载服务；预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）；利用信息网络经营音乐娱乐产品、游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）、艺术品、演出剧（节）目、动漫产品、表演，从事网络文化产品的展览、比赛活动；互联网视听节目服务；制作、复制、发行电视剧、动画片（制作须另申报），专题、专栏（不含时政新闻类），综艺；出版物零售。	2018 年 8 月至今	
5	南京大众书网图书文化有限公司	2006.7.26	南京	图书、报刊网上零售；第二类增值电信业务中的因特网信息服务业务（按许可证所列范围经营）；中国内地已出版的图书内容的网络（含手机网络）传播，互联网游戏出版业务；图书、读物选题策划；文化交流、咨询；信息技术咨询；文化产业投资管理；设计、制作、代理、发布国内广告；知识产权服务；利用信息网络经营游戏产品（含网络游戏虚拟货币发行）；出版物批发零售及网络发行；从事经营性互联网文化活动。	2017 年 11 月至今	商务沟通
6	华为终端有限公司	2012.11.23	东莞	开发、生产、销售：通信及电子产品、计算机、卫星电视接收天线、高频头、数字卫星电视接收机及前述产品的配套产品，并提供技术咨询和售后服务；开发、生产、销售：医疗器械（第一类、第二类、第三类医疗器械），并提供技术咨询和售后服务；增值电信业务经营；佣金代理；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）	2019 年 10 月至今	商务沟通
	华为软件技术有限公司	2005.9.7	南京	从事软件及通信相关领域产品的研发、制造、销售、服务；增值电信业务经营、出版物经营、网络文化经营（以上按许可证所列项目经营）；国内各类广告设计、制作、代理、发布；自营和代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定企业经营和禁止进出口的商品和技术除外）；建筑智能化工程设计、施工；机电设备安装；通信网络工程设计、施工、安装、维护。	2017 年 11 月至今	商务沟通
7	上海大犀角信息科技有限公司	2018.11.9	上海	从事信息技术、计算机技术、网络技术领域内的技术服务、技术开发、技术转让、技术咨询，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，文化艺术交流策划，企业形象策划，市场营销策划，图文设计制作，展览展示服务，会务服务，玩具、文具用品、服装鞋帽、箱包、化妆品、乐器、针纺织品、日用百货、电子产品、家用电器的销售，电子商务（不得从事	2018 年 11 月至今	商务沟通

				增值电信、金融业务），出版物经营，电信业务。		

2、前五大充值渠道充值情况

单位：万元

年度	渠道名称	金额	占当期充值金额比例
2020 年 1-6 月	财付通支付科技有限公司	70,121.53	83.51%
	支付宝（中国）网络技术有限公司	10,314.77	12.28%
	APPLE	1,332.78	1.59%
	GOOGLE	1,133.90	1.35%
	华为软件技术有限公司	1,005.29	1.20%
	合计	**83,908.27**	**99.93%**
2019 年	财付通支付科技有限公司	74,004.45	86.03%
	支付宝（中国）网络技术有限公司	9,303.11	10.81%
	华为软件技术有限公司	963.70	1.12%
	广州市汇聚支付电子科技有限公司	528.02	0.61%
	现在（北京）支付股份有限公司	401.72	0.47%
	合计	**85,201.00**	**99.04%**
2018 年	财付通支付科技有限公司	40,888.45	82.73%
	现在（北京）支付股份有限公司	5,099.24	10.32%
	支付宝（中国）网络技术有限公司	1,670.94	3.38%
	深圳市爱贝信息技术有限公司	843.78	1.71%
	咪咕数字传媒有限公司及其关联方	381.21	0.77%
	合计	**48,883.62**	**98.90%**
2017 年	财付通支付科技有限公司	24,500.79	81.43%
	现在（北京）支付股份有限公司	3,122.91	10.38%
	支付宝（中国）网络技术有限公司	884.22	2.94%
	咪咕数字传媒有限公司及其关联方	810.54	2.70%
	深圳市爱贝信息技术有限公司	193.31	0.64%
	合计	**29,511.77**	**98.09%**

报告期内，公司前五大充值渠道的充值金额分别为 29,511.77 万元、48,883.62 万元、85,201.00 万元和 83,758.70 万元，报告期呈现快速增长的趋势，系公司自有书库阅读业务快速发展所致。报告期内，公司自有书库阅读业务收入分别为

25,979.08 万元、43,673.32 万元、77,289.20 万元和 73,613.85 万元，与充值渠道金额充值金额变动趋势保持一致。

报告期各期前五大充值渠道与发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员不存在关联关系，不存在前五大充值渠道及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方、持有公司5%以上股份的股东未在上述客户和充值渠道中占有权益。

3、发行人客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情况

报告期内，发行人存在即是客户又是供应商、客户与竞争对手重叠的情况，主要为以下三类：一是发行人咪咕书库阅读业务客户是自有书库阅读业务内容提供商；二是发行人版权运营业务客户是自有书库阅读业务内容提供商；三是发行人版权运营业务客户是自有书库阅读业务渠道推广供应商。具体合作模式如下：

（1）发行人咪咕书库阅读业务客户是自有书库阅读业务内容提供商

发行人咪咕书库阅读业务客户主要包括咪咕数媒及咪咕数媒的其他内容提供商。发行人与咪咕数媒合作主要为发行人在点众快看阅读平台中推广咪咕数媒的数字内容，咪咕数媒根据发行人推广所产生的信息费的一定比例与发行人进行结算；发行人与咪咕数媒的其他内容提供商的合作模式主要为咪咕数媒的数字内容提供商会委托点众科技对其授权给咪咕数媒的数字内容在点众快看阅读平台中进行优先位置的推广并向点众科技支付推广服务费。

发行人自有书库阅读业务内容提供商主要是为发行人自有书库阅读业务提供数字内容的供应商，包括中文在线、掌阅科技、咪咕数媒等。内容提供商将数字内容授权给发行人，发行人在点众快看阅读平台中进行推广，根据与内容提供商的合作协议约定进行分成结算。

咪咕书库阅读业务与自有书库阅读业务系发行人数字阅读业务的主要组成部分，因其合作模式不同出现咪咕书库阅读业务客户是自有书库阅读业务内容提供商的情形，具有合理性。

（2）发行人版权运营业务客户是自有书库阅读业务内容提供商

发行人版权运营业务客户主要为其他数字阅读平台或文娱企业。发行人将从签约作者处采购的数字内容授权给其他数字阅读平台或文娱企业，其他数字阅读平台或文娱企业将授权作品产生的收益按照约定与发行人结算。

发行人版权运营业务与自有书库阅读业务系发行人主营业务中的两个类型，因合作模式不同出现版权运营业务客户是自有书库阅读业务内容提供商的情形具有合理性。

（3）发行人版权运营业务客户是自有书库阅读业务渠道推广供应商

发行人自有书库阅读业务渠道推广供应商主要包括应用商店推广服务商、信息流渠道推广平台等。报告期内，既是发行人版权运营业务客户又是自有书库阅读业务渠道推广供应商的主要是北京陌陌科技有限公司。

发行人版权运营业务与自有书库阅读业务系发行人主营业务中的两个类型，因合作模式不同出现版权运营业务客户是自有书库阅读业务渠道推广供应商的情形具有合理性。

报告期内，发行人向上述类型客户和供应商的采购和销售金额及占发行人收入和采购总额的比例如下：

单位：万元

年度	供应商		客户	
	金额	占采购总额的比例	金额	占营业收入的比例
2020 年 1-6 月	2,658.90	4.01%	549.00	0.64%
2019 年	3,725.58	5.13%	1,883.21	2.04%
2018 年	1,950.90	5.24%	2,891.18	5.71%
2017 年	2,670.75	12.98%	5,648.03	17.56%

4、发行人与快乐农夫运营支撑业务合作情况

（1）发行人选择与快乐农夫进行合作的原因

①发行人与快乐农夫有良好的合作基础

发行人 2017 年即与快乐农夫合作，快乐农夫用微信流量推广发行人的自有 H5 网站，当年发行人支付给快乐农夫的推广费为 386.72 万元，快乐农夫系当年

发行人以 CPS 分成模式进行微信推广合作的第二大推广供应商。

②同行业公司的商业案例

2017 年 9 月和 11 月平治信息分别收购郑州麦睿登网络科技有限公司[10]和杭州有书网络科技有限公司（后更名为“杭州悠书网络科技有限公司”），基于微信生态大力开展 CPS 分销业务。其中郑州麦睿登负责男频书籍为主的 CPS 分销，杭州有书负责女频书籍为主的 CPS 分销。

掌阅科技通过与北京小说云信息科技有限公司合作基于微信生态开展 CPS 分成业务。

从互联网商业逻辑上来看，如果同样的数字内容及阅读平台采取多个深度运营支撑合作伙伴，鉴于平台技术、内容、运营支撑完全一样，下游推广渠道在选择合作平台时，多家平台之间就会形成竞争关系。在竞争初期，各个平台之间比拼商务对接能力，在竞争中后期，就有可能演变成比拼分成比例的恶性竞争，导致无法形成共赢的局面。

点众科技 H5 网站运营的主要是男频书籍[11]，因此，点众科技仅选择了快乐农夫一家作为深度合作伙伴开展运营支撑业务，也符合同行业其他公司经营惯例。

此外，竞争对手书籍资源情况无法完全获取，且不同公司对书籍的推荐情况不同，同一本书在不同公司的运营下形成的收入会有较大差异。

数字内容，尤其是优质的数字内容，是数字阅读企业吸引用户的核心资源。同时，如何从海量的数字内容中筛选出优质的书籍，亦是数字阅读企业的核心竞争力。而相较于其他同行业公司，发行人具备相当的优质书籍挑选能力，同时发行人也会选择将发现的优质书籍推荐给快乐农夫使用。

因此在快乐农夫和其他平台的竞争中，优质的独家书籍可以提高快乐农夫平台产品的付费转化率，增强快乐农夫的竞争能力。

③快乐农夫具备相应的优势

[10] 根据工商信息查询 2017 年郑州麦睿登网络科技有限公司缴纳社保人数 0 人。表明此类公司在初期经营阶段无需过多的人员。

[11] 男频书籍以都市、玄幻、悬疑为主。

2018 年是数字阅读企业基于微信生态开展 CPS 分成业务快速发展的时段，当时市场竞争激烈，2018 年初日充值超过 200 万元的 H5 阅读平台已经超过了五家，点众科技在 2018 年初期 CPS 模式发展较为缓慢，完全靠自己很难快速进入第一梯队，所以想通过与能快速汇聚微信流量渠道的合作伙伴合作，迅速进入第一梯队形成竞争优势并发展壮大。经过对比考察几家合作的供应商，最终选择与快乐农夫进行试运营合作，快乐农夫具备以下优势：

1）快乐农夫自 2012 年开始从事移动互联网业务推广，通过移动互联网渠道推广中国移动互联网基地的游戏和音乐应用，分销中文在线[12]和亚马逊的电子图书等，2017 年成为点众科技微信推广渠道中采用 CPS 分成模式的第二大渠道供应商；

2）快乐农夫实际控制人李帜先生以前工作经历中有丰富的通过线下代理和线上互联网渠道进行产品分销成功经验，其曾是 12114 短信网址[13]产品的主要负责人之一，在激烈竞争环境下，通过线上线下渠道的分销模式将 12114 产品在三年内快速从 0 做到 5 亿元年销售规模；

3）快乐农夫具备流量汇聚能力，但内容引入、产品技术经验不足，与点众科技完全互补，双方发挥各自优势，有利于合作模式长期稳定；

4）快乐农夫具备与微信生态推广服务商头部企业江苏梦嘉控股集团有限公司（以下简称“江苏梦嘉”）[14]达成深度合作的能力。发行人在与快乐农夫合作之前，一直未能与江苏梦嘉等主流微信推广渠道达成深入合作，2018 年 6 月运营支撑业务开展后，截止到 8 月，快乐农夫即成为江苏梦嘉的第四大客户[15]。快乐农夫与江苏梦嘉合作的示范效果，促使更多主流微信推广渠道商和与快乐农夫达成合作。

④通过试运营取得了良好的效果

[12] 数据来源：中文在线招股说明书披露信息。
[13] 12114 是一个短信网址，由中国工业和信息化部电信研究院研发。短信网址是指通过短信快捷访问无线互联网而建立的寻址方式，它能为企业用户提供一个更加灵活的业务服务和营销接口，拥有“短信网址”、“无线网址”、“短信实名”、“EC 短信网址”和“本地短信网址”等产品。
[14] 江苏梦嘉是一家基于微信生态的推广服务公司。根据 2018 年利欧集团股份有限公司拟收购江苏梦嘉的公告，其公司整体估值作价 31.2 亿元。
[15] 根据利欧集团股份有限公司拟收购江苏梦嘉公告的《深圳证券交易所关注函回复的公告》，2018 年 1-8 月快乐农夫为江苏梦嘉贡献收入 826.80 万元，是江苏梦嘉当期第四大客户，当期第五大客户为杭州有书。即表明发行人与快乐农夫运营支撑业务发展迅速。

点众科技和快乐农夫在合作初期试运营的 3 个月内，双方发挥各自的优势，基于微信生态在 H5 网站阅读领域快速崛起，达到用户日均充值 200 万元以上，成功进入第一梯队，达到了预期目标，快乐农夫成功对接了众多国内大型微信生态推广服务商（如江苏梦嘉、量子云[16]等）。因此，发行人为了保持合作的稳定性仅选择与快乐农夫合作。

在发行人与快乐农夫合作 1 年后，成功进入了行业头部位置[17]，双方各自不断强化自身优势，实现了稳定的互相信任、互相支持的合作关系，并且也基本覆盖了主流微信推广渠道，因此在未来时间内，点众科技将继续保持与快乐农夫的深度合作关系。

综上所述，保荐机构认为，点众科技在合作初期通过试运营方式仅选择快乐农夫作为运营支撑合作伙伴，在取得良好的运营效果后进一步保持长期稳定的合作关系具有合理性。

（2）快乐农夫实际控制人拥有相关行业资源

“行业资源”是指互联网生态中分销体系的搭建和运作成功经验，以及对于微信生态各个环节的了解、人脉资源、知识背景和实践经验等。

李帜先生在此之前具有 5 年的“12114 短信网址业务”线下代理和线上互联网渠道分销运营成功经验，该业务最初市场上有多家背景实力强劲的竞争对手，12114 通过分销模式在三年内快速从 0 发展到了年销售额 5 亿元的规模，成为该领域头部企业。李帜作为公司副总经理，在分销体系的搭建和运营、分销系统的建设、营销策略的制定、代理发展和培训中起了重要作用，由此积累了宝贵的经验和资源。

同时李帜先生也有移动互联网产品和微信推广经验，对微信生态非常了解，有对接国内主流微信生态推广服务商如江苏梦嘉等的渠道优势。2017 年发行人即与快乐农夫开展微信推广合作，当时快乐农夫是作为代理商为发行人进行推广服务。但鉴于其在与发行人达成运营支撑业务合作之前，主要是进行推广业务，下游发展渠道，上游寻找变现产品，不是变现产品的运营主体，也不参与业务运

[16] 量子云为深圳量子云科技有限公司。

[17] 根据行业一般评判标准，日充值 200 万元以上的阅读平台可认定为行业头部水平，此外中介机构通过访谈腾讯广点通和今日头条投放部门人员，确认其在 2019 年属于行业头部位置。

营，不存在向最终用户提供互联网信息服务情形，因此在经营范围内未包含互联网信息服务。

快乐农夫的优势在于流量渠道的汇聚，其具有汇聚流量的能力，但没有收入变现的产品，一个具有良好回款能力的经营模式、支持大用户量并发运行的稳定系统、具有优质数字内容的平台、成熟稳定的运营经验是实现业务落地并快速发展的基础。点众科技具备上述能力，且数字阅读业务是微信流量商业变现的重要手段之一，加之 2018 年微信流量商业变现进入高速发展阶段，因此，快乐农夫与点众科技于 2018 年 6 月达成深度合作，数字阅读内容、技术平台、运营支撑均由点众科技提供，为了保持合作的稳定性，故发行人要求其只能与点众科技合作开展阅读业务。

对于微信流量生态圈，因出于对结算、系统稳定性、内容合规性等的考虑，初始合作关系的建立往往依赖于相互信任关系。发行人自 2018 年 2 月起开始与江苏梦嘉合作，但因发行人业务开展初期并不具备该等信任关系，无法取得作为流量入口的江苏梦嘉支持，一直没有取得良好效果，故选择通过具备相应资源的李帜与江苏梦嘉等流量入口进行合作。

经访谈李帜并取得其书面确认文件，李帜凭借其人脉资源以及对相关规则的理解和把握，获得与江苏梦嘉等渠道开展业务的机会；李帜、快乐农夫及其关联方均未就获取前述业务资源给予腾讯集团或江苏梦嘉等推广渠道及其工作人员正常业务往来之外的利益。快乐农夫相关业务资源获取不存在违法违规情形，不存在因违法违规获取业务资源而影响发行人运营支撑业务稳定性的情形及风险。

综上，保荐机构认为，李帜具备的行业资源与其从业经历相匹配，2018 年前其拥有行业资源但经营范围未包含互联网信息服务具有合理性，快乐农夫和李帜拥有行业资源而未开拓其他重要客户、依赖于发行人开展业务具有合理性。

（3）快乐农夫的盈利模式及其合理性

①快乐农夫的盈利模式

在此合作方式下，快乐农夫的盈利方式如下：

A、通过快乐农夫自有公众号进行推广：在此情况下，快乐农夫自身作为推广商，无需对外支付用户充值金额 90%的渠道推广成本。

B、支付公众号粉丝经济带来的收益：用户在充值时一般会自动关注快乐农夫的支付公众号，快乐农夫在业务开展过程中积累大量公众号粉丝，且此部分粉丝均为付费阅读用户，达到流量聚合的效果。此部分付费粉丝和流量具备较大的商业价值，快乐农夫后期再通过此部分粉丝和流量带来收益。

C、沉淀资金的利息收入：在与发行人合作的运营支撑业务过程中，快乐农夫账上会形成一定量的沉淀资金，这部分资金所产生的利息收益归快乐农夫所有。

综上，在与发行人的运营支撑业务合作中，快乐农夫可以从中获取相应的商业利益，符合商业逻辑。由于上述三种盈利方式对应的收入情况为快乐农夫的商业机密，故无法进行定量分析。

②快乐农夫通过粉丝进行变现的具体实例

如前所述，在与发行人的运营支撑业务合作中，快乐农夫积累了大量的微信公众号粉丝。对于这部分公众号粉丝，快乐农夫拥有多种变现方式：

A、将其公众号对接广告平台或自主对接广告主，为广告主提供广告推送服务，并获取相应的广告收入；

B、通过其运营的公众号进行付费阅读内容的推广并获取分成收入；

C、授权渠道方运营该渠道与快乐农夫合作而积累的支付公众号，如快乐农夫将在与某渠道合作中积累了一定粉丝的支付公众号，授权给该渠道运营，快乐农夫按照与该渠道合作产生全部用户充值金额的 5%左右收取授权费。

根据市场公开信息查询，对于主流的通过微信生态粉丝经济变现盈利的公司，其变现方式主要通过广告及付费阅读等。

③快乐农夫盈利模式的合理性

阅读用户对于阅读产品的忠诚度相对于游戏类用户对于游戏产品的忠诚度低。此外，由于 H5 网站阅读用户大多为泛阅读用户，即其大多是被头部书籍信

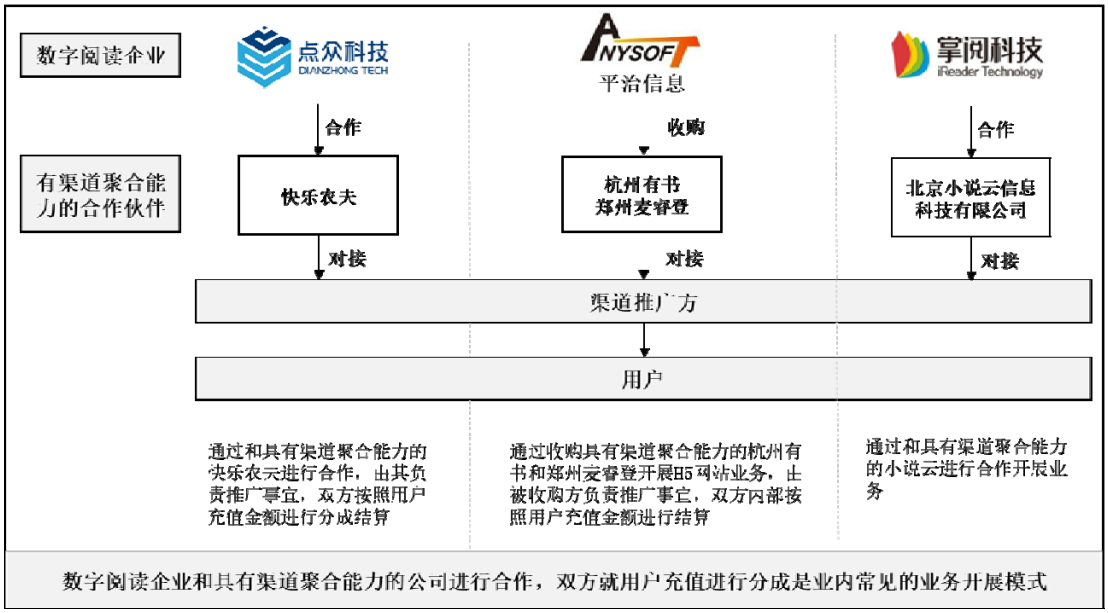
息流推广模式吸引而来，与具有阅读习惯的忠实文学读者不同，导致此类阅读用户的生命周期较重度阅读用户偏短，而且对于阅读产品的忠诚度较低。

而对于公众号而言，用户在充值消费后成为一个公众号的支付粉丝，即代表此用户是愿意在互联网消费且具有一定消费能力用户，此类公众号的粉丝变现能力相比普通公众号的粉丝强，仍具备较大的变现价值。

综上，H5 网站业务泛阅读粉丝忠诚度较低与快乐农夫的公众号粉丝属性具有一定关联性，但不违背粉丝经济的商业逻辑；快乐农夫部分公众号被关停也是运营公众号过程中现实存在的情况，与粉丝经济的变现模式并不冲突。

（4）同行业均采用类似方式拓展业务

同行业上市公司均采用这种与具有渠道聚合能力的合作方进行合作的方式拓展微信生态 H5 数字阅读业务，但在合作方式的选取上，不同公司存在一定差异，主要有两种模式：①平治信息主要通过收购合作方的方式，为收购的子公司开展数字阅读业务提供运营支撑服务；②发行人以运营支撑服务的形式和快乐农夫合作，掌阅科技的业务开展模式与发行人相同，以北京小说云信息科技有限公司提供面向微信生态的 H5 数字阅读业务。



其中，上市公司平治信息采取收购拥有较强推广能力的公司强化自身的行业竞争力。平治信息分别于 2017 年 9 月 25 日以 6,885 万元的对价收购郑州麦睿登网络科技有限公司 51%股权、2017 年 11 月 14 日以 2,040 万元的对价收购杭州有

书网络科技有限公司（后更名为“杭州悠书网络科技有限公司”）51%股权。平治信息在收购两家公司后开展 CPS 分销业务，吸引大量的自媒体和内容供应方入驻其小说代理分销平台。其 CPS 分销业务与发行人运营支撑业务实质相同，郑州麦睿登和杭州有书分别运营微阅云和有书阁，与快乐农夫的阳光书城一样，但在平治信息的年度报告中将此项业务命名为 CPS 分销业务。截至 2019 年 12 月底，加入其 CPS 模式的自媒体近 30 万家[18]。被收购公司在业务开展初期实现了收入的高速增长，根据平治信息披露信息，郑州麦睿登在 2017 年 1-6 月仅实现收入 1.97 万元，但自被收购日至当期期末即 2017 年 9 月 25 日至 2017 年 12 月 31 日实现收入 1,627.64 万元。2018 年、2019 年，郑州麦睿登为平治信息分别贡献净利润 1,130.41 万元、3,666.04 万元，杭州悠书为平治信息分别贡献净利润 5,128.60 万元、2,213.44 万元，业务自开展以来实现了飞速发展。

平治信息控制的杭州悠书、麦睿登收入确认按照扣除渠道推广成本的净额法确认。而快乐农夫收入如均还原为净额结算，且在不考虑对外支付运营支撑服务费的情况下，调整后快乐农夫的净利率与麦睿登和杭州悠书相似，发行人与快乐农夫的运营支撑业务和平治信息披露的 CPS 分销业务具有可比性。

掌阅科技采用与发行人相同的模式，与北京小说云信息科技有限公司合作开展 H5 网站阅读业务。

因此，在数字阅读行业内，通过合作开展 H5 网站业务是业内常见的商业模式，**该模式并非发行人首创的创新业务模式，符合行业特征和惯例**。

综上所述，快乐农夫与发行人的合作模式具备商业合理性，快乐农夫具有合理的变现方式，相关合作模式及变现方式符合行业特征和惯例。

（5）快乐农夫增值税款票证情况

经保荐机构及申报会计师核查，报告期内快乐农夫成本支出中涉及到的税率为 3%的增值税专用发票占比较小，同时因享受了生活性服务业的税收优惠政策，快乐农夫获取了足够真实的可抵扣进项税票，不存在缴税款项无法得到保障的情形。

[18] 数据来源：平治信息 2019 年年报。

保荐机构及申报会计师核查了发行人及其子公司、关联自然人（包括实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要财务人员及其近亲属）以及运营支撑服务主要经办人员报告期的银行流水，确认上述主体及自然人与快乐农夫及其股东、董事、监事、高级管理人员、主要业务经办人员不存在非业务资金往来；此外，在经过与快乐农夫沟通、签署保密协议并承诺信息保密及违约责任的前提下，保荐机构及申报会计师核查了快乐农夫各银行账户的银行对账单及其银行存款日记账，核查了快乐农夫与各渠道推广商的合作模式，不存在发行人利用快乐农夫处理微信公众号推广中的税务、票证、支付不合规事宜。

综上，快乐农夫能够获取足够真实的可抵扣进项税票，不存在缴税款项无法得到保障的情形；不存在发行人利用快乐农夫处理微信公众号推广中的税务、票证、支付不合规事宜。

（6）快乐农夫经营情况正常，不存在为发行承担成本、费用的情况

在经过与快乐农夫沟通、签署保密协议并承诺信息保密及违约责任的前提下，中介机构核查了快乐农夫财务账套数据、纳税申报表、银行账户对账单、快乐农夫系统后台的用户数据以及第三方收款平台的充值流水明细、主要合作推广供应商的合同及协议，并对主要人员进行访谈。因快乐农夫为发行人客户，中介机构无法按照 IPO 核查标准对其进行财务审计，而是基于其提供的上述资料进行分析性复核，其中基于第三方充值流水核对、相关用户行为分析、发行人与快乐农夫签署的合同和财务单据的查验，快乐农夫向发行人结算的收入真实、准确、完整，对于快乐农夫的渠道推广成本，经过分析性复核，认为相关成本与其收入满足配比关系。

快乐农夫的主营业务主要是新媒体流量平台的运营，即与发行人合作的运营支撑业务，除运营支撑业务之外，快乐农夫还有部分微信公众号运营等其他业务，经营不存在异常。

快乐农夫为轻资产运营模式，报告期内，其营业收入中主要是与发行人合作开展 H5 阅读运营支撑业务，此业务下点众科技负责系统平台的搭建、提供数字内容、运营支撑等，快乐农夫主要负责对接渠道推广，除推广外只需要少量的办公成本和运营成本。

如前文所述，快乐农夫的盈利模式为：①通过快乐农夫自有公众号进行推广，则无需对外支付 90%的渠道推广成本，所产生的收益全部归快乐农夫；②其他渠道推广公众号带来的用户在充值时会成为快乐农夫支付公众号的粉丝，快乐农夫会因此积累大量的充值用户和流量，快乐农夫后期再通过此部分粉丝和流量带来收益；③与发行人合作的运营支撑业务在快乐农夫账上形成沉淀资金所产生的利息收益等。快乐农夫的盈利模式符合商业逻辑，其积累的支付粉具备较大的商业价值。另外，鉴于快乐农夫业务成本中最主要的推广成本是采用分成方式进行结算，保荐机构及申报会计师通过第三方公司测试、可比公司分成比例对比等方式进行核查，经核查，快乐农夫的推广分成比例与同行业公司基本一致，价格公允，**分成比例合理、符合行业惯例，**不存在替发行人承担成本、费用的情形。

综上所述，经核查，快乐农夫的经营状况不存在异常，其财务情况、经营业绩与现金流情况正常；发行人与快乐农夫的业务开展具有商业合理性、符合行业惯例且交易价格公允；快乐农夫的经营模式符合商业逻辑，不存在快乐农夫为发行人承担成本、费用的情形。

（7）发行人与快乐农夫的信用期情况

随着运营支撑业务量的快速发展，同时基于资金回收的安全性考虑，经发行人与快乐农夫协商，2019 年底，快乐农夫与发行人的结算周期由原 1 个月调整到 15 个自然日。

发行人除自有书库数字阅读业务外，根据其他不同的具体业务可将客户类型大致分为四类：咪咕书库阅读业务客户、版权业务客户、效果广告业务客户和运营支撑服务客户（即快乐农夫），各类业务模式不同，导致信用期不同。

按照行业惯例以及合同约定，咪咕书库阅读业务的信用期为 6 个月，版权业务的信用期一般为 3-6 个月，效果广告业务的信用期一般为 1 个月，运营支撑服务客户信用期为 1 个月，因各类型业务模式和客户性质的不同，同时基于资金回收的安全性考虑，发行人给予快乐农夫的信用期要短于咪咕书库阅读业务客户和版权业务客户信用期，与效果广告业务客户信用期一致。

行业内类似快乐农夫模式业务的可比公司未披露合作约定的信用期，根据业务模式、客户性质不同以及各业务资金回流的时间不同，发行人针对不同业务性

质的客户约定的信用期有所差异。因此，发行人给予快乐农夫的信用期与效果广告业务客户信用期一致，而短于其他客户信用期具有合理性。

（8）运营支撑数据情况

①运营支撑业务用户充值与外部数据的印证

运营支撑业务用户所有充值均是通过微信支付方式进行充值，保荐机构及申报会计师获取了报告期内运营支撑业务在财付通的全部充值流水，与快乐农夫系统后台的用户充值数据进行匹配分析：

数据来源	自记录后台充值金额（万元）A	匹配的第三方支付平台充值金额（万元）B	差异比较 C=(A-B)/A
微信财付通	235,197	235,193	0.00%

报告期内，运营支撑服务自记录用户充值总金额为 23.52 亿元，全部充值均来源于微信财付通。通过核查对比系统充值明细与第三方平台充值明细，差异金额占核查期间运营支撑服务总充值金额的比例小于 0.01%，这部分差异主要原因为第三方支付平台与公司系统之间的数据传输时间差异和少量订单数据传输故障造成的差异，该差异属于正常差异。

②用户消费展期充值额的比例情况

快乐农夫数字阅读业务可分为消耗看点及 VIP 包月两种方式，消耗看点为用户充值购买看点，并通过消耗看点进行数字阅读；VIP 包月为用户付费购买一段期间的数字阅读包月服务，不存在先充值后逐步消费的情形。报告期内两类业务的充值消耗情况如下表所示（充值金额、消费金额均为含税金额）：

期间	项目	消耗看点(万元)	VIP 包月（万元）
2018 年度	充值金额	27,948.58	-
	消费金额	23,377.28	1,692.75
	充值消耗比	83.64%	-
2019 年度	充值金额	101,538.99	-
	消费金额	96,438.71	8,142.67
	充值消耗比	94.98%	-
2020 年 1-6 月	充值金额	87,205.98	-
	消费金额	83,574.82	8,668.37
	充值消耗比	95.84%	-

由上表可知，快乐农夫用户 2018 年充值消费比略低，是因为此业务自 2018 年 6 月开始，且只有半年时间，用户消费需要一定时间周期，因此充值消耗比偏低。2019 年一方面是全年运营，另一方面存在部分 2018 年充值看点在 2019 年消耗情况，此后各年形成了滚动影响，因此充值消耗比上升到 94.98%，2020 年 1-6 月的充值消费比为 95.84%，与发行人自有书库阅读业务充值消耗比接近。

③用户退款约定及退款情况、充值至消耗完毕的平均周期

A、用户退款约定及退款情况

经核查，快乐农夫与数字阅读用户没有约定明确的充值退款条款，但根据发行人自有书库阅读产品以及行业惯例的约定，用户充值成功后不得以非法理由要求退款。在实际运营过程中，存在个别用户因误操作等因素提出退款要求，但退款金额占比很低，报告期内快乐农夫阅读用户的退款情况具体如下：

期间	充值用户退款金额（万元）	总充值金额（万元）	退款金额占充值金额的比例
2018 年度	6.07	29,641.33	0.020%
2019 年度	18.39	109,681.67	0.017%
2020 年 1-6 月	44.41	95,874.35	0.050%
合计	**68.87**	**235,197.35**	**0.03%**

报告期实际退款金额占比极低，不存在大量用户退款情况。

B、充值至消耗完毕的平均周期

根据运营支撑业务报告期内用户的充值和消费数据，取每个用户核查期间内的首次充值时间 T1，核查期间内的最后一次消费时间 T2，以及核查期间内此用户累计消费金额 C；

全部用户的平均每元充值金额的消费时间=Σ(T2-T1)/ ΣC；

根据核查期间总充值金额 P 和总充值次数 N，平均每次充值金额=P/N；

充值至消耗完毕的平均周期=全部用户的平均每元充值金额的消费时间*平均每次充值金额。

根据以上计算公式，计算得出运营支撑业务用户平均每元充值金额的消费时间为 0.70 天，平均每次充值金额为 37.09 元，则充值至消耗完毕的平均周期为

25.96 天。

（9）2018 年度发行人与快乐农夫开展业务的合法合规性

①2018 年度发行人与快乐农夫开展业务时，快乐农夫存在超出核准登记的经营范围从事经营活动的情形

2018 年度发行人与快乐农夫开展运营支撑业务时，快乐农夫的经营范围为“零售图书、报纸、期刊、电子出版物（出版物经营许可证有效期至 2022 年 4 月 30 日）；技术推广服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；经济贸易咨询；市场调查；会议及展览服务；设计、制作、代理、发布广告。”当时快乐农夫的经营范围不包含互联网信息服务相关的业务，存在超出核准登记的经营范围从事经营活动的情形。

根据快乐农夫的说明，并根据保荐机构、发行人律师在国家企业信用信息公示系统、信用中国及北京市通信管理局网站查询，快乐农夫未因超出核准登记的经营范围从事经营活动受到主管部门处罚。

快乐农夫已于 2019 年 1 月变更经营范围，增加“互联网信息服务；从事互联网文化活动；经营电信业务”等事项，并于此后取得北京市通信管理局核发的《增值电信业务经营许可证》。截至本招股说明书签署日，快乐农夫不存在超出核准登记的经营范围从事经营活动的情形。

快乐农夫阅读业务所有数字内容来源于点众科技，经核查，2018 年发行人与快乐农夫开展运营支撑业务时，发行人已取得与其开展业务相关的资质证书；其作品版权均已取得版权方的合法授权，且作品经发行人内容审核流程审核，不存在内容违规的情况。

根据北京市文化市场行政执法总队出具的查询告知书，发行人与快乐农夫自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日，均没有因违反文化、新闻出版方面行政管理相关法律法规受到行政处罚的记录。

综上所述，2018 年度发行人开展相关合作业务，符合法律法规及规范性文件的规定；快乐农夫存在超出核准登记的经营范围从事经营活动的情形，但快乐农夫已完成整改、未因此受到主管部门处罚，不构成本次发行的实质障碍。

②发行人不存在因前述情形被主管部门处罚的风险

经核查，快乐农夫超出核准登记的经营范围从事经营活动，不符合《中华人民共和国企业法人登记管理条例》等相关规定，但鉴于快乐农夫已完成整改，消除违法情形，未因此受到行政处罚；且发行人作为其业务合作方，在经核准的业务范围内与快乐农夫开展合作，其作品版权来源及内容均合法合规，不存在因前述情形被主管部门处罚的风险。

综上所述，保荐机构及发行人律师认为，2018 年度与快乐农夫开展业务，发行人不存在违反法律法规及规范性文件的规定的情形，快乐农夫 2018 年存在超出核准登记的经营范围从事经营活动的情形，但发行人不存在因此受到处罚的风险。

（10）发行人与快乐农夫合作的数字作品内容不涉及低俗或色情

根据快乐农夫系统后台导出的数据，运营支撑产品中的作品均为发行人自有阅读平台上线传播的作品，经核查，该等作品内容合法合规，符合行业监管政策，不涉及低俗或色情，具体如下：

①发行人已根据法律、法规及规范性文件的要求，建立了确保数字内容合规性的保障措施，相关内控制度健全并有效执行

经核查，发行人已按照《出版管理条例》、《互联网信息服务管理办法》、《互联网文化管理暂行规定》等法律、法规及规范性文件的要求，制定了《点众科技内容审核流程及标准》、《敏感词词库更新维护制度》、《不良信息举报制度》、《应急管理制度》等内容安全管理制度。根据发行人提供的前述制度，并经访谈发行人的总编辑，发行人通过编辑队伍建设、版权引入机制、内容审核制度等保障措施，确保数字内容合规性。

根据发行人出具的说明，并经访谈发行人总编辑、主编、责任编辑、助理编辑和审核专员，发行人通过其自主研发的内容审核系统，执行内容三审责任制度，实现内容审核在线完成，全流程系统记录可追溯。经保荐机构及发行人律师查阅发行人的内容审核系统，并跟踪内容审核的全部流程，抽查各环节历史审核记录，确认发行人全部在线作品均已通过质检，已通过质检合格的内容符合监管要求。

此外，保荐机构及发行人律师分别选取了存在涉敏内容的文本和不存在涉敏内容的文本通过内容审核系统进行审核，经核查，发行人的审核流程能够有效识别出敏感内容并做出处置。

保荐机构及发行人律师认为，发行人已建立确保数字内容合规性的保障措施，相关内控制度健全并有效执行。

②发行人提供的数字内容合法合规、符合行业主管部门的监管政策，不存在低俗或色情内容

经核查，发行人阅读服务平台提供的数字内容处于北京市新闻出版管理局的日常监管下。根据北京市新闻出版管理局、北京市文化执法大队出具的证明，发行人出具的说明，并经保荐机构及发行人律师走访中共北京市委宣传部、北京市新闻出版管理局，访谈发行人的主要编辑，发行人报告期内所提供的数字内容符合有关法律、法规及规范性文件的规定，符合行业主管部门的监管政策，发行人及其子公司未因内容违法、违规，或不符合行业监管政策而受过行政处罚。快乐农夫也未因内容违法、违规受过行政处罚。

保荐机构及发行人律师认为，发行人运营支撑服务传播的数字作品均为发行人自有数字阅读平台上线的数字作品，相关作品内容一致；发行人已建立确保数字内容合规性的保障措施，相关内控制度健全并有效执行；发行人的数字阅读服务平台处于行业主管部门的日常监管下，报告期内，发行人及快乐农夫未因数字内容违法、违规，或不符合行业监管政策而受到过行政处罚。综上，发行人与快乐农夫合作内容合法合规、符合行业主管部门的监管政策，不存在低俗或色情内容。

（11）快乐农夫作为发行人深度合作伙伴开展业务是否合规

经核查，发行人通过与在微信公众号推广领域具有相应资源的推广方快乐农夫进行运营支撑深度合作。其中运营支撑业务合作平台的开发、技术支撑均由发行人负责；此外，发行人在取得版权方合法授权后，将其已出版的数字作品内容，通过快乐农夫所聚合微信推广渠道的公众号推送给微信用户，微信用户通过在快乐农夫的阳光书城充值并消费的方式阅读数字内容。快乐农夫作为发行人深度合作伙伴开展业务的合规性情况如下：

①合作初期快乐农夫超出核准经营范围经营的情况已得到有效整改

经核查，快乐农夫与发行人的深度合作伙伴关系建立初期，快乐农夫存在超出核准登记的经营范围从事经营活动的情形，快乐农夫未因此受到行政处罚，且已完成整改，截至本招股说明书签署日，不存在超出核准经营范围经营的情况。

②快乐农夫以自身名义向用户提供数字阅读服务的合规情况

运营支撑服务模式下，快乐农夫以自身名义向用户提供阅读服务并向用户收取费用，根据相关法律法规的规定，其需要取得增值电信业务经营许可证及网络出版服务许可证等业务资质。

A、快乐农夫已取得《增值电信业务经营许可证》（经营许可证编号：京B2-20191793），证载业务种类及覆盖范围为“信息服务业务（仅限互联网信息服务）含文化，不含信息搜索查询服务、信息社区服务、信息即时交互服务和信息保护和加工处理服务。[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动]”

B、快乐农夫目前未取得网络出版服务许可证

a、快乐农夫已获北京市文化市场行政执法总队出具查询告知书，确认快乐农夫自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日，没有因违反文化、新闻出版方面行政管理相关法律法规受到行政处罚的记录。

b、截至本招股书签署日，快乐农夫未因其未持有网络出版服务许可资质而受到过行政处罚；其所有数字内容来源于点众科技，点众科技具有网络出版服务许可资质，且点众科技与快乐农夫的合作系单向排他的合作，快乐农夫不能传播除点众科技书库之外的数字产品；如将来快乐农夫因未持有网络出版服务许可资质而受到行业监管部门的处罚，被要求关停或采取其他整改措施，导致其与点众科技的运营支撑协议的履行出现中断或终止，则点众科技将启用其自身在 H5 业务发展过程中培育的力量可以在较快时间内自行开展 H5 的运营，快乐农夫与点众科技中断合作不会对点众科技的生产经营造成重大影响。

c、2020 年 9 月 20 日，快乐农夫出具说明，说明其“根据与点众科技的单向排他合作约定，快乐农夫保证不向用户提供点众科技书库之外的数字产品，如

有违反，快乐农夫将依法赔偿点众科技因此而受到的全部损失。”

d、2020 年 9 月 22 日，北京市新闻出版局出具书面《证明》，确认发行人与快乐农夫的上述合作模式，并证明截至《证明》出具日，快乐农夫未因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件等受到北京市新闻出版局处罚。

综上，快乐农夫未因违反《出版管理条例》《网络出版服务管理规定》等法律法规、规范性文件等受到北京市新闻出版局处罚；即便未来快乐农夫因其未持有网络出版服务资质受到处罚而导致其与点众科技的合作中断或终止，点众科技因其在 H5 领域积累培育的力量可以在较快时间内自行开展 H5 的运营，不会对其生产经营造成重大影响，不构成发行人本次发行的实质障碍。

③发行人与快乐农夫开展业务合作过程中提供的版权均为自有版权或已获得版权方的授权，不存在版权侵权行为

根据快乐农夫系统后台导出的数据，运营支撑产品中的作品均为发行人自有阅读平台上线传播的作品，根据发行人与作者或版权供应商签订的版权合作协议，发行人在运营支撑服务中传播该等作品，均已取得合法授权。

④发行人与快乐农夫开展业务合作所涉作品内容合法合规

经核查，发行人已建立确保数字内容合规性的保障措施，相关内控制度健全并有效执行；发行人的数字阅读服务平台处于行业主管部门的日常监管下，报告期内，发行人未因数字内容违法、违规，或不符合行业监管政策而受到过行政处罚。保荐机构及发行人律师认为，发行人与快乐农夫开展业务合作所涉作品内容合法合规、符合行业主管部门的监管政策，不存在低俗或色情内容。

⑤发行人已取得行业主管部门出具的合规证明

2020 年 3 月 24 日发行人取得北京市新闻出版局的书面批复意见：发行人自成立以来，在日常监管工作中，北京市新闻出版局未发现发行人存在超“业务范围”从事网络出版服务，或其他违反《出版管理条例》《网络出版管理规定》等相关法律法规、规范性文件规定的行为，亦未对发行人进行过行政处罚。

根据北京市文化市场行政执法总队向发行人出具的查询告知书，发行人自

2017 年 1 月 1 日起至 2020 年 6 月 30 日，不存在因违反文化、新闻出版方面行政管理相关法律法规而受到处罚的情形。

⑥快乐农夫已取得行业主管部门出具的合规证明

根据北京市文化市场行政执法总队向快乐农夫出具的查询告知书，快乐农夫自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日没有因违反文化、新闻出版方面行政管理相关法律法规受到处罚的记录。

综上，保荐机构及发行人律师认为，快乐农夫作为发行人深度合作伙伴开展业务不存在重大违法违规情形，发行人与快乐农夫开展深度合作业务不存在违反法律法规或规范性文件规定的情形。

（12）快乐农夫与中国移动的业务关系情况

快乐农夫曾与中国移动及其子公司存在业务合作关系，但此业务与发行人及发行人开展咪咕书库阅读业务无关。

（13）发行人选择向快乐农夫支付更高推广成本的商业合理性

①直接推广渠道不同

发行人的自主推广主要通过腾讯广点通、今日头条、应用商店等渠道以 CPC、CPD 方式进行推广，一方面从发行人层面来看，这些推广方式最终的推广效果要由发行人自己负责，所以要精细化运营，提升推广效率；另外一方面，今日头条、广点通等渠道对接众多推广商，而投放中能产生现金流的游戏、小说等产品只占其中一部分，而且对于这些平台也不会将收费后移到应用产生收益的时候，因此他们更多的是提供 CPC 方式进行推广。今日头条、广点通等大平台具有一定的公信力，以其后台系统统计出来的点击量大家都认可。

而对于微信公众号等小平台，其若按照点击量结算，他们的统计数据公信力较弱。所以对于公众号这种渠道，大家都选择 CPS 模式。此外，目前市场上微信渠道大多都是 1:9 分成，快乐农夫若降低分成比例，则较难在市场上找到合作的微信端推广渠道。

②推广的产品不同

发行人直接在广点通、今日头条等信息流渠道投放的主要是客户端产品，2019 年随着信息流推广渠道的飞速发展，客户端、微信 H5 最终均将流量获取对准了信息流渠道，因此在一定意义上来说，数字阅读企业不同产品方式的最终投放渠道均集中在了广点通和今日头条等信息流渠道。发行人自己通过信息流主要推广客户端产品，因为客户端产品形态更稳定、更独立（不依赖于微信生态），因此发行人集中力量大力发展客户端产品，在信息流渠道进行推广。

对于微信生态的 H5 产品，发行人选择与快乐农夫合作，首先是业务历史发展过程所形成的合作模式，目前还在合作合同期限之内；其次，发行人目前集中力量发展自己的客户端产品，而对于 H5 产品发行人与快乐农夫合作按照用户充值的 10%收取运营支撑服务费符合自己的商业收益的效率；第三，H5 产品是基于微信生态，因此大量投入资源发展 H5 产品对于发行人来说具有一定的风险。所以发行人主要通过信息流发展自己的客户端产品，而对于 H5 通过合作方式开展。

综上，发行人选择向快乐农夫支付更高推广成本是具备商业合理性的。

（14）运营支撑服务用户的每日充值次数和金额、平均月活用户数量情况

①2019 年相关指标较 2018 年变动情况

2019 年与 2018 年相比，运营支撑服务用户的每日充值次数和金额有所上升，平均月活跃用户数有所下降，主要是由于 H5 阅读行业终端获取用户方式的变化所致，具体如下：

2018 年微信 H5 推广方式发生了较大的变化，发行人自运营的 H5 业务月活跃用户数 2018 年-2019 年也出现同样的波动情况，主要因为 2018 年，H5 推广的下游渠道主要采取微信公众号引流及微信群或朋友圈分享推广的方式，用户可在未关注公众号的情况下点击 H5 书城阅读页，导致未关注公众号的用户也可以进行小说内容的阅读，加之 H5 用户唯一标识的 OpenID 无法去重，2018 年度每月活跃用户较高。但是由于该种模式引流的用户数量较大，但忠诚度及粘性较低，导致出现用户规模快速增长、月活跃用户较多，但按天计算的充值次数与充值金额不高。

2019 年 H5 推广的下游渠道发展用户的方式变更，从之前的微信公众号引流以及微信群和朋友圈分享的推广方式逐渐转向为通过在今日头条和广点通等信息流渠道进行推广，在不同平台及推广方式带来的用户质量发生了变化，通过信息流渠道获取的微信用户质量远高于从微信公众号引流及微信群和朋友圈分享获取的用户质量。在信息流的推广模式下，用户可以在信息流中阅读公司小说的部分章节，后续需要继续阅读则必须搜索关注公众号，保证了用户的转化情况，该部分用户付费意愿高，因此相比于 2018 年出现月活跃用户下降，但按天计算的充值次数与充值金额上升的情况。

2018 年发行人 H5 业务以及运营支撑业务月活跃用户数均成大幅上升的趋势。对于快乐农夫阳光书城的具体各个渠道供应商对应带来活跃用户变化的情况，因为无法获取其各个渠道供应商名单，因此无法进行匹配。

中介机构通过公开渠道查询了微信的相关政策，微信在 2018 年后期对前述用户可在未关注公众号的情况下点击分享的链接式推广方式进行了限制；而随着抖音快手等短视频应用的崛起，通过这些应用进行信息流投放逐渐成为行业的重要推广方式之一。根据中介机构对腾讯和今日头条的访谈，均确认快乐农夫的阳光书城 2019 年投放规模位居市场前列。

通过前述分析，中介机构认为，快乐农夫由于其下游渠道发展用户的方式变化以及获取的用户质量有所提升导致其 2019 年较之 2018 年充值次数与充值金额上升、但月活跃用户数量下降，符合行业发展规律及数字阅读用户的行为逻辑。

②2020 年 1-6 月相关指标较 2019 年变动情况

2020 年 1-6 月运营支撑服务的月活跃用户数与用户的每日充值次数和每日充值金额整体具有匹配性，2020 年 1-2 月，因为疫情影响以及春节的影响，月活跃用户数与用户的每日充值次数和每日充值金额较 2019 年均有所上升，而后随着复工复产，整体有所下降。

另外，为保证运营支撑业务的真实性，保荐机构及其聘请的 IT 审计机构对快乐农夫的用户进行了多角度的全面分析，确认相关其整体用户行为合理、收入真实。

综上所述，上述变化情况符合行业发展的规律及数字阅读用户的行为逻辑，对发行人收入真实性、准确性没有影响，运营支撑业务用户及相关收入真实。

（15）在发行人与快乐农夫相关渠道商重叠的情况下，发行人认定快乐农夫具有渠道资源优势的依据及合理性

快乐农夫的阳光书城全部为 H5 数字阅读业务，而发行人自 2016 年开始运营 H5 数字阅读业务到 2018 年 6 月开始与快乐农夫合作运营支撑阳光书城，随后发行人逐渐缩小自己的 H5 数字阅读业务。发行人与快乐农夫合作的原因之一就是发行人经过一段时间的业务开展，发现微信生态中短时间内较难获取部分主流渠道的大量流量资源，比如江苏梦嘉，而快乐农夫具有相应优势，因此与其达成合作，导致部分主流渠道在发行人及快乐农夫形成重叠，但但快乐农夫凭借其渠道拓展优势获取大部分的流量；另外对于部分流量渠道，会主动同时对接发行人和快乐农夫，对双方的运营效果及分成情况进行对比，来判断合作效果，也符合商业逻辑。以江苏梦嘉为例，发行人 2018 年 2 月即与之建立合作关系，但在发行人发展其自有 H5 业务的期间，双方一直未将合作规模扩大。且除江苏梦嘉外，发行人与快乐农夫重叠的推广供应商，均非快乐农夫的主要供应商。

综上可知，供应商存在重叠与“快乐农夫的具体推广渠道是其核心资源”的表述不存在矛盾，快乐农夫具备对接优质推广渠道并扩大合作规模的能力。

另外，重叠的推广供应商与发行人、快乐农夫的结算比例一致。发行人与快乐农夫均是以用户充值金额按照一定比例与推广商结算，发行人的结算比例不低于快乐农夫的结算比例，间接说明了发行人不存在利用与快乐农夫重叠的供应商体外支付成本的情况。

根据快乐农夫账套等资料进行的匡算，2018 年至 2020 年上半年其向渠道推广方的综合结算分成比例均略低于 90%，进一步说明了其不存在为发行人体外支付成本的可能。

综上所述，快乐农夫的具体推广渠道是其核心资源，发行人与之合作开展运营支撑业务具备商业合理性，发行人不存在通过快乐农夫代垫成本费用的情况，发行人渠道成本完整；快乐农夫成本与收入符合配比关系，不存在为发行

人代垫成本、输送利益的情况。

经核查，前述重叠供应商的相关合同中，存在部分供应商与发行人及快乐农夫签订的合同存在合同期限、分成比例重叠的情况。其中部分合同期限重叠主要是由于相关渠道供应商统一要求重新签订合同或更换业务主体，而分成比例一致主要是由于渠道推广商基本保持一致的对外分成比例。另外考虑到相关合同多为各家供应商统一的制式合同，存在其他常规合同条款一致的情况亦符合行业惯例。相关合同均为单独签署，并非三方共同签署。

综合前述分析及实质重于形式原则，发行人与快乐农夫及其关联方不存在关联关系，发行人与快乐农夫及其关联方之间发生的业务往来均为正常的商业往来，不存在相关主体向发行人进行利益输送的情况。

（16）快乐农夫员工陈碧琴的具体情况，快乐农夫与发行人是否存在关联关系

根据陈碧琴填写的基本情况调查表及其社保缴纳记录，陈碧琴，女，出生于1984年9月，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2012年6月毕业于解放军信息工程大学信息技术应用管理专业，2012年11月至2013年2月，在北京天舟通信有限公司任商务经理，2013年3月至2015年6月，在北京商机无限信息技术有限公司任商务经理，2015年7月至2016年4月在北京神马兄弟商贸有限公司任商务经理，2016年5月至2017年5月，在北京嘿耀石科技有限公司任商务总监，2017年6月至2017年12月，在北京哎吻互娱科技有限公司渠道总监，2018年1月至2018年2月待业；2018年3月至2018年5月，在发行人处任商务经理，主要协助发展分销业务，不负责与快乐农夫接洽。2018年6月至2019年7月待业，2019年8月至今，在快乐农夫任商务总监，主要负责快乐农夫的商务及运营工作，是分销业务的负责人。

经访谈陈碧琴，陈碧琴入职快乐农夫前曾在北京哎吻互娱科技有限公司担任渠道总监并操盘该公司小说H5站分销业务的发展，能够胜任分销业务负责人的工作，陈碧琴并非快乐农夫的经营负责人，快乐农夫经营负责人为李帜；2017年末因其孩子年幼无人照料，陈碧琴自北京哎吻互娱科技有限公司离职；2018年3月发行人为发展分销业务，招聘具备相关经验的人员，陈碧琴到发行人处

应聘，并以孩子年幼为由与发行人协商每周仅工作一天，发行人认可其在北京哎呦互娱科技有限公司的经历，接受其条件并聘为公司商务经理；2018 年 5 月，因工作时间有限业务没有起色，孩子与工作难以兼顾，陈碧琴自发行人处离职回家。

2019 年 8 月，陈碧琴家庭问题解决后重新找工作，因其 2017 年参加行业新媒体的会议时曾与快乐农夫的实际控制人李帜有接触，且看到快乐农夫业务发展较好，且李帜认可陈碧琴操盘北京哎呦互娱科技有限公司小说 H5 站分销业务时体现出的工作能力，亦有意聘请陈碧琴负责快乐农夫的商务及运营工作，因此，陈碧琴入职快乐农夫，并实际负责快乐农夫的分销业务，其相关工作经历能够胜任该工作。

陈碧琴到快乐农夫工作系其自主选择的结果，陈碧琴不是发行人派驻快乐农夫的人员；其曾在发行人处任职三个月，目前为快乐农夫的商务总监，陈碧琴与发行人及其关联方不存在关联关系，除任职外，陈碧琴与快乐农夫及其关联方不存在其他关联关系。

经核查，快乐农夫的整体经营管理由其实际控制人李帜负责，陈碧琴作为快乐农夫的商务总监，主要负责快乐农夫的商务及运营工作，是分销业务的负责人。陈碧琴曾于 2018 年 3 月至 2018 年 5 月期间在发行人处短暂任职，因当时陈碧琴需要照顾孩子，工作时间有限业务没有起色，后自发行人处离职，与发行人不存在关联关系等其他关系。陈碧琴到快乐农夫工作系其自主选择的结果，陈碧琴不是发行人派驻快乐农夫的人员。此外发行人与快乐农夫之间的交易定价公允，不存在利益倾斜，亦不存在实质重于形式的关联关系。

综上，发行人与快乐农夫及其关联方不存在关联关系或其他利益关系。

（17）运营支撑服务被要求关停对发行人持续经营能力、业务稳定性和经营合规性的影响

报告期内，发行人与快乐农夫合作的运营支撑业务占发行人主营业务比例的情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
运营支撑业务收入	9,044.60	10,347.31	2,796.84
主营业务收入	84,106.09	92,333.81	50,619.18
运营支撑业务占比	10.75%	11.21%	5.53%
运营支撑业务净利润	2,976.79	3,355.04	1,133.54
发行人净利润	13,459.22	11,924.95	8,149.83
运营支撑业务净利润占比	23.74%	24.91%	10.50%

由上表可知，除 2018 年下半年发行人开始开展运营支撑业务后 2019 年占比有较大提升外，随着发行人自有数字阅读业务的快速发展，运营支撑业务的占比略有下降。2019 年及 2020 年上半年，运营支撑业务占发行人主营业务收入的 10%左右、净利润的 20%左右，占比较低。即便剔除掉相关业务收入，发行人 2020 年上半年即达到 2019 年全年收入的 81.29%，净利润的 87.90%。同时发行人根据当前的经营情况，预计剔除运营支撑业务后发行人 2020 年及 2021 年的经营情况如下：

单位：亿元

项目	2021 年	2020 年
营业收入（剔除运营支撑）	21.93	16.04
营业收入增速	36.72%	73.72%
发行人净利润（剔除运营支撑）	2.92	2.24
净利润增速	30.36%	87.84%

注 1：上述预估数据中，2020 年业务数据是发行人根据截至 2020 年 10 月 31 日的经营情况进行的合理预估；2021 年业务数据是在国内自有书库业务 30%左右的增长，海外数字阅读业务及增值业务加速增长的基础上的合理预估。表中数据为发行人的合理估计，并非盈利预测。

注 2：2020 年的营业收入及净利润增速，是上表中估计的 2020 年度财务数据（剔除运营支撑），相对于 2019 年经审计的财务数据（包含运营支撑业务）计算所得。

由此可见，即便发行人与快乐农夫的合作发生中断或终止，发行人依然可以保持稳定的增长。且随着发行人业务规模的扩大以及市场对发行人在数字阅读领域的认可，发行人可以在较快时间内自行承接部分快乐农夫的 H5 业务。

另外发行人具备开展数字阅读业务的相关资质，与快乐农夫合作的运营支撑业务关停对发行人的经营合规性不构成影响。

综上所述，如与快乐农夫合作的运营支撑业务被要求关停，对发行人持续经营能力、业务稳定性不构成重大影响，对发行人的经营合规性不构成影响，不构成发行人本次发行的实质障碍。

（18）快乐农夫导出的渠道用户流水中存在发行人用户流水的原因、快乐农夫与发行人相关产品或用户充值资金是否存在混用、发行人与快乐农夫是否存在相互充值或自充值情况

①快乐农夫导出的渠道用户流水中存在发行人用户流水的原因

发行人2018年6月曾短暂使用快乐农夫的支付公众号进行代收款，2018年底随着阳光书城业务的扩大，快乐农夫自己支付号也不够用，就介绍了另外几家公司给点众科技短期合作代收款业务，并签署了代收款协议。2019年7月后发行人不再使用代收渠道收款。

由于上述相关公司一直与快乐农夫合作并为之提供代收款服务。在发行人历次审计过程中，中介机构为了核查相关流水的真实性和准确性，要求快乐农夫及相关代收款公司将所有发行人相关以及运营支撑业务相关的第三方流水导出，并汇总到快乐农夫处，导致快乐农夫具有了发行人对应第三方代收款的此部分流水。对于此种情况，中介机构认为属于合理情况，符合商业逻辑。

②快乐农夫与发行人相关产品或用户充值资金是否存在混用

发行人的产品为快看小说、快看阅读H5、西瓜免费小说等，快乐农夫的产品为阳光书城H5网站，发行人与快乐农夫的产品均为独立系统，不存在数据交叉、用户打通的情况，也不存在用户充值资金混用的情况。发行人借用第三方代收款公司的支付号也为发行人独立使用，不存在与快乐农夫混用的情况。

保荐机构对双方收入相关的财付通账号中的资金是否均分别转入了各自的银行收款账户进行了检查，不存在银行收款账户中的资金流入与财付通或者支付宝账号中的资金流出不匹配的情形。快乐农夫与发行人的用户充值资金不存在混用的情形。

③发行人与快乐农夫是否存在相互充值或自充值情况

经过常规审计核查、财务核查、全方位的IT审计核查、用户行为分析、相关银行流水核查、第三方充值流水核查、主要客户和供应商核查、督导组检查，保荐机构、发行人会计师认为发行人自有业务及运营支撑业务用户真实、不存在自充值情况，同样也不存在互相充值情况。

（19）快乐农夫导出发行人充值流水的合理性、相关代收方的具体服务内容和收费情况、该代收方是否为发行人和快乐农夫提供资金混用或相互充值渠道、发行人与快乐农夫业务和资金关系及其合理性

①发行人主要第三方资金代收的具体情况

报告期内，发行人主要第三方资金代收具体情况如下：

单位：万元

期间	第三方代收款公司	代收充值金额	手续费
2019 年度	北京大智博通文化传媒有限公司	391.74	7.83
	北京新太博通科技有限公司	724.87	14.48
	北京凡科经纬科技有限公司	437.42	8.75
	北京掌上经纬科技有限公司	191.02	3.82
	合计	1,745.05	34.88
2018 年度	北京快乐农夫科技有限公司	206.49	2.07
	北京凡科经纬科技有限公司	349.51	3.49
	合计	556.00	5.56

第三方资金代收公司基本情况以及与发行人和快乐农夫的关系情况如下：

序号	公司名称	成立时间	股东	与发行人的关联关系
1	北京大智博通文化传媒有限公司	2014 年 7 月 7 日	孙昊天	无
2	北京新太博通科技有限公司	2019 年 2 月 25 日	北京大智博通文化传媒有限公司、孙昊天	无
3	北京凡科经纬科技有限公司	2018 年 9 月 12 日	张宇	无
4	北京掌上经纬科技有限公司	2018 年 9 月 20 日	焦东华	无
5	北京快乐农夫科技有限公司	2011 年 2 月 11 日	李帜	无

②H5 业务使用第三方代收款的原因

报告期内，公司个别月份存在临时利用第三方代收充值渠道款的情形，主要原因系：

A、公司可申请注册的公众号数量不断减少

微信自 2018 年 2 月开始减少企业类主体申请注册的公众号数量，每个企业类主体可申请注册的公众号数量上限从 50 个减少到 5 个，然后减少到 2 个。

B、随着业务规模的扩大，需要的公众号数量不断增加

公众号分订阅号（每天可群发一条消息）和服务号（一个自然月只能群发四条消息），作为业务入口的公众号可以是订阅号或服务号，作为申请接入微信支付商户号的公众号必须是服务号，微信支付商户号与申请接入的服务号是一一对应的绑定关系，用户使用微信支付付款完成，微信会引导用户关注商户号绑定的服务号。

鉴于订阅号可以每天群发一条消息，针对新用户，发行人用订阅号作为业务入口，而老用户用服务号作为业务入口。用作接入微信支付的服务号原则上不运营，需要运营时，用其他已经接入微信支付的服务号将其替换，然后运营替换下来的服务号。替换下来的服务号运营一段时间，当后续充值金额每月不足 1 万元时，便停止运营，去替换已经具有一定用户规模具备运营条件的其他服务号用于微信支付收款，如此循环使用。

C、精细化运营的需要

数字阅读用户对内容品类的偏好是多样且变化的，受限于微信对于公众号推送频次的限制，精细化策略无法较好的展开。因此发行人根据用户的内容偏好，引导用户关注不同的公众号，使用不同的公众号对用户进行个性化的内容推送。发行人通过上述精细化运营策略，提升了公司的收益。随着业务规模的扩大及精细化运营策略的不断升级，需要的公众号数量不断增加。

第三方代收的款项均已及时收回，未发生坏账风险，且发行人 2019 年 7 月已经全部终止了借用第三方支付号的情况。经核查，发行人用于临时收款的第三方代收公众号没有承载业务，同时也未作为用户阅读入口，仅供支付使用。

以上业务模式符合公司实际运营情况，同时符合微信生态里的数字阅读业务的行业惯例。

③代收方对资金管控和区分的具体安排及相关代收方的具体服务内容和收费情况

代收方对代收款账户单独进行管理，代收款账户仅用来收取代收的数字阅读充值资金，不与其自身其他业务的收款混用，同时代收款账户密码归代收方管理。代收方通过自有的微信公众号提供财付通充值的代收款服务并收取代收

款渠道使用费，代收方定期与发行人或快乐农夫进行结算，发行人或快乐农夫按照代收款流水总额的1%-2%支付代收款渠道费。

④快乐农夫导出发行人充值流水的合理性

具体情况参见 “第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（二）主要客户情况”之“4、发行人与快乐农夫运营支撑业务合作情况”之“（18）”。

⑤代收方是否为发行人和快乐农夫提供资金混用或相互充值渠道

报告期内，虽然存在代收方既为发行人又为快乐农夫代收款的情形，但是代收方均分别开设账户（支付号）进行单独收款管理，不存在为发行人和快乐农夫提供资金混用或相互充值渠道的情形。

⑥发行人与快乐农夫业务和资金关系及其合理性

2017 年快乐农夫为发行人渠道推广供应商，发行人向快乐农夫支付渠道推广费；2018 年之后发行人与快乐农夫合作运营支撑业务之间除快乐农夫按照用户充值的10%向发行人支付运营支撑服务费外不存在其他资金关系。发行人报告期借用快乐农夫及其他第三方收款主体支付公众号收款与渠道推广业务及运营支撑业务无关，且具有商业合理性，自 2019 年 7 月之后发行人终止了通过第三方代收款情况。

（20）中介机构对快乐农夫核查程序及相关影响

因快乐农夫系发行人的客户，中介机构无法完全按照 IPO 标准对其进行财务审计，在签署保密协议的情况下，中介机构基于获取的财务账套数据、纳税申报表、银行账户对账单、快乐农夫系统后台的用户数据以及第三方收款平台的充值流水明细、主要合作推广供应商的合同及协议和访谈情况进行分析性复核。核查过程均处于快乐农夫视频监控之下，所使用的电子设备均由快乐农夫提供，且无法连接网络，所有资料传递均在快乐农夫人员监督下进行，因渠道供应商名单为其核心商业机密，最终形成底稿并带离现场的文件均进行脱敏处理，隐去对手方信息。

对于发行人运营支撑业务收入，保荐机构及 IT 审计团队获取了快乐农夫提

供的全部业务系统数据以及快乐农夫提供的第三方充值流水。为了验证第三方充值流水的真实有效性，保荐机构及审计机构对快乐农夫提供的第三方充值流水根据账户维度进行了抽验，2018-2020 年上半年抽检比例分别为 80.83%、93.59%及 90.80%，验证了第三方充值流水的准确性。在保证第三方充值流水的真实性基础上，保荐机构及 IT 审计团队根据快乐农夫提供的阳光书城业务系统数据中的充值明细按照订单号与第三方充值流水进行匹配，2018 年-2020 年上半年充值金额匹配成功率分别为 99.9864%、99.9947%和 99.9993%，确保业务系统数据中的充值明细均为真实的充值流水，快乐农夫与发行人按期根据业务系统中的充值数据进行结算，保荐机构核查了相关结算后台、结算单、银行收款记录，确认发行人运营支撑收入的真实性。

对于快乐农夫的成本核查，由于渠道供应商名单为其核心商业机密，保荐机构除在快乐农夫现场核查了主要供应商的合同外，通过第三方公司与行业中具备同类业务的公司签约的方式核查了同业其他公司的分成比例，确认快乐农夫与供应商的分成比例价格公允。另外保荐机构根据快乐农夫账套等资料进行的匡算，其 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月其向渠道推广方的综合结算分成比例略低于 90%，间接证明了其不存在为发行人体外支付成本的情况。

基于上述分析和复核，保荐机构认为快乐农夫提供的报表和纳税申报表与其财务账套和银行流水具有匹配性，快乐农夫具有一定的盈利空间，且实际发生的渠道推广成本与其收入满足配比关系；快乐农夫的盈利模式具有商业合理性，且根据快乐农夫提供的账务情况及银行流水，其还存在其他粉丝运营收入，侧面印证了其粉丝经济的盈利能力；快乐农夫不存在为发行人代垫成本、输送利益的情况，发行人运营支撑业务收入真实。

综上所述，中介机构对快乐农夫的核查程序存在核查受限的情形，但中介机构均采取了补充和替代核查措施，核查证据充分，相关核查程序受限未对核查结论造成实质影响，核查过程及获取的核查证据可以有效支撑相关核查结论。

四、采购情况和主要供应商

（一）主要采购情况

报告期内，公司采购的主要内容为推广采购、版权采购等，具体情况如下：

单位：万元

采购内容	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
渠道推广采购	55,684.87	83.75%	60,683.12	83.51%	30,073.62	80.83%	16,244.69	78.93%
版权采购	9,607.25	14.45%	10,411.89	14.33%	6,012.91	16.16%	3,729.60	18.12%
IT 资源服务	835.84	1.26%	994.55	1.37%	693.57	1.86%	326.51	1.59%
房租水电	233.42	0.35%	453.94	0.62%	359.75	0.97%	249.38	1.21%
咨询、服务	126.49	0.19%	120.15	0.17%	68.20	0.18%	31.73	0.15%
合计	**66,487.88**	**100.00%**	**72,663.66**	**100.00%**	**37,208.06**	**100.00%**	**20,581.90**	**100.00%**

报告期内，公司采购金额分别为 20,581.90 万元、37,208.06 万元、72,663.66 万元和 66,487.88 万元，2017 年至 2019 年呈逐年增长趋势，系公司业务快速发展所致。公司采购中以渠道推广采购为主，报告期内，渠道推广采购占总采购的比例分别为 78.93%、80.83%、83.51%和 83.75%。

1、渠道推广采购情况

（1）渠道推广的整体采购情况

渠道推广采购分为按分成模式计费的推广采购（即按照用户充值金额分成结算推广费）和按非分成模式计费的推广采购（即按照用户点击、下载、激活等结算推广费）。报告期内，公司渠道推广采购金额占采购总额的比例基本保持稳定。主要如下：

单位：万元

渠道推广采购	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
按非分成模式计费	918.67	1.65%	54,914.09	90.49%	17,333.64	57.64%	12,827.09	78.96%
按分成模式计费	54,766.20	98.35%	5,769.03	9.51%	12,739.98	42.36%	3,417.60	21.04%
合计	**55,684.87**	**100.00%**	**60,683.12**	**100.00%**	**30,073.62**	**100.00%**	**16,244.69**	**100.00%**

报告期内，公司渠道推广采购金额分别为16,244.69万元、30,073.62万元和60,683.12万元，呈逐年上涨趋势。2019年发行人减少了对其自有H5产品的推广，并将渠道推广的重心放在其客户端产品上，而自有H5产品的推广主要是以分成模式计费、客户端产品的推广主要是以非分成模式计费，进而导致发行人渠道推广采购分成模式计费比例大幅度降低。

（2）渠道推广的前十大推广商与非前十大推广商推广效果分析

①2019年前十大推广及非前十大推广供应商的推广情况分析

2019年，发行人通过前十大推广商进行推广的获客成本，大于当年非前十大推广商获客成本，主要是由于前十大推广供应商与非前十大推广商的推广方式结构不同。

年度	项目	推广方式	占比
2019年	前十大推广供应商	信息流	75.98%
		微信推广	0.15%
		应用商店及其他	23.87%
	非前十大推广供应商	信息流	57.73%
		微信推广	24.44%
		应用商店及其他	17.83%

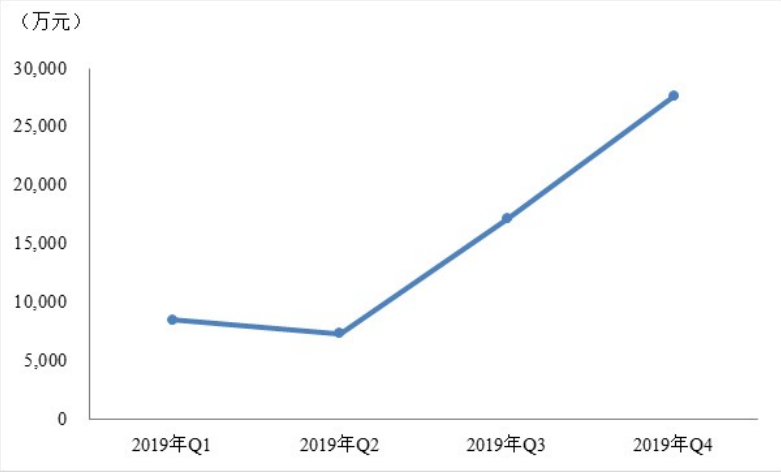
随着移动互联网的发展，用户流量越来越集中在信息流渠道，尤其是集中在今日头条、抖音、快手、广点通等信息流渠道，故2019年发行人客户端推广以信息流渠道为主，应用商店渠道为辅；H5网站仍然以微信渠道推广。信息流渠道获客单价高于应用商店渠道，微信渠道获客单价最低。由上表可知，2019年发行人通过前十大推广商主要采用信息流方式进行推广，信息流推广的获客单价较高；而非前十大推广供应商中通过信息流推广的比重相对较低，另外微信推广的比例相对较高，而微信推广获客单价相对较低，进而导致推广获客单价要低于前十大推广商。

由于同行业上市公司均未披露其主要推广商与非头部推广商的推广效果的比较情况，无法与之进行比较分析。但是发行人在2019年未将低获客成本推广商作为主要推广渠道，主要系发行人通过内容发展用户的战略更合适用信息流的推广方式，能够快速规模化获取精准用户，该方式获取的用户与发行人数字阅读

产品契合度较高，加之作为新兴的主流推广方式，信息流推广带来付费用户质量更好、用户精准度更高、后续转化率也更好，符合商业逻辑及行业规律。

综上所述，发行人 2019 年前十大推广商的获客单价高于非前十大推广供应商，主要是由于推广方式结构不同所致，发行人在 2019 年通过内容发展用户的战略加大了信息流推广的规模，而信息流获取的用户与数字阅读产品契合度高、用户质量及后续转化更好，故而发行人选择了获客单价较高的相关信息流渠道作为主要推广渠道，符合商业逻辑及行业规律。

随着公司业务的快速发展，发行人在 2019 年第三季度、第四季度加大了推广力度，且主要是通过前十大推广商进行大规模投放。发行人 2019 年各季度渠道推广成本情况如下所示：



从推广投放到形成相应的新增用户，再转化为付费用户，再持续充值需要一定周期，因此下半年尤其是第四季度扩大推广规模带来的新增充值用户及充值金额并未完全在当年体现。故而会出现 2019 年发行人通过前十大推广商获得的合计新增充值金额低于向前十大推广商支付的推广费金额的情形。

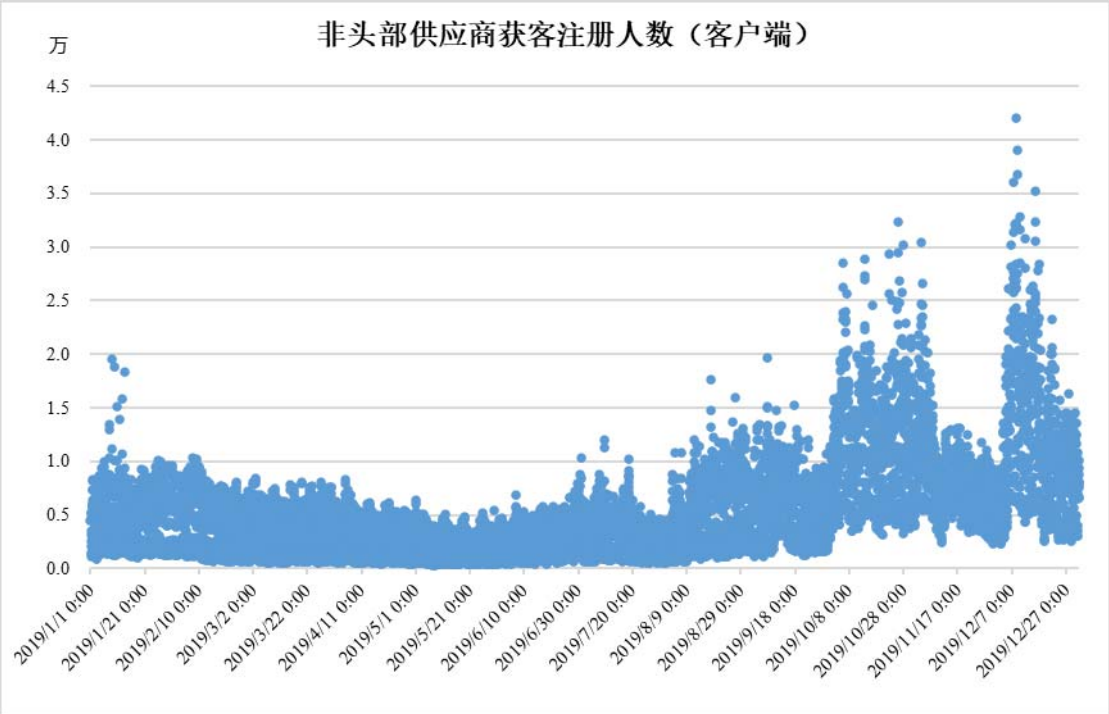
2020 年上半年，发行人整体收入规模进一步上涨，系 2019 年下半年持续扩大推广规模所致。

保荐机构及聘请的 IT 审计团队获取 2019 年公司非头部推广供应商（非前十大供应商）获客数据，对非头部推广商获客是否存在批量注册、注册地域和时间集中、注册时间与合理作息时间差异大的情形进行了核查，不存在批量注册、注册地域或时间集中、注册时间与作息时间差异大的情形：

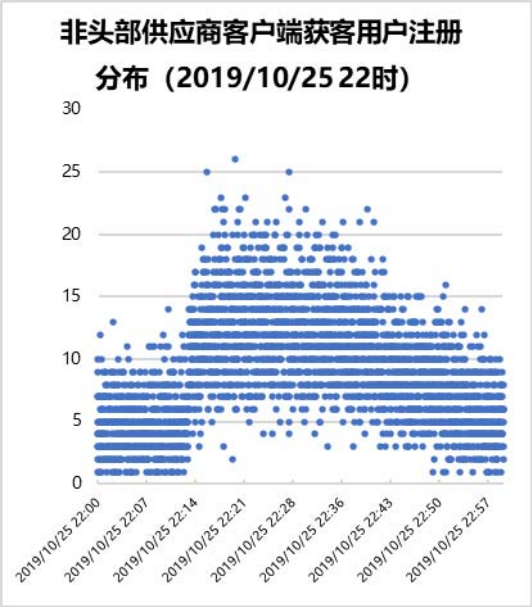
A、公司自有产品非头部供应商获客的注册时间分布

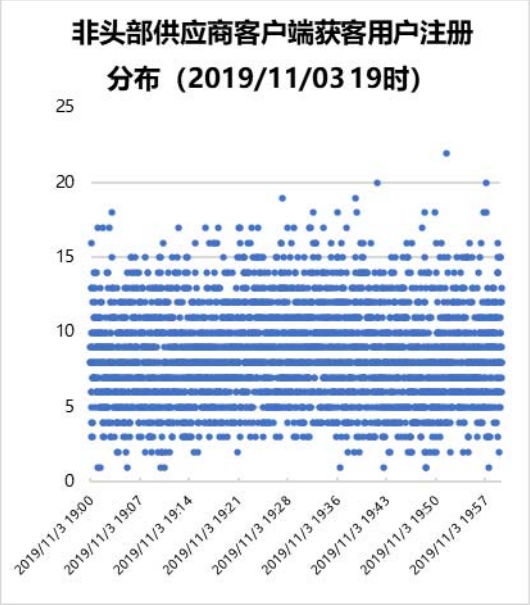
保荐机构及 IT 审计团队分别针对发行人客户端产品和自有 H5 网站进行注册人数的时间分布核查。

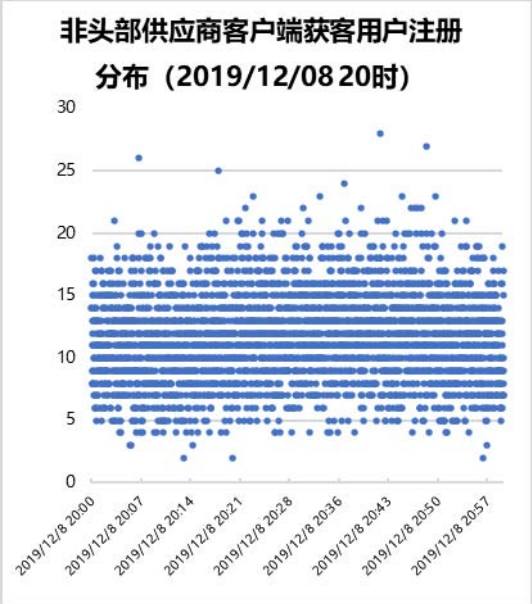
（A）客户端产品

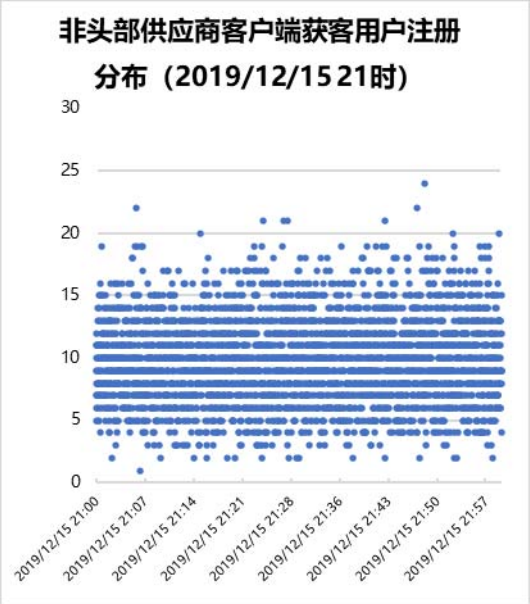


通过对 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日发行人客户端产品非头部供应商获客的注册时间分布进行分析可知，整体层面来看，非头部供应商客户端获客的每小时注册用户数在 0-4 万人/小时区间波动。下半年推广加大，新增注册用户数与发行人推广行为相符。保荐机构及 IT 审计团队对图中高点（即小时内注册人数达到峰值）进行进一步核查，2019 年 10 月 25 日 22 时、2019 年 11 月 3 日 19 时、2019 年 12 月 08 日 20 时、2019 年 12 月 15 日 21 时的每秒注册人数如下所示：



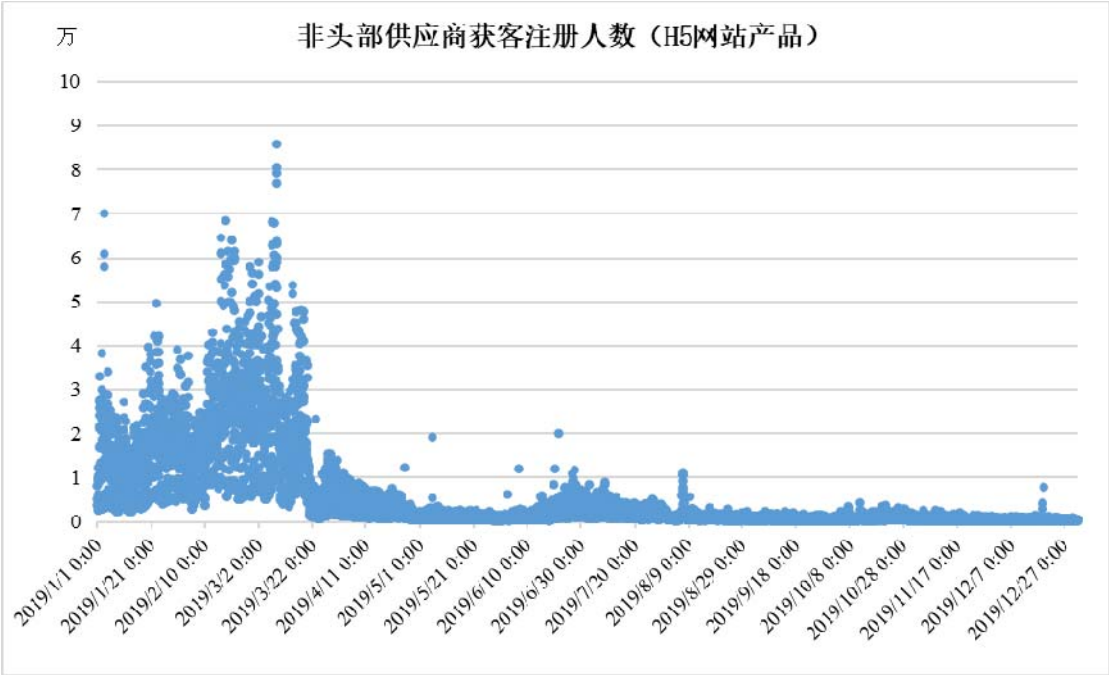




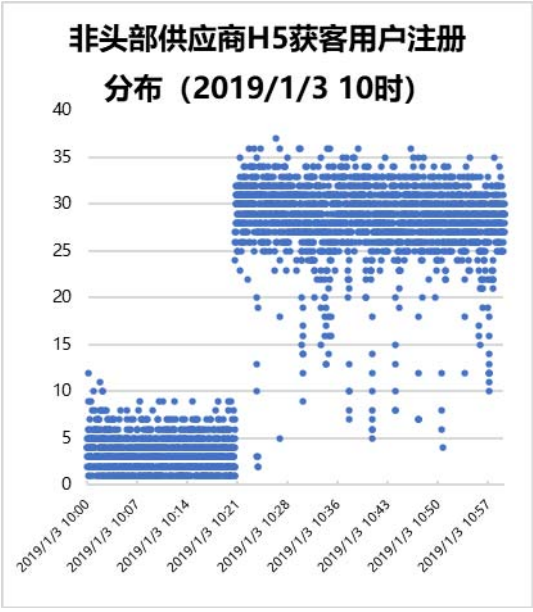


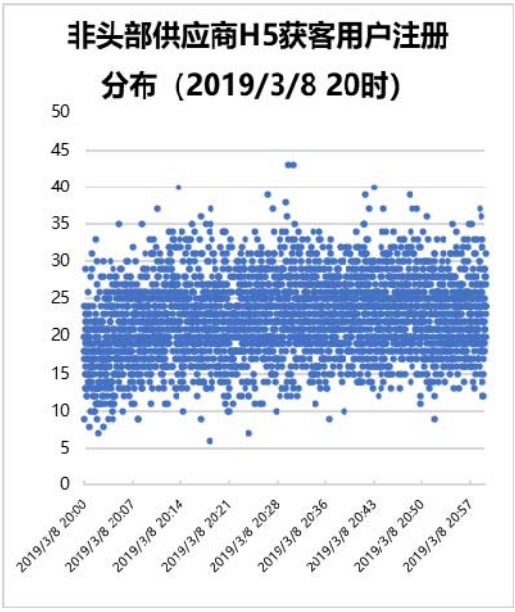
核查上述注册人数较高的小时内每秒非头部供应商客户端获客的注册人数，不存在注册人数高于 30 人次/秒的情况发生。上述小时内客户端产品通过非头部供应商获客的注册人数较高，主要与推广投放相关，2019 年 10-12 月份公司对于客户端产品的投放规模较大，2019 年 10 月 25 日 22：10 左右 OPPO 渠道推广导致新增注册用户上升。

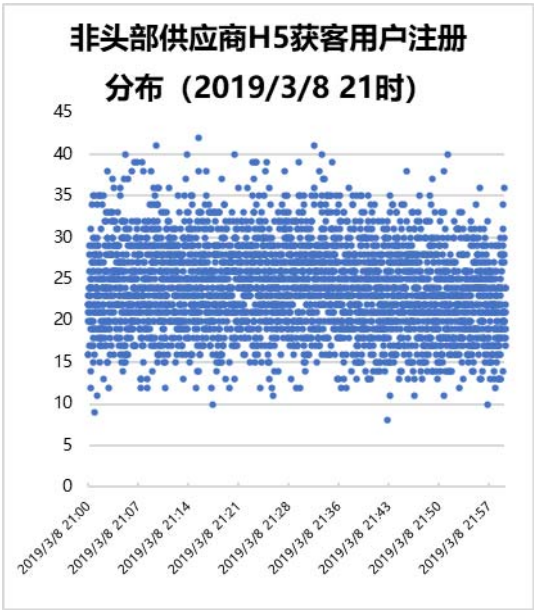
（B）自有 H5 网站产品

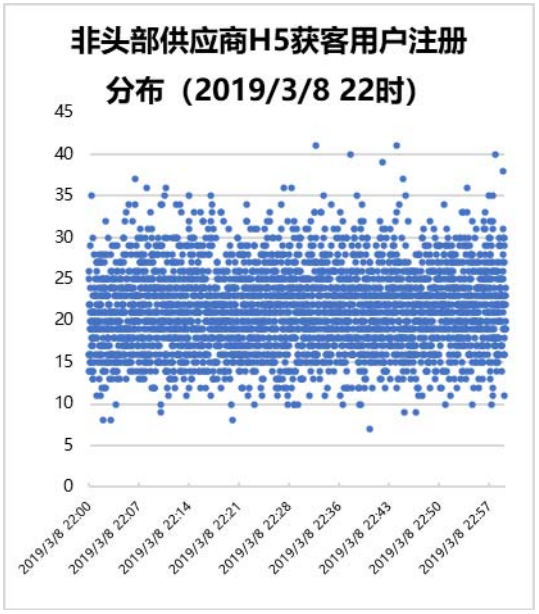


通过对 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日公司自有产品非头部供应商 H5 网站产品获客的注册时间分布进行分析可知，整体层面来看，非头部供应商 H5 获客的每小时注册用户数主要在 0-4 万人/小时区间波动。2019 年 3 月，发行人进行了推广策略的战略调整，全力发展自有客户端产品，进一步降低 H5 产品的投放力度，投放减少导致用户新增数相应下降。保荐机构及 IT 审计团队对图中高点（即小时内注册人数达到峰值）进行进一步核查，其中 2019 年 1 月 3 日 10 时、2019 年 3 月 8 日 20 时、2019 年 3 月 8 日 21 时、2019 年 3 月 8 日 22 时的每秒注册人数如下所示：





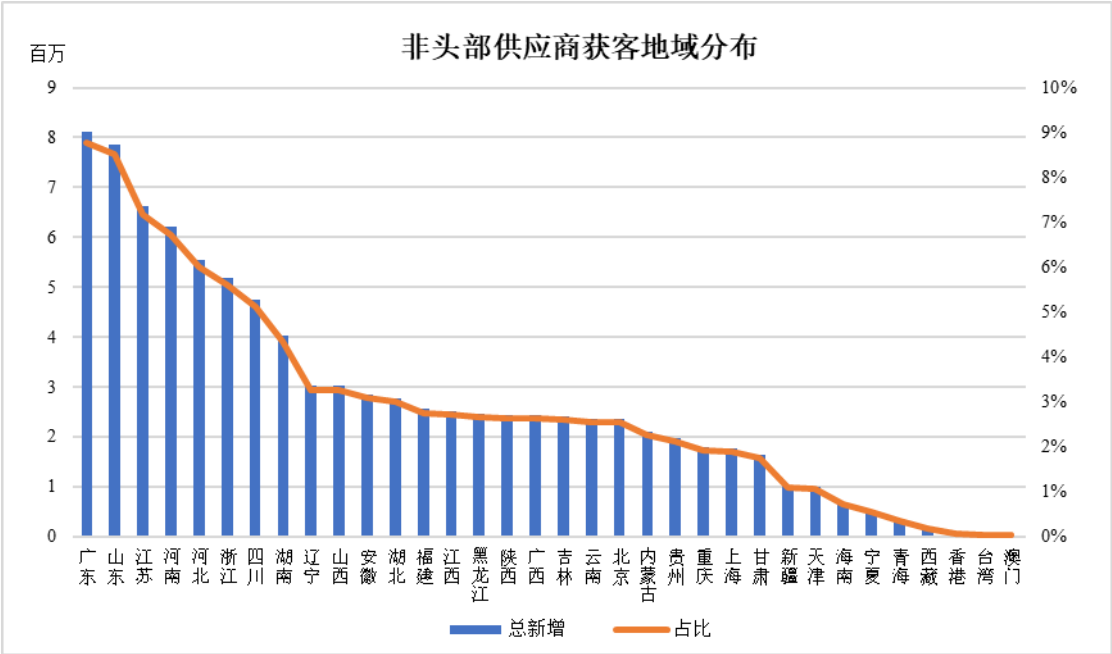




通过核查上述注册人数较高的小时内每秒非头部供应商 H5 获客的注册人数，不存在注册人数高于 50 人次/秒的明显异常情况发生。上述小时内非头部供应商 H5 获客的注册人数较高主要是微信推广供应商的投放时间习惯相关，上午 8-10 点和下午 19-22 点为微信公众号发送推文的高峰期，由此带来较多用户注册，如 2019 年 1 月 3 日 10 时 20 分左右，相关微信公众号通过发布公众号文章方式进行推广导致该时段新增用户有明显上涨。因为自有 H5 网站使用 openID 作为用户标识，因此数量较客户端略高，不存在异常。

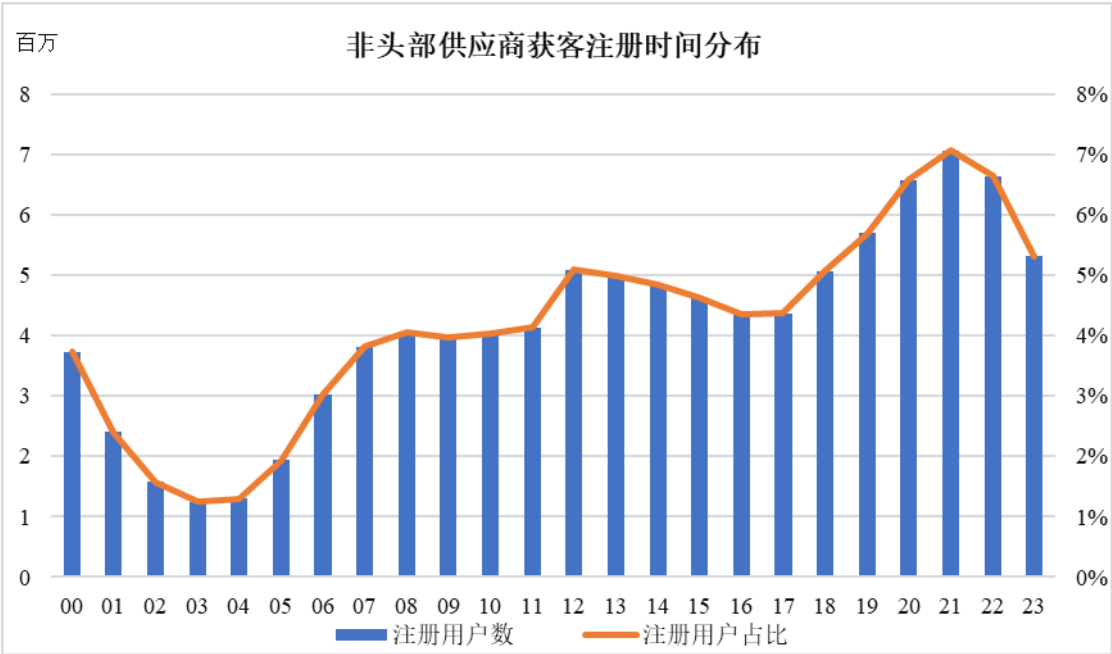
综合以上分析，发行人通过非头部供应商获客的注册时间分布符合商业逻辑及行业规律，不存在批量注册的情况。

B、公司非头部推广供应商获客的注册地域分布



通过对 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日公司非头部推广供应商获客的注册地域分布进行分析可知，非头部推广供应商的获客地域分布与整体注册用户的地域分布基本一致，不存在异常。

C、公司非头部推广供应商获客的注册时间 24 小时分布



通过对 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日公司非头部推广供应商获客的注册时间 24 小时分布进行分析可知，注册时间主要集中分布在中午 11 点至 14 点、晚上 20 点至 22 点期间。在 23 点后注册用户数开始逐渐下降并在凌晨 3 点

达到最低点。用户注册时点分布趋势符合用户的日常使用行为习惯，不存在异常。

此外，保荐机构及发行人会计师核查了 2019 年主要非头部推广商的新增用户情况、投放后台、结算单、结算单价，认为发行人推广成本核算准确、完整。

综上所述，2019 年发行人推广供应商推广成本及获客单价符合商业逻辑，非头部推广商不存在批量注册、注册地域或时间集中、注册时间与作息时间差异大的情形，发行人推广成本的核算准确、完整。

2020 年上半年，发行人通过前十大推广供应商进行推广的新增用户获客单价略高于非前十大推广供应商，而新增付费用户的获客单价略低于非前十大推广供应商。这主要是由于前十大与非前十大的推广供应商的推广方式不同，具体情况如下：

年度	项目	推广方式	占比
2020 年 1-6 月	前十大推广供应商	信息流	**91.85%**
		应用商店	**2.20%**
		其他	**5.95%**
	非前十大推广供应商	信息流	**78.17%**
		应用商店	**20.30%**
		其他	**1.53%**

发行人通过前十大推广商主要采用信息流方式进行推广，非前十大推广供应商中通过信息流推广的比重相对略低，而信息流推广的获客单价较高，但整体用户付费转化率更好，故而导致前十大推广供应商的新增用户获客单价略高于非前十大推广供应商、新增付费用户的获客单价略低于非前十大推广供应商。

②2017、2018 年前十大推广及非前十大推广供应商的推广情况分析

新增用户在通过渠道推广商使用发行人产品时，会被标记上相应的渠道编码（渠道 ID）。虽然在发行人早期业务发展时，存在同一产品的渠道 ID 在不同时间段对应不同渠道推广商的情况，但是根据结算系统或结算单中记录的供应商结算明细，按照时间维度匹配相应的渠道 ID，可以精准的匹配某一年度不同期间的供应商与渠道 ID 对应关系，即可以对各渠道推广商付费用户进行追溯。

2018 年底发行人建立了供应商渠道管理后台，相关管理人员通过该管理后台登记渠道 ID 分配信息及对应供应商信息，进一步确保了对应关系的准确性以及相关付费用户情况的可追溯性。

A、2017 年推广商的平均获客成本分析

2017 年前十大推广商的平均获客单价高于非前十大的获客单价，主要是由于前十大推广供应商与非前十大推广商的推广方式以及推广产品的结构不同。2017 年发行人开始大力发展自有 H5 网站业务，并通过微信端对其自有 H5 网站产品进行推广。其中发行人前十大推广供应商主要是推广发行人自有 H5 网站产品的微信推广供应商，当期发行人非前十大推广供应商主要是推广发行人客户端产品（含咪咕书库产品）。具体情况如下：

年度	项目	微信推广	其他
2017 年	前十大推广供应商推广占比	79.15%	20.85%
	非前十大推广供应商推广占比	42.55%	57.46%
	新增用户获客单价（元）	4.08	1.08
	付费用户获客单价（元）	51.43	15.37

2017 年微信端商业推广的模式是用户进入公众号阅读小说开始章节，之后有继续阅读意愿的用户通过点击“阅读原文”进入 H5 网站，此时才会被标记为一个新增用户，此种模式的新增用户数量偏少但质量高，且当时计算新增用户是以 unionID[19]，因此推广单价较之客户端产品要高。而且当年发行人客户端产品中，咪咕书库产品依然占有一定比例，咪咕数媒按照用户付费的 20%-30%与发行人进行结算，而发行人与相应的 CPS 结算推广商合作时，以自身获取的结算金额为基础进行分成，这也导致发行人当年客户端产品（包含咪咕书库版本）的获客单价相对较低。由于咪咕书库用户通过消耗话费来付费阅读，单笔付费金额低且无需预充值，推广带来的新增付费用户数量较多，导致新增付费用户获客单价低。而咪咕书库产品主要是通过非前十大推广商进行推广，这也使得非前十大推广商的客户端产品推广单价低于前十大推广商。另外，2017 年各大应用市场还能获取较多的用户量，单价偏低。因此，前十大与非前十大推广产品的结构不同，导致了当年前十大推广商的平均获客单价高于非前十大的获客单价。

[19] 关于发行人 H5 网站产品的用户统计口径参见问题二回复之（一）2、（1）

B、2018 年推广商的平均获客成本分析

2018 年前十大推广商的平均获客单价略高于非前十大的获客单价，总体来看不存在显著差异，差异原因主要是由于推广规模的扩大会使投放推广的边际成本上升，前十大推广供应商带来更多的流量，因此平均单价略高。

移动互联网领域的推广采购与传统生产制造企业原材料采购不同，传统生产制造企业随着采购量的增大，买方话语权越高，则可能获取更低的采购单价；但移动互联网企业在市场上买量，更类似于股票市场的逻辑，想要买到更多的量就需要出更高的价格，如同在股市中想要买入更多股票就会推高股价一样。因此随着采购规模的扩大，会导致平均采购单价上升。

③推广渠道的结算方式分析

A、CPS 结算方式与 CPC 结算方式对比

2017 年，微信推广单价高（微信推广全部为 H5 网站推广），发行人前十大推广商 CPC 结算模式均为微信推广，而 CPS 结算模式中微信推广占比 43.24%，客户端产品推广占比 56.76%，客户端推广单价低于微信推广，导致当年 CPS 方式结算渠道的新增用户获客单价低于当期 CPC 方式结算的渠道。

2017 年微信推广单价高于客户端产品的原因是由于 2017 年微信端商业推广的模式是用户进入公众号阅读小说开始章节，之后有继续阅读意愿的用户通过点击“阅读原文”进入 H5 网站，此时才会被标记为一个新增用户。此种模式的新增用户数量偏少但质量高，且当时计算新增用户是以 unionID，因此推广单价较之客户端产品要高。

2018 年发行人 CPS 方式结算渠道的新增用户获客单价低于 CPC 方式结算的渠道，且明显低于其他各年的获客单价。这主要是因为发行人 2018 年通过微信推广的平均获客成本较低所致。2018 年前十大推广商以 CPS 结算的推广中，微信推广 7,822.10 万元，占比 99.98%；前十大推广商 CPC 结算中，微信推广 2,253.74 万元，占比 60.91%，低于客户端产品的推广平均单价。

这一方面是由于 2018 年 3 月之后发行人增加了直接访问 H5 网站的推广方式。在推广过程中，用户只要点击链接进入 H5 网站就被认为是新增用户或者活

跃用户，由于用户直接点击链接可以访问 H5 网站，故而用户数量迅速增长。另外一方面是由于微信用户标识获取策略变动。2017 年发行人 H5 网站阅读业务使用微信的 unionID 作为用户标识，2017 年底，微信调整了 unionID[20]获取策略，由可直接获取 unionID 更改为需用户主动授权或关注公众号后才可获取 unionID，此策略极大降低了 H5 网站用户的体验和付费转化。因此，发行人于 2018 年 3 月对自有 H5 网站业务系统进行了升级改造，调整为使用 openID[21]标识用户。由于同一用户从不同的微信公众号进入 H5 网站会生成不同的 openID，系统会识别为不同用户，无法去重。故而 2018 年 3 月之后 H5 网站用户数量大幅度增加，进而导致 2018 年微信推广渠道的获客单价下降。

2019 年及 2020 年上半年发行人前十大推广商中，CPS 方式结算渠道的新增用户获客单价高于 CPC 方式结算的渠道，主要是由于在这两个期间内前十大中以 CPS 方式结算的仅为北京硕才广告有限公司及其关联方，其推广是发行人客户端产品，加之发行人与之分成结算的比例较高，且老用户的充值亦要与之结算，故而计算出的新增用户获客单价较高。另外，也远高于 2018 年以微信推广渠道为主的 CPS 新增用户获客单价。

B、CPA 结算方式分析

CPA 是以 A（激活）作为结算依据。一个用户下载并打开使用了发行人的 APP 产品，即视为一个 A（激活）。报告期内，发行人采用 CPA 结算方式合作的推广供应商较少，具体情况如下：

时间	CPA 结算的推广金额（万元）	占比
2020 年 1-6 月	211.09	0.38%
2019 年	542.29	0.89%
2018 年	1,139.60	3.79%
2017 年	956.15	5.89%

随着用户和流量越来越集中在信息流渠道，发行人逐步降低了 CPA 结算方式的推广，2020 年上半年进一步降低到 0.38%。对于 CPA 结算的推广商，发行

[20] 微信用 unionID 来区分用户的唯一性，同一个微信开放平台帐号下的移动应用、网站应用和公众帐号，用户的 unionID 是唯一的。
[21] 加密后的微信号，每个用户对每个公众号的 openID 是唯一的。对于不同公众号，同一用户的 openID 不同。

人会先与之合作进行测试性投放，然后根据测试性投放结算的投放效果，通过商业谈判的方式与对方约定固定的结算单价。经核查，发行人 CPA 结算方式的结算单价在各期内无显著差异，符合行业整体获客成本逐年上升的趋势，且整体价格公允。

C、推广商与终端渠道的结算情况

报告期内，发行人前五大推广商与终端渠道的情况如下：

时间	公司	与终端渠道的情况说明
2020 年 1-6 月	北京云锐国际文化传媒有限公司	有结算后台
	北京积沙科技有限公司	有结算后台
	深圳市千玺信息科技有限公司	有结算后台
	北京细分映画文化传媒有限公司及其关联方	有结算后台
	北京掌上经纬科技有限公司及其关联方	有结算后台；少量采用 CPC 微信推广快应用，结算单价公允
2019 年	上海金钊文化传播有限公司	有结算后台
	北京云锐国际文化传媒有限公司及其关联方	有结算后台
	北京硕才广告有限公司	有结算后台；部分合作采用 CPS 结算
	北京轩辕广告有限公司	有结算后台
	天津亿玛科技有限公司	有结算后台
2018 年	徐州雨阁网络科技有限公司	自身即为终端渠道；采用 CPS 结算
	深圳辉煌明天科技有限公司	有结算后台
	天津忆云共享经济信息咨询有限公司	有结算后台
	紫博蓝网络科技（北京）股份有限公司	有结算后台
	深圳栢讯灵动科技有限公司	自身拥有终端渠道，同时存在向第三方购买流量的情况；采用 CPS 结算
2017 年	温州外山信息技术有限公司及其关联方	自身即为终端渠道
	北京小算盘科技有限公司	自身即为终端渠道
	深圳辉煌明天科技有限公司	有结算后台
	龙岩市新罗区点赞广告有限公司及其关联方	自身即为终端渠道
	深圳市啦啦互联网科技有限公司	自身即为终端渠道

发行人合作的主要推广供应商与终端渠道之间主要可分为三种情况：有结算后台、自身即为终端渠道和 CPS 方式结算。

（A）有结算后台

这种情况是指，推广商为发行人开通相关终端渠道的投放后台，而后发行人

或推广商通过投放后台进行投放，推广供应商根据投放规模赚取一定比例投放佣金。因此在这种情况下，发行人与推广商的结算价格可以覆盖该推广商与终端渠道的结算价格。

（B）自身即为终端渠道

这种情况是指，该推广供应商具备相应的流量资源，其自身即为终端投放的媒体渠道，发行人支付的推广费用即为支付给终端渠道的结算价格。

（C）CPS 方式结算

这种情况是指，部分 CPS 结算的主要推广供应商并无相应的结算后台，且该供应商除自身的流量资源外，还存在向外部购买流量资源为发行人进行推广的情况。这种情况下，推广供应商通过赚取发行人支付的推广金额与采买流量资源差价实现获利。对于这种情况，保荐机构及申报会计师通过测算发行人自有书库业务 2019 年实际发生的推广成本占其用户充值金额比例约为 70%，参考这个数值，保荐机构及申报会计师认为，只要发行人向相关推广商分成的比例高于 70%，对方即可实现盈利。而发行人结算的主要推广商中，发行人 CPS 结算比例均高于 70%，因此发行人与该类推广商的结算价格可以覆盖该推广商与终端渠道的结算价格。

综上所述，发行人与主要推广商的结算价格能够覆盖该推广商与终端渠道的结算价格。

D、推广商与终端渠道结算模式转换（CPC、CPM、CPA）的风险

2019 年以来，发行人与前十大推广商之间的合作，除与北京硕才广告有限公司存在部分 CPS 结算的合作外，其余基本是通过相关投放后台在终端渠道上进行投放，发行人与推广商的结算价格可以覆盖该推广商与终端渠道的结算价格，且不存在推广商与终端渠道结算模式转换的情况。

而与北京硕才广告有限公司及其关联方通过 CPS 方式结算的推广规模为 2019 年 1,760.15 万元，2020 年 1-6 月为 586.84 万元，占当年发行人总推广规模的 2.9%和 1.05%。发行人与北京硕才及其关联方的分成比例为 75%、80%，足以覆盖其支付给终端渠道的结算价格，且存在一定盈利空间。未来即便出现其与终

端渠道结算模式转换的情况，致使推广商的收益规模收缩，进而提升与发行人的结算价格，发行人会视投入产出情况选择是否继续与之合作。

综上所述，推广商与终端渠道结算模式转换（CPC、CPM、CPA）的风险对发行人整体影响较小。

④单位推广支出带来的新增充值金额分析

A、报告期内前十大推广商单位推广支出带来的新增充值金额逐年减少的原因，是否存在用户推广成本大幅增加的风险

报告期内前十大推广商单位推广支出带来的新增用户充值金额情况如下：

项目	推广支出（万元）	新增充值金额（万元）	单位推广支出带来的新增充值金额
2020 年 1-6 月	**39,970.11**	**41,646.36**	1.04
2019 年	34,647.15	34,323.50	0.99
2018 年	18,679.54	**19,993.12**	**1.07**
2017 年	10,144.67	16,582.63	1.63

报告期内前十大推广商单位推广支出带来的新增充值金额逐年减少。一方面是由于随着发行人的发展，业务规模的扩大，推广投入规模逐步扩大，而推广形成相应的付费用户再持续充值与推广投放之间存在一定时间的滞后，故而导致单位推广支出带来的新增充值金额有所下降。另外一方面是随着移动互联网行业用户规模在经历了多年的高速增长后呈现出放缓的趋势，移动互联网各细分行业逐渐成为存量博弈市场，而随着移动互联网流量红利的逐渐见顶以及推广市场的商业化发展，扩大推广规模会带来边际推广效率的下降。因此报告期内，发行人推广规模逐年扩大，单位推广支出带来的新增充值金额逐年减少。

虽然随着发行人业务规模的扩大，用户推广成本存在增加的风险，但是发行人的运营能力、商业变现能力也随着业务发展而进一步提升，加之发行人也在逐步拓展海外市场，依然保证在推广成本逐渐高企的态势下实现盈利增长。

对于推广成本上升的风险，发行人在本招股说明书“第四节 风险因素”之“五、财务风险”之“（二）渠道推广成本上升的风险”中进行了说明和披露。

B、2017 年、2019 年非前十大推广商单位推广支出带来新增充值金额高于

同期前十大推广商的原因

年度	项目	推广支出（万元）	新增充值金额（万元）	单位推广支出带来的新增充值金额
2019年	前十大推广供应商	34,647.15	34,323.50	0.99
	非前十大推广供应商	26,035.97	28,345.45	1.09
	合计	**60,683.12**	**62,668.95**	**1.03**
2017年	前十大推广供应商	10,144.67	16,582.63	1.63
	非前十大推广供应商	6,100.02	12,310.51	2.02
	合计	**16,244.69**	**28,893.14**	**1.78**

2017 年发行人开始大力发展自有 H5 网站业务，并通过微信端对其自有 H5 网站产品进行推广。发行人前十大推广供应商中，自有 H5 网站产品的微信推广占前十大推广金额的 79.15%，客户端产品推广金额占比 20.85%；非前十大推广供应商微信推广金额占比 42.55%，客户端产品推广金额占比 56.26%[22]。2017 年发行人客户端产品中，咪咕书库产品依然占有一定比例，而在测算用户新增充值金额时，为保证口径的一致性，将咪咕书库产品的新增用户的付费金额全部统计到充值金额中。但对于咪咕书库产品，咪咕数媒与发行人结算的比例用户付费的 20%-30%。如果按照 25%测算咪咕书库产品的结算比例，2017 年发行人推广商单位推广支出带来的新增充值金额无明显差异：

年度	项目	推广支出（万元）	新增充值金额（万元）咪咕按 25%测算	单位推广支出带来的新增充值金额
2017年	前十大推广供应商	10,144.67	15,325.54	1.51
	非前十大推广供应商	6,100.02	9,269.90	1.52
	合计	**16,244.69**	**24,595.44**	**1.51**

2019 年发行人在第三季度、第四季度加大了推广力度，且主要是通过前十大推广商进行大规模投放，而推广投放到形成相应的用户充值是需要一定时间周期的，因此下半年推广规模的扩大带来的新增充值用户及充值金额并未完全在当年体现，进而导致非前十大推广商单位推广支出带来新增充值金额略高于同期前十大推广商。

⑤与宜搜科技、阅文集团的获客成本对比分析

宜搜科技将推广支出列示在销售费用中，营业成本中无相应推广支出；阅文

[22] 发行人 2017 年非前十大供应商推广中，还有 1.20%是用于话费积分推广服务中。

集团将推广支出中的“推广及广告开支”列示在“销售及营销开支”中，将推广支出中的“平台分销成本”列示在“收入成本”中。

由于阅文集团仅披露“平均月付费用户数”，因此从该角度对发行人、宜搜科技及阅文集团的获客成本进行比较，具体情况如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
宜搜科技	移动数字阅读推广费（万元）	-	5,229.18	6,033.55	3,318.51
	平均月付费用户数（万人）	-	20.46	36.07	25.76
	单个付费用户获客成本（元/人）	-	21.30	13.94	10.74
阅文集团	推广及广告开支（万元）	102,779.90	153,768.90	85,183.60	60,361.60
	平台分销成本（万元）	61,931.30	56,949.70	21,971.10	23,770.40
	移动数字阅读推广费合计（万元）	164,711.20	210,718.60	107,154.70	84,132.00
	平均月付费用户数（万人）	1,060.00	980.00	1,080.00	1,110.00
	单个付费用户获客成本（元/人）	25.90	17.92	8.27	6.32
点众科技	数字阅读渠道推广成本（万元）	55,684.87	60,683.13	30,073.63	16,244.69
	平均月付费用户数（万人）	192.39	115.76	87.32	95.79
	单个付费用户获客成本（元/人）	48.24	43.68	28.70	14.13

注：宜搜科技的相关数据，根据其更新 2019 年财务数据后的问询回复更新了其 2017-2019 年数据。

由上表可知，从平均月付费用户数角度分析，发行人获客成本逐年上升，且明显高于阅文集团和宜搜科技。

发行人单个付费用户获客成本高于阅文集团，主要是由于阅文集团在和腾讯资本合作后，从内容方变为内容+渠道方，展开大规模的市场推广活动，但是因为有腾讯流量的导入，使得单个付费用户获客成本较低；同时，阅文集团相关数字阅读产品进入市场较早，且有较高的知名度，推广效率较高。发行人单个付费用户获客成本显著高于宜搜科技，主要是由于宜搜科技旗下数字阅读产品的整体推广规模远低于发行人。

综上，发行人的推广获客单价均高于同行业公司宜搜科技及阅文集团，符合发行人所处发展阶段及行业发展规律。

⑤部分第三方代收款公司与渠道推广商重叠的原因、相关充值流水与推广费支付如何区分并有效管控，是否存在资金对抵的情形

2017 年快乐农夫为发行人提供渠道推广服务，2018 年起开始合作运营支撑

业务，发行人自有 H5 业务支付号紧缺，因此当时借用快乐农夫的支付号进行代收款，之后快乐农夫自己业务做大后自有支付号也不够用，因此鼓励员工创业设立公司申请支付号为快乐农夫使用，同时也借与发行人使用过一段时间。由于快乐农夫主要做渠道分销业务，相关员工成立公司后独立发展，在自己熟悉的渠道推广领域深耕，其中大智博通、掌上经纬等公司均开始开展自己的渠道推广业务，尤其是掌上经纬取得了今日头条巨量引擎投放的一级代理资格，因此发行人与相关公司也逐步开展了渠道推广合作。其中大智博通为发行人 2018 年-2020 年上半年的渠道推广商，其主要在 2018 年底和 2019 年上半年推广发行人产品，采用的是 CPS 分成方式；掌上经纬作为今日头条的一级代理商之一，为发行人 2019 年和 2020 年 1-6 月的渠道推广商，从 2019 年年底开始为发行人提供今日头条的渠道推广服务。

具体渠道推广及代收款情况如下：

单位：万元

公司名称	业务类型	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
快乐农夫	代收款	-	-	206.49	-
	渠道推广	-	-	-	409.91
大智博通	代收款	-	391.74	-	-
	渠道推广	18.89	297.32	84.18	-
掌上经纬	代收款	-	191.02	-	-
	渠道推广	3,692.60	402.99	-	-

对于代收款资金，每一笔用户充值均在发行人系统中有相应记录，发行人每个月都会与代收款公司对账，代收公司扣除 1%-2%代收手续费后将剩余资金结算给发行人，保荐机构、发行人会计师对发行人系统记录用户充值流水与代收款第三方财付通流水进行了核对，对代收款第三方财付通流水与代收款公司向发行人支付的银行流水进行核对，确认相关代收款项均支付给了发行人。

对于渠道推广，2017 年快乐农夫为 CPS 分成模式推广发行人 H5 业务，2018 年、2019 年以及 2020 年 1-6 月大智博通主要为 CPS 分成模式推广发行人客户端业务，2019 年、2020 年 1-6 月掌上经纬为通过今日头条推广发行人客户端业务。其中 CPS 分成模式推广费为根据相应推广带来的用户充值金额向推广方分成，发行人系统中有准确的用户充值金额，保荐机构及发行人会计师核查了发行人

系统记录，发行人与推广方结算的结算单，相关银行付款记录，确认发行人全额支付了相关成本；对于掌上经纬通过今日头条的推广，在今日头条投放平台中均可以核查到掌上经纬的充值情况以及推广消耗情况，保荐机构、发行人会计师核查了今日头条投放平台相关账户，确认发行人支付给掌上经纬的推广资金全部充值到今日头条投放平台中，并且正常推广消耗。

综上，发行人已经对相关充值流水与推广费支付有效区分并有效管控，不存在资金对抵的情形。

发行人对代收款进行了有效的管控，定期与代收款方进行结算；对推广渠道均有系统后台数据支持，且涉及推广金额较大的掌上经纬为今日头条一级代理商，相关推广金额均充入到了今日头条推广平台，不存在利用推广资金进行自充值的可能，并且发行人通过推广费进行自充值并不能增加发行人净利润，相应操作没有实际意义，同时结合对发行人 IT 审计、用户行为分析、发行人及相关方银行流水等核查，确认发行人不存在自充值的情形。

2、版权采购情况

公司版权采购[23]主要是公司向内容提供商采购数字内容。版权采购按支付方式的不同分为买断版权和分成版权。

（1）买断版权和分成版权的整体采购情况

报告期内，公司买断版权和分成版权的采购数量和金额情况如下：

单位：本

版权采购	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比

[23] 公司采购版权的会计处理原则如下：

买断版权：对于买断的签约作者的未完结数字内容，因为期限较长，从谨慎性考虑直接计入当期成本；对于买断的签约作者完结数字内容和其他内容提供商的数字内容，计入无形资产，后续在合同有效期内或受益期进行摊销。

保底分成版权：保底部分根据保底期限不同分别计入长期待摊费用（保底期限在 1 年以上）和其他流动资产（保底期限在 1 年及以内），后续在保底期限内摊销；当累计分成金额超过保底金额时，超过部分计入当期成本。

分成版权：以分成形式合作的版权，每期分成金额直接计入当期成本。

买断版权	573	0.31%	2,661	1.61%	1,018	0.83%	345	0.45%
分成版权	186,905	99.69%	162,421	98.39%	121,266	99.17%	76,230	99.55%
合计	**187,478**	**100.00%**	**165,082**	**100.00%**	**122,284**	**100.00%**	**76,575**	**100.00%**

单位：万元

版权采购		**2020 年 1-6 月**		**2019 年**		**2018 年**		**2017 年**	
		金额	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**	**金额**	**占比**
买断版权		86.98	0.91%	547.45	5.26%	281.13	4.68%	309.46	8.30%
分成版权	有保底	6,894.37	71.76%	4,530.06	43.51%	2,912.65	48.44%	1,496.40	40.12%
	无保底	2,625.90	27.33%	5,334.38	51.23%	2,819.14	46.88%	1,923.74	51.58%
合计		**9,607.25**	**100.00%**	**10,411.89**	**100.00%**	**6,012.91**	**100.00%**	**3,729.60**	**100.00%**

报告期内，公司版权采购金额分别为 3,729.60 万元、6,012.91 万元、10,411.89 万元和 9,607.25 万元，报告期呈逐年上升趋势，系公司加大版权采购力度所致。报告期内，公司版权采购以分成模式采购为主，采购金额占比分别为 91.70%、95.32%、94.74%和 99.09%。

其中，报告期各期，发行人从签约作者处新增采购的作品数量以及该等作品对应的签约作者数量，以及发行人对个人作者的总采购金额情况如下：

类型	**2020 年 1-6 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
新增作品数量（本）	638	1,100	740	916
对应的签约作者数量（人）	594	934	645	791
采购金额（万元）	3,198.59	3,422.17	2,099.63	1,514.36

（2）主要买断版权作品情况

报告期各期，发行人产生收入的买断版权作品中排名前十大的作品情况如下：

单位：万元

年份	**序号**	**作品名称**	**版权方类型**	**作品类型**	**购书成本**	**营业收入**	**版权有效期**	**是否头部作品**
2020 年 1-6 月	1	2020 年作品 1	签约作者	历史	47.72	44.80	2017.09.26 至 2037.09.26	否
	2	2020 年作品 2	签约作者	都市	3.15	44.55	2019.09.24 至 2069.09.24	否
	3	2020 年作品 3	签约作者	现代言情	1.90	44.35	2018.12.03 至 2068.12.03	否

年份	序号	作品名称	版权方类型	作品类型	购书成本	营业收入	版权有效期	是否头部作品
	4	2020 年作品 4	签约作者	古代言情	2.17	44.29	2015.05.15 至 2025.05.15	否
	5	2020 年作品 5	签约作者	都市	6.57	44.07	2019.07.10 至 2069.07.10	否
	6	2020 年作品 6	签约作者	都市	9.46	44.06	2019.05.30 至 2069.05.30	否
	7	2020 年作品 7	签约作者	古代言情	1.85	43.81	2014.07.02 至 2024.07.01	否
	8	2020 年作品 8	签约作者	都市	2.90	43.72	2019.07.03 至 2069.07.03	否
	9	2020 年作品 9	签约作者	现代言情	2.61	43.58	2018.10.16 至 2068.10.16	否
	10	2020 年作品 10	签约作者	现代言情	1.70	42.85	2018.11.30 至 2038.11.30	否
	合计				**80.03**	**440.09**		
2019 年	1	2019 年作品 1	签约作者	现代言情	2.71	68.13	2017.09.01 至 2037.09.01	否
	2	2019 年作品 2	签约作者	现代言情	7.88	66.33	2017.07.06 至 2037.07.06	否
	3	2019 年作品 3	签约作者	都市	3.55	65.86	2017.11.20 至 2037.11.20	否
	4	2019 年作品 4	签约作者	现代言情	2.07	65.55	2018.08.28 至 2068.08.28	否
	5	2019 年作品 5	签约作者	现代言情	12.42	63.51	2017.11.09 至 2037.11.09	否
	6	2019 年作品 6	签约作者	都市	5.76	62.58	2016.11.09 至 2036.11.10	否
	7	2019 年作品 7	签约作者	都市	6.15	62.05	2016.10.21 至 2036.10.21	否
	8	2019 年作品 8	签约作者	现代言情	1.70	61.01	2018.10.24 至 2068.10.24	否
	9	2019 年作品 9	其他版权方	玄幻	0.05	60.75	2017.11.09 至 2037.11.09	否
	10	2019 年作品 10	签约作者	现代言情	2.06	59.49	2017.03.06 至 2037.03.06	否
	合计				**44.35**	**635.26**		
2018 年	1	2018 年作品 1	签约作者	都市	9.04	213.34	2016.4.27 至 2036.4.27	是
	2	2018 年作品 2	签约作者	玄幻	4.93	190.39	2014.09.20 至 2024.09.20	否
	3	2018 年作品 3	签约作者	玄幻	8.83	176.98	2015.7.9 至	否

年份	序号	作品名称	版权方类型	作品类型	购书成本	营业收入	版权有效期	是否头部作品
							2025.7.8	
	4	2018 年作品 4	签约作者	都市	5.12	174.41	2016.10.08 至 2036.10.08	否
	5	2018 年作品 5	签约作者	现代言情	2.84	163.56	2015.9.10 至 2025.9.10	否
	6	2018 年作品 6	签约作者	玄幻	3.42	162.50	2014.09.09 至 2024.09.09	否
	7	2018 年作品 7	其他版权方	古代言情	0.05	159.87	2017.07.15 至 2022.07.14	否
	8	2018 年作品 8	其他版权方	古代言情	0.05	157.14	2017.07.15 至 2022.07.14	否
	9	2018 年作品 9	其他版权方	古代言情	0.05	157.04	2017.07.15 至 2022.07.14	否
	10	2018 年作品 10	签约作者	都市	5.65	153.67	2017.08.21 至 2037.08.21	否
	合计				**39.98**	**1,708.88**		
2017 年	1	2017 年作品 1	签约作者	都市	5.12	210.65	2016.10.08 至 2036.10.08	是
	2	2017 年作品 2	签约作者	都市	6.15	193.58	2016.10.21 至 2036.10.21	否
	3	2017 年作品 3	签约作者	玄幻	4.26	187.24	2015.6.9 至 2025.6.8	否
	4	2017 年作品 4	签约作者	都市	1.32	179.29	2014.09.24 至 2024.09.24	否
	5	2017 年作品 5	签约作者	玄幻	4.93	163.79	2014.09.20 至 2024.09.20	否
	6	2017 年作品 6	签约作者	都市	2.43	153.05	2016.8.8 至 2036.8.8	否
	7	2017 年作品 7	签约作者	都市	9.04	146.61	2016.4.27 至 2036.4.27	否
	8	2017 年作品 8	签约作者	都市	4.07	136.67	2016.05.10 至 2036.05.10	否
	9	2017 年作品 9	签约作者	都市	5.27	131.54	2014.09.18 至 2024.09.18	否
	10	2017 年作品 10	签约作者	都市	2.05	131.46	2014.09.25 至 2024.09.25	否
	合计				**44.64**	**1,633.87**		

注：头部作品判定标准为年贡献收入在 200 万元以上的作品。2019 年作品 9、2018 年作品 7、2018 年作品 8 和 2018 年作品 9 的采购单价相对较低主要系该四部作品来源于批量采购，批量采购的单价通常较低。

如上表所示，2019 年和 2020 年 1-6 月前十大买断版权作品中不存在头部作

品，2017 年和 2018 年前十大买断版权作品中各存在一本头部作品，均为发行人自签约作者作品，对于该类作品，发行人通常按照每千字价格向个人作者支付稿酬独家买断[24]，主要价格区间为 20 元-35 元/千字，其中 2017 年作品 1 采购价格为 25 元/千字，2018 年作品 1 采购价格为 35 元/千字，采购价格公允。对于个人作者的创作，其不存在采购成本，发行人向其支付的稿酬即为其盈利所得，此外，上述两部作品均为独家买断，因此不存在可比公司参与竞买的情形。发行人买断的自签约作者作品在积累到一定数量后，会有一定概率成为头部书籍，而其他内容提供商的头部书籍通常不会卖断。故 2017 年、2018 年各有一本自签约作者的买断独家版权书籍贡献收入超过 200 万元。2019 年发行人前十大买断版权作品合计贡献收入金额下降，主要是因为当年发行人推荐更向头部书籍集中，且头部书籍以分成模式为主，符合发行人的业务发展策略和行业规律。

（3）分成版权和买断版权作品收入贡献情况

报告期各期，发行人分成作品和买断版权作品贡献收入的情况如下：

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
分成版权	产生收入作品数量(本）	29,942	72,642	59,458	40,785
	单本贡献收入（元/本）	15,568.66	5,950.27	4,507.75	4,763.33
买断版权	产生收入作品数量(本）	2,551	3,258	1,561	759
	单本贡献收入（元/本）	86,165.51	91,144.29	97,265.13	85,334.77

注：上述收入为相关产品在发行人自有产品按消耗的看点/100/1.06 计算。

如上表所示，报告期各期，从单本贡献收入角度，买断作品单本书贡献收入均高于分成作品，主要系下述原因所致：

①产生收入的分成版权作品数量远大于买断作品数量，并且呈现长尾分布，拉低了平均值

如上表所示，报告期各期，产生收入的分成作品数量分别为 40,785 本、59,458 本、72,642 本和 29,942 本，而产生收入的买断作品数量分别为 759 本、1,561 本、3,258 本和 2,551 本，产生收入的分成作品数量远高于买断作品数量。对于分成版权作品，头部作品的单本贡献收入通常较高，但同时存在大量的长尾作品，该类作品的收入贡献较低，从而拉低了整体平均值。此外，2019 年底发行人将一

[24] 对于向签约作者独家买断的签约作品，发行人会通过与出版社或具备原创出版资质平台合作的方式将相关作品出版后安排上线传播。

批基本未贡献收入的书籍暂时下架入库[25]，目前上架书籍贡献收入已经可以满足公司发展需求，导致2020年上半年产生收入的分成作品数量下降幅度较大。

通常对于排名靠前的优质作品，版权供应商更倾向于采取分成的模式，该部分分成作品的单本贡献收入往往较高，如下表所示，2019年和2020年1-6月的前二十大作品均为分成类作品，平均单本贡献收入达到 880.68 万元和 1,545.48 万元，2020年1-6月由于执行头部书发展策略，因此前二十大作品单本贡献收入较高，2018年和2017年的前二十大作品中分成作品单本贡献收入均大于买断作品单本贡献收入。

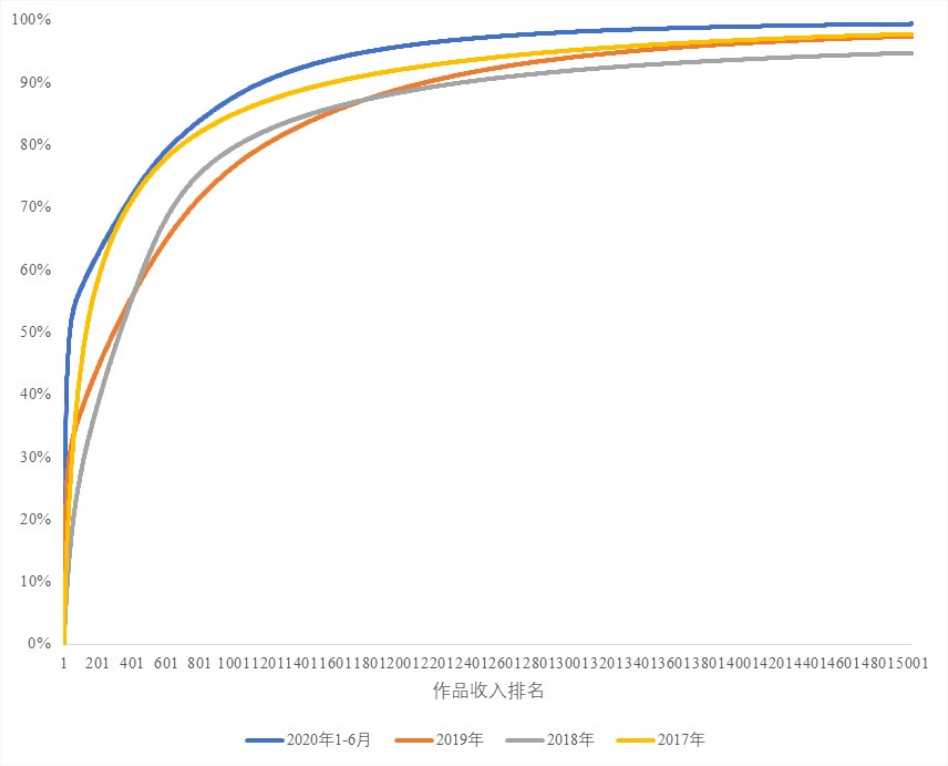
前二十大作品					
项目		2020年1-6月	**2019年**	**2018年**	**2017年**
分成版权	产生收入作品数量(本）	20	20	12	13
	单本贡献收入（万元/本）	1,545.48	880.68	260.36	274.56
买断版权	产生收入作品数量(本）	0	0	8	7
	单本贡献收入（万元/本）	0	0	174.77	174.90

注：上述收入为相关产品在发行人自有产品按消耗看点计算的收入。

同时，不同用户对作品的喜好会有偏差，为了能够满足用户的需求，数字阅读企业往往会采买较多的版权来覆盖用户的偏好，从而提升用户的满意度进而提升用户留存。基于该目的采买的作品，呈现数量多、质量相对较低，单本贡献收入亦较低的特征，因此在该类版权的采购上，发行人拥有较强的议价能力，由于单本作品贡献收入较低，分成模式的成本往往低于买断成本，因此发行人更倾向于采用分成结算模式。因此，在整体的版权采购数量上，分成版权作品的数量远高于买断作品，在作品产生的收入分布上呈现显著的长尾分布特征，如下图所示，读者关注度[26]较高的作品产生的收入较高，发行人排名前 1,000 的作品即可占收入的70%以上。

[25] 发行人书籍状态分为上架书籍、入库书籍、未上架书籍，其中上架书籍为用户进入书城可以看到并阅读的书籍；入库书籍是曾经上架过的书籍，但暂时入库，不对新用户开放阅读，但已经开始阅读此本书籍的老用户可以继续阅读；未上架书籍为任何用户都不能阅读的书籍。

[26] 读者关注度是指读者对作品的关注程度，具体表现为对某一作品进行了解、阅读的意愿，喜爱的程度等，无具体量化指标。



综上，排名靠前的分成版权单本贡献收入往往较高，但因为呈长尾分布的单本贡献收入较低的分成作品数量较多，从而拉低了整体分成版权的单本贡献收入金额。

②基于发行人的运营策略，加大对买断作品的推荐力度来提升盈利能力

发行人的版权采购分为买断版权采购和分成版权采购，买断版权无需与版权供应商就作品产生的收益进行分成，而分成版权需要就作品产生的收益进行分成。鉴于网络文学作品数量众多，存在同质化现象，基于该特征，发行人在运营策略的选择上，会加大买断作品的推荐力度来提升自身的盈利能力。

对于数字阅读产品来说，其产品内存在大量的数字内容作品，读者通常不会查阅完整的作品清单之后再选择其要阅读的作品，因此运营方的推荐会成为影响用户阅读决策的重要因素，若发行人对某部作品的推荐力度加大，该作品的曝光度将大幅提升，产生的收入也将随之提升。因此，发行人基于买断版权的特性，会加大买断版权的推荐力度，其单本贡献收入相对大部分分成版权作品也会较高。

由于目前可比公司中，平治信息、掌阅科技、阅文集团等均未公开披露买断

版权和分成版权单本贡献收入相关数据，故无法进行同行业公司的对比。

此外，发行人在版权采购时，某一部作品具体采用何种模式是综合考虑作品类型、受众范围、合作期限等多种因素，并根据发行人与内容提供商谈判结果确定。买断版权大多来源于发行人的自签约作者，买断模式亦是行业内常见的与个人作者的结算模式，对于从机构版权供应商采买的买断版权作品均为非独家买断，发行人的采买对版权供应商而言是增量收入，且如本节“（4）主要买断版权作品购入时点情况”所示，采买的版权为存续时间较长的作品，该类作品的市场价格通常较低，以买断形式售卖给发行人具有合理性。

（4）主要买断版权作品购入时点情况

报告期各期，发行人产生收入的买断版权作品中排名前十大的作品购入时点情况如下：

年份	序号	作品名称	版权方类型	发行人采购时点	版权供应商采购时点	是否出售给可比公司
2020 年 1-6 月	1	2020 年作品 1	签约作者	2017.09.26	-	否
	2	2020 年作品 2	签约作者	2019.09.24	-	否
	3	2020 年作品 3	签约作者	2018.12.03	-	否
	4	2020 年作品 4	签约作者	2015.05.15	-	否
	5	2020 年作品 5	签约作者	2019.07.10	-	否
	6	2020 年作品 6	签约作者	2019.05.30	-	否
	7	2020 年作品 7	签约作者	2014.07.02	-	否
	8	2020 年作品 8	签约作者	2019.07.03	-	否
	9	2020 年作品 9	签约作者	2018.10.16	-	否
	10	2020 年作品 10	签约作者	2018.11.30	-	否
2019 年	1	2019 年作品 1	签约作者	2017.09.01	-	否
	2	2019 年作品 2	签约作者	2017.07.06	-	否
	3	2019 年作品 3	签约作者	2017.11.20	-	否
	4	2019 年作品 4	签约作者	2018.08.28	-	否
	5	2019 年作品 5	签约作者	2017.11.09	-	否
	6	2019 年作品 6	签约作者	2016.11.09	-	否
	7	2019 年作品 7	签约作者	2016.10.21	-	否
	8	2019 年作品 8	签约作者	2018.10.24	-	否
	9	2019 年作品 9	其他版权方	2017.11.09	2016.05	掌阅科技
	10	2019 年作品 10	签约作者	2017.03.06	-	否
2018 年	1	2018 年作品 1	签约作者	2016.04.27	-	否

年份	序号	作品名称	版权方类型	发行人采购时点	版权供应商采购时点	是否出售给可比公司
	2	2018 年作品 2	签约作者	2014.09.20	-	否
	3	2018 年作品 3	签约作者	2015.07.09	-	否
	4	2018 年作品 4	签约作者	2016.10.08	-	否
	5	2018 年作品 5	签约作者	2015.09.10	-	否
	6	2018 年作品 6	签约作者	2014.09.09	-	否
	7	2018 年作品 7	其他版权方	2017.07.15	2016.02	百度小说
	8	2018 年作品 8	其他版权方	2017.07.15	2016.05	阿里文学
	9	2018 年作品 9	其他版权方	2017.07.15	2016.06	掌阅科技
	10	2018 年作品 10	签约作者	2017.08.21	-	否
2017 年	1	2017 年作品 1	签约作者	2016.10.08	-	否
	2	2017 年作品 2	签约作者	2016.10.21	-	否
	3	2017 年作品 3	签约作者	2015.06.09	-	否
	4	2017 年作品 4	签约作者	2014.09.24	-	否
	5	2017 年作品 5	签约作者	2014.09.20	-	否
	6	2017 年作品 6	签约作者	2016.08.08	-	否
	7	2017 年作品 7	签约作者	2016.04.27	-	否
	8	2017 年作品 8	签约作者	2016.05.10	-	否
	9	2017 年作品 9	签约作者	2014.09.18	-	否
	10	2017 年作品 10	签约作者	2014.09.25	-	否

如上表所示，报告期各期产生收入的买断版权中排名前十的作品绝大部分均为个人作者原创作品，此类作品不存在向第三方采购的情形，故不存在版权供应商采购时点。对于该类作品，发行人主要根据个人作者当期创作字数向个人作者支付稿费，因此对于该类作品，不存在发行人买断和交易对手方购入版权时间间隔问题。

2020 年 1-6 月的前十大买断版权中不存在从其他版权方采购的作品，2019 年的前十大买断版权中存在一本从其他版权方采购的作品，2018 年的前十大买断版权中存在三本从其他版权方采购的作品，发行人采购四部作品的时点与版权供应商采购时点间隔均超过 1 年，该四部作品的采购方式均为非独家买断，根据公开信息查询，2019 年作品 9 和 2018 年作品 9 存在于掌阅科技的掌阅 APP 中、2018 年作品 7 存在于百度小说中、2018 年作品 8 存在于阿里文学的书旗小说中，因此不存在行业竞争对手未关注到该类书籍的情形。此外，对于该类版权供应商采购时间已经较长的版权，因为系非独家的售卖，向发行人的销售对其系增量收

入，发行人与其开展的业务具有商业合理性。

（5）发行人加大分成版权采购数量的原因分析

报告期各期，发行人采购的分成版权和买断版权数量如下：

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
分成版权采购数量（本）	186,905	162,421	121,266	76,230
买断版权采购数量（本）	573	2,661	1,018	345

报告期各期，发行人采买分成版权数量分别为 76,230 本、121,266 本、162,421 本和 186,905 本，采买的买断版权数量分别为 345 本、1,018 本、2,661 本和 573 本，分成版权采购数量占比逐步增加。

如上文所述，买断版权作品整体单位贡献收入较高主要系两方面原因所致，一方面系基于买断版权无需就作品产生收益与版权供应方分成的特征，发行人根据运营策略加大了对买断版权推荐的力度；另一方面系分成版权的数量较多，尤其是以收入贡献处于长尾分布的分成版权居多，该类分成版权拉低了整体平均值，但发行人的前五十大作品仍以分成版权为主，且该类作品的单本贡献收入较高。

在买断版权作品整体单位贡献收入较高的情况下，发行人仍以分成版权的采购为主且不断加大分成版权购买数量，主要原因如下：

①作品的头部效应显著，而头部作品多以分成方式结算

如上文所述，发行人作品产生的收入具有明显的头部效应，对于优质作品，版权供应商更倾向于采用分成模式进行结算，如上表所示，报告期各期贡献收入前二十大作品中分成版权的作品数量分别为 13 本、12 本、20 本和 20 本，收入贡献前十大作品中分成版权的作品数量分别为 9 本、9 本、10 本和 10 本，2019 年和 2020 年 1-6 月收入贡献前二十大作品均为分成版权，说明头部优质作品以分成模式结算的倾向更加显著，此亦是发行人加大分成版权采购的原因之一。

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
前十大作品	分成作品数量（本）	10	10	9	9
	买断作品数量（本）	-	-	1	1

前二十大作品	分成作品数量（本）	20	20	12	13
	买断作品数量（本）	-	-	8	7

②长尾作品采用分成模式更具经济性

如上文所述，为了提升用户的满意度进而提升用户留存，数字阅读企业往往会采买较多的版权来满足用户对不同类别作品的需求，基于该目的采买的作品，呈现数量多、质量相对较低，单本贡献收入亦较低的特征。因此在该类版权的采购上，发行人拥有较强的议价能力，由于单本作品贡献收入较低，分成模式的成本往往低于买断成本，因此发行人更倾向于采用分成结算模式。

基于上述原因，发行人对分成版权的采购数量不断增多。

公司	采购数量	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年
宜搜科技	分成作品数量（本）	227,182	217,341	63,810	39,298
	买断作品数量（本）	40,452	34,829	29,100	-

注：宜搜科技未披露 2020 年 1-6 月数据。

此外，如上表所示，宜搜科技在数字阅读业务的版权采购上，也呈现加大对分成版权的采购力度，发行人与其相比不存在差异。

（6）发行人买断版权和分成版权单价变动分析

买断版权包括自签约作者的独家买断版权和第三方内容提供商的非独家买断版权，自签约作者的独家买断版权单价高，第三方版权方的非独家买断版权单价低。报告期内，发行人买断版权单位成本逐年下降主要系向其他内容提供商批量采购非独家版权的数量增加所致，分成版权单位成本上涨主要系收入规模上涨所致。发行人买断版权、分成版权作品采购数量、采购金额和平均采购成本具体如下：

类型		2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
买断版权	采购金额（万元）	86.89	547.45	281.13	309.46
	数量（本）	573	2,661	1,018	345
	单价（元/本）	1,516.40	2,057.31	2,761.55	8,969.94
分成版权	采购金额（万元）	9,520.27	9,864.44	5,731.79	3,420.13
	数量（本）	186,905	162,421	121,266	76,230
	单价（元/本）	509.36	607.34	472.66	448.66

报告期内，发行人买断版权平均采购成本高于分成版权平均采购成本，且买断版权单价呈现逐年下降，分成版权呈现逐年上涨的趋势。

买断版权的单价逐年下降系发行人早期主要向签约作者采购，按每千字价格买断，致使单位采购成本较高。随着发行人业务规模的发展，发行人逐年增加版权储备，后续增加了向其他内容提供商批量买断数字内容的采购，2017 年，发行人向某 A 公司批量买断数字内容 197 本，平均采购单价 478.88 元；2018 年，发行人向某 B 公司批量买断数字内容 774 本，平均采购成本 426.60 元；2019 年，发行人向某 C 公司、某 D 公司等 4 家公司批量买断数字内容 1,646 本，平均采购成本分别为 437.37 元，2020 年 1-6 月，发行人向某 E 公司、某 F 公司等 5 家公司批量买断数字内容 501 本，平均采购成本分别为 622.34 元。由于批量购买单位成本低，且通过批量购买的版权数量不断增多，致使买断版权单位采购成本程逐年下降趋势。

分成版权的单价与单本作品产生的收益相关，在分成比例一定的情况下，作品产生收益的上涨会导致分成版权采购单价的上涨。报告期内，发行人的用户规模和运营能力逐步提升，如发行人自有书库阅读业务移动阅读 APP 充值用户数由 2017 年的 162.05 万人增长至 2019 年的 810.76 万人，发行人最主要产品快看小说看点模式下的人均充值金额也由 2017 年的 65.42 元增长至 2019 年的 91.47 元，充值用户数和人均充值金额均呈现整体上涨的趋势，基于此，相关作品能够产生的收入不断增加，发行人向分成版权供应商采购的成本也呈现上涨趋势。

同行业可比公司中，仅宜搜科技披露了 2016 年至 2019 年的相关数据、掌阅科技披露了 2014 年至 2017 年 3 月的相关数据，二者买断版权和分成版权的单本采购价格如下：

公司	类型		2019 年	2018 年	2017 年	2016 年
宜搜科技	买断版权	采购金额（万元）	1,157.31	905.92	266.95	-
		数量（本）	40,452	34,829	29,100	-
		单价（元/本）	286.09	260.11	91.74	-
	分成版权	采购金额（万元）	2,219.31	4,092.13	4,109.46	620.53
		数量（本）	227,182	217,341	63,810	39,298
		单价（元/本）	97.69	188.28	644.02	157.90
公司	**类型**		**2017 年 1-3 月**	**2016 年**	**2015 年**	**2014 年**

掌阅科技	买断版权	采购金额（万元）	801.55	3,687.22	1,684.84	2,879.04
		数量（本）	12,498	31,992	7,610	29,246
		单价（元/本）	641.34	1,152.54	2,213.98	984.42
	分成版权	采购金额（万元）	8,970.24	26,351.29	9,392.19	5,844.06
		数量（本）	19,627	153,923	117,306	131,461
		单价（元/本）	4,570.36	1,711.98	800.66	444.55

如上表所示，宜搜科技 2016 年至 2019 年买断版权的单价持续上升，2017 年至 2019 年分成版权的单价持续下降。宜搜科技将数字阅读广告收入在数字阅读业务核算，2017 年至 2019 年数字阅读广告收入占数字阅读业务收入的比例分别为 54.59%、47.80%和 62.80%，根据其问询回复，随着行业内“免费+广告”模式的出现，为了吸引免费用户，其加大了对买断版权的采购，因此宜搜主要是发展“免费+广告”业务，因此根据作品产生收益进行分成的分成类版权单价持续降低。根据宜搜科技问询函回复，其买断版权主要是按照每千字或每本买断，该种方式相比批量买断单价更高，因此其买断版权的整体单价持续上涨。掌阅科技买断版权的单价在2015年至2017年三月持续下降，分成版权的单价持续上升，该变动趋势与发行人一致，不存在差异。

综上，发行人的版权采购单价变动合理。

（7）发行人数字阅读内容数量下降的具体情况

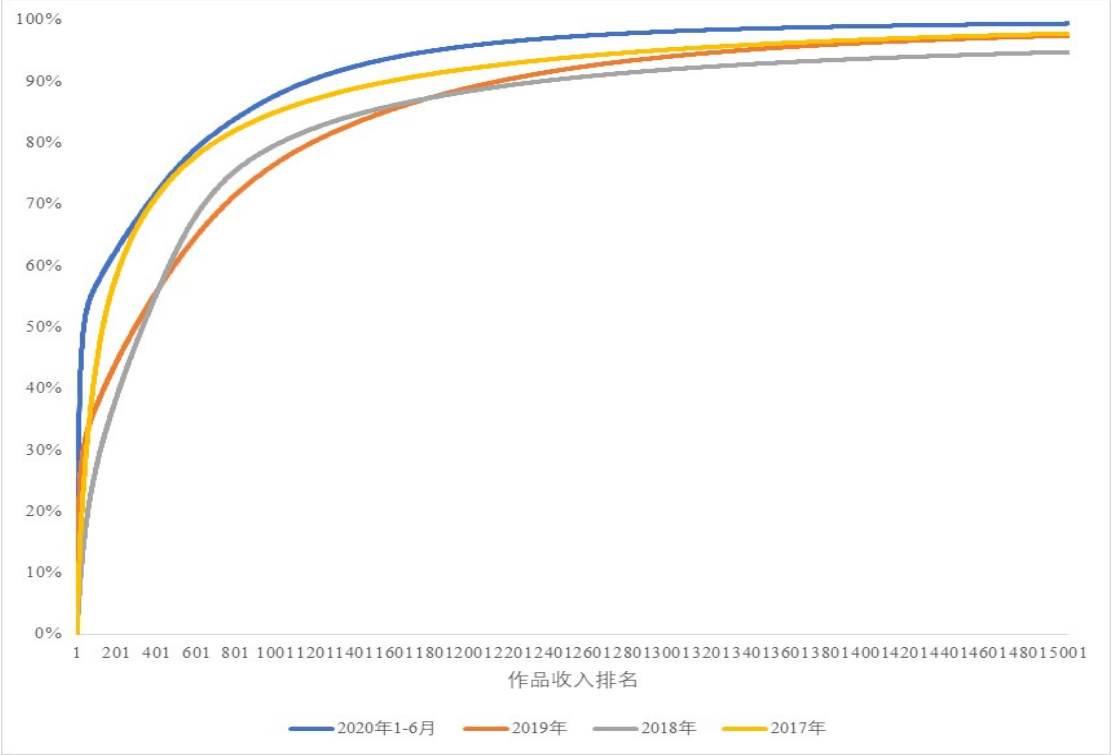
发行人产品及数字阅读内容数量不存在因整改而较报告期初发生较大变化的情况，但 2019 年底，因行业特性和发行人运营策略等原因，发行人将大量基本未贡献收入的书籍暂时下架（入库），发行人上架作品数量由 2019 年 9 月的 7 万余册下降至 1 万余册，2020 年 1-6 月逐渐增加至 1.6 万余册。该等作品下架，未对发行人持续经营能力造成重大不利影响，具体如下：

根据 2020 年 1-6 月书单收入情况，2020 年 1-6 月发行人上架书籍实现销售收入 8.58 亿元，实现净利润 1.35 亿元，期间实现收入大于 100 元的书籍数量合计为 11,988 本，占所有书籍实现收入的 99.96%。

随着数字阅读行业的发展，以及数字阅读用户的增长，作品的“二八效应”愈发显现，读者的关注度主要集中在头部作品，头部作品对于数字阅读服务企业的收入影响显著。除头部作品外，其他书籍的收入呈长尾效应，这些长尾书

籍虽然数量众多，但对收入的整体影响远不及量少的头部作品。发行人覆盖的头部作品和其流量分发能力已经足以支撑其收入规模及未来的稳定增长。

报告期内，发行人作品收入排名与其收入占比情况如下所示：



由此可以看出，发行人头部作品占收入的比重较大，排名前 1,000 的作品即可占收入的 70%以上，而且其他书籍对收入的贡献度呈长尾分布。因此，上架作品的减少不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

综上所述，发行人产品及数字阅读内容数量不存在因整改而较报告期初发生较大变化的情形；因行业特点、运营策略等原因，2020 年发行人上架作品数量减少，亦不会对发行人持续经营能力造成重大不利影响。

3、IT 资源服务采购情况

IT 资源服务采购主要是公司采购带宽流量、主机和存储资源，报告期公司 IT 资源采购情况如下：

采购内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年

服务器（台）	484	602	385	206
带宽（Mbps）	6,540.42	9,681.09	7,776.17	3,978.83
流量（GB）	2,621,550.30	3,190,451.83	2,064,180.45	1,340,740.78
金额（万元）	**835.84**	**994.55**	**693.57**	**326.51**

报告期内，公司 IT 资源采购金额分别为 326.51 万元、693.57 万元、994.55 万元和 835.84 万元，2017 年至 2019 年呈上涨趋势，系公司业务规模不断扩张所致。2020 年 1-6 月服务器采购数量下降系发行人自 2020 年 5 月陆续将服务由首都云服务迁移至阿里云服务，部分服务器得以释放。

4、其他采购情况

其他采购主要是房租水电、咨询服务，具体如下：

单位：万元

采购内容	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房租水电	233.42	64.86%	453.94	79.07%	359.75	84.06%	249.38	88.71%
咨询服务	126.49	35.14%	120.15	20.93%	68.20	15.94%	31.73	11.29%
合计	**359.91**	**100.00%**	**574.09**	**100.00%**	**427.95**	**100.00%**	**281.11**	**100.00%**

报告期内，发行人房租水电持续增长系公司新增租赁办公楼所致。发行人在 2017 年进行过一次办公地址迁移，并于 2018 年因为人员扩张增加了租赁办公场所。咨询服务费主要为中介机构费用。

（二）主要供应商情况

报告期内，公司前五大供应商具体情况如下：

单位：万元

年度	序号	供应商名称	金额	占当期采购总额的比例	采购内容
2020 年 1-6 月	1	北京云锐国际文化传媒有限公司	8,687.37	12.87%	渠道推广采购
	2	北京积沙科技有限公司	4,638.98	6.87%	渠道推广采购
	3	深圳市千玺信息科技有限公司	4,446.19	6.59%	渠道推广采购

	4	北京细分映画文化传媒有限公司及其关联方	4,279.41	6.34%	渠道推广采购
	5	北京掌上经纬科技有限公司及其关联方	**3,997.31**	**5.92%**	渠道推广采购
	合计		**26,049.26**	**38.59%**	
2019 年	1	上海金钊文化传播有限公司	7,041.49	9.69%	渠道推广采购
	2	北京云锐国际文化传媒有限公司及其关联方	4,337.44	5.97%	渠道推广采购
	3	北京硕才广告有限公司	3,535.48	4.87%	渠道推广采购
	4	北京轩辕广告有限公司	3,373.49	4.64%	渠道推广采购
	5	天津亿玛科技有限公司	3,230.77	4.45%	渠道推广采购
	合计		**21,518.66**	**29.61%**	-
2018 年	1	徐州雨阁网络科技有限公司及其关联方	3,726.54	10.01%	渠道推广采购
	2	深圳辉煌明天科技有限公司	2,733.37	7.35%	渠道推广采购
	3	天津忆云共享经济信息咨询有限公司	2,563.16	6.89%	渠道推广采购
	4	紫博蓝网络科技（北京）股份有限公司	2,453.20	6.59%	渠道推广采购
	5	深圳栢讯灵动科技有限公司	1,451.82	3.90%	渠道推广采购
	合计		**12,928.10**	**34.74%**	-
2017 年	1	温州外山信息技术有限公司及其关联方	1,890.32	9.18%	渠道推广采购
	2	北京小算盘科技有限公司	1,692.18	8.22%	渠道推广采购
	3	深圳辉煌明天科技有限公司	1,394.67	6.78%	渠道推广采购
	4	龙岩市新罗区点赞广告有限公司及其关联方	1,290.85	6.27%	渠道推广采购
	5	深圳市啦啦互联网科技有限公司	1,006.03	4.89%	渠道推广采购
	合计		**7,274.05**	**35.34%**	-

2018 年前五大供应商与 2017 年前五大供应商相比，徐州雨阁网络科技有限公司和天津忆云共享经济信息咨询有限公司[27]是当年新增供应商，紫博蓝网络科技（北京）股份有限公司和深圳栢讯灵动科技有限公司是当年晋升为前五大的供应商。

2019 年前五大供应商与 2018 年前五大供应商相比，北京轩辕广告有限公司、

[27] 天津忆云共享经济信息咨询有限公司（现更名为“云账户（天津）共享经济信息咨询有限公司”）是一家为个体经营者及个体工商户提供结算等服务的平台公司。

北京硕才广告有限公司和天津亿玛科技有限公司为当年新增供应商，北京云锐国际文化传媒有限公司及其关联方为发行人增加对其推广服务的采购导致其晋升为前五大供应商。

2020 年 1-6 月，北京细分映画文化传媒有限公司及其关联方、北京掌上经纬科技有限公司及其关联方、北京积沙科技有限公司和深圳市千玺信息科技有限公司为发行人增加对其推广服务的采购导致其晋升为前五大供应商。

2018 年新增供应商主要为微信推广服务商，2019 年新增供应商为客户端推广服务商，主要为今日头条、广点通等信息流推广服务提供商。公司前五大供应商变化的主要原因系：一是随着公司业务的发展及互联网行业形态的变迁，公司主要推广渠道从早期的以应用市场为主随之增加了新媒体营销渠道；二是随着公司业务的发展，公司推广策略、渠道选择标准也在不断摸索变化和动态调整，不断选择更加符合公司要求、效果更好的推广渠道；三是推广渠道亦有自身的生命周期，推广带来的效果存在衰减周期，点众科技观察不同供应商的投放效果，定期更换推广渠道以实现更好的推广效果；四是信息流推广产品在近两年增长迅速，呈爆发式增长，除头部平台之外其他渠道竞争激烈，快速变动的信息流渠道格局也导致了企业在选择上的变动。对于微信推广服务商，随着发行人业务及推广效果变化会主动变更供应商，对于客户端推广供应商，在其对接媒体以及业务量稳定的基础上，发行人与其交易具有连续性和稳定性。

2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月新增前五大供应商基本情况如下：

序号	客户名称	注册时间	注册地	经营范围	合作历史	采购和结算方式
1	徐州雨阁网络科技有限公司	2017/2/28	徐州市云龙区和平路 99 号宝龙广场 D 号楼 1-420	互联网信息服务，电子商务信息服务，物联网服务，信息技术咨询服务，职业技能培训，房屋信息咨询，网站设计与开发，网页制作，软件开发，代办中国电信股份有限公司沛县分公司委托的电信业务，服装、鞋帽、纺织品、其他日用品、电子产品、计算机、软件及辅助设备销售，设计、制作、发布、代理国内各类广告业务。（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）	2018 年 3 月-至今	CPS
	沛县朋雨广告设计服务部（已注销）	2018/3/27	沛县江南美树馆小区 2 单元 402 室	广告设计制作服务。(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)		
2	天津忆云共享经济信息咨询有限公司	2016/8/15	天津滨海高新区华苑产业区工华道 2 号天津国际珠宝城	商务服务业；组织文化艺术交流活动；演出经纪服务；物业管理服务；家庭服务；装卸搬运服务（危险货物除外）；科学研究和技术服务业；信息传输、软件和信息技术服务业；电视剧、专题、综艺、动画等节目制作、发行（以广	2018 年 3 月-至今	CPS

			1 号楼-1-602	播电视节目制作经营许可证为准）；普通货运；货运代理；房地产经纪。（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	紫博蓝网络科技（北京）股份有限公司	2007/12/28	北京市东城区后永康胡同 17 号 101C 室	网络技术服务、技术开发、技术转让、技术咨询（中介除外）；设计、制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	2016 年 5 月-2020 年 5 月	CPD、CPC、CPT
	上海金钊文化传播有限公司	2018/12/18	上海市奉贤区海坤路 1 号 1 幢	文化艺术交流策划,设计、制作、代理、发布各类广告,从事网络科技、计算机科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让,电脑图文设计、制作,展览展示服务,会务服务,企业形象策划,市场信息咨询与调查(不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验),企业管理咨询,健康管理咨询,商务信息咨询,电子商务(不得从事金融业务),计算机、软件及辅助设备、电子产品、数码产品、电子元器件、日用百货、化妆品、一次性卫生用品的批发、零售。【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动。】		CPC
4	深圳栢讯灵动科技有限公司	2013/12/31	深圳市福田区沙头街道天安社区深南大道 6015 号本元大厦 7A03-1	一般经营项目是：电子产品的技术开发；计算机软硬件及周边产品的技术开发；国内贸易；信息咨询；网络技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；市场调研；企业管理咨询；企业形象策划；会议策划；投资咨询；从事广告业务；商标代理（不含专利业务）；游戏软件开发；经营进出口业务。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），许可经营项目是：增值电信业务；人才中介服务，人力资源，人力资源管理咨询。	2017 年 3 月-至今	CPS、CPC、CPT
5	北京云锐国际文化传媒有限公司	2014/12/04	北京市通州区榆西一街 1 号院 2 号楼 502	组织文化艺术交流活动(不含棋牌);设计、制作、代理、发布广告;计算机技术开发;技术咨询;企业策划;电脑图文设计、制作;会议服务;销售服装鞋帽、日用杂货、小饰品、工艺品(不含文物)、建筑材料、五金交电、办公用品、计算机软件及辅助设备;计算机系统服务;经济贸易咨询;软件设计与开发;计算机系统集成。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	2016 年 5 月-至今	CPC
	北京威怡传媒有限公司	2012/03/08	北京市通州区榆西一街 1 号院 2 号楼 5 层 502	电影摄制;技术开发、技术服务、技术转让;设计、制作、代理、发布广告;组织文化艺术交流活动(不含棋牌);企业策划;电脑图文设计、制作;会议服务;销售服装鞋帽、日用杂货、小饰品、珠宝、首饰、工艺品(不含文物)、建筑材料、五金交电;计算机系统服务;经济贸易咨询。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	2019 年 11 月-2019 年 12 月	
6	北京硕才广告有限公司	2017/3/7	北京市通州区新华西街 58 号院 3 号楼 8 层 808	设计、制作、代理、发布广告；企业管理咨询；企业策划；电脑图文设计；经济贸易咨询；技术咨询；技术推广；教育咨询；会议服务；承办展览展示；组织文化艺术交流活动；影视策划；文艺创作；组织、筹备、策划大型晚会活动；企业形象策划；零售计算机软件及辅助设备、电子产品、通讯设备、办公用品、家用电器、工艺品（不含文物）、服装鞋帽、箱包、皮革制品、钟表、眼镜、体育用品（不含弩）、珠宝首饰、化妆品；互联网信息服务；从事互联网文化活动；出版物零售。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；互联网信息服务、从事互联网文化活动、出版物零食以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本区产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	2019 年 3 月-至今	CPC、CPS
7	北京轩辕	2010/01/15	北京市朝阳区	设计、制作、代理、发布广告;技术推广服务;承办展览展	2019 年 7 月	CPC

	广告有限公司		朝阳路 85 号院 4 号楼四层 4A17 室	示活动;会议服务。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)	-至今	
8	天津亿玛科技有限公司	2011/12/27	天津滨海高新区梅苑路 5 号金座广场-2002	电子信息技术开发、咨询、服务、转让；广告。（以上经营范围涉及行业许可的凭许可证件，在有限期限内经营，国家有专项专营规定的按规定办理。）	2019 年 4 月-2020 年 4 月	CPC
9	北京积沙科技有限公司	2018/11/13	北京市昌平区发展路 8 号院 5 号楼 11 层 1102	技术开发、技术转让、技术咨询、技术推广、技术服务；软件开发；设计、制作、代理、发布广告。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	2019 年 9 月-至今	CPC
10	深圳市千玺信息科技有限公司	2019/04/23	深圳市福田区沙头街道天安社区泰然九路与泰然六路交汇处红松大厦 A 区 12D1	一般经营项目是:文化传播(不含许可经营项目);文化艺术咨询服务;软件开发;计算机技术开发,信息技术咨询服务;数字动漫制作;网上动漫服务; 从事广告业务。(法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外,限制的项目须取得许可后方可经营),许可经营项目是:文艺创作服务;网上读物服务;网上视频服务;互联网出版零售 ,增值电信业务。	2019 年 8 月-至今	CPC
11	北京细分映画文化传媒有限公司	2008/7/8	北京市北京经济技术开发区地盛北街 1 号院 43 号楼 2 层 206	组织文化艺术交流活动（不含演出）；技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；应用软件服务（不含医用软件）；计算机系统服务；会议服务；教育咨询（不含出国留学咨询及中介服务）；企业管理咨询；企业策划；市场调查；电脑动画设计；室内装饰设计；工艺美术设计；设计、制作、代理、发布广告；文艺创作；电脑图文设计、制作；承办展览展示活动；公共关系服务；销售工艺品。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	2020 年 4 月-至今	CPC
	北京中创网信信息发展有限公司	2015/8/12	北京市朝阳区红军营南路 15 号院 1 号楼-2 至 12 层 101 内 10 层 1001B 室	经济贸易咨询；技术推广服务；软件开发；计算机系统服务；销售电子产品、通讯设备；设计、制作、代理、发布广告；经营电信业务；互联网信息服务；从事互联网文化活动。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动、经营电信业务；互联网信息服务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	2019 年 12 月-2020 年 4 月	CPC
12	北京掌上经纬科技有限公司	2018/9/20	北京市海淀区知春路 6 号(锦秋国际大厦)20 层 A08-1	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发的产品；计算机系统服务；基础软件服务、应用软件服务；软件开发；软件咨询；产品设计；模型设计；包装装潢设计；教育咨询（中介服务除外）；经济贸易咨询；文化咨询；体育咨询；公共关系服务；会议服务；工艺美术设计；电脑动画设计；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；企业管理；企业管理咨询；健康管理、健康咨询（须经审批的诊疗活动除外）；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；文艺创作；承办展览展示活动；影视策划；翻译服务；自然科学研究与试验发展；工程和技术研究与试验发展；农业科学研究与试验发展；医学研究与试验发展；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.4 以上的云计算数据中心除外）；出租办公用房；出租商业用房；出版物零售；从事互联网文化活动；互联网信息服务；经营电信业务。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；出版物零售、从事互联网文化活动、互联网信息服务、经营电信业	2019 年 10 月-至今	CPC

				限制类项目的经营活动。）。		
	北京多转网络科技有限公司	2019/03/15	北京市海淀区马甸东路 19 号 5 层 611G	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；销售自行开发的产品；软件开发；组织文化艺术交流活动（不含营业性演出）；应用软件服务；计算机系统服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.4 以上的云计算数据中心除外）；经济贸易咨询；承办展览展示活动；基础软件服务；文艺创作；软件咨询；产品设计；模型设计；包装装潢设计；工艺美术设计；电脑动画设计；教育咨询（中介服务除外）；文化咨询；体育咨询；公共关系服务；会议服务；企业策划、设计；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；企业管理；企业管理咨询；健康管理（须经审批的诊疗活动除外）；健康咨询（须经审批的诊疗活动除外）；影视策划；翻译服务；自然科学研究与试验发展；工程和技术研究与试验发展；农业科学与试验发展；医学研究与试验发展；互联网信息服务；从事互联网文化活动。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；互联网信息服务、从事互联网文化活动以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）		CPC
	香港卓越传媒科技有限公司	**2020/4/22**	**Level 54, Hopewell Center, 183 Queen's Road East, Hong Kong**	**-**		**CPM**

报告期各期前五大供应商与发行人、发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员不存在关联关系，不存在前五大供应商及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方、持有公司5%以上股份的股东未在上述供应商中占有权益。

五、发行人的主要固定资产和无形资产

（一）固定资产

1、固定资产总体情况

公司为互联网企业，属于轻资产类型，固定资产主要为电子设备和办公家具，规模较小。截至 2020 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	减值准备	净值	成新率

电子设备及办公家具	228.24	149.73	-	78.51	34.40%

2、租赁房产情况

公司房屋租赁情况如下：

序号	承租方	出租方	房屋坐落	租赁面积（m^2）	租金	租赁期限	租赁用途
1	点众科技	北京市海淀区欣华农工商公司	北京市海淀区花园东路11号泰兴大厦3层302室（东升地区）	900	5.5元/平米/日	2018.8.29-2021.8.28	办公
2	点众科技	北京市海淀区欣华农工商公司	北京市海淀区花园东路11号泰兴大厦6层608、609室	314	5.5元/平米/日	2020.9.1-2021.08.30	办公
3	点众快看	北京市海淀区欣华农工商公司	北京市海淀区花园东路11号泰兴大厦3层318室（东升地区）	95	5.5元/平米/日	2018.8.29-2021.8.28	办公
4	中企瑞铭	北京市海淀区欣华农工商公司	北京市海淀区花园东路11号泰兴大厦3层316室（东升地区）	700	5.5元/平米/日	2018.8.29-2021.8.28	办公
5	霍尔果斯瑞铭	霍尔果斯市唐宫酒店有限公司	新疆伊犁州霍尔果斯市亚欧北路23号唐宫大酒店五楼501、502室	99.55	400元/平米/年	2020.7.11-2021.8.10	办公
6	每日趣阅	京津科技谷产业园有限公司	天津市武清区京津科技谷产业园和园道89号29栋701室-68（集中办公区）	300	无偿使用	2020.7.15-2022.7.14	办公
7	阅见天下	北京鑫心美物业管理有限公司	北京市海淀区六里屯回迁安置房五区底商5-2-84	30	27,810元/年	2020.7.16-2021.7.15	办公
8	阅见未来	浩瀚企诚（北京）企业管理咨询有限公司	北京市海淀区温泉镇温泉路84号临10号1251	30	17,600元/年	2020.6.11-2021.6.10	办公
9	点点阅	北京鑫心美物业管理有限公司	北京市海淀区六里屯回迁安置房五区底商5-2-25	60	27,810元/年	2020.7.21-2021.7.20	办公
10	中企瑞铭	济南市勘察测绘研究院	济南高新区舜华路2000号舜泰广场1号楼A座西区1102室	260	1.9元/平米/日	2020.9.1-2021.8.31	办公
11	卿读科技	北京市平谷区金海湖镇招商服务中心	北京市平谷区金海湖镇韩庄南大街111号-2036（集中办公区）	200	无偿使用	2020.9.29-2023.9.28	办公
12	金海品读	北京市平谷区金海湖镇招商服务中心	北京市平谷区金海湖镇韩庄南大街111号-2037（集中办公区）	200	无偿使用	2020.9.29-2023.9.28	办公

13	霍尔果斯点众	霍尔果斯瑞铭	新疆伊犁州霍尔果斯市亚欧北路23号唐宫大酒店五楼501、502室	50	无偿使用	2020.11.15-2021.11.14	办公

注：霍尔果斯瑞铭经原出租方霍尔果斯市唐宫酒店有限公司授权，将新疆伊犁州霍尔果斯市亚欧北路 23 号唐宫大酒店五楼 501、502 室的部分场地转租给霍尔果斯点众。

公司租赁的北京市海淀区欣华农工商公司及霍尔果斯市唐宫酒店有限公司的房屋已进行了备案。

公司所从事的业务对经营场所无特殊要求，如租赁房产因产权问题导致发行人或其子公司无法继续使用时，公司可以比较容易找到替代物业，且公司生产经营不涉及重型设备，比较容易搬迁。

公司的实际控制人陈瑞卿、何春虹承诺，如发行人及其子公司因房产到期无法续租、承租房产未取得产权证书受到损失的，由其承担补偿责任。

综上，公司租赁的相关房产未取得产权证书，或到期无法续租的情形不会对发行人的生产经营稳定性造成重大影响。

（二）无形资产

1、无形资产总体情况

公司的无形资产主要为买断版权和办公软件。截至 2020 年 6 月 30 日，公司无形资产情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计摊销	减值准备	净值
办公软件	300.03	199.09	-	100.94
买断版权	550.05	297.71	-	252.34
商标	40.57	2.37	-	38.20
合计	**890.65**	**499.16**	-	**391.48**

发行人的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。

2、专利

目前公司共计拥有 27 项专利，该等专利均未设立他项权利，具体情况如下：

序号	权利人	专利名称	专利类型	专利号	专利申请日	取得方式
1	发行人	一种处理翻页的方法和设备	发明专利	ZL201910253322.X	2019.3.29	原始取得
2	发行人	手机的听书图形用户界面	外观设计	ZL201930453076.3	2019.8.20	原始取得
3	发行人	手机的页面切换图形用户界面	外观设计	ZL201930453074.4	2019.8.20	原始取得
4	发行人	用于运行程序的手机图形界面（图书分类）	外观设计	ZL201930467611.0	2019.8.27	原始取得
5	发行人	显示运行界面的手机图形界面（个人中心）	外观设计	ZL201930467580.9	2019.8.27	原始取得
6	发行人	用于运行程序的手机图形界面（滑动批量购买）	外观设计	ZL201930467388.X	2019.8.27	原始取得
7	发行人	用于运行程序的手机图形界面（阅读进度奖励）	外观设计	ZL201930467365.9	2019.8.27	原始取得
8	发行人	手机的书架动态图形用户界面	外观设计	ZL201930471977.5	2019.8.29	原始取得
9	发行人	手机的读书图形用户界面	外观设计	ZL201930452622.1	2019.8.20	原始取得
10	发行人	带有充值排行榜动态的图形用户界面的手机	外观设计	ZL202030047015.X	2020.2.4	原始取得
11	发行人	用于电脑的图形用户界面（创建书籍）	外观设计	ZL202030040852.X	2020.1.20	原始取得
12	发行人	带有朗读定时图形用户界面的手机	外观设计	ZL202030041502.5	2020.1.20	原始取得
13	发行人	带有会员权益图形用户界面的手机	外观设计	ZL202030047022.X	2020.2.4	原始取得
14	发行人	用于运行程序图形用户界面的手机（走路送券）	外观设计	ZL202030047016.4	2020.2.4	原始取得
15	发行人	用于电脑的海外书籍详情图形用户界面	外观设计	ZL202030048002.4	2020.2.7	原始取得
16	发行人	带推荐书籍图形用户界面的手机	外观设计	ZL202030047999.1	2020.2.7	原始取得
17	发行人	带有个人中心图形用户界面的电脑	外观设计	ZL202030048005.8	2020.2.7	原始取得
18	发行人	带有海外书籍排行图形用户界面的电脑	外观设计	ZL202030048003.9	2020.2.7	原始取得
19	发行人	带有礼包领取的图形用户界面的手机	外观设计	ZL202030048004.3	2020.2.7	原始取得
20	发行人	带有书籍专题图形用户界面的手机	外观设计	ZL202030048767.8	2020.2.10	原始取得
21	发行人	带有章末页推荐图形用户界面的手机	外观设计	ZL202030048762.5	2020.2.10	原始取得
22	发行人	用于电脑的带有阅读器功能	外观设计	ZL202030048766.3	2020.2.10	原始取得
23	发行人	用于电脑的书籍阅读记录图形用户界面	外观设计	ZL202030048000.5	2020.2.7	原始取得

24	发行人	用于领取礼包图形用户界面的手机（新人礼包）	外观设计	ZL202030046995.1	2020.2.4	原始取得
25	发行人	用于手机的听书订购图形用户界面	外观设计	ZL202030047021.5	2020.2.4	原始取得
26	发行人	用于手机的阅读图形用户界面	外观设计	ZL202030047998.7	2020.2.7	原始取得
27	发行人	用户运行程序的手机图形界面（VIP 开通）	外观设计	ZL202030041500.6	2020.1.20	原始取得

3、商标情况

公司目前持有的中国大陆地区注册商标情况如下：

序号	商标	注册号	类别	取得方式	有效期	权利人
1		20529760	41	原始取得	2017.8.21-2027.8.20	点众科技
2		20530076	9	原始取得	2017.8.21-2027.8.20	点众科技
3	点众快看	20529145	41	原始取得	2017.8.21-2027.8.20	点众科技
4	点众快看	27000550	9	原始取得	2019.1.7-2029.1.6	点众科技
5	快看酱小说	25743583	9	原始取得	2018.8.21-2028.8.20	点众科技
6	快看小说	26991245	35	原始取得	2019.1.7-2029.1.6	点众科技

7		27007464	35	原始取得	2019.1.7-2029.1.6	点众科技
8	快看	27008552	35	原始取得	2019.1.7-2029.1.6	点众科技
9	点 众 DIANZHONG	5485447	9	受让取得	2019.6.28-2029.6.27	点众科技
10	点众快看	29449494	9	受让取得	2019.4.28-2029.4.27	点众科技
11		26993531	9	原始取得	2019.7.7-2029.7.6	点众科技
12	点众文学	35298902	41	原始取得	2019.8.14-2029.8.13	点众科技
13	点众阅读	35280949	41	原始取得	2019.9.7-2029.9.6	点众科技
14	点众文学	35269613	9	受让取得	2019.8.21-2029.8.20	点众科技
15	点众阅读	35262691	9	受让取得	2019.8.21-2029.8.20	点众科技
16		38406903	41	原始取得	2020.2.14-2030.2.13	点众科技
17		38406904	9	原始取得	2020.4.14-2030.4.13	点众科技

上述商标中，点众科技于 2017 年委托公司董事会秘书李湘控制的公司北京中概投资咨询有限公司购买“点众 DIANZHONG”商标（商标注册号：5485447），并依托该商标申请“点众快看”、“点众文学”和“点众阅读”的商标注册，具体情况参见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方及关联交易”之“（二）关联交易”。

4、计算机软件著作权情况

截至本招股说明书签署日，公司持有的主要计算机软件著作权情况如下：

序号	软件名称	著作权人	首次发表日期	取得方式	权利受限	登记号
1	快看小说手机阅读客户端软件[简称：快看小说]V1.2.6	点众科技	2014.1.20	原始取得	无	2014SR069163
2	“快看阅读”运营管理平台[简称：快看阅读] V1.0.0	中企瑞铭	2014.1.20	原始取得	无	2014SR112634
3	阅读平台精准营销系统软件 V1.0	点众科技	2014.2.19	原始取得	无	2015SR133497
4	“阅读分销”管理系统 V1.0.0	点众科技	2014.3.20	受让取得	无	2018SR436719
5	阅读书籍运营管理平台 V1.0	中企瑞铭	2014.3.26	原始取得	无	2015SR134107
6	手机阅读 WAP 系统 V1.0	中企瑞铭	2014.6.2	原始取得	无	2015SR134212
7	手机阅读 APP 软件 V1.0	中企瑞铭	2014.6.16	原始取得	无	2015SR133477
8	免费小说手机 APP 客户端软件 V1.0	点众科技	2014.11.3	原始取得	无	2015SR133502
9	Android 平台图书管理系统手机客户端软件 V1.0	点众科技	2014.11.19	原始取得	无	2015SR133389
10	3G网络学习平台手机阅读系统 V1.0	中企瑞铭	2014.12.18	原始取得	无	2015SR134114
11	手机客户端阅读软件与阅读平台通信软件V1.0	点众科技	2014.12.22	原始取得	无	2015SR133294
12	“免费小说大全”客户端软件 V1.0.0	点众科技	2015.3.10	受让取得	无	2018SR436727
13	点众充值系统 V1.0	点众科技	2015.11.21	原始取得	无	2017SR386079
14	中企CPS分销系统V1.0	中企瑞铭	2015.11.21	原始取得	无	2017SR386044
15	点众图书对接系统V1.0	点众科技	2015.12.24	原始取得	无	2017SR386159
16	小说大全客户端软件[简称：小说大全]V1.0.0	点众科技	2015.12.25	原始取得	无	2016SR096062
17	自有充值平台	点众科技	2016.2.22	原始取得	无	2016SR384123

	V1.0					
18	小说大全 Android 客户端软件[简称：小说大全]V1.0	点众科技	2016.7.22	原始取得	无	2016SR384115
19	快看阅读 H5 小说站软件[简称：快看阅读小说站]V1.0	点众科技	2016.8.20	原始取得	无	2016SR384129
20	快看阅读原创文学网站软件[简称：快看阅读原创]V1.0	中企瑞铭	2016.8.23	原始取得	无	2016SR384203
21	快看小说 iOS 客户端软件[简称：快看小说 iOS 版]V1.0	中企瑞铭	2016.10.26	原始取得	无	2016SR384138
22	“免费小说大全”客户端软件[简称：免费小说大全]V3.0.0	点众快看	2017.8.30	原始取得	无	2017SR501933
23	“点众免费小说”客户端软件[简称：点众免费小说]V1.0.0	霍尔果斯瑞铭	2018.8.8	原始取得	无	2018SR1044000
24	“点众免费阅读”客户端软件[简称：点众免费阅读]V1.0.0	中企瑞铭	2018.8.8	原始取得	无	2018SR1049287
25	“点众小说”客户端软件[简称：点众小说]V1.0.0	点众科技	2018.8.8	原始取得	无	2018SR1050911
26	“点众阅读”客户端软件[简称：点众阅读]V1.0.0	点众科技	2018.8.8	原始取得	无	2018SR1043487
27	“西瓜免费小说”客户端软件[简称：西瓜免费小说]V1.0.0	每日趣阅	2018.8.8	原始取得	无	2018SR651715
28	快看书城 H5 版软件 V1.1.5	霍尔果斯瑞铭	未发表	原始取得	无	2017SR055687
29	UP 用户画像系统 V1.0	点众科技	未发表	原始取得	无	2018SR017919
30	妈咪学园知识付费系统 V1.0	点众科技	未发表	原始取得	无	2018SR016006

31	文学内容审核平台 V1.0	中企瑞铭	未发表	原始取得	无	2018SR017914
32	母婴育儿在线系统 V1.0	点众科技	未发表	原始取得	无	2018SR016251
33	和书知识付费分享系统 V1.0	中企瑞铭	未发表	原始取得	无	2018SR015988
34	内容对外输出平台 V3.5	中企瑞铭	2018.6.13	原始取得	无	2019SR0352913
35	读书飘香平台 V1.0	中企瑞铭	2018.8.13	原始取得	无	2019SR0391422
36	趣阅平台 V1.0	点众科技	2018.9.12	原始取得	无	2019SR0368853
37	微信内容分销系统 V1.0	点众科技	2018.10.25	原始取得	无	2019SR0365084
38	数据监控系统 V1.0	点众科技	2018.10.25	原始取得	无	2019SR0368852
39	内容审核预处理系统 V1.0	中企瑞铭	2018.10.25	原始取得	无	2019SR0371467
40	自动化运维平台 V1.0	中企瑞铭	2018.10.31	原始取得	无	2019SR0373716
41	点众阅读软件 V1.0.0	阅见未来	2019.6.30	原始取得	无	2019SR0721315
42	小说阅读吧-精选版软件 3.9.2.3063	阅见天下	2019.9.18	原始取得	无	2019SR1044257
43	“小说大全”软件 V1.0.0	点众快看	2019.9.20	原始取得	无	2019SR1314981
44	小说大全软件 V1.0.0.3065	每日趣阅	2019.9.20	原始取得	无	2019SR1082602
45	西瓜小说 app V1.0	每日趣阅	2019.10.16	原始取得	无	2019SR1388473
46	小说全集 APP V1.0	阅见天下	2019.11.2	原始取得	无	2019SR1388479
47	松鼠阅读软件[简称：松鼠阅读]V1.0	阅见未来	2020.6.16	原始取得	无	2020SR0658019
48	书多多软件[简称：书多多]V1.0	阅见天下	2020.6.16	原始取得	无	2020SR0658012
49	书多多小说软件[简称：书多多小说]V1.0	霍尔果斯瑞铭	2020.07.28	原始取得	无	2020SR0869607

注：“免费小说大全”客户端软件 V1.0.0、“阅读分销”管理系统 V1.0.0 系发行人早期计划通过檀铭咨询开展相关业务时注册办理。后因檀铭咨询未实际开展相关业务，檀铭咨询于 2018 年 4 月 17 日将前述两项软件著作权无偿转让给点众科技。

5、作品著作权情况

截至本招股说明书签署日，公司持有的作品著作权情况如下：

序号	作品名称	登记号	著作权人	登记日期	作品类别	取得方式
1	《点点》	国作登字-2016-F-00280564	点众科技	2016.6.13	美术作品	原始取得
2	《看看》	国作登字-2016-F-00339853	中企瑞铭	2016.12.16	美术作品	原始取得

6、域名情况

截至本招股说明书签署日，公司的主要域名情况如下：

序号	域名	域名持有者	备案号	到期时间
1	dianzhong.com	点众科技	京 ICP 备 16016315 号-46	2027-09-19
2	kkyd.cn	点众科技	京 ICP 备 16016315 号-1	2024-01-21
3	ssread.cn	点众科技	京 ICP 备 16016315 号-20	2024-12-26
4	dianzhongkeji.com	点众科技	京 ICP 备 16016315 号-3	2024-12-16
5	ishugui.com	中企瑞铭	京 ICP 备 11047268 号-4	2027-12-05
6	zuanqianyi.com	点众科技	京 ICP 备 16016315 号-45	2025-03-05
7	zqbkj.cn	点众快看	京 ICP 备 17057640 号-49	2022-03-26

（三）特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司不存在特许经营权许可情况。

（四）公司拥有的相关资质

序号	公司名称	资质名称	有效期至	证书编号	颁发机构
1	点众科技	《出版物经营许可证》	2022.04.30	新出发京零字第海 160119 号	北京市海淀区文化委员会
2	点众科技	《网络文化经营许可证》	2023.11.27	京网文[2020]3624-642号	北京市文化和旅游局
3	点众科技	《网络出版服务许可证》	2021.11.28	（署）网出证（京）字第 027 号	国家新闻出版署
4	点众科技	《增值电信业务经营许可证》	2022.6.20	京 B2-20120131	北京市通信管理局
5	点众科技	《增值电信业务经	2021.12.13.	京 ICP 证 111019 号	北京市通信管理局

		营许可证》			
6	点众科技	《电子出版物制作许可证》	2021.5.9	京第 0023 号	北京市新闻出版局
7	点众科技	《高新技术企业证书》	2021.10.30	GR201811004285	北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局
8	点众科技	《中关村高新技术企业》	2021.3.21	20192010137701	中关村科技园区管理委员会
9	中企瑞铭	《网络出版服务许可证》	2025.9.8	（署）网出证（京）字第 304 号	国家新闻出版署
10	中企瑞铭	《网络文化经营许可证》	2022.5.5	京网文〔2019〕3013-291 号	北京市文化和旅游局
11	中企瑞铭	《电信与信息服务业务经营许可证》	2021.11.28	京 ICP 证 111073 号	北京市通信管理局
12	中企瑞铭	《出版物经营许可证》	2022.4.30	新出发京零字第海 190025 号	北京市海淀区文化委员会
13	中企瑞铭	《高新技术企业证书》	2021.10.30	GR201811004571	北京市科学技术委员会、北京市财政局、国家税务总局北京市税务局
14	每日趣阅	《网络文化经营许可证》	2022.3.08	津文执网文〔2019〕1324-017 号	天津市文化和旅游局
15	每日趣阅	《增值电信业务经营许可证》	2024.8.27	津 B2-20190069	天津市通信管理局
16	点众快看	《网络文化经营许可证》	2021.11.27	京网文〔2018〕11043-991 号	北京市文化和旅游局
17	每日趣阅	《广播电视节目制作经营许可证》	2021.03.31	（津）字第 1360 号	天津市广播电视局
18	点众快看	《增值电信业务经营许可证》	2024.11.6	京 B2-20192355	北京市通信管理局
19	北京点点阅	《增值电信业务经营许可证》	2024.12.4	京 B2-20192655	北京市通信管理局
20	阅见未来	《网络文化经营许可证》	2022.11.10	京网文[2019]5389-619 号	北京市文化和旅游局
21	阅见未来	《增值电信业务经营许可证》	2024.12.4	京 B2-20192593	北京市通信管理局
22	阅见天下	《网络文化经营许可证》	2022.12.26	京网文[2019]6122-729 号	北京市文化和旅游局
23	阅见天下	《增值电信业务经营许可证》	2024.12.4	京 B2-20192652	北京市通信管理局

发行人在报告期内持续具备从事各类业务所必要的业务资质，已取得生产经营各个环节必需的审批、备案、认证等事项，不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或者存在到期无法延续的风险。

六、技术水平及研发情况

（一）主要核心技术

公司通过多年的经营和持续的研发投入，已经掌握了一系列成熟的核心技术，并运用在公司的主营业务和产品中。主要核心技术情况如下：

序号	技术名称	技术用途	技术特点	技术来源	技术水平
1	客户端插件化	完成产品逻辑的热更新，实现用户在不更新客户端的情况下即可体验新的产品功能。应用场景较多，例如 A/B 测试、运营动态开关。	1、独立研发的轻量级插件，大小仅有 200kb，在国内属于领先水平； 2、插件更新速度快，更新过程用户无感知，节省网络流量； 3、适配性良好，生效及时。	原始创新	行业先进
2	创作平台在线编辑系统	面向签约作者和编辑，提供可视化的集内容创作、编辑、发布、管理等功能。支持自动保存草稿，定时发布等。	1、良好的多端适配性，同时适配 PC 和移动端，便于使用者在移动端编辑； 2、多级内容管理能力，便于专业编辑团队做内容的审查，严格把控内容安全性。	原始创新	行业先进
3	排版引擎技术	在 APP 里面展现优质的排版效果，支持 txt，epub 等格式。	1、基于内存渲染的数据预处理流程，增加排版引擎的流畅性能； 2、支持 txt，epub 等不同内容格式的渲染。	原始创新	行业先进
4	翻页效果	在移动阅读 APP 里支持良好优质的仿真翻页及适配效果。	1、自主研发基于 3D 效果的翻页，完全模拟真实书籍的翻页效果； 2、对于翻页效果的细节处理，包括阴影，翻页手势追随等都契合真实场景。	原始创新	行业先进
5	移动阅读 APP 自动路由	由于不同地区用户网络质量不同，访问速度亦不同。移动阅读 APP 自动路由系统，给不同地区的用户分配访问速度最快的入口，让用户能够流畅的使用产品。	1、实时性，实现移动阅读 APP 实时动态选择访问入口； 2、代码侵入性低，对逻辑代码无侵入，可以实现无缝对接。	原始创新	行业先进

6	CDN 降级	避免 CDN 故障导致用户无法正常阅读。	1、被动触发，无需主动监测； 2、故障触发动态切换，用户无感知。	原始创新	行业先进
7	服务异常监控系统	能够实时监控众多服务集群的状态，提前发现问题，以保证线上服务的稳定性和安全性。	1、实现实时监控。服务异常发生后，系统可在毫秒内做出反应； 2、该服务侵入性低，不影响服务本身性能； 3、准确度高，可实现 99.9%的准确度。	原始创新	行业先进
8	接口高防系统	业务攻击和流量攻击会给线上服务带来不可估量的损失。接口高防系统能有效预防业务攻击和流量攻击。保障线上服务的安全性。	1、流量入口控制，不让异常流量进入后端； 2、多维度的风险控制，包括对高频和非法用户的限制访问。	原始创新	行业先进
9	移动阅读 APP 组件化	移动阅读 APP 开发涉及到多个团队的协作，该技术一定程度上提高不同 team 共同协作开发的效率。	1、采用消息机制，降低组件之间的耦合； 2、代码重复度低，自动检测重复代码； 3、组件之间交互清晰，组件内部对外透明，提高代码安全性。	原始创新	行业先进
10	内容审核系统	为了给用户提供高质量的数字内容，需要对入库的内容做充分的审核。人工审核有一定的疏漏和不及时性。该技术利用机器辅助人工审核的方式，能够更快速高效的发现数字内容的问题，并提高人工审核的效率。	1、高效性； 2、准确性； 3、覆盖全； 4、安全性高。	原始创新	行业先进
11	个性化推荐系统	为了满足不同用户的阅读偏好，该技术通过对用户阅读行为的分析，结合数字内容的标签体系，对用户进行分层，向其推荐其偏好的内容。	1、准确性，实现精准定位用户； 2、动态控制，实现对用户行为权重动态调整，并结合系统反馈，实施调整推荐策略。	原始创新	行业先进
12	数据仓库	数据仓库便于分析业务数据，为日常业务决策提供数据支撑。	1、将各业务线数据进行数据清洗； 2、多维度的业务数据整合； 3、实现高效的数据查询。	原始创新	行业先进
13	异地双活数据中心	为了确保后台服务能够不间断提供服务，降	1、网络链路预警。实现对现用平台所在网络的实时监控，出现异常实时报警通知；	原始创新	行业先进

		低单点风险，确保产品能力的持续提供。	2、自动切换。骨干网络异常时，快速切换至备用网络节点，确保业务正常使用。		
14	内容引入系统	发行人从多家 CP 引入数字内容，不同 CP 提供的 API 接口存在差异，通过内容引入系统技术创新，实现新 CP 通过配置在一分钟内接入平台，提升接入效率。	1、满足不同 CP 接口定义规则； 2、通过 json 配置方式，灵活支撑不同 API 对接； 3、可通过配置的方式实现 CP 内容增量、全量更新，提升更新时效性。	原始创新	行业先进
15	投放归因系统	发行人可以通过此系统组件化的方式实现与各媒体平台的对接，进而实现新增媒体接入后无需进行开发即可统一投放配置策略，降低投放人员配置复杂度。	1、自定义投放平台对接标准； 2、可适配不同媒体投放平台 API 接口； 3、简化投放回传机制。	原始创新	行业先进
16	oCPC 系统	一种智能投放模式，基于发行人回传的转化数据，智能调整投放单价，实现更好的投放效果和转订率。 另外，提升用户使用体验，追溯用户来源，用户激活后自动根据用户来源展示内容。	1、提升投放转定率； 2、提升用户体验。	原始创新	行业先进
17	智能决策系统	为了满足业务精细化运营，该技术可以实现大规模离线计算、实时计算等，智能高效分析用户行为，数据辅助业务决策。	1、自主研发数据统计 SDK，实现多终端产品覆盖； 2、AI 智能数据调度系统，实现资源智能分配高效利用； 3、BI 数据平台，实现报表开发高效智能。	原始创新	行业先进
18	自动化打包系统	为了满足业务需要针对不同渠道或者应用市场要求，开发的可实现手机 APK 软件自动化定制打包的系统。	1、将应用内的独立功能封装成单独模块； 2、根据不同渠道或应用市场的要求，选择对应的模块进行自动打包。	自主创新	行业先进
19	业务决策多维分析系统	为了满足业务对于投放分析、产品分析的高效要求，开发多维分析	1、基于业务思路，重构数据模块与维度关系库； 2、根据维度任意组合切换对业务实施进行分析，秒级的发现各个维度中的数据问题。	自主创新	行业先进

		系统			

（二）主要技术储备和研发项目

序号	项目	研发目标	进展状态
1	客户端插件化	完成产品逻辑的热更新，实现用户在不更新客户端的情况下即可体验新的产品功能。应用场景较多，例如A/B 测试、运营动态开关。	已上线，后续迭代中
2	创作平台在线编辑系统	面向签约作者和编辑，提供可视化的集内容创作、编辑、发布、管理等功能。支持自动保存草稿，定时发布等。	已上线，后续迭代中
3	排版引擎技术	在 APP 里面展现优质的排版效果，支持 txt，epub 等格式。	已上线，后续迭代中
4	个性化推荐系统	为了满足不同用户的阅读偏好，该技术通过对用户阅读行为的分析，结合数字内容的标签体系，对用户进行分层，向其推荐其偏好的内容。	已上线，后续迭代中
5	大数据营销后台	准实时多维度提供数据指标。包括不同产品线，不同渠道，不同版本的细化数据。	已上线，后续迭代中
6	服务质量监控系统	实时监控服务质量，发现潜在的风险，为线上不间断提供服务保驾护航。	已上线，后续迭代中
7	搜索系统	即搜即用，满足用户搜索需求，并且根据用户的搜索行为，反哺搜索引擎的结果排序。进而提高用户的搜索体验。	已上线，后续迭代中
8	微服务系统	区别于传统的 web 服务，微服务旨在做模块化服务，能够大幅提升开发迭代效率，降低逻辑耦合，有效提升后台服务的稳定性。	已上线，后续迭代中
9	机房的异地双活	为了确保后台服务能够不间断提供服务，降低单点风险，确保产品能力的持续提供。特别启动双机房建设方案，双机房互为备份，能够同时提供服务能力。确保正常经营活动。	已上线，后续迭代中
10	投放用户决策系统	为保证投放质量、提升用户整体转定订率。公司自研投放用户决策系统，根据已有用户特征定向分析识别潜在高质量用户通过对已有用户进行画像，分析高质量潜在用户，并与媒体 RTA（Realtime API）对接，实现对投放效果的干预。	已上线，后续迭代中
11	大数据分析系统	根据用户行为，多维度进行分析，总结规律，驱动业务增长。	已上线，后续迭代中
12	前端业务容器化	为了在业务线用户量快速增长、web 服务器负载增高时服务器动态自动扩容，减少因用户突增带来的服务器压力，在业务量下降阶段自动缩减服务器配置，降低服务器成本。对 web 层使用 Kubernetes 容器技术，实现快速运维及动态调整服务器数量。	技术储备及调研阶段

13	点众智投系统	点众智能投放系统服务于推广团队，该平台采用大数据流式计算技术，能够实时计算输出渠道、计划等维度 ROI（投入产出比），帮助其在投放过程中快速决策，显著提升工作效率。	已上线，后续迭代中

（三）研发费用构成及占比

公司内部研发费用根据产品项目进行归集，全部计入研发费用，不存在资本化的情形。报告期内，公司研发费用分别为 2,184.02 万元、3,208.11 万元、3,614.66 万元和 2,667.60 万元。研发项目均与公司主营业务有关。

报告期内，公司研发费用构成及占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
职工薪酬	2,370.21	3,314.27	2,938.48	2,013.19
房租水电费	92.98	175.86	180.12	128.17
测试费	66.17	23.26	31.30	22.48
交通差旅费	10.08	24.46	27.93	1.51
折旧摊销费	14.92	33.34	21.56	15.09
福利费	4.11	8.94	4.18	1.11
其他	109.13	34.52	4.54	2.46
合计	**2,667.60**	**3,614.66**	**3,208.11**	**2,184.02**
营业收入	85,786.09	92,333.81	50,642.76	32,164.45
占营业收入的比例	3.11%	3.91%	6.33%	6.79%

（四）技术研发人员情况

1、公司技术及研发人员比重

报告期内，公司技术人员保持稳定，研发人员数量逐年增长，符合公司业务规模及技术研发需求。公司研发人员情况如下：

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
研发人员数量（人）	138	125	94	79
公司员工总数（人）	330	288	214	152
占员工总数比例	41.82%	43.40%	43.93%	51.97%

2、主要研发人员具体情况

发行人主要研发人员均在移动互联网行业从业多年，具备丰富的行业经验，其基本情况如下：

姓名	职务	专业背景及对公司研发的贡献
胡泽新	首席技术官、副总经理	公司CTO胡泽新先生拥有10年以上移动互联网技术开发管理工作经历，曾领导技术团队多次攻克手机导航类、移动阅读类、移动游戏类等移动产品的技术难关，并在高并发架构设计、分布式服务以及大数据领域有较深的研究。加入点众科技前，就职于百度移信网络技术（北京）有限公司，任产品技术副总监，负责百度游戏相关项目。加入点众科技后，以提升服务稳定性、提升工程效率、快速支撑业务需求为导向，带领团队打造了以分布式服务、大数据平台、工具平台为主的业务支撑系统。
杜艳超	职工监事、产品副总监	在移动阅读、O2O、在线教育领域拥有10年以上产品研发工作经历，积累了丰富的商业产品规划、用户研究、项目管理、数据挖掘与分析以及移动互联网产品开发运营推广经验。具有主持移动互联网产品设计开发的工作经历。加入点众科技后，致力于产品创新、精准营销探索等工作，完成了咪咕书库阅读业务向自有书库阅读业务切换过渡、快看阅读H5网站建设的产品设计工作。
郑良坤	监事、安卓客户端总监	加入点众科技后主导研发了公司动态组件加载平台，此平台丰富了错误日志，实现对问题的快速定位、解决；实现了秒级热更新；具备高汇聚，低耦合的特点。该平台抽取内部独立的核心业务模块，为扩展业务需求提供稳定支持，同时，该平台为公司发展初期快速迭代以及后续持续变更的业务需求提供稳定支持。
梁宝亮	监事、研发经理	加入点众科技后主导公司大数据平台、数据仓库、推荐系统、BI系统的架构、研发及运维。大数据平台具有海量数据收集及存储能力；数据仓库提升了数据挖掘分析人员的开发分析效率；推荐系统为用户提供智能个性化推荐，提升用户相关业务指标转化；BI系统有力支撑了产品和运营等部门的工作及业务决策；自动化BI展现平台的研发有效地提升了研发质量和效率。
李忠忠	职工监事、安卓开发工程师	加入点众科技后主导使用底层技术实现跨平台阅读器核心算法，并通过OpenGL实现了包括3D仿真翻页在内的各种翻页交互。通过精确算法，制定每种翻页的标准，实现生动逼真的翻页效果，降低动画带来的内存和运算损耗，且具有良好的适配性。并在文档识别以及数字内容的精致排版方面形成了核心技术优势，研发了动态组件技术，实现客户端的即时更新，通过组件化方案完成客户端的技术架构。
胡波	运营总监	拥有13年互联网内容产品运营经验，曾先后担任中国移动手机报内容主编和中国移动无线门户“移动梦网”运营经理，负责日常内容生产和运营，主导建立产品内容运营机制，有力支撑中国移动运营商增值业务。加入

		点众科技后，负责移动阅读 APP 产品和内容运营，建立产品运营规范和内容运营体系，主导内容版权库的建设和完善。

3、最近两年核心技术人员变动情况

近两年，随着公司规模发展，公司核心技术人员不断增加。截至本招股说明书签署之日，公司的核心技术人员为胡泽新、杜艳超、郑良坤、梁宝亮、李忠忠、胡波。公司核心技术人员具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（四）核心技术人员”。近两年公司核心技术人员未发生重大变动。

4、对核心技术人员的约束激励措施

公司核心技术人员均通过万卷书城间接持有发行人股份，此外核心技术人员适用于公司的绩效考核和激励制度。公司核心技术人员持有的股权有禁售期限制，并与公司签订了竞业禁止协议、保密协议。

（五）技术创新机制

创新是知识经济的本质，技术创新则是企业高科技发展的生命。快速更迭的移动设备、日益增长的用户需求，都对公司的产品创新能力不断提出新的挑战。为了保持点众快看阅读平台行业领先地位，公司在机构设置、技术创新机制方面作如下安排：

一方面，在公司组织架构中设立独立研发中心，保证研发工作的独立进行。研发中心由公司首席技术官胡泽新负责，下设产品部、技术部和创新事业部分别负责产品、技术以及创新业务的研发。

另一方面，为了鼓励技术创新，公司建立了良好的创新机制。主要体现为创新研发的攻关机制、前沿技术的研究及应用、有效的评估激励机制。

（1）创新研发的攻关机制：公司研发人员结合公司业务实际情况，从技术角度深入思考，攻克公司运营中遇到的技术难点和关键点，保证公司技术的持续创新能力。

（2）重视对前沿技术的研究及应用：不断学习可以提升研发工程效率、提

升版本迭代速度、提升服务的稳定性等的前沿技术，结合公司业务，思考该技术在公司阅读平台的落地方案，实现点众快看平台的持续迭代更新，形成技术优势。

（3）建立有效的创新评估激励机制：公司建立对技术创新结果可量化的考核指标，实现对创新过程的监督和对创新效果的跟踪评价。评估过程由业务部门和技术委员会共同决策，确保评估的客观性及激励的有效性。

七、发行人的境外经营及境外资产情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 1 家境外子公司点众新加坡，点众新加坡主要负责开展发行人的境外数字阅读业务，点众新加坡的具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发行人控股及参股公司情况”。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会等机构和人员的运行及履行情况

（一）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

发行人改制为股份公司以来，完善了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间的相互协调和相互制衡机制，为发行人高效经营提供了制度保证。

发行人根据《公司法》、《证券法》和其他有关规定建立了法人治理结构，制定和完善了《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》、《董事会审计委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》、《董事会战略委员会工作细则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《募集资金管理办法》及《投资决策管理办法》。发行人还聘请了三名专业人士担任了公司独立董事，参与决策和监督，进一步完善了公司的治理结构。

（二）报告期内发行人股东大会、董事会、监事会的实际运行情况

发行人根据《公司法》、《证券法》等相关法律、法规的要求，建立了规范的股东大会、董事会和监事会等内部治理结构。股东大会、董事会、监事会依据制度规定规范运行，各股东、董事、监事和高级管理人员尽职尽责，按制度规定切实地行使权力、履行义务。

1、股东大会的实际运行情况

股东大会是公司的权力机构。2015 年 9 月 23 日，公司召开了股份公司创立大会暨第一次股东大会，选举产生了公司第一届董事会和第一届监事会，并审议通过了《公司章程》。公司根据《公司法》等法律、法规的规定，制定了《股东大会议事规则》，对公司股东大会的权利、召开的程序、议案、表决等内容进行

了规定。

截至本招股说明书签署日，公司先后召开了 24 次股东大会，上述会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范，对本公司董事、监事的选举，财务预决算，利润分配，《公司章程》及其他主要管理制度的制定和修改，首次公开发行股票的决策和募集资金投向等重大事宜做出了有效决议。

2、董事会的实际运行情况

公司董事会是股东大会的执行机构，对股东大会负责。公司制定了《董事会议事规则》，董事会规范运行。公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。

2015 年 9 月 23 日，公司召开了股份公司创立大会，选举产生了公司第一届董事会；2017 年 11 月 6 日，公司召开 2017 年第五次临时股东大会改选了部分董事并选聘了独立董事；2018 年 9 月 21 日召开 2018 年第二次临时股东大会，选举产生第二届董事会。

截至本招股说明书签署日，公司董事会成立以来累计召开了 28 次董事会，董事出席会议的情况符合公司章程和董事会议事规则规定，公司董事对聘任高级管理人员、设置内部组织机构、制度建设等进行审议。历次会议在召集方式、议事程序、表决方式和决议内容等方面均符合有关法律、法规和《公司章程》的规定。

3、监事会的实际运行情况

公司监事会是公司内部的监督机构，对股东大会负责。2015 年 9 月 23 日，公司召开了股份公司创立大会，会议选举的股东代表监事与职工代表监事共同组成公司第一届监事会。公司制定了《监事会议事规则》，监事会规范运行。公司监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利和履行自己的义务。

截至本招股说明书签署日，公司监事会成立以来共召开 15 次监事会会议，

且公司历次监事会严格按照《公司章程》规定的职权范围对公司重大事项进行了审议监督，会议通知方式、召开方式、表决方式符合相关规定，会议记录完整规范。

（三）独立董事出席董事会等履职情况

2017 年 11 月 6 日，公司召开 2017 年第五次临时股东大会，会议选举范志伟、宋建武、张一弛为公司独立董事。2018 年 9 月 21 日，公司召开 2018 年第二次临时股东大会，会议换届选举范志伟、宋建武、张一弛为公司独立董事。

发行人独立董事自任职以来，依据《公司章程》、《独立董事工作制度》等要求参与了公司决策，发挥了在财务、法律及战略决策等方面的专业特长，按照有关规定发表了独立意见，维护了全体股东的利益。

（四）董事会秘书的履职情况

公司董事会秘书承担法律、行政法规以及公司章程对公司高级管理人员所要求的义务，也享有相应的工作职权，对提升公司治理和促进公司运作规范有着重要作用。

公司董事会秘书自任职以来，按照《公司章程》、《董事会秘书工作细则》的相关规定开展工作，依法筹备了公司历次董事会会议及股东大会会议，并按规定为股东及董事提供会议通知及会议材料等相关文件，确保了公司董事会和股东大会的依法召开。公司董事会秘书在任职期间忠实勤勉地履行了其职责。

（五）专门委员会的人员构成及运行情况

1、审计委员会的设置及运行情况

经 2017 年 11 月 6 日召开的第一届董事会第十四次会议审议，公司设立董事会审计委员会，主要负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作。

根据《审计委员会工作细则》，发行人审计委员会由三名公司董事组成，其中独立董事两名，审计委员会全部成员均须具有能够胜任审计委员会工作职责的

专业知识和商业经验。审计委员会委员由董事长、二分之一以上独立董事或者全体董事的三分之一以上提名，并由董事会选举产生。审计委员会设召集人一名，须由独立董事委员担任，负责主持委员会工作。审计委员会委员任期与董事任期一致。委员任期届满后，可以连选连任。期间如有委员不再担任公司董事职务或应当具有独立董事身份的委员不再具备《公司章程》所规定的独立性，自动失去委员资格，并由董事会根据《审计委员会工作细则》补足委员人数。

经 2018 年 9 月 25 日第二届董事会第一次会议审议，公司现任审计委员会委员由范志伟、李湘、张一弛组成。其中，范志伟和张一弛为独立董事，范志伟担任主任委员（召集人）。

本公司审计委员会设立以来运行情况正常，自设立以来，审计委员会共召开了 **7** 次会议，主要审议通过公司年度报告、聘任会计师事务所为审计机构等议案。

2、战略委员会的设置及运行情况

2017 年 10 月 22 日，公司召开第一届董事会第十三次会议，制定了《董事会战略委员会工作细则》。经 2017 年 11 月 6 日召开的第一届董事会第十四次会议审议，公司设立战略委员会，推举陈瑞卿、张一弛、宋建武为董事会战略委员会的委员，陈瑞卿为战略委员会的召集人。

董事会战略委员会设立之后，严格按照有关法律、法规、《公司章程》和《董事会战略委员会工作细则》等规定开展工作并履行其职责。

3、提名委员会的设置及运行情况

2017 年 10 月 22 日，公司召开第一届董事会第十三次会议，制定了《董事会提名委员会工作细则》。经 2017 年 11 月 6 日召开的第一届董事会第十四次会议审议，推举张一弛、宋建武、胡志华为董事会提名委员会的委员，张一弛为提名委员会的召集人。

董事会提名委员会设立之后，严格按照有关法律、《公司章程》和《董事会提名委员会工作细则》等规定开展工作并履行其职责。

4、薪酬与考核委员会的设置及运行情况

2017 年 10 月 22 日，公司召开第一届董事会第十三次会议，制定了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》。经 2017 年 11 月 6 日召开的第一届董事会第十四次会议审议，推举范志伟、李湘、宋建武为董事会薪酬与考核委员会的委员，范志伟为薪酬与考核委员会的召集人。

董事会薪酬与考核委员会设立之后，严格按照有关法律、《公司章程》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》等规定开展工作并履行其职责。

二、特别表决权股份或类似安排的情况

发行人不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

三、协议控制架构的情况

发行人不存在协议控制架构的情况。

四、发行人内部控制情况

（一）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

公司管理层结合公司内部控制相关制度和评价办法，在内部控制日常监督和专项监督测评的基础上，对截至 2020 年 6 月 30 日内部控制的有效性进行了自我评价，发行人管理层确认：

“本公司已制定的内部控制的相关规章制度，符合国家有关法规和证券监管部门的要求。内部控制的制定基于公司特点，保证了内控制度符合公司业务管理的需要，对经营风险起到了有效的控制作用。同时，公司各项制度的有效执行，确保了公司各项经营活动的有序开展，保证了公司发展战略的实施和经营目标的

实现；能够确保公司会计资料的真实性、合法性、完整性，保证公司财产的安全、完整；能够真实、准确、完整、及时地完成信息披露，保证公开、公平、公正地对待所有投资者，切实保证公司和投资者的利益。目前公司的内控制度较为完整、合理并能得到有效执行，较好地满足了公司经营管理和业务发展的需要。”

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

大华会计师事务所对公司内部控制制度进行审核，并出具了大华核字[2020]007382 号《内部控制鉴证报告》，认为：“点众科技已经按照《内部会计控制规范-基本规范（试行）》和相关规定于 2020 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

（三）关于发行人及相关人员银行账户资金流水的核查

保荐机构及发行人会计师对发行人和关联自然人（包括实际控制人、董事、监事、高级管理人员、主要财务人员及其近亲属）报告期的银行流水进行了核查，核查情况如下：

1、发行人流水核查情况

对于发行人报告期内的流水，保荐机构及发行人会计师执行了如下核查程序：

（1）查阅发行人及其子公司的银行账户资料，获取了各主体的银行开户清单，并获取了开户清单所列示银行账户在报告期内的银行流水；

（2）对上述银行账户进行函证并查阅相关银行账户余额调节表，确认相关金额的真实、准确；

（3）对自开户银行取得的银行流水与自发行人处取得的银行日记账和现金日记账进行交叉比对，确认银行流水、银行日记账、现金日记账具有一致性；

（4）对交易额在 5 万元以上的交易记录进行核查，了解相关交易背景及合理性；

（5）重点核查了与关联方的交易记录（不论金额大小），了解相关交易背景及合理性；

（6）查阅了发行人的《资金管理制度》、《票据管理制度》、《现金管理制度》、《银行存款管理制度》等，了解发行人相关的授权、审批情况。

2、关联自然人流水核查情况

对于关联自然人报告期内的流水，保荐机构及发行人会计师执行了如下核查程序：

（1）获取了发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管及其近亲属的银行账户流水，以及运营支撑服务主要经办人员的银行流水；

（2）对交易额在 5 万元以上的交易记录进行核查，了解并核查相关交易背景及合理性；

（3）重点核查了交易对手方为发行人及其子公司的交易流水，了解相关交易背景及合理性；重点关注交易对手方是否存在发行人主要客户、供应商及其关联方（包括供应商实际控制人以及根据公开信息查询获取的供应商股东、董监高等）的情况（不论金额大小）。

经核查，保荐机构和发行人会计师认为，发行人和相关自然人银行流水整体不存在异常情况，不存在相关自然人代发行人支付成本费用的情况，发行人不存在体外支付或体外循环的情况。

3、发行人实际控制人大额资金往来核查情况

（1）中介机构对实际控制人银行流水的核查过程

对于个人流水，因中介机构无法获取完整的个人账户清单，由相关自然人主动提供相关账户流水，在中介机构核查过程中，如果发现相关个人与其持有的其他账户有资金往来，且该账户未在其主动提供范围内，则要求其补充提供，此外，相关个人出具承诺已提供余额和发生额在 5 万元以上的流水，此外，对于发现的异常交易有相关个人解释原因并签字确认，对于其中部分因购房而发生的交易，获取了房产证或相关购房协议。

在督导组现场督导期间，根据要求，实际控制人在保荐机构陪同下，前往中国工商银行，中国农业银行，中国银行，中国建设银行，交通银行，中国邮政储蓄银行，招商银行，光大银行，北京银行，中信银行，民生银行，兴业银行共计 12 家银行查询个人账户清单，如发现此前未提供的流水，则补充提供。根据补充核查情况，补充提供的账户基本均为常年不使用的银行账户，且相关账户不存在异常流水情况，补充核查的银行流水对于保荐机构前期发表的核查结论不构成影响。

（2）实际控制人的大额资金往来情况

经对报告期内实际控制人陈瑞卿和何春虹的个人流水梳理，对于二人与其他自然人的资金往来均有合理解释，对于资金流出，主要有下述情况：①部分亲属、朋友、员工因购置房产或资金周转需要，实际控制人向其借出资金，相关人员之后进行了全额还款，截至目前，收支相抵；②部分亲属、朋友、员工因购置房产或资金周转需要，实际控制人向其借出资金，相关人员之后进行了部分还款或完全未还款，截至目前，尚有部分借出资金未收回；③因特定原因，如出境游等个人支出原因发生的资金支出，该类支出不存在对应收回金额。各类情况的资金流转情况如下：

单位：万元

序号	资金流出原因	陈瑞卿		何春虹	
		支出	收回	支出	收回
1	借出资金后对方全额偿还	1,957	1,957	-	-
2	借出资金后对方部分偿还	390	260	-	-
3	借出资金后对方完全未偿还	723	-	20	-
4	借入资金后全额偿还	102	不适用	200	不适用
5	个人开支	402	不适用	69	不适用

注：“个人开支”包括实际控制人无偿赠予亲属的购房款项、捐赠支出和日常开支消费等。

如上表所示，对于类别 3 借出资金后对方完全未偿还的支出，何春虹有 20 万元，为借与何春虹之弟何某某的 20 万元购房款；陈瑞卿有 723 万元，具体情况如下：

时间	借出完全未收回金额（万元）	借出事项
2017 年	258	主要为借与堂哥陈某某的公司业务周转款 100 万元

		以及借与两位朋友的周转款各 50 万元
2018 年	295	主要为借与公司员工俞某某 130 万元的购房款、借与一位朋友周转款 60 万元、借与两位朋友周转款各 40 万元
2019 年	170	主要为借与堂姐陈某某女婿的业务周转款 20 万元以及借与公司员工胡某某的购房款 150 万元
合计	723	-

此外，对于报告期内向某一个人单笔或者合计超过 50 万元的支出进行了进一步核查，其中，陈瑞卿的具体情况如下：

姓名	日期	出项（万元）	进项（万元）	事由	证明材料取得情况	尚未归还金额（万元）
高某	2017/06/08	300		个人周转	访谈、资金确认协议	10（对高某的进项出项差额为 50 万元，其中 40 万元由高某转给陈瑞卿之姐陈某某，剩余 10 万元）
	2017/12/29		250			
陈某某	2017/1/23	50		个人周转	访谈、资金确认协议	-
	2017/12/27		50			
刘某某	2019/1/22	200		用于买房	访谈、购房合同、资金确认协议	-
	2019/12/21		100			
	2019/12/21		100			
陈某	2017/1/10	50		用于自身公司的经营（进项大于出项为归还 2017 年以前借款）	访谈、公司企查查信息、资金确认协议	-
	2017/1/12	50				
	2017/1/17	50				
	2017/2/21		50			
	2017/12/9		260			
	2017/12/17		110			
	2017/12/17		50			
	2017/12/25		220			
段某	2017/01/10	6.30		现居住地房租支出	租房合同	-
	2017/04/12	6.30				
	2017/07/10	6.30				
	2017/10/10	6.30				
	2018/4/11	7.15				
	2018/7/12	6.90				
	2018/10/12	6.90				
	2018/1/11	6.35				
	2019/4/10	6.90				
	2019/1/14	6.90				
	2019/7/12	6.90				
	2019/10/11	6.90				
陈某	2017/01/24	70		用于个人资金周转（进项含	访谈、资金确认协议	70
	2017/03/17	20				

姓名	日期	出项（万元）	进项（万元）	事由	证明材料取得情况	尚未归还金额（万元）
	2017/04/05	30		归还2017年以前借款30万）		
	2017/12/22		50			
	2017/12/22		70			
	2018/2/12	30		用于个人支出		
	2018/3/29	10				
陈某某（陈瑞卿之堂兄）	2017/7/3	80		用于自身公司的经营	访谈、公司企查查信息、资金确认协议	100
	2017/7/10	20				
	2017/11/21	100				
	2017/11/17		100			
赵某某	2017/9/5	50		用于个人理财、生活开支等	访谈、资金确认协议	50
俞某某	2017/01/12	5	-	个人周转	访谈、购房合同、资金确认协议	140
	2017/02/20	5	-			
	2017/02/20	5	-			
	2017/03/08	5	-			
	2017/03/08	5	-			
	2017/12/25	-	5			
	2018/11/29	70	-			
	2019/7/4	-	10	俞某某为万卷书城合伙人，原入资款从陈瑞卿处借入，该笔进项为其归还当时的入资款		
黄某某（俞某某之母）	2018/11/5	60		买房款	访谈、资金确认协议	
胡某某	2019/1/29		10	买房款（进项含归还2017年以前借款5万元）	访谈、购房合同、资金确认协议	145
	2019/4/2	150				
杜某某	2017/4/10	15		个人周转	访谈，购房合同、资金确认协议	115
	2019/1/3	300		买房款		
	2020/4/29		200	偿还2019年借款		
郑某某	2017/02/23	90		买房款	访谈、购房合同、资金确认协议	30
	2018/2/15		5			
	2018/12/20		20			
	2018/12/20		10			
	2019/3/7		20			
	2019/3/7		5			
	2019/7/6		10	郑某某为万卷书城合伙人，		

姓名	日期	出项（万元）	进项（万元）	事由	证明材料取得情况	尚未归还金额（万元）
				原入资款从陈瑞卿处借入，该笔进项为其归还当时的入资款		
陈某某（陈瑞卿之妹）	2018/3/14	100		还房贷	访谈、购房合同、还款记录、资金确认协议	-（无偿赠予亲属，无需偿还）
陈某某（陈瑞卿之姐）	2017/3/24	100		买房款	访谈、购房合同、资金确认协议	-（无偿赠予亲属，无需偿还）
	2018/3/14	0.5				
龚某	2019/4/1	100	-	用于自身公司的经营	访谈、公司企查查信息、资金确认协议	-
	2019/4/30	200	-			
	2019/6/13	200	-			
	2019/12/27	-	100			
	2019/12/27	-	100			
	2019/12/31	-	100			
	2019/12/31	-	100			
	2019/12/31	-	100			
张某	2018/2/28	20	-	个人周转	访谈、资金确认协议	60
	2018/6/7	30	-			
	2018/6/19	10	-			
	2018/8/31	300	-			
	2019/12/27	-	300			
宫某	2017/04/06	50	-	收支相抵，因已联系不到宫某，未进行访谈	-	-
	2017/04/19	50	-			
	2017/06/22	50	-			
	2017/9/25	-	100			
	2017/12/7	-	50			
陈某某（陈瑞卿之父）	2020/5/19	80		买房款	访谈、购房合同	无需偿还
李某某	2019/6/11		100	用于个人资金周转	访谈、资金确认协议	-
	2020/2/3	102		偿还2019年借的100万元，2万元为利息		

何春虹的具体情况如下：

姓名	日期	出项（万元）	进项（万元）	事由	证明材料取得情况	尚未归还金额（元）
沈某某（何春	2017/2/14	200		何春虹归还2014年从沈某某取得	访谈、资金确认协议	-

姓名	日期	出项（万元）	进项（万元）	事由	证明材料取得情况	尚未归还金额（元）
虹之母）				的借款		
	2019/8/14		125	沈某某（何春虹之母）积蓄转入何春虹，委托何春虹代为管理		

综上，实际控制人陈瑞卿和何春虹对外支出主要为对外借款，且基本均有收回，未收回款项多为对亲属的借款以及支持员工购房发生的借款，不存在资金回流或用于在发行人产品进行充值消费的情形、不存在体外资金循环、替发行人代垫成本的情形，不会对发行人真实性、成本完整性产生影响。

五、报告期内发行人违法违规情况

2018 年 7 月 13 日，霍尔果斯市网络安全和信息化工作委员会办公室（以下简称“霍尔果斯网信办”）向霍尔果斯瑞铭出具“WX201800001 号”《处罚决定书》，对霍尔果斯瑞铭互联网党建备案及新媒体备案情况不符合规定的行为处以 1 万元罚款。截至本招股说明书签署日，霍尔果斯瑞铭已完成相应整改。

2019 年 5 月 8 日，国家税务总局喀什经济开发区税务局出具“喀经开税简罚[2019]8459 号”《税务行政处罚决定书（简易）》，因多点信息未按规定期限办理纳税申报，喀什经济开发区税务局适用简易程序，对其处以 200 元罚款，截至本招股书签署日，多点信息已及时足额缴纳罚款。

发行人已建立健全股东大会、董事会、监事会议事规则和独立董事、董事会秘书工作制度。报告期内，发行人严格按照《公司章程》及相关法律、法规的规定开展经营活动，除上述罚款外，不存在因违反相关法律、法规而受到相关主管机关处罚的情形。

保荐机构及发行人律师认为，上述处罚金额较小、情节较轻，不属于重大违法违规情形，不构成发行人本次股票发行并上市的实质性法律障碍。

六、发行人资金占用和对外担保情况

（一）发行人资金占用情况

发行人近三年被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用资金的情况，具体参见本节“九、关联方及关联交易” 之“（二）关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“（3）与关联方资金拆借情况”。除此之外，公司近三年不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用资金的情况。

截至 2017 年末，公司与控股股东、实际控制人之间的资金往来已全部停止并清理完毕，且在未来不具有持续性。

公司已经制定了《资金管理制度》并有效执行。

（二）发行人对外担保情况

发行人近三年不存在对外担保情况。

七、发行人直接面向市场独立持续经营的能力

公司在资产、人员、财务、机构、业务等方面均独立于公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有独立完整的资产、业务体系，具备独立面向市场自主经营的能力，达到发行监管对公司独立性的要求。

（一）资产完整

公司已具备与经营有关的业务体系及主要相关资产，公司资产与股东资产严格分开，并完全独立运营；公司目前业务和经营必需资产的权属完全由公司独立享有，不存在与股东单位共用的情况；公司对所有资产拥有完全的控制和支配权。本公司资产完整。

（二）人员独立

公司根据《公司法》、《公司章程》的有关规定选举产生公司董事、监事，由董事会聘任高级管理人员，公司劳动、人事及工资管理与股东单位完全独立；公司总经理、副总经理、财务负责人与董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪资；本公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职。本公司人员独立。

（三）财务独立

公司已建立独立的财务核算体系，能够独立做出财务决策，具有规范的财务会计制度，不存在财务决策等依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的情况；公司所有银行账户均独立使用，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。本公司财务独立。

（四）机构独立

公司已建立健全了内部经营组织及内部经营管理制度，独立行使经营管理职权；本公司的内部经营组织均单独服务于本公司，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业机构混同的情况。本公司机构独立。

（五）业务独立

本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同业竞争或显失公平的关联交易情况；公司主要供应商或客户中均不存在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业。本公司业务独立。

（六）发行人主营业务、控制权、管理团队稳定

发行人自 2011 年设立至今始终从事互联网数字阅读服务及围绕其展开的版

权运营和增值服务，主营业务未发生重大变化。本公司主营业务稳定。

发行人最近两年实际控制人始终为陈瑞卿与何春虹，实际控制人未发生变更。公司控股股东、实际控制人所持发行人的股份权属清晰，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。本公司控制权稳定。

近两年内，发行人实际控制人、核心决策人员陈瑞卿及何春虹以及核心管理团队保持稳定，通过引入独立董事提高董事会决策效率，完善了法人治理结构。发行人董事、高级管理人员最近两年内发生变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和公司章程的规定，对发行人的持续经营未造成不利影响，董事、高级管理人员未发生重大变化。本公司管理团队稳定。

（七）发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，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。

发行人主要资产、核心技术、商标均不存在重大权属纠纷。发行人资产债务状况良好，不存在重大偿债风险。发行人不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项。

发行人所处的数字阅读行业市场容量规模可观，发展潜力巨大，且处于持续增长阶段。报告期内发行人业务规模及盈利水平持续上涨。本公司不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争情况

（一）本公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人为陈瑞卿与何春虹，其中陈瑞卿持有檀铭咨询 100%股份。除此之外，陈瑞卿与何春虹不存在控制的

其他企业。檀铭咨询的经营范围为“企业管理咨询、企业策划、承办展览展示活动、会议服务”，未以任何形式直接或间接从事与公司相同或相似的业务，与公司不存在同业竞争的情况。

（二）控股股东、实际控制人为避免同业竞争而出具的承诺

为避免未来可能发生的同业竞争情况，公司控股股东及实际控制人陈瑞卿与何春虹出具《关于避免同业竞争的承诺函》，陈瑞卿与何春虹承诺：

1、截至本承诺函出具之日，除点众科技及其下属企业外，本人及本人的近亲属均未直接或间接投资于其他与点众科技存在同业竞争关系的公司、企业或其他经济实体，未直接或间接经营与点众科技相同或类似的业务，或在与点众科技经营相同或类似业务的企业担任董事和高级管理人员职务。

2、自本承诺函出具日始，除点众科技及其下属企业外，本人保证本人及本人的近亲属不会开展其他与点众科技及其下属企业生产、经营有相同或类似的业务，今后不会新设或收购与点众科技及其下属企业从事相同或类似业务的公司、企业或其他经济实体，不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与点众科技及其下属企业业务直接或可能竞争的业务、企业、项目或其他任何活动，以避免对点众科技及其下属企业的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

3、本人不会利用对点众科技的控制关系或其他关系进行可能损害点众科技及其股东合法权益的经营活动。

4、无论由本人自身研究开发的、或从国外引进、或与他人合作开发的与点众科技生产、经营有关的新技术、新产品，点众科技均有优先受让、使用的权利。

5、本人若拟出售与点众科技生产、经营相关的任何其他资产、业务或权益，点众科技均有优先购买的权利；且本人承诺在出售或转让有关资产或业务时给予点众科技的条件不逊于任何独立第三方提供的条件。

6、若发生上述第 4、5 项所述情况，本人承诺将尽快将有关新技术、新产品、拟出售或转让的资产或业务的情况以书面形式通知点众科技，并尽快提供点众科

技合理要求的资料。点众科技可在接到通知后 30 日内决定是否行使有关优先购买或使用权。

7、自本承诺函出具日始，点众科技若进一步拓展其产品和业务范围，除点众科技及其附属公司外，本人保证将不从事或投资与点众科技拓展后的产品和业务相竞争的业务；若出现可能与点众科技拓展后的产品或业务产生竞争的情形，本人保证将按照包括但不限于以下方式退出与点众科技的竞争：1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；3）将相竞争的业务纳入到点众科技来经营；4）其他对维护点众科技权益有利的方式。

8、本人确认本承诺将适用于本人在未来控制（包括直接控制和间接控制）的除点众科技及附属企业以外的其他公司、企业及其他经济实体。

9、本人确认，本承诺旨在保障点众科技全体股东之权益而作；本承诺所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。如违反上述任何一项承诺，本人愿意承担由此给点众科技及其他股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

10、本承诺函自签署之日起生效，本承诺函所载各项承诺在本人作为点众科技股东期间及自本人不再为点众科技股东之日起 3 年内持续有效且不可变更或撤销。

九、关联方及关联交易

（一）关联方

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》的规定，对照公司实际情况，本公司存在的关联方及关联关系如下：

1、控股股东、实际控制人

陈瑞卿与何春虹系夫妻关系。何春虹直接持有点众科技 1,572.48 万股股份，持股比例为 38.31%；陈瑞卿直接持有点众科技 260.26 万股股份，持股比例为 6.34%。万卷书城为陈瑞卿担任有限合伙人的有限合伙企业，直接持有点众科技 1,456.00 万股股份，持股比例为 35.48%，陈瑞卿直接持有万卷书城 36.13%的份额，为万卷书城的有限合伙人。基于以上，陈瑞卿、何春虹直接或间接持有点众科技 57.47%的股份，为发行人的控股股东及实际控制人。

陈瑞卿现任公司董事长及总经理、何春虹现任公司董事，具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况”之“（二）公司实际控制人”。

2、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，公司控股股东、实际控制人陈瑞卿持有檀铭咨询 100%股份，除此之外，公司控股股东、实际控制人不存在控制的其他企业。檀铭咨询具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况”之“（三）实际控制人控制其他企业的情况”。

3、其他持股 5%以上的股东

序号	关联方名称	与本公司的关系	一致行动关系说明
1	万卷书城	直接持有公司35.48%的股份	-
2	伯乐锐金	直接持有公司4.69%的股权	互为一致行动关系，其执行事务合伙人均为北京伯乐纵横投资管理中心（有限合伙），合计持有发行人7.78%的股权
	中泰纵横	直接持有公司1.63%的股权	
	伯乐弘信	直接持有公司1.46%的股权	
3	胡志华	直接持有公司6.28%的股权	-

上述持有本公司 5%以上股份的股东情况参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东、实际控制人及其一致行动人的基本情况”。

4、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

本公司的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员为本公司的关

联方。关系密切的家庭成员，是指在处理与本公司、本公司控股股东、实际控制人的交易时可能影响该个人或受该个人影响的家庭成员。

本公司的董事、监事及高级管理人员情况参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“九、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”。

5、报告期内发行人曾经的关联方

序号	关联方名称	与本公司的关系
1	焦海风	报告期内曾任发行人董事、财务总监
2	胡波	报告期内曾任发行人董事
3	刘璋琦	报告期内曾任发行人职工代表监事
4	京楚（北京）信息技术有限公司	焦海风曾任该公司董事
5	北京报联厚方广告有限责任公司（已注销）	独立董事宋建武持有该公司45%股权，其子宋恺元持有该公司55%股权并担任执行董事，该公司于2019年8月22日注销
6	广东南粤银行股份有限公司	发行人独立董事张一弛曾任该公司的独立董事
7	小红帽发行股份有限公司	发行人独立董事宋建武曾任该公司的独立董事
8	四川鹿切溪水文化传播有限公司	独立董事范志伟妹妹范志霞曾持有该公司40%的股权并担任监事，妹夫任艳军曾持有该公司60%的股权并担任执行董事、总经理的企业
9	平行时空	中企瑞铭曾持有该公司35%的股权
10	多点信息（已注销）	发行人曾持有该公司100%的股权

6、公司的控股及参股子公司

序号	关联方	关联关系
1	中企瑞铭	控股子公司
2	点众快看	全资子公司
3	霍尔果斯瑞铭	全资子公司
4	每日趣阅	全资子公司
5	阅见未来	全资子公司
6	阅见天下	全资子公司
7	点点阅	全资子公司
8	点众新加坡	全资子公司
9	金海品读	全资子公司
10	卿读科技	全资子公司

11	**霍尔果斯点众**	**全资子公司**
12	太和凯旋	参股公司
13	灵阅文化	参股公司
14	龙阅文化	参股公司

有关公司控股及参股子公司的详细情况，请参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“六、发行人的控股及参股子公司的情况”。

7、受本公司董事、监事、高级管理人员、5%以上股东及其关系密切的家庭成员控制、共同控制、施加重大影响或者担任董事、高级管理人员的其他企业

截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员、5%以上股东及其关系密切的家庭成员控制、共同控制、施加重大影响或者担任董事、高级管理人员的企业为本公司的关联方。详情如下：

序号	关联方名称	关联关系
1	北京中概投资咨询有限公司	董事李湘持有该公司 90%股权，并担任执行董事、经理
2	中国海诚工程科技股份有限公司	发行人独立董事张一弛担任该公司的独立董事
3	北京昊华能源股份有限公司	发行人独立董事张一弛担任该公司的独立董事
4	四川双马水泥股份有限公司	发行人独立董事张一弛担任该公司的独立董事
5	北京电子城高科技集团股份有限公司（原名：北京电子城投资开发集团股份有限公司）	发行人独立董事张一弛担任该公司的独立董事
6	上海东方网股份有限公司	发行人独立董事宋建武担任该公司的独立董事
7	华声在线股份有限公司	发行人独立董事宋建武担任该公司的独立董事
8	深圳市天威视讯股份有限公司	发行人独立董事宋建武担任该公司的独立董事
9	河南大河财立方传媒控股有限公司	发行人独立董事宋建武担任该公司的独立董事
10	北京长江文化股份有限公司	独立董事宋建武担任该公司的独立董事
11	长三角数文股权投资（杭州）有限公司	独立董事宋建武担任该公司独立董事
12	北京仁达传讯管理技术开发有限公司	独立董事宋建武担任该公司执行董事
13	北京厚方文传文化传播有限公司	独立董事宋建武之子宋恺元控制之公司
14	成都艾景景观设计有限公司	独立董事范志伟妹妹范志霞持股 40%并担任监事，妹夫任艳军持股 60%并担任执行董事、总经理的企业

15	南京番茄互娱网络科技有限公司	实际控制人陈瑞卿之妹夫徐旭持股 92%并担任执行董事、总经理的公司
16	海南乾元互娱网络科技有限公司	实际控制人陈瑞卿之妹陈秋菊持股 100%并担任执行董事、总经理的公司
17	南京草花网络科技有限公司	实际控制人陈瑞卿之妹夫徐旭持股 100%并担任执行董事的公司
18	南昌市伟和服装有限公司	副董事长、副总经理胡志华之姐夫李建平持股 100%并担任执行董事、总经理的公司

其中，北京中概投资咨询有限公司、南京番茄互娱网络科技有限公司和海南乾元互娱网络科技有限公司的主要经营范围和业务如下：

（1）北京中概投资咨询有限公司的主要经营范围和业务情况

公司名称：	北京中概投资咨询有限公司	
公司类型：	有限责任公司(自然人投资或控股)	
公司住址：	北京市海淀区中关村东路 18 号 1 号楼 C 座 1807 室	
法定代表人：	李湘	
注册资本：	60 万元	
统一社会信用代码：	911101085876880695	
经营范围：	投资咨询；经济贸易咨询；技术开发、技术推广；销售计算机、软件及辅助设备、服装、首饰、工艺品；制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）	
成立日期：	2011 年 12 月 02 日	
营业期限：	2011 年 12 月 02 日至 2031 年 12 月 01 日	
股权结构		
股东	认缴出资额（万元）	持股比例
李湘	54.00	90.00%
王文君	6.00	10.00%

北京中概投资咨询有限公司目前未实际开展业务。

（2）南京番茄互娱网络科技有限公司的主要经营范围情况

公司名称：	南京番茄互娱网络科技有限公司
公司类型：	有限责任公司(自然人投资或控股)
公司住址：	南京市建邺区云龙山路 60 号龙熙大厦 A 座 8 楼 803-1 室
法定代表人：	徐旭
注册资本：	625 万元
统一社会信用代码：	91320105MA1WGT020Q

经营范围：	计算机软硬件研发、技术转让、技术咨询、技术服务、销售；互联网信息服务；动漫游戏开发；动漫设计、制作；影视策划；自营和代理各类商品及技术的进出口业务；设计、制作、代理发布国内各类广告；市场营销策划；从事经营性互联网文化活动；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）	
成立日期：	2018 年 05 月 07 日	
营业期限：	2018 年 05 月 07 日至无固定期限	
股权结构		
股东	认缴出资额（万元）	持股比例
徐旭	575.00	92.00%
广州游爱网络技术有限公司	50.00	8.00%

（3）海南乾元互娱网络科技有限公司的主要经营范围情况如下：

公司名称：	海南乾元互娱网络科技有限公司	
公司类型：	有限责任公司(自然人独资)	
公司住址：	海南省老城高新技术产业示范区海南生态软件园 A17 幢一层 2001	
法定代表人：	陈秋菊	
注册资本：	1,000 万元	
统一社会信用代码：	91469027MA5T5EEE1W	
经营范围：	许可项目：第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；基础电信业务；互联网信息服务；网络文化经营；进出口代理（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）一般项目：计算机软硬件及外围设备制造；软件销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网设备销售；动漫游戏开发；专业设计服务；游艺及娱乐用品销售；玩具、动漫及游艺用品销售；影视录放设备制造；影视美术道具置景服务；文艺创作；互联网销售（除销售需要许可的商品）；人工智能理论与算法软件开发；数字文化创意软件开发；软件外包服务；智能机器人的研发（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）（一般经营项目自主经营,许可经营项目凭相关许可证或者批准文件经营）（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。）	
成立日期：	2018 年 07 月 20 日	
营业期限：	2018 年 07 月 20 日至无固定期限	
股权结构		
股东	认缴出资额（万元）	持股比例
陈秋菊	1,000.00	100.00%

根据南京番茄互娱和海南乾元互娱报告期内的主要业务合同及其出具的说明，并经访谈陈秋菊、徐旭，南京番茄互娱和海南乾元互娱的主营业务均为手机休闲游戏的研发及发行；南京番茄互娱的主要产品有《走出办公室》、《番

茄宝宝爱画画》、《我爱盖房子》、《逃出公司大作战》等手机休闲游戏，海南乾元互娱的主要产品有《滚动的大地》、《我的指尖陀螺》等手机休闲游戏。

（二）关联交易

报告期内，发行人的关联交易情况如下：

单位：万元

项目	关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经常性关联交易	檀铭咨询	IT 资源采购	-	-	-	3.50
	太和凯旋	内容采购	2.94	16.65	47.34	93.32
	灵阅文化	内容采购	0.19	1.14	8.75	2.43
	平行时空	内容采购	-	22.23	64.18	-
	龙阅文化	内容采购	0.37	-	-	-
	京楚信息	硬件采购及技术服务	-	-	-	40.14
	支付董事、监事、高级管理人员薪酬		348.59	670.37	532.35	462.04
偶发性关联交易	北京中概投资咨询有限公司	商标转让	-	40.57	-	-

除上表列示的交易内容外，报告期内还存在实际控制人控制的其他企业檀铭咨询将软件著作权无偿转让本公司，以及本公司与关联方之间的资金拆借情况。

1、经常性关联交易

报告期内，本公司与关联方的经常性关联交易如下：

（1）购买商品、接受劳务的关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
檀铭咨询	IT 资源采购	-	-	-	3.50
太和凯旋	内容采购	2.94	16.65	47.34	93.32
灵阅文化	内容采购	0.19	1.14	8.75	2.43
平行时空	内容采购	-	22.23	64.18	-
龙阅文化	内容采购	0.37	-	-	-
京楚信息	硬件采购及技术服务	-	-	-	40.14

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
合计		3.50	40.01	120.28	139.39
占当期营业成本比例		0.005%	0.05%	0.32%	0.67%

报告期内，公司分别与檀铭咨询、太和凯旋、灵阅文化、京楚信息、平行时空及龙阅文化发生关联交易，采购金额合计 139.39 万元、120.28 万元、40.01 万元和 3.50 万元，占当期营业成本的 0.67%、0.32%、0.05%和 0.005%，占比较小，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。

檀铭咨询系公司控股股东、实际控制人陈瑞卿控制的公司。檀铭咨询于 2016 年 5 月向北京首都在线科技股份有限公司（以下简称“首都在线”）租用了云主机，后因其未实际开展业务将其转给点众科技实际使用，产生关联交易。公司 2017 年采购金额为 3.50 万元，占当期营业成本的比重为 0.02%，占比较小，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。2017 年 9 月 1 日，檀铭咨询、首都在线和点众科技签订三方协议，檀铭咨询同意自 2017 年 9 月 1 日起将其尚未履行的全部权利义务转移至点众科技，此后公司不再与檀铭咨询发生关联交易，该关联交易不具有持续性。

太和凯旋、灵阅文化及龙阅文化系公司参股公司，平行时空系公司原参股公司，均主要从事原创内容创作及运营业务。报告期内，发行人分别向太和凯旋、灵阅文化、平行时空及龙阅文化采购文学作品使用权，并按照作品产生的净收益进行分成。

报告期内，公司向太和凯旋、灵阅文化、平行时空及龙阅文化分成金额合计 95.75 万元、120.27 万元、40.01 万元和 3.50 万元，占当期营业成本的 0.46%、0.32%、0.05%和 0.005%，占比较小，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。由于公司向太和凯旋、灵阅文化及龙阅文化采购版权使用权的合同未来可自动续期，公司与参股公司的关联交易在未来一定时期内具有持续性。公司退出对平行时空的投资之后与其不再发生交易。

京楚信息为公司前董事和财务负责人焦海风在报告期内担任董事的公司。京楚信息主要从事计算机及计算机软硬件的销售业务，因公司业务发展需要，2017 年向京楚信息采购了笔记本电脑和显示器等设备，以及电脑软件使用技术支持和

数据保存服务。2017 年采购额合计 40.14 万元，占当期营业成本的 0.19%，占比较小，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。为规范关联交易，公司自 2018 年起不再向京楚信息进行采购，该关联交易不具有持续性。

上述经常性关联交易的定价参考市场价格，定价公允，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。

（2）支付董事、监事、高级管理人员薪酬

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
支付董事、监事、高级管理人员薪酬	348.59	670.37	532.35	462.04

2、偶发性关联交易

（1）受让计算机软件著作权关联交易

2018 年 4 月 17 日，檀铭咨询与点众科技签订《软件著作权转让合同》，将其持有的“免费小说大全客户端软件 V1.0.0”和“阅读分销管理系统 V1.0.0”两项计算机软件著作权无偿转让给点众科技。2018 年 6 月 11 日，上述软件著作权完成变更登记。

（2）委托购买商标关联交易

单位：万元

关联方	关联交易内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
北京中概投资咨询有限公司	商标转让	-	40.57	-	-
合计		-	40.57	-	-

2017 年底，基于商务谈判便利的原因，发行人与北京中概投资咨询有限公司（以下简称“中概投资”）签订合同，发行人委托中概投资代为收购无关联第三方王蓓蓓持有的第 9 类注册商标“点众 DIANZHONG”（商标注册号：5485447）。

截至 2018 年 12 月 31 日，发行人已就前述交易向中概投资支付 31 万元，向中概投资的实际控制人李湘支付 9 万元，共计 40 万元。经核查，李湘已向王蓓蓓支付注册商标转让费 35 万元，向商标代理机构支付服务费 4.5 万元，剩余 0.5

万元用于支付办理注册商标转让手续的费用。

“点众 DIANZHONG”（商标注册号：5485447）的商标所有权人已于 2018 年 4 月由王蓓蓓变更为中概投资，且中概投资已于 2018 年 3 月向国家知识产权局商标局申请了“点众快看”第 9 类商标注册，并已于 2019 年 4 月 28 日获授商标专用权，注册商标为“点众快看”（商标注册号为：29449494）。

经核查，发行人依据与中概投资签订的合同，享有“点众 DIANZHONG”（商标注册号：5485447）和“点众快看”（商标注册号为：29449494）的独家授权许可使用。

2018 年 12 月，发行人与中概投资签署协议，委托中概投资依托“点众 DIANZHONG”（商标注册号：5485447）申请“点众文学”和“点众阅读”第 9 类注册商标，待该两项商标申请获授商标专用权后，届时中概投资将办理“点众 DIANZHONG”（商标注册号：5485447）、“点众快看”（商标注册号为：29449494）及已获授商标专用权的“点众文学”和“点众阅读”第 9 类注册商标转让给发行人的注册商标转让手续，办理上述商标注册及转让的相关费用由发行人承担。

中概投资已分别于 2019 年 4 月 28 日获授“点众快看”（商标注册号为：29449494）商标专用权，于 2019 年 8 月 21 日获授“点众文学”（商标注册号为：35269613）、“点众阅读”（商标注册号为：35262691）商标专用权。

2019 年 8 月 24 日，中概投资向商标局递交了《转让/移转申请/注册商标申请书》，将其名下的“点众 DIANZHONG”（商标注册号：5485447）、“点众快看”（商标注册号为：29449494）、“点众文学”（商标注册号为：35269613）、“点众阅读”（商标注册号为：35262691）四项商标转让给发行人，国家知识产权局分别于 2019 年 9 月 12 日、2019 年 9 月 17 日受理了上述申请，并于 2019 年 12 月 20 日核准了上述商标转让。

（3）与关联方资金拆借情况

①向关联方借出资金及收回情况

报告期，由于员工借款及公司代扣缴转增股本时所需要缴纳的个人所得税事

宜，公司与关联方存在资金拆出行为，具体情况如下所示：

单位：万元

年度	关联方	期初余额	当期拆出	当期偿还	期末余额
2017 年	何春虹	-	72.57	72.57	-
	陈瑞卿	134.87	12.01	146.88	-
	胡志华	-	11.90	11.90	-

2017 年公司对陈瑞卿的资金拆出期初余额，主要为公司员工借款余额。2016 年，公司员工胡中顺、梁宝亮、郑良坤因购房需要，拟分别向公司借款 30 万元、30 万元和 90 万元，出于保障公司能顺利收回本息，上述借款先由公司借予陈瑞卿，再由陈瑞卿借予上述三人。公司、陈瑞卿与借款员工之间签订协议，约定上述借款的借款利率为 4.35%，借款人须于 2017 年 12 月 31 日前偿付本息。2017 年 6 月，公司收回上述借款并按协议约定的借款利率收取了利息。

公司 2017 年对何春虹、陈瑞卿、胡志华分别有 72.57 万元、12.01 万元和 11.90 万元的资金拆出，主要为 2017 年 11 月公司资本公积转增股本，公司为三人临时代缴个人所得税。

公司已对上述资金往来情况进行了严格规范，截至 2017 年末，公司与关联方之间的资金往来已全部清理完毕。

②与关联方资金拆借履行的相关法律程序情况

公司发生前述关联交易时，发行人按照其当时建立的《货币资金管理制度》进行内部审批，经财务经理和财务负责人的逐级审批后，进行了拆借行为。

2017 年 11 月 6 日，公司召开 2017 年第五次临时股东大会，审议通过了《关于制定<北京点众科技股份有限公司章程（草案）>的议案》、《关于制定<北京点众科技股份有限公司关联交易管理办法>的议案》，对公司与关联方的关联交易内容，董事会及股东大会批准关联交易的权限以及董事会、股东大会审议关联交易的决策程序、关联董事的回避表决程序、独立董事对关联交易发表独立意见等均做出明确规定，并已得到有效执行。

2019 年 4 月 19 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于审核确认公司报告期内关联交易的议案》，对公司报告期内的关联交易及往来

进行补充确认，关联方回避了相关表决，上述补充确认议案经非关联董事、非关联股东表决通过。

发行人独立董事也对包括上述资金往来在内的报告期关联交易进行了确认，认为报告期内，公司与关联方之间发生的交易不存在损害发行人及其他股东利益的情况。

为了杜绝再次出现公司关联方资金占用的情况，公司实际控制人陈瑞卿、何春虹作出了《关于避免资金占用的承诺》，承诺“不以任何方式违规占用或使用发行人的资金或其他资产、资源，不以任何直接或者间接的方式损害或可能损害发行人及股东利益。若违反上述承诺，将承担因此给发行人造成的一切损失。”

3、关联方往来余额

（1）公司应收关联方款项

单位：万元

项目	关联方	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预付账款	李湘	-	-	9.00	9.00
预付账款	北京中概投资咨询有限公司	-	-	31.00	-

公司向点众科技董事会秘书李湘及北京中概投资咨询有限公司预付的共计40 万元预付款系点众科技委托北京中概投资咨询有限公司（李湘及其配偶持股100%之公司）购买“点众 DIANZHONG”商标（商标注册号：5485447）支付的款项。

（2）公司应付关联方款项

单位：万元

项目	关联方	2020.6.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付账款	太和凯旋	2.96	0.81	3.13	15.56
应付账款	四川灵阅	3.47	3.29	3.27	2.50
应付账款	平行时空	-	-	10.30	-
应付账款	檀铭咨询	-	-	3.71	3.71
应付账款	龙阅文化	0.37			

4、报告期内关联交易对公司的影响

（1）购买商品、接受劳务的关联交易对公司的影响

①关联交易的必要性

报告期内，公司分别向檀铭咨询、京楚信息、太和凯旋、灵阅文化、平行时空及龙阅文化进行采购发生关联交易。

檀铭咨询采购的云主机、云硬盘、宽带和 IP 均来自首都在线。首都在线为全国中小企业股份转让系统挂牌公司，提供高性能的云计算服务、IDC 托管及 IT 增值、IT 外包、通信集成等信息技术服务，是国内最早进行云计算商业化运营的专业网络以及数据中心服务商之一。公司因业务发展存在对上述设备和服务的需求，而檀铭咨询购置的上述设备和服务未实际使用，故发生此关联交易。

太和凯旋、灵阅文化及龙阅文化系公司参股公司，平行时空系公司原参股公司，均主要从事原创内容的创作和运营业务，因此发行人向上述参股公司进行了文学作品的版权采购。

京楚信息系联想集团在国内的经销商，向京楚信息采购的笔记本电脑、显示器以及电脑软件使用技术支持和数据保存服务主要是为了满足因业务规模不断扩大带来的办公设备需求的增长。

发行人委托中概投资购买王蓓蓓所持有的“点众 DIANZHONG”商标，系因商务谈判的需要。而在中概投资获得该商标注册权后，发行人出于尽快依据该注册商标申请“点众快看”第 9 类商标注册的程序之目的，继续委托中概投资依托“点众 DIANZHONG”（商标注册号：5485447）申请“点众文学”和“点众阅读”第 9 类注册商标。

②关联交易价格的公允性

报告期内，公司依据檀铭咨询与首都在线签订合同时确认的采购价格向檀铭咨询支付使用费，该价格为首都在线相关产品刊例价，定价公允。

报告期内，公司与太和凯旋、灵阅文化、平行时空及龙阅文化按照采购版权产生的净收益进行五五分成，该分成比例与公司该业务和其他非关联方结算比例无显著差异，因此公司与太和凯旋、灵阅文化和平行时空的关联交易定价公允。

报告期内，公司主要向京楚信息采购笔记本电脑、显示屏以及技术服务，其与同类型产品的市场价格无显著性差异，定价公允。

发行人委托中概投资购买王蓓蓓所持有的“点众 DIANZHONG”商标，其定价的原则为在发行人的同意下，由中概投资出面与王蓓蓓通过协商确定。发行人委托中概投资依托前述商标申请“点众文学”和“点众阅读”第 9 类注册商标及相关商标转让费用，均为市场价格，定价公允。

综上，报告期内，公司购买商品、接受劳务的关联交易的定价主要参考市场价格，定价公允，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。

③对公司经营业绩的影响

报告期内，公司分别与檀铭咨询、太和凯旋、灵阅文化、京楚信息、平行时空及龙阅文化发生关联交易，采购金额合计 139.39 万元、120.28 万元、40.01 万元和 3.50 万元，占当期营业成本的 0.67%、0.32%、0.05%和 0.005%，占比较小，对公司的财务状况和经营成果未产生重大影响。

④未来持续性及原因

公司与檀铭咨询、京楚信息、中概咨询和平行时空的关联交易不具有持续性。2017 年 9 月 1 日，檀铭咨询、首都在线和点众科技签订三方协议，檀铭咨询同意自 2017 年 9 月 1 日起将其尚未履行的全部权利义务转移至点众科技，此后不再与檀铭咨询发生关联交易。为了进一步规范关联交易，公司自 2018 年起不再向京楚信息进行采购。相关商标已经自中概咨询转让至发行人名下，未来发行人不会就相关事宜与中概咨询发生交易。截止本招股说明书签署日，发行人已不再持有平行时空的股份，且不再与平行时空进行内容采购。

公司与太和凯旋、灵阅文化及龙阅文化的关联交易在未来一段时间内具有持续性。公司向灵阅文化、太和凯旋采购内容使用权的合同在未来可以自动续期，故上述关联交易在未来一定时期内具有持续性。

（2）与控股股东、实际控制人的资金拆借对公司的影响

①关联交易的必要性

公司与控股股东、实际控制人之间的资金拆借一方面是为了解决公司发展过程中遇到的资金缺口问题，满足公司资金周转的临时需要；另一方面是公司出于帮助员工置业的目的发生资金拆借。截至 2017 年末，上述资金往来已全部停止并理清完毕。

②关联交易价格的公允性

公司在与控股股东、实际控制人之间的资金拆借协议中明确约定了资金占用费的收取比例，定价公允，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。

③对公司经营业绩的影响

截至 2017 年末，发行人与控股股东、实际控制人之间的资金往来已全部停止并清理完毕，发行人目前不存在使用关联方资金或被关联方占用资金的情况。由于上述资金占用金额较小且发行人已收取相应利息，因此对发行人经营业务无实质性影响，不存在损害发行人及股东利益的情形。

④未来持续性及原因

公司已对上述资金占用情况进行了严格规范，截至 2017 年末，公司与控股股东、实际控制人之间的资金往来已全部停止并清理完毕，在未来不具有持续性。

2019 年 4 月 19 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于审核确认公司报告期内关联交易的议案》，对公司报告期内的关联交易及往来进行补充确认，关联方回避了相关表决，上述补充确认议案经非关联董事、非关联股东表决通过。发行人独立董事也对包括上述资金往来在内的报告期关联交易进行了确认，认为报告期内，公司与关联方之间发生的交易不存在损害发行人及其他股东利益的情况。

鉴于该行为已经得到彻底纠正，且对公司正常生产经营和独立运作没有造成实质性影响，因此，公司与关联方的资金拆借行为未对公司的独立性造成影响。

（三）发行人报告期关联交易履行程序的合法合规情况

对于公司在生产经营过程中根据业务需要与关联方发生的关联交易，公司将严格按照《公司章程》和有关法律、法规执行、按照公允价格定价。公司已制定了《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》、《关联交易管理制度》、《货币资金管理制度》、《融资和对外担保管理制度》等规章制度，对关联交易的决策权力和程序作出了详细的规定，有利于公司规范和减少关联交易。

1、《公司章程》（草案）对规范关联交易的安排

公司在《公司章程》中对关联交易决策权力与程序作出了明确的规定，并详细载明了关联股东或关联董事在关联交易表决中的回避机制：

（1)第四十一条规定：公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：……（七）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。

（2）第七十九条规定：股东大会审议有关关联交易事项时，关联股东不应当参与该关联事项的投票表决，其所代表的有表决权的股份数不计入有效表决总数；股东大会决议的公告应当充分披露非关联股东的表决情况。

在股东大会对关联交易事项审议完毕且进行表决前，关联股东应向会议主持人提出回避申请并由会议主持人向大会宣布；出席会议的非关联股东（包括代理人）、出席会议监事也可向会议主持人提出关联股东回避该项表决的要求并说明理由，被要求回避的关联股东对回避要求无异议的，在该项表决时不得进行投票；如被要求回避的股东认为其不是关联股东不需履行回避程序的，应向股东大会说明理由，被要求回避的股东被确定为关联股东的，在该项表决时不得进行投票。如有前述情形的，股东大会会议记录人员应在会议记录中详细记录上述情形。在对关联交易事项进行表决时，关联股东不得就该事项进行投票，并且由出席会议的监事予以监督。

2、《关联交易管理制度》对规范关联交易的安排

除《公司章程》（草案）外，《关联交易管理制度》还对关联交易、关联法

人、关联自然人的概念、关联交易的范围、关联交易价格的确定和管理、关联交易的审议程序、关联人的回避表决、管理交易的信息披露及其他相关事项作出明确具体的规定。

3、相关责任主体关于规范和减少关联交易承诺

为尽量减少关联交易，公司实际控制人陈瑞卿、何春虹，以及持股 5%以上的股东、公司董事、监事、高级管理人员已向公司出具了《关于规范和减少关联交易的承诺函》，主要承诺内容如下：

如果点众科技必须与本人/本单位发生任何关联交易，则本人/本单位承诺将促使上述交易按照公平合理和正常商业交易的条件进行。本人/本单位将不会要求或接受点众科技给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

本人/本单位如在今后的经营活动中与点众科技之间发生无法避免的关联交易，则此种交易必须按正常的商业条件进行，并且严格按照国家有关法律、法规、公司章程的规定履行有关程序，保证不要求或接受点众科技在任何一项交易中给予本人/本单位优于给予任何其他独立第三方的条件。

为了杜绝再次出现公司关联方资金占用的情况，公司董事、监事和高级管理人员等均做出了《关于避免资金占用的承诺》，承诺“不以任何方式违规占用或使用发行人的资金或其他资产、资源，不以任何直接或者间接的方式损害或可能损害发行人及股东利益。若违反上述承诺，将承担因此给发行人造成的一切损失。”

4、报告期内关联交易履行公司章程规定程序的情况及独立董事对关联交易审议程序是否合法及交易价格是否公允的意见

2019 年 4 月 19 日，公司召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于审核确认公司报告期内关联交易的议案》，对公司报告期内的关联交易及往来进行补充确认，关联方回避了相关表决，上述补充确认议案经非关联董事、非关联股东表决通过。2019 年 6 月 24 日，发行人召开 2018 年年度股东大会，对发行人 2019 年度经常性关联交易进行审议。2019 年 9 月 26 日，发行人召开的 2019 年第三次临时股东大会，对发行人 2019 年上半年实际发生的关联交易进行了确

认。2020 年 2 月 28 日，发行人召开 2020 年第一次临时股东大会，对发行人 2019 年度发生的关联交易进行了确认。

发行人独立董事也对包括上述资金往来在内的报告期关联交易进行了确认，认为报告期内，公司与关联方之间发生的交易不存在损害发行人及其他股东利益的情况。

（四）关联方变化情况

报告期内发行人关联方成为非关联方的具体情况见本节“九、关联方及关联交易”之“（一）关联方”之“5、报告期内发行人曾经的关联方”。前述报告期内关联方成为非关联方的情形中，除胡波、焦海风继续在公司任职，公司为其支付薪酬外，不存在其他后续交易的情况。

第八节 财务会计信息与管理层分析

公司聘请的大华会计师事务所（特殊普通合伙）对公司最近三年及一期的财务报告进行了审计，并出具了标准无保留的审计报告。本节的财务会计数据和相关的分析说明反映了公司报告期内经审计的财务状况、经营成果和现金流量。引用的财务会计数据，非经特别说明，均引自公司经审计的财务报告及相关财务资料或根据其数据计算所得。

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项以各年利润总额的 5%的50%作为标准，或金额虽未达到上述标准但公司认为较为重要的相关事项。

若投资者欲对本公司的财务状况、经营成果及会计政策进行更详细的了解，应当认真阅读公司的财务报表及审计报告全文。

一、最近三年及一期的财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：				
货币资金	594,976,785.21	471,258,252.06	271,305,369.63	176,967,988.77
交易性金融资产	35,889,033.83	-	-	-
应收账款	20,681,788.12	11,508,120.70	10,663,667.43	16,861,936.46
预付账款	43,479,846.31	13,546,807.08	9,870,136.94	10,172,123.17
其他应收款	15,829,718.90	10,983,658.70	10,854,643.00	502,499.65
存货	1,864,101.31	5,587,780.85		
其他流动资产	12,155,915.74	5,352,734.42	892,646.30	3,079,706.12
流动资产合计	**724,877,189.42**	**518,237,353.81**	**303,586,463.30**	**207,584,254.17**
非流动资产：				
可供出售金融资产	-	-	1,888,230.00	1,888,230.00
长期股权投资	-	-	974,762.62	-
其他权益工具投资	853,530.00	853,530.00	-	-

固定资产	785,070.22	808,573.16	905,106.22	515,772.32
无形资产	3,914,838.47	3,763,229.75	1,358,899.28	910,805.19
长期待摊费用	1,728,162.26	3,436,528.98	6,613,071.99	2,771,840.97
递延所得税资产	872,497.57	554,004.80	979,784.73	430,942.85
其他非流动资产	1,600,303.95	3,100,303.95	3,100,303.95	1,500,000.00
非流动资产合计	**9,754,402.47**	**12,516,170.64**	**15,820,158.79**	**8,017,591.33**
资产总计	**734,631,591.89**	**530,753,524.45**	**319,406,622.09**	**215,601,845.50**
流动负债：				
应付账款	73,864,637.27	68,380,651.15	20,397,696.29	13,921,024.76
预收账款	-	785,223.30	675,313.72	809,789.77
合同负债	155,313,726.55	-	-	-
应付职工薪酬	14,322,426.86	10,481,432.63	6,585,442.42	7,077,277.39
应交税费	11,924,234.36	9,144,474.05	6,805,966.00	1,100,035.46
其他应付款	934,367.46	333,368.29	247,830.20	-
其他流动负债	-	98,831,334.27	60,130,971.58	30,678,584.71
流动负债合计	**256,359,392.50**	**187,956,483.69**	**94,843,220.21**	**53,586,712.09**
非流动负债：				
非流动负债合计	-	-	-	-
负债合计	**256,359,392.50**	**187,956,483.69**	**94,843,220.21**	**53,586,712.09**
股东权益：				
实收资本	41,041,026.00	41,041,026.00	41,041,026.00	41,041,026.00
资本公积	23,881,061.11	23,881,061.11	23,881,061.11	23,881,061.11
其他综合收益	-6,085,027.88	-6,127,675.00	-	-
盈余公积	21,206,686.10	21,206,686.10	8,705,113.68	4,673,262.80
未分配利润	397,161,410.80	262,795,942.55	150,936,201.09	92,419,783.50
归属于母公司股东权益合计	477,205,156.13	342,797,040.76	224,563,401.88	162,015,133.41
少数股东权益	1,067,043.26	-	-	-
股东权益合计	**478,272,199.39**	**342,797,040.76**	**224,563,401.88**	**162,015,133.41**
负债和股东权益总计	**734,631,591.89**	**530,753,524.45**	**319,406,622.09**	**215,601,845.50**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
一、营业收入	**857,860,930.75**	**923,338,097.86**	**506,427,603.41**	**321,644,505.60**
减：营业成本	675,097,524.98	730,298,443.93	371,529,176.08	208,719,915.05
税金及附加	1,733,728.37	2,937,263.22	2,291,143.25	1,838,535.30
销售费用	17,018,003.38	22,561,107.47	14,411,188.51	9,772,458.11
管理费用	8,801,441.58	15,294,773.08	11,253,700.50	8,302,751.89
研发费用	26,676,002.46	36,146,631.33	32,081,069.47	21,840,206.10
财务费用	-81,091.62	-167,049.29	-83,215.27	-17,712.23
其中：利息费用	-	-	-	-
利息收入	192,590.17	252,841.26	139,513.74	64,664.95
加：其他收益	7,218,710.17	4,401,493.67	2,512,636.89	360,000.00
投资收益	7,219,677.58	9,773,330.75	8,499,121.13	3,097,088.90
公允价值变动收益	-	-	-	-
信用减值损失	-737,880.40	-670,469.47	-	-
资产减值损失	-1,500,000.00	-	-298,315.85	-4,287,349.29
资产处置收益	-	-	-	-6,458.92
二、营业利润	**140,815,828.95**	**129,771,283.07**	**85,657,983.04**	**70,351,632.07**
加：营业外收入	3,742.86	1,523.46	201.54	25.17
减：营业外支出	0.46	582,374.84	21,000.00	22,417.36
三、利润总额	**140,819,571.35**	**129,190,431.69**	**85,637,184.58**	**70,329,239.88**
减：所得税费用	6,227,392.84	9,940,887.81	4,138,916.11	4,673,604.67
四、净利润	**134,592,178.51**	**119,249,543.88**	**81,498,268.47**	**65,655,635.21**
归属于母公司股东的净利润	134,365,468.25	119,249,543.88	81,498,268.47	65,655,635.21
少数股东损益	226,710.26	-	-	-
持续经营损益	134,592,178.51	119,249,543.88	81,498,268.47	65,655,635.21
终止经营损益	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	**42,647.12**	**-1,015,905.00**	-	-
归属母公司股东的其他综合收益的税后净额	42,647.12	-1,015,905.00	-	-
六、综合收益总额	**134,634,825.63**	**118,233,638.88**	**81,498,268.47**	**65,655,635.21**
归属于母公司股东的综合收益总额	134,408,115.37	118,233,638.88	81,498,268.47	65,655,635.21

归属于少数股东的综合收益总额	226,710.26	-	-	-
七、每股收益				
基本每股收益	3.27	2.91	1.99	1.62
稀释每股收益	3.27	2.91	1.99	1.62

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
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	958,621,857.29	1,016,972,392.18	571,065,327.83	379,500,596.31
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,579,572.91	935,218.02	5,855,211.11	3,087,604.11
经营活动现金流入小计	**960,201,430.20**	**1,017,907,610.20**	**576,920,538.94**	**382,588,200.42**
购买商品、接受劳务支付的现金	723,130,219.51	711,307,369.61	372,235,564.61	216,737,720.27
支付给职工以及为职工支付的现金	43,857,670.16	64,449,040.35	51,556,044.72	31,925,931.93
支付的各项税费	17,222,662.76	26,157,329.80	20,731,256.44	22,016,586.50
支付其他与经营活动有关的现金	22,789,705.93	22,216,443.66	19,039,206.21	7,483,180.09
经营活动现金流出小计	**807,000,258.36**	**824,130,183.42**	**463,562,071.98**	**278,163,418.79**
经营活动产生的现金流量净额	**153,201,171.84**	**193,777,426.78**	**113,358,466.96**	**104,424,781.63**
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资所收到的现金	2,389,410,966.17	1,486,250,000.00	1,081,800,000.00	251,400,000.00
取得投资收益收到的现金	7,219,677.58	9,698,093.37	8,574,358.52	3,097,088.90
投资活动现金流入小计	**2,396,630,643.75**	**1,495,948,093.37**	**1,090,374,358.52**	**254,497,088.90**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,718,772.00	4,572,637.72	7,595,444.62	1,408,464.00
投资支付的现金	2,425,300,000.00	1,485,200,000.00	1,082,850,000.00	228,400,000.00
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	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**2,427,018,772.00**	**1,489,772,637.72**	**1,090,445,444.62**	**229,808,464.00**
投资活动产生的现金流量净额	**-30,388,128.25**	**6,175,455.65**	**-71,086.10**	**24,688,624.90**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	840,333.00	-	-	30,000,000.00

收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	964,879.60
筹资活动现金流入小计	**840,333.00**	-	-	**30,964,879.60**
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	18,950,000.00	964,879.60
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	**18,950,000.00**	**964,879.60**
筹资活动产生的现金流量净额	**840,333.00**	-	**-18,950,000.00**	**30,000,000.00**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	65,156.56	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**123,718,533.15**	**199,952,882.43**	**94,337,380.86**	**159,113,406.53**
加：期初现金及现金等价物余额	471,258,252.06	271,305,369.63	176,967,988.77	17,854,582.24
六、期末现金及现金等价物余额	**594,976,785.21**	**471,258,252.06**	**271,305,369.63**	**176,967,988.77**

二、审计意见和关键审计事项

（一）审计意见

大华会计师事务所（特殊普通合伙）接受公司的委托，审计了 2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度的合并及母公司利润表、现金流量表、股东权益变动表以及财务报表附注，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（大华审字[2020]0012545 号），审计意见摘录如下：

“我们认为，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，公允反映了点众科技 2020 年 6 月 30 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

（二）关键审计事项

在对发行人 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度财务报表审计中，认定的关键审计事项如下：

1、营业收入的确认

（1）事项描述

营业收入在 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度以及 2017 年度的确认是审计中需要沟通的关键审计事项，报告期内点众科技收入确认会计政策及账面金额信息请参见本节“六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（二十一）”及“（二十二）”。

报告期内，点众科技的营业收入快速增长，2020 年 1-6 月营业收入为 85,786.09 万元，2019 年度营业收入为 92,333.81 万元，2018 年营业收入为 50,642.76 万元，2017 年营业收入为 32,164.45 万元。

由于营业收入是点众科技关键业绩指标之一，且存在管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入的固有风险，因此将营业收入的确认识别为关键审计事项。

（2）审计应对

针对点众科技营业收入的确认所实施的重要审计程序包括：

①对销售与收款循环进行内控测试，检查点众科技内部控制的有效性；

②检查与各个收款平台如财付通、支付宝、易联支付等的合作协议，检查后台用户充值与充值消耗的记录，评价收入确认时点是否符合企业会计准则的要求，是否谨慎；

③对报告期内的各个收款平台执行函证程序；

④获取各个收款平台的充值流水并检查其收款流水是否与点众科技系统记录一致；获取点众科技后台充值消耗记录，复核验算收入计算的准确性；

⑤利用互联网技术专家的 IT 核查，对系统后台等业务数据的可靠性及数据记录的安全性作出评价；

⑥对报告期内记录的收入执行分析性复核程序，并评价其财务报表列报和披露是否适当。

基于已执行的审计程序和获取的审计证据，点众科技管理层对营业收入确认

的判断是合理的，其列报与披露是适当的。

2、渠道推广成本支出的确认

渠道推广成本支出在 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度以及 2017 年度的确认是审计中需要沟通的关键审计事项，报告期内点众科技渠道推广成本支出账面金额信息请参见本节“十、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”。

（1）事项描述

渠道推广成本支出主要指点众科技与手机应用商店、手机软件推广服务商、微信等新媒体推广服务商推广“快看小说”、“免费小说大全”APP 和 H5 等自有数字阅读平台内容，根据展示效果、收益分成等形成的支出。点众科技 2020 年 1-6 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度的渠道推广成本支出金额分别为 55,684.87 万元、60,683.12 万元、30,073.62 万元、16,244.69 万元，占报告期各期营业成本总额的比例均在 70%以上。

由于渠道推广成本支出为点众科技主要采购成本之一，且存在管理层为了达到特定目标或期望而少记渠道推广成本支出的固有风险，因此将渠道推广成本支出确认为关键审计事项。

（2）审计应对

针对渠道推广成本支出的确认所实施的重要审计程序包括：

①对采购与付款循环进行内控测试，检查点众科技内部控制的有效性；

②获取渠道推广成本支出明细，并抽样查看合同、系统后台数据、双方结算单等支持性证据；

③执行分析性复核，对主要渠道推广成本支出增减变动询问其原因，并结合供应商/点众科技/第三方系统后台数据对比新增日活、留存率趋势图进行分析，以评价其增减变动的合理性；

④对本期交易额较大的渠道推广成本供应商实施函证及现场走访程序；

⑤利用互联网技术专家的 IT 审计和复核，对系统后台等业务数据的可靠性及数据记录的安全性作出评价。

基于已执行的审计程序和获取的审计证据，点众科技管理层对渠道推广成本支出确认的判断是合理的，其列报与披露是适当的。

三、影响经营业绩的重要因素

（一）影响公司收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

（1）行业因素

互联网数字阅读行业高速增长，得益于以下三个关键因素：一是移动互联网用户规模随着智能手机的普及和用户下沉持续大幅度增长，为互联网数字阅读行业高速发展提供了庞大的用户基数；二是用户阅读习惯发生了显著变化，快速从实体阅读向数字阅读转变，互联网数字阅读成为用户阅读的主流路径；三是用户移动支付习惯在移动互联网场景下得以迅速养成，用户为数字内容付费的支付意愿大幅度提升，有力促进了行业高速增长。

（2）公司在用户和市场地位方面的优势

发展初期，公司作为咪咕数媒（中国移动旗下公司）的重要运营合作伙伴，基于其开放平台的接口整合接入到咪咕数媒的数字内容，并利用中国移动的话费计费功能向用户收取数字内容阅读费用。2015 年，公司基于在互联网数字阅读业务领域积累的丰富运营经验和用户规模，从签约作者和其他内容提供商获取数字内容，开发了完整的用户系统、计费系统、内容管理系统、结算系统、运营支撑系统等，形成了基于点众快看阅读平台上的自有书库阅读业务。2016 年，公司抓住下沉市场的发展机遇，在移动阅读 APP 的基础上，又推出了快看阅读 H5 网站，主打基于微信生态的数字阅读方式。此外，公司用户规模的持续扩大有效支撑了公司强劲的业务发展势头，报告期内公司点众快看阅读平台整体用户情况参见“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（一）主要服务情况”之“1、主要服务的规模情况”。

（3）公司的技术研发能力

点众快看阅读平台作为提供数字阅读服务的载体，公司自成立以来一直注重系统管理等技术队伍的培养和产品研发。在具体的产品研发上，公司一直以用户需求为基准，深耕产品功能与内容建设上的创新，不断优化产品使用体验。公司原创的热更新技术、翻页效果、在线编辑系统等功能已经得到用户的一致认可，近年来不断更新版本，进行技术升级，不断优化产品细节及性能。截至 2020 年 6 月末，公司拥有研发人员 138 名，报告期内研发人员数量保持持续增长。

随着大数据分析技术的不断成熟，公司亦探索其在数字阅读业务中的应用方式，在目前用户获取成本不断提升的市场环境下，公司利用大数据技术，对用户和数字内容进行画像和标签化工作，进而建立用户和内容的分层运营模型，更好地实现用户及其偏好的数字内容的匹配，从而提高用户付费转化率和留存率，提升用户的价值。

报告期内，公司依靠技术、人才、市场、客户等方面的优势，顺应互联网行业快速发展的大趋势，实现业务规模和销售收入的迅速增长。

2、影响公司成本的主要因素

公司的成本主要为渠道推广成本和版权成本。报告期内，公司营业成本随业务发展而增加，与营业收入变动保持一致趋势。

渠道推广成本方面：数字阅读行业作为互联网行业中的重要组成部分，获取用户和互联网流量、扩大用户规模、提升用户活跃度是公司营业收入持续增长的重要基础。报告期内，公司持续加大应用市场、新媒体等推广渠道的投入，以不断扩大公司用户规模。随着公司渠道推广力度的不断增加，渠道推广成本呈上升趋势，报告期内，公司渠道推广成本分别为 16,244.69 万元、30,073.62 万元、60,683.12 万元和 55,684.87 万元。

版权成本方面：鉴于优质内容对数字阅读企业的发展具有重要意义，公司的版权采购力度逐年加大，报告期内公司各年版权成本分别为 3,788.78 万元、5,500.19 万元、10,400.39 万元和 9,354.73 万元，2017 年至 2019 年呈快速上升趋势。

3、影响公司期间费用的主要因素

报告期内，公司期间费用主要包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，各年期间费用分别为 3,989.77 万元、5,766.27 万元、7,383.55 万元和 5,241.44 万元，占营业收入的比重分别为 12.40%、11.39%、8.00%和 6.11%，其中，销售费用、管理费用和研发费用是主要影响因素。影响期间费用的主要因素如下：

（1）研发费用

公司历来重视核心技术的积累和产品的开发，为了保持技术领先优势，满足客户不断变化的需求，公司持续加大对研发的投入。报告期内，公司研发费用分别为 2,184.02 万元、3,208.11 万元、3,614.66 万元和 2,667.60 万元。

（2）职工薪酬

报告期内，公司销售费用、管理费用和研发费用中职工薪酬合计分别为 2,748.56 万元、4,237.93 万元、5,299.22 万元和 3,587.85 万元，占期间费用的比例分别为 68.89%、73.50%、71.77%和 68.45%，报告期，职工薪酬整体呈现增长趋势，导致公司期间费用上升。

4、所得税税收优惠政策对净利润的影响

报告期内，点众科技与中企瑞铭享受高新技术企业税收优惠政策，适用 15%的企业所得税税率；根据《财政部 国家税务总局关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税[2011]112 号），2010 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。因此，霍尔果斯瑞铭自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税；多点信息自 2019 年 2 月 13 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税。

根据财税[2019]13 号关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知，小型微利企业是指从事国家非限制和禁止行业，且同时符合年度应纳税所得额不超过 300 万元、从业人数不超过 300 人、资产总额不超过 5,000 万元等三个条件的企业。对于满足上述条件的公司，适用“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。”因此，点众快看、每日趣阅、阅见未来、阅见天下和点点阅 2019 年度及 2020 年 1-6 月按照上述规定计算缴纳企业所得税。

其中，霍尔果斯瑞铭报告期内各年度享有的企业所得税优惠金额如下：

单位：万元

期间	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
企业所得税优惠金额（按 25%所得税率计算）	2,144.44	1,017.27	859.73	800.13
企业所得税优惠金额（按 15%所得税率计算）	1,286.66	610.36	515.84	480.08
发行人利润总额	14,081.96	12,919.04	8,563.72	7,032.92
霍尔果斯瑞铭企业所得税优惠金额占发行人利润总额的比例（按 25%所得税率计算）	15.23%	7.87%	10.04%	11.38%
霍尔果斯瑞铭企业所得税优惠金额占发行人利润总额的比例（按 15%所得税率计算）	9.14%	4.72%	6.02%	6.83%

注：按照 15%所得税率计算系测算霍尔果斯瑞铭的相关业务改由发行人或中企瑞铭负责后，所得税优惠政策对发行人业绩的影响。

报告期内，霍尔果斯瑞铭享受的所得税优惠政策对公司业绩的影响较小，不构成发行人本次发行上市的实质障碍。

高新技术企业所得税优惠政策、新疆霍尔果斯特殊经济开发区企业所得税优惠政策以及对小微企业的扶持，是国家对相关行业和地区的长期支持政策，具有持续性，短时间内不会进行调整。因此，未来一定时期内公司的经营业绩不会因其享有的税收优惠政策的变化而受到重大影响。

报告期内，霍尔果斯瑞铭主要负责发行人自有 H5 产品及快应用的渠道推广。考虑到霍尔果斯地区的所得税优惠政策，发行人选择优质的推广渠道优先与霍尔果斯瑞铭合作，同时也会匹配相对优质的内容通过霍尔果斯瑞铭的推广渠道来投放，这些推广渠道带来的用户质量较高，后续付费意愿亦较高。霍尔果斯瑞铭通过相关推广渠道形成的用户，都沉淀下来并产生后续充值，发行人根据用户的充值与霍尔果斯瑞铭进行分成结算。而且发行人及霍尔果斯瑞铭分别取得北京市税

务局及霍尔果斯税务局的合法合规证明。

由于在分成结算的模式下，并非只将用户的首次充值与推广商进行分成结算，相关用户的后续充值也需要继续向推广渠道分成结算。霍尔果斯瑞铭沉淀的用户产生充值后，霍尔果斯瑞铭作为点众科技的渠道方，点众科技仍需向霍尔果斯瑞铭结算分成。

运营支撑业务模式下，用户通过渠道 A 的公众号充值会沉淀为快乐农夫的支付公众号粉丝，未来如果用户仍通过渠道 A 的公众号进行充值，则快乐农夫需向渠道 A 支付分成款。

经核查，与发行人按照 CPS 结算方式合作的推广商，对于其推广形成的用户，后续充值发行人也需支付相应的分成成本。因此，发行人对霍尔果斯瑞铭渠道的沉淀用户的后续充值继续支付分成具备合理性、符合行业惯例。

发行人与霍尔果斯瑞铭的内部交易定价公允，霍尔果斯瑞铭的业务范围属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录（试行）》规定的新疆困难地区重点鼓励发展产业，其符合《财政部、国家税务局关于新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税[2011]112 号）规定的享受企业所得税优惠政策的条件。而且发行人及霍尔果斯瑞铭分别取得北京市税务局及霍尔果斯税务局的合法合规证明。

综上所述，霍尔果斯瑞铭的运营模式合理、符合行业惯例，收入真实、成本完整，发行人不存在通过霍尔果斯瑞铭转移利润或规避税收的情形。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩具有较强预示作用的财务和非财务指标

1、营业收入增长率

营业收入增长率代表公司业务发展的速度，报告期内，公司营业收入快速增长，报告期各期营业收入分别为 32,164.45 万元、50,642.76 万元、92,333.81 万元和 85,786.09 万元，2017 年至 2019 年营业收入年复合增长率达到 69.43%。报告

期内，公司营业收入保持高速增长，一方面得益于国民阅读习惯的逐渐养成、移动阅读用户付费习惯的逐渐养成、数字阅读市场规模的不断增长；另一方面得益于公司在数字阅读相关技术方面的积累与投入、产品用户体验的不断提升以及由此带来的用户规模的增长。

行业因素方面，互联网数字阅读行业高速增长，得益于以下三个关键因素：一是移动互联网用户规模随着智能手机的普及和用户下沉持续大幅度增长，为互联网数字阅读行业高速发展提供了庞大的用户基数；二是用户阅读习惯发生了显著变化，快速从实体阅读向数字阅读转变，互联网数字阅读成为用户阅读的主流路径；三是用户移动支付习惯在移动互联网场景下得以迅速养成，用户为数字内容付费的支付意愿大幅度提升，有力促进了行业高速增长。

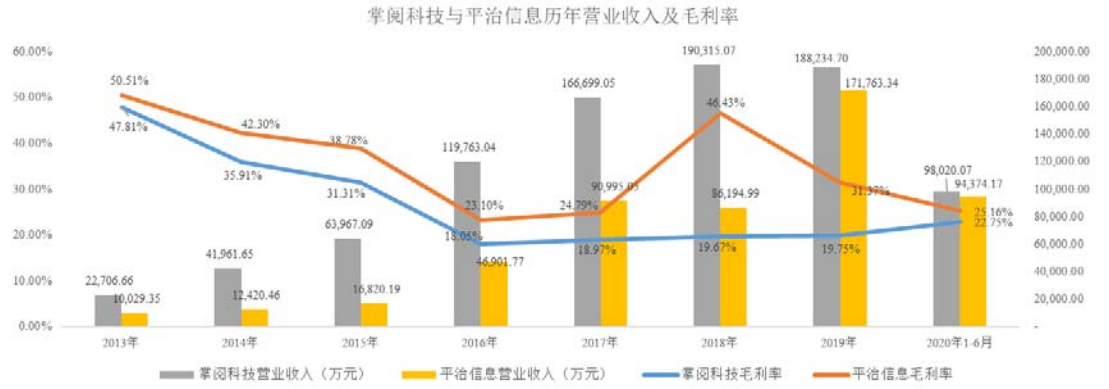
公司内部因素方面，公司在数字阅读相关技术方面的积累与投入不断加大、产品用户体验不断提升。报告期内，公司研发费用分别为 2,184.02 万元、3,208.11 万元、3,614.66 万元和 2,667.60 万元，占营业收入的比例分别为 6.79%、6.33%、3.91%和 3.11%，2017 年至 2019 年复合增长率为 28.65%。此外，公司在报告期内不断加大渠道推广力度，报告期内，发行人渠道推广成本分别为 16,244.69 万元、30,073.62 万元、60,683.12 万元和 55,684.87 万元，渠道推广力度的增大带来了用户规模的增加，进而推动了公司营业收入的增长。再者，在业务形式上，公司根据市场情况不断丰富点众快看阅读平台产品，公司于 2018 年 6 月开始推出运营支撑服务、于 2018 年 8 月推出产品西瓜免费小说、于 2019 年 1 月推出华为阅读，于 2019 年 1 月推出快应用，快应用产品在 2019 年 4 月正式推广并在 2019 年下半年加大了推广力度。

在上述行业因素和公司内部因素的综合作用下，发行人营业收入在报告期内呈现快速增长的趋势。

2、毛利率

毛利率及净利率代表了公司产品和服务的竞争力和公司的综合盈利能力。报告期内，公司综合毛利率分别为 35.11%、26.64%、20.91%和 21.30%。2018 年公司综合毛利率较 2017 年下降 8.47%，2019 年公司综合毛利率较 2018 年下降 5.73%，2020 年上半年毛利率与 2019 年相比略有上升，不存在显著差异。2017

年至 2019 年，发行人毛利率呈下降趋势，一方面是因为自有书库阅读业务占比上升，版权成本增长相对较快；另一方面是因为数字阅读行业企业随着业务规模的逐步提升，因渠道推广和版权采购的投入逐步加大，综合毛利率也会逐步降低到一个水平并保持稳定，如下图所示，掌阅科技的综合毛利率[28]从 2013 年的 47.81%降低到 2016 年的 18.05%，2017 至 2019 年的毛利率分别为 18.97%、19.67%和 19.75%，与 2016 年无显著差异，2020 年 1-6 月的毛利率上涨至 22.75%；平治信息的综合毛利率从 2013 年的 50.51%降低到 2016 年的 23.10%，2017 年毛利率为 24.79%，与 2016 年无显著差异。鉴于发行人报告期内的业务规模与掌阅科技 2014 年至 2016 年的业务规模相当，发行人报告期内的毛利率变动趋势亦与掌阅科技 2014 年至 2017 年的毛利率变动趋势无显著差异，故发行人综合毛利率逐步下降后企稳符合发行人所处规模数字阅读企业综合毛利率变动规律。



如上图所示，掌阅科技和平治信息的毛利率在 2013 年至 2016 年呈现下降趋势，但在 2017 年开始稳定并有些许回升，掌阅科技 2017 年至 2019 年毛利率与 2016 年相比均无显著差异，2020 年 1-6 月，掌阅科技因运营优化以及毛利率相对较高的版权业务收入稳步增长，毛利率有所上升，说明数字阅读企业的毛利率在下降到一定程度后会呈现稳定或者回升的趋势，而非持续下降，发行人的综合毛利率变动亦呈现此趋势，发行人 2020 年上半年的毛利率与 2019 年相比基本持平，略有上涨；此外，随着数字阅读行业内新业务形态的出现，行业内企业的毛利率亦存在上涨的可能性，根据 2018 年年报，平治信息的毛利率由 2017 年的 24.79%上升至 46.43%，主要系其 2018 年大力发展了 CPS 小说分销业务，该业

[28] 注：发行人及平治信息的渠道推广成本在营业成本进行核算，掌阅科技的渠道推广成本在销售费用进行核算，为使三家的综合毛利率具有可比性，掌阅科技此处的综合毛利率计算包含了销售费用中的渠道推广成本。

务按照用户充值款项的约定分成比例确认收入，由于该模式的毛利率较高导致其2018年毛利率大幅提升。2019年，平治信息的毛利率较2018年有所下滑，主要系其在2019年4月收购了深圳兆能从事智能家居业务，该业务当年毛利率仅为16.80%，故导致整体毛利率有所下滑。2020年1-6月，平治信息的毛利率下降至25.16%，主要系其移动阅读平台业务的毛利率由2019年的54.13%下降至46.13%。

3、营业利润率

报告期内，公司营业利润率分别为21.87%、16.91%、14.05%和16.41%，公司营业利润率与可比上市公司对比情况如下：

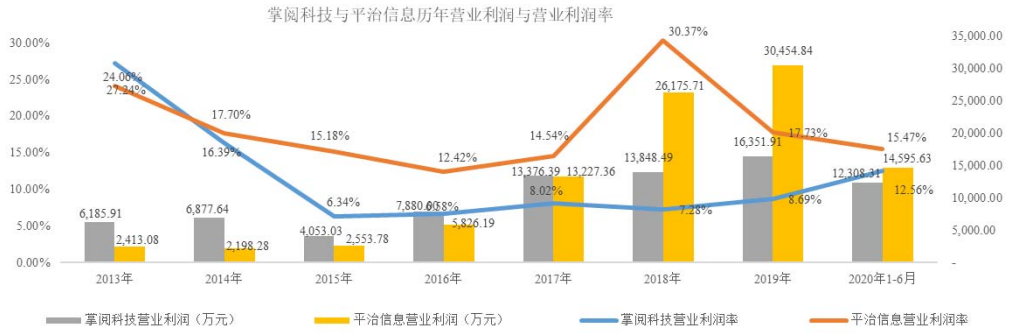
公司	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
掌阅科技	12.56%	8.69%	7.28%	8.02%
平治信息	15.47%	17.73%	30.37%	14.54%
中文在线	7.55%	-82.38%	-171.92%	13.01%
阅文集团	3.21%	7.37%	10.56%	9.66%
平均值	**10.41%**	**11.26%**	**16.07%**	**11.31%**
发行人	16.41%	14.05%	16.91%	21.87%

注：计算平均值时未考虑营业利润率为负的可比公司。

报告期内，公司营业利润率波动与同行业可比公司的营业利润率波动情况存在一定差异，主要系各公司在产品和服务类型、业务结构和业务规模上存在差异所致。

2017年至2019年，公司营业利润率呈现逐年下降的趋势，一方面是因为自有书库阅读业务占比上升，版权成本增长相对较快；另一方面是因为数字阅读行业企业随着业务规模的逐步提升，因渠道推广和版权采购的投入逐步加大，营业利润率会逐步降低到一个水平并保持稳定或有所回升，如下图所示，掌阅科技2013年和2014年的营业利润率分别为27.24%和16.39%，2015年为6.34%，降幅较大主要系当年存在3,811.15万元的股份支付所致，如不考虑股份支付，当年营业利润率为12.29%。鉴于发行人报告期内的营业利润规模与掌阅科技早期的营业利润规模相当，发行人报告期内的营业利润率变动趋势亦与掌阅科技早期的营业利润率变动趋势无显著差异，故发行人营业利润率逐步下降符合发行人所处

规模数字阅读企业营业利润率变动规律。



掌阅科技的营业利润率自 2016 年至 2019 年维持在 6%-8%左右，较剔除股份支付影响后的 2015 年的营业利润率略有下降，主要系其渠道成本中以 CPS 模式结算的占比快速提高，主要为与华为、OPPO、VIVO 和三星等手机厂商的预装，如下表所示，2016 年 CPS 模式渠道成本占营业收入的比例由 2015 年的 22.57%增长至 2016 年的 33.67%，导致其 2016 的营业利润率下降较多。而发行人的渠道成本中目前手机厂商预装占比较低，仍以非 CPS 模式为主，故发行人的营业利润率略高于掌阅科技。

单位：万元

掌阅科技	2014年	2015年	2016年
CPS模式渠道成本	10,057.72	14,436.57	40,327.80
占营业收入的比例	23.97%	22.57%	33.67%

在整体趋势上，如上图所示，掌阅科技的营业利润率在 2013 年至 2016 年呈现下降趋势，2016 年至 2019 年保持稳定，2020 年 1-6 月因为运营优化以及毛利率相对较高的版权业务收入稳步增长，营业利润率有所上升，说明数字阅读企业的营业利润率在下降到一定程度后会呈现稳定或者上升的趋势，而非持续下降，发行人的营业利润率变动亦呈现此趋势，发行人 2020 年上半年的营业利润率与 2019 年相比略有上涨。

平治信息的营业利润率在 2013 年至 2016 年呈现下降趋势，但在 2017 年开始稳定并有些许回升，根据 2018 年年报，平治信息的营业利润率由 2017 年的 14.54%上升至 30.37%，主要系其 2018 年大力发展了 CPS 小说分销业务，该业务按照用户充值款项的约定分成比例净额确认收入，由于该模式的毛利率较高导致其 2018 年营业利润率大幅提升。2019 年，平治信息的营业利润率较 2018 年

有所下滑，主要系其在 2019 年 4 月收购了深圳兆能从事智能家居业务，该业务的毛利率相比数字阅读业务较低，故导致整体营业利润率有所下滑。2020 年 1-6 月，平治信息因数字阅读业务的毛利率下滑，导致其营业利润率也有所下降。

中文在线营业利润率在报告期内波动较大，2018 年中文在线计提上海晨之科商誉减值准备 12.54 亿元，计提新浪阅读商誉减值准备 2.08 亿元，导致当年营业利润为负；2019 年中文在线子公司晨之科游戏业务以及公司广告业务、IP 衍生权销售业务等收入减少致营业总收入较上年同期下降，同时大幅增加对游戏业务的营销推广致销售费用大幅增加，当年营业利润亦为负。中文在线 2020 年 1-6 月营业利润率为 7.55%，较 2019 年大幅提升，主要系因为疫情影响，营业收入同比上升 21.16%，同时因游戏业务规模下降致营业成本同比下降 30.63%，毛利率大幅增长，导致营业利润率也随之增长。

阅文集团 2017 年和 2018 年营业利润率较为稳定，2019 年营业利润率较 2018 年有所下降主要系其 2019 年加大了对其免费阅读产品、网络游戏以及电影、电视剧推广的力度，销售费用同比增加 60.38%所致。2020 年 1-6 月，阅文集团的营业利润率进一步下降，主要系 2020 年上半年毛利率较高的版权运营业务收入占比大幅下降所致，由 2019 年的 53.0%下降至 2020 年 1-6 月的 22.1%。

综上，公司报告期营业利润率变动情况符合发行人现处规模阶段数字阅读企业综合毛利率变动规律。

4、净利率

报告期内，公司净利率分别为 20.41%、16.09%、12.92%和 15.69%，公司净利率与可比上市公司对比情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
掌阅科技	11.11%	7.80%	7.15%	7.43%
平治信息	13.75%	15.64%	25.72%	11.65%
中文在线	7.70%	-84.92%	-169.95%	11.31%
阅文集团	-101.09%	13.31%	18.11%	13.74%
平均值	**10.85%**	**12.25%**	**16.99%**	**11.03%**
发行人	15.69%	12.92%	16.09%	20.41%

注：计算平均值时未考虑净利率为负的可比公司。

2017 年至 2019 年，公司净利率下降主要系公司在报告期内加大了推广和版权采购力度，导致营业总成本增幅大于营业收入增幅所致。2018 年和 2019 年，公司营业收入增长率分别为 57.45%和 82.32%，营业总成本增长率分别为 72.28%和 87.05%，均高于营业收入增长率，营业总成本的大幅增长主要系公司为了进一步增强自身市场竞争力增加了渠道推广力度和版权采购力度，2018 年和 2019 年公司渠道推广成本分别较上年增长 85.13%和 101.78%，均大于营业收入增幅；版权成本分别较上年增长 45.17%和 89.09%。

2020 年 1-6 月，发行人的净利率有所上升，一方面如上文所述，随着发行人业务规模的增长，毛利率逐步企稳，另一方面，发行人的规模效应逐步显现，期间费用占营业收入的比例有所下降。因此，公司的盈利能力整体有所提升。

发行人和可比公司净利率的变动情况与发行人和可比公司营业利润率的变动情况相似，相关差异原因分析参见本小节“3、营业利润率”，其中，阅文集团 2020 年 1-6 月的净利率为负主要系当期就收购电视及电影业务有关的商誉计提减值 40.16 亿元。

5、充值用户数、平均月活跃用户数和单次使用时长

报告期内，公司运营数据良好，充值用户数和平均月活跃用户数整体保持稳步增加，单次使用时长维持在较高水平，具体情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（一）主要服务情况”。

四、分部信息

报告期内，公司主营业务分部收入如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字阅读收入	**82,658.45**	**98.28%**	**87,634.72**	**94.91%**	**47,720.70**	**94.27%**	**30,930.89**	**96.16%**
自有书库阅读业务	73,613.85	87.52%	77,289.20	83.71%	43,673.32	86.28%	25,979.08	80.77%

咪咕书库阅读业务	-	-	-1.79	-0.002%	1,250.54	2.47%	4,951.81	15.40%
运营支撑服务	9,044.60	10.75%	10,347.31	11.21%	2,796.84	5.53%	-	-
版权运营收入	**1,265.94**	**1.51%**	**3,233.68**	**3.50%**	**2,552.51**	**5.04%**	**1,094.31**	**3.40%**
增值服务收入	**181.70**	**0.22%**	**1,465.41**	**1.59%**	**345.97**	**0.68%**	**139.25**	**0.43%**
合计	**84,106.09**	**100.00%**	**92,333.81**	**100.00%**	**50,619.18**	**100.00%**	**32,164.45**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入以数字阅读收入为主，数字阅读业务收入占比分别为 96.16%、94.27%、94.91%和 98.28%。

报告期内，公司数字阅读业务收入中，境内收入和境外收入的情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字阅读收入	境内部分	80,739.17	97.68%	87,510.67	99.86%	47,720.70	100.00%	30,930.89	100.00%
	境外部分	1,919.29	2.32%	124.05	0.14%	-	-	-	-
	合计	**82,658.45**	**100.00%**	**87,634.72**	**100.00%**	**47,720.70**	**100.00%**	**30,930.89**	**100.00%**

报告期内，公司推出面向境外的阅读产品——“小说大全”繁体版，发展境外阅读业务。2019 年和 2020 年 1-6 月，公司实现境外收入 124.05 万元和 1,919.29 万元，占数字阅读业务收入的 0.14%和 2.32%。

五、合并财务报表的编制基础、合并范围及变化情况

（一）财务报表编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照财政部颁布的《企业会计准则——基本准则》和具体企业会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）进行确认和计量，在此基础上，结合中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 15 号——财务报告的一般规定》（2014 年修订）的规定，编制财务报表。

本公司对自报告期末起 12 个月的持续经营能力进行了评估，未发现影响本公司持续经营能力的事项，本公司以持续经营为基础编制财务报表是合理的。

（二）合并报表范围及变化情况

公司报告期合并财务报表范围内子公司如下：

序号	子公司全称	子公司简称	持股比例	成立之间	注销时间
1	中企瑞铭科技（北京）有限公司	中企瑞铭	95.01%	2011 年 10 月 27 日	-
2	北京点众快看科技有限公司	点众快看	100.00%	2017 年 8 月 14 日	-
3	霍尔果斯瑞铭信息科技有限公司	霍尔果斯瑞铭	100.00%	2016 年 12 月 27 日	-
4	天津每日趣阅网络技术有限公司	每日趣阅	100.00%	2018 年 7 月 16 日	-
5	图木舒克多点信息科技有限公司	多点信息	100.00%	2019 年 2 月 13 日	2019 年 11 月 1 日
6	北京阅见未来网络科技有限公司	阅见未来	100.00%	2019 年 6 月 19 日	-
7	北京阅见天下科技有限公司	阅见天下	100.00%	2019 年 7 月 19 日	-
8	北京点点阅信息技术有限公司	点点阅	100.00%	2019 年 7 月 23 日	-
9	DIANZHONG TECHNOLOGY SINGAPORE PTE. LTD.	点众新加坡	100.00%	2019 年 9 月 25 日	-

报告期期初，公司合并报表范围内子公司为中企瑞铭、点众快看和霍尔果斯瑞铭。

报告期内，公司成立全资控股子公司每日趣阅、多点信息、阅见未来、阅见天下、点点阅和点众新加坡，该等公司自成立之初被纳入合并财务报表范围，其中多点信息于 2019 年 11 月 1 日注销，不再纳入合并财务报表范围。

六、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）会计期间

自公历 1 月 1 日至 12 月 31 日止为一个会计年度。本报告期为 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日。

（二）记账本位币

采用人民币为记账本位币。

（三）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、分步实现企业合并过程中的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理

（1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

（2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

（3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

（4）一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

2、同一控制下的企业合并

本公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日在被合并方资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

如果存在或有对价并需要确认预计负债或资产，该预计负债或资产金额与后续或有对价结算金额的差额，调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积不足的，调整留存收益。

对于通过多次交易最终实现企业合并的，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，在取得控制权日，长期股权投资初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。对于合并日之前持有的股权投资，因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理，直至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；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的所有者权益其他变动，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时转入当期损益。

3、非同一控制下的企业合并

购买日是指本公司实际取得对被购买方控制权的日期，即被购买方的净资产或生产经营决策的控制权转移给本公司的日期。同时满足下列条件时，本公司一般认为实现了控制权的转移：

①企业合并合同或协议已获本公司内部权力机构通过。

②企业合并事项需要经过国家有关主管部门审批的，已获得批准。

③已办理了必要的财产权转移手续。

④本公司已支付了合并价款的大部分，并且有能力、有计划支付剩余款项。

⑤本公司实际上已经控制了被购买方的财务和经营政策，并享有相应的利益、承担相应的风险。

本公司在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。

本公司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；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。

通过多次交换交易分步实现的非同一控制下企业合并，属于一揽子交易的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理；不属于一揽子交易的，合并日之前持有的股权投资采用权益法核算的，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，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。合并日之前持有的股权投资采用金融工具确认和计量准则核算的，以该股权投资在合并日的公允价值加上新增投资成本之和，作为合并日的初始投资成本。原持有

股权的公允价值与账面价值之间的差额以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应全部转入合并日当期的投资收益。

4、为合并发生的相关费用

为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直接相关费用，于发生时计入当期损益；为企业合并而发行权益性证券的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

（四）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

本公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，所有子公司（包括本公司所控制的单独主体）均纳入合并财务报表。

2、合并程序

本公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与本公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与本公司不一致的，在编制合并财务报表时，按本公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。

合并财务报表时抵销本公司与各子公司、各子公司相互之间发生的内部交易对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并股东权益变动表的影响。如果站在企业集团合并财务报表角度与以本公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时，从企业集团的角度对该交易予以调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公

司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。

（1）增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，本公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债

或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（2）处置子公司或业务

1）一般处理方法

在报告期内，本公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，本公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

2）分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

① 这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

② 这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

③ 一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

④ 一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，本公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控

制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

（3）购买子公司少数股权

本公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（4）不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（五）现金及现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，将本公司库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金。将同时具备期限短（一般从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额的现金、价值变动风险很小四个条件的投资，确定为现金等价物。

（六）外币业务和外币报表折算

1、外币业务

外币业务交易在初始确认时，采用交易发生日的即期汇率作为折算汇率折合成人民币记账。

资产负债表日，外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算，由此产生的汇兑差额，除属于与购建符合资本化条件的资产相关的外币专门借款产生的汇兑

差额按照借款费用资本化的原则处理外，均计入当期损益。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，不改变其记账本位币金额。

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，由此产生的汇兑差额作为公允价值变动损益计入当期损益。如属于可供出售外币非货币性项目的，形成的汇兑差额计入其他综合收益。

2、外币财务报表的折算

资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算；所有者权益项目除“未分配利润”项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。按照上述折算产生的外币财务报表折算差额计入其他综合收益。

处置境外经营时，将资产负债表中其他综合收益项目中列示的、与该境外经营相关的外币财务报表折算差额，自其他综合收益项目转入处置当期损益；在处置部分股权投资或其他原因导致持有境外经营权益比例降低但不丧失对境外经营控制权时，与该境外经营处置部分相关的外币报表折算差额将归属于少数股东权益，不转入当期损益。在处置境外经营为联营企业或合营企业的部分股权时，与该境外经营相关的外币报表折算差额，按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

（七）金融工具（以下金融工具会计政策适用于 2019 年 1 月 1 日以后）

在本公司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。

实际利率法是指计算金融资产或金融负债的摊余成本以及将利息收入或利息费用分摊计入各会计期间的方法。

实际利率，是指将金融资产或金融负债在预计存续期的估计未来现金流量，折现为该金融资产账面余额或该金融负债摊余成本所使用的利率。在确定实际利率时，在考虑金融资产或金融负债所有合同条款(如提前还款、展期、看涨期权或其他类似期权等)的基础上估计预期现金流量，但不考虑预期信用损失。

金融资产或金融负债的摊余成本是以该金融资产或金融负债的初始确认金额扣除已偿还的本金，加上或减去采用实际利率法将该初始确认金额与到期日金额之间的差额进行摊销形成的累计摊销额，再扣除累计计提的损失准备(仅适用于金融资产)。

1、金融资产分类和计量

本公司根据所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，将金融资产划分为以下三类：

①以摊余成本计量的金融资产。

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。

③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融资产在初始确认时以公允价值计量，但是因销售商品或提供服务等产生的应收账款或应收票据未包含重大融资成分或不考虑不超过一年的融资成分的，按照交易价格进行初始计量。

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，其他类别的金融资产相关交易费用计入其初始确认金额。

金融资产的后续计量取决于其分类，当且仅当本公司改变管理金融资产的业务模式时，才对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

（1）分类为以摊余成本计量的金融资产

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，且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，则本公司将该金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产。本公司分类为以摊余成本计量的金融资产包括货币资金、应收票据及应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入，按摊余成本进行后续计量，其发生减值时或终止确认、修改产生的利得或损失，计入当期损益。除下列情况外，本公司根据金融资产账面余额乘以实际利率计算确定利息收入：

1）对于购入或源生的已发生信用减值的金融资产，本公司自初始确认起，按照该金融资产的摊余成本和经信用调整的实际利率计算确定其利息收入。

2）对于购入或源生的未发生信用减值、但在后续期间成为已发生信用减值的金融资产，本公司在后续期间，按照该金融资产的摊余成本和实际利率计算确定其利息收入。若该金融工具在后续期间因其信用风险有所改善而不再存在信用减值，本公司转按实际利率乘以该金融资产账面余额来计算确定利息收入。

（2）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

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，且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，则本公司将该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。

本公司对此类金融资产采用实际利率法确认利息收入。除利息收入、减值损失及汇兑差额确认为当期损益外，其余公允价值变动计入其他综合收益。当该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

以公允价值计量且变动计入其他综合收益的应收票据及应收账款列报为应收款项融资，其他此类金融资产列报为其他债权投资，其中：自资产负债表日起一年内到期的其他债权投资列报为一年内到期的非流动资产，原到期日在一年以内的其他债权投资列报为其他流动资产。

（3）指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

在初始确认时，本公司可以单项金融资产为基础不可撤销地将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

此类金融资产的公允价值变动计入其他综合收益，不需计提减值准备。该金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。本公司持有该权益工具投资期间，在本公司收取股利的权利已经确立，与股利相关的经济利益很可能流入本公司，且股利的金额能够可靠计量时，确认股利收入并计入当期损益。本公司对此类金融资产在其他权益工具

投资项目下列报。

权益工具投资满足下列条件之一的，属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产：取得该金融资产的目的主要是为了近期出售；初始确认时属于集中管理的可辨认金融资产工具组合的一部分，且有客观证据表明近期实际存在短期获利模式；属于衍生工具（符合财务担保合同定义的以及被指定为有效套期工具的衍生工具除外）。

（4）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

不符合分类为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条件、亦不指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产均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。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

（5）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

在初始确认时，本公司为了消除或显著减少会计错配，可以单项金融资产为基础不可撤销地将金融资产指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

混合合同包含一项或多项嵌入衍生工具，且其主合同不属于以上金融资产的，本公司可以将其整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融工具。但下列情况除外：

1）嵌入衍生工具不会对混合合同的现金流量产生重大改变。

2）在初次确定类似的混合合同是否需要分拆时，几乎不需分析就能明确其包含的嵌入衍生工具不应分拆。如嵌入贷款的提前还款权，允许持有人以接近摊余成本的金额提前偿还贷款，该提前还款权不需要分拆。

本公司对此类金融资产采用公允价值进行后续计量，将公允价值变动形成的

利得或损失以及与此类金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

本公司对此类金融资产根据其流动性在交易性金融资产、其他非流动金融资产项目列报。

2、金融负债分类和计量

本公司根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合金融负债和权益工具的定义，在初始确认时将该金融工具或其组成部分分类为金融负债或权益工具。金融负债在初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债、被指定为有效套期工具的衍生工具。

金融负债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负债，相关的交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

金融负债的后续计量取决于其分类：

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）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。

满足下列条件之一的，属于交易性金融负债：承担相关金融负债的目的主要是为了在近期内出售或回购；属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明企业近期采用短期获利方式模式；属于衍生工具，但是，被指定且为有效套期工具的衍生工具、符合财务担保合同的衍生工具除外。交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具），按照公允价值进行后续计量，除与套期会计有关外，所有公允价值变动均计入当期损益。

在初始确认时，为了提供更相关的会计信息，本公司将满足下列条件之一的金融负债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负债：

1）能够消除或显著减少会计错配。

2）根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础

对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

本公司对此类金融负债采用公允价值进行后续计量，除由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益之外，其他公允价值变动计入当期损益。除非由本公司自身信用风险变动引起的公允价值变动计入其他综合收益会造成或扩大损益中的会计错配，本公司将所有公允价值变动（包括自身信用风险变动的影响金额）计入当期损益。

（2）其他金融负债

除下列各项外，公司将金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债，对此类金融负债采用实际利率法，按照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：

1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

2）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金融负债。

3）不属于本条前两类情形的财务担保合同，以及不属于本条第 1）类情形的以低于市场利率贷款的贷款承诺。

财务担保合同是指当特定债务人到期不能按照最初或修改后的债务工具条款偿付债务时，要求发行方向蒙受损失的合同持有人赔付特定金额的合同。不属于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的财务担保合同，在初始确认后按照损失准备金额以及初始确认金额扣除担保期内的累计摊销额后的余额孰高进行计量。

3、金融资产和金融负债的终止确认

（1）金融资产满足下列条件之一的，终止确认金融资产，即从其账户和资产负债表内予以转销：

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，且该转移满足金融资产终止确认的规定。

（2）金融负债终止确认条件

金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除的，则终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

本公司与借出方之间签订协议，以承担新金融负债方式替换原金融负债，且新金融负债与原金融负债的合同条款实质上不同的，或对原金融负债（或其一部分）的合同条款做出实质性修改的，则终止确认原金融负债，同时确认一项新金融负债，账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司回购金融负债一部分的，按照继续确认部分和终止确认部分在回购日各自的公允价值占整体公允价值的比例，对该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的负债）之间的差额，应当计入当期损益。

4、金融资产转移的确认依据和计量方法

本公司在发生金融资产转移时，评估其保留金融资产所有权上的风险和报酬的程度，并分别下列情形处理：

（1）转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

（2）保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则继续确认该金融资产。

（3）既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的（即除本条（1）、（2）之外的其他情形），则根据其是否保留了对金融资产的控制，分别下列情形处理：

1）未保留对该金融资产控制的，则终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债。

2）保留了对该金融资产控制的，则按照其继续涉入被转移金融资产的程度继续确认有关金融资产，并相应确认相关负债。继续涉入被转移金融资产的程度，

是指本公司承担的被转移金融资产价值变动风险或报酬的程度。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。

（1）金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

1）被转移金融资产在终止确认日的账面价值。

2）因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

（2）金融资产部分转移且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分（在此种情形下，所保留的服务资产应当视同继续确认金融资产的一部分）之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

1）终止确认部分在终止确认日的账面价值。

2）终止确认部分收到的对价，与原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值，除非该项金融资产存在针对资产本身的限售期。对于针对资产本身的限售的金融资产，按照活跃市场的报价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该金融资产的风险而要求获得的补偿金额后确定。活跃市场的报价包括易于且可定期从交易所、交易商、经纪人、行业集团、定价机构或监管机构等获得相关资产或负债的报价，且能代表在公平交易基础上实际并经常发生的市场交易。

初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

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

6、金融工具减值

本公司以预期信用损失为基础，对分类为以摊余成本计量的金融资产、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以及财务担保合同，进行减值会计处理并确认损失准备。

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。其中，对于本公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，应按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对由收入准则规范的交易形成的应收款项，本公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。在每个资产负债表日，将整个存续期内预期信用损失的变动金额作为减值损失或利得计入当期损益。即使该资产负债表日确定的整个存续期内预期信用损失小于初始确认时估计现金流量所反映的预期信用损失的金额，也将预期信用损失的有利变动确认为减值利得。

除上述采用简化计量方法和购买或源生的已发生信用减值以外的其他金融资产，本公司在每个资产负债表日评估相关金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加，并按照下列情形分别计量其损失准备、确认预期信用损失及其变

动：

（1）如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，处于第一阶段，则按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

（2）如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，则按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照账面余额和实际利率计算利息收入。

（3）如果该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，本公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备，并按照摊余成本和实际利率计算利息收入。

金融工具信用损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。除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外，信用损失准备抵减金融资产的账面余额。对于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，本公司在其他综合收益中确认其信用损失准备，不减少该金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

本公司在前一会计期间已经按照相当于金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量了损失准备，但在当期资产负债表日，该金融工具已不再属于自初始确认后信用风险显著增加的情形的，本公司在当期资产负债表日按照相当于未来 12 个月内预期信用损失的金额计量该金融工具的损失准备，由此形成的损失准备的转回金额作为减值利得计入当期损益。

（1）信用风险显著增加

本公司利用可获得的合理且有依据的前瞻性信息，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，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。对于财务担保合同，本公司在应用金融工具减值规定时，将本公司成为做出不可撤销承诺的一方之日作为初始确认日。

本公司在评估信用风险是否显著增加时会考虑如下因素：

1）债务人经营成果实际或预期是否发生显著变化；

2）债务人所处的监管、经济或技术环境是否发生显著不利变化；

3）作为债务抵押的担保物价值或第三方提供的担保或信用增级质量是否发生显著变化，这些变化预期将降低债务人按合同规定期限还款的经济动机或者影响违约概率；

4）债务人预期表现和还款行为是否发生显著变化；

5）本公司对金融工具信用管理方法是否发生变化等。

于资产负债表日，若本公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则本公司假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。如果金融工具的违约风险较低，借款人在短期内履行其合同现金流量义务的能力很强，并且即使较长时期内经济形势和经营环境存在不利变化，但未必一定降低借款人履行其合同现金流量义务的能力，则该金融工具被视为具有较低的信用风险。

（2）已发生信用减值的金融资产

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：

1）发行方或债务人发生重大财务困难；

2）债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；

3）债权人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；

4）债务人很可能破产或进行其他财务重组；

5）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；

6）以大幅折扣购买或源生一项金融资产，该折扣反映了发生信用损失的事实。

金融资产发生信用减值，有可能是多个事件的共同作用所致，未必是可单独识别的事件所致。

（3）预期信用损失的确定

本公司基于单项和组合评估金融工具的预期信用损失，在评估预期信用损失时，考虑有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

本公司以共同信用风险特征为依据，将金融工具分为不同组合。本公司采用的共同信用风险特征包括：金融工具类型、信用风险评级、账龄组合、逾期账龄组合、合同结算周期、债务人所处行业等。相关金融工具的单项评估标准和组合信用风险特征详见相关金融工具的会计政策。

本公司按照下列方法确定相关金融工具的预期信用损失：

1）对于金融资产，信用损失为本公司应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间差额的现值。

2）对于财务担保合同，信用损失为本公司就该合同持有人发生的信用损失向其做出赔付的预计付款额，减去本公司预期向该合同持有人、债务人或任何其他方收取的金额之间差额的现值。

3）对于资产负债表日已发生信用减值但并非购买或源生已发生信用减值的金融资产，信用损失为该金融资产账面余额与按原实际利率折现的估计未来现金流量的现值之间的差额。

本公司计量金融工具预期信用损失的方法反映的因素包括：通过评价一系列可能的结果而确定的无偏概率加权平均金额；货币时间价值；在资产负债表日无须付出不必要的额外成本或努力即可获得的有关过去事项、当前状况以及未来经济状况预测的合理且有依据的信息。

（4）减记金融资产

当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的，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。

7、金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（1）本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的。

（2）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。

（八）金融工具（以下金融工具会计政策适用于 2017 年度、2018 年度）

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

管理层根据所发行金融工具的合同条款及其所反映的经济实质而非仅以法律形式，结合取得持有金融资产和承担金融负债的目的，将金融资产和金融负债分为不同类别：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（或金融负债）；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

交易性金融资产或金融负债是指满足下列条件之一的金融资产或金融负债：

1）取得该金融资产或金融负债的目的是为了在短期内出售、回购或赎回；

2）属于进行集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，且有客观证据表明本公司近期采用短期获利方式对该组合进行管理；

3）属于衍生金融工具，但是被指定为有效套期工具的衍生工具、属于财务担保合同的衍生工具、与在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生工具除外。

只有符合以下条件之一，金融资产或金融负债才可在初始计量时指定为以公

允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债：

1）该项指定可以消除或明显减少由于金融资产或金融负债的计量基础不同所导致的相关利得或损失在确认或计量方面不一致的情况；

2）风险管理或投资策略的正式书面文件已载明，该金融资产组合、该金融负债组合、或该金融资产和金融负债组合，以公允价值为基础进行管理、评价并向关键管理人员报告；

3）包含一项或多项嵌入衍生工具的混合工具，除非嵌入衍生工具对混合工具的现金流量没有重大改变，或所嵌入的衍生工具明显不应当从相关混合工具中分拆；

4）包含需要分拆但无法在取得时或后续的资产负债表日对其进行单独计量的嵌入衍生工具的混合工具。

本公司对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，在取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）应收款项

本公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的债权（不包括在活跃市场上有报价的债务工具），包括应收账款、其他应收款、应收票据、预付账款、长期应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（3）持有至到期投资

持有至到期投资是指到期日固定、回收金额固定或可确定，且本公司有明确

意图和能力持有至到期的非衍生性金融资产。

本公司对持有至到期投资，在取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

如果持有至到期投资处置或重分类为其他类金融资产的金额，相对于本公司全部持有至到期投资在出售或重分类前的总额较大，在处置或重分类后应立即将其剩余的持有至到期投资重分类为可供出售金融资产；重分类日，该投资的账面价值与其公允价值之间的差额计入其他综合收益，在该可供出售金融资产发生减值或终止确认时转出，计入当期损益。但是，遇到下列情况可以除外：

1）出售日或重分类日距离该项投资到期日或赎回日较近（如到期前三个月内），且市场利率变化对该项投资的公允价值没有显著影响；

2）根据合同约定的偿付方式，企业已收回几乎所有初始本金；

3）出售或重分类是由于企业无法控制、预期不会重复发生且难以合理预计的独立事件所引起。

（4）可供出售金融资产

可供出售金融资产，是指初始确认时即指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除其他金融资产类别以外的金融资产。

本公司对可供出售金融资产，在取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。可供出售金融资产的公允价值变动形成的利得或损失，除减值损失和外币货币性金融资产形成的汇兑差额外，直接计入其他综合收益。处置可供出售金融资产时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入投资损益。

本公司对在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投

资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；本公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

本公司若回购部分金融负债，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债公允价值的确定方法

本公司采用公允价值计量金融资产和金融负债。存在活跃市场的金融资产或金融负债，以活跃市场的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融资产或金融负债，采用估值技术（包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具的当前公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等）确定其公允价值；初始取得或衍生的金融资产或承担的金融负债，以市场交易价格作为确定其公允价值的基础。

6、金融资产（不含应收款项）减值准备计提

资产负债表日对以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，如有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

金融资产发生减值的客观证据，包括但不限于：

（1）发行方或债务人发生严重财务困难；

（2）债务人违反了合同条款，如偿付利息或本金发生违约或逾期等；

（3）债权人出于经济或法律等方面因素的考虑，对发生财务困难的债务人作出让步；

（4）债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；

（5）因发行方发生重大财务困难，该金融资产无法在活跃市场继续交易；

（6）无法辨认一组金融资产中的某项资产的现金流量是否已经减少，但根据公开的数据对其进行总体评价后发现，该组金融资产自初始确认以来的预计未来现金流量确已减少且可计量，如该组金融资产的债务人支付能力逐步恶化，或债务人所在国家或地区失业率提高、担保物在其所在地区的价格明显下降、所处行业不景气等；

（7）权益工具发行方经营所处的技术、市场、经济或法律环境等发生重大不利变化，使权益工具投资人可能无法收回投资成本；

（8）权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌。

金融资产的具体减值方法如下：

（1）可供出售金融资产的减值准备

本公司于资产负债表日对各项可供出售金融资产采用个别认定的方式评估减值损失，其中表明可供出售权益工具投资发生减值的客观证据包括权益工具投资的公允价值发生严重或非暂时性下跌，具体量化标准为：若该权益工具投资于资产负债表日的公允价值低于其成本超过 50%（含 50%）或低于其成本持续时间超过一年（含一年）的，则表明其发生减值。

上段所述“成本”按照可供出售权益工具投资的初始取得成本扣除已收回本金和已摊销金额、原已计入损益的减值损失确定；公允价值根据证券交易所期末收盘价确定，除非该项可供出售权益工具投资存在限售期。对于存在限售期的可供出售权益工具投资，按照证券交易所期末收盘价扣除市场参与者因承担指定期间内无法在公开市场上出售该权益工具的风险而要求获得的补偿金额后确定。

可供出售金融资产发生减值时，即使该金融资产没有终止确认，本公司将原直接计入其他综合收益的因公允价值下降形成的累计损失从其他综合收益转出，

计入当期损益。该转出的累计损失，等于可供出售金融资产的初始取得成本扣除已收回本金和已摊余金额、当前公允价值和原已计入损益的减值损失后的余额。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回计入当期损益；对于可供出售权益工具投资发生的减值损失，在该权益工具价值回升时通过权益转回；但在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，或与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产发生的减值损失，不得转回。

（2）持有至到期投资的减值准备

对于持有至到期投资，有客观证据表明其发生了减值的，根据其账面价值与预计未来现金流量现值之间差额计算确认减值损失；计提后如有证据表明其价值已恢复，原确认的减值损失可予以转回，记入当期损益，但该转回的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。

7、金融资产及金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，没有相互抵销。但是，同时满足下列条件的，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：

（1）本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；

（2）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。

（九）应收款项（以下应收款项会计政策适用于 2019 年 1 月 1 日以后）

本公司对应收账款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法参见本小节“（七）金融工具”之“6、金融工具减值”。

本公司对单项金额重大且在初始确认后已经发生信用减值的应收账款单独确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，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判断，依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。确定的组合如下：

组合名称	计提方法
以账龄特征划分若干应收款组合	账龄分析法

采用账龄分析法的应收款项坏账准备计提比例如下：

账龄	预期损失准备率（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00
1 至 2 年（含 2 年）	10.00
2 至 3 年（含 3 年）	50.00
3 年以上	100.00

（十）其他应收款（以下其他应收款项会计政策适用于 2019 年 1 月 1 日以后）

本公司对其他应收款的预期信用损失的确定方法及会计处理方法参见本小节“**（七）**金融工具”之“6、金融工具减值”。

本公司对单项金额重大且在初始确认后已经发生信用减值的其他应收款单独确定其信用损失。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，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判断，预测存续期内预期信用损失。

（十一）应收款项（以下应收款项会计政策适用于 2017 年度、2018 年度）

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项的确认标准：期末余额在 100 万元（含）以上的款项。

单项金额重大的应收款项坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按组合计提坏账准备应收款项

（1）信用风险特征组合的确定依据

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

组合名称	计提方法	确定组合的依据
押金保证金组合	余额百分比法	根据业务性质，主要包括保证金及押金。
账龄分析法组合	账龄分析法	包括除上述组合之外的应收款项，本公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类。

（2）根据信用风险特征组合确定的计提方法

①采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00	5.00
1 至 2 年（含 2 年）	10.00	10.00
2 至 3 年（含 3 年）	50.00	50.00
3 年以上	100.00	100.00

②采用余额百分比法计提坏账准备的：

组合名称	其他应收款计提比例（%）
押金保证金组合	5.00

3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由：	涉诉款项、客户信用状况恶化的应收款项、备用金等

坏账准备的计提方法：	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备

（十二）合同资产

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的，确认为合同资产。本公司拥有的无条件（即，仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项单独列示。

本公司对合同资产的预期信用损失的确定方法及会计处理方法参见本小节“（五）金融工具”之“6、金融工具减值”。

（十三）长期股权投资

1、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，具体会计政策本小节“（三）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；发行或取得自身权益工具时发生的交易费用，可直接归属于权益性交易的从权益中扣减。

在非货币性资产交换具备商业实质和换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的长期股权投资以换出资产的公允价值为基础确定其初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，其初始投资成本按照公允价值为基础确

定。

2、后续计量及损益确认

（1）成本法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算，并按照初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。

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，本公司按照享有被投资单位宣告分派的现金股利或利润确认为当期投资收益。

（2）权益法

本公司对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算；对于其中一部分通过风险投资机构、共同基金、信托公司或包括投连险基金在内的类似主体间接持有的联营企业的权益性投资，采用公允价值计量且其变动计入损益。

长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

本公司取得长期股权投资后，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；并按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

本公司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，对被投资单位的净利润进行调整后确认。本公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。

本公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，

冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

被投资单位以后期间实现盈利的，公司在扣除未确认的亏损分担额后，按与上述相反的顺序处理，减记已确认预计负债的账面余额、恢复其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益及长期股权投资的账面价值后，恢复确认投资收益。

3、长期股权投资核算方法的转换

（1）公允价值计量转权益法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，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，按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》确定的原持有的股权投资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。

原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

按权益法核算的初始投资成本小于按照追加投资后全新的持股比例计算确定的应享有被投资单位在追加投资日可辨认净资产公允价值份额之间的差额，调整长期股权投资的账面价值，并计入当期营业外收入。

（2）公允价值计量或权益法核算转成本法核算

本公司原持有的对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的按金融工具确认和计量准则进行会计处理的权益性投资，或原持有对联营企业、合营企业的长期股权投资，因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，在编制个别财务报表时，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本

之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

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，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。

购买日之前持有的股权投资按照《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当期损益。

（3）权益法核算转公允价值计量

本公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

（4）成本法转权益法

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，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。

（5）成本法转公允价值计量

本公司因处置部分权益性投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，在编制个别财务报表时，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间的差额计入当期损益。

4、长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款之间的差额，应当计入当期

损益。采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。

处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

（1）这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

（2）这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

（3）一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

（4）一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

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，不属于一揽子交易的，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额计入当期损益。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间的差额计入当期损益。

（2）在合并财务报表中，对于在丧失对子公司控制权以前的各项交易，处置价款与处置长期股权投资相应对享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积不足冲减的，调整留存收益；在丧失对子公司控制权时，对于剩余股权，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的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资收益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，将各项交易作为一项处置子公司股权投资并丧失控制权的交易进行会计处理，区分个

别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

（1）在个别财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置的股权对应的长期股权投资账面价值之间的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

（2）在合并财务报表中，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

5、共同控制、重大影响的判断标准

如果本公司按照相关约定与其他参与方集体控制某项安排，并且对该安排回报具有重大影响的活动决策，需要经过分享控制权的参与方一致同意时才存在，则视为本公司与其他参与方共同控制某项安排，该安排即属于合营安排。

合营安排通过单独主体达成的，根据相关约定判断本公司对该单独主体的净资产享有权利时，将该单独主体作为合营企业，采用权益法核算。若根据相关约定判断本公司并非对该单独主体的净资产享有权利时，该单独主体作为共同经营，本公司确认与共同经营利益份额相关的项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理。

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。本公司通过以下一种或多种情形，并综合考虑所有事实和情况后，判断对被投资单位具有重大影响：（1）在被投资单位的董事会或类似权力机构中派有代表；（2）参与被投资单位财务和经营政策制定过程；（3）与被投资单位之间发生重要交易；（4）向被投资单位派出管理人员；（5）向被投资单位提供关键技术资料。

（十四）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、固定资产初始计量

本公司固定资产按成本进行初始计量。

（1）外购的固定资产的成本包括买价、进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出。

（2）自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的必要支出构成。

（3）投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账。

（4）购买固定资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，固定资产的成本以购买价款的现值为基础确定。实际支付的价款与购买价款的现值之间的差额，除应予资本化的以外，在信用期间内计入当期损益。

3、固定资产后续计量及处置

（1）固定资产折旧

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

本公司根据固定资产的性质和使用情况，确定固定资产的使用寿命和预计净残值。并在年度终了，对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

各类固定资产的折旧方法、折旧年限和年折旧率如下：

类别	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
电子设备	3-5	0	20.00-33.33
办公家具	3	0	33.33

（2）固定资产的后续支出

与固定资产有关的后续支出，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的，在发生时计入当期损益。

（3）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。

4、融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法

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。

本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提融资租入固定资产折旧。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

资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（十五）无形资产与开发支出

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产，包括土地使用权、专有技术、商标使用权等。

1、无形资产的初始计量

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。

债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以该无形资产的公允价值为基础确定其入账价值，并将重组债务的账面价值与该用以抵债的无形资产公允价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具备商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量的前提下，非货币性资产交换换入的无形资产以换出资产的公允价值为基础确定其入账价值，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠；不满足上述前提的非货币性资产交换，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的成本，不确认损益。

以同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按被合并方的账面价值确定其入账价值；以非同一控制下的企业吸收合并方式取得的无形资产按公允价值确定其入账价值。

内部自行开发的无形资产，其成本包括：开发该无形资产时耗用的材料、劳务成本、注册费、在开发过程中使用的其他专利权和特许权的摊销以及满足资本化条件的利息费用，以及为使该无形资产达到预定用途前所发生的其他直接费用。

2、无形资产的后续计量

本公司在取得无形资产时分析判断其使用寿命，划分为使用寿命有限和使用

寿命不确定的无形资产。

（1）使用寿命有限的无形资产

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销。使用寿命有限的无形资产预计寿命及依据如下：

项目	预计使用寿命（年）	依据
办公软件	2-5	预计可使用年限
买断版权	1-5	预计可使用年限
商标	10	预计可使用年限

每期末，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，如与原先估计数存在差异的，进行相应的调整。

经复核，本期期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（2）使用寿命不确定的无形资产

无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。

对于使用寿命不确定的无形资产，在持有期间内不摊销，每期末对无形资产的寿命进行复核。如果期末重新复核后仍为不确定的，在每个会计期间继续进行减值测试。

经复核，该类无形资产的使用寿命仍为不确定。

3、划分公司内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

内部研究开发项目研究阶段的支出，在发生时计入当期损益。

4、开发阶段支出符合资本化的具体标准

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

（1）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；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）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；

（4）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；

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

（十六）长期资产减值

本公司在资产负债表日判断长期资产是否存在可能发生减值的迹象。如果长期资产存在减值迹象的，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。

资产可收回金额的估计，根据其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。

可收回金额的计量结果表明，长期资产的可收回金额低于其账面价值的，将长期资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不得转回。

资产减值损失确认后，减值资产的折旧或者摊销费用在未来期间作相应调整，以使该资产在剩余使用寿命内，系统地分摊调整后的资产账面价值（扣除预

计净残值）。

因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

在对商誉进行减值测试时，将商誉的账面价值分摊至预期从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

（十七）长期待摊费用

长期待摊费用，是指本公司已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在 1 年以上的各项费用。长期待摊费用在受益期内按直线法分期摊销。

（十八）合同负债

本公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务部分确认为合同负债。

（十九）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司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。

1、短期薪酬

短期薪酬是指本公司在职工提供相关服务的年度报告期间结束后十二个月内需要全部予以支付的职工薪酬，离职后福利和辞退福利除外。本公司在职工提

供服务的会计期间，将应付的短期薪酬确认为负债，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

2、离职后福利

离职后福利是指本公司为获得职工提供的服务而在职工退休或与企业解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外。

离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。

离职后福利设定提存计划主要为参加由各地劳动及社会保障机构组织实施的社会基本养老保险、失业保险等；在职工为本公司提供服务的会计期间，将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。

本公司按照国家规定的标准和年金计划定期缴付上述款项后，不再有其他的支付义务。

3、辞退福利

辞退福利是指本公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿，在本公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

本公司向接受内部退休安排的职工提供内退福利。内退福利是指，向未达到国家规定的退休年龄、经本公司管理层批准自愿退出工作岗位的职工支付的工资及为其缴纳的社会保险费等。本公司自内部退休安排开始之日起至职工达到正常退休年龄止，向内退职工支付内部退养福利。对于内退福利，本公司比照辞退福利进行会计处理，在符合辞退福利相关确认条件时，将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，确认为负债，一次性计入当期损益。内退福利的精算假设变化及福利标准调整引起的差异于发生时计入当期损益。

4、其他长期职工福利

其他长期职工福利是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外的其他所有职工福利。

对符合设定提存计划条件的其他长期职工福利，在职工为本公司提供服务的会计期间，将应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本；除上述情形外的其他长期职工福利，在资产负债表日由独立精算师使用预期累计福利单位法进行精算，将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

（二十）股份支付

1、股份支付的种类

本公司的股份支付为以权益结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，采用期权定价模型等确定其公允价值，选用的期权定价模型考虑以下因素：（1）期权的行权价格；（2）期权的有效期；（3）标的股份的现行价格；（4）股价预计波动率；（5）股份的预计股利；（6）期权有效期内的无风险利率。

在确定权益工具授予日的公允价值时，考虑股份支付协议规定的可行权条件中的市场条件和非可行权条件的影响。股份支付存在非可行权条件的，只要职工或其他方满足了所有可行权条件中的非市场条件（如服务期限等），即确认已得到服务相对应的成本费用。

3、确定可行权权益工具最佳估计的依据

等待期内每个资产负债表日，根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行权权益工具的数量与实际可行权数量一致。

4、实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

5、对于存在修改条款和条件的情况的，本期的修改情况及相关会计处理

若在等待期内取消了授予的权益工具，本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

（二十一）收入（自 2020 年 1 月 1 日起适用）

1、收入确认的一般原则

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控制权时，按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入。

履约义务，是指合同中本公司向客户转让可明确区分商品或服务的承诺。

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。

本公司在合同开始日即对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是某一时点履行。满足下列条件之一的，属于在某一时间段内履行的履约义务，本公司按照履约进度，在一段时间内确认收入：(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。否则，本公司在客户取得相关商品或服务控制权的时点确认收入。

对于在某一时段内履行的履约义务，本公司根据商品和劳务的性质，采用产出法/投入法确定恰当的履约进度。产出法是根据已转移给客户的商品对于客户的价值确定履约进度（投入法是根据公司为履行履约义务的投入确定履约进度）。当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。

2、收入确认的具体方法

（1）数字阅读收入

自有书库数字阅读收入：1）对于以看点结算的部分，本公司根据用户实际消耗的阅读计量单位“看点”数量乘以看点加权平均单价确认收入，每月末看点加权平均单价具体计算方法为：（月初结余金额+本月充值金额）/（月初结余看点数量+本月看点增加数量），公司采用月末加权平均单价的方式核算本月看点的单价；2）对于包月服务，本公司按照为用户提供服务的期间分期确认收入。

咪咕书库数字阅读收入：公司根据权责发生制原则，对本年内已取得运营商提供的结算数据的，以双方确认的结算数据确认收入；本年内尚未取得运营商提供结算数据的，公司根据双方确认的有效业务数据、合同约定分成比例、结算费率以及历史回款率等信息暂估确认收入。

运营支撑收入：本公司根据与客户签订的合同，在履行合同约定义务的期间，以用户实际充值的金额按照约定的分成比例确认运营支撑服务收入。

（2）版权运营收入

本公司根据与客户签订的合同，在完成履行合同约定的义务且不承担后续服务后确认收入。

本公司根据与客户签订的合同，对于需要承担后续服务的合同，在履行合同约定义务的期间内，按照合理的方式分摊确认收入。

（3）增值服务收入

广告营销收入：本公司根据与客户签订的合同，对于客户有后台结算数据的，每月按照客户后台的结算数据确认收入；对于客户无后台结算数据的，在取得客

户确认的结算单时确认收入。

话费计费推广服务收入：本公司根据合同约定，对本年内已取得运营商提供的结算数据的，以双方确认的结算数据确认收入；本年内尚未取得运营商提供结算数据的，公司根据双方确认的有效业务数据、合同约定分成比例、结算费率以及历史回款率等信息暂估确认收入。

（二十二）收入（适用 2019 年 12 月 31 日之前）

1、销售商品收入确认时间的具体判断标准

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

2、确认让渡资产使用权收入的依据

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定；

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

3、提供劳务收入的确认依据和方法

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计，是指同时满足下列条件：

（1）收入的金额能够可靠地计量；

（2）相关的经济利益很可能流入企业；

（3）交易的完工进度能够可靠地确定；

（4）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

（1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本；

（2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的，将销售商品的部分作为销售商品处理，将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

4、具体确认原则

（1）数字阅读收入

自有书库数字阅读收入：①对于以看点结算的部分，本公司根据用户实际消耗的阅读计量单位“看点”数量乘以看点加权平均单价确认收入，每月末看点加权平均单价具体计算方法为：（月初结余金额+本月充值金额）/（月初结余看点数量+本月看点增加数量），公司采用月末加权平均单价的方式核算本月看点的单价；②对于包月服务，本公司按照为用户提供服务的期间分期确认收入。

咪咕书库数字阅读收入：公司根据权责发生制原则，对本年内已取得运营商提供的结算数据的，以双方确认的结算数据确认收入；本年内尚未取得运营商提供结算数据的，公司根据双方确认的有效业务数据、合同约定分成比例、结算费率以及历史回款率等信息暂估确认收入。

运营支撑收入：本公司根据与客户签订的合同，在履行合同约定义务的期间，以用户实际充值的金额按照约定的分成比例进行确认运营支撑服务收入。

根据发行人与快乐农夫签署的运营支撑协议约定，点众科技负责开发合作平台，快乐农夫具有平台的所有权，并自主负责产品推广、用户管理等事项，发行人为快乐农夫提供技术、内容和运营支撑服务，并收取服务费。双方确认采用合作产品所得收益额分成的方式计算和结算发行人运营支撑服务费，所得收益额的定义为最终用户实际充值的金额，快乐农夫按约定的分成比例（10%）向发行人支付运营支撑服务费。按照上述协议中的有关约定，发行人在履行合同约定义务的期间以用户实际充值的金额按照约定的分成比例确认运营支撑服务收入符合收入确认的一般原则和具体原则。

发行人根据与快乐农夫的合同约定确认运营支撑业务收入符合会计准则，与快乐农夫阅读用户是否消费无关。

同时根据发行人与快乐农夫约定，若用户充值后存在退款的情形，退款金额由快乐农夫全额承担。报告期内，快乐农夫运营支撑业务用户退款金额相对用户总充值金额占比很低，同时与发行人确认运营支撑服务收入的金额无关。

综上，发行人按照约定提供运营支撑服务，快乐农夫按照双方合作产品所得收益额分成的方式计算和结算点众科技运营支撑服务费，符合《企业会计准则第14 号——收入（2006）》的有关规定，同时参照新修订的《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）第三十七条规定，在下列两项孰晚的时点确认收入：（一）客户后续销售或使用行为实际发生；（二）企业履行相关履约义务。因此，发行人运营支撑业务收入没有提前确认，收入确认时点符合《企业会计准则》的规定。

（2）版权运营收入

本公司根据与客户签订的合同，在完成履行合同约定的义务且不承担后续服务后确认收入。

本公司根据与客户签订的合同，对于需要承担后续服务的合同，在履行合同约定义务的期间内，按照合理的方式分摊确认收入。

（3）增值服务收入

广告营销服务收入：本公司根据与客户签订的合同，对于客户有后台结算数据的，每月按照客户后台的结算数据暂估确认收入；对于客户无后台结算数据的，在取得客户确认的结算单时确认收入。

话费计费推广服务收入：本公司根据合同约定，对本年内已取得运营商提供的结算数据的，以双方确认的结算数据确认收入；本年内尚未取得运营商提供结算数据的，公司根据双方确认的有效业务数据、合同约定分成比例、结算费率以及历史回款率等信息暂估确认收入。

发行人上述收入确认政策符合会计准则的规定。

5、关于 2020 年 1 月 1 日起施行的修订的《企业会计准则第 14 号—收入》对发行人报告期收入确认的影响说明

针对新修订的《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号），大华会计师事务所分析了其对发行人不同业务类别收入确认的影响，并出具了大华特字[2020]000886 号《关于 2020 年 1 月 1 日起施行的修订的<企业会计准则第 14 号—收入>对北京点众科技股份有限公司申报期收入确认的影响说明》，认为新收入准则的实施不会对点众科技数字阅读业务、版权运营业务、增值服务业务在业务模式、合同条款、收入确认原则等方面构成产生重大影响。假定自申报财务报表期初开始全面执行新收入准则不会导致点众科技截止日为 2019 年 12 月 31 日的财务报表发生变化，不涉及编制备考合并财务报表。假定自申报财务报表期初开始全面执行新收入准则，对报告期各期（末）的营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产及其他主要财务指标不存在影响。

（二十三）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

1、确认递延所得税资产的依据

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是，同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该交易不是企业合并；（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

对于与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。

2、确认递延所得税负债的依据

公司将当期与以前期间应交未交的应纳税暂时性差异确认为递延所得税负债。但不包括：

（1）商誉的初始确认所形成的暂时性差异；

（2）非企业合并形成的交易或事项，且该交易或事项发生时既不影响会计利润，也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）所形成的暂时性差异；

（3）对于与子公司、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。

3、同时满足下列条件时，将递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列示

（1）企业拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利；

（2）递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税

主体征收的所得税相关或者对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产和递延所得税负债转回的期间内，涉及的纳税主体体意图以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债或是同时取得资产、清偿债务。

（二十四）财务报表列报项目变更

财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》 (财会(2018)15 号，对一般企业财务报表格式进行了修订，新增了“应收票据及应收账款、“应付票据及应付账款”、“研发费用”行项目，修订了“其他应收款”、“固定资产”、“在建工程”、“其他应付款”、“长期应付款”和“管理费用”行项目的列报内容，减少了“应收票据”、“应收账款”、“应收股利”、“应收利息”、“固定资产清理”、“工程物资”、“应付票据”、 “应付账款”、 “应付利息”、 “应付股利”及“专项应付款”行项目，在“财务费用”项目下增加 “其中：利息费用”和“利息收入”行项目进行列报，调整了利润表部分项目的列报位置。对于上述列报项目的变更，本公司已经根据新的企业财务报表格式的要求编制财务报表，财务报表的列报项目因此发生变更的，已经按照《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间 2017 年度的比较数据进行调整。

财政部于 2019 年 4 月 30 日发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2019〕6 号），对一般企业财务报表格式进行了修订，新增了“应收票据”、“应收账款”、“应付票据”、“应付账款”行项目，减少了“应收票据及应收账款”、“应付票据及应付账款”行项目，调整了利润表部分项目的列报位置。对于上述列报项目的变更，本公司已经根据新的企业财务报表格式的要求编制财务报表，财务报表的列报项目因此发生变更的，已经按照《企业会计准则第 30 号——财务报表列报》等的相关规定，对可比期间 2018 年度、2017 年度的比较数据进行调整。

（二十五）重要会计政策、会计估计的变更

1、会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	审批程序	备注
本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号-金融资产转移》和《企业会计准则第 24 号-套期会计》、《企业会计准则第 37 号-金融工具列报》	董事会批准	（1）
本公司自 2019 年 6 月 10 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》，自 2019 年 6 月 17 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 12 号——债务重组》	董事会批准	（2）
本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 14 号-收入》	董事会批准	（3）

（1）执行新金融工具准则对本公司的影响

本公司自 2019 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号-金融资产转移》和《企业会计准则第 24 号-套期会计》、《企业会计准则第 37 号-金融工具列报》（以上四项统称<新金融工具准则>），变更后的会计政策详见附注四。

于 2019 年 1 月 1 日之前的金融工具确认和计量与新金融工具准则要求不一致的，本公司按照新金融工具准则的要求进行衔接调整。涉及前期比较财务报表数据与新金融工具准则要求不一致的，本公司未调整可比期间信息。金融工具原账面价值和新金融工具准则施行日的新账面价值之间的差额，计入 2019 年 1 月 1 日留存收益或其他综合收益。

执行新金融工具准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下：

项目	2018 年 12 月 31 日（元）	累积影响金额（元）			2019 年 1 月 1 日（元）
		分类和计量影响（注 1）	金融资产减值影响（注 2）	小计	
可供出售金融资产	1,888,230.00	-7,000,000.00	5,111,770.00	-1,888,230.00	
其他权益工具投资		7,000,000.00	-5,111,770.00	1,888,230.00	1,888,230.00
资产合计	319,406,622.09				319,406,622.09
未分配利润	150,936,201.09		5,111,770.00	5,111,770.00	156,047,971.09
其他综合收益			-5,111,770.00	- 5,111,770.00	-5,111,770.00
所有者权益合计	224,563,401.88				224,563,401.88

注：上表仅呈列受影响的财务报表项目，不受影响的财务报表项目不包括在内，因此所披露的小计和合计无法根据上表中呈列的数字重新计算得出。

注 1：于 2019 年 1 月 1 日，账面价值 1,888,230.00 元的以前年度被分类为可供出售金融资产的股权投资的合同条款显示其为非交易性权益工具投资，因此该部分金额从可供出售金融资产重分类其他权益工具投资。

注 2：本公司 2019 年 1 月 1 日执行新金融工具准则后，将原计入可供出售金融资产的非交易性投资金额

7,000,000.00 元重分类至其他权益工具投资，原计提的减值准备 5,111,770.00 元重分类至公允价值变动，同时调减其他综合收益和调增未分配利润 5,111,770.00 元。

（2）执行新债务重组及非货币性资产交换准则对本公司的影响

本公司自 2019 年 6 月 10 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》，自 2019 年 6 月 17 日起执行财政部 2019 年修订的《企业会计准则第 12 号——债务重组》。该项会计政策变更采用未来适用法处理，并根据准则的规定对于 2019 年 1 月 1 日至准则实施日之间发生的非货币性资产交换和债务重组进行调整。

本公司执行上述准则对本报告期内财务报表无重大影响。

（3）执行新收入准则对本公司的影响

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 14 号-收入》，变更后的会计政策详见附注四。根据新收入准则的衔接规定，首次执行该准则的累计影响数调整首次执行当期期初（2020 年 1 月 1 日）留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。

在执行新收入准则时，本公司仅对首次执行日尚未执行完成的合同的累计影响数进行调整；对于最早可比期间期初之前或 2020 年年初之前发生的合同变更未进行追溯调整，而是根据合同变更的最终安排，识别已履行的和尚未履行的履约义务、确定交易价格以及在已履行的和尚未履行的履约义务之间分摊交易价格。

执行新收入准则对本期期初资产负债表相关项目的影响列示如下：

项目	2019 年 12 月 31 日（元）	累积影响金额（元）			2020 年 1 月 1 日（元）
		重分类（注 1）	重新计量（注 2）	小计	
预收款项	785,223.30	-785,223.30		-785,223.30	
合同负债		99,616,557.57		99,616,557.57	99,616,557.57
其他流动负债	98,831,334.27	-98,831,334.27		-98,831,334.27	
负债合计	188,774,769.21				188,774,769.21

注：上表仅呈列受影响的财务报表项目，不受影响的财务报表项目不包括在内，因此所披露的小计和合计无法根据上表中呈列的数字重新计算得出。

注 1：于 2020 年 1 月 1 日，本公司的预收款项和其他流动负债被重分类至合同负债。

公司执行新收入准则对 2020 年 1-6 月合并利润表无影响。

2、会计估计变更

本报告期主要会计估计未发生变更。

七、非经常性损益情况

大华会计师事务所（特殊普通合伙）对本公司报告期内的非经常性损益进行了审核，并出具了大华核字[2020]007383 号《北京点众科技股份有限公司非经常性损益鉴证报告》。报告期内，公司非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
非流动性资产处置损益	-	10.58	-	-0.65
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	1.50	14.96	239.68	36.00
委托他人投资或管理资产的损益	721.97	969.81	857.44	309.71
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.37	-58.09	-2.08	-2.24
其他符合非经常性损益定义的损益项目	0.001	-	11.58	-
小计	**723.85**	**937.26**	**1,106.62**	**342.82**
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	100.68	135.18	166.14	51.42
少数股东权益影响额（税后）	2.38	-	-	-
非经常性损益合计	**620.79**	**802.08**	**940.48**	**291.40**

报告期内，非经常性损益对当年经营成果的影响如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
归属于发行人股东的非经常性损益净额	620.79	802.08	940.48	291.40
归属于发行人股东的净利润	13,436.55	11,924.95	8,149.83	6,565.56
非经常损益占归属于发行人股东的净利润比重	4.62%	6.73%	11.54%	4.44%
扣除非经常性损益后的归属于发行人股东的净利润	**12,815.76**	**11,122.87**	**7,209.35**	**6,274.16**

报告期内，非经常性损益占归属于发行人股东的净利润的比重分别为

4.44%、11.54%、6.73%和 4.62%，主要为委托理财投资收益，2018 年非经常性损益占净利润的比重较大主要系 2018 年委托理财投资收益涨幅较大所致，由 2017 年的 309.71 万元增长至 2018 年的 857.44 万元。

八、主要税收政策、缴纳的主要税种及其法定税率

（一）主要税种及税率

报告期内，公司及控股子公司适用的主要税种及税率如下：

公司	企业所得税	增值税	城市维护建设税	教育附加税	地方教育费附加	文化事业建设费
点众科技	15%	6%	7%	3%	2%	3%/0%
中企瑞铭	15%	6%	7%	3%	2%	-
点众快看	5%/10%/25%	3%/6%	7%	3%	2%	-
霍尔果斯瑞铭	0%	6%	7%	3%	2%	3%/0%
每日趣阅	5%/10%/25%	6%	7%	3%	2%	3%/0%
多点信息	0%	6%	7%	3%	2%	-
阅见未来	5%/10%	6%	5%	3%	2%	-
阅见天下	5%/10%	6%	5%	3%	2%	-
点点阅	5%/10%	6%	7%	3%	2%	-

注：点众新加坡于 2020 年开始实际经营，由于尚未盈利，无需缴纳公司利得税；此外，由于营业额未超过 100 万新币，无需缴纳消费税。

1、企业所得税

点众科技与中企瑞铭于 2015 年 11 月 24 日被认定为高新技术企业，获得由北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201511004080、GR201511001891），有效期三年；后于 2018 年 10 月 31 日取得新的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201811004285、GR201811004571），有效期三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条之规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，按 15%所得税率征收企业所得税。点众科技与中企瑞铭在报告期内适用 15%的企业所得税税率。

根据《财政部 国家税务总局关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税[2011]112 号），2010 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。因此，霍尔果斯瑞铭自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税；多点信息自 2019 年 2 月 13 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税。

根据财税[2019]13 号关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知，小型微利企业是指从事国家非限制和禁止行业，且同时符合年度应纳税所得额不超过 300 万元、从业人数不超过 300 人、资产总额不超过 5,000 万元等三个条件的企业。对于满足上述条件的公司，适用“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。”因此，点众快看、每日趣阅、阅见未来、阅见天下和点点阅在 2019 年度和 2020 年 1-6 月按照上述规定计算缴纳企业所得税。

2、增值税

点众科技、中企瑞铭、霍尔果斯瑞铭、每日趣阅、阅见未来、多点信息、阅见天下和点点阅为一般纳税人，增值税率 6%；点众快看在 2018 年 7 月前为小规模纳税人，增值税率为 3%，2018 年 7 月后为一般纳税人，增值税率 6%。

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，故公司自 2019 年 4 月起享受可抵扣进项税额加计扣除优惠政策。

3、城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加

点众科技、中企瑞铭、点众快看、霍尔果斯瑞铭、每日趣阅、多点信息和点点阅城市维护建设税执行税率 7%，阅见天下和阅见未来城市维护建设税执行税

率 5%，所有主体教育费附加执行税率 3%，地方教育费附加执行税率 2%。

4、文化事业建设费

点众科技、每日趣阅和霍尔果斯瑞铭的广告业务收入在 2019 年及以前年度按 3%缴纳文化事业建设费。

根据《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），自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，免征文化事业建设费，免征对象为缴纳文化事业建设费的广告业和娱乐业的缴费人，故相关主体在 2020 年 1-6 月无需缴纳文化事业建设费。

（二）本公司报告期内税收优惠及批文

本公司报告期内的税收优惠情况参见本小节“（一）主要税种及税率”之“1、企业所得税”和“2、增值税”

九、主要财务指标

（一）主要财务指标

主要财务指标	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率（倍）	2.83	2.76	3.20	3.87
速动比率（倍）	2.77	2.70	3.19	3.82
资产负债率（母公司）（%）	49.11	39.81	49.94	47.89
主要财务指标	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
应收账款周转率（次）	106.60	83.29	36.80	13.16
存货周转率（次）	362.38	261.39	不适用	不适用
息税折旧摊销前利润（万元）	14,109.87	13,475.12	8,946.52	7,418.80
归属于发行人股东的净利润（万元）	13,436.55	11,924.95	8,149.83	6,565.56
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	12,815.76	11,122.87	7,209.35	6,274.16

研发投入占营业收入的比例（%）	3.11	3.91	6.33	6.79
每股经营活动产生的现金流量（元）	3.73	4.72	2.76	2.54
每股净现金流量（元）	3.01	4.87	2.30	3.88
归属于发行人股东的每股净资产（元）	11.63	8.35	5.47	3.95

注：发行人报告期内不存在银行借款，故利息保障倍数不适用；发行人 2017 年和 2018 年不存在存货，故存货周转率不适用。

上述各指标计算公式如下：

流动比率=流动资产/流动负债；

速动比率=速动资产/流动负债=（流动资产－存货-其他流动资产）/流动负债；

资产负债率=总负债/总资产；

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额；

存货周转率=营业成本/存货平均余额；

息税折旧摊销前利润＝利润总额＋利息费用＋固定资产折旧＋无形资产摊销+长期待摊费用摊销；

归属于发行人股东的净利润＝归属于母公司股东的净利润；

归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润＝归属于母公司股东的净利润－非经常性损益的影响数；

研发投入占营业收入比例=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=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额；

归属于发行人股东的每股净资产=归属于母公司股东权益合计/期末股本总额。

（二）净资产收益率及每股收益

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 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，公司加权平均净资产收益率、基本每股收益和稀释每股收益如下：

报告期利润		加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	2020年1-6月	32.77	3.27	3.27
	2019年	41.96	2.91	2.91
	2018年	40.26	1.99	1.99
	2017年	61.58	1.62	1.62
扣除非经常性损益后归属于公司普通股东的净利润	2020年1-6月	31.26	3.12	3.12
	2019年	39.14	2.72	2.72
	2018年	36.46	1.76	1.76
	2017年	59.67	1.55	1.55

注：上述指标的计算公式如下：

（1）加权平均净资产收益率的计算公式如下：

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）基本每股收益的计算公式如下：

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）稀释每股收益的计算公式如下：

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 P1 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。由于公司不存在稀释性潜在普通股，故稀释性每股收益的计算与基本每股收益的计算结果相同。

十、经营成果分析

报告期内，公司盈利能力总体情形如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	85,786.09	92,333.81	82.32%	50,642.76	57.45%	32,164.45
营业成本	67,509.75	73,029.84	96.57%	37,152.92	78.00%	20,871.99
营业利润	14,081.58	12,977.13	51.50%	8,565.80	21.76%	7,035.16
利润总额	14,081.96	12,919.04	50.86%	8,563.72	21.77%	7,032.92
净利润	13,459.22	11,924.95	46.32%	8,149.83	24.13%	6,565.56

报告期内，公司营业收入分别为 32,164.45 万元、50,642.76 万元、92,333.81 万元和 85,786.09 万元，呈现快速增长的趋势。数字阅读收入是公司营业收入的

主要来源，其占营业收入的比重分别为 96.16%、94.23%、94.91%和 96.35%，由于近年来我国互联网行业发展迅速，数字阅读产业规模迅速扩大，加之公司准确把握了市场机遇，不断加大对版权内容和用户推广的投入，实现了数字阅读收入的快速增长，进而带动了营业收入的快速增长。

（一）营业收入分析

1、营业收入变动分析

报告期内，公司营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	**85,786.09**	**92,333.81**	**82.32%**	**50,642.76**	**57.45%**	**32,164.45**
其中：主营业务收入	84,106.09	92,333.81	82.41%	50,619.18	57.38%	32,164.45
其他业务收入	1,680.00	-	-	23.58	-	-

报告期内，公司营业收入快速增长，各年营业收入分别为 32,164.45 万元、50,642.76 万元、92,333.81 万元和 85,786.09 万元，在 2017 年至 2019 年间，年均复合增长率为 69.43%。

报告期内，公司主营业务收入具体包括数字阅读收入、版权运营收入和增值服务收入，其中以数字阅读收入为主。公司主营业务收入的增加分析参见本节“三、影响经营业绩的重要因素”之“（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩具有较强预示作用的财务和非财务指标”。2018 年公司实现其他业务收入 23.58 万元，2020 年 1-6 月实现其他业务收入 1,680.00 万元，均来源于公司提供的软件开发服务；发行人 2020 年 1-6 月为华为开发海外阅读产品部分模块，按照终验法确认收入。

2、主营业务收入按产品（或服务）结构分析

报告期内公司主营业务收入按产品（或服务）类别分类情况分析如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年

	金额	占比	金额	占比	增长率	金额	占比	增长率	金额	占比
数字阅读收入	82,658.45	98.28%	87,634.72	94.91%	83.64%	47,720.70	94.27%	54.28%	30,930.89	96.16%
版权运营收入	1,265.94	1.51%	3,233.68	3.50%	26.69%	2,552.51	5.04%	133.25%	1,094.31	3.40%
增值服务收入	181.70	0.22%	1,465.41	1.59%	323.57%	345.97	0.68%	148.45%	139.25	0.43%
合计	**84,106.09**	**100.00%**	**92,333.81**	**100.00%**	**82.41%**	**50,619.18**	**100.00%**	**57.38%**	**32,164.45**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入分别为 32,164.45 万元、50,619.18 万元、92,333.81 万元和 84,106.09 万元，在 2017 年至 2019 年间，年均复合增长率为 69.43%，整体呈现高速增长趋势。报告期内主营业务收入主要来源于数字阅读服务，公司数字阅读收入占比超过 90%，版权运营收入和增值服务收入占比较小。

（1）数字阅读收入

公司的数字阅读服务按照提供服务的阅读平台、版权来源和计费方式的不同分为自有书库阅读业务、咪咕书库阅读业务和运营支撑服务。

自有书库阅读业务主要通过终端用户在公司点众快看阅读平台购买“看点”并消费“看点”阅读数字内容获取收入。

咪咕书库阅读业务指用户阅读的内容均来自咪咕数媒，用户通过话费支付的方式购买数字内容，公司可获取用户消费的分成收入。

运营支撑服务是公司基于其在互联网数字阅读领域的专业能力和丰富经验，向深度合作伙伴提供运营支撑服务并收取服务费。运营支撑服务主要包括提供数字内容、技术支撑和运营支撑。

报告期内，点众科技数字阅读业务实现收入 30,930.89 万元、47,720.70 万元、87,634.72 万元和 82,658.45 万元，占当期主营业务收入的比例分别为 96.16%、94.27%、94.91%和 98.28%，在 2017 年至 2019 年间，年均复合增长率为 68.32%。报告期内，公司数字阅读收入结构情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
自有书库阅读业务	73,613.85	89.06%	77,289.20	88.19%	43,673.32	91.52%	25,979.08	83.99%

咪咕书库阅读业务	-	-	-1.79	-0.002%	1,250.54	2.62%	4,951.81	16.01%
运营支撑服务	9,044.60	10.94%	10,347.31	11.81%	2,796.84	5.86%	-	-
合计	**82,658.45**	**100.00%**	**87,634.72**	**100.00%**	**47,720.70**	**100.00%**	**30,930.89**	**100.00%**

报告期内，公司自有书库阅读业务收入占比逐年升高，咪咕书库阅读业务收入占比逐年下降。2017 年，公司自有书库阅读业务收入占比为 83.99%，咪咕书库阅读业务收入占比为 16.01%。2018 年，公司业务进一步向自有书库阅读业务倾斜，其收入占比上升至 91.52%，咪咕书库阅读业务收入占比下降至 2.62%，自 2018 年 6 月公司开始提供运营支撑服务，当年实现收入 2,796.84 万元，收入占比为 5.86%。2019 年，咪咕书库阅读业务收入占比进一步下降至-0.002%，运营支撑服务收入占比上升至 11.81%，自有书库阅读业务收入占比为 88.19%。2020 年 1-6 月，自有书库阅读业务收入占比为 89.06%，运营支撑服务收入占比为 10.94%。报告期内，公司自有书库阅读业务发展迅速且市场开拓良好，逐渐形成了以自有书库阅读业务收入为主的营业收入结构。

发行人自有书库阅读业务中以“看点”进行结算的部分，看点的构成、兑换标准以及报告期各期各类看点情况如下：

①自有书库数字阅读业务中“看点”的构成

发行人以看点进行结算的自有书库数字阅读业务中，按照看点的来源进行分类，可以分为充值看点、充值赠送看点和活动赠送看点，三者共同形成了发行人的看点池，但充值赠送看点和活动赠送看点均被标记为赠送看点进入看点池，在用户消耗看点时，先消耗赠送看点，再消耗充值看点，消耗的赠送看点无法进一步区分为充值赠送看点消耗和活动赠送看点消耗。

②充值看点、充值赠送看点、活动赠送看点的兑换标准

报告期内，发行人充值看点、充值赠送看点和活动赠送看点的主要兑换标准如下：

看点类型	主要兑换标准
充值看点	财付通、支付宝等充值：充值 1 元兑换 100 看点 话费充值：充值 1 元兑换 50 看点
充值赠送看点	充值 30 元赠送 1,500 看点 充值 38 元赠送 3,800 看点

	充值 50 元赠送 3,000 看点 充值 100 元赠送 8,000 看点
活动赠送看点	签到：用户每连续签到 7 天为一个周期，可获得 30-100 不等的看点 任务：用户完成不同的任务，可以获得 2-30 看点不等 分享：用户分享阅读链接可以获得 5-9 看点不等 阅读时长：根据用户阅读时长会获得 5-90 看点不等

如上表所示，发行人充值看点的主要兑换标准为充值 1 元兑换 100 看点，为了鼓励用户提高充值金额，对于大额的充值会赠送一定的充值赠送看点，如充值 30 元赠送 1,500 看点，相应的赠送比例会根据用户的充值和消费行为，运营人员进行相应的调整。此外，用户还可以通过多种形式获取活动赠送看点，如签到、执行任务、分享阅读连接给好友以及阅读时长等，活动赠送看点的力度亦会根据市场情况、用户的充值消费情况、节假日等因素进行调整。

③看点摊销方法及收入确认方法

发行人看点摊销方法和收入确认方法符合会计准则的要求，和同行业可比公司相比，相关会计处理一致。

对于以看点模式开展的业务，发行人按月按看点消耗确认收入，每月确认收入金额为：

每月确认收入 = （当月非包月消耗的充值看点+当月非包月消耗的充值赠送看点+当月包月摊销看点） * 当月看点单价

a、非包月消耗的充值看点

非包月消耗的充值看点数来源于发行人服务器统计。

b、当月非包月消耗的充值赠送看点

在赠送看点的来源上可以分为充值赠送看点和活动赠送看点，由于活动赠送看点未产生任何用户充值金额，故不对活动赠送看点消耗确认收入；由于充值赠送看点和用户的实际充值行为相关，实质上是用户充值的折扣性质，故对充值赠送看点消耗确认收入。

在赠送看点产生之时，发行人可以区分充值赠送看点和活动赠送看点，但当二者都进入看点池后，均被标识为赠送看点，未做进一步的划分，因此用户在消耗时，服务器只能统计消耗的总赠送看点数（含到期赠送看点），无法进一步划

分充值赠送看点消耗和活动赠送看点消耗，故按照截至每个月末累计充值赠送看点占累计总赠送看点的比例拆分累计消耗的赠送看点，具体方式如下：

$$\text{当月非包月消耗的充值赠送看点} = \frac{\text{截至当月末累计充值赠送看点}}{\text{截至当月末累计充值赠送看点和活动赠送看点}} * \text{截至当月末累计消耗的赠送看点} - \text{截至上月末累计消耗的充值赠送看点}$$

c、当月包月摊销看点

对于以看点进行包月的用户，在用户购买包月服务时，只能使用充值看点，然后按照包月期限摊销当月应确认的消耗看点。

d、当月看点单价

当月看点单价的计算方法具体如下：

$$\text{当月看点单价} = \frac{\text{上月留存金额+本月充值金额}}{\text{上月留存充值及充值赠送看点+本月新增充值及充值赠送看点}}$$

根据《企业会计准则第 14 号-收入》第三十九条，企业向客户预收销售商品款项的，应当首先将该款项确认为负债，待履行了相关履约义务时再转为收入。当企业预收款项无需退回，且客户可能会放弃其全部或部分合同权利时，企业预期将有权获得与客户所放弃的合同权利相关的金额的，应当按照客户行使合同权利的模式按比例将上述金额确认为收入；否则，企业只有在客户要求其履行剩余履约义务的可能性极低时，才能将上述负债的相关余额转为收入。

对于以看点模式进行结算的业务，发行人在用户实际消耗看点时确认收入，符合《企业会计准则第 14 号-收入》的规定。

④报告期各期看点情况

报告期内，对于看点结算部分的数字阅读业务，用户充值金额、看点的充值和消耗以及确认的收入如下：

单位：万元、万看点

时间	充值金额	充值看点	充值赠送看点	活动赠送看点	消耗充值看点	消耗充值赠送看点	消耗活动赠送看点	确认的收入
2020 年 1-6 月	71,685.43	7,592,038.85	3,859,041.49	2,689,865.55	7,271,228.35	3,829,389.76	2,666,090.09	70,345.31

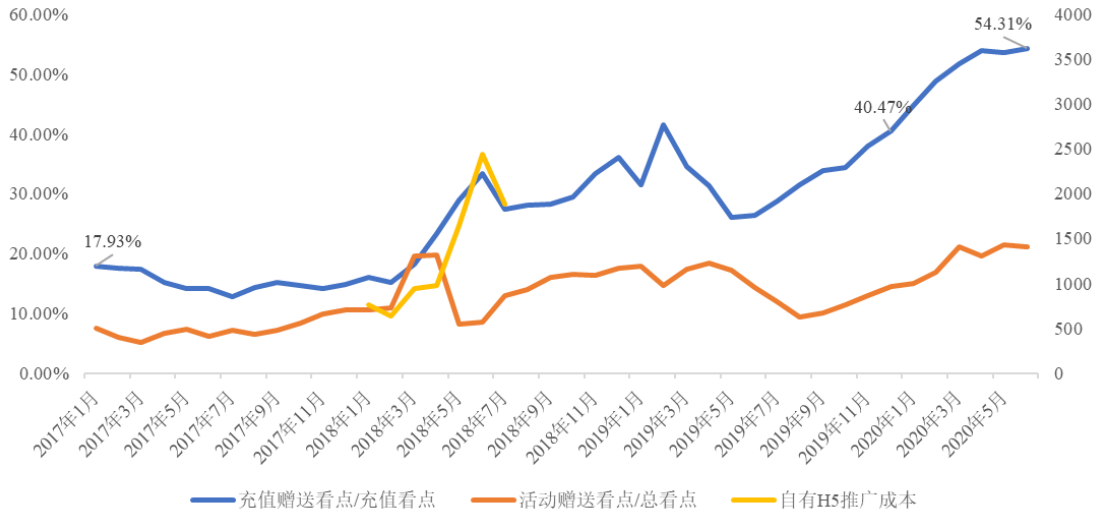
2019 年	78,680.49	8,398,753.40	2,895,778.94	1,740,806.28	8,074,790.48	2,797,117.18	1,685,568.16	76,052.41
2018 年	44,891.02	4,783,838.91	1,328,971.66	1,020,155.41	4,502,103.16	1,218,207.17	938,618.34	42,500.59
2017 年	28,328.26	3,049,346.90	453,462.53	279,571.27	2,745,841.35	459,146.33	284,542.00	25,917.45

注：上表中充值金额为不含税、扣除部分充值渠道手续费的净额。

如上表所示，报告期内，对于看点结算部分的数字阅读业务，用户的充值与看点形成情况具有匹配性，用户的看点消耗情况与收入确认情况整体具有匹配性。

⑤报告期各期赠送看点占比情况

发行人自有书库阅读业务中以看点模式结算业务中，用户的看点来源于三方面，分别为充值看点、充值赠送看点和活动赠送看点，其中充值赠送看点与充值看点存在关联关系，发行人产品通常对于单次 30 元及以上档位的充值会给予充值赠送看点，且充值金额越高，赠送比例越大，但活动赠送看点与充值看点不存在直接关系，用户主要通过签到、完成任务、分享阅读链接等方式获取活动赠送看点。报告期内，充值赠送看点占充值看点的比例和活动赠送看点占总看点的比例如下：



如上图所示，对于充值赠送看点占充值看点的比例：①2018 年 3 月至 2018 年 6 月充值赠送看点占充值看点的比例快速增长主要系发行人在该区间内加大了自有 H5 网站的推广力度，而自有 H5 网站的起充金额为 30 元，均有充值赠送看点，故充值赠送看点的比例快速提升，自 2018 年 7 月起发行人战略调整，减

少了自有 H5 网站的推广力度，故充值赠送看点占充值看点的比例略有下滑。②2019 年 2 月充值赠送看点的占比较高主要系春节长假、元宵节、情人节等假期期间，进行了较多充值活动所致，当月的活动日共有 17 天，且主要以提升 100 元和 50 元充值档位的充值赠送看点数量为主，故充值赠送看点占比较高。③2019 年 2 月至 2019 年 6 月，充值赠送看点的占比有所下降主要系发行人为了促进用户的付费转化率，针对长期不付费的用户，通过降低充值门槛的方式促进其充值和消费，此类低门槛充值不存在充值赠送看点。④2019 年下半年充值赠送看点的占比逐步提升，主要系发行人下半年推广快应用产品的力度逐步加大，快应用在当年的起充金额与自有 H5 网站一样，以 30 元起充，虽然发行人产品通常在用户充值金额达到 30 元开始给予充值赠送看点，而快应用为了提升用户的充值金额，从 50 元才开始给予充值赠送看点，且 50 元档位给予的充值赠送看点远高于其他产品，快应用充值 50 元通常赠送同等价值的充值赠送看点（即 5,000 看点），同期快看小说客户端充值 50 元通常给予 50%的充值赠送看点（即 2,500 看点），故充值赠送看点的比例逐步提升。⑤2020 年 1-6 月，充值赠送看点的占比进一步提升，一方面系发行人当期对快应用的推广力度较大，如上文所述，快应用的充值赠送比例相对较高，此外，受疫情影响，用户的阅读消费增多，也更倾向于选择档位更高的区间进行充值，故整体的充值赠送看点占比有所提升。

对于活动赠送看点占总看点的比例：①2018 年 3 月和 4 月占比较高，主要系发行人的自有 H5 网站上线了用户阅读自动签到赠送看点的活动，故活动赠送看点比例有所提升，2018 年 4 月底经评估，该活动对提升用户活跃度的效果有限，故停止了该活动，因此 2018 年 5 月的活动赠送看点的占比有所下降。②2019 年 2 月占比有所下降，主要系如上文所述，当月主要以提升用户充值金额为主，进行了较多充值赠送的活动，故减少了活动赠送看点的频次和曝光量，整体体现为充值赠送看点占比提升，活动赠送看点占比下降。③2019 年下半年占比先降后升，主要系通过签到赠送活动看点的数量有所变动，2019 年下半年主要变动情况如下表所示，政策的变动与上图占比的变动具有匹配性。④2020 年 1-6 月，活动赠送看点进一步上升后趋稳，一方面系疫情期间，用户的阅读行为有所增多，通过签到获取的活动赠送看点也随之增多，另外，公司也加大了签到赠送看点的活动力度，如下表所示，2020 年 3 月和 2020 年 5 月都上调了签到赠送看点的上

限。

时间	签到赠送活动看点政策
2019 年 6 月修改前	签到赠送 6-20 看点不等
2019 年 6 月	修改为签到赠送 3-9 看点不等
2019 年 7 月	修改为签到赠送 8-20 看点不等
2019 年 8 月	修改为签到赠送 3-15 看点不等
2019 年 9 月	添加一次性任务活动，作品添加至桌面赠送 50 看点，登录赠送 50 看点
2019 年 12 月	修改为签到赠送 15-60 看点不等
2020 年 3 月	修改为签到赠送 15-120 看点不等
2020 年 5 月	修改为签到赠送 30-150 看点不等

此外，根据发行人的收入确认方式，充值赠送看点比例的提升导致总看点数增加，进而导致平均看点单价的下降；另一方面由于用户是先消耗赠送看点再消耗充值看点，因此赠送比例增加会导致消耗的充值看点减少，而在计算收入时，消耗的赠送看点需要按照一定的比例拆分出充值赠送消耗计算收入，而充值看点的消耗则全部用于计算收入，因此赠送比例的提高会对收入确认产生负向的影响。如上图所示，2017 年充值赠送看点占充值看点的比例相对较低，各月占比的平均值为 15.17%，如果各月均保持 15%的充值赠送比例，在其他条件不变的情况下，报告期各期的收入将分别上涨 0.14%、3.85%、6.85%和 8.59%。

此外，为进一步判断充值赠送看点与活动赠送看点比例对收入的影响程度，保荐机构及申报会计师进行了敏感性分析，如某月充值赠送看点及活动赠送看点合计为 100 万看点，通过对调的方式改变充值赠送看点和活动赠送看点的比例，如增加充值赠送看点 10（=100*10%）万的同时，减少活动赠送看点 10（=100*10%）万，假设其他充值及消耗行为不变，相关变动对历年收入的影响如下：

时间	对调比例											
	充值赠送	活动赠送	充值赠送	活动赠送	充值赠送	活动赠送	充值赠送	活动赠送	充值赠送	活动赠送	充值赠送	活动赠送
	+30%	-30%	+20%	-20%	+10%	-10%	-10%	+10%	-20%	+20%	-30%	+30%
2020年1-6月	0.77%		0.55%		0.29%		-0.33%		-0.72%		-1.18%	
2019年	0.02%		0.01%		0.00%		-0.01%		-0.44%		-0.05%	
2018年	0.21%		0.15%		0.08%		-0.11%		-0.22%		-0.35%	
2017年	0.68%		0.47%		0.24%		-0.25%		-0.51%		-0.78%	

如上表所示，如对调充值赠送和活动赠送的比例±10%、±20%和±30%，对

各年收入的影响介于-1.18%至 0.77%之间，对报告期整体的合计收入不存在重大影响。

综上，发行人的赠送看点占比有一定波动，系发行人运营策略影响，相关变动具有合理性，且经测试，调整充值赠送看点和活动赠送看点的比例对收入影响程度较小。

⑥由看点计算收入使用的充值金额与发行人服务器统计充值金额的对比

上文“④报告期各期看点情况”中的充值金额为由看点计算收入时使用的充值金额，其对应的各月充值金额与发行人服务器统计的各产品的充值金额的对比情况如下：

单位：万元

时间	由看点计算收入使用数据	服务器统计各产品充值金额						差异	差异率
	充值金额（不含税）	快看小说	西瓜	华为	H5	合计（含税）	合计（不含税）		
2017 年 1 月	1,219.57	289.26	-	-	1,049.98	1,339.24	1,263.43	43.86	3.47%
2017 年 2 月	1,640.15	331.65	-	-	1,457.62	1,789.27	1,687.99	47.84	2.83%
2017 年 3 月	2,095.72	397.36	-	-	1,887.47	2,284.83	2,155.50	59.78	2.77%
2017 年 4 月	1,907.34	516.92	-	-	1,560.39	2,077.31	1,959.73	52.39	2.67%
2017 年 5 月	2,308.82	777.48	-	-	1,713.22	2,490.70	2,349.72	40.90	1.74%
2017 年 6 月	2,683.65	963.62	-	-	1,973.07	2,936.69	2,770.46	86.81	3.13%
2017 年 7 月	2,937.06	1,183.12	-	-	2,007.64	3,190.76	3,010.15	73.09	2.43%
2017 年 8 月	3,249.15	1,245.47	-	-	2,315.90	3,561.37	3,359.78	110.63	3.29%
2017 年 9 月	2,820.03	1,133.78	-	-	1,954.04	3,087.82	2,913.04	93.01	3.19%
2017 年 10 月	2,747.61	1,228.21	-	-	1,747.12	2,975.33	2,806.92	59.31	2.11%
2017 年 11 月	2,363.12	1,217.09	-	-	1,406.56	2,623.65	2,475.14	112.02	4.53%
2017 年 12 月	2,356.03	1,245.56	-	-	1,346.24	2,591.80	2,445.09	89.06	3.64%
2018 年 1 月	2,310.17	1,236.61	-	-	1,268.86	2,505.47	2,363.65	53.48	2.26%
2018 年 2 月	2,093.63	1,134.57	-	-	1,140.46	2,275.03	2,146.25	52.62	2.45%
2018 年 3 月	2,850.16	1,446.16	-	-	1,637.89	3,084.05	2,909.48	59.32	2.04%
2018 年 4 月	3,194.97	1,511.19	-	-	1,912.29	3,423.48	3,229.70	34.73	1.08%
2018 年 5 月	4,236.48	1,680.70	-	-	2,850.51	4,531.21	4,274.73	38.25	0.89%
2018 年 6 月	4,966.08	1,767.50	-	-	3,555.78	5,323.28	5,021.96	55.88	1.11%
2018 年 7 月	4,559.50	2,091.65	-	-	2,800.16	4,891.81	4,614.92	55.42	1.20%
2018 年 8 月	4,512.12	2,376.53	-	-	2,460.96	4,837.49	4,563.67	51.55	1.13%
2018 年 9 月	4,098.38	2,331.58	-	-	2,055.30	4,386.88	4,138.57	40.19	0.97%
2018 年 10 月	4,176.58	2,588.70	-	-	1,882.17	4,470.87	4,217.80	41.22	0.98%
2018 年 11 月	3,816.09	2,601.21	-	-	1,476.76	4,077.97	3,847.14	31.05	0.81%

2018 年 12 月	4,076.89	2,774.68	-	-	1,582.89	4,357.57	4,110.92	34.03	0.83%
2019 年 1 月	3,958.63	2,667.97	-	1.06	1,558.08	4,227.11	3,987.84	29.21	0.73%
2019 年 2 月	4,076.59	2,461.70	-	2.60	1,889.70	4,354.00	4,107.55	30.96	0.75%
2019 年 3 月	3,983.70	2,905.12	-	5.02	1,342.47	4,252.61	4,011.90	28.20	0.70%
2019 年 4 月	3,615.77	3,002.32	0.22	5.93	859.43	3,867.90	3,648.96	33.19	0.91%
2019 年 5 月	3,357.54	2,882.75	6.04	8.56	702.00	3,599.35	3,395.61	38.07	1.12%
2019 年 6 月	3,720.20	3,116.40	17.17	10.67	840.19	3,984.43	3,758.90	38.70	1.03%
2019 年 7 月	4,863.17	4,270.03	13.76	15.10	915.09	5,213.98	4,918.85	55.68	1.13%
2019 年 8 月	8,158.65	7,941.72	11.07	34.85	721.92	8,709.56	8,216.57	57.92	0.70%
2019 年 9 月	8,967.81	8,966.47	8.79	58.63	527.21	9,561.10	9,019.91	52.10	0.58%
2019 年 10 月	11,157.80	11,347.17	7.39	80.78	531.92	11,967.26	11,289.87	132.07	1.17%
2019 年 11 月	10,161.84	10,301.81	7.59	82.15	461.72	10,853.27	10,238.93	77.09	0.75%
2019 年 12 月	12,658.79	13,016.93	6.86	96.45	417.78	13,538.02	12,771.72	112.93	0.88%
2020 年 1 月	14,412.42	14,942.97	5.53	105.85	319.96	15,374.31	14,504.07	91.65	0.63%
2020 年 2 月	13,501.90	14,104.52	3.75	110.77	286.52	14,505.56	13,684.49	182.59	1.33%
2020 年 3 月	10,722.55	11,070.11	2.50	100.03	241.50	11,414.14	10,768.06	45.51	0.42%
2020 年 4 月	11,345.39	11,831.27	1.95	94.20	199.38	12,126.80	11,440.38	94.99	0.83%
2020 年 5 月	10,510.36	11,138.15	2.05	113.86	213.56	11,467.62	10,818.51	308.15	2.85%
2020 年 6 月	11,192.80	11,759.25	1.82	117.84	197.43	12,076.34	11,392.77	199.97	1.76%

如上表所示，报告期内各月看点计算表使用的充值金额小于分产品加总的充值金额，差异主要系：①看点计算表的充值金额为不含税金额，分产品加总数据为含税金额；②在扣除增值税影响后，分产品加总的充值金额仍大于看点计算表的充值金额，差异为分产品的充值金额为用户原始充值金额，看点计算表计算收入时，对于部分有渠道费的充值渠道（如华为支付、APPLE PAY）计入扣除渠道费后的净充值金额，故导致看点计算表的充值金额小于分产品充值金额加总数。

因此，二者的差异系统计口径不同所致，相关披露数据准确。

（2）版权运营收入

公司在业务发展过程中尝试向产业上游延伸，开展原创文学版权运营业务，主要采取签约作者的方式取得其特定签约作品的独家授权，并通过对数字版权的运营开发取得收益，具体方式包括以卖断或分成的方式向其他数字阅读企业、文娱企业等客户授权数字内容。报告期内，该项业务实现收入 1,094.31 万元、2,552.51 万元、3,233.68 万元和 1,265.94 万元，占主营业务收入的比重分别为 3.40%、5.04%、3.50%和 1.51%，收入占比相对较小，收入规模稳步增长。

（3）增值服务收入

公司的增值服务主要包括基于点众快看阅读平台的广告营销服务和早期的中国移动话费计费推广服务。广告营销服务是公司利用点众快看阅读平台的流量和媒体价值，为广告客户提供广告服务，收取广告营销费用。中国移动话费计费推广服务是公司作为中国移动的合作伙伴，将中国移动授权的计费渠道授权给公司合作伙伴使用，合作伙伴使用中国移动计费代码后，中国移动将获取的信息费按约定比例支付给公司，公司在收取服务费后支付给合作伙伴。报告期内，增值服务分别实现收入 139.25 万元、345.97 万元、1,465.41 万元和 181.70 万元，占主营业务收入比重分别为 0.43%、0.68%、1.59%和 0.22%，收入占比整体较小，2018 年公司增值服务业务收入较 2017 年有所上涨，主要系当期推出西瓜免费小说产品用以开展广告营销业务，带来收入的上涨，但当年该产品尚处于起步阶段。2019 年，随着对西瓜免费小说推广力度的加大，其已经具备了一定的用户基础，2019 年的平均月活跃用户数为 91.82 万人，相应的移动互联网广告收入也实现了增长，导致当期增值服务业务收入规模和占比升高。2020 年 1-6 月的增值服务收入有所下降，主要系发行人减少了西瓜免费小说的发展力度，移动互联网广告收入有所下降。

3、营业收入的季节性波动情况

报告期内，公司的营业收入按季度分布情况如下表：

单位：万元

季度	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	45,126.40	52.60%	14,465.48	15.67%	7,989.34	15.78%	6,541.74	20.34%
第二季度	40,659.69	47.40%	12,950.90	14.03%	12,974.65	25.62%	7,699.75	23.94%
第三季度	-	-	25,801.53	27.94%	14,970.36	29.56%	9,733.00	30.26%
第四季度	-	-	39,115.91	42.36%	14,708.41	29.04%	8,189.96	25.46%
合计	**85,786.09**	**100.00%**	**92,333.81**	**100.00%**	**50,642.76**	**100.00%**	**32,164.45**	**100.00%**

如上表所示，2017 年公司第三季度的收入较高，2018 年公司第三季度和第四季度的收入较高，2019 年第三季度和第四季度的收入较高，上述波动的原因如下：

（1）2017 年收入季节性波动的原因

2017 年第三季度收入显著高于其他季度，主要系两方面原因所致，一是学生在暑假期间会有更多的消费时间，二是发行人在三季度的推广力度较大。如下表所示，根据易观千帆数据，2017 年，发行人快看小说的用户中年龄在 24 岁以下的用户占比达到 34.52%，而年龄在 24 岁以下的用户主要系学生用户，该类用户在暑假期间会有更多的消费行为，导致第三季度的收入略有上涨。

产品	时间	用户年龄分布				
		24 岁以下	24-30 岁	31-35 岁	36-40 岁	41 岁及以上
快看小说	2017 年	34.52%	12.97%	29.16%	11.91%	11.47%

数据来源：易观千帆数据库。

此外，发行人在第三季度的推广力度有所加大，带来了收入的上涨。2017 年第一季度的收入相对较低主要系春节期间，用户的阅读和消费行为有所减少，相应的，发行人在第一季度的推广投入相较其他季度较少。

（2）2018 年收入季节性波动的原因

2018 年第一季度的收入较低的原因与 2017 年相同。2018 年第三季度和第四季度的收入较高且较稳定主要系发行人自 2018 年 6 月起开始发展运营支撑服务，随着业务的推进，自 9 月收入达到相对较大规模，运营支撑服务第三季度收入为 1,171.02 万元，第四季度增长至 1,607.82 万元。第三季度的运营支撑服务收入低于第四季度，但整体的收入持平，主要系三季度因学生用户暑假因素带来更多的消费所致。

（3）2019 年收入季节性波动的原因

2019 年第二季度的收入略低于第一季度，主要系受市场中免费阅读产品的影响，根据 QuestMobile《移动互联网在线阅读洞察报告》，市场中的免费阅读产品的用户量在 2019 年 4 月实现了大幅增长，七猫免费小说的用户量达到了 1,846 万人，米读小说、番茄小说、追书免费版和连尚免费度数的用户数突破了 1,000 万人。

由于免费阅读产品用户量的快速增长需要大量的渠道推广投入，其依托的互联网广告业务受宏观经济的影响未出现显著增长，自 2019 年第三季度起，市场

中的免费阅读产品的推广力度亦有所下降，其对发行人业务的影响亦迅速减小。同时，第三季度受益于学生暑假因素和推广力度的加大，第三季度的收入较第二季度大幅增长。第四季度，发行人的推广力度进一步加大，尤其主要是加大了对快应用的推广，因此第四季度的收入进一步增长。

（4）2020 年 1-6 月收入季节性波动的原因

2020 年第一季度的收入高于第二季度，一方面系春节节假日期间，用户的阅读行为增多；另一方面，因疫情影响，用户的阅读行为也有所增加，此外，发行人为华为开发的海外阅读产品部分模块的收入也于第一季度确认，因此，第一季度的收入较高，第二季度，随着复工复产，收入略有下降。

综上，报告期内，发行人各期收入的季节性波动符合发行人的业务开展情况，不存在异常。

（5）发行人收入的季节性变动与可比公司的对比情况

发行人与可比公司的收入季节性变动情况如下：

单位：万元

公司	时间	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
中文在线	2020 年 1-6 月	16,736.08	24,760.09	-	-
	2019 年	15,495.40	18,754.04	15,829.15	20,459.11
	2018 年	14,409.47	27,984.65	28,598.91	17,555.96
	2017 年	10,570.06	19,146.99	17,525.19	24,435.72
掌阅科技	2020 年 1-6 月	49,123.78	48,896.29	-	-
	2019 年	44,965.12	44,997.31	48,687.22	49,585.05
	2018 年	46,661.85	47,053.34	48,176.52	48,423.36
	2017 年	37,858.64	41,426.67	43,678.06	43,735.69
平治信息	2020 年 1-6 月	35,218.77	59,155.40	-	-
	2019 年	16,335.70	85,274.40	36,729.07	33,424.17
	2018 年	23,383.83	23,237.64	23,410.39	16,163.13
	2017 年	20,808.81	21,111.79	23,706.28	25,368.17
点众科技	2020 年 1-6 月	45,126.40	40,659.69	-	-
	2019 年	14,465.48	12,950.90	25,801.53	39,115.91
	2018 年	7,989.34	12,974.65	14,970.36	14,708.41
	2017 年	6,541.74	7,699.75	9,733.00	8,189.96

注：阅文集团未公开披露季度财务数据。

如上表示，对于第一季度和第二季度的收入，发行人上半年的收入低于下半年，掌阅科技 2017 年和 2018 年第一季度的收入相对其他三个季度较低；平治信息 2018 年第一季度收入未低于其他季度，2017 年和 2019 年均呈现第一季度较低；中文在线的收入也呈现出第一季度较低，与发行人的情况基本一致。发行人 2019 年第二季度的收入低于第一季度，主要系第二季度市场中免费阅读产品用户量大幅增长，可比公司中掌阅科技 2019 年第一季度和第二季度同比下降也为此因素影响；中文在线的业务以版权业务为主，亦未受到显著影响；平治信息第二季度的收入大幅增长主要系其第二季度收购了智能硬件公司深圳兆能，深圳兆能的收入较高所致，其数字阅读业务收入较上年同期下降了 32.46%，因其他竞品抢占了其部分市场。2020 年 1-6 月，掌阅科技第一季度收入略高于第二季度，发行人第一季度收入也大于第二季度，主要如上文所述，随着复工复产，用户的阅读消费略有下降，收入也随之下降。平治信息和中文在线第二季度的收入大于第一季度，主要系第二季度的推广投入大幅增加，其中平治信息的营业成本由第一季度的 2.41 亿元增长至第二季度的 4.65 亿元，中文在线的推广在销售费用核算，其销售费用由第一季度的 8.357.11 万元增长至第二季度的 1.22 亿元。

在第三季度和第四季度收入方面，发行人下半年的收入相对上半年较高，通常第三季度的收入又高于第四季度的收入，2019 年发行人第四季度的收入高于第三季度主要系第四季度数字阅读市场快应用产品模式开始起量，发行人收入出现增长。掌阅科技亦呈现下半年收入高于上半年的特点。平治信息 2017 年下半年的收入较上半年也相对较高，其中第四季度收入较高主要系其 2017 年 9 月末完成对郑州麦睿登的收购，开始开展 CPS 分销业务，导致第四季度收入上涨，平治信息 2019 年第三季度起主业已转向智能硬件业务。

中文在线的收入季节性分布与掌阅科技、平治信息和发行人略有差异主要系其业务以版权业务为主所致。

综上，掌阅科技和平治信息的第一季度的收入相对较低，第三季度的收入高于第一季度和第二季度，与发行人不存在显著差异，在第四季度的收入波动上，各公司因新业务模式开展的时点不同有所差异。发行人的收入季节性波动具有合理性。

4、公司主要产品的销售价格及销量的变化情况

数字阅读业务收入为公司主要的收入来源。报告期内，不同类型数字阅读业务的充值用户数、平均月活跃用户数等情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“三、销售情况和主要客户”之“（一）主要服务情况”。

5、关于发行人不存在“刷单”和“自充值”情形的核查意见

公司为确保产品版本迭代过程中用户充值功能能够正常使用，需要对充值渠道的支付成功率和通道稳定性进行测试。由于前述原因，报告期内存在通过员工进行自充值测试的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
测试充值金额	0.30	0.46	0.27	0.23
总充值金额	82,753.40	86,023.90	49,994.94	31,005.50
占比	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

经核查，员工的自充值流程均经过审核、审批。通过对发行人充值用户的充值行为、消费行为的真实性、合理性分析和 IT 审计，公司除上述通过员工进行自充值测试的情形外，不存在利用第三方进行刷单和自充值的情形。

6、关于发行人线上销售真实性、最终销售情况的核查意见

针对发行人数字阅读业务的个人用户，通过对整体用户分布的分析、人均充值消费的分析、用户充值的分析、大额充值用户的分析、用户充值流水的核查、电话访谈及调查问卷核查、IT 审计等方式，确认发行人的线上销售真实、终端用户的充值和消费真实。

7、可比公司收入及其增长分析

发行人的收入及其增长率变动与可比公司对比情况如下：

单位：万元、万人

公司	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年
掌阅科技	营业收入	98,020.07	188,234.70	190,315.07	166,699.05	119,763.04	63,967.09	41,961.65
	增长率	-	-1.09%	14.17%	39.19%	87.23%	52.44%	84.80%
	数字阅读平台收入	-	158,382.76	165,599.80	156,810.32	112,646.85	59,195.72	41,252.98
	增长率	-	-4.36%	5.61%	39.21%	90.30%	43.49%	81.68%

	付费用户数量	-	-	-	-	2,429	1,389	1,313
	增长率	-	-	-	-	74.87%	5.79%	-
	充值金额	-	-	-	-	115,240	59,565	42,259
	增长率	-	-	-	-	93.47%	40.95%	-
平治信息	营业收入	94,374.17	171,763.34	86,194.99	90,995.05	46,901.77	16,820.19	12,420.46
	增长率	-	99.27%	-5.28%	94.01%	178.84%	35.42%	23.84%
	移动阅读平台收入	36,395.55	66,265.28	76,265.73	81,921.36	38,295.96	12,827.36	10,213.11
	增长率	-	-13.11%	-6.90%	113.92%	198.55%	25.60%	35.86%
阅文集团	营业收入	326,020.60	835,584.10	503,825.00	409,506.60	-	-	-
	增长率	-	65.85%	23.03%	-	-	-	-
	在线阅读收入	249,540.50	371,041.80	382,792.60	349,004.20	-	-	-
	增长率	-	-3.07%	9.68%	-	-	-	-
	月付费用户数	1,060	980	1,080	1,110	-	-	-
	增长率	8.16%	-9.26%	-2.70%	-	-	-	-
中文在线	营业收入	41,496.17	70,537.70	88,548.99	71,677.96	-	-	-
	增长率	-	-20.34%	23.54%	-	-	-	-
宜搜科技	营业收入	-	43,998.16	41,040.79	40,045.62	-	-	-
	增长率	-	7.21%	2.49%	-	-	-	-
	移动数字阅读收入	-	17,434.26	23,239.09	20,781.20	-	-	-
	增长率	-	-24.98%	11.83%	-	-	-	-
	付费用户数量	-	101.38	181.97	178.07	-	-	-
	增长率	-	-44.29%	2.19%	-	-	-	-
	充值金额	-	7,186.83	13,720.54	10,935.28	-	-	-
	增长率	-	-47.62%	25.47%	-	-	-	-
发行人	营业收入	85,786.09	92,333.81	50,642.76	32,164.45	-	-	-
	增长率	-	82.32%	57.45%	-	-	-	-
	自有书库阅读业务收入	73,613.85	77,289.20	43,673.32	25,979.08	-	-	-
	增长率	-	76.97%	68.11%	-	-	-	-
	自有书库阅读业务付费用户数量	836.24	934.23	578.73	401.91	-	-	-
	增长率	-	61.43%	43.99%	-	-	-	-
	自有书库阅读业务充值金额	84,927.21	86,610.94	49,666.79	30,546.04	-	-	-
	增长率	-	74.38%	62.60%	-	-	-	-

注 1：可比公司中，掌阅科技仅披露了 2014 年至 2017 年 3 月的付费用户数和充值金额数据，阅文集团披露了月付费用户数，宜搜科技披露了充值用户数和充值金额数据，除此之外，可比公司未披露其他关于充值用户数和充值金额的数据。此外，2020 年 1-6 月，掌阅科技未披露数字阅读平台收入，宜搜科技未披露当期数据。

注 2：发行人自有书库阅读业务付费用户数量为自有书库版本的 APP 产品和自有 H5 网站的充值用户数之和，不包含咪咕书库版本 APP 产品付费用户，数据来源于公司服务器统计数据。

报告期内，发行人的营业收入分别为 32,164.45 万元、50,642.76 万元、92,333.81 万元和 85,786.09 万元，2018 年较 2017 年增长 57.45%，2019 年较 2018 年增长 82.32%；自有书库阅读业务收入分别为 25,979.08 万元、43,673.32 万元、77,289.20 万元和 73,613.85 万元，2018 年较 2017 年增长 68.11%，2019 年较 2018

年增长 76.97%。公司营业收入和自有书库阅读业务收入保持高速增长，主要有以下原因：

（1）随着数字阅读行业外部生态环境的快速变化，发行人采用内容发展用户的战略抓住了两次关键的发展用户（尤其是下沉用户）的机会，从而保持了业务高速增长。第一次为随着微信生态的快速发展，发行人用头部作品通过 H5 网站发展用户。2017 年至 2018 年，随着微信生态的发展，尤其是微信公众号的快速发展，依托 H5 网站的运营经验和头部作品，发行人自有 H5 网站业务和运营支撑业务快速崛起，进一步吸引了更多的头部作品内容提供商和签约作者，为 2019 年和 2020 年 1-6 月的业务高速增长奠定了坚实的基础。该业务模式主要通过头部作品在微信生态发展用户（尤其是下沉用户），发行人也因此积累了丰富的运营经验以及头部作品的引入、筛选和生产经验；第二次为借助信息流渠道（尤其是今日头条和抖音）的快速发展，用头部作品通过客户端和快应用发展用户（尤其是下沉用户）。2019 年和 2020 年 1-6 月随着今日头条、抖音、快手、广点通等信息流渠道的快速发展，发行人加大了信息流渠道推广的力度，用户规模和用户质量得到进一步提升，进而带动了数字阅读收入的快速增长。

（2）得益于行业外部利好因素以及内部投入的不断增加，发行人业务快速增长。外部利好因素具体为国民阅读习惯的逐渐养成、移动阅读用户付费习惯的逐渐养成、数字阅读市场规模的不断增长，在内部投入方面，发行人在数字阅读相关产品和技术方面的积累与投入不断增加、精细化运营能力不断提升、版权内容不断丰富、推广效率和力度持续提高。

此外，对于数字阅读企业，其业务规模的增速与发展阶段相关，如上表所示，掌阅科技和平治信息的业务与发行人最为接近，其中掌阅科技在 2014 年至 2017 年的业务规模与发行人规模相当，平治信息在 2015 年至 2018 年的业务规模与发行人规模相当，二者在上述对应期间营业收入均保持高速的增长，因此发行人在目前业务规模阶段的业务增速具有一定合理性。此外，根据可比公司公开披露的充值用户数及充值金额数据，掌阅科技 2015 年和 2016 年用户充值金额的增长率与营业收入的增长率具有匹配性。报告期内，发行人的充值用户数和充值金额情况如上表所示，自有书库阅读业务的充值金额增长率与自有书库阅读业务收入的增长率也具有匹配性。

对于报告期内的收入变动，掌阅科技 2017 年和 2018 年的增速有放缓，主要系随着其业务规模的扩大，增速下降，2019 年掌阅科技的营业收入和数字阅读平台收入略有下滑，主要原因包括两方面，一方面其主要通过内置手机预装渠道发展用户，根据国际数据公司（IDC）数据，2019 年中国智能手机市场出货量同比下滑 7.5%，手机出货量的下降会对掌阅科技的用户增长产生不利影响；另一方面掌阅科技主要发展 APP 产品，受数字阅读行业免费阅读 APP 兴起的影响，其付费阅读收入略有下降。

平治信息 2018 年的营业收入和移动阅读平台收入有所下降主要系其收入确认方式发生变更所致，在收购郑州麦睿登和杭州有书后，其大力发展 CPS 分销业务，根据平治信息的公开信息，该业务下，其按照合同规定的比例收取相关的技术服务费和资源支持费，根据充值款项的约定分成比例确认收入，一般分成 10%，因此该业务为按照扣除渠道成本的净额确认收入，因此使得营业收入和移动阅读平台收入有所下降。根据其披露信息，杭州有书在 2018 年的营业收入为 5,666.75 万元，按照上述收入确认方式可以推算，仅杭州有书一家主体即贡献了 5.67 亿元的用户充值金额，同时，结合平治信息 2018 年营业利润增长 97.89%，可以看出平治信息当年业务实现较快增长。发行人的 H5 网站业务（自有 H5 网站业务和运营支撑服务）在 2018 年也实现了较快发展，与平治信息的情况较为相似。2019 年 4 月平治信息收购深圳兆能，增加智能家居业务为主业之一，另外，因收入确认方式的影响，虽然其移动阅读业务收入较 2018 年下降 13.11%，但移动阅读业务毛利仅下降 0.87%。2020 年 1-6 月，平治信息移动阅读平台收入年化后较 2019 年有所增长。

阅文集团、中文在线和宜搜科技的营业收入变动与发行人相比具有一定差异，主要系业务结构以及业务规模不同所致。中文在线的收入以版权业务为主，该类业务的增速与付费阅读业务的增速有所差异，因此在营业收入的变动上存在一定差异。中文在线 2018 年对收入细分进行调整，未披露数字阅读业务收入。阅文集团 2019 年因收购新丽传媒并表后，版权业务收入在 2019 年大幅增长 341%，导致其 2019 年的营业收入增幅较大，对于数字阅读业务收入，阅文集团的月付费用户数已达到较大规模，2018 年略有下降，2019 年下降 9.26%，相应的其数字阅读业务收入也有所下滑，根据其年报披露信息，主要系发展免费阅读

业务，在用户资源分配上有所调整所致，2020 年 1-6 月，阅文集团的分销业务发展迅速，月付费用户数上涨 9.28%，在线阅读业务收入年化后较 2019 年增长 34.51%。

宜搜科技的营业收入增速较小，数字阅读业务收入在 2018 年有所增长，2019 年有所下滑。根据其披露信息，其数字阅读业务收入以广告收入为主，“免费+广告”的业务模式贡献了过半收入，因此其付费用户数在规模上远小于发行人、阅文集团和掌阅科技，而市场中的免费阅读产品在 2018 年和 2019 年迅速增多，市场竞争日趋激烈，其数字阅读业务收入亦出现下滑。

综上，发行人的营业收入变动与发行人的用户充值金额具有匹配性，和同行业可比公司相比，相关变动符合公司业务发展实际情况，具有合理性。

对于 2019 年的收入变动，发行人自有书库阅读业务 2019 年实现收入 77,289.20 万元，较 2018 年增长 76.97%。同行业可比公司中，掌阅科技 2019 年的数字阅读业务收入略有下滑，如上文所述，主要系国内智能手机出货量下滑、2019 年免费阅读产品的冲击；平治信息 2019 年的数字阅读业务收入有所下滑，主要系其收购了深圳兆能之后，逐渐转型为数字阅读和智能家居业务双主业；宜搜科技的数字阅读业务收入有所下降主要系受到免费阅读产品市场竞争加剧的影响。综上，同行业可比公司数字阅读业务收入出现下滑主要是受到免费阅读产品和免费阅读产品市场竞争加剧的影响。

发行人的自有书库阅读业务在 2019 年上半年也受到免费阅读产品的一定影响，但全年的收入仍实现了增长，主要系随着微博、今日头条、抖音、快手等信息流渠道的快速发展（抖音的日活跃用户数由 2018 年的 2.5 亿人增长至 2019 年的 4 亿人[29]，增长 60%），在 2019 年下半年，发行人基于通过头部作品发展下沉市场用户的策略，加大了客户端在信息流渠道的推广力度，用户规模和用户质量进一步提升，带动了自有书库阅读业务收入的增长。

（二）营业成本分析

1、营业成本变动分析

[29] 数据来源：抖音发布的《2018 抖音大数据报告》和《2019 抖音大数据报告》。

报告期内，公司营业收入与营业成本的变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	85,786.09	92,333.81	82.32%	50,642.76	57.45%	32,164.45
营业成本	67,509.75	73,029.84	96.57%	37,152.92	78.00%	20,871.99

报告期内，随着公司业务的发展，2017 年至 2019 年，营业收入整体呈增长趋势，年均复合增长率为 69.43%。随着营业收入的增长，营业成本同步上升，报告期内，公司营业成本分别为 20,871.99 万元、37,152.92 万元、73,029.84 万元和 67,509.75 万元，2017 年至 2019 年的年均复合增长率为 87.05%，与营业收入的增长趋势一致。

2、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本可以分为主营业务成本和其他业务成本，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	66,548.64	98.58%	73,029.84	100.00%	37,152.92	100.00%	20,871.99	100.00%
其他业务成本	961.11	1.42%	-	-	-	-	-	-
合计	**67,509.75**	**100.00%**	**73,029.84**	**100.00%**	**37,152.92**	**100.00%**	**20,871.99**	**100.00%**

如上表所示，报告期内，仅 2020 年 1-6 月存在其他业务成本 961.11 万元。发行人的其他业务是软件开发业务，其主要成本为研发人员的人员薪酬，2020 年 1-6 月其他业务成本中职工薪酬为 871.25 万元，占其他业务成本的 90.65%。

报告期内，公司主营业务成本构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
渠道推广成本	55,684.87	83.68%	60,683.12	83.09%	30,073.62	80.95%	16,244.69	77.83%
版权成本	9,354.73	14.06%	10,400.39	14.24%	5,500.19	14.80%	3,788.78	18.15%
职工薪酬	673.19	1.01%	951.77	1.30%	866.25	2.33%	487.84	2.34%

IT 资源服务费	835.84	1.26%	994.55	1.36%	693.57	1.87%	326.51	1.56%
无形资产摊销	-	-	-	-	19.28	0.05%	24.17	0.12%
合计	**66,548.64**	**100.00%**	**73,029.84**	**100.00%**	**37,152.92**	**100.00%**	**20,871.99**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本分别为 20,871.99 万元、37,152.92 万元、73,029.84 万元和 66,548.64 万元，2017 年至 2019 年处于持续增长的态势，与营业收入的增长趋势保持一致。公司的营业成本结构中，渠道推广成本和版权成本为公司最为主要的两项成本，报告期内二者合计占营业成本的比例均超过 90%，其变化趋势决定了公司营业成本的变动趋势。

（1）渠道成本

渠道推广成本方面，公司与应用市场、新媒体等推广渠道进行合作，由其推广点众快看阅读平台，公司按照约定的结算方式支付推广费用。报告期内，公司渠道推广成本分别为 16,244.69 万元、30,073.62 万元、60,683.12 万元和 55,684.87 万元，报告期，公司持续加大渠道推广投入，渠道推广成本逐年增加。

发行人的渠道推广成本主要系为不断扩大用户规模而发生的通过今日头条、抖音、广点通等信息流、新媒体方式或应用商店内推广等发生的成本支出，该类渠道推广并非是品牌广告宣传支出，而是将书城或书籍直接推送给可能付费的用户，与发行人获取用户使互联网流量变现转化为收入的相关性很强。而尤其是与推广服务供应商进行销售分成模式的结算方式（即发行人每取得该等推广产生的收入后，需要与推广服务供应商进行分成）与收入直接相关，存在明显的配比关系。

根据《企业所得税法实施条例》第四十四条：“企业发生的符合条件的广告费和业务宣传费支出，除国务院财政、税务主管部门另有规定外，不超过当年销售（营业）收入 15%的部分，准予扣除；超过部分，准予在以后纳税年度结转扣除。”

根据规定，广告定义为通过媒体传播，例如利用图书、报纸、杂志、广播、电视、电影、灯、路牌、招贴、橱窗、霓虹灯、灯箱等形式，并且是为介绍本企业的商品、经营服务项目、文体节目或通告、声明等进行宣传。业务宣传费是企业开展业务宣传活动所支付的费用，主要是指未通过媒体的广告性支出，包括：

（1）企业发放的印有企业标志的礼品、纪念品；（2）新产品上市新闻发布会；（3）企业印刷的各种产品宣传册（不包括说明书）；（4）一些活动的冠名费用；（5）在一些内部刊物上刊登的广告；（6）为推广产品召开宣讲会而发放的会议用品；（7）为展览会消耗的宣传资料、参展样品；（8）为宣传公司产品而发生的群发短信费用等。

根据广告费及业务宣传费的定义来看，发行人推广形式不属广告或业务宣传等费用的范畴。保荐机构及申报会计师核查了同类型上市公司，如平治信息（300571）、掌阅科技（603533）等，其相关业务推广模式与发行人一致或类似，且均未对超过营业收入 15%的部分进行所得税税前调增。

综上，保荐机构及发行人会计师认为，发行人推广成本支出无需按照广告费或者业务宣传费等费用对超过营业收入 15%的部分进行税前调增，且报告期内均已取得税务主管部门出具的税收合规证明，不存在税前扣除金额超过税法规定的情形。

（2）版权成本

版权成本方面，鉴于数字内容对数字阅读企业具有重要意义，公司一方面加大了对头部内容提供商的内容采购，另一方面积极培养创作平台签约作者，因此版权成本逐年上升，报告期内版权成本分别为 3,788.78 万元、5,500.19 万元、10,400.39 万元和 9,354.73 万元。

发行人版权成本与主营业务收入的关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
主营业务收入	84,106.09	92,333.81	50,619.18	32,164.45
除咪咕书库业务外的主营业务收入	84,106.09	92,335.60	49,368.64	27,212.64
版权成本	9,354.73	10,400.39	5,500.19	3,788.78
版权成本占除咪咕书库外收入比例[30]	11.12%	11.26%	11.14%	13.92%

因为发行人咪咕书库阅读业务不存在版权成本，因此剔除此部分收入后，版权成本占收入的比例在 11%-14%左右。2018 年发行人版权成本占比下降的原因

[30] 2017 年-2019 年版权成本占自有书库阅读业务收入的比例为 14.58%、12.59%和 13.46%，因为 2019 年运营支撑业务收入占比上升，所以此处计算比例使用版权成本占除咪咕书库外收入比例进行计算。

主要是发行人渠道推广成本占收入比例上升。发行人版权成本中分成版权成本占比 90%以上，向供应商结算的分成版权成本是以发行人收入扣除渠道推广成本、销售费用、相关税费等后的金额为基数，再按一定比例分成，因此渠道推广成本占比提升，会导致分成版权成本占比下降。

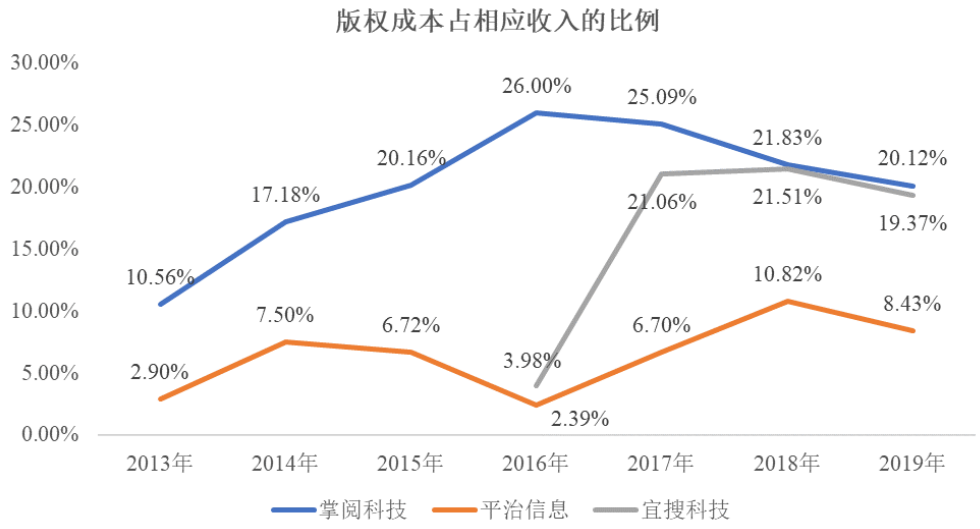
发行人版权成本占收入的比例与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年	2013 年
掌阅科技	数字阅读收入	158,382.76	165,599.80	156,810.32	112,646.85	59,195.72	41,252.98	22,706.66
	数字阅读版权成本	31,871.07	36,148.09	39,351.28	29,289.74	11,933.41	7,088.04	2,397.34
	版权成本占收入比例	20.12%	21.83%	25.09%	26.00%	20.16%	17.18%	10.56%
平治信息	移动阅读收入	66,265.28	76,265.73	81,921.36	38,295.96	12,827.36	10,213.11	7,517.51
	其中运营商产品	-	-	-	-	9,584.68	8,169.54	5,207.54
	扣除运营商产品收入	66,265.28	76,265.73	81,921.36	38,295.96	3,242.68	2,043.57	2,309.97
	版权成本	5,589.41	8,254.74	5,486.02	913.88	217.88	153.35	66.90
	版权成本占收入比例	8.43%	10.82%	6.70%	2.39%	6.72%	7.50%	2.90%
宜搜科技	数字阅读收入	17,434.26	23,239.09	20,781.21	15,610.01	-	-	-
	数字阅读版权成本	3,376.62	4,998.05	4,376.41	620.53	-	-	-
	版权成本占收入比例	19.37%	21.51%	21.06%	3.98%	-	-	-

数据来源：可比公司公开披露数据。掌阅科技、平治信息和宜搜科技均未披露 2020 年 1-6 月的版权成本数据数据。

注：平治信息的运营商产品下版权由运营商提供，不存在版权成本，按扣减该部分产品的收入进行计算能更公允反应其版权成本占比。



如上表和上图所示，掌阅科技、平治信息和宜搜科技版权成本占收入的比例变动存在一定差异。

掌阅科技以前年度版权成本占比偏低，自 2014 年起，掌阅科技发展“大 IP”概念，不断加紧原创 IP 全版权运营的进程，对版权投放力度逐年加大。近年来，掌阅科技大力扶植关联方版权供应商，发展版权运营业务，其版权运营业务收入由 2017 年的 3,670.05 万元增长到 2019 年的 26,164.49 万元，其向关联方杭州趣阅、南京墨阅、南京分布等采购的版权金额也由 2017 年的 8,195.78 万元增长到 2019 年的 17,314.10 万元。因此，掌阅科技版权成本占比较 2013 年、2014 年有较大幅度提升。

平治信息早期以运营商产品收入为主，自 2015 年起大力发展自有产品，2016 年之后运营商产品比例进一步降低，而其年报披露数据不再区分运营商产品和自有产品，版权成本占比的计算在 2016 年之后无法扣除运营商产品收入，导致相关占比数据在 2016 年有所波动。但平治信息后期主要发展自有产品，运营商产品的影响程度进一步降低。总体来看，平治信息的版权成本占比较低。

宜搜科技数字阅读业务的版权成本占收入的比例在 2016 年仅为 3.98%，后期维持在 20%左右，2016 年较低主要系宜搜小说部分业务通过运营商支付通道实现，对应的版权成本归结至运营商增值业务成本，未在数字阅读业务核算。2017 年至 2018 年其占比高于发行人，主要系其在 2017 年至 2019 年分别向阅文集团支付了 600 万元、700 万元、800 万元的运营指导费，且其与阅文集团的分成比例为 40%（宜搜科技）：60%（阅文集团），而其与其他主要分成版权供应商的分成比例均为 50%，若扣除上述运营指导费并参考目前市场主流的 50%：50%分成比例，对宜搜科技 2017 年至 2019 年版权成本占数字阅读业务收入的比例重新测算如下：

单位：万元

项目	2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占数字阅读收入比例	金额	占数字阅读收入比例	金额	占数字阅读收入比例
①数字阅读业务收入	17,434.26	100.00%	23,239.09	100.00%	20,781.21	100.00%
其中：数字阅读付费收入	6,485.21	37.20%	12,131.59	52.20%	9,436.49	45.41%
数字阅读广告收入	10,949.05	62.80%	11,107.50	47.80%	11,344.72	54.59%
②原版权采购金额	3,376.62	19.37%	4,998.05	21.51%	4,376.41	21.06%
③支付给阅文的运营指导费	800.00	-	700.00	-	600.00	-
④60%分成比例下向阅文集团采购金额（含运营指导费）	1,482.71	-	2,334.99	-	2,391.42	-

⑤按照 50%分成比例计算阅文集团采购金额=（④-③）/60%*50%+③	1,368.93	-	2,062.49	-	2,092.85	-
⑥调整后的版权采购金额=②-③-（④-⑤）	2,462.84	14.13%	4,025.55	17.32%	3,477.84	16.74%

数据来源：宜搜科技公开披露数据。宜搜科技未披露 2020 年 1-6 月数据。

如上表所示，2017 年至 2019 年，宜搜科技数字阅读业务调整后的版权采购金额占收入的比例分别为 16.74%、17.32%和 14.13%，仍略高于发行人的占比，系双方的数字阅读业务结构不同，而如上表所示，宜搜科技的数字阅读业务收入以广告收入为主，根据其问询回复，随着行业内“免费+广告”模式的出现，为了吸引免费用户，其加大了对买断版权的采购，而买断版权的平均单位成本相对较高，同时免费阅读市场的广告变现效率通常较低，二者均导致宜搜科技的版权成本占比高于发行人。

发行人与平治信息通过内容发展用户，在经营模式方面接近，导致发行人与平治信息的版权成本占比低于掌阅科技与宜搜科技。综上，发行人版权成本占比 11%-14%左右，在同行业上市公司版权占比的范围区间之内，不存在明显异常。

（3）其他成本

报告期内，随着公司规模的不断扩大，公司人力成本、IT 资源采购规模相应增加。其中发行人 IT 资源服务费变动分析如下：

报告期各期，发行人服务器、带宽、流量的采购数量和金额如下：

单位：万元

采购内容	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
服务器	688.03	823.77	542.86	250.34
带宽	60.53	88.46	68.24	35.47
流量	65.99	76.71	41.90	28.96
其他	21.29	5.61	40.58	11.74
合计	**835.84**	**994.55**	**693.57**	**326.51**

采购内容	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	数量	数量	变动	数量	变动	数量

服务器（台）	484	602	56.36%	385	86.89%	206
带宽（Mbps）	6,540.42	9,681.09	24.50%	7,776.17	95.44%	3,978.83
流量（GB）	2,621,550.30	3,190,451.83	54.56%	2,064,180.45	53.96%	1,340,740.78

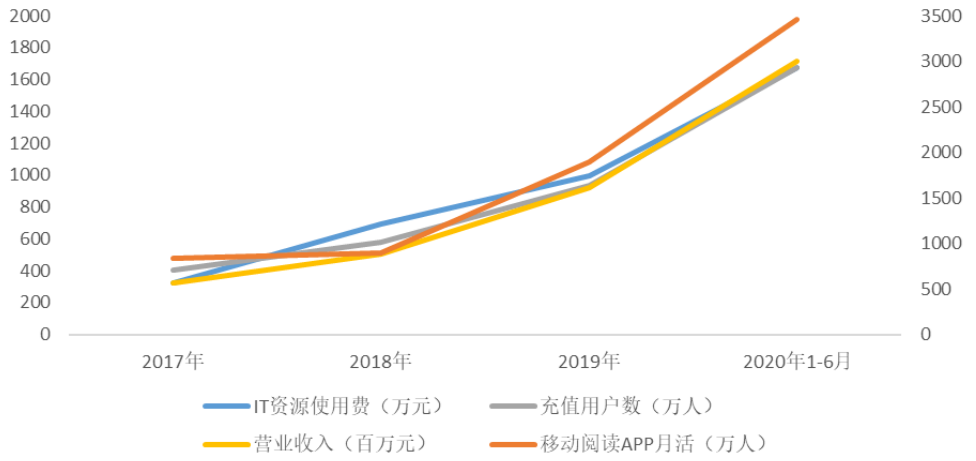
报告期内，发行人服务器、带宽和流量的消耗数量整体呈上升趋势，与发行人业务发展规模相匹配。2018 年，发行人流量消耗增幅小于带宽消耗增幅，主要系 2018 年，发行人为了内容安全，避免网络劫持等情况，采用了 HTTPDNS 服务，同时把部分静态资源（主要是章节内容）迁移回到服务器端，用户在使用发行人产品调取章节内容时消耗带宽实现提取，致使带宽消耗增幅大于流量消耗增幅。2019 年，发行人流量消耗数量增幅高于带宽增幅，主要系 2019 年，一方面发行人将大量的静态资源（诸如书籍封面、章节内容、活动页面样式、对象存储等）从服务器上取出放在了 CDN 上，用户在使用发行人产品时可以从用户就近的 CDN 节点上调取，致使流量消耗增幅大于带宽消耗增幅；另一方面，2019 年，发行人部分数字阅读产品（如快应用、西瓜免费小说、华为阅读）的资源消耗统一使用阿里的服务器及流量资源，致使流量消耗增幅大于带宽消耗增幅。2020 年 1-6 月因是半年数据，故 IT 资源的采购情况略小于 2019 年，此外发行人自 2020 年 5 月陆续将服务由首都云服务迁移至阿里云服务，部分服务器得以释放。

发行人 IT 资源采购支出、采购数量与公司业务规模变动情况如下：

内容		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
IT 资源总采购金额（万元）		835.84	994.55	693.57	326.51
月活用户数（万人）	移动阅读 APP	3,459.95	1,892.72	892.51	831.43
	快看阅读 H5 网站	108.44	704.30	2,854.48	546.35
充值用户数（万人）		836.24	934.24	578.73	401.91
营业收入（百万元）		857.86	923.34	506.43	321.64

注：充值用户数为自有书库阅读业务充值用户数。

报告期内，发行人 IT 资源采购支出与业务规模需求之间的匹配情况如下：



注 1：因微信调整用户标识政策，致使发行人记录快看阅读 H5 月活跃用户数的方式发生变更，此处以移动阅读 APP 月活用户数进行分析；

注 2：此处移动阅读 APP 月活包括快应用的月活；

注 3：为了更好地与月活跃用户数进行匹配，上图 2020 年 1-6 月 IT 资源使用费、充值用户数和营业收入进行了年化。

如上图所示，报告期内，发行人 IT 资源采购的变动趋势与营业收入、充值用户数、移动阅读 APP 月活用户数的整体趋势保持一致。随着发行人移动阅读 APP 月活用户数、充值用户数规模的扩大，发行人 IT 资源消耗呈上升趋势，IT 资源消耗与用户规模相关度较高。

报告期内，公司其他无形资产摊销金额较小，占营业成本的比重较低。

3、主营业务成本按产品（或服务）结构分析

报告期内，发行人各业务对应的成本如下：

单位：万元

业务	成本项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字阅读业务	渠道推广成本	55,684.77	84.36%	58,556.70	85.37%	29,828.62	83.08%	16,171.78	79.12%
	版权成本	8,833.71	13.38%	8,146.90	11.88%	4,524.14	12.60%	3,446.46	16.86%
	职工薪酬	653.48	0.99%	913.74	1.33%	844.58	2.35%	472.29	2.31%
	IT 资源服务费	834.01	1.26%	978.20	1.43%	688.58	1.92%	325.05	1.59%
	无形资产摊销	-	-	-	-	18.18	0.05%	23.25	0.11%
	小计	**66,005.97**	**100.00%**	**68,595.54**	**100.00%**	**35,904.09**	**100.00%**	**20,438.82**	**100.00%**
版	版权成本	519.56	99.33%	2,169.88	99.76%	972.63	99.14%	342.31	98.25%

权运营业务	职工薪酬	3.52	0.67%	5.13	0.24%	7.44	0.76%	5.27	1.51%
	无形资产摊销	-	-	-	-	0.97	0.10%	0.82	0.24%
	小计	**523.09**	**100.00%**	**2,175.02**	**100.00%**	**981.04**	**100.00%**	**348.41**	**100.00%**
增值服务业务	渠道推广成本	0.10	0.50%	2,126.42	94.12%	245.01	91.49%	72.91	86.02%
	版权成本	1.46	7.43%	83.61	3.70%	3.42	1.28%	-	-
	职工薪酬	16.19	82.70%	32.90	1.46%	14.24	5.32%	10.28	12.13%
	IT 资源服务费	1.83	9.36%	16.36	0.72%	4.99	1.86%	1.46	1.73%
	无形资产摊销	-	-	-	-	0.13	0.05%	0.10	0.12%
	小计	**19.58**	**100.00%**	**2,259.28**	**100.00%**	**267.79**	**100.00%**	**84.76**	**100.00%**

报告期内，发行人数字阅读业务的成本为 20,438.82 万元、35,904.09 万元、68,595.54 万元和 66,005.97 万元。主要成本项为渠道推广成本和版权成本，二者合计占该类业务总成本的 95.99%、95.68%、97.24%和 97.75%。2018 年和 2019 年，数字阅读业务的成本快速增长，一方面系发行人的推广成本不断增长，另一方面系随着自有书库数字阅读业务的发展，版权采购成本快速上涨。

报告期内，版权运营业务的成本为 348.41 万元、981.04 万元、2,175.02 万元和 523.09 万元。版权运营业务的主要成本为版权成本，2018 年和 2019 年，随着版权运营业务的发展，版权成本也逐年增多。2020 年 1-6 月，版权运营业务的成本相对较低，一方面是上半年的版权运营收入相对较低，2019 年的版权运营收入为 3,233.68 万元，2020 年 1-6 月为 1,265.94 万元，另一方面是公司在 2020 年 1-6 月进行版权运营的作品多为此前较早年度采购的作品，版本成本相对较低。

报告期内，增值服务业务的成本为 84.76 万元、267.79 万元、2,259.28 万元和 19.58 万元，增值服务业务在 2017 年主要为话费计费功能服务，2018 年该业务停止，发行人推出西瓜免费小说产品，用以开展互联网广告业务。2017 年增值服务业务的主要成本为话费计费功能的渠道推广成本，2018 年发行人开始发展基于西瓜免费小说的互联网广告业务，当年成本主要为西瓜免费小说产品的渠道推广成本，2019 年发行人加大了对西瓜免费小说的推广力度，导致总成本较 2018 年大幅增长。2020 年上半年，发行人基本停止了西瓜免费小说的推广，当期西瓜免费小说推广成本为 0.11 万元，故当期增值服务业务的收入和成本均有

所下降。

综上，报告期内，发行人各类业务的成本变动符合发行人业务开展情况，具有合理性。

（三）营业毛利和毛利率分析

1、营业毛利和综合毛利率变动分析

报告期内，公司营业毛利、综合毛利率及其变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
营业收入	85,786.09	92,333.81	82.32%	50,642.76	57.45%	32,164.45
营业成本	67,509.75	73,029.84	96.57%	37,152.92	78.00%	20,871.99
营业毛利	**18,276.34**	**19,303.97**	**43.10%**	**13,489.84**	**19.46%**	**11,292.46**
综合毛利率	**21.30%**	**20.91%**		**26.64%**		**35.11%**
综合毛利率变动	**0.40%**	**-5.73%**		**-8.47%**		**-14.77%**

报告期内，公司营业毛利分别为 11,292.46 万元、13,489.84 万元、19,303.97 万元和 18,276.34 万元，整体呈增长趋势，2017 年至 2019 年的年复合增长率为 30.75%。

报告期内，公司综合毛利率分别为 35.11%、26.64%、20.91%和 21.30%。2018 年公司综合毛利率较 2017 年下降 8.47%，2019 年公司综合毛利率较 2018 年下降 5.73%，2020 年 1-6 月公司综合毛利率与 2019 年基本持平，略有上涨。公司综合毛利率的变动分析参见本节“三、影响经营业绩的重要因素”之“（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩具有较强预示作用的财务和非财务指标”之“2、毛利率”。

2、分产品毛利率变动分析

报告期内，发行人各业务的收入、成本、毛利和毛利率情况如下：

单位：万元

业务	项目		2020 年 1-6 月	2019 年		2018 年		2017 年
			金额	金额	增长率/变动	金额	增长率/变动	金额
数字阅读业务	收入		82,658.45	87,634.72	83.64%	47,720.70	54.28%	30,930.89
	成本	渠道推广成本	55,684.77	58,556.70	96.31%	29,828.62	84.45%	16,171.78
		版权成本	8,833.71	8,146.90	80.08%	4,524.14	31.27%	3,446.46
		职工薪酬	653.48	913.74	8.19%	844.58	78.83%	472.29
		IT 资源服务费	834.01	978.20	42.06%	688.58	111.84%	325.05
		无形资产摊销	-	-	-	18.18	-21.81%	23.25
		小计	66,005.97	68,595.54	91.05%	35,904.09	75.67%	20,438.82
	毛利		**16,652.48**	**19,039.18**	**61.12%**	**11,816.61**	**12.62%**	**10,492.07**
	毛利率		**20.15%**	**21.73%**	**-3.04%**	**24.76%**	**-9.16%**	**33.92%**
版权运营业务	收入		1,265.94	3,233.68	26.69%	2,552.51	133.25%	1,094.31
	成本	版权成本	519.56	2,169.88	123.09%	972.63	184.13%	342.31
		职工薪酬	3.52	5.13	-30.99%	7.44	41.19%	5.27
		无形资产摊销	-	-	-	0.97	18.21%	0.82
		小计	523.09	2,175.02	121.70%	981.04	181.58%	348.41
	毛利		**742.85**	**1,058.66**	**-32.63%**	**1,571.46**	**110.68%**	**745.90**
	毛利率		**58.68%**	**32.74%**	**-28.83%**	**61.57%**	**-6.60%**	**68.16%**
增值服务业务	收入		181.70	1,465.41	323.57%	345.97	148.45%	139.25
	成本	渠道推广成本	0.10	2,126.42	767.90%	245.01	236.04%	72.91
		版权成本	1.46	83.61	2345.66%	3.42	-	-
		职工薪酬	16.19	32.90	131.08%	14.24	38.42%	10.28
		IT 资源服务费	1.83	16.36	227.66%	4.99	241.15%	1.46
		无形资产摊销	-	-	-	0.13	25.91%	0.10
		小计	19.58	2,259.28	743.69%	267.79	215.92%	84.76
	毛利		**162.12**	**-793.87**	**-1,115.43%**	**78.18**	**43.49%**	**54.48**
	毛利率		**89.22%**	**-54.17%**	**-76.77%**	**22.60%**	**-16.53%**	**39.13%**

（1）数字阅读业务毛利率分析

报告期内，发行人数字阅读业务的毛利率分别为 33.92%、24.76%、21.73%和 20.15%，呈现逐年下降的趋势，主要系行业特性所致，数字阅读行业企业随着业务规模的逐步提升，因渠道推广和版权采购的投入逐步加大，毛利率在逐步降低到一定水平后保持稳定，具体参见本小节“3、可比上市公司毛利率对比分析”。

对于发行人的运营支撑服务，其 2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月的毛利率情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年
①运营支撑服务收入		9,044.60	10,347.31	2,796.84
②运营支撑服务成本	职工薪酬	68.88	144.96	117.60
	渠道推广（测书成本）	2,678.06	3,003.17	138.68
	版权成本	2,020.25	2,240.54	569.80
	小计	4,767.19	5,388.67	826.08
③毛利		4,277.41	4,958.64	1,970.76
④毛利率		47.29%	47.92%	70.46%

如上表所示，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，发行人运营支撑服务实现收入分别为 2,796.84 万元、10,347.31 万元和 9,044.60 万元，该业务的成本主要由职工薪酬、测书成本和版权成本所构成，成本分别为 826.08 万元、5,388.67 万元和 4,767.19 万元，毛利分别为 1,970.76 万元、4,958.64 万元和 4,277.41 万元，毛利率分别为 70.46%、47.92%和 47.29%。2019 年运营支撑服务的毛利率较 2018 年有所下滑，主要系测书成本有所上涨所致，2020 年 1-6 月的毛利率与 2019 年不存在显著差异。

测书成本是由于发行人书库中数字内容较多，为了从中识别出符合用户需求的作品并进行重点推荐而发生的测试成本。对于数字阅读行业，头部作品能够对收入产生显著影响，除头部作品外的其他书籍的收入呈长尾效应。基于该行业特征，数字阅读行业企业需要从大量的作品库中寻找头部作品，或通过多轮的“测试-修改-测试”过程打造符合用户审美的头部作品并进行重点推荐，该过程即为测书。

对于测书工作，发行人采用专用渠道推广账户进行测试，由于其与正常的渠道推广事项一样会带来用户以及用户的充值，因此测书成本为营业成本中渠道推广成本的子项。对于测书成本，按照自有书库数字阅读服务下各产品用户的充值金额与快乐农夫用户的充值金额的占比进行拆分并归集到各产品渠道推广成本项下。2018 年 9 月发行人开始搭建测书团队，早期的测书团队仅有 3 人，鉴于测书工作的确有助于发行人效益的提升，2019 年发行人亦在不断强化自身的测书团队，团队人数逐步增长至 16 人，2020 年 1-6 月，测书团队人数为 20 人，相应当期测书的规模、数量和成本也有所上升。

2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月，发行人的测书总成本为 247.11 万元、5,405.63 万元和 5,219.50 万元，分别占当期渠道推广成本的 0.82%、8.91%和 9.37%，2018 年由于测书工作开始较晚，当年 9 月才开始，且早期测书团队规模较小，相应的测书成本及占比均小于 2019 年，其中，运营支撑服务的测书成本按照上述分摊方法，由 2018 年的 138.68 万元增长至 2019 年 3,003.17 万元，2020 年 1-6 月为 2,678.06 万元，导致运营支撑服务的毛利率有所下降。

对于运营支撑服务成本中的职工薪酬，主要为从事该业务的人员的薪酬，其中对于部分兼顾发行人数字阅读业务的人员，按月按照运营支撑服务的用户充值金额与发行人数字阅读业务的用户充值金额的比例对其进行拆分；对于运营支撑服务成本中的版权成本，如用户阅读的为买断版权或未超过保底部分的“保底+分成”类版权，按照相应作品在发行人产品产生的收入（按消耗的充值看点/100 计算）、在运营支撑服务产生的收入（按消耗的充值看点/100 计算）和在版权服务产生的收入占比进行分摊，如用户阅读的为纯分成版权或超过保底部分的“保底+分成”类版权，则根据合同约定的分成比例，按照用户产生的收入扣减运营成本之后的收入与版权提供方进行结算。

综上，运营支撑服务相关成本分摊方式的合规、分摊的成本准确、完整。

由于目前可比公司中，平治信息、掌阅科技、阅文集团等均未公开披露此业务毛利率相关数据，故无法对比可比公司运营支撑服务的毛利率。

（2）版权运营业务毛利率分析

报告期内，发行人版权业务的毛利率分别为 68.16%、61.57%、32.74%和 58.68%，2017 年和 2018 年的毛利率不存在显著差异，2019 年的毛利率有所下降。发行人的版权运营业务系公司从签约作者处获取数字内容版权授权后，向其他数字阅读企业或文娱企业进行版权授权，取得版权运营收入的业务，其主要成本为向签约作者支付的稿酬，2019 年版权业务的毛利率下降主要系当期版权运营业务中版权成本大幅增长所致，一方面系发行人的总版权成本有所上涨；另一方面通常进行版权运营的作品除进行版权运营业务外，还用于发行人的数字阅读业务，相关作品的版权成本按照该作品在两类业务形成的收入占比进行拆分，2019 年同时进行版权运营和数字阅读业务的作品中，版权运营业务带来的收入占比有

所增长，因此分摊的版权成本有所增加。2020 年 1-6 月，版权运营业务毛利率较 2019 年有所上涨，主要系当期进行版权运营的作品多为以前年度采购的版权，对于其中的买断版权待摊销金额相对较少，导致当期毛利率有所上涨。

（3）增值服务业务毛利率分析

报告期内，发行人增值服务业务的毛利率分别为 39.13%、22.60%、-54.17%和 89.22%。2018 年毛利率下降较多主要系增值服务业务类型调整所致，2017 年增值服务主要为话费计费推广服务为主，2018 年发行人停止话费计费推广服务，当年推出西瓜免费小说产品用于开展互联网广告营销服务，由于当期对该产品的推广力度较大导致当期增值服务业务的毛利率有所下降。2019 年增值服务毛利率较 2018 年降幅较大，主要系当期大幅增加了推广西瓜免费小说产品的渠道成本所致，当期西瓜免费小说渠道成本为 2,225.00 万元。2020 年 1-6 月，公司基本停止对西瓜免费小说的推广，当期西瓜免费小说渠道成本为 0.11 万元，其互联网广告营销服务收入规模也随之下降，主要依靠存量用户产生收入，故毛利率有所上升。

综上，报告期内，发行人各类业务的毛利率变动符合发行人所处规模数字阅读企业毛利率变动规律以及发行人业务开展情况，具有合理性。

3、可比上市公司毛利率对比分析

目前国内 A 股和港股上市公司中与公司产品类别和业务结构相似的上市公司有掌阅科技、平治信息、中文在线和阅文集团，故选取其为公司的可比公司，可比公司与本公司的业务对比情况如下：

上市公司	业务对比情况
掌阅科技	公司主营业务为互联网数字阅读服务及增值服务业务，以出版社、版权机构、文学网站、作家为正版图书数字内容来源，对数字图书内容进行编辑制作和聚合管理，面向互联网发行数字阅读产品（包括漫画、有声内容等），同时从事网络原创文学版权运营，电子书阅读器硬件产品研发及销售，基于自有互联网平台的流量增值服务。
平治信息	公司主营业务具体包括移动阅读业务、资讯类业务及其他增值电信业务。其通过自身的阅读平台、第三方平台以及电信运营商的阅读平台向用户提供移动阅读服务；通过手机报、自媒体推送等形式为用户提供杂志、行业期刊等阅读内容；围绕公司的移动阅读平台向用户提供音乐、视频、动漫等内容。

中文在线	公司以版权机构、作者为正版数字内容来源，进行内容的聚合和管理，向手机、手持终端、互联网等媒体提供数字阅读产品；为数字出版和发行机构提供数字出版运营服务；通过版权衍生产品等方式提供数字内容增值服务。
阅文集团	公司通过 QQ 阅读、起点中文网、起点女生网、创世中文网、云起书院、潇湘书院、红袖添香、小说阅读网与言情小说吧向用户提供数字阅读服务，并帮助作家在网上创作及出版原创文学内容。公司亦将内容授权予第三方伙伴，并通过在线付费阅读和版权运营（将文学作品改编成其他媒体形式）等方式变现。
点众科技	公司主营业务系为互联网用户提供互联网数字阅读服务及围绕其开展的版权运营和增值服务。其中数字阅读服务业务主要通过点众快看阅读平台进行，主要包括“快看小说”APP、“西瓜免费小说”APP、“阅读”APP（华为点众合作版）、快看阅读 H5 网站。

公司毛利率与可比上市公司对比情况如下：

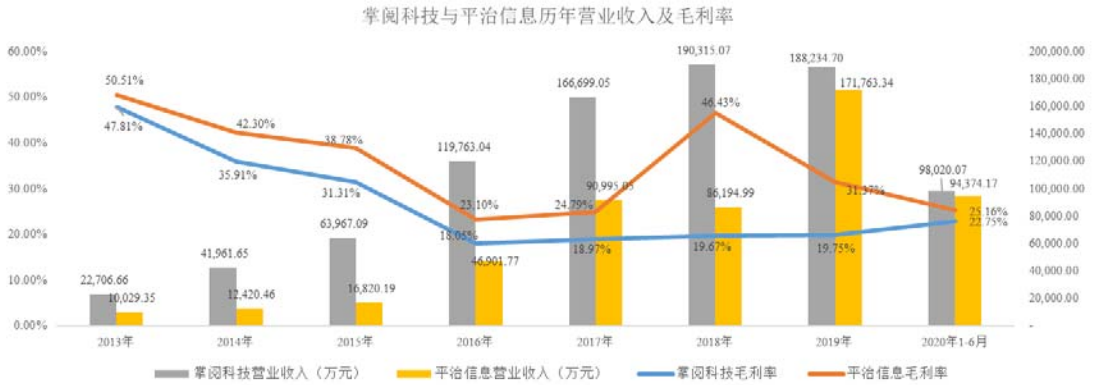
公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
掌阅科技	45.24%	37.58%	29.46%	29.76%
平治信息	25.16%	31.37%	46.43%	24.79%
中文在线	67.85%	44.11%	39.76%	49.78%
阅文集团	53.10%	44.23%	50.77%	50.68%
平均值	**47.84%**	**39.32%**	**41.61%**	**38.75%**
发行人	21.30%	20.91%	26.64%	35.11%

报告期内，公司综合毛利率波动与同行业可比公司的毛利率波动情况存在一定差异，主要系各公司在产品和服务类型、业务结构和业务规模上存在差异所致。

如上文分析，数字阅读行业企业随着业务规模的逐步提升，因渠道推广和版权采购的投入逐步加大，综合毛利率会逐步降低到一个水平并保持稳定或有所回升，如下图所示，掌阅科技的综合毛利率[31]从 2013 年的 47.81%降低到 2016 年的 18.05%，2017 至 2019 年的毛利率分别为 18.97%、19.67%和 19.75%，与 2016 年无显著差异，2020 年 1-6 月的毛利率上涨至 22.75%；平治信息的综合毛利率从 2013 年的 50.51%降低到 2016 年的 23.10%，2017 年毛利率为 24.79%，与 2016 年无显著差异。鉴于发行人报告期内的业务规模与掌阅科技 2014 年至 2016 年的业务规模相当，发行人报告期内的毛利率变动趋势亦与掌阅科技 2014 年至 2017

[31] 注：发行人及平治信息的渠道推广成本在营业成本进行核算，掌阅科技的渠道推广成本在销售费用进行核算，为使三家的综合毛利率具有可比性，掌阅科技此处的综合毛利率计算包含了销售费用中的渠道推广成本。

年的毛利率变动趋势无显著差异，故发行人综合毛利率逐步下降后企稳符合发行人所处规模数字阅读企业综合毛利率变动规律。



如上图所示，掌阅科技和平治信息的毛利率在 2013 年至 2016 年呈现下降趋势，但在 2017 年开始稳定并有些许回升，掌阅科技 2017 年至 2019 年毛利率与 2016 年相比均无显著差异，2020 年 1-6 月，掌阅科技因运营优化以及毛利率相对较高的版权业务收入稳步增长，毛利率有所上升，说明数字阅读企业的毛利率在下降到一定程度后会呈现稳定或者回升的趋势，而非持续下降，发行人的综合毛利率变动亦呈现此趋势，发行人 2020 年上半年的毛利率与 2019 年相比基本持平，略有上涨；此外，随着数字阅读行业内新业务形态的出现，行业内企业的毛利率亦存在上涨的可能性，根据 2018 年年报，平治信息的毛利率由 2017 年的 24.79%上升至 46.43%，主要系其 2018 年大力发展了 CPS 小说分销业务，该业务按照用户充值款项的约定分成比例确认收入，由于该模式的毛利率较高导致其 2018 年毛利率大幅提升。2019 年，平治信息的毛利率较 2018 年有所下滑，主要系其在 2019 年 4 月收购了深圳兆能从事智能家居业务，该业务当年毛利率仅为 16.80%，故导致整体毛利率有所下滑。2020 年 1-6 月，平治信息的毛利率下降至 25.16%，主要系其移动阅读平台业务的毛利率由 2019 年的 54.13%下降至 46.13%。中文在线毛利率较高主要系其 IP 衍生开发业务收入占比较高，且该类业务毛利率较高所致；2020 年 1-6 月因为疫情影响，营业收入同比上升 21.16%，同时因游戏业务规模下降致营业成本同比下降 30.63%，故毛利率大幅增长。阅文集团毛利率较高主要系其部分渠道推广成本在销售费用核算所致；2020 年 1-6 月，阅文集团因分销渠道扩张和用户付费意愿增强，盈利能力有所提升，毛利率有所上涨。

综上，公司报告期毛利率变动情况符合发行人现处规模阶段数字阅读企业综合毛利率变动规律。

4、毛利率变动的敏感性分析

报告期内，影响公司产品服务毛利率的因素众多，现对“数字阅读收入”和“渠道推广成本及版权成本”两个主要因素对毛利率的影响进行敏感性分析。

（1）数字阅读收入

报告期内，数字阅读收入占公司营业收入的比重较高，是影响公司毛利率波动的重要因素。假定其他因素不变，数字阅读收入对毛利率的影响如下：

项目	综合毛利率变动百分点数			
数字阅读收入变动百分比	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
上升 10%	7.08%	6.86%	6.32%	5.69%
上升 5%	3.71%	3.58%	3.30%	2.98%
上升 1%	0.77%	0.74%	0.69%	0.62%
下降 1%	-0.79%	-0.76%	-0.70%	-0.63%
下降 5%	-4.09%	-3.94%	-3.63%	-3.28%
下降 10%	-8.62%	-8.29%	-7.64%	-6.90%

根据上表，报告期内，假定其他因素不变，数字阅读收入上升 10 个百分点，公司综合毛利率分别上升 5.69%、6.32%、6.86%和 7.08%。

（2）渠道推广成本和版权成本

报告期内，由于渠道推广成本和版权成本占营业成本比重较高，是影响公司毛利率波动的重要因素。假定其他因素不变，渠道推广成本和版权成本的变动对毛利率的影响如下：

项目	综合毛利率变动百分点数			
渠道推广成本和版权成本变动百分比	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
上升 10%	-7.73%	-7.70%	-7.03%	-6.23%
上升 5%	-3.87%	-3.85%	-3.51%	-3.11%
上升 1%	-0.77%	-0.77%	-0.70%	-0.62%
下降 1%	0.77%	0.77%	0.70%	0.62%

下降 5%	3.87%	3.85%	3.51%	3.11%
下降 10%	7.73%	7.70%	7.03%	6.23%

根据上表，报告期内，假定其他因素不变，渠道推广成本和版权成本合计上升 10 个百分点，公司综合毛利率分别下降 6.23%、7.03%、7.70%和 7.73%。

（四）利润表其他项目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
城市维护建设税	56.63	101.21	107.99	85.23
教育费附加	24.33	43.38	46.28	36.53
地方教育费附加	16.22	28.92	30.86	24.35
文化事业建设费	-	43.24	3.08	3.75
印花税	76.19	76.97	33.57	19.59
残保金	-	-	7.33	14.41
合计	**173.37**	**293.73**	**229.11**	**183.85**

公司税金及附加主要包括城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加、文化事业建设费、印花税和残保金。其中，城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加的计税基础为当年实际缴纳的增值税，其变化趋势与销售收入基本一致，销售收入上升，缴纳增值税增加，税金及附加金额随之增加。文化事业建设费计税基础为提供广告服务取得的销售额，该项变化趋势与广告收入基本一致。印花税的计税基础为签订合同金额。残保金的计税基础取决于地区职工平均薪酬、公司职工总数与残疾职工数量等因素。

2020 年 1-6 月，根据《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），自 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，免征文化事业建设费，免征对象为缴纳文化事业建设费的广告业和娱乐业的缴费人，故发行人当期无需缴纳文化事业建设费。

2、期间费用

报告期内，公司期间费用占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
销售费用	1,701.80	1.98%	2,256.11	2.44%	1,441.12	2.85%	977.25	3.04%
管理费用	880.14	1.03%	1,529.48	1.66%	1,125.37	2.22%	830.28	2.58%
研发费用	2,667.60	3.11%	3,614.66	3.91%	3,208.11	6.33%	2,184.02	6.79%
财务费用	-8.11	-0.01%	-16.70	-0.02%	-8.32	-0.02%	-1.77	-0.01%
合计	**5,241.44**	**6.11%**	**7,383.55**	**8.00%**	**5,766.27**	**11.39%**	**3,989.77**	**12.40%**
营业收入	85,786.09	100.00%	92,333.81	100.00%	50,642.76	100.00%	32,164.45	100.00%

报告期内，公司期间费用总额分别为 3,989.77 万元、5,766.27 万元、7,383.55 万元和 5,241.44 万元，2017 年至 2019 年，随着业务规模的扩大而持续增长；报告期，期间费用占营业收入的比例分别为 12.40%、11.39%、8.00%和 6.11%，整体呈现下降的趋势，主要系随着发行人业务快速发展，规模优势逐步显现，营业收入增长幅度大于期间费用增长幅度所致，2018 年公司期间费用较 2017 年增长 44.53%，营业收入增长 57.45%；2019 年公司期间费用较 2018 年增长 28.05%，营业收入增长 82.32%。报告期内，期间费用以管理费用、销售费用和研发费用为主，合计占营业收入的比例分别为 12.41%、11.40%、8.01%和 6.12%；财务费用占比较小，占营业收入的比例分别为-0.01%、-0.02%、-0.02%和-0.01%。

（1）销售费用

报告期内，公司销售费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	786.58	46.22%	1,190.58	52.77%	737.16	51.15%	406.55	41.60%
手续费	729.98	42.89%	834.79	37.00%	482.90	33.51%	357.83	36.62%
业务宣传费	171.43	10.07%	131.87	5.84%	117.26	8.14%	154.89	15.85%
交通差旅费	2.75	0.16%	65.74	2.91%	59.02	4.10%	29.96	3.07%

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
业务招待费	6.39	0.38%	23.42	1.04%	38.33	2.66%	27.26	2.79%
福利费	0.86	0.05%	6.10	0.27%	4.97	0.35%	0.24	0.02%
折旧摊销费	1.93	0.11%	2.86	0.13%	1.20	0.08%	0.47	0.05%
办公费	1.88	0.11%	0.76	0.03%	0.27	0.02%	0.04	0.00%
合计	**1,701.80**	**100.00%**	**2,256.11**	**100.00%**	**1,441.12**	**100.00%**	**977.25**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用分别为 977.25 万元、1,441.12 万元、2,256.11 万元和 1,701.80 万元。2018 年和 2019 年销售费用增长率分别为 47.47%和 56.55%，随着公司营业收入的增长，公司的销售费用同步呈增长趋势。

公司销售费用由职工薪酬、手续费、业务宣传费、交通差旅费和业务招待费等构成，其中主要为职工薪酬、手续费和业务宣传费，三者合计占销售费用比重达 90%以上，具体情况如下：

① 职工薪酬

公司销售费用中的职工薪酬为销售部门人员的工资及奖金。报告期内，公司销售费用中职工薪酬分别为 406.55 万元、737.16 万元、1,190.58 万元和 786.58 万元，占销售费用的比例分别为 41.60%、51.15%、52.77%和 46.22%。2020 年 1-6 月职工薪酬的金额年化后较 2019 年增长 32.13%，占比有所下降，主要系当期手续费和业务宣传费占比提升，导致职工薪酬占比下降。报告期内，职工薪酬的变化情况与公司销售部门员工数量和薪酬水平相符。

② 手续费

公司销售费用中的手续费为自有书库阅读业务中充值渠道的手续费，2017 年至 2019 年，随着公司自有书库阅读业务快速增长，手续费也同步增长。报告期内，自有书库阅读业务收入分别为 25,979.08 万元、43,673.32 万元、77,289.20 万元和 73,613.85 万元；手续费分别为 357.83 万元、482.90 万元、834.79 万元和 729.98 万元，手续费与自有书库阅读业务收入具有匹配性。

③ 业务宣传费

公司销售费用中的业务宣传费为公司出于吸引用户的目的采取的营销活动

产生的费用。报告期内，公司销售费用中业务宣传费分别为 154.89 万元、117.26 万元、131.87 万元和 171.43 万元，占销售费用的比例分别为 15.85%、8.14%、5.84%和 10.07%。

④ 销售费用率对比分析

报告期内，公司销售费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
掌阅科技（含推广费）	26.22%	22.46%	15.11%	15.05%
掌阅科技（不含推广费）	3.74%	4.63%	5.32%	4.26%
平治信息	0.86%	1.21%	1.42%	1.30%
中文在线	49.57%	54.39%	35.30%	14.66%
阅文集团	38.96%	24.82%	25.67%	23.57%
平均值	**28.90%**	**25.72%**	**19.37%**	**13.65%**
发行人	1.98%	2.44%	2.85%	3.04%

注：计算平均值时掌阅科技使用的是含推广费的销售费用率。

报告期内，各公司销售费用率差异主要是由于各公司的业务特点、核算内容及资产规模不同所致。掌阅科技和阅文集团销售费用率较高，主要系其渠道推广费用在营业成本和销售费用两个科目中均有归集，而点众科技渠道推广费用全部在营业成本科目中归集，与同行业可比上市公司中的平治信息会计处理方法一致，掌阅科技扣除渠道推广费用之后的销售费用率略高于发行人，主要系其销售费用中通过电视及线上广告进行品牌宣传的费用较高。中文在线 2017 年的销售费用率高于发行人主要系其资产规模较大、销售人员数量及销售人员薪酬总体较高，中文在线 2018 年和 2019 年的销售费用率大幅上涨，以及 2020 年 1-6 月销售费用率较高，一方面系广告费用大幅增加，另一方面系非同一控制合并晨之科增加的游戏业务推广费在销售费用核算。

（2）管理费用和研发费用

① 管理费用

报告期内，公司管理费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	431.06	48.98%	794.37	51.94%	562.29	49.96%	328.82	39.60%
房租水电费	140.45	15.96%	278.08	18.18%	179.63	15.96%	121.21	14.60%
办公费	95.35	10.83%	94.49	6.18%	101.65	9.03%	74.69	9.00%
福利费	47.36	5.38%	103.21	6.75%	81.14	7.21%	163.14	19.65%
咨询服务费	126.49	14.37%	120.15	7.86%	68.20	6.06%	31.73	3.82%
业务招待费	18.06	2.05%	60.77	3.97%	67.14	5.97%	47.73	5.75%
交通差旅费	12.27	1.39%	53.37	3.49%	50.61	4.50%	29.74	3.58%
折旧摊销费	7.61	0.86%	15.15	0.99%	13.22	1.17%	19.26	2.32%
其他	1.50	0.17%	9.89	0.65%	1.49	0.13%	13.96	1.68%
合计	**880.14**	**100.00%**	**1,529.48**	**100.00%**	**1,125.37**	**100.00%**	**830.28**	**100.00%**

报告期内，公司管理费用分别为 830.28 万元、1,125.37 万元、1,529.48 万元和 880.14 万元，占营业收入比例分别为 2.58%、2.22%、1.66%和 1.03%，2019 年的占比略有下降主要系随着发行人的业务规模不断扩大，规模效应开始显现。

报告期内公司管理费用主要由职工薪酬、房租水电费、福利费和咨询服务费构成，以上费用报告期内合计占管理费用金额比例为 77.67%、79.20%、84.72%和 84.68%。具体情况如下：

A、职工薪酬

管理费用中的职工薪酬为管理人员的工资及奖金。报告期内，公司管理费用中职工薪酬分别为 328.82 万元、562.29 万元、794.37 万元和 431.06 万元，报告期呈上升趋势，主要系公司管理团队人数随着公司规模的扩大而增长所致。报告期内职工薪酬占管理费用的比例为 39.60%、49.96%、51.94%和 48.98%。

B、房租水电费

报告期内，公司管理费用中的房租水电费分别为 121.21 万元、179.63 万元、278.08 万元和 140.45 万元，占管理费用的比例分别为 14.60%、15.96%、18.18%和 15.96%，2017 年至 2019 年呈增长趋势，主要是由公司业务规模增加，员工人数增加，新增办公场所和水电消耗增加所致。

C、福利费

报告期内，公司管理费用中的福利费分别为 163.14 万元、81.14 万元、103.21 万元和 47.36 万元，占管理费用的比例分别为 19.65%、7.21%、6.75%和 5.38%，2017 年福利费较高主要系当年公司组织员工境外出游所致。

D、咨询服务费

报告期内，公司管理费用中的咨询服务费分别为 31.73 万元、68.20 万元、120.15 万元和 126.49 万元，占管理费用的比例分别为 3.82%、6.06%、7.86%和 14.37%。公司咨询服务费主要是采购的人力资源咨询服务等。

② 研发费用

公司历来重视核心技术的积累和产品的开发，为了保持技术领先优势，满足客户不断变化的需求，公司持续加大对研发的投入。报告期内，公司研发支出分别为 2,184.02 万元、3,208.11 万元、3,614.66 万元和 2,667.60 万元，占营业收入的比例分别为 6.79%、6.33%、3.91%和 3.11%，2017 年至 2019 年年复合增长率为 28.65%，保持较高水平。公司目前的研发支出水平与公司的总体战略相适应。

报告期内，公司研发费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	2,370.21	88.85%	3,314.27	91.69%	2,938.48	91.60%	2,013.19	92.18%
房租水电费	92.98	3.49%	175.86	4.87%	180.12	5.61%	128.17	5.87%
测试费	66.17	2.48%	23.26	0.64%	31.30	0.98%	22.48	1.03%
交通差旅费	10.08	0.38%	24.46	0.68%	27.93	0.87%	1.51	0.07%
折旧摊销费	14.92	0.56%	33.34	0.92%	21.56	0.67%	15.09	0.69%
福利费	4.11	0.15%	8.94	0.25%	4.18	0.13%	1.11	0.05%
其他	109.13	4.09%	34.52	0.96%	4.54	0.14%	2.46	0.11%
合计	**2,667.60**	**100.00%**	**3,614.66**	**100.00%**	**3,208.11**	**100.00%**	**2,184.02**	**100.00%**

职工薪酬为公司研发费用中最主要的费用，报告期内研发人员的职工薪酬分别为 2,013.19 万元、2,938.48 万元、3,314.27 万元和 2,370.21 万元，占研发费用比重分别为 92.18%、91.60%、91.69%和 88.85%。报告期内，研发费用中职工薪酬整体增长主要系公司增加研发技术人员数量、提高研发技术人员工资水平所

致。

为规范公司的研发项目流程、准确核算研发费用，公司对各个研发项目确立具体研发项目任务书，并归集相应费用。公司研发费用由直接费用、间接费用构成，先分别按照“直接费用分配比例”、“间接费用分配比例”分配到各研发项目，后按工作量将各研发项目组费用分配到各研发项目。

报告期内，发行人所从事的研发项目列示如下：

单位：万元

项目	费用支出金额				整体预算	实施进度
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年		
H5 推广运营后台	-	-	-	429.26	-	研发完成
新媒体知识付费项目	-	-	-	385.72	-	研发完成
内容对外输出平台	-	-	-	373.94	-	研发完成
松鼠阅读网站项目	-	-	72.60	295.72	-	研发完成
财务系统	-	-	157.84	262.13	-	研发完成
用户画像分析系统	-	-	-	222.24	-	研发完成
和书知识付费分享系统	-	-	-	156.80	-	研发完成
文学内容审核平台	-	-	-	58.22	-	研发完成
客户端渠道合作项目	-	-	772.41	-	-	研发完成
新媒体阅读分销系统	-	-	681.89	-	-	研发完成
数据监控系统	-	-	494.98	-	-	研发完成
客户端任务系统	-	489.03	312.11	-	-	研发完成
内容运营系统	-	-	291.06	-	-	研发完成
免费阅读项目	-	-	174.47	-	-	研发完成
内容输出项目	-	-	90.77	-	-	研发完成
作者和内容管理平台升级项目	-	-	68.68	-	-	研发完成
自动化运维系统	-	-	45.91	-	-	研发完成
H5 推广运营系统	-	-	45.38	-	-	研发完成
自有客户端项目	70.67	1,267.44	-	-	1,350.00	研究阶段
H5 书城阅读项目	-	480.88	-	-	-	研发完成
西瓜免费小说广告系统	-	136.29	-	-	-	研发完成
用户 VIP 体系项目	-	99.80	-	-	-	研发完成
快应用	718.13	876.80			1,600.00	研究阶段
大数据运营平台系统	33.96	264.42			300.00	研究阶段
快看小说融合版	1,121.14	-	-	-	2,300.00	研究阶段
点众海外阅读	560.49	-	-	-	1,300.00	研究阶段
数据仓库系统	92.22	-	-	-	200.00	研究阶段

项目	费用支出金额				整体预算	实施进度
	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年		
小程序开发系统	70.99	-	-	-	150.00	研究阶段
总计	**2,667.60**	**3,614.66**	**3,208.11**	**2,184.02**		**-**

③ 管理费用及研发费用率对比分析

报告期内，公司管理费用及研发费用率与可比上市公司对比情况如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
掌阅科技	10.24%	10.43%	9.90%	8.63%
平治信息	6.17%	8.55%	12.71%	7.66%
中文在线	20.23%	28.37%	24.55%	31.10%
阅文集团	10.76%	12.09%	14.42%	16.71%
平均值	**11.85%**	**14.86%**	**15.39%**	**16.03%**
发行人	4.14%	5.57%	8.56%	9.37%

报告期内，中文在线在报告期内的管理费用及研发费用率均明显高于可比公司，主要是因为中文在线分别于 2017 年进行了 2,327.05 万元的股份支付以及因投资并购发生了大额中介费用，2018 年加大了 IP 衍生转化产品的研发投入致使研发费用大幅增加，2019 年由于中文在线子公司晨之科游戏业务以及公司广告业务、IP 衍生权销售业务等收入减少导致中文在线收入较 2018 年下降 20.34%，管理及研发费用较 2018 年下降 7.95%，管理费用降幅低于营业收入降幅导致管理及研发费用率上升，2020 年 1-6 月因为疫情影响，其收入年化后较 2019 年增长 17.66%，导致管理及研发费用率有所下降。平治信息 2018 年管理及研发费用率较高主要系其当年存在股份支付所致，2017 年和 2019 年，其管理及研发费用率与发行人不存在显著差异。阅文集团在报告期内的管理及研发费用率高于发行人主要系存在股份支付所致。掌阅科技报告期内的管理及研发费用率相对稳定，与发行人 2017 年和 2018 年不存在显著差异。发行人 2019 年管理及研发费用率下降主要系营业收入增长较快所致，2019 年的营业收入较 2018 年增长 82.32%，当期研发费用中的职工薪酬较 2018 年增长 12.79%，增幅小于营业收入增幅，但仍呈上涨趋势；2020 年 1-6 月，发行人营业收入因为疫情影响以及推广力度较大，年化后较 2019 年增长 85.82%，管理及研发费用年化后较 2019 年增长 37.93%，导致管理及研发费用率有所下降。综上，报告期内公司管理费用及研发费用率的

变动合理。

（3）财务费用

报告期内，公司财务费用的金额以及占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年		2018 年		2017 年	
	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
利息支出	-	-	-	-	-	-	-	-
减：利息收入	19.26	0.02%	25.28	0.03%	13.95	0.03%	6.47	0.02%
汇兑损益	5.22	0.01%	-	-	-	-	-	-
手续费	5.93	0.01%	8.58	0.01%	5.63	0.01%	4.70	0.01%
合计	**-8.11**	**-0.01%**	**-16.70**	**-0.02%**	**-8.32**	**-0.02%**	**-1.77**	**-0.01%**

报告期内，公司通过外部股权融资能够满足目前经营活动和业务发展的资金需要，未进行债务融资，不存在利息支出。相反，公司有部分利息收入，故报告期内财务费用均体现为财务收益。

3、其他收益

报告期内，公司其他收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
政府补助	1.50	14.96	239.68	36.00
个税手续费返还	0.001	-	11.58	-
增值税加计抵减额	720.37	425.19	-	-
合计	**721.87**	**440.15**	**251.26**	**36.00**

报告期内，公司其他收益分别为 36.00 万元、251.26 万元、440.15 万元和 721.87 万元，主要是公司收到的政府补助和增值税加计抵减额。

根据《中关村国家自主创新示范区企业改制上市和并购支持资金管理办法》，公司于 2017 年收到中关村科技园区管理委员会的挂牌支持资金 30.00 万元；根据《北京市音像电子网络出版物奖励扶持专项资金管理办法（试行）》，发行人子公司获得原北京市新闻出版广电局“2017 年北京市音像电子网络出版物奖励

扶持专项资金”，2017 年取得政府补助 6.00 万元。2018 年的政府补助主要为根据《海淀区加快核心区自主创新和产业发展专项资金管理办法》，公司收到的北京市海淀区金融服务办公室的上市企业中介费用补贴 188.68 万元；根据《北京市实施文化创意产业“投贷奖”联动推动文化金融融合发展管理办法（试行）》，公司收到的北京市国有文化资产监督管理办公室的股权融资奖励 50.00 万元；根据《关于在 2018 年专项资金工作中启动企业征信工作有关事项的通知》，发行人及子公司收到中关村科技园区海淀园管理委员会的信用报告费用补贴 1.00 万元。2019 年的政府补助主要为根据《北京宣传文化引导基金一般项目资助管理办法（试行）》，公司收到北京市文化发展中心（北京宣传文化引导基金管理中心）的 2019 年度出版类项目资助 10 万元；此外，霍尔果斯瑞铭收到新疆霍尔果斯经济开发区管理委员会财政局社保补贴 4.96 万元。2020 年 1-6 月，公司收到北京市海淀区社会保险基金管理中心疫情期间武汉滞留人员补贴 0.31 万元；此外，霍尔果斯瑞铭收到新疆霍尔果斯经济开发区管理委员会财政局社保补贴 1.20 万元。

2019 年和 2020 年 1-6 月的增值税加计抵减额分别为 425.19 万元和 720.37 万元，系根据《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），公司可以按照当期可抵扣进项税额加计 10%抵减应纳税额。

4、投资收益

报告期内，公司投资收益具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
权益法核算的长期股权投资收益	-	-3.06	-7.52	-
长期股权投资股权处置收益	-	10.58	-	-
理财产品产生的投资收益	721.97	969.81	857.44	309.71
合计	**721.97**	**977.33**	**849.91**	**309.71**

报告期内，公司的投资收益主要为购买银行理财产品获得的收益。为提高资金使用效率，公司购买了部分短期银行理财产品，公司所购买的银行理财产品均为保本浮动收益型，且可随时申购赎回，兼具安全性和流动性，不会对公司日常

经营造成不利影响。

5、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
坏账损失	-73.79	-67.05	-	-
合计	**-73.79**	**-67.05**	-	-

根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》，自 2019 年起对应收账款和其他应收款计提的坏账准备在信用减值损失科目进行列示，2019 年公司信用减值损失为-67.05 万元，2020 年 1-6 月信用减值损失为-73.79 万元。

6、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
坏账损失	-	-	-29.83	82.44
可供出售金融资产减值	-	-	-	-511.18
非流动资产减值损失	-150.00	-	-	-
合计	**-150.00**	-	**-29.83**	**-428.73**

报告期内，公司资产减值损失为按照会计政策计提的坏账损失和可供出售金融资产减值。2017 年公司计提可供出售金融资产减值 511.18 万元，主要系对发行人持有的太和凯旋 5%股权和灵阅文化 9.99%股权计提的减值。2017 年和 2018 年公司计提的坏账损失分别为-82.44 万元和 29.83 万元；2017 年由于部分应收账款收回冲减已计提的坏账损失，使得 2017 年坏账损失体现为收益。坏账准备的计提参见本节“十一、资产质量分析”之“（一）资产结构及其变动情况分析”。自 2019 年起，按照会计政策计提的坏账损失开始在信用减值损失核算，故当年不存在资产减值损失。2020 年 1-6 月存在非流动资产减值损失 150 万元，主要系公司与北京鲲鹏映画文化传播有限公司合作投资的网络剧《互联网入侵：美丽时代 1》，公司共投资 150.00 万元，因受新冠肺炎疫情影响，项目进展已处于停滞

状态，经管理层预判预计未来收回该项投资的可能性较小，故全额计提减值准备。

7、营业外收入

报告期内，公司营业外收入具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
其他	0.37	0.15	0.02	0.003
合计	**0.37**	**0.15**	**0.02**	**0.003**

报告期内，公司营业外收入金额整体较小。

8、营业外支出

报告期内，公司营业外支出具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
对外捐赠	-	-	-	2.24
税收滞纳金	-	0.24	-	-
诉讼及和解赔偿款	-	58.00	-	-
其他	0.00005	0.0007	2.10	0.0008
合计	**0.00005**	**58.24**	**2.10**	**2.24**

2017 年至 2019 年，公司营业外支出分别为 2.24 万元、2.10 万元和 58.24 万元。2019 年存在 0.24 万元的税收滞纳金，主要系发行人 2019 年 1 月申报 2018 年 12 月增值税时未申报无票收入，后立即补申报，但因已过申报时点而缴纳的滞纳金。2020 年 1-6 月，公司营业外支出金额极小。

2019 年存在诉讼及和解赔偿款 58.00 万元，其中 40 万元系 2019 年 3 月 19 日，吴雪岚以侵害其作品信息网络传播权为由起诉发行人，诉称发行人未经其授权在发行人运营的手机客户端通过信息网络向公众提供其作品，要求发行人停止侵权，并赔偿其经济损失。涉案作品原系发行人经版权方（吴雪岚授权拥有作品网络传播权及相关权利转授权的主体）合法授权通过其手机客户端向公众传播的作品，发行人在其运营平台上传播，并制作活动页面推广该作品。后吴雪岚与版权方终止合作后，经版权方通知，发行人已在其运营的平台上下架相关作品，因

软件系统漏洞，未能将活动页面上的作品链接删除，导致发生前述侵权行为。发行人知晓上述侵权行为后，已及时弥补该系统漏洞并积极与吴雪岚达成和解，赔偿其经济损失合计 40 万元，经吴雪岚申请，人民法院同意其撤回起诉，截至本招股说明书签署日，该案已完结；剩余 18 万元为 2019 年 9 月，掌阅科技股份有限公司以侵害其信息网络传播权为由分别起诉阅见天下和霍尔果斯瑞铭，诉称阅见天下和霍尔果斯瑞铭未经其授权擅自在其所有的 APP 上传播《最强升级》、《至尊重生》、《无限升级系统》、《错嫁替婚总裁》、《总裁爹地超给力》、《总裁爹地宠上天》，要求阅见天下和霍尔果斯瑞铭停止传播该等作品并赔偿其损失。阅见天下和霍尔果斯瑞铭于 2019 年 10 月 10 日陆续收到北京互联网法院就该等案件的短信立案通知。涉案 APP 系发行人移动阅读 APP 矩阵产品中的新增产品，由发行人运营，根据发行人与掌阅科技股份有限公司签订的《数字版权合作协议》，发行人已取得掌阅科技股份有限公司授权在约定的平台范围内传播该等作品，发行人新增传播平台应当签署书面补充协议。发行人业务人员因为疏忽，在与掌阅科技股份有限公司签署补充协议的过程中，即在新增的涉案 APP 传播了该等作品。截至本《招股说明书》签署之日，发行人已经与掌阅科技就该等案件达成和解，发行人向其支付 18 万元和解费，掌阅科技已撤回诉讼。

9、所得税费用

报告期内，公司所得税费用构成的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
当期所得税费用	654.59	949.63	468.78	484.07
递延所得税费用	-31.85	44.46	-54.88	-16.71
合计	**622.74**	**994.09**	**413.89**	**467.36**

公司报告期内享受如下所得税优惠政策：

点众科技与中企瑞铭于 2015 年 11 月 24 日被认定为高新技术企业，获得由北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201511004080、GR201511001891），有效期三年；后于 2018 年 10 月 31 日取得新的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201811004285、GR201811004571），有效期三年。

根据《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条之规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，按 15%所得税率征收企业所得税。点众科技与中企瑞铭在报告期内适用 15%的企业所得税税率。

根据《财政部 国家税务总局关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税[2011]112 号），2010 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。因此，霍尔果斯瑞铭自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税；多点信息自 2019 年 2 月 13 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税。

根据财税[2019]13 号关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知，小型微利企业是指从事国家非限制和禁止行业，且同时符合年度应纳税所得额不超过 300 万元、从业人数不超过 300 人、资产总额不超过 5,000 万元等三个条件的企业。对于满足上述条件的公司，适用“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。”因此，点众快看、每日趣阅、阅见未来、阅见天下和点点阅在 2019 年度和 2020 年 1-6 月按照上述规定计算缴纳企业所得税。

10、营业利润

发行人的营业利润及其增长率变动与可比公司对比情况如下：

公司	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年
掌阅科技	营业利润（万元）	12,308.31	16,351.91	13,848.49	13,376.39	7,880.00	4,053.03	6,877.64
	增长率	-	18.08%	3.53%	69.75%	94.42%	-41.07%	-
	营业利润率	12.56%	8.69%	7.28%	8.02%	6.58%	6.34%	16.39%
平治信息	营业利润（万元）	14,595.63	30,454.84	26,175.71	13,227.36	5,826.19	2,553.78	2,198.28
	增长率	-	16.35%	97.89%	127.03%	128.14%	16.17%	-
	营业利润率	15.47%	17.73%	30.37%	14.54%	12.42%	15.18%	17.70%
阅文集团	营业利润（万元）	10,450.70	61,587.80	53,193.20	39,547.90	-	-	-
	增长率	-	15.78%	34.50%	480.81%	-	-	-

	营业利润率	3.21%	7.37%	10.56%	9.66%	-	-	-
中文在线	营业利润（万元）	3,134.69	-58,112.11	-152,230.67	9,325.45	-	-	-
	增长率	-	61.83%	-1,732.42%	403.66%	-	-	-
	营业利润率	7.55%	-82.38%	-171.92%	13.01%	-	-	-
宜搜科技	营业利润（万元）	-	-	6,426.99	5,604.63	-	-	-
	增长率	-	-	14.67%	72.55%	-	-	-
	营业利润率	-	-	15.66%	14.00%	-	-	-
发行人	营业利润（万元）	14,081.58	12,977.13	8,565.80	7,035.16	-	-	-
	增长率	-	51.50%	21.76%	-	-	-	-
	营业利润率	16.41%	14.05%	16.91%	21.87%	-	-	-

注：宜搜科技未披露 2019 年和 2020 年 1-6 月营业利润数据。

报告期内，发行人的营业利润分别为 7,035.16 万元、8,565.80 万元、12,977.13 万元和 14,081.58 万元，2018 年较 2017 年增长 21.76%，2019 年较 2018 年增长 51.50%。营业利润的持续增长主要源于发行人主营业务的快速发展，而营业利润率在 2017 年至 2019 年呈现逐年下降的趋势，一方面是因为自有书库阅读业务占比上升，版权成本增长相对较快；另一方面是因为数字阅读行业企业随着业务规模的逐步提升，因渠道推广和版权采购的投入逐步加大，营业利润率会逐步降低到一个水平并保持稳定或回升。2020 年 1-6 月，因为疫情影响，用户的阅读消费有所增多，同时随着发行人业务规模的扩大，规模效应逐步显现，盈利能力有所增强，故当期的营业利润率有所上涨。

与可比公司相比，因各公司的业务规模和业务结构存在一定差异，相比营业利润绝对值，营业利润率指标能够更好地反应各公司的盈利能力，故对发行人以及可比公司的营业利润率进行对比分析。掌阅科技 2013 年和 2014 年的营业利润率分别为 27.24%和 16.39%，2015 年为 6.34%，降幅较大主要系当年存在 3,811.15 万元的股份支付所致，如不考虑股份支付，当年营业利润率为 12.29%。鉴于发行人 2017 年至 2019 年的营业利润规模与掌阅科技早期的营业利润规模相当，发行人报告期内的营业利润率变动趋势亦与掌阅科技早期的营业利润率变动趋势无显著差异，故发行人营业利润率逐步下降具有合理性。2020 年 1-6 月，发行人与掌阅科技的营业利润率均有所上升。

掌阅科技的营业利润率自 2016 年起维持在 6%-8%左右，较剔除股份支付影响后的 2015 年的营业利润率略有下降，主要系其渠道成本中以 CPS 模式结算的

占比快速提高，主要为与华为、OPPO、VIVO 和三星等手机厂商的预装，如下表所示，2016 年 CPS 模式渠道成本占营业收入的比例由 2015 年的 22.57%增长至 2016 年的 33.67%，导致其 2016 的营业利润率下降较多。而发行人的渠道成本中目前手机厂商预装占比较低，仍以非 CPS 模式为主，故发行人的营业利润率略高于掌阅科技。

单位：万元

掌阅科技	2014年	2015年	2016年
CPS模式渠道成本	10,057.72	14,436.57	40,327.80
占营业收入的比例	23.97%	22.57%	33.67%

在整体趋势上，如上表所示，掌阅科技的营业利润率在 2013 年至 2016 年呈现下降趋势，随后保持稳定。

平治信息的营业利润率在 2013 年至 2016 年呈现下降趋势，但在 2017 年开始稳定并有些许回升，说明数字阅读企业的营业利润率在下降到一定程度后会呈现稳定的趋势，而非持续下降；此外，随着数字阅读行业内新业务形态的出现，行业内企业的毛利率亦存在上涨的可能性，根据 2018 年年报，平治信息的营业利润率由 2017 年的 15.54%上升至 30.37%，主要系其 2018 年大力发展了 CPS 小说分销业务，该业务按照用户充值款项的约定分成比例净额确认收入，由于该模式的毛利率较高导致其 2018 年营业利润率大幅提升。2019 年，平治信息的营业利润率较 2018 年有所下滑，主要系其在 2019 年 4 月收购了深圳兆能从事智能家居业务，该业务的毛利率相比数字阅读业务较低，故导致整体营业利润率有所下滑。2020 年 1-6 月，平治信息数字阅读业务的毛利率有所下降，导致其营业利润率有所下滑。

中文在线营业利润率在报告期内波动较大，2018 年中文在线计提上海晨之科商誉减值准备 12.54 亿元，计提新浪阅读商誉减值准备 2.08 亿元，导致当年营业利润为负；2019 年中文在线子公司晨之科游戏业务以及公司广告业务、IP 衍生权销售业务等收入减少致营业总收入较上年同期下降，同时大幅增加对游戏业务的营销推广致销售费用大幅增加，当年营业利润亦为负。中文在线 2020 年 1-6 月营业利润率为 7.55%，较 2019 年大幅提升，主要系因为疫情影响，营业收入同比上升 21.16%，同时因游戏业务规模下降致营业成本同比下降 30.63%，毛利

率大幅增长，导致营业利润率也随之增长。

阅文集团2017年和2018年营业利润率较为稳定，2019年营业利润率较2018年有所下降主要系其2019年加大了对其免费阅读产品、网络游戏以及电影、电视剧推广的力度，销售费用同比增加60.38%所致。2020年1-6月，阅文集团的营业利润率进一步下降，主要系2020年上半年毛利率较高的版权运营业务收入占比大幅下降所致，由2019年的53.0%下降至2020年1-6月的22.1%。

综上，公司报告期营业利润和营业利润率的变动情况具有合理性。

（五）公司净利润来源分析

报告期内，公司营业利润、利润总额和净利润的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月	2019年	2018年	2017年
营业总收入	85,786.09	92,333.81	50,642.76	32,164.45
减：营业总成本	72,924.56	80,707.12	43,148.31	25,045.62
加：投资收益、其他收益和资产处置收益等	1,220.05	1,350.44	1,071.34	-83.67
营业利润	14,081.58	12,977.13	8,565.80	7,035.16
加：营业外收支净额	0.37	-58.09	-2.08	-2.24
利润总额	14,081.96	12,919.04	8,563.72	7,032.92
减：所得税费用	622.74	994.09	413.89	467.36
净利润	13,459.22	11,924.95	8,149.83	6,565.56
营业利润占利润总额比例	100.00%	100.45%	100.02%	100.03%

注：营业总成本=营业成本+税金及附加+销售费用+管理费用+研发费用+财务费用

报告期内，公司利润总额分别为7,032.92万元、8,563.72万元、12,919.04万元和14,081.96万元，营业利润占当年利润总额的比例分别为100.03%、100.02%、100.45%和100.00%，是公司利润的主要来源。

（六）非经常性损益和合并财务报表范围以外的投资收益

报告期内，公司不存在合并报表范围以外的投资收益及少数股东损益。公司非经常性损益的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
非流动资产处置损益	-	10.58	-	-0.65
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	1.50	14.96	239.68	36.00
委托他人投资或管理资产的损益	721.97	969.81	857.44	309.71
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.37	-58.09	-2.08	-2.24
其他符合非经常性损益定义的损益项目	0.001	-	11.58	-
小计	**723.85**	**937.26**	**1,106.62**	**342.82**
减：所得税费用（所得税费用减少以“-” 表示）	100.68	135.18	166.14	51.42
少数股东权益影响额（税后）	2.38	-	-	-
非经常性损益净额	**620.79**	**802.08**	**940.48**	**291.40**
非经常性损益净额占归属于发行人股东的净利润比重	**4.62%**	**6.73%**	**11.54%**	**4.44%**

报告期内，公司非经常性损益净额占公司净利润的比重分别为 4.44%、11.54%、6.73%和 4.62%，主要为委托理财投资收益，2018 年非经常性损益占净利润的比重较大主要系 2018 年委托理财投资收益涨幅较大所致，由 2017 年的 309.71 万元增长至 2018 年的 857.44 万元。

（七）纳税情况

1、报告期内主要税种及纳税情况

单位：万元

税种	报告期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	本期退回前期多预缴所得税	期末未交数
增值税	2020 年 1-6 月	107.62	1,344.67	976.61	-	475.68
	2019 年	256.42	1,237.03	1,385.84	-	107.62
	2018 年	22.63	1,736.60	1,502.81	-	256.42
	2017 年	167.85	1,066.65	1,211.87	-	22.63
企业所得	2020 年 1-6 月	306.02	654.59	505.73	-	454.88

税	2019 年	356.27	949.63	999.95	-0.07	306.02
	2018 年	-175.60	468.78	195.81	-258.91	356.27
	2017 年	-40.25	484.07	619.42	-	-175.60

注：2018 年退回前期多预缴所得税 258.91 万元系发行人计提股份支付和调整看点计算方式所产生的退税。

报告期内，公司最主要的税种为增值税和企业所得税。报告期内，公司严格遵守国家及地方的税收法律、法规、依法缴纳各种税金，执行的税种、税率符合相关税收法律、法规的规定，不存在与纳税相关的重大违法违规情况。本公司税务主管部门就纳税情况出具了证明文件。

2、所得税费用与利润总额关系

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
利润总额	14,081.96	12,919.04	8,563.72	7,032.92
按法定/适用税率计算的所得税费用	2,112.29	1,937.86	1,284.56	1,054.94
子公司适用不同税率的影响	-1,244.45	-595.36	-536.65	-431.91
调整以前期间所得税的影响	-	17.05	-	-
非应税收入的影响	-	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失影响	1.51	11.12	8.52	22.03
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	52.50	12.42	-	-
额外可扣除费用的影响	-289.65	-388.99	-342.54	-177.70
所得税费用	622.74	994.09	413.89	467.36
所得税费用占利润总额比例	4.42%	7.69%	4.83%	6.65%

报告期内，点众科技与中企瑞铭享受高新技术企业税收优惠政策，适用 15%的企业所得税税率；霍尔果斯瑞铭享受新疆霍尔果斯特殊经济开发区企业所得税优惠政策，自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税。多点信息享受新疆喀什特殊经济开发区企业所得税优惠政策，自 2019 年 2 月 13 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税。

3、税收优惠影响分析

点众科技与中企瑞铭于 2015 年 11 月 24 日被认定为高新技术企业，获得由

北京市科学技术委员会、北京市财政局、北京市国家税务局、北京市地方税务局联合颁发的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201511004080、GR201511001891），有效期三年；后于 2018 年 10 月 31 日取得新的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201811004285、GR201811004571），有效期三年。根据《中华人民共和国企业所得税法》第二十八条之规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，按 15%所得税率征收企业所得税。点众科技与中企瑞铭在报告期内适用 15%的企业所得税税率。

根据《财政部 国家税务总局关于新疆喀什霍尔果斯两个特殊经济开发区企业所得税优惠政策的通知》（财税[2011]112 号），2010 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，对在新疆喀什、霍尔果斯两个特殊经济开发区内新办的属于《新疆困难地区重点鼓励发展产业企业所得税优惠目录》范围内的企业，自取得第一笔生产经营收入所属纳税年度起，五年内免征企业所得税。因此，霍尔果斯瑞铭自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税；多点信息自 2019 年 2 月 13 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税。

根据财税[2019]13 号关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知，小型微利企业是指从事国家非限制和禁止行业，且同时符合年度应纳税所得额不超过 300 万元、从业人数不超过 300 人、资产总额不超过 5,000 万元等三个条件的企业。对于满足上述条件的公司，适用“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。”因此，点众快看、每日趣阅、阅见未来、阅见天下和点点阅在 2019 年度和 2020 年 1-6 月按照上述规定计算缴纳企业所得税。

高新技术企业所得税优惠政策、新疆霍尔果斯特殊经济开发区企业所得税优惠政策以及对小微企业的扶持，是国家对相关行业和地区的长期支持政策，具有持续性，短时间内不会进行调整。点众科技与中企瑞铭于 2015 年 11 月 24 日获得《高新技术企业证书》（证书编号：GR201511004080、GR201511001891），有效期三年；后于 2018 年 10 月 31 日取得新的《高新技术企业证书》（证书编号：GR201811004285、GR201811004571），有效期三年。霍尔果斯瑞铭自 2017

年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日享受免征企业所得税的优惠政策；多点信息自 2019 年 2 月 13 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税。因此，未来一定时期内公司的经营业绩不会因其享有的税收优惠政策的变化而受到重大影响。

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，故公司自 2019 年 4 月起享受可抵扣进项税额加计扣除优惠政策。

报告期内，发行人税收优惠的具体情况如下：

单位：万元

年度	利润总额	税收优惠金额				税收优惠占利润总额的比例
		所得税率影响金额	研发费用加计扣除影响金额	增值税加计抵减金额	合计	
2020 年 1-6 月	14,081.96	2,520.09	193.10	720.37	3,433.56	24.38%
2019 年	12,919.04	1,658.61	257.91	425.19	2,341.71	18.13%
2018 年	8,563.72	945.11	227.13	-	1,172.24	13.69%
2017 年	7,032.92	1,005.04	117.80	-	1,122.84	15.97%

报告期内的税收优惠主要是点众科技与中企瑞铭享受高新技术企业税收优惠政策、霍尔果斯瑞铭和多点信息享受新疆喀什、霍尔果斯特殊经济开发区企业所得税优惠政策、研发费用加计扣除和增值税加计抵扣。

十一、资产质量分析

（一）资产结构及其变动情况分析

报告期各期末，公司资产各科目具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

流动资产：								
货币资金	59,497.68	80.99%	47,125.83	88.79%	27,130.54	84.94%	17,696.80	82.08%
交易性金融资产	3,588.90	4.89%	-	-	-	-	-	-
应收账款	2,068.18	2.82%	1,150.81	2.17%	1,066.37	3.34%	1,686.19	7.82%
预付款项	4,347.98	5.92%	1,354.68	2.55%	987.01	3.09%	1,017.21	4.72%
其他应收款	1,582.97	2.15%	1,098.37	2.07%	1,085.46	3.40%	50.25	0.23%
存货	186.41	0.25%	558.78	1.05%	-	-	-	-
其他流动资产	1,215.59	1.65%	535.27	1.01%	89.26	0.28%	307.97	1.43%
流动资产合计	**72,487.72**	**98.67%**	**51,823.74**	**97.64%**	**30,358.65**	**95.05%**	**20,758.43**	**96.28%**
非流动资产：								
可供出售金融资产	-	-	-	-	188.82	0.59%	188.82	0.88%
长期股权投资	-	-	-	-	97.48	0.31%	-	-
其他权益工具投资	85.35	0.12%	85.35	0.16%	-	-	-	-
固定资产	78.51	0.11%	80.86	0.15%	90.51	0.28%	51.58	0.24%
无形资产	391.48	0.53%	376.32	0.71%	135.89	0.43%	91.08	0.42%
长期待摊费用	172.82	0.24%	343.65	0.65%	661.31	2.07%	277.18	1.29%
递延所得税资产	87.25	0.12%	55.40	0.10%	97.98	0.31%	43.09	0.20%
其他非流动资产	160.03	0.22%	310.03	0.58%	310.03	0.97%	150.00	0.70%
非流动资产合计	**975.44**	**1.33%**	**1,251.62**	**2.36%**	**1,582.02**	**4.95%**	**801.76**	**3.72%**
资产总计	**73,463.16**	**100.00%**	**53,075.35**	**100.00%**	**31,940.66**	**100.00%**	**21,560.18**	**100.00%**

1、资产规模分析

报告期各期末，公司总资产分别为21,560.18万元、31,940.66万元和53,075.35万元，2018年末资产总额较2017年末资产总额增长了10,380.48万元，增幅为48.15%；2019年资产总额较2018年末资产总额增长了21,134.69万元，增幅为66.17%；2020年6月末资产总额较2019年末资产总额增长了20,387.81万元，增幅为38.41%。

报告期末，公司总资产较2017年末增加51,902.97万元，其中，流动资产增加51,729.29万元，非流动资产增加173.68万元。资产规模快速增加的主要原因是随着公司业务规模的迅速扩大，收入逐年增加，货币资金随之增加，公司2019年收入规模较2017年增长60,169.36万元，年复合增长率为69.43%。

2、资产结构分析

报告期内，公司资产的快速增长主要来自流动资产的快速增长。2018 年末流动资产总额较 2017 年末流动资产总额增长了 9,600.22 万元，增幅为 46.25%；2019 年末流动资产总额较 2018 年末流动资产总额增长了 21,465.09 万元，增幅为 70.71%；2020 年 6 月末流动资产总额较 2019 年末流动资产总额增长了 20,663.98 万元，增幅为 39.87%。

公司的流动资产占总资产的比例维持在较高水平，报告期内占比均高于 90%。报告期各期末，流动资产占总资产的比重分别为 96.28%、95.05%、97.64%和 98.67%。流动资产中，占比较高的项目是货币资金、交易性金融资产、应收账款和其他流动资产。报告期内，货币资金、交易性金融资产、应收账款和其他流动资产占总资产的比重合计分别为 91.33%、88.56%、91.97%和 90.35%。

报告期内公司非流动资产主要是可供出售金融资产/其他权益工具投资（2017 年至 2018 年在可供出售金融资产核算，2019 年**及之后**在其他权益工具投资核算）、固定资产、无形资产和长期待摊费用。公司 2017 年末和 2018 年末可供出售金融资产均为 188.82 万元，分别占当期末资产总额的 0.88%和 0.59%，主要为参股太和凯旋和灵阅文化股权，根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》，该项自 2019 年转在其他权益工具投资核算和列示，2019 年末和 2020 年 6 月末其他权益工具投资为 85.35 万元和 85.35 万元，占当期末资产总额的 0.16%和 0.12%。公司的固定资产主要为电子设备和办公家具，报告期内，固定资产占总资产的比重分别为 0.24%、0.28%、0.15%和 0.11%。公司的无形资产主要是办公软件和买断版权，报告期内，无形资产占公司资产总额的比重分别为 0.42%、0.43%、0.71%和 0.53%。公司的长期待摊费用主要由版权使用费构成，报告期内，长期待摊费用分别占公司资产总额的 1.29%、2.07%、0.65%和 0.24%。

公司为轻资产公司，目前的资产结构确保了公司可以用有限的投入，迅速提升竞争能力及盈利能力，支撑公司快速成长。

（二）流动资产结构及变动分析

报告期各期末，公司流动资产主要构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	59,497.68	82.08%	47,125.83	90.93%	27,130.54	89.37%	17,696.80	85.25%
交易性金融资产	3,588.90	4.95%	-	-	-	-	-	-
应收账款	2,068.18	2.85%	1,150.81	2.22%	1,066.37	3.51%	1,686.19	8.12%
预付款项	4,347.98	6.00%	1,354.68	2.61%	987.01	3.25%	1,017.21	4.90%
其他应收款	1,582.97	2.18%	1,098.37	2.12%	1,085.46	3.58%	50.25	0.24%
存货	186.41	0.26%	558.78	1.08%	-	-	-	-
其他流动资产	1,215.59	1.68%	535.27	1.03%	89.26	0.29%	307.97	1.48%
流动资产合计	**72,487.72**	**100.00%**	**51,823.74**	**100.00%**	**30,358.65**	**100.00%**	**20,758.43**	**100.00%**

报告期各期末，公司的流动资产主要是货币资金、交易性金融资产、应收账款、预付款项、其他应收款、存货和其他流动资产，具体情况如下：

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金详细构成如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	0.56	0.00%	0.59	0.00%	4.30	0.02%	1.48	0.01%
银行存款	58,064.86	97.59%	45,381.56	96.30%	26,533.47	97.80%	17,327.37	97.91%
其他货币资金	1,432.26	2.41%	1,743.67	3.70%	592.77	2.18%	367.96	2.08%
合计	**59,497.68**	**100.00%**	**47,125.83**	**100.00%**	**27,130.54**	**100.00%**	**17,696.80**	**100.00%**

报告期各期末，货币资金分别为 17,696.80 万元、27,130.54 万元、47,125.83 万元和 59,497.68 万元，呈增长趋势，各期期末货币资金占流动资产的比例分别为 85.25%、89.37%、90.93%和 82.08%，2020 年 1-6 月占比相对较低，主要系有部分未赎回理财产品在交易性金融资产核算。货币资金主要以银行存款为主，其他货币资金为暂存于第三方收款平台支付宝、易联支付和财付通的款项，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31

支付宝	0.37	623.00	103.07	11.36
易联支付	178.88	4.75	1.84	2.06
财付通	1,253.00	1,115.92	487.86	354.53
合计	**1,432.26**	**1,743.67**	**592.77**	**367.96**

报告期各期末，其他货币资金分别为 367.96 万元、592.77 万元、1,743.67 万元和 1,432.26 万元，主要系公司自有书库阅读业务迅速发展留存在第三方支付账户中的资金尚未划转到公司银行账户所致。

公司报告期内存在少许现金收款的情形。公司自 2018 年 1 月开展了知识内容付费服务，在小鹅通、荔枝、千聊技术服务平台上推广母婴类、育儿类知识付费产品，其个人模式商户中的收益仅能提现到个人账户，故收益金额由该业务负责员工进行提现，再将现金交还公司，2018 年度发生金额 7.48 万元，占当年度销售商品、提供劳务收到的现金的 0.01%，2019 年公司针对此块业务不再采用现金收款的方式。

公司已经建立了现金管理的内部控制制度，前述现金收款情况均按照公司现金管理制度执行，公司现金流程中审批、审核、收付、记账、清点、清查等重要环节均形成相应控制措施，现金管理内部控制设计合理，并得到了有效执行。

2、交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产的金额及占流动资产的比例如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
交易性金融资产	3,588.90	4.95%	-	-	-	-	-	-

2020 年 6 月末，发行人存在交易性金融资产 3,588.90 万元，占当期末流动资产的比例为 4.95%，主要为公司购买的尚未赎回的理财产品。

3、应收账款

报告期各期末，公司应收账款具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款余额	2,234.30	1,268.65	1,132.52	1,777.00
应收账款坏账准备	166.12	117.83	66.16	90.81
应收账款净额	**2,068.18**	**1,150.81**	**1,066.37**	**1,686.19**
当期末资产总额	**73,463.16**	**53,075.35**	**31,940.66**	**21,560.18**
应收账款净额占当期末资产总额的比例	2.82%	2.17%	3.34%	7.82%
项目	**2020 年 1-6 月**	**2019 年**	**2018 年**	**2017 年**
当期营业收入	85,786.09	92,333.81	50,642.76	32,164.45
应收账款净额占营业收入的比例	1.21%	1.25%	2.11%	5.24%

（1）报告期各期末应收账款净额变动原因分析

报告期各期末，公司应收账款账面净值分别为 1,686.19 万元、1,066.37 万元、1,150.81 万元和 2,068.18 万元，占资产总额比例分别为 7.82%、3.34%、2.17%和 2.82%，占比较小。此外，应收账款净额占营业收入的比例整体呈下降趋势，主要系用户预充值方式的公司自有书库阅读业务占比提升所致，2019 年末和 2020 年 6 月末应收账款净额占营业收入的比例均小于 2%，公司的回款质量较好。

（2）应收账款账龄及预期信用损失/坏账准备情况分析

自 2019 年 1 月 1 日起，公司按照预期信用损失模型对应收账款计提坏账准备，具体如下：

单位：万元

类别	2020 年 6 月 30 日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例（%）	金额	计提比例（%）	
单项计提预期信用损失的应收账款	57.26	2.56	57.26	100	-
按组合计提预期信用损失的应收账款	2,177.03	97.44	108.85	5	2,068.18
合计	**2,234.30**	**100.00**	**166.12**	**-**	**2,068.18**
类别	**2019 年 12 月 31 日**				
	账面余额		**坏账准备**		**账面价值**
	金额	**比例（%）**	**金额**	**计提比例（%）**	

单项计提预期信用损失的应收账款	57.26	4.51	57.26	100.00	-
按组合计提预期信用损失的应收账款	1,211.38	95.49	60.57	5.00	1,150.81
合计	**1,268.65**	**100.00**	**117.83**	**-**	**1,150.81**

其中，按照单项计提预期信用损失的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 6 月 30 日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
深圳市伯顿科技有限公司	57.26	57.26	100.00
合计	57.26	57.26	100.00
项目	**2019 年 12 月 31 日**		
	账面余额	**坏账准备**	**计提比例（%）**
深圳市伯顿科技有限公司	57.26	57.26	100.00
合计	**57.26**	**57.26**	**100.00**

2019 年末，发行人对深圳市伯顿科技有限公司的应收账款为 57.26 万元，因其经营困难，对该应收账款全额计提坏账准备。

2019 年末和 2020 年 6 月末，按组合计提预期信用损失的应收账款情况如下：

单位：万元

时间	账龄	账面余额	占比	坏账准备	账面净额
2020 年 6 月 30 日	一年以内	2,177.03	100.00%	108.85	2,068.18
	一至二年	-	-	-	-
	二至三年	-	-	-	-
	三年以上	-	-	-	-
	合计	**2,177.03**	**100.00%**	**108.85**	**2,068.18**
2019 年 12 月 31 日	一年以内	1,211.38	100.00%	60.57	1,150.81
	一至二年	-	-	-	-
	二至三年	-	-	-	-
	三年以上	-	-	-	-
	合计	**1,211.38**	**100.00%**	**60.57**	**1,150.81**

截至 2019 年末和 2020 年 6 月末，应收账款的账龄均在 1 年以内，公司应收账款质量较好。

对于 2017 年末和 2018 年末的应收账款，公司按照已发生损失模型计提坏账准备，2017 年末和 2018 年末均不存在需按照单项金额虽不重大但单独计提坏账准备的应收账款，均为按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款，具体情况如下：

单位：万元

时间	账龄	账面余额	占比	坏账准备	账面净额
2018 年 12 月 31 日	一年以内	1,098.54	97.00%	54.93	**1,043.61**
	一至二年	14.41	1.27%	1.44	**12.97**
	二至三年	19.58	1.73%	9.79	**9.79**
	三年以上	-	-	-	-
	合计	**1,132.52**	**100.00%**	**66.16**	**1,066.37**
时间	**账龄**	**账面余额**	**占比**	**坏账准备**	**账面净额**
2017 年 12 月 31 日	一年以内	1,737.80	97.79%	86.89	**1,650.91**
	一至二年	39.20	2.21%	3.92	**35.28**
	二至三年	-	-	-	-
	三年以上	-	-	-	-
	合计	**1,777.00**	**100.00%**	**90.81**	**1,686.19**

2017 年末和 2018 年末，账龄在一年以内的应收账款占比分别为 97.79%和 97.00%。一年以内的应收账款占比较高且稳定，账龄分布符合公司业务特点，公司应收账款质量整体较好。

截至 2017 年末，逾期一年以上的应收账款的账龄均为一至两年，相关款项均已收回，逾期客户信用良好，相关逾期款项按照账龄组合计提坏账准备，坏账准备计提充分。

截至 2018 年末，账龄在一至二年的应收账款金额为 14.41 万元，占比为 1.27%，二至三年的应收账款金额为 19.58 万元，占比为 1.73%，相关款项均已收回，逾期客户信用良好，相关逾期款项按照账龄组合计提坏账准备，坏账准备计提充分。

对于按组合计提预期信用损失/坏账准备的应收账款，公司根据业务经营特点、应收账款账龄及质量、客户单位资信状况，制定了符合公司实际情况的较为

稳健的计提政策，具体为：

账龄	应收账款计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	5.00
1 至 2 年（含 2 年）	10.00
2 至 3 年（含 3 年）	50.00
3 年以上	100.00

该计提比例是公司根据以往的应收账款的回收经验以及公司客户的实际财务状况综合确定。根据过往应收账款回收经验，应收账款账龄超过三年以上的比重极低，公司应收账款的整体账龄较短，不存在账龄较长的大额应收账款。

与可比上市公司相比，公司坏账准备计提政策谨慎、稳健，应收账款预期信用损失/坏账计提比例与同行业上市公司账龄组合计提比例比较如下：

项目	公司	掌阅科技	平治信息	中文在线
≤1 年	5%	2%	3%	2%
1-2 年	10%	15%	10%	15%
2-3 年	50%	50%	20%	50%
3-4 年	100%	100%	50%	100%
4-5 年	100%	100%	80%	100%
5 年以上	100%	100%	100%	100%

从上表可知，与同行业上市公司相比，公司应收账款的预期信用损失/坏账准备计提政策较为谨慎。

（3）应收账款主要客户分析

报告期各期末，公司应收账款余额前五名具体情况如下：

单位：万元

日期	名称	余额	占应收账款余额比例	账龄
2020 年 6 月 30 日	华为软件技术有限公司	577.70	25.86%	1 年以内
	APPLE	473.58	21.20%	1 年以内
	GOOGLE	322.09	14.42%	1 年以内
	今日头条	295.10	13.21%	1 年以内
	北京快乐农夫科技有限公司	96.47	4.32%	1 年以内

	合计	**1,764.94**	**78.99%**	-
2019 年 12 月 31 日	华为软件技术有限公司	293.81	23.16%	1 年以内
	今日头条	143.33	11.30%	1 年以内
	百度及其关联方	128.08	10.10%	1 年以内
	Apple	112.83	8.89%	1 年以内
	北京快乐农夫科技有限公司	80.34	6.33%	1 年以内
	合计	**758.38**	**59.78%**	**-**
2018 年 12 月 31 日	北京快乐农夫科技有限公司	159.30	14.07%	1 年以内
	百度	120.56	10.64%	1 年以内
	南京大众书网图书文化有限公司及其关联公司	93.69	8.28%	1 年以内
	今日头条	67.93	6.00%	1 年以内
	中移互联网有限公司	63.63	5.62%	1 年以内
	合计	**505.10**	**44.61%**	-
2017 年 12 月 31 日	咪咕数字传媒有限公司	1,162.47	65.42%	1 年以内
	杭州趣阅信息科技有限公司	84.25	4.74%	1 年以内
	中移互联网有限公司	79.60	4.48%	1 年以内
	北京幻想纵横网络技术有限公司	60.15	3.38%	1 年以内
	南京大众书网图书文化有限公司及其关联公司	43.23	2.44%	1 年以内
	合计	**1,429.70**	**80.46%**	-

报告期各期末，应收账款前五名客户合计占当期期末应收账款余额的比例分别为 80.46%、43.67%、59.78%和 78.99%。2017 年占比较高主要系咪咕书库数字阅读业务下，咪咕数媒与发行人的结算周期较长所致。2019 年末占比较 2018 年末有所增长主要系随着发行人增值服务中的广告业务的发展，对今日头条旗下广告联盟平台北京有竹居网络技术有限公司的应收账款金额有所上升；此外，随着华为阅读产品的业务开展，当期末发行人对华为的应收账款金额有所上升。2020 年 1-6 月，随着华为阅读产品和海外产品的发展，当期末对华为、APPLE 和 GOOGLE 的应收账款金额有所上升，公司当期对今日头条的版权收入有所增加，故当期末对今日头条的应收账款金额有所上升。

报告期内，公司主要客户的应收账款账龄均在一年以内，根据过往历史回款情况，上述客户资信记录良好，未发生大额坏账损失情形，预计未来发生应收账

款无法收回的风险较小。报告期各期末，公司不存在持有公司 5%以上表决权股份的股东及关联方欠款。

（4）应收账款周转率分析

报告期内，公司与可比上市公司的应收账款周转率对比如下：

公司	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
掌阅科技	6.42	7.43	9.97	11.73
平治信息	1.83	2.63	5.65	8.55
中文在线	5.61	3.72	4.83	5.07
阅文集团	2.28	3.21	3.89	6.25
平均值	**4.04**	**4.25**	**6.09**	**7.90**
发行人	106.60	83.29	36.80	13.16

报告期内，公司应收账款周转率分别为 13.16、36.80、83.29 和 106.60。公司的应收账款周转率自 2018 年开始大幅提升，主要系公司数字阅读业务内部结构调整所致。报告期内，公司数字阅读业务收入主要由自有书库阅读业务收入和咪咕书库阅读业务收入构成，其中自有书库阅读业务主要是基于互联网第三方支付渠道收款，用户通过第三方支付渠道充值并兑换“看点”，公司待用户实际消耗“看点”时确认收入；咪咕书库阅读业务是基于与咪咕数媒的定期结算，用户通过向中国移动运营商支付话费的方式购买数字内容，咪咕数媒收到用户消费后，定期与公司进行结算，该结算周期通常为 3 至 6 个月。报告期内，咪咕书库阅读业务收入占数字阅读收入的比例分别为 16.01%、2.62%、-0.002%和 0.00%；自有书库阅读业务收入占数字阅读收入的比例分别为 83.99%、91.52%、88.18%和 89.06%，2018 年咪咕书库阅读业务占比下降导致应收账款周转率大幅提高，获现能力增强。

与可比公司相比，发行人 2017 年的应收账款周转率与掌阅科技相似，2018 年、2019 年和 2020 年 1-6 月的应收账款周转率高于掌阅科技，发行人报告期内的应收账款周转率高于平治信息、中文在线和阅文集团，该差异系主要使用第三方支付渠道收款的数字阅读业务的收入占比不同所致，第三方支付渠道收款结算周期通常较短，而版权业务和增值业务的结算周期通常较长，如上文所示，如不考虑咪咕书库数字阅读业务带来的对咪咕数媒的应收账款，发行人其他应收账款

方主要为版权业务客户和广告业务客户，以 2018 年为例，发行人的数字阅读业务收入占主营业务收入的比例达到 94.27%，而掌阅科技的数字阅读业务收入占比为 87.01%，平治信息为 88.48%，故发行人的应收账款周转率高于掌阅科技和平治信息，2019 年起，平治信息由于主业转向智能硬件业务，应收账款周转率进一步下降。此外，掌阅科技的应收账款周转率有所下降，主要系其产品推广预装方式占比较高，而预装方式多使用手机厂商充值渠道，如华为支付，该类充值渠道的结算周期通常为 1-2 个月，相比支付宝和财付通类充值渠道数天的回款周期较长，随着掌阅科技预装规模的扩大，故应收账款周转率有所下降。中文在线和阅文集团的版权业务占比相较发行人、掌阅科技和平治信息更高，因此二者的应收账款周转率相近且相对较低。

4、预付款项

报告期各期末，公司预付款项的金额及占流动资产的比例如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预付账款	4,347.98	6.00%	1,354.68	2.61%	987.01	3.25%	1,017.21	4.90%

报告期内，公司预付款项主要为预付渠道推广费及预付接受其他服务款项等，各期末预付款项占流动资产的比例分别为 4.90%、3.25%、2.61%和 6.00%。公司预付款项金额占流动资产的比例各期均小于等于 6%，且与预付对象合作关系良好，预付款项安全性较高，发生坏账概率较低。2019 年末和 2020 年 6 月末的预付账款较上期末均有所增长，主要系预付中介机构上市费用有所增加，以及随着发行人对客户端推广力度的加大，预付的推广费有所增加。

报告期各期末，公司的预付款项账龄主要在一年以内，具体情况如下：

单位：万元

账龄	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	3,814.25	87.72%	1,041.53	76.88%	808.20	81.88%	1,015.78	99.86%
1 至 2 年	293.03	6.74%	147.46	10.89%	178.81	18.12%	1.43	0.14%

2 至 3 年	201.14	4.63%	165.69	12.23%	-	-	-	-
3 年以上	39.57	0.91%	-	-	-	-	-	-
合计	**4,347.98**	**100.00%**	**1,354.68**	**100.00%**	**987.01**	**100.00%**	**1,017.21**	**100.00%**

2019 年末预付账款中账龄为 2-3 年的金额为 165.69 万元，主要为预付大华会计师事务所（特殊普通合伙）的上市审计费用 67.02 万元，预付国浩律师(北京)事务所 27.17 万元的上市律师费用，预付北京汉鼎盛世咨询服务有限公司 17.36 万元的上市评估费用。2020 年 6 月末预付账款中账龄为 2 至 3 年和 3 年以上的主要为预付的上市费用。

报告期各期末，预付账款期末余额按款项性质列示如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
上市中介服务费	828.46	565.72	313.44	173.07
市场推广费	3,274.19	553.85	420.82	742.27
版权采购款	-	73.72	22.80	27.59
待摊销房租物业费	75.22	81.73	66.92	22.25
其他	61.99	43.10	54.11	9.26
商标采购款	-	-	40.00	9.00
IT 资源服务费	108.12	36.56	68.92	33.78
合计	**4,347.98**	**1,354.68**	**987.01**	**1,017.21**

如上表所示，预付账款按照款项性质主要为上市中介服务费、上市推广费和版权采购费，其中上市中介服务费随着公司上市申请工作的推进，预付中介机构的服务费随之增加；随着发行人业务规模的逐步扩大，预付的推广费和版权采购款也有所增加。

截至 2020 年 6 月末，公司预付款项主要单位情况如下：

单位：万元

时间	供应商名称	金额	占比	账龄	款项性质
2020.06.30	深圳市极效网络科技有限公司	746.40	17.17%	1 年以内	推广费
	大华会计师事务所（特殊普通合伙）	432.08	9.94%	1 年以内，1-2 年，2-3 年，3 年以上	上市费用

	北京积沙科技有限公司	316.54	7.28%	1 年以内	推广费
	华泰联合证券有限责任公司	272.18	6.26%	1 年以内，1-2 年，2-3 年	上市费用
	上海琨儒信息技术有限公司	248.91	5.72%	1 年以内	推广费
	合计	**2,016.10**	**46.37%**		

5、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款的账面净额及占流动资产的比例如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他应收款	1,582.97	2.18%	1,098.37	2.12%	1,085.46	3.58%	50.25	0.24%

报告期各期末，公司其他应收款账面净额分别为 50.25 万元、1,085.46 万元、1,098.37 万元和 1,582.97 万元，占流动资产的比例分别为 0.24%、3.58%、2.12%和 2.18%，主要为日常经营所需的业务保证金、房租押金和备用金等。2018 年起其他应收款大幅增长主要系公司拓展华为预装渠道，作为华为手机阅读 APP 三家预装提供商之一，向华为软件技术有限公司支付了 1,000 万元预装推广服务保证金所致。

报告期各期末，其他应收款余额按项目性质分类具体如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
押金、保证金	1,642.29	98.56%	1,154.61	99.86%	1,142.59	100.00%	31.13	58.85%
备用金	24.00	1.44%	-	-	-	-	-	-
代扣代缴社保公积金	-	-	1.57	0.14%	-	-	21.76	41.15%
合计	**1,666.29**	**100.00%**	**1,156.17**	**100.00%**	**1,142.59**	**100.00%**	**52.89**	**100.00%**

自 2019 年 1 月 1 日起，公司按照预期信用损失模型对其他应收款计提坏账准备，具体如下：

单位：万元

组合名称	2020.06.30		
	其他应收款	坏账准备	计提比例（%）
押金及保证金	1,642.29	82.11	5.00
其他	24.00	1.20	5.00
合计	**1,666.29**	**83.31**	
组合名称	**2019.12.31**		
	其他应收款	**坏账准备**	**计提比例（%）**
押金及保证金	1,154.61	57.73	5.00
其他	1.57	0.08	5.00
合计	**1,156.17**	**57.81**	

截至 2019 年末和 2020 年 6 月末的其他应收款的账龄如下：

单位：万元

账龄	2020.06.30			
	账面余额	比例（%）	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	582.48	34.96%	29.12	5.00
1 至 2 年	72.18	4.33%	3.61	5.00
2 至 3 年	1,011.63	60.71%	50.58	5.00
合计	**1,666.29**	**100.00%**	**83.31**	**-**
账龄	**2019.12.31**			
	账面余额	**比例（%）**	**坏账准备**	**计提比例（%）**
1 年以内（含 1 年）	14.57	1.26	0.73	5.00
1 年以上	1,141.60	98.74	57.08	5.00
合计	**1,156.17**	**100.00**	**57.81**	**-**

截至 2019 年末和 2020 年 6 月末，账龄在 1 年以上的其他应收款均为押金及保证金。

对于 2018 年末和 2017 年末的其他应收款，公司按照已发生损失模型计提坏账准备，其中押金及保证金按照组合计提 5%的坏账准备，其余其他应收款按照账龄计提坏账准备。

押金及保证金组合计提如下：

单位：万元

账龄	2018.12.31	2017.12.31

	账面余额	计提比例	坏账准备	账面余额	计提比例	坏账准备
押金及保证金	1,142.59	5%	57.13	18.89	5%	0.94

按账龄分析法计提的坏账准备如下：

单位：万元

账龄	2018.12.31			2017.12.31		
	账面余额	比例（%）	坏账准备	账面余额	比例（%）	坏账准备
一年以内	-	-	-	34.00	100.00	1.70
一年以上	-	-	-	-	-	-
合计	-	-	-	**34.00**	**100.00**	**1.70**

2017 年末，公司按账龄分析的其他应收款账龄均为 1 年以内，账龄结构良好，无重大回收风险，坏账准备计提充分。2018 年末发行人不存在按账龄分析法计提的坏账准备。

截至 2020 年 6 月 30 日，公司其他应收款单位具体情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	款项性质	金额	占比	账龄
1	华为软件技术有限公司	保证金	1,000.00	60.01%	2 至 3 年
2	湖北今日头条科技有限公司	保证金	500.00	30.01%	1 年之内
3	北京市海淀区欣华农工商公司	保证金	83.80	5.03%	1 至 2 年，2 至 3 年
4	广东欢太科技有限公司	保证金	52.50	3.15%	1 年之内
5	胡波	备用金	10.00	0.60%	1 年之内
合计			**1,646.30**	**98.80%**	

截至 2020 年 6 月 30 日，除公司不存在持有公司 5%以上表决权股份的股东及关联方欠款。

6、存货

报告期各期末，公司存货的账面净额及占流动资产的比例如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

存货	186.41	0.26%	558.78	1.08%	-	-	-	-

2019 年末和 2020 年 6 月末，发行人存在存货 558.78 万元和 186.41 万元，占当期末流动资产的比例为 1.08%和 0.26%，主要系结转的软件开发成本，根据发行人与华为签署的《技术开发合同》，由发行人为华为开发部分华为阅读海外服务端模块，该软件开发事项发生支出结转至存货进行核算。

7、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 307.97 万元、89.26 万元、535.27 万元和 1,215.59 万元，占流动资产总额的比重分别为 1.48%、0.29%、1.03%和 1.68%。其他流动资产明细如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预缴企业所得税	-	-	-	248.89
版权使用费用	679.06	192.29	89.26	59.08
待取得子公司增值税发票的进项税额	502.81	119.68	-	-
增值税留抵税额	33.72	223.31	-	-
合计	**1,215.59**	**535.27**	**89.26**	**307.97**

2017 年末公司的其他流动资产主要是预缴企业所得税。2018 年末公司的其他流动资产主要是版权使用费。2019 年末和 2020 年 6 月末其他流动资产较上期末增幅较大，主要系当期待摊期限在一年以内的版权使用费增加、待认证进项税额增加以及母公司与子公司之间交易产生的待取得子公司增值税发票的进项税额增加所致。

（三）非流动资产结构及变动分析

报告期内，公司非流动资产结构具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
可供出售金融资产	-	-	-	-	188.82	11.94%	188.82	23.55%

长期股权投资	-	-	-	-	97.48	6.16%	-	-
其他权益工具投资	85.35	8.75%	85.35	6.82%	-	-	-	-
固定资产	78.51	8.05%	80.86	6.46%	90.51	5.72%	51.58	6.43%
无形资产	391.48	40.13%	376.32	30.07%	135.89	8.59%	91.08	11.36%
长期待摊费用	172.82	17.72%	343.65	27.46%	661.31	41.80%	277.18	34.57%
递延所得税资产	87.25	8.94%	55.40	4.43%	97.98	6.19%	43.09	5.37%
其他非流动资产	160.03	16.41%	310.03	24.77%	310.03	19.60%	150.00	18.71%
合计	**975.44**	**100.00%**	**1,251.62**	**100.00%**	**1,582.02**	**100.00%**	**801.76**	**100.00%**

报告期内，公司非流动资产主要包括可供出售金融资产、长期股权投资、固定资产、无形资产、长期待摊费用和其他非流动资产。报告期内各期末公司的非流动资产分别为 801.76 万元、1,582.02 万元、1,251.62 万元和 975.44 万元，占各期期末总资产的 3.72%、4.95%、2.36%和 1.33%。

1、可供出售金融资产和其他权益工具投资

2017 年和 2018 年期末，公司可供出售金融资产均为 188.82 万元，分别占当期非流动资产的 23.55%和 11.94%，主要为持有的太和凯旋 5%股权和灵阅文化 9.99%股权，按成本法核算，账面成本为 188.82 万元。根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》，该项自 2019 年转在其他权益工具投资核算和列示，2019 年末和 2020 年 6 月末其他权益工具投资均为 85.35 万元，分别占当期末非流动资产的 6.82%和 8.75%。参股公司具体情况参见本招股说明书“第五节 发行人的基本情况”之“六、发行人的控股及参股子公司的情况”之“（二）参股公司”。

太和凯旋和灵阅文化的注册资本和最近一期净利润、发行人的初始投资成本以及投资比例如下：

单位：万元

期间	被投资单位名称	注册资本	初始投资成本	投资比例	期末账面价值	当期净利润
2020 年 1-6 月	太和凯旋	105.26	500.00	5.00%	85.35	-251.13
	灵阅文化	111.10	200.00	9.99%	-	-0.04

如上表所示，发行人对灵阅文化的投资已经全额计提减值，系发行人管理层根据灵阅文化 2019 年度的经营情况和财务状况，综合其未来发展情况进行的综

合判断，相关减值准备计提充分；发行人对太和凯旋的投资累计计提减值 414.65 万元，按照现金流量折现法评估太和凯旋全部股权的公允价值，并按照持股比例计算发行人所持股份对应的公允价值，以此为基础计提减值，相关减值准备计提充分。

2、长期股权投资

2018 年期末，公司存在长期股权投资 97.48 万元，占当期非流动资产的 6.16%，主要为公司参股湖北平行时空文化传播有限公司所致，2019 年 5 月，发行人退出对湖北平行时空文化传播有限公司的投资。

3、固定资产

报告期各期末，公司的固定资产账面原值及累计折旧构成如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
固定资产原值	228.24	204.71	164.85	94.85
累计折旧	149.73	123.85	74.34	43.28
固定资产账面价值	78.51	80.86	90.51	51.58
固定资产减值准备	-	-	-	-
固定资产净额合计	**78.51**	**80.86**	**90.51**	**51.58**

公司固定资产主要为生产经营所需的办公设备，报告期各期末，公司固定资产净额分别为 51.58 万元、90.51 万元、80.86 万元和 78.51 万元，占总资产的比例分别为 0.24%、0.28%、0.15%和 0.11%，公司固定资产原值增长的原因主要是为了满足持续扩大的经营规模的需要，增加购置办公用电子设备和办公设备等资产所致，但固定资产占公司总资产比重依然保持在较低水平。公司建立了完善的固定资产管理制度，定期对固定资产进行盘点。报告期内，公司固定资产使用状况良好，不存在重大资产闲置情况，也不存在技术陈旧、损毁或长期闲置等原因导致其可收回金额低于账面价值的情形，因此未计提减值准备。

公司的办公家具和电子设备均采用平均年限法计提固定资产折旧，折旧年限为 3-5 年，预计残值率为 0%。截至 2020 年 6 月 30 日，公司固定资产账面原值为 228.24 万元，累计折旧 149.73 万元，账面价值 78.51 万元，综合成新率为

34.40%。

4、无形资产

报告期各期末，公司无形资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
办公软件	100.94	25.78%	34.92	9.28%	23.51	17.30%	47.79	52.47%
买断版权	252.34	64.46%	301.17	80.03%	112.38	82.70%	43.29	47.53%
商标	38.20	9.76%	40.23	10.69%	-	-	-	-
合计	**391.48**	**100.00%**	**376.32**	**100.00%**	**135.89**	**100.00%**	**91.08**	**100.00%**

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 91.08 万元、135.89 万元、376.32 万元和 391.48 万元，占总资产的比例分别为 0.42%、0.43%、0.71%和 0.53%。公司无形资产主要由办公软件和买断版权组成，公司 2018 年末和 2019 年末无形资产原值增长系公司购买的买断版权增加所致。2019 年发行人购买“点众 DIANZHONG”商标（商标注册号：5485447），形成无形资产净值 40.23 万元。

报告期内，公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
无形资产原值	890.65	759.47	394.55	271.19
累计摊销	499.16	383.15	258.66	180.11
无形资产账面价值	391.48	376.32	135.89	91.08
无形资产减值准备	-	-	-	-
无形资产净额合计	**391.48**	**376.32**	**135.89**	**91.08**

公司在报告期内按无形资产减值迹象判断是否应当计提减值准备，当无形资产可收回金额低于账面价值时，则按其差额提取无形资产减值准备。公司管理层认为，公司各项资产的质量较高，主要无形资产未出现减值情况。

根据《企业会计准则第 6 号》第 17 条规定，企业持有的无形资产，通常来源于合同性权力或是其他法定权利，而且合同规定或法律规定有明确的使用年限。来源于合同性的权力或其他法定权利的无形资产，其使用寿命不应超过合同

性权力或其他法定权利的期限。发行人购买的版权内容签署的合同均有明确规定的授权期限，授权期限绝大部分在 1 年、2 年或者 3 年，少量 5 年或者 5 年以上，发行人对授权期限低于 5 年的，在授权期限内按照直线法进行摊销，对于授权期限在 5 年以上的，按照 5 年的时间进行直线法摊销。可比上市公司掌阅科技的无形资产摊销方法和期限为：买断版权如有合同约定年限的，按合同约定的使用年限摊销，如合同未约定使用年限，按预计受益年限摊销；可比上市公司阅文无形资产摊销方法和期限为：版权按 3 至 10 年的预计可使用经济年限摊销。发行人的版权摊销期限与可比上市公司不存在显著差异，发行人买断版权的摊销期限谨慎合理。

5、长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
装修费	0.48	0.28%	1.98	0.57%	5.18	0.78%	-	-
版权使用费	172.34	99.72%	341.68	99.43%	656.13	99.22%	277.18	100.00%
合计	**172.82**	**100.00%**	**343.65**	**100.00%**	**661.31**	**100.00%**	**277.18**	**100.00%**

报告期各期末，公司长期待摊费用账面价值分别为 277.18 元、661.31 万元、343.65 万元和 172.82 万元，占总资产的比例分别为 1.29%、2.07%、0.65%和 0.24%。长期待摊费用主要为摊销期限在一年以上的向内容提供商以保底分成方式购买的版权所支付的保底金额，2018 年期末长期待摊费用增加主要为公司因业务发展需要增加版权使用费，当期新增版权使用费 651.30 万元；2019 年末和 2020 年 6 月末长期待摊费用减少系当期版权使用费摊销分别为 378.88 万元和 171.22 万元，而新增版权使用费相对较少所致。

6、其他非流动资产

报告期各期末，公司其他非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例

投资意向金	160.03	100.00%	160.03	51.62%	160.03	51.62%	-	-
网络剧合作项目投资金	-	-	150.00	48.38%	150.00	48.38%	150.00	100.00%
合计	**160.03**	**100.00%**	**310.03**	**100.00%**	**310.03**	**100.00%**	**150.00**	**100.00%**

2017 年末至 2019 年末，其他非流动资产中的 150.00 万元主要为公司与北京鲲鹏映画文化传播有限公司（以下简称“鲲鹏映画”）合作拍摄网络剧联合投资所致。公司为将业务向行业下游延伸，将优秀作品进行影视改编制作，因鲲鹏映画具有相关资质，2017 年 4 月 6 日，公司与鲲鹏映画签订联合投资协议，投资 150 万元。鲲鹏映画的具体情况如下：

公司名称：	北京鲲鹏映画文化传播有限公司
公司类型：	有限责任公司（自然人投资或控股）
公司住址：	北京市丰台区赵辛店 500 号 23 幢 23
法定代表人：	沈鹤
注册资本：	300.00 万元
统一社会信用代码：	91110106MA0086ULXE
经营范围：	组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示；会议服务；企业策划；经济信息咨询；文艺创作；演出经纪；影视策划；提供点子、创意服务；版权转让代理服务；经济贸易咨询；技术推广、技术服务、技术咨询；软件开发；软件设计；软件咨询；应用软件服务（不含医用软件）；电脑动画设计；电脑图文设计；设计、制作、代理、发布广告。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
成立日期：	2016 年 09 月 09 日
营业期限：	2036 年 09 月 08 日

2020 年，因受新冠肺炎疫情影响，项目进展已处于停滞状态，经管理层预判预计未来收回该项投资的可能性较小，对其全额计提减值准备。

2018 年末、2019 年末和 2020 年 6 月末，其他非流动资产中的 160.03 万元主要为子公司霍尔果斯瑞铭向霍尔果斯经济开发区国有资产投资经营有限责任公司支付的投资意向金。

（四）营运能力分析

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款周转率（次）	106.60	83.29	36.80	13.16
存货周转率（次）	362.38	261.39	不适用	不适用
总资产周转率（次）	2.71	2.17	1.89	2.10

1、应收账款周转率分析

报告期内，公司应收账款周转率分别为 13.16 次、36.80 次、83.29 次和 106.60 次，收款能力不断增强，具体变动原因参见本节“（二）流动资产结构及变动分析”之“3、应收账款”。

2、总资产周转率分析

报告期内，公司总资产周转率分别为 2.10 次、1.89 次、2.17 次和 2.71 次，公司保持了较好的运营效率。

3、存货周转率分析

发行人 2019 年末和 2020 年 6 月末因结转软件开发支出至存货，当期存在存货周转率，为 261.29 次和 362.38 次，2018 年末和 2017 年末发行人均无存货。

4、与可比上市公司对比分析

因发行人的存货系结转软件开发支出所致，与可比公司的存货不具有可比性，故仅对公司与可比上市公司的应收账款周转率和总资产周转率进行对比，具体如下：

公司	2020.06.30		2019 年		2018 年		2017 年	
	应收账款周转率	总资产周转率	应收账款周转率	总资产周转率	应收账款周转率	总资产周转率	应收账款周转率	总资产周转率
掌阅科技	6.42	1.01	7.43	1.07	9.97	1.29	11.73	1.43
平治信息	1.83	0.85	2.63	0.98	5.65	1.06	8.55	1.71
中文在线	5.61	0.45	3.72	0.32	4.83	0.32	5.07	0.25
阅文集团	2.28	0.27	3.21	0.31	3.89	0.23	6.25	0.37
平均值	**4.04**	**0.65**	**4.25**	**0.67**	**6.09**	**0.73**	**7.90**	**0.94**

公司	106.60	2.71	83.29	2.17	36.80	1.89	13.16	2.10

公司应收账款周转率与可比上市公司的对比参见本节“（二）流动资产结构及变动分析”之“3、应收账款”。公司总资产周转率高于行业平均水平，表明公司资产的整体运营效率较高。

十二、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）偿债能力分析

1、负债规模和负债结构分析

报告期各期末，公司负债各科目具体情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债：								
应付账款	7,386.46	28.81%	6,838.07	36.38%	2,039.77	21.51%	1,392.10	25.98%
预收账款	-	-	78.52	0.42%	67.53	0.71%	80.98	1.51%
合同负债	15,531.37	60.58%	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,432.24	5.59%	1,048.14	5.58%	658.54	6.94%	707.73	13.21%
应交税费	1,192.42	4.65%	914.45	4.87%	680.60	7.18%	110.00	2.05%
其他应付款	93.44	0.36%	33.34	0.18%	24.78	0.26%	-	0.00%
其他流动负债	-	-	9,883.13	52.58%	6,013.10	63.40%	3,067.86	57.25%
流动负债合计	**25,635.94**	**100.00%**	**18,795.65**	**100.00%**	**9,484.32**	**100.00%**	**5,358.67**	**100.00%**
非流动负债：								
非流动负债合计	-	-	-	-	-	-	-	-
负债合计	**25,635.94**	**100.00%**	**18,795.65**	**100.00%**	**9,484.32**	**100.00%**	**5,358.67**	**100.00%**

（1）负债规模分析

报告期各期末，公司总负债分别为 5,358.67 万元、9,484.32 万元、18,795.65 万元和 25,635.94 万元。2018 年末负债总额较 2017 年末负债总额增长了 4,125.65

万元，增幅为 76.99%；2019 年末负债总额较 2018 年末负债总额增长了 9,311.33 万元，增幅为 98.18%；2020 年 6 月末负债总额较 2019 年末负债总额增长了 6,840.29 万元，增幅为 36.39%，公司的负债规模整体呈现增长态势。随着销售规模的增长，应付账款和应交税费有所增长，同时随着人员队伍的扩大，应付职工薪酬有所增长。此外，随着公司自有书库阅读业务的快速发展，用户已充值未消耗的“看点”迅速增加，导致其他流动负债大幅增长。整体来看，报告期内的负债规模增长幅度与销售规模扩大相适应。

（2）负债结构分析

报告期各期末，公司仅存在流动负债，不存在非流动负债，因此，各期期末流动负债的变动与负债总额的变动基本一致。

公司的流动负债中，占比较高的项目是应付账款、合同负债、应付职工薪酬、应交税费和其他流动负债，报告期内占总负债的比重合计分别为 98.49%、99.03%、99.40%和 99.64%。

2、负债结构及变动分析

（1）应付账款

报告期各期末，公司应付账款构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付渠道推广费用	4,289.61	4,271.01	1,008.05	483.73
应付版权费用	3,048.24	2,553.33	1,030.33	899.54
应付其他	48.61	13.73	1.39	8.83
合计	**7,386.46**	**6,838.07**	**2,039.77**	**1,392.10**

报告期内，发行人采购的产品服务主要为渠道推广服务和数字版权，因此公司的应付账款主要是应付渠道推广费用和应付版权费用。报告期各期末，公司的应付账款余额分别为 1,392.10 万元、2,039.77 万元、6,838.07 万元和 7,386.46 万元，占负债总额的比例分别为 25.98%、21.51%、36.38%和 28.81%。随着公司数字阅读收入的增长，导致渠道推广分成费用和版权分成费用同比例增长，导致期末应付账款随之增长。

① 应付账款账龄分析

报告期各期末，公司应付账款的账龄情况如下表所：

单位：万元

账龄	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	7,386.46	100.00%	6,838.07	100.00%	1,974.68	96.81%	1,384.03	99.42%
1 至 2 年	-	-	-	-	65.09	3.19%	8.07	0.58%
2 至 3 年	-	-	-	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	**7,386.46**	**100.00%**	**6,838.07**	**100.00%**	**2,039.77**	**100.00%**	**1,392.10**	**100.00%**

报告期各期末，公司应付账款账龄 95%以上在 1 年以内，说明公司信用状况良好，应付账款支付及时。

② 应付账款前五名情况

报告期各期末，公司应付账款余额前五名具体情况如下：

单位：万元

日期	供应商名称	余额	占应付账款余额比例
2020 年 6 月 30 日	北京云锐国际文化传媒有限公司	1,695.18	22.95%
	北京掌文信息技术有限公司及其关联方	951.78	12.89%
	华为软件技术有限公司	862.42	11.68%
	北京细分映画文化传媒有限公司及其关联方	509.03	6.89%
	北京爱奇艺科技有限公司	192.82	2.61%
	合计	**4,211.22**	**57.01%**
2019 年 12 月 31 日	北京轩辕广告有限公司	1,192.13	17.43%
	北京掌文信息技术有限公司及其关联方	905.73	13.25%
	华为软件技术有限公司	579.49	8.47%
	北京云锐国际文化传媒有限公司及其关联方	541.32	7.92%
	北京硕才广告有限公司	383.28	5.61%
	合计	**3,601.95**	**52.67%**
2018 年 12 月 31 日	徐州雨阁网络科技有限公司	175.38	8.60%
	南京分布文化发展有限公司	147.10	7.21%

	南京大众书网图书文化有限公司及其关联方	133.49	6.54%
	北京大智博通文化传媒有限公司	89.23	4.37%
	北京陌陌科技有限公司	81.74	4.01%
	合计	**626.94**	**30.74%**
2017 年 12 月 31 日	北京易天新动网络科技有限公司	130.16	9.35%
	南京分布文化发展有限公司	91.47	6.57%
	北京幻想纵横网络技术有限公司	83.33	5.99%
	深圳栢讯灵动科技有限公司	73.57	5.28%
	深圳市游盟天下科技有限公司	63.49	4.56%
	合计	**442.01**	**31.75%**

报告期各期末，应付账款期末余额中无应付持有公司 5%及以上表决权股份股东的款项。

（2）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
短期薪酬	1,424.95	984.96	603.19	651.19
离职后福利-设定提存计划	-	54.17	49.98	56.53
辞退福利	7.29	9.02	5.37	-
合计	**1,432.24**	**1,048.14**	**658.54**	**707.73**

公司应付职工薪酬余额主要为报告期各期末计提的年终奖、半年奖和每报告期最后一个月计提的公司应承担的五险一金。各期末应付职工薪酬较高，主要系预提年终奖原因，2020 年 6 月 30 日应付职工薪酬较高系计提 965.31 万元半年度奖金。公司根据国家相关法律、法规的规定为员工缴纳社会保险及住房公积金，不存在拖欠职工薪酬的情况。

（3）应交税费

报告期各期末，公司应交税费情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
增值税	509.40	330.93	256.42	22.63
企业所得税	454.88	306.02	356.27	73.29
个人所得税	204.59	187.39	41.51	0.001
城市维护建设税	6.27	17.89	13.69	6.68
教育费附加	2.71	7.68	5.87	2.86
地方教育附加	1.80	5.12	3.91	1.91
其他	12.78	59.43	2.93	2.63
合计	**1,192.42**	**914.45**	**680.60**	**110.00**

报告期内，点众科技与中企瑞铭享受高新技术企业税收优惠政策，适用 15%的企业所得税税率；霍尔果斯瑞铭享受新疆霍尔果斯特殊经济开发区企业所得税优惠政策，自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税。多点信息享受新疆喀什特殊经济开发区企业所得税优惠政策，自 2019 年 2 月 13 日至 2020 年 12 月 31 日免征企业所得税。

（4）其他流动负债

报告期各期末，公司的其他流动负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
已充值未使用看点产生的递延收益	-	8,076.24	5,448.38	3,057.94
会员阅读包月服务预充值款	-	1,806.90	564.72	9.92
合计	**-**	**9,883.13**	**6,013.10**	**3,067.86**

其他流动负债主要用于核算公司数字阅读自有书库业务中各期末用户已充值购买“看点”但尚未进行数字阅读消费的预收性质款项以及用户包月尚未摊销的金额。报告期各期末，其他流动负债分别为 3,067.86 万元、6,013.10 万元和 9,883.13 万元，占总负债的比例分别为 57.25%、63.40%和 52.58%。其他流动负债大幅增长主要系公司自有书库阅读业务中各期末用户已充值购买但尚未进行消耗的“看点”大幅增长所致，当用户充值购买“看点”时，公司将其计入其他流动负债，根据用户“看点”消耗数量乘以“看点”加权平均单价确认收入，冲减其他流动负债。报告期各期末，用户已充值购买但尚未消耗的“看点”金额分

别为 3,057.94 万元、5,448.38 万元和 8,076.24 万元，因公司自有书库阅读业务的不断发展，各期末已充值购买但尚未消耗的“看点”余额不断增长。2018 年末较 2017 年末增长 78.17%，2019 年末较 2018 年末增长 48.23%。公司自有书库阅读业务 2018 年实现收入较 2017 年增长 68.11%，2019 年实现收入较 2018 年增长 76.95%，已充值购买但尚未消耗的“看点”的变动趋势与自有书库数字阅读收入的变动趋势保持一致。此外，2018 年起公司逐步加大了会员包月业务的推广力度，会员包月充值大幅上涨也导致其他流动负债增加。

2020 年 6 月末，相关内容转至合同负债科目核算。

（5）合同负债

报告期各期末，公司合同负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预收版权使用款	70.31	-	-	-
已充值未使用的看点产生的递延收益	9,416.45	-	-	-
会员阅读包月服务预充值款	6,044.61	-	-	-
合计	**15,531.37**	-	-	-

2020 年 6 月末，公司数字阅读自有书库业务中各期末用户已充值购买“看点”但尚未进行数字阅读消费的预收性质款项以及用户包月尚未摊销的金额转至合同负债科目核算。此外，预收的版权使用款也在合同负债核算。2020 年 1-6 月，发行人对自有书库数字阅读业务的包月服务进行了较大力度的推广，当年会员阅读包月服务预充值款大幅增长，导致当期末的合同负债金额较大。

3、偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力财务指标如下：

项目	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率	2.83	2.76	3.20	3.87
速动比率	2.77	2.70	3.19	3.82
资产负债率（%）	34.90	35.41	29.69	24.85

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
息税折旧摊销前利润（万元）	14,109.87	13,475.12	8,946.52	7,418.80
利息保障倍数（倍）	不适用	不适用	不适用	不适用

（1）流动比率、速动比率分析

从上表分析可以看出，由于公司历史上并无债务，一直以经营增加的资金以及股权融资解决发展过程中的资金需求，所以流动比率和速动比率处于较高水平。

报告期各期末，公司与可比上市公司流动比率和速动比率对比情况如下：

公司	2020.06.30		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率	流动比率	速动比率
掌阅科技	2.28	2.26	2.35	2.34	2.89	2.77	3.45	3.38
平治信息	1.66	1.53	1.50	1.40	2.69	2.67	1.59	1.42
中文在线	2.57	2.50	2.90	2.81	3.54	3.40	4.21	4.06
阅文集团	2.92	2.47	2.06	1.77	2.16	1.71	5.35	5.22
平均值	**2.36**	**2.19**	**2.20**	**2.08**	**2.82**	**2.64**	**3.65**	**3.52**
公司	2.83	2.77	2.76	2.70	3.20	3.19	3.87	3.82

如上表所示，报告期各期末，公司的流动比率和速动比率与可比公司不存在显著差异。

（2）资产负债率分析

报告期各期末，公司资产负债率分别为 24.85%、29.69%、35.41%和 34.90%，处于较低水平。

报告期各期末，公司与可比上市公司资产负债率对比情况如下：

公司	2020.06.30	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
掌阅科技	33.78%	34.37%	29.78%	26.91%
平治信息	52.40%	57.89%	37.53%	48.95%
中文在线	21.70%	21.33%	16.00%	9.80%
阅文集团	23.43%	26.05%	33.84%	16.35%
平均值	**32.83%**	**34.91%**	**29.29%**	**25.50%**

公司	34.90%	35.41%	29.69%	24.85%

如上表，平治信息由于 2017 年末短期借款较 2016 年末增加 1.3 亿元，2018 年末归还部分银行贷款后资产负债率有所下降。2019 年末，平治信息资产负债率大幅增长的主要原因为平治信息收购深圳市兆能讯通科技有限公司，该公司主要从事智慧家庭服务，根据平治信息披露的半年报数据，深圳市兆能讯通科技有限公司的资产负债率为 89.95%，导致平治信息自 2019 年起资产负债率上升。除此之外，发行人和同行业可比公司的资产负债率整体均较低，其中中文在线由于 2016 年非公开发行股票募集资金 19.52 亿元，资产负债率显著低于各可比公司。阅文集团 2017 年末资产负债率较低的主要原因系其 2017 年首次公开发行股票上市募集资金 86.54 亿元所致，阅文集团 2018 年末的资产负债率和发行人相比不存在显著差异，阅文集团 2019 年末的资产负债率有所下降系其因收购新丽传媒 100%股权形成的按公允价值计入损益的金融负债大幅减少所致。报告期内，掌阅科技资产负债率和发行人不存在显著差异。整体来看，公司各期期末的资产负债率合理。

（3）利息保障倍数与息税折旧摊销前利润分析

报告期内，公司未进行借款，不存在利息支出，利息保障倍数不适用。

公司各期息税折旧摊销前利润分别为 7,418.80 万元、8,946.52 万元、13,475.13 万元和 14,109.87 万元。报告期内息税折旧摊销前利润增长的原因主要是公司业务规模不断扩大，产品用户体验不断上升，提高了盈利水平。

（二）现金流量分析

报告期内，公司现金流量总体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经营活动产生的现金流量净额	15,320.12	19,377.74	11,335.85	10,442.48
投资活动产生的现金流量净额	-3,038.81	617.55	-7.11	2,468.86
筹资活动产生的现金流量净额	84.03	-	-1,895.00	3,000.00
汇率变动对现金及现金等价物	6.52	-	-	-

的影响				
现金及现金等价物净增加额	12,371.85	19,995.29	9,433.74	15,911.34

1、经营活动产生的现金流量分析

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	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
销售商品、提供劳务收到的现金	95,862.19	101,697.24	57,106.53	37,950.06
收到其他与经营活动有关的现金	157.96	93.52	585.52	308.76
经营活动现金流入小计	**96,020.14**	**101,790.76**	**57,692.05**	**38,258.82**
购买商品、接受劳务支付的现金	72,313.02	71,130.74	37,223.56	21,673.77
支付给职工以及为职工支付的现金	4,385.77	6,444.90	5,155.60	3,192.59
支付的各项税费	1,722.27	2,615.73	2,073.13	2,201.66
支付其他与经营活动有关的现金	2,278.97	2,221.64	1,903.92	748.32
经营活动现金流出小计	**80,700.03**	**82,413.02**	**46,356.21**	**27,816.34**
经营活动产生的现金流量净额	**15,320.12**	**19,377.74**	**11,335.85**	**10,442.48**

销售商品、提供劳务收到的现金是公司经营活动现金流入的主要来源，随着公司销售收入的增长，报告期内销售商品、提供劳务收到的现金也呈现增长趋势。经营活动现金流出主要包括购买商品、提供劳务支付的现金、支付给职工以及为职工支付的现金和支付的其他与经营活动有关的现金。其他与经营活动有关的现金主要是支付的中介机构服务费和支付的期间费用。

（1）收到的其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
往来款	137.19	53.28	320.31	266.29
政府补助	1.50	14.96	239.68	36.00
利息收入	19.26	25.28	13.95	6.47
个税手续费返还	0.001	-	11.58	-
合计	**157.96**	**93.52**	**585.52**	**308.76**

（2）支付的其他与经营活动有关的现金

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
往来款	594.68	63.38	1,001.66	57.08
中介机构服务费	273.50	271.01	143.00	107.15
支付的期间费用	1,410.79	1,887.26	759.26	584.08
合计	**2,278.97**	**2,221.64**	**1,903.92**	**748.32**

（3）经营活动现金流量净额与净利润差异分析

①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

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
经营活动现金流量净额	15,320.12	19,377.74	11,335.85	10,442.48
净利润	13,459.22	11,924.95	8,149.83	6,565.56
差额	**1,860.90**	**7,452.79**	**3,186.02**	**3,876.91**

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

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
净利润	13,459.22	**11,924.95**	**8,149.83**	**6,565.56**
加：信用减值损失	73.79	67.05	-	-
资产减值准备	150.00	-	29.83	428.73
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	25.88	49.51	31.07	19.09
无形资产摊销	116.02	124.48	78.56	95.74
长期待摊费用摊销	172.72	382.09	273.18	271.04
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）	-	-	-	-0.65
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以“－”号填列）	-	-	-	-
投资损失（收益以“－”号填列）	-721.97	-977.33	-849.91	-309.71
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-31.85	44.46	-54.88	-16.71
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）	372.37	-558.78	-	-
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-5,136.35	-994.20	-168.68	520.61
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	6,840.29	9,315.52	3,846.86	2,868.76

其他	-	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	**15,320.12**	**19,377.74**	**11,335.85**	**10,442.48**

报告期内，公司经营活动产生的净现金流入为 10,442.48 万元、11,335.85 万元、19,377.74 万元和 15,320.12 万元。公司应收项目及应付项目变动较大，应收项目的回款周期和应付项目的付款周期均对经营活动现金流量产生影响。对于发行人的咪咕书库数字阅读业务，咪咕数媒对公司的结算周期相对较长，而自有书库阅读业务因先由用户通过支付宝及财付通等充值渠道进行预充值，该类充值渠道回款周期较短，2018 年发行人的咪咕书库数字阅读业务大幅减少，故经营性应收项目转为增加。2019 年经营性应收项目增加较多主要系预付中介机构上市费用有所增加，以及随着发行人对客户端推广力度的加大，预付的推广费有所增加。2020 年 1-6 月的经营性应收项目较 2019 年增长较多，主要系发行人预付推广费的进行增长较多，由 2019 年末的 553.85 万元增长至 2020 年 6 月末的 3,274.19 万元，此外，随着华为阅读产品和海外产品的发展，当期末对华为、APPLE 和 GOOGLE 的应收账款金额有所上升，导致应收账款由 2019 年末的 1,150.81 万元增长至 2020 年 6 月末的 2,068.18 万元。2018 年和 2019 年，经营性应付项目的增加主要系随着公司规模的扩大，采购规模不断扩大，应付的渠道推广费和版权使用费有所增加。

③与同行业可比公司的对比分析

发行人和可比公司经营活动现金流量净额和净利润的差异情况对比如下：

单位：万元

公司	项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
掌阅科技	经营活动现金流量净额	6,896.59	30,880.08	14,335.97	22,807.06
	净利润	11,049.78	16,100.39	13,931.56	12,370.88
	差额	**-4,153.19**	**14,779.69**	**404.42**	**10,436.17**
平治信息（调整后）	经营活动现金流量净额	-22,672.21	-7,912.51	-4,994.72	17,309.24
	净利润	11,293.90	21,269.06	17,139.09	9,618.30
	差额	**-33,966.11**	**-29,181.57**	**-22,133.81**	**7,690.94**
中文在线	经营活动现金流量净额	10,270.41	3,421.86	-8,938.94	23,925.23
	净利润	2,547.28	-60,329.06	-150,846.13	7,752.71
	差额	**7,723.13**	**63,750.92**	**141,907.20**	**16,172.52**

阅文集团	经营活动现金流量净额	54,094.10	78,250.40	91,767.80	88,571.00
	净利润	-329,587.40	116,735.50	134,229.30	41,256.20
	差额	**383,681.50**	**-38,485.10**	**-42,461.50**	**47,314.80**
发行人	经营活动现金流量净额	15,320.12	19,377.74	11,335.85	10,442.48
	净利润	13,459.22	11,924.95	8,149.83	6,565.56
	差额	**1,860.90**	**7,452.79**	**3,186.02**	**3,876.91**

注：平治信息 2019 年收购了深圳兆能，从事智能家居业务，对报表进行了追溯调整。

如上表所示，掌阅科技 2017 年至 2019 年的经营活动现金流量净额均大于净利润，与发行人不存在差异，2020 年 1-6 月，掌阅科技与发行人均因经营性应收额增加较多，导致经营活动现金流量净额与上年相比有所下降，掌阅科技因此导致经营活动现金流量净额小于净利润，发行人因此导致二者的差额减小。平治信息调整后的净利润大于经营活动现金流量净额主要系其收购了深圳兆能后，主营业务变更为智能家居业务，故与数字阅读行业企业相比存在差异。中文在线 2017 年的经营活动现金流量净额大于净利润，2018 年和 2019 年处于亏损状态，2020 年 1-6 月，中文在线因海外业务增长导致当期海外用户的充值现金流入增加，带来经营活动现金流量净额大幅增长。阅文集团的版权业务占比相较发行人和掌阅科技更高，阅文集团 2019 年版权运营业务的收入占比达到 53.0%，发行人为 3.50%，此外，2017 年至 2019 年，阅文集团的版权运营业务收入占比分别为 9.4%、19.9%和 53.0%，占比快速提升，由于版权业务主要是针对企业客户，其与第三方支付渠道进行结算的数字阅读业务相比，结算周期更长，因此其经营活动现金流量净额也由 2017 年的大于净利润转变为 2018 年和 2019 年小于净利润，2020 年 1-6 月，阅文集团由于对商誉计提减值准备导致公司处于亏损状态。

鉴于发行人与掌阅科技的业务结构较为相似，二者的经营活动现金流量净额与净利润差额的变动趋势也较为相似。因此，发行人的经营活动现金流量净额与净利润的差异具有合理性。

2、投资活动产生的现金流量分析

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	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
收回投资收到的现金	238,941.10	148,625.00	108,180.00	25,140.00
取得投资收益收到的现金	721.97	969.81	857.44	309.71
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	-
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	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	**239,663.06**	**149,594.81**	**109,037.44**	**25,449.71**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	171.88	457.26	759.54	140.85
投资支付的现金	242,530.00	148,520.00	108,285.00	22,840.00
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	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**242,701.88**	**148,977.26**	**109,044.54**	**22,980.85**
投资活动产生的现金流量净额	**-3,038.81**	**617.55**	**-7.11**	**2,468.86**

报告期内，投资活动产生的现金流入分别为 25,449.71 万元、109,037.44 万元、149,594.81 万元和 239,663.06 万元，主要为赎回理财产品收到的本金及收益。投资活动产生的现金流出分别为 22,980.85 万元、109,044.54 万元、148,977.26 万元和 242,701.88 万元，主要为购买理财产品支出等。

3、筹资活动产生的现金流量分析

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	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
吸收投资收到的现金	84.03	-	-	3,000.00
取得借款收到的现金	-	-	-	-
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	96.49
筹资活动现金流入小计	**84.03**	-	-	**3,096.49**
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	-	-	1,895.00	96.49
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流出小计	-	-	**1,895.00**	**96.49**

项目	2020 年 1-6 月	2019 年	2018 年	2017 年
筹资活动产生的现金流量净额	84.03	-	-1,895.00	3,000.00

2017 年公司筹资活动产生的现金流入为 3,096.49 万元，主要为公司收到的股东投资款。2018 年筹资活动产生的现金流出为分红 1,895.00 万元。2017 年和 2018 年，筹资活动产生的现金流量净额分别为 3,000.00 万元和-1,895.00 万元。2019 年发行人不存在筹资活动。2020 年 4 月，中企瑞铭注册资本由 1,000.00 万元增资至 1,052.5208 万元，新增注册资本由北京联合出版有限责任公司以 84.03 万元认购，故当期存在吸收投资收到的现金 84.03 万元。

（三）持续盈利能力分析

对公司持续盈利能力产生不利影响的因素包括各种风险，参见本招股说明书“第四节 风险因素”。

公司不存在下列对其持续盈利能力构成重大不利影响的情形：（1）公司的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；（2）公司的行业地位或所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对公司的持续盈利能力构成重大不利影响；（3）公司在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；（4）公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖；（5）公司最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；（6）其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

保荐人对发行人持续盈利能力情况进行核查，认为公司已披露了面临的风险因素，公司不存在上述对持续盈利能力构成重大不利影响的情形，公司具备持续盈利能力。

（四）股利分配的具体实施情况

1、报告期内发行人股利分配情况

2018 年 6 月 26 日，公司 2017 年年度股东大会审议通过《关于公司 2017 年度利润分配的议案》，同意公司进行 2017 年度利润分配 1,895.00 万元。

2、子公司利润分配政策及稳定性情况

根据公司制定的《控股子公司管理制度》，公司控股子公司的利润分配政策具体如下：

“子公司当年盈利且累计未分配利润为正时，在满足正常提取法定公积金、正常生产经营及必要资金支出安排的情况下，母公司将在法律法规及子公司《公司章程》允许的职权范围内，通过行使股东权利促使子公司以现金方式分配股利，且每年以现金方式分配的利润不少于子公司当年实现的可供分配利润的百分之三十；

子公司的利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得影响持续经营能力。”

十三、报告期的重大资本性支出与资产业务重组

报告期内，公司未发生重大资本性支出与资产业务重组。

在未来期间，本公司可预见的重大资本支出主要是用于本次发行募集资金投资项目。具体投资计划及影响参见“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。报告期内，公司无资本性支出导致公司固定资产大规模增加或进行跨行业投资行为。

十四、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

截至财务报告批准报出日，本公司无应披露未披露的重大资产负债表日后事项。

（二）承诺及或有事项

1、承诺事项

经营租赁承诺：截至 2020 年 6 月 30 日，本公司对外签订的尚未执行完毕的长期经营租赁合同及财务影响如下表所示：

单位：万元

项目	合同相对方	承诺事项	2020 年 7-12 月	2021 年及以后
北京市海淀区花园东路 11 号泰兴大厦 3 层 302 室	北京市海淀区欣华农工商公司	租赁	91.08	89.60
北京市海淀区花园东路 11 号泰兴大厦 6 层 608、609 室	北京市海淀区欣华农工商公司	租赁	21.07	41.97
北京市海淀区花园东路 11 号泰兴大厦 3 层 318 室	北京市海淀区欣华农工商公司	租赁	9.61	9.46
北京市海淀区花园东路 11 号泰兴大厦 3 层 316 室	北京市海淀区欣华农工商公司	租赁	70.84	69.69
新疆伊犁州霍尔果斯市亚欧北路 23 号唐宫大酒店五楼 501、502 室	霍尔果斯颜如玉咨询有限公司	租赁	2.05	2.23
天津市武清区京津科技谷产业园和园道 89 号 29 栋 701 室-68（集中办公区）	京津科技谷产业园有限公司	租赁	无偿使用	无偿使用
北京市海淀区六里屯回迁安置房五区底商 5-2-84	北京鑫心美物业管理有限公司	租赁	1.40	1.49
北京市海淀区温泉镇温泉路 84 号临 10 号 1251	浩瀚企诚（北京）企业管理咨询有限公司	租赁	0.89	0.78
北京市海淀区六里屯回迁安置房五区底商 5-2-25	北京鑫心美物业管理有限公司	租赁	1.25	1.53
北京市海淀区志新路 15 号三层 326	中国中原对外工程有限公司	租赁	0.15	0.00
北京市海淀区华清嘉园小区 20 楼 2006 号	寿国梁	租赁	4.80	2.57
济南高新区舜华路 2000 号舜泰广场 1 号楼 A 座西区 1102 室	济南飞麟建设工程有限公司	租赁	1.93	-
济南高新区舜华路 2000 号舜泰广场 1 号楼 A 座西区 1102 室	济南市勘察测绘研究院	租赁	6.01	12.02

2、或有事项

截至 2020 年 6 月 30 日止，本公司不存在应披露的重要或有事项。

（三）其他重要事项

截至2020年6月30日止，本公司不存在应披露的其他重要事项。

十五、审计基准日后的主要财务信息和经营状况

（一）审计基准日后的主要财务信息

1、会计师的审阅意见

公司财务报告审计截止日为2020年6月30日，根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引》，发行人会计师审阅了发行人的财务报表，包括2020年9月30日合并及母公司资产负债表，2020年1-9月合并及母公司的利润表、现金流量表、所有者权益变动表，以及财务报表附注，并出具了大华核字[2020]008920号《审阅报告》，发表了如下意见：

“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映点众科技2020年9月30日的财务状况、2020年1-9月的经营成果和现金流量。”

2、审计截止日后主要财务信息及变动分析

公司2020年1至9月财务报告（未经审计，但已经发行人会计师审阅）主要财务数据如下：

（1）合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2020.09.30		2019.12.31
	金额	增长率	金额
总资产	82,005.04	54.51%	53,075.35
负债合计	26,949.67	43.38%	18,795.65
股东权益合计	55,055.36	60.61%	34,279.70

归属于母公司所有者权益	54,908.86	60.18%	34,279.70

截至2020年9月末,公司总资产82,005.04万元,较2019年末增长54.51%,公司资产规模保持稳定增长；公司负债合计26,949.67万元，较2019年末增长43.38%。2020年9月末,公司归属于母公司所有者权益54,908.86万元,较2019年末增长60.18%，主要系2020年1-9月实现的盈利所致。

（2）合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2020年1-9月		2019年1-9月
	金额	增长率	金额
营业收入	129,425.12	143.20%	53,217.90
营业利润	21,797.19	158.58%	8,429.54
利润总额	21,797.56	159.83%	8,389.31
净利润	20,727.51	167.17%	7,758.04
归属于母公司股东的净利润	20,665.05	166.37%	7,758.04
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	19,982.17	174.94%	7,267.85

2020年1-9月发行人实现营业收入129,425.12万元，较上年同期增长143.20%；实现净利润20,727.51万元，较上年同期增长167.17%。2020年1-9月的营业收入与利润较上年同期均有增长，一方面系因疫情影响，用户的阅读消费有所增加，另一方面发行人的渠道推广投入持续增长，用户规模不断扩大，相应也促进了发行人营业收入和利润的增长。

2020年1-9月发行人净利润同比增速高于营业收入同比增速，主要系发行人期间费用率由2019年1-9月的9.60%下降至2020年1-3月的6.84%所致。期间费用率下降一方面主要系随着发行人的业务发展，规模化效应逐步显现。

（3）合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2020年1-9月		2019年1-9月
	金额	增长率	金额
经营活动产生的现金流量净额	17,553.39	96.35%	8,939.76

投资活动产生的现金流量净额	-53,151.67	72.20%	-30,866.81
筹资活动产生的现金流量净额	84.03	-	-
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-72.02	-	-
现金及现金等价物净增加额	-35,586.27	62.29%	-21,927.06

2020 年 1-9 月发行人经营活动产生的现金流量净额为 17,553.39 万元，与去年同期相比上升 96.35%，主要系随着发行人业务规模的扩大，经营活动产生的现金流量净额也随之增长。2020 年 1-9 月发行人投资活动产生的现金流量净额为-53,151.67 万元，与去年同期相比变动 72.20%，主要系公司购买理财产品增加导致。2020 年 1-9 月现金及现金等价物净增加额为-35,586.27 万元，与去年同期相比变动 62.29%，主要系购买的理财产品增加尚未赎回所致。

（4）非经常性损益明细表主要数据

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月
非流动性资产处置损益	-	10.58
计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	45.32	4.08
委托他人投资或管理资产的损益	862.75	594.49
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.02	-40.23
其他符合非经常性损益定义的损益项目	9.38	5.00
减：所得税费用（所得税费用减少以“-” 表示）	234.59	83.73
非经常性损益净额	682.88	490.18
非经常性损益净额占净利润比重	3.29%	6.32%

2020 年 1-9 月，发行人扣除所得税影响后归属于母公司股东的非经常损益净额为 682.88 万元，占净利润的比例为 3.29%，主要为投资理财收益。

（二）审计基准日后的经营状况

公司财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，公司经营模式、主要产品的研发及运营、主要服务的价格、主要客户及供应商的构成、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均未发生重大变化，整体经营情况

良好。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用基本情况

（一）募集资金运营概况

公司本次拟向社会公众公开发行人民币普通股 1,368.0500 万股（占本次发行后公司总股本比例的 25%）。本次发行全部为新股发行，公司股东不公开发售股份。

本次发行募集资金投资项目除补充流动资金外，已完成在北京市海淀区发展和改革委员会的备案工作，项目投资总额为 62,709.64 万元，若实际募集资金净额小于上述项目拟投入募集资金需求，不足部分由公司自行筹措资金解决。

本次发行募集资金到位前，公司将根据募集资金投资项目进度的实际情况，以自筹资金先行投入，并在募集资金到位之后予以置换。

本次募集资金投资项目的具体情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资总金额	项目备案文号
1	阅读技术平台升级优化项目	7,840.97	京海淀发改（备）〔2018〕53 号
2	内容资源库升级项目	34,868.67	京海淀发改（备）〔2018〕52 号
3	补充流动资金	20,000.00	
合计		**62,709.64**	**-**

（二）募集资金使用管理制度

公司已根据相关法律、法规制定了《募集资金管理制度》。对募集资金的存储、使用、管理、募集资金投资项目的管理与监督等进行了详细的规定。公司募集资金将存放于董事会指定的专项账户集中管理，并与开户银行、保荐机构签订三方监管协议，合法合规使用资金，做到专款专用。

（三）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、未来经营战略的影响和业务创新创造创意性的支持作用

本次发行完成后，公司净资产、资金实力将显著增长，每股净资产亦将有所增加，有利于公司迅速提升资金实力和整体规模，增强业务拓展能力和抵御风险能力，净资产和股本规模的大幅增长将导致净资产收益率和每股收益有所下降。但随着募集资金投资项目的实施并实现收益，公司的战略布局将得以进一步展开，数字阅读服务业务能力将得到明显提升，公司的盈利能力将随之增强，净资产收益率和每股收益将会逐渐上升，保障公司的持续经营和市场竞争力。

本次募集资金的使用不仅有利于提高公司主营业务服务能力，还有利于公司战略布局的展开，增强公司核心竞争力，同时也有利于公司积极布局和打造数字阅读相关泛娱乐业务，增强市场竞争力。

本次发行完成后，公司将引入一定比例的社会公众股东，使公司投资者多元化，有利于进一步完善公司的法人治理结构，规范公司经营活动，增强公司经营决策的合理性。

公司董事会对本次募集资金投资项目进行了可行性分析，认为本次募集资金投资项目是对公司现有业务体系的发展和完善，募集资金投资项目与公司现有主营业务紧密相关，与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应。

二、募集资金投资项目具体情况

（一）阅读技术平台升级优化项目

1、项目概述

本项目主要建设内容为公司阅读技术平台升级优化，包括对现有技术平台进行架构的升级、硬件设备升级两部分。项目计划投资 7,840.97 万元。

2、项目与公司主营业务的关系

公司主营业务系为互联网用户提供互联网数字阅读服务以及围绕其展开的版权运营和增值服务。

公司的互联网数字阅读服务主要通过点众快看阅读平台进行，具体包括“快看小说”、“免费小说大全”、“西瓜免费小说”、“阅读”（华为点众合作版）、“点众阅读”等 APP（含快应用）、快看阅读 H5 网站等。公司一直重视点众快看阅读平台的技术创新及进步，不断完善及优化个性化推荐数字阅读内容的功能。在日常运营过程中，点众科技在始终保持阅读平台的持续稳定运行的同时，持续优化产品功能和提升用户使用体验。

该项目用于优化点众快看阅读平台功能，从而更好的支撑公司数字阅读业务发展，与公司主营业务高度相关。

3、项目建设必要性

（1）技术平台升级是顺应数字阅读行业变革的必然选择

随着行业的高速发展以及企业之间竞争的不断加剧，尤其是用户多样化需求的不断涌现，使得企业必须在现有业务不断做强的前提下，提高自身技术水平并进行产品革新，以从容应对在变革的过程中面临的多方挑战。随着变革产生的各种风险增加，IT 系统需要以更快的响应速度和更有效的应对措施来应对风险，对数字阅读企业在 IT 资源方面的投入提出了新要求。

服务器与相应数据存储系统作为互联网企业重要的基础设施，随着服务器计算及存储技术的进步、业务品类的增加、用户数量的提升、差异化需求的涌现，企业需要不断升级服务器及数据处理系统。另外，服务器与相应数据存储系统随着应用程序的增多、补丁的升级、程序缓冲的堆积、以及不间断运行导致处理性能下降，企业亦需要对其进行升级。

公司在不断发展壮大的过程中，不断推出新的服务及产品，同时也为公司后台服务器系统提出了更加严峻的挑战。目前，公司已建设书架服务系统、书城服务系统、消费服务系统、订购服务系统、用户服务系统、大数据服务系统、内容运营系统、新媒体运营系统等。在运营过程中，上述系统已存储了大量的

应用数据与用户数据。因此，公司需要通过本项目的实施缓解 IT 系统压力，从而更好、更安全、更快速的给用户提供更优质的服务。

（2）技术创新是抢占市场优势地位的首要选择

用户体验好和运营效率高是公司的核心能力之一，公司需要不断加大基础技术和研发投入去提升用户体验及运营效率。公司将通过加强数据分析系统建设和推荐引擎的完善，实现用户与数字内容的精准匹配，进而强化公司在行业内的竞争优势。

4、项目建设可行性

公司自成立以来，一直致力于通过技术创新为用户提供优质的数字阅读服务和良好的数字阅读体验。公司经过多年的技术积累和持续的研发投入，已经积累并掌握了先进的核心技术，目前公司已经构建起了纵向贯穿数字内容生产、加工、运营、发布、使用等数字阅读全业务流程，横向覆盖手机、手持终端、互联网等全媒体阅读服务的完整技术体系。同时，公司根据多年在数字阅读领域的研发经验，系统的总结并设计了一套技术研发流程，并培养形成了一支掌握数字阅读专业技术知识的研发团队。

未来公司一方面将通过个性化推荐系统来提升用户的留存率和付费转化率，另一方面将对服务器稳定性及应用系统安全性进行持续优化。本次系统升级重点是由单机房向异地双活架构升级，升级完成后，系统能够支持异地容灾，动态加速，解决机房单点故障问题，提高点众快看阅读平台的稳定性，实现不同地域用户的快速访问。

公司 IT 部门在项目进行前期已对升级方案进行了充分的论证，对点众快看阅读平台在异地双活部署的规划、设计、实施、过渡、迁移、集成、管理和优化服务等所有细节制定了完备的实施方案，以保证此过程中点众快看阅读平台的持续稳定运行。

综上，公司已经积累了先进的技术能力，并确保在未来能有一支高素质人才队伍，进而确保本次募投项目顺利实施。

5、项目建设具体情况

（1）项目建设内容和方案

本项目建设主要内容包括对现有技术平台进行架构升级和硬件设备升级两部分。公司将在不影响现有产品需求研发迭代的基础上，同步进行技术平台的升级，主要涉及到数据库、业务服务系统、大数据系统的升级。具体如下：

1）专线设置。需要在机房之间设置专线，保证双机房的稳定性。

2）基于 Zookeeper，服务端采用分布式微服务架构替换现有传统的 web 服务架构。

3）数据库在 proxysql 基础之上，重新进行数据分片处理，使数据库具备更好的横向扩展能力。

4）改造大数据集群使其能实时提供数据，能够更加快速和精准的进行数据计算。

5）在服务架构和数据库优化完以后，实施双 IDC 机房部署策略。

6）升级后的数据库、业务服务系统和大数据系统，能够实现高度的扩展性，能够支持不停机状态下的系统扩容，维护等。

本项目主要技术研发方向如下：

研发方向	研发内容	阶段性目标	作用
新运营系统	构建一个日益完善的运营支撑体系。	简化运营操作，提高运营效率。	加强运营手段，旨在提高产品的关键数据指标，如提高用户留存率，付费转化率，人均消费金额等。
服务质量监控系统	监控服务稳定性，满足服务的 7*24 高可用性。	实时监控服务质量，发现潜在风险。	保障系统稳定性。
接口数据安全系统	应用数据及用户数据是公司的核心机密和业务运营的基础。 为了防止数据泄露，对系统对外的接口进行安全验证。	关键数据接口提供双向校验。	防止数据外泄，包括防止创作平台内容被未经授权抓取。
搜索系统	为满足用户的搜索需	即搜即用。在满足用户搜索	为用户提供良好、精准的

	求，基于互联网架构，开发精准的用户搜索系统。	需求的基础上根据用户的搜索行为，反哺搜索引擎的结果排序，进而提高用户的搜索体验。	搜索体验，以提高用户的留存和付费转化率。
个性化推荐系统	根据用户阅读偏好，为用户精准推荐内容。	基于大数据推荐系统，根据用户的阅读行为，丰富用户精准画像，进而根据多维度的推荐算法，为用户推荐其偏好的数字内容。	给用户推荐其偏好的数字内容，从而提升产品的留存，付费转化等指标。
大数据营销后台	精确计算投入产出比，指导投放团队进行精确投放，合理控制投放成本。	实时、多维度提供数据指标。包括不同产品线、不同渠道、不同版本维度的数据。	投入产出比是公司产品运营的核心指标之一。根据产品的线上运营数据，评估推广渠道质量，并针对性的择优投放。
移动阅读APP	安卓和 iOS 产品版本的迭代优化。	满足不同偏好用户的阅读习惯，支持更多内容格式。	为用户提供良好的交互、视觉和阅读体验，进而提高产品的用户留存。
H5 网站	H5 网站的优化。	支持多种内容格式。满足用户阅读交互操作，例如实现在 H5 网站做笔记。	提高用户使用体验，进而提高用户留存和付费转化。
阅读平台的双机房部署	实现双机房的部署。	确保点众快看阅读平台不间断运行，实现不同地域用户的快速访问。	提升点众快看阅读平台的稳定性，提高用户的访问速度。
构建服务端分布式微服务框架	服务端分布式微服务架构。	按业务模块拆分服务端功能。	实现更加灵活的功能扩展，缩短研发周期，提高研发效率、质量。

（2）项目投资进度及安排

项目预计总投资 7,840.97 万元。其中运维成本及办公设备投入 4,567.01 万元，占比 58.25%；办公场所装修工程投入 150.00 万元，占比 1.91%；办公场所租赁投入 351.00 万元；占比 4.48%；人员薪酬福利投入 2,772.96 万元，占比 35.36%。具体如下：

单位：万元

投资资金	第一年	第二年	第三年	总投资金额	占比
运维成本及办公设备投入	1,530.90	1,496.80	1,539.31	4,567.01	58.25%
其中：运维成本	1,450.50	1,496.80	1,539.31	4,486.61	57.22%
办公设备购买	80.40	-	-	80.40	1.03%
装修工程投入	150.00	-	-	150.00	1.91%

办公场所租赁	117.00	117.00	117.00	351.00	4.48%
人员薪酬	592.00	921.90	1,259.06	2,772.96	35.37%
合计	**2,389.90**	**2,535.70**	**2,915.37**	**7,840.97**	**100.00%**

（3）项目投资依据

①运维成本

公司的运维成本主要是租赁云主机、云服务相关服务器、带宽等 IT 资源成本。具体如下：

单位：万元

明细	第一年	第二年	第三年
云主机	420.00	433.50	445.50
云服务所需服务器	336.00	346.80	356.40
中间件	97.50	102.00	108.60
云服务所需大数据服务器	297.00	312.00	323.64
带宽	220.00	222.00	224.17
内容分发网络	80.00	80.50	81.00
合计	**1,450.50**	**1,496.80**	**1,539.31**

②人员成本

技术平台升级优化拟在项目建设期累计增加技术人员 89 人，项目建设期间，人工工资按照首年基准年工资水平按每年 5%增长。具体情况如下：

单位：万元，人

职位	首年基准年工资	第一年	第二年	第三年
高级技术经理	42.00	1	2	3
高级服务端研发工程师	32.00	1	2	3
高级产品经理	32.00	2	3	3
高级测试工程师	24.00	2	3	4
高级数据算法研发工程师	42.00	3	3	4
高级客户端研发工程师	32.00	3	4	5
高级前端工程师	32.00	2	4	5
普通服务端研发工程师	24.00	2	3	4
普通测试工程师	12.00	2	3	4

普通客户端研发工程师	24.00	2	3	4
合计	**296.00**	**20**	**30**	**39**

（二）内容资源库升级项目

1、项目概述

本项目主要建设内容为数字内容引入，项目计划总投资 34,868.67 万元。一方面逐步增加数字内容采购，丰富现有内容库资源，继续提升公司在数字内容采购方面的主动性，加强头部内容采购力度，保持公司在优质内容方面的竞争优势。另一方面加深与作者的合作，逐步完善点众快看阅读平台内容，发掘内容的多渠道变现能力，在签约作者与版权运营方面逐步做强。本项目的建设将显著增强公司数字内容的数量与质量，增强用户黏性，有利于提升公司盈利能力。

2、项目与公司现有主营业务的关系

公司主营业务系为用户提供互联网数字阅读服务以及围绕其展开的版权运营和增值服务。公司成立初期，受益于网络原创文学较低的阅读门槛、平民化的写作风格，结合互联网的快速渗透普及，公司的数字阅读业务借助于互联网便捷的信息发布和传输渠道得以迅速发展壮大。在既往经营中，公司通过高效率运营推广，实现了市场的迅速覆盖以及主营业务的高速增长。

随着网络文学成为网络文化的重要组成部分，网络文学作品数量迅速增长，大批同质化作品对内容供给质量造成影响；但用户对阅读内容的多样化、多元化和多层次需求日益明显，也对数字内容资源在数量与质量上提出了更高要求；同时优质网络文学作品往往通过高效的口碑传播聚集大量受众，后续可通过 IP 运营、实体书出版等形式创造巨大衍生价值。结合上述行业发展趋势，公司下一阶段将着力布局优质内容，通过签约作者等方式取得并运营原创文学版权，通过对签约版权的运营开发取得收益。

版权运营与公司既往的数字阅读主营业务一脉相承，体现了公司由运营主导向“精细化运营+内容深度运营”联合主导的长期战略，有助于公司实现更为广泛的用户覆盖，增强公司的市场竞争力，同时完善公司在数字阅读领域的业务布局，为打造数字阅读生态提供支撑。

3、项目建设必要性

（1）项目建设是提升公司核心竞争力的必然需要

内容资源的多寡与质量的高低越来越成为数字阅读企业的核心竞争力，也是各家数字阅读内容服务商争夺的焦点。目前点众科技旗下“快看小说”APP、“免费小说大全”APP、快看阅读 H5 网站等产品现阶段推出的数字内容主要是“都市”、“玄幻”、“言情”、“历史”等类别。未来，随着用户数字阅读习惯的养成和受众人群基数的不断扩大，阅读内容需求的多样化、多元化和多层次性趋势明显，各类型作品将会层出不穷，对内容资源在数量与质量上均提出更高要求。能否通过内容资源的不断充实、更新与提升，充分地满足用户的阅读需求，将直接影响公司核心竞争力、市场地位与可持续发展能力。

网络文学自诞生之初就具备 UGC（原创内容）性质，网络文学经济逐渐回归“内容为核心”态势。近年来，随着内容生产者与各大平台签约，围绕内容为核心的横跨文学、音乐、动漫等各个领域的互动娱乐内容也逐渐增多，“明星 IP”成为泛娱乐产业中连接和聚合粉丝情感的核心，以内容为核心的布局成为中国文化娱乐产业的大趋势。点众科技通过内容资源库升级扩充项目的实施，可以增加公司数字阅读平台内容的数量和资源多样性，满足日益增长的市场需求和用户需求，保持并提高公司在行业中的竞争优势，增强公司的核心竞争力。

（2）内容资源扩充是数字阅读市场需求日益增长背景下的必然选择

鉴于国民需求的不断升级，娱乐、学习需求的快速增长，2009 年以来，我国居民人均教育文娱消费支出占总消费支出的比重从 2013 年的 10.57%增长至 2019 年的 11.70%，居民消费不断升级。阅读作为能够满足娱乐和学习两大需求的消费形式，将持续显著受益于消费需求升级大潮。数字阅读虽然目前更多的是用以满足娱乐需求，但是越来越多的用户出发点向增加见识、拓展社交等学习需求转化，目前越来越多的人们已经倾向于自主学习，尤其是其感兴趣的新知识、新领域；作为网生代的 90 后，对文学和教育的兴趣甚至高于电视剧，数字阅读是满足上述需求的主要途径之一，并将长期持续增长，数字阅读的前景也将基于这两大需求持续扩张。

（3）经营正版版权内容是树立企业良好形象的需要

随着国内版权市场的逐渐规范，越来越多的互联网服务提供商意识到版权资源的重要性，为了提高在行业中的影响力和竞争力，很多企业都在对书库资源进行大量扩充。

公司自成立以来一直坚持购买、引入正版版权，并在企业内部建立了一套完整的版权管理制度。通过整合作者资源及其他内容提供商的数字内容采购，公司数字内容储备不断丰富，目前已拥有优质数字内容逾 19 万册。

正版经营为公司树立了良好的企业形象，并强化了公司的市场竞争力。如今，面对版权市场规范化，版权资源竞争的白热化，加强数字版权引入能力对公司市场的竞争力和行业领先地位的保持具有重要意义。

4、项目建设的可行性

（1）国家政策支持

原文化部于 2009 年 9 月发布《文化部文化产业投资指导目录》，目录将数字内容产品开发、网络图书馆、网络音乐、手机音乐、移动多媒体文化产品开发等划入鼓励类投资方向，并指出鼓励类文化产业项目将享有相应的优惠政策。

2016 年，《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》明确提出“加快发展网络视听、移动多媒体、数字出版、动漫游戏等新兴产业”。这是“数字出版”首次列入国家五年规划纲要，对于数字出版产业发展具有划时代的意义。

同年 12 月，原国家新闻出版广电总局下发《关于印发<全民阅读“十三五”时期发展规划>的通知》。规划提出在数字化阅读建设重点工程项目中，针对网络文学精品出版工程，用 3 至 5 年时间，使创作导向更加健康，创作质量明显提升，推出一批思想精深、艺术精湛、制作精良、深受群众喜爱的原创网络文学精品，在网络内容建设和文艺创新中的作用更加突出。

公司本次内容资源库升级项目属于数字内容产品开发、移动多媒体文化产品开发等方向，完全符合国家文化产业投资鼓励项目。同时，顺应十三五规划

中对行业数字化、信息化、网络化发展趋势的要求，能够推进行业的产业转型和升级。

（2）用户消费带动行业持续发展

2019 年，全国居民人均可支配收入达到 21,559 元，比上年名义增长 8.6%，扣除价格因素，实际增长 5.5%。随着生活水平基本实现由温饱到小康的转变，人民群众精神文化需求也迅速增长，消费能力大大增强，鉴赏水平不断提高，呈现出多层次、多形式、多样性的特点。2019 年我国居民用于教育文化娱乐的人均消费支出为 2,513 元，增长 12.9%。由此可见，我国的经济、社会发展进入了一个崭新的阶段，未来文化产业的增长空间及发展潜力巨大，为本项目的建设提供了良好的宏观经济环境。

根据中国互联网络信息中心第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2020 年 3 月，我国阅读网络文学的用户规模达到 4.55 亿人，较 2018 年末的 4.32 亿人增加 2,337 万人，网民使用率为 50.4%。第十七次全国国民阅读调查结果显示，2019 年我国成年国民数字化阅读方式接触率达 79.3%，而根据近三年成年人口平均比例，我国成年人口依然维持在 10 亿左右，因此数字阅读用户规模目前未超过成年人口的 40%，转化率远低于数字化阅读接触率。根据《2019 年度中国数字阅读白皮书》，2019 年我国数字阅读用户人均电子书接触量达 14.6 本，数字阅读用户粘性不断增强，每周阅读三次及以上的用户占比达 88.0%，在手机上每天阅读一小时以上的用户占比达 69.7%，行业未来市场发展空间广阔。随着居民文化消费水平稳步提高，必将加大对电子出版物与文化产相关服务的消费需求，相关份额也将在居民的总消费中占据越来越高的比例。

（3）版权保护力度加大、用户付费意愿增强促进行业发展

随着我国政府对知识产权的重视，国内不断出台和完善知识产权保护法律、法规，扶持数字出版产业发展。在政府层面，连续多年的“剑网行动”，查办了一大批大案要案，有效打击和震慑了网络侵权盗版活动。国家版权局也在推动《著作权法》的进一步修订，对现行的版权法律做出必要的调整。数字出版界融合产业链的生态在不断发展，与互联网正在向健康合法的趋势不断融合。

国家对于版权保护力度加大，通过版权认证、全网监测、实时取证打造了三位一体“防护网”。随着科技的发展以及社会版权意识的提升，打击盗版效率得到很大提高，国家版权局建立了正版版权大数据中心，运用科技高效维权。国家新闻出版署和全国“扫黄打非”办公室联合部署开展 2018 年网络文学专项整治行动，重点整治网络文学作品导向不正确及内容低俗、传播淫秽色情信息、侵权盗版三大问题。

网络文学付费阅读市场继续增长的驱动力主要来自三方面：1）盗版用户向正版用户转化，主要体现在提升付费率，因为盗版用户往往也是正版渠道的免费用户；2）轻度付费用户付费习惯的培养带来付费深度的提升；3）移动端渠道创新带来增量市场。

首先，网络文学市场仍面临盗版的侵蚀，因盗版而损失的市场规模甚至高于现有网络文学付费市场规模。根据艾瑞咨询的统计，截至 2018 年底，网络文学盗版损失每年高达 58.3 亿元。

其次，单用户价值仍有深挖空间。目前网络文学行业主要的付费方式仍然是按章/本或包月/包年这两类付费模式。另外由于网络作家与用户互动频繁（包括平台论坛、自建 QQ 群微信群等方式），产生了较强的粉丝效应，因此打赏收入也成为了不可忽视的付费途径。未来人均消费金额提升主要来源于订阅价格上涨、轻度的付费用户黏性增加。根据《2018 年度中国数字阅读白皮书》和《2019 年度中国数字阅读白皮书》，2018 年我国数字阅读用户的电子书付费意愿为 66.4%；2019 年一线城市用户为电子书付费的意愿为 88.7%、新一线/二线城市用户为电子书付费的意愿为 87.9%、三线及以下城市用户为电子书付费的意愿为 84.8%。我国数字阅读用户的电子书付费意愿显著提升。

最后，以微信公众号为代表的移动端自媒体崛起为网络文学市场带来增量空间，近两年通过微信公众号传播的数字内容展现出较强吸引力。根据 QuestMobile《小程序 2019 半年报告》，2019 年 6 月，微信月活跃用户规模达到 9.45 亿人，已经成为移动互联网时代主要的流量入口之一。

在付费意愿提高、用户黏性增强、用户规模扩大的共同作用下，付费阅读具备长期发展的基础，并且将持续扩大收入规模，成为支撑项目未来收入增长

的基石。

5、项目建设具体情况

（1）项目建设内容及方案

项目建设内容主要分为内容资源扩充、内容编辑与制作升级两部分。募集资金将用于：补充办公场所的租赁费用，拟租赁 470 平方米办公场所；对办公区域进行装修，改善办公环境；补充项目建设期间新增版权引入人员与编辑人员的薪酬与福利费用；为本项目搭建完整、统一的内容资源平台，引入出版物作品 199,600 册、原创文学作品 35,072 册；补充项目的推广费用。

①内容资源扩充

未来三年，公司计划投资 34,868.67 万元，引入出版物作品 199,600 册、原创文学作品 35,072 册，主要由公司运营部门和商务部门联合实施项目内容资源扩充计划。

此次项目内容引入将由公司运营部门和商务部门共同建设实施，运营部门熟悉行业的发展趋势和动向，了解国家对数字内容产业的要求，经过几年的发展，运营部门已经建立了一支高效的运营团队。运营部门成员通过内容运营数据，定期针对内容和用户阅读偏好进行分析、归纳、总结。同时，关注行业热门作品，围绕用户阅读偏好、国家发展方向，积极参与国家、地方文化产业项目，制定符合国家发展方向的健康、绿色的内容引入方案。

②内容编辑与制作升级

内容编辑与制作升级项目主要为引入内容的制作、审核及上线提供服务。项目将进一步增加编辑人员数量，强化人工审核能力。

在项目实施过程中，一方面公司将保证优质数字内容优先制作上线，满足用户的阅读需求；另一方面公司将保证版权内容无缺失、阅读无障碍、内容无风险，不存在标点符号错乱、文字转码错误等情况。为此，审核部门将建立一套更为完善的审核流程、培养一批更为专业的编辑制作团队，以保证各类上线内容完整、及时。通过 IP 改编，将更多的文学 IP 输送给更广的受众。

（2）项目实施进度安排

项目建设期为 3 年，第一年投资 6,790.44 万元，第二年投资 11,301.94 万元，第三年投资 16,776.29 万元。具体情况如下：

单位：万元

投资资金	第一年	第二年	第三年	总投资金额	占比
内容资源采购	4,831.44	8,584.00	12,864.00	26,279.44	75.37%
其中：买断采购	1,105.44	2,032.00	2,703.00	5,840.44	16.75%
分成采购	3,726.00	6,552.00	10,161.00	20,439.00	58.62%
装修工程投入	150.00	-	-	150.00	0.43%
办公场所租赁	117.00	117.00	117.00	351.00	1.01%
人员薪酬	732.00	968.94	1,184.09	2,885.03	8.27%
推广投入	960.00	1,632.00	2,611.20	5,203.20	14.92%
合计	**6,790.44**	**11,301.94**	**16,776.29**	**34,868.67**	**100.00%**

（3）项目投资依据

①内容资源采购投资

募投项目首年计划采购 26,772 册版权，第二年计划采购 79,300 册版权，第三年计划采购 128,600 册版权。

募投项目版权采购计划如下：

单位：册

类型	第一年	第二年	第三年
原创文学买断	1,632	1,800	2,600
原创文学分成	8,540	9,500	11,000
出版物买断	10,000	23,000	25,000
出版物分成	6,600	45,000	90,000
总计	26,772	79,300	128,600

募投项目版权采购单价如下：

单位：万元

类型	第一年	第二年	第三年
原创文学买断	0.42	0.49	0.53

原创文学分成	0.45	0.52	0.56
出版物买断	0.042	0.050	0.053
出版物分成	0.045	0.052	0.057

②人员成本

内容编辑与制作升级拟在项目建设期累计增加编辑人员 202 人，项目建设期间，人工工资在首年基准年工资的基础上每年增长 5%。具体情况如下：

单位：万元，人

人员分类	首年基准年工资	职位	第一年	第二年	第三年
原创内容部	18.00	签约编辑	15	18	20
产品运营部	9.60	审核编辑	20	25	30
产品运营部	12.00	版权加工	6	8	10
版权运营部	18.00	版权引入	3	5	5
产品运营部	14.40	运营编辑	10	12	15
合计			**54**	**68**	**80**

③推广投入

本项目建设期 36 个月，项目配套推广投入资金 5,203.20 万元，根据项目建设期资金需求情况确定。

（三）补充流动资金

公司拟用本次公开发行股票募集资金中的 20,000.00 万元补充流动资金，不会通过直接或间接的安排用于新股配售、申购，或用于股票及其衍生品种、可转换公司债券等的证券交易。

1、补充流动资金的必要性

报告期内公司营业收入从 2017 年的 32,164.45 万元增长到 2019 年的 92,333.81 万元，年复合增长率为 69.43%，2020 年上半年实现收入 85,786.09 万元；归属母公司股东的净利润从 2017 年的 6,565.56 万元增长到 2019 年的 11,924.95 万元，年复合增长率为 34.77%，2020 年上半年实现归属母公司股东的净利润 13,436.55 万元。未来随着公司经营规模的进一步扩大，将需要更多的资金满足运营需求，同时，公司的品牌推广、与内容提供商的合作都需要投入大量

资金。因此，公司的业务发展需要流动资金作为保障。

本次以募集资金 20,000.00 万元补充流动资金，一方面有效的缓解公司日益增加的资金压力，提高公司抗风险能力；另一方面提升公司经营灵活性，充分落实公司未来发展战略，提升公司盈利能力和可持续发展能力。

2、流动资金的管理运用安排

根据公司业务发展目标、经营情况，本次补充流动资金主要用于公司的日常运营。公司将严格按照公司董事会建立的募集资金管理制度使用募集资金。公司募集资金将存放在董事会决定的专用账户集中管理，做到专款专用。具体使用过程中，公司将根据业务发展进程，合理安排募集资金的投放和使用进度；在具体资金支付环节，将严格履行募集资金相关审批程序使用募集资金。

三、未来发展与规划

（一）公司的战略发展目标和规划

公司的社会效益战略目标：积极响应党和国家的号召，充分利用点众快看阅读平台优势，大力弘扬社会主义核心价值观，推动实施精品内容战略，不断创作、传播和推广社会效益和经济效益双效合一的优秀作品，积极参与“全民阅读”活动，持续为用户提供优秀作品，以打造国内一流的数字阅读服务提供商为愿景，以在全球范围内弘扬民族优秀文化成果为己任，不断推动文化传播事业创新发展。

公司的业务发展战略目标：通过科技文化融合战略，以科技手段发展文化产业；通过精品内容战略，创作、引入和传播更多的优秀作品；通过 IP 深度运营战略，拓展版权运营业务宽度；通过海外发展战略，拓展海外数字阅读市场；通过人才战略，保障业务持续发展。进而，实现互联网数字阅读服务、版权运营、增值服务三大业务板块的既独立发展，又相互促进的良好态势，共同支撑公司业务持续稳定发展，形成具有影响力的、全球化的点众快看数字阅读服务生态系统。

（二）未来三年的具体发展规划

为了实现战略发展目标，公司以点众快看阅读平台为基础，围绕互联网数字阅读服务、版权运营、增值业务三大业务板块，横向上做宽做广，纵向上做深做厚，形成三大业务板块既能独立发展，又能相互促进，共同支撑点众科技持续稳定的发展。具体规划如下：

（1）互联网数字阅读服务

公司一方面丰富数字内容的形式，加大对漫画、听书等类型作品的引入力度，提升阅读体验，增强用户黏性；另一方面，借助下沉市场互联网用户迅速增长的机遇，巩固扩大用户规模，深入挖掘增长点，提升国内市场占有率的同时，积极开拓海外市场。

公司目前已经形成了以移动阅读APP和快看阅读H5网站为核心的点众快看阅读平台，未来将继续围绕点众快看阅读平台布局点众快看数字阅读业务。一是坚持“内容精品化原则”持续引入数字内容，实现作品质量和数量双提升；二是丰富数字内容类型，加大对漫画、听书等类型产品的引入力度；三是按照“产品关键环节极致化原则”持续优化用户阅读体验，完善公司的运营体系；四是公司紧跟行业发展趋势，关注新业态的发展态势，不断创新，及时调整公司的渠道推广和运营策略，保持公司数字阅读业务可持续发展；五是公司贯彻落实文化走出去的国家战略，积极布局海外数字阅读业务。综上，在未来3至5年形成具有影响力的、全球化的点众快看数字阅读生态系统。

（2）版权运营业务

公司将坚持“内容精品化原则”，培育优质签约作品；坚持“内容深度运营原则”，加强 IP 运营力度；坚持“与合作伙伴共赢原则”，扩大签约作者收入规模。

一是公司将坚持“内容精品化原则”，努力抓好优秀作品创作生产中心环节，着力培育扶持精品佳作。公司将根据对阅读用户的数据分析，确定合适的作品题材和类型，一方面寻找符合条件的优秀作品直接签约；另一方面培育签约作者定向创作，进而不断丰富优秀作品数量。

二是坚持“内容深度运营原则”，加强 IP 运营力度。公司控股子公司中企瑞铭每年有一定数量的优秀全版权作品产出，公司从中选取部分优秀作品，加大影视、漫画、听书等形式的授权和联合运营力度，并将“优秀作品创作及 IP 深度运营”打造成为公司未来的核心竞争优势之一。

三是坚持“与合作伙伴共赢原则”，扩大签约作者收入规模。公司将在现有版权运营业务规模的基础上，扩大对优秀作品的授权销售范围、加强 IP 运营力度，进而扩大公司版权授权销售业务收入规模。

（3）增值服务

基于点众快看阅读平台的用户资源，持续探索创新，进一步发展广告营销增值服务业务，提升公司盈利能力。例如利用大数据对用户进行分层，对付费意愿比较弱的用户通过广告营销业务来变现，扩大公司的收入规模，增强公司的盈利能力。

（三）未来三年发展规划的具体措施

通过实施科技文化融合战略、精品内容战略、IP 深度运营战略、海外发展战略、人才战略，做大做强公司互联网数字阅读业务、版权运营及增值服务。具体措施如下：

（1）互联网数字阅读业务

①坚持“产品关键环节极致化原则”，加大产品技术创新力度

公司围绕“阅读技术平台升级优化项目”加大研发投入，不断创新，持续提升产品用户体验和平台运营效率。

构建基于“以数据为准绳，结果为导向”的创新体系。未来三年，公司将加强个性化推荐系统建设，实现用户和内容的精准匹配，提升个性化推荐成功率，进而提高新用户留存及存量用户活跃；进一步优化产品交互环节，完善产品支持数字内容的类型，提升产品用户体验；围绕产品和运营关键环节进行微创新，提高用户付费率，提升产品变现能力；不断优化技术平台，持续提高大数据分析能力，有力支撑产品运营，提升整体运营效率和效果。

公司亦将结合未来显示技术的最新发展成果，探索数字内容更为多样化的展现场景和形式。

②坚持“内容精品化原则”，持续丰富内容储备

公司坚持内容精品化之路，挖掘优质数字内容，构筑深厚的内容版权壁垒。公司将继续与各大内容提供商展开广泛深入的合作，以“质”优先、“质”“量”“类”兼顾，加大内容引入力度，丰富内容引入类型，尤其是漫画、听书等类型的内容形式，进一步夯实公司的内容版权库。未来三年，公司将按计划落实“内容资源库升级项目”，扩大公司版权储备数量。

在引入内容策略方面，初期，公司将以合作伙伴为主，以公司编辑团队和签约作者为辅，以投资有潜力的创作公司为有益补充，发掘双效合一的优秀作品；后期逐步过渡到以公司编辑团队和签约作者为主，投资有潜力的创作公司为补充，合作伙伴为辅的内容引入体系，互为竞争，互为补充。

③坚持“灵活精准原则”，拓展产品推广渠道类型

除了现有推广渠道外，公司将积极拓展更多新媒体、终端内置等渠道。随着互联网的发展，微信、微博、短视频平台等新媒体业态已展现出强劲的发展势头，新业态的出现正在逐渐改变用户的使用习惯，表现为用户使用移动终端的时长已经逐渐向新媒体产品转移。因此，公司将会跟紧行业新业态发展趋势，不断丰富点众快看阅读平台的推广方式，例如加大点众快看阅读平台在新媒体上的投放、探索与内容相关的社交类、工具类产品的合作等形式扩大新用户获取途径和方式，进而提升公司推广效率。此外，公司还将继续拓展与华为以外的其他头部手机厂商的合作，扩大点众快看阅读平台在内置市场的份额。

④坚持“文化走出去原则”，积极拓展海外市场

公司将在巩固和发展国内数字阅读业务用户规模和市场占有率的同时，积极拓展海外数字阅读市场，将“文化出海”落到实处。公司海外阅读市场的拓展主要有两个侧重点：一是拓展支付方式，方便海外华人用户群体使用；二是丰富点众快看阅读平台所支持的语言种类，通过引入海外流行作品、将国内优质作品进行本地化翻译，丰富作品品类、增强点众快看阅读平台竞争力。

（2）版权运营业务

①坚持“内容精品化原则”，培育优质签约作品

公司亦将“内容精品化原则”运用于原创作品的生产环节。公司将努力抓好优秀作品创作生产中心环节，着力培育扶持优秀作品，从签约作者“质”与“量”和原创内容的“质”、“量”、“类”的角度着重提升公司核心竞争力：一是公司将扩大优秀作品作者的签约规模，提高内容创作实力；二是公司将积极组织开展文学创作活动，发掘有潜力的作者，提升签约作者个人品牌与知名度，打造具备市场竞争力和行业口碑的签约作者队伍；三是公司将挖掘互联网热点题材，结合对阅读用户的数据分析，确定合适的作品题材，寻找符合条件的优秀作品直接签约或培育签约作者定向创作，提供更多优秀作品。

②坚持“内容深度运营原则”，加强 IP 运营力度

公司拟将“优秀作品创作及 IP 深度运营”打造为公司未来的核心竞争优势之一。通过不断生产优秀作品，为 IP 转化提供支撑。公司基于积累的优秀原创作品，积极拓展其变现方式，例如以进行影视、动漫、听书等类型的授权改编方式或联合运营的方式加大对优秀作品的 IP 运营力度，实现用户、签约作者和公司多赢的格局。

③坚持“与合作伙伴共赢原则”，扩大签约作品收入规模

公司将在现有版权运营业务规模的基础上，扩大对优秀作品的授权销售范围，进而扩大公司版权授权销售业务收入规模。一方面，公司将扩大合作的数字阅读平台的数量，扩大优秀作品的授权销售范围；另一方面，加大 IP 深度运营力度，提升收入规模，实现作者和公司的双赢。

（3）增值服务业务

公司将基于点众快看阅读平台的用户资源，持续探索创新，进一步探索广告营销增值服务业务的实现方式，进一步提升公司盈利能力。一方面，公司将积极探索在不影响用户阅读体验的前提下，在点众快看阅读平台中开展广告营销服务业务的类型和方式；另一方面利用大数据对用户进行分层，对付费意愿比较弱的用户通过广告营销业务来变现。进而扩大公司的收入规模，增强公司的盈利能力。

此外，公司将继续实施人才战略，为互联网数字阅读业务、版权运营及增值服务三大业务板块的持续发展提供有力支撑。一是保证内部核心员工稳定性，发挥核心员工的引领和带头作用；二是加大外部优秀人才引入力度，把需要的外部人才引过来、聚起来、用起来；三是在员工中倡导自主创新、追求卓越的精神，通过企业文化提升员工的凝聚力、忠诚度和使命感；四是建立企业与员工共同成长的保障机制，实现公司发展与员工成长相互促进、相互成就的良性循环。

（四）实施发展目标和规划的假设条件和面临的主要困难

公司上述的发展目标和规划是基于公司现有业务规模、市场地位及本行业的发展趋势等各方面因素综合制定的，上述计划的拟定依据了一定的假设条件并可能面临一些困难。

（1）拟定发展目标和规划所依据的假设条件

①国家宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态，且没有对公司发展将会产生重大不利影响的不可抗力情况发生；

②本公司所在行业及所处领域的市场处于正常发展状态，没有出现重大市场变化；

③本次股票发行与上市工作进展顺利，募集资金及时到位，募集资金投资项目如期实施；

④公司无重大经营决策失误以致严重影响公司正常运转，公司管理层及核心技术人员不发生重大变动；

⑤无其它不可抗力或不可预见因素造成重大不利影响。

（2）实施发展目标和规划所面临的困难

①同业竞争的加剧。2017 年掌阅科技、阅文集团先后上市，同时平治信息也加大了手机阅读业务的投入，市场竞争将会更加激烈。对低成本规模化获取用户会有比较大的挑战，需要加大精细化运营力度，提升单个用户的价值，以应对单个用户获取成本的上升。

②人才储备、引进、培养的挑战。人才是互联网公司最核心的竞争变量，公

司需要快速提升现有团队的能力，以引领公司的发展。此外，公司需要快速引进急需的人才，建设合理的人才梯队。在外部竞争环境愈发激烈时，公司的人才储备、引进、培养会面临更大的挑战。

（五）业务发展计划与现有业务的关系

公司目前的业务发展规划均以现有业务为基础制定，具体如下：一是扩大互联网数字阅读服务的规模和市场占有率，同时布局海外市场；二是基于大数据分析和社会热点创作出更多更好的社会效益和经济效益双效合一的优秀作品，做大版权运营业务，提升公司社会影响力；三是丰富增值服务类型，扩大增值服务收入规模。公司将进一步完善三大业务板块的布局，以形成完整的数字娱乐服务生态系统。

（六）实现上述规划拟采取的方式、方法或途径

公司将严格按照上市公司的要求规范运作，以战略发展目标和规划作为指导，落实具体的发展规划；加强内部控制制度的建设，强化公司治理；引进包括技术、管理、营销等方面的人才，加强对员工的培养力度，进一步提升公司的人员素质；按计划实施募集资金投资项目，丰富和提升公司产品和服务，加大研发投入、市场营销力度，提升公司的核心竞争力；加快生态系统的布局和完善，使产业链各个环节互相促进，实现良性互动。

（七）发行人持续公告发展规划实施和目标实现的声明

若公司本次公开发行并上市成功，将在上市后通过定期报告持续披露规划实施和目标实现的情况，及时披露募集资金投资项目的进展情况。

第十节 投资者保护

一、发行人投资者关系的主要安排

（一）建立信息披露制度、规范信息披露流程

公司建立了《信息披露管理制度》，对公司的信息披露工作作出了明确的规定，主要包括信息披露的基本原则、信息披露的规范流程、披露范围和内容、披露信息的管理、内部信息报告规定、违规责任等方面的相关规定，同时对控股股东、股东、董事、监事、高级管理人员涉及信息披露方面的相关义务等方面进行了详细的规定。

根据《信息披露管理制度》，公司明确了信息披露的具体流程，严格遵守证监会、深交所等监管部门关于信息披露工作的要求，建立了规范的信息披露程序。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

发行人建立了良好的投资者沟通渠道，设置专门的部门和人员负责投资者沟通，为广大投资者与公司沟通创造必要的条件。在符合证监会、深交所相关法律法规的要求的前提下，尽可能通过多种方式与投资者进行沟通，并且保证沟通信息的公平性。一方面，公司建立了完善的信息披露制度，保障投资者能够公平、及时的了解公司的信息，另一方面，公司将通过公开渠道及时回复投资者问题、接待投资者来访，充分保障投资者的知情权。

（三）未来开展投资者管理的规划

1、对投资者提出的获取公司资料的要求，在符合法律法规和公司章程的前提下，公司将尽力给予满足；

2、对投资者对公司经营情况和其他情况的咨询，在符合法律法规和公司章程并且不涉及公司商业秘密的前提下，董事会秘书负责尽快给予答复；

3、建立完善的资料保管制度，收集并妥善保管投资者有权获得的资料，保证投资者能够按照有关法律法规的规定，及时获得需要的信息；

4、加强对有关人员的培训工作，从人员上保证服务工作的质量。

二、发行人的股利分配政策

（一）发行后的股利分配政策和决策程序

1、发行后的股利分配政策

公司利润分配具体政策如下：

1、公司的利润分配形式：公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合或法律、法规允许的其他方式分配利润。公司应结合所处发展阶段、资金需求等因素，选择有利于股东分享公司成长和发展成果、取得合理投资回报的现金分红政策。

2、公司现金分红的具体条件和比例：公司优先采取现金分红的利润分配政策，即公司当年度实现盈利且累计未分配利润为正数，在依法弥补亏损、提取各项公积金后有可分配利润的，则公司应当进行现金分红；公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 10%。

3、利润分配的时间间隔：公司一般按照年度进行利润分配；在符合利润分配原则，满足现金分红条件的前提下，公司可以进行中期现金分红。

4、发放股票股利的具体条件：若公司快速成长，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，综合考虑公司成长性、每股净资产的摊薄等因素，提出实施股票股利分配方案。

5、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，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

公司利润分配政策调整的决策程序如下：

公司根据行业监管政策、自身经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者由于外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反相关法律、法规以及中国证监会和证券交易所的有关规定，有关调整利润分配政策议案由董事会根据公司经营状况和相关规定及政策拟定，并提交股东大会审议。

董事会拟定调整利润分配政策议案过程中，应当充分听取独立董事的意见，进行详细论证。董事会拟定的调整利润分配政策的议案须经全体董事过半数通过，独立董事应发表独立意见。

监事会应对董事会调整利润分配政策的行为进行监督。当董事会做出的调整利润分配政策议案损害中小股东利益，或不符合相关法律、法规或中国证监会及证券交易所有关规定的，监事会有权要求董事会予以纠正。

股东大会审议调整利润分配政策议案前，应与股东特别是中小股东进行沟通和联系，就利润分配政策的调整事宜进行充分讨论和交流。调整利润分配政策的议案须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上表决通过，并且相关股东大会会议审议时应为股东提供网络投票便利条件。

公司制定利润分配方案的决策程序如下：

董事会应当在认真论证利润分配条件、比例和公司所处发展阶段和重大资金支出安排的基础上，每三年制定明确清晰的股东回报规划，并在认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件的基础上制定当期利润分配方案。董事会拟定的利润分配方案须经全体董事过半数通过，独立董事

应对利润分配方案发表独立意见，并提交股东大会审议决定。

独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。

股东大会对利润分配方案进行审议时，应与股东特别是中小股东进行沟通和联系，就利润分配方案进行充分讨论和交流。对于按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，股东大会审议利润分配方案时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的 1/2 以上表决通过。

公司在特殊情况下无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案的，应当在定期报告中披露具体原因以及独立董事的明确意见，并对公司留存收益的用途及预计投资收益等事项进行专项说明。公司当年利润分配方案应当经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的 2/3 以上通过，并且相关股东大会会议审议时应当为股东提供网络投票便利条件。

监事会应对董事会执行现金分红政策和股东回报规划以及是否履行相应决策程序和信息披露等情况进行监督。当董事会未严格执行现金分红政策和股东回报规划、未严格履行现金分红相应决策程序，或者未能真实、准确、完整披露现金分红政策及其执行情况，监事会应当发表明确意见，并督促其及时改正。

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（或股份）的派发事项。

存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东所获分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

2、未来三年股东分红回报规划

在本次公开发行并上市后三年内，本公司每年以现金方式分配的利润不少于合并报表当年实现的归属于上市公司股东的可分配利润的10%，当年未进行现金分红的，不得发放股票股利。未来，随着公司发展规划的稳定实施、盈利能力的持续加强、资金压力的逐步降低，本公司将积极提升现金分红比例。

综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平、重大资

金支出安排以及预计上市时间等因素，在保持公司财务稳健的基础上，公司应充分注重投资者合理的投资回报，单一年度以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的10%，且最近三年内以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的30%。

公司董事会负有提出现金分红提案的义务，对当年实现的可分配利润中未分配部分，董事会应当说明使用计划安排或原则。董事会因公司重大投资计划或重大现金支出等事项未提出现金分红提案的，董事会应在利润分配预案中披露原因及未用于分红的资金留存公司的用途。

公司因外部经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整利润分配政策的，应当按公司章程和《北京点众科技股份有限公司上市后未来三年及长期股东分红回报规划》的有关规定履行决策程序。公司接受独立董事和中小股东对公司分红的建议和监督。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行前，公司章程按照《公司法》的要求做了较为宽松的规定；本次公司章程（草案）根据公司经营发展预期和回报股东的具体计划对股利分配情况进行了细化及调整。

三、本次发行前滚存利润的分配安排及决策程序

经公司 2019 年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》，本次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市后，公司首次公开发行股票前的滚存未分配利润由发行后的新老股东按照持股比例共享。

四、发行人股东投票机制的建立情况

公司目前已按照证监会的有关规定建立了股东投票机制，其中公司章程中对

累积投票制选举公司董事、征集投票权的相关安排等进行了约定，《公司章程（草案）》建立了完善的股东投票机制。

（一）累积投票制度建立情况

股东大会就选举董事、监事进行表决时，公司应当采用累积投票等方式保护中小股东的权益。

（二）中小投资者单独计票机制

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）对法定事项采取网络投票方式的相关机制

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。股东通过上述公司采用的方式参加股东大会的，视为出席。

（四）对征集投票权的相关机制

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。

五、本次发行摊薄即期回报分析及填补措施

（一）募集资金到位当年每股收益变动趋势分析

公司基于以下假设前提，对本次募集资金到位当年公司每股收益情况进行测算：

1、假设募集资金2020年12月到位，公司本次公开发行股票数量为1,368.0500

万股；

2、不考虑本次募集资金到位后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响；

3、宏观经济环境、产业政策、行业发展状况、产品市场、客户情况等方面没有发生重大变化；

4、公司业务经营正常，未发生影响公司经营成果的重大不利事项。

以 2019 年经审计的归属于母公司股东的净利润为基础，对本次募集资金到位当年（2020 年）归属于母公司股东的净利润按与 2019 年度持平、较 2019 年度增长 100%两种情形进行测算，测算结果如下：

项目		2019 年	募集资金到位当年（2020 年）	
			净利润与 2019 年持平	净利润较 2019 年增长 100%
归属于母公司股东的净利润	净利润（万元）	11,924.95	11,924.95	23,849.91
	基本每股收益（元）	2.91	2.83	5.65
	稀释每股收益（元）	2.91	2.83	5.65
扣除非经常性损益后归属于母公司的净利润	净利润（万元）	11,122.87	11,122.87	22,245.75
	基本每股收益（元）	2.72	2.64	5.27
	稀释每股收益（元）	2.72	2.64	5.27

注：假设募集资金到位时间预计为 2020 年 12 月，募集资金到位当年每股收益计算公式中的股数由加权平均得到。

公司对前述数据的假设测算并非公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任，盈利情况最终以会计师事务所审计金额为准。

公司首次公开发行股票后，随着募集资金的到位，公司总股本及净资产规模将随之大幅增长。但由于公司募集资金投入项目建设及投产需要一定时间，公司每股收益及净资产收益率等指标将在短期内出现一定程度的下降，公司投资者即期回报将被摊薄。

（二）董事会选择本次融资的必要性和合理性

1、本次融资能够为公司打造具有影响力的、全球化的点众快看数字阅读服务生态系统提供资本支持

公司的业务发展战略目标：通过科技文化融合战略，以科技手段发展文化产业；通过精品内容战略，创作、引入和传播更多的优秀作品；通过 IP 深度运营战略，拓展版权运营业务宽度；通过海外发展战略，拓展海外数字阅读市场；通过人才战略，保障业务持续发展。进而，实现互联网数字阅读服务、版权运营、增值服务三大业务板块的既独立发展，又相互促进的良好态势，共同支撑公司业务持续稳定发展，形成具有影响力的、全球化的点众快看数字阅读服务生态系统。

为了实现公司的战略发展目标，公司需要以点众快看阅读平台为基础做大做强互联网数字阅读服务，持续扩大国内用户规模及市场占有率，并开拓海外市场。同时，公司需要持续加大产品和技术的投入，不断创新，深挖并满足用户的需求。此外，根据公司运营经验，优质用户普遍对内容质量具备较强的敏感性，公司需要加大头部优质内容的创作以及优质作品的运营，利用优质内容的口碑传播带来优质用户规模的增长。

通过本次融资，公司可以进一步进行内容资源库扩充，为点众科技的用户提供更加丰富的优质内容资源。同时，公司还可以进一步提升公司 IT 系统的服务能力、提升公司的数据存储分析能力，为更好、更安全、更快速的给用户提供最优质的服务打下坚实的基础。公司将通过技术提升不断完善产品的用户体验，加强数据分析系统的建设，完善推荐引擎，实现内容与用户的精准匹配。

2、本次融资有利于强化公司核心竞争力，进一步提升公司的经营规模和盈利能力

公司本次募集资金投资项目为阅读技术平台升级优化项目、内容资源库升级项目和补充流动资金，从技术、内容方面强化公司的核心竞争力，上述募集资金投资项目经过充分论证，具备实施的必要性和可行性，发展前景良好，具体情况请参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“二、募集资金投资项目具体情况”。

（三）募集资金投资项目与现有业务的关系及发行人储备情况

1、本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系

公司本次募集资金投资项目包括阅读技术平台升级优化项目、内容资源库升级项目和补充流动资金。

（1）阅读技术平台升级优化项目

本项目建设主要内容是通过智能化推荐系统提升用户的留存率和付费转化率。基于自主研发的个性化推荐系统，公司可根据用户的基本数据（访问地、归属地、终端型号等）、访问行为数据（阅读章节、付费情况等）以及推荐内容的属性，实现阅读内容的个性化及智能化推荐；同时运营人员可通过推荐引擎分析客户流失的节点和原因，在可能流失的环节采取针对性措施，从而提高用户留存率及用户付费转化率。除此之外，建设内容还包括对 3D 仿真翻页、图文混排等功能的持续优化，以及对服务器稳定性及应用系统安全性的优化。

公司技术平台升级是顺应数字出版行业变革阶段的必然要求，通过对大数据精准营销平台进行升级，优化公司的大数据服务系统，改善用户阅读体验，提高内容推荐与用户的匹配精准度；公司成立以来，凭借先进的技术优势、优质的服务水平以及对正版网络文学作品和精品文学作品的坚持，在全国范围内积累了大量的用户资源。通过对用户资源、渠道资源以及内容资源的优化整合，报告期内，公司营业收入增幅明显。

业务的扩充与升级拓展对公司现有的 IT 系统提出了更高的要求。公司成立以来一直把模块化功能之间的协同能力作为重点投入方向，其能力强弱直接影响到用户的应用体验和数据安全，各个模块的能力升级也将影响对新媒体内容形式的支撑效果，通过本项目的实施，公司将在打通原有子系统间协同功能的基础上，强化系统的可扩展性、支撑功能，同时对整体架构进行科学化的调整优化，增强系统可靠性、安全性、支撑性，满足公司未来各种应用的建设需求。

（2）内容资源库升级项目

本项目建设将实现内容资源库升级。一方面逐步增加数字内容采购，丰富现

有内容库资源，继续提升公司在数字内容采购方面的主动性，加强头部内容吸引力以及增加高黏性内容，保持公司在优质内容方面的竞争优势。另一方面加深与作者的合作与互动，逐步完善点众快看阅读平台产品，发掘内容的多渠道变现能力，在作者签约与版权交易方面逐步做强。本项目的建设将显著增强公司数字内容的数量与质量，促使用户黏性增强，有利于提升公司业务的盈利能力。

公司自成立以来一直坚持购买、引入正版版权，并在企业内部建立了一套完善的版权管理制度。通过整合作者资源及扩大向其他内容提供商的数字内容采购，公司数字内容储备不断丰富，目前已拥有优质数字内容逾 19 万册。同时，在拥有大量正版优质资源的基础上积极建设点众快看阅读平台，为用户提供个性化阅读服务。内容资源库升级项目的推进对公司保持市场竞争力和行业地位具有重要意义。

（3）补充流动资金

公司拟用本次公开发行股票募集资金中的 20,000.00 万元补充流动资金。

报告期内公司营业收入从 2017 年的 32,164.45 万元增长到 2019 年的 92,333.81 万元，年复合增长率为 69.43%，2020 年上半年实现收入 85,786.09 万元；归属母公司股东的净利润从 2017 年的 6,565.56 万元增长到 2019 年的 11,924.95 万元，年复合增长率为 34.77%，2020 年上半年实现归属母公司股东的净利润 13,436.55 万元。未来随着公司经营规模的进一步扩大，将需要更多的资金满足运营需求，同时，公司的品牌推广、与内容提供商的合作都需要投入大量资金。因此，公司的业务发展需要流动资金作为保障。

本次以募集资金 20,000.00 万元补充流动资金，一方面有效的缓解公司日益增加的资金压力，提高公司抗风险能力；另一方面提升公司经营灵活性，充分落实公司未来发展战略，提升公司盈利能力和可持续发展能力。

2、发行人从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面的储备情况

公司本次募集资金投资项目包括阅读技术平台升级优化项目、内容资源库升级项目和补充流动资金，募投项目均是围绕公司主营业务发展需求而设置，与公司主营业务密切相关，公司在人员、技术、市场等方面储备充分。

公司在发展过程中注重产品研发、内容编辑、系统管理等人才队伍的培养与储备。公司搭建了公开、公平内部人才选拔机制，辅以合理的股权激励，研发技术骨干与中高层管理人员均以公司内部自主培养为主，以此保障了公司管理团队的连续性，提高了人才队伍的稳定性。公司有完备和成熟的人员培训体系，采取专业培训与岗位培训相结合的方式进行。

公司自成立以来，一直致力于通过技术创新为用户提供优质高效的数字阅读服务和健康良好的数字阅读体验。截至目前，公司经过多年的技术积累和持续的研发投入，已经积累并掌握了先进的核心技术。目前公司已经构建起了纵向贯穿数字内容生产、加工、运营、发布、使用等数字阅读全业务流程，横向覆盖手机、手持终端、互联网等全媒体数字阅读业务的完整技术体系。同时，公司根据多年在数字阅读领域的研发经验，系统的总结并设计了一套技术研发流程，培养形成了一支掌握数字阅读专业技术知识的研发团队。

公司移动阅读 APP“快看小说”在 2014 年 1 月上线运营，快看阅读 H5 网站在 2016 年 6 月上线运营，产品上线后用户规模增长速度显著。在我国庞大的用户背景下，国内数字阅读市场远未达到饱和，仍存在巨大的发展空间。公司本次通过募投项目的实施将进一步为用户提供优质的产品用户体验，提升公司的盈利能力和竞争力。

（四）发行后填补回报具体措施

本次首次发行可能导致投资者的即期回报被摊薄，考虑上述情况，公司将采取多种措施以提升公司的经营业绩，增强公司的持续回报能力，采取的具体措施如下：

1、加强市场营销力度，保持公司营业收入持续增长

公司将在现有基础上完善并扩大经营业务布局，致力于为更多用户提供可靠的产品。公司将不断改进和完善产品体系，优化推广渠道，扩大销售渠道的覆盖面，完善公司的战略布局。通过上述措施以保持公司的市场竞争地位，为公司营业收入持续增长奠定基础。

2、保证募集资金有效使用，稳妥地实施募集资金投资项目

公司根据《公司法》、《证券法》、《上市公司监管指引第 2 号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》（证监会公告[2012]44 号）等相关规定，并结合自身实际情况，制定了《募集资金管理制度》，以规范募集资金的管理和使用。

本次发行募集资金到账后，公司董事会将开设募集资金专项账户，对募集资金进行专项存储；严格遵守《募集资金管理制度》的相关规定，在进行募集资金项目投资时，资金支出严格依据相关规定；定期披露募集资金使用情况，保证募集资金使用合规。

募集资金到位后，公司将按照募集资金使用计划投资募投项目，同时加强公司的运营管理，使募集资金投资项目能尽快产生效益。

3、加大研发投入和技术创新

强大的技术研发能力是公司实现业务创新的重要保障，公司将围绕移动阅读核心技术持续增加研发投入，不断增强运营系统的稳定性，完善数字内容建设，保持并提升公司在互联网数字阅读行业的地位。

4、强化投资者回报机制

公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，对上市后适用的《公司章程（草案）》进行修改，就利润分配政策研究论证程序、决策机制、利润分配形式、现金方式分红的具体条件和比例、发放股票股利的具体条件、利润分配的期间间隔、应履行的审议程序及信息披露等事宜进行详细规定，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

（五）发行人实际控制人、董事、高级管理人员对切实履行填补回报措施的承诺

1、公司控股股东、实际控制人对点众科技填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

①承诺不越权干预点众科技经营管理活动，不侵占点众科技利益；

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点众科技利益；

③将严格自律并积极使公司采取实际有效措施，对公司董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束；

④承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动；

⑤承诺积极促使由公司董事会或薪酬委员会制定、修改的薪酬制度与上述公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

⑥承诺积极促使公司未来制定、修改的股权激励的行权条件（如有）与上述公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

⑦承诺根据未来中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使上述公司填补回报措施能够得到有效的实施；

⑧承诺切实履行本人所作出的上述承诺事项，确保点众科技填补回报措施能够得到切实履行。若本人违反该等承诺或拒不履行承诺，本人自愿接受中国证监会、深圳证券交易所等证券监管机构依法作出的监管措施；若违反该等承诺并给点众科技或者股东造成损失的，本人愿意依法承担补偿责任。

2、董事、高级管理人员为维护点众科技和全体股东的合法权益，现根据相关监管要求，就填补回报措施事宜，特承诺如下：

①承诺不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

②承诺将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将严格自律并积极使公司采取实际有效措施，对公司董事和高级管理人员的职务消费行为进行约束。

④承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

⑤承诺积极促使由公司董事会或薪酬委员会制定、修改的薪酬制度与上述公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

⑥承诺积极促使公司未来制定、修改的股权激励的行权条件（如有）与上述公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

⑦承诺根据未来中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，使上述公司填补回报措施能够得到有效的实施。

⑧如本人未能履行上述承诺，本人将积极采取措施，使上述承诺能够重新得到履行并使上述公司填补回报措施能够得到有效的实施，并在中国证监会指定网站上公开说明未能履行上述承诺的具体原因，并向股东及公众投资者道歉。

六、与投资者保护相关的承诺

（一）本次发行前股东所持股份锁定、减持及延长锁定期的承诺

公司控股股东、实际控制人陈瑞卿、何春虹承诺：本人直接或间接持有的发行人股份自发行人首次公开发行股票并在创业板上市之日起 36 个月内不转让或者委托他人管理，也不由发行人回购本人持有的股份。

公司控股股东、实际控制人陈瑞卿、何春虹承诺：在担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份；若本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期和任期届满后 6 个月内，每年转让的股份不超过所持有发行人股份总数的 25%。如果中国证监会、深圳证券交易所等监管部门对上市公司董事、监事或高级管理人员转让公司股票的限制性规定发生变更，将按照变更后的规定履行股份锁定义务。

担任公司董事、监事、高级管理人员的胡志华、胡泽新、杜艳超、李忠忠、梁宝亮、林雪、郑良坤承诺：自发行人股票上市之日起 12 个月内不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人股份，也不由发行人回购该部分股份；前述锁定期满后，在担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人所持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，不转让本人持有的发行人股份；若本人在任期届满前离职的，在就任时确定的任期和任期届满后 6

个月内，每年转让的股份不超过所持有发行人股份总数的25%。如果中国证监会、深圳证券交易所等监管部门对上市公司董事、监事或高级管理人员转让公司股票的限制性规定发生变更，将按照变更后的规定履行股份锁定义务。

公司股东万卷书城、伯乐锐金、万汇金荣、伯乐弘信、中泰纵横、万汇柏乾、三和源投资承诺：自发行人股票上市之日起12个月内，本单位不转让或者委托他人管理本单位直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购本单位直接或间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

公司控股股东、实际控制人陈瑞卿、何春虹，担任公司董事、监事、高级管理人员的胡志华、胡泽新、杜艳超、李忠忠、梁宝亮、林雪、郑良坤进一步承诺：所持发行人股份在锁定期满后2年内减持的，减持价格不低于发行价；发行人上市后6个月内如发行人股票连续20个交易日的收盘价均低于发行价（如果发行人上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同），或者上市后6个月期末收盘价低于发行价，本人持有发行人股票的锁定期限自动延长6个月。上述股份锁定、减持价格承诺不因其职务变更、离职等原因而终止。

（二）持股5%以上股东持股意向及减持意向的承诺

公司控股股东、实际控制人陈瑞卿、何春虹承诺：本人对所持公司首次公开发行股票前已发行的股份在锁定期满后2年内减持的，本人在锁定期满后第一年内和第二年内，减持公司股票数量分别不超过上一年末所持有公司股票总数的25%和25%，减持价格不低于发行价（若公司在上市后至本人减持期间发生除息、除权行为，本人减持公司股份的数量和减持价格下限将作相应调整）。减持后本人所持公司股份数量仍能保持本人对公司的控股地位，且在职务变更、离职等情形下，本人仍将履行本承诺。

持股5%以上的非自然人股东万卷书城、伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横承诺：本单位对所持公司首次公开发行股票前已发行的股份在锁定期满后2年内减持的，在锁定期满后第一年内和第二年内，本单位减持的公司股票数量分别不超过上一年末所持有的公司股票总数的50%和100%，减持公司股票的价格在满足本单位已作出的各项承诺的前提下根据当时的市场价格而定。

持股 5%以上的自然人股东胡志华承诺：本人对所持公司首次公开发行股票前已发行的股份在锁定期满后 2 年内减持的，在锁定期满后第一年内和第二年内，本人减持公司股票数量分别不超过上一年末所持有公司股票总数的 25%和25%，减持公司股票的价格在满足本人已作出的各项承诺的前提下根据当时的市场价格而定。

（三）公司稳定股价预案

公司上市后 3 年内，如公司股票收盘价格（如发生除息、除权行为，股票收盘价格将做相应调整，下同）连续 20 个交易日低于最近一期经审计的每股净资产（以下称“启动条件”），公司实际控制人陈瑞卿、何春虹，公司董事胡志华、李湘，以及高级管理人员胡泽新、费立国承诺按照本方案启动股价稳定措施。

股价稳定措施的实施顺序：

如启动条件被触发，各方将按照如下实施顺序启动股价稳定措施：

1、在符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》等相关法律、法规、规范性文件规定，不导致公司股权分布不符合上市条件，且经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二及以上同意实施股份回购的前提下，由公司依据本承诺函回购公司股份。

2、在符合《中华人民共和国证券法》、《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规、规范性文件规定，且不会导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，发生下述任一情形，由公司实际控制人陈瑞卿、何春虹依据本承诺函增持公司股份：

（1）公司无法实施股份回购。

（2）股份回购未获得股东大会批准。

（3）已经股东大会批准的股份回购方案未实施。

（4）公司股份回购实施完毕后仍未使得公司股票收盘价格连续 3 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产。

3、在符合《中华人民共和国证券法》、《上市公司收购管理办法》等相关

法律、法规、规范性文件规定，且不会导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，发生下述任一情形，由除陈瑞卿、何春虹以外的董事（独立董事除外）和高级管理人员依据本承诺函增持公司股份：

（1）控股股东、实际控制人无法实施增持。

（2）控股股东、实际控制人已承诺的增持计划未实施。

（3）控股股东、实际控制人的增持计划实施完毕后仍未使得公司股票收盘价格连续 3 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产。

公司承诺：在每一个自然年度，公司需强制启动上述股价稳定措施的义务仅限一次；如公司在上市后 3 年内新聘任董事和高级管理人员的，公司将确保该等人员按照本承诺函的内容出具股价稳定措施的承诺。

持有公司股权和/或担任公司董事的承诺函签署主体承诺：在持有公司股权和/或担任公司董事期间，如启动条件触发，将通过在董事会和/或股东大会投赞同票的方式促使相关各方履行已作出的承诺。

股价稳定措施的具体操作：

1、股价稳定措施之公司回购股份的具体操作

在符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》等相关法律、法规、规范性文件规定且不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，公司将在启动条件被触发之日起的 10 日内由公司董事会做出实施回购股份或不实施回购股份的决议，并在决议作出后的 2 个交易日内公告回购股份的预案（应包括拟回购的数量范围、价格区间、完成时间等信息）或不回购股份的合理理由。

公司将在董事会决议作出之日起的 30 日内将同意或不同意股份回购的预案提交股东大会审议。经出席股东大会股东所持表决权的三分之二及以上同意实施回购的，公司将依法履行公告、备案、通知债权人等法定程序，实施股份回购。

本公司承诺：

（1）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。

（2）公司单次用于回购股份的资金不得低于人民币 500 万元。

（3）公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%；如上述第（2）项与本项冲突的，按照本项执行。

上述回购将在履行完毕法律、法规规定的程序后 6 个月内实施完毕。若公司董事会公告回购股份预案后至回购实施完毕前，公司股票收盘价格连续 3 个交易日超过最近一期经审计的每股净资产，则可终止实施回购计划。

2、股价稳定措施之实际控制人增持股份的具体操作

在符合《中华人民共和国证券法》、《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规、规范性文件规定且不会导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，实际控制人陈瑞卿、何春虹将在本承诺函规定的、需由其增持股份的情形触发之日起 30 日内，就增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告，并在增持公告作出之日起的下一个交易日启动增持。

公司控股股东、实际控制人陈瑞卿、何春虹承诺 ：

（1）将通过自有资金履行增持义务。

（2）用于增持公司股份的货币资金不少于上一年度两人合计从公司取得的薪酬和现金分红总和（税后，下同）的 30%。

（3）单次及/或连续 12 个月两人合计增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%；如上述第（2）项与本项冲突的，按照本项执行。

上述增持将在履行完毕法律、法规规定的程序后的 6 个月内实施完毕，但实施完毕前公司股票收盘价连续 3 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产，则可终止实施增持计划。

3、股价稳定措施之除陈瑞卿、何春虹外的董事（独立董事除外）和高级管理人员增持股份的具体操作

在符合《中华人民共和国证券法》、《上市公司收购管理办法》等相关法律、法规、规范性文件规定且不会导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，除陈

瑞卿、何春虹外的董事（独立董事除外）和高级管理人员将在本承诺函规定的需由其增持股份的情形触发之日起 30 日内，就增持公司股票的具体计划（应包括拟增持的数量范围、价格区间、完成时间等信息）书面通知公司并由公司进行公告，并在增持公告作出之日起的下一个交易日启动增持。

除陈瑞卿、何春虹外的董事（独立董事除外）和高级管理人员承诺：

（1）将通过自有资金履行增持义务。

（2）用于增持公司股份的货币资金不少于其各自上一年度从公司取得的薪酬和现金分红总和的 30%。

上述增持将在履行完毕法律、法规规定的程序后的 90 日内实施完毕，但实施完毕前公司股票收盘价连续 3 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产，则可终止实施增持计划。

股价稳定措施未实施的约束机制：

1、如公司出现已经股东大会批准的股份回购方案未实施的情形的，应在中国证券监督管理委员会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉，同时按照有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的责任。

2、如实际控制人陈瑞卿、何春虹未履行本承诺函所述义务的，应在中国证券监督管理委员会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉，同时公司有权责令陈瑞卿、何春虹在限期内履行增持义务，仍不履行的，每违反一次，应向公司按如下公式支付现金补偿：其最低增持金额-实际增持股票金额（如有）；陈瑞卿、何春虹若未支付现金补偿的，公司有权扣减应向陈瑞卿、何春虹支付的现金分红、薪酬，以作为前述现金补偿归公司所有。多次违反规定的，现金补偿金额累计计算。

3、如除陈瑞卿、何春虹外的董事（独立董事除外）和高级管理人员未履行本承诺函所述增持义务的，应在中国证券监督管理委员会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉，同时公司有权责令其在限期内履行增持义务，仍不履行的，每违反一次，应向公司按如下公式支付现金补偿：其各自的最低增持金额-实际增持股票金额（如有）；若未支付现金补偿的，公司有权扣

减应向其支付的现金分红、薪酬，以作为前述现金补偿归公司所有。连续两次以上违反规定的，除现金补偿金额需累计计算外，公司有权在履行相应的法定程序后解聘相关董事、高级管理人员。

本承诺函为不可撤销承诺，自作出之日起即对本公司/本人具有法律约束力。本公司/本人将积极采取合法措施履行本承诺函的全部内容，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，如有违反，将按照本承诺函的规定承担相应法律责任。

（四）对欺诈发行上市的股份买回承诺

1、发行人承诺

发行人承诺如下：

“（1）保证公司本次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市，不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如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，公司将在中国证监会等有权部门确认后五个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。”

2、控股股东、实际控制人承诺

发行人公司控股股东、实际控制人陈瑞卿、何春虹承诺如下：

（1）保证公司本次公开发行股票并在深圳证券交易所创业板上市，不存在任何欺诈发行的情形。

（2）如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，本人将在中国证监会等有权部门确认后五个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。”

（五）填补摊薄即期回报的措施及承诺

具体参见本节“五、本次发行摊薄即期回报分析及填补措施”。

（六）利润分配政策的承诺

具体参见本节“二、发行人的股利分配政策”。

（七）依法承担赔偿或赔偿责任的承诺

1、发行人承诺

（1）本公司招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

（2）本公司投资者缴纳股票申购款后且股票尚未上市交易前，如有权监管部门作出行政处罚或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决认定本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断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，在中国证监会等有权机关认定有关违法事实后 30 天内，对于本公司首次公开发行的全部新股，本公司将按照投资者所缴纳股票申购款加算该期间内银行同期存款利息，对已缴纳股票申购款的投资者进行退款。

（3）本公司首次公开发行的股票上市交易后，如有权监管部门作出行政处罚或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决认定本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断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，本公司将在中国证监会认定有关违法事实后 30 天内依法启动回购首次公开发行的全部新股的程序，回购价格不低于届时本公司股票二级市场价格。

（4）如有权监管部门作出行政处罚或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决认定本公司招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。本公司将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，通过设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

（5）如本公司未履行上述承诺，应在中国证券监督管理委员会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉，同时按照有关法律、法规的规定及监管部门的要求承担相应的法律责任。

（6）本承诺自作出之日起即对本公司具有法律约束力。本公司将积极采取合法措施履行本承诺函的全部内容，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，并依法承担相应责任。

2、控股股东、实际控制人陈瑞卿、何春虹承诺

（1）发行人招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（2）如有权监管部门作出行政处罚或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决认定发行人招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。本人将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

（3）如本人未履行上述承诺，本人将在中国证券监督管理委员会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉。本人同意发行人自本人违反承诺之日起有权扣留应向本人发放的现金红利、工资、奖金和津贴等，以用于执行未履行的承诺，直至本人履行上述承诺或支付应由本人承担的投资者损失为止。本人未履行上述承诺期间，本人所持发行人全部股份不得转让。

（4）本承诺自作出之日起即对本人具有法律约束力，不因本人在公司的职务变更、离职等原因而放弃履行。本人将积极采取合法措施履行本承诺函的全部内容，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，如有违反，本人将按照本承诺的规定承担相应的法律责任。

3、董事、监事、高级管理人员承诺

（1）发行人招股说明书及首次公开发行股票并在创业板上市相关申请文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（2）如有权监管部门作出行政处罚或有管辖权的人民法院依照法律程序作出的有效司法裁决认定发行人首次公开发行股票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，本人将依法与公司承担连带赔偿责任。本人将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者沟通赔偿，积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

（3）如本人未履行上述承诺，本人将在中国证券监督管理委员会指定的信息披露平台上公开说明未履行承诺的原因并公开道歉。本人同意发行人自本人违反承诺之日起有权扣留应向本人发放的现金红利、工资、奖金和津贴等，以用于执行未履行的承诺，直至本人履行上述承诺或支付应由本人承担的投资者损失为止。本人未履行上述承诺期间，本人所持公司全部股份（如有）不得转让。

（4）本承诺自作出之日起即对本人具有法律约束力，不因本人在公司的职务变更、离职等原因而放弃履行。本人将积极采取合法措施履行本承诺函的全部内容，自愿接受监管机关、社会公众及投资者的监督，如有违反，本人将按照本承诺的规定承担相应的法律责任。

4、中介机构承诺

（1）保荐机构承诺

华泰联合证券有限责任公司承诺：

①华泰联合证券严格履行法定职责，遵守业务规则和行业规范，对发行人的申请文件和信息披露资料进行审慎核查，督导发行人规范运行，对其他中介机构出具的专业意见进行核查，对发行人是否具备持续盈利能力、是否符合法定发行条件做出专业判断，确保发行人的申请文件和招股说明书等信息披露资料真实、准确、完整。

②华泰联合证券为发行人本次发行制作、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，本公司将先行赔偿投资者损失。

③如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，华泰联合证券将承担相应的法律责任。

④本承诺书自本公司盖章之日起即行生效且不可撤销。

（2）发行人律师承诺

国浩律师（北京）事务所承诺：如本所律师在本次发行工作期间未勤勉尽责，导致本所法律文件对重大事件作出违背事实真相的虚假记载、误导性陈述，或在披露信息时发生重大遗漏，且导致发行人不符合法律规定的发行条件，造成投资者直接经济损失的，在该等事实和损失被有管辖权的司法机关终审裁定、判决后，本所将在相关裁决、判决生效之日起，启动赔偿投资者损失的相关工作，主动履行生效裁决、判决所确定应由本所承担的赔偿责任和义务。

（3）审计机构、验资机构及验资复核机构承诺

大华会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：因本所为北京点众科技股份有限公司首次公开发行制作、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，将依法按照相关监管机构或司法机关认定的金额赔偿投资者损失，如能证明无过错的除外。

（4）评估机构承诺

中瑞世联资产评估集团有限公司承诺：

①本公司严格履行法定职责，遵照本行业的业务标准和执业规范，对发行人的相关业务资料进行核查验证，确保所出具的相关专业文件真实、准确、完整。

②本公司为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，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损失。

③如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本公司将承担相应的法律责任。

④本承诺书自本公司盖章之日起即行生效且不可撤销。

（5）验资机构承诺

中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

①本机构严格履行法定职责，遵守本行业的业务标准和执业规范，对发行人

的相关业务资料进行核查验证，确保所出具的相关专业文件真实、准确、完整。

②本机构为发行人本次发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本机构将依法赔偿投资者损失。

③如以上承诺事项被证明不真实或未被遵守，本机构将承担相应的法律责任。

③ 本承诺书自本机构盖章之日起即行生效且不可撤销。

（八）有关消除或避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人陈瑞卿、何春虹为避免与点众科技发生同业竞争，承诺如下：

1、截至本承诺函出具之日，除点众科技及其下属企业外，本人及本人的近亲属均未直接或间接投资于其他与点众科技存在同业竞争关系的公司、企业或其他经济实体，未直接或间接经营与点众科技相同或类似的业务，或在与点众科技经营相同或类似业务的企业担任董事和高级管理人员职务。

2、自本承诺函出具日始，除点众科技及其下属企业外，本人保证本人及本人的近亲属不会开展其他与点众科技及其下属企业生产、经营有相同或类似的业务，今后不会新设或收购与点众科技及其下属企业从事相同或类似业务的公司、企业或其他经济实体，不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与点众科技及其下属企业业务直接或可能竞争的业务、企业、项目或其他任何活动，以避免对点众科技及其下属企业的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

3、本人不会利用对点众科技的控制关系或其他关系进行可能损害点众科技及其股东合法权益的经营活动。

4、无论由本人自身研究开发的、或从国外引进、或与他人合作开发的与点众科技生产、经营有关的新技术、新产品，点众科技均有优先受让、使用的权利。

5、本人若拟出售与点众科技生产、经营相关的任何其他资产、业务或权益，

点众科技均有优先购买的权利；且本人承诺在出售或转让有关资产或业务时给予点众科技的条件不逊于任何独立第三方提供的条件。

6、若发生上述第 4、5 项所述情况，本人承诺将尽快将有关新技术、新产品、拟出售或转让的资产或业务的情况以书面形式通知点众科技，并尽快提供点众科技合理要求的资料。点众科技可在接到通知后 30 日内决定是否行使有关优先购买或使用权。

7、自本承诺函出具日始，点众科技若进一步拓展其产品和业务范围，除点众科技及其附属公司外，本人保证将不从事或投资与点众科技拓展后的产品和业务相竞争的业务；若出现可能与点众科技拓展后的产品或业务产生竞争的情形，本人保证将按照包括但不限于以下方式退出与点众科技的竞争：1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；3）将相竞争的业务纳入到点众科技来经营；4）其他对维护点众科技权益有利的方式。

8、本人确认本承诺将适用于本人在未来控制（包括直接控制和间接控制）的除点众科技及附属企业以外的其他公司、企业及其他经济实体。

9、本人确认，本承诺旨在保障点众科技全体股东之权益而作；本承诺所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。如违反上述任何一项承诺，本人愿意承担由此给点众科技及其他股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

10、本承诺函自签署之日起生效，本承诺函所载各项承诺在本人作为点众科技股东期间及自本人不再为点众科技股东之日起 3 年内持续有效且不可变更或撤销。

（九）规范和减少关联交易的承诺

1、控股股东及实际控制人陈瑞卿、何春虹承诺：

本人系点众科技控股股东、实际控制人、董事，就今后与点众科技可能发生的关联交易，特别承诺如下：

（1）本人将善意履行作为点众科技控股股东、实际控制人、董事的义务，不利用控股股东、实际控制人、董事地位，就点众科技与本人相关的任何关联交易采取任何行动，故意促使点众科技作出侵犯其他股东合法权益的决定。如果点众科技必须与本人发生任何关联交易，则本人承诺将促使上述交易按照公平合理和正常商业交易的条件进行。本人将不会要求或接受点众科技给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

（2）本人如在今后的经营活动中与点众科技之间发生无法避免的关联交易，则此种交易必须按正常的商业条件进行，并且严格按照国家有关法律、法规、公司章程的规定履行有关程序，保证不要求或接受点众科技在任何一项交易中给予本人优于给予任何其他独立第三方的条件。

（3）本人将严格和善意地履行与点众科技签订的各种关联交易协议。本人承诺将不会向点众科技谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

（4）本人确认，本承诺函旨在保障点众科技全体股东之权益而作出；本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。如违反上述任何一项承诺，本人愿意承担由此给点众科技及其股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

（5）本承诺函自签署之日起生效，本承诺函所载上述各项承诺在本人作为点众科技控股股东、实际控制人、董事期间及自本人不再为点众科技控股股东、实际控制人、董事之日起 3 年内持续有效且不可变更或撤销。

2、其他持股 5%以上股东胡志华、万卷书城、伯乐锐金、伯乐弘信、中泰纵横承诺：

本人/单位作为点众科技持股 5%以上的股东，就今后与点众科技可能发生的关联交易，特别承诺如下：

（1）本人/单位将善意履行作为点众科技股东的义务，不利用股东的地位，就点众科技与本人/单位相关的任何关联交易采取任何行动，故意促使点众科技作出侵犯其他股东合法权益的决定。如果点众科技必须与本人/单位发生任何关

联交易，则本人/单位承诺将促使上述交易按照公平合理和正常商业交易的条件进行。本人/单位将不会要求或接受点众科技给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

（2）本人/单位如在今后的经营活动中与点众科技之间发生无法避免的关联交易，则此种交易必须按正常的商业条件进行，并且严格按照国家有关法律、法规、公司章程的规定履行有关程序，保证不要求或接受点众科技在任何一项交易中给予本人/单位优于给予任何其他独立第三方的条件。

（3）本人/单位将严格和善意地履行与点众科技签订的各种关联交易协议。本人/单位承诺将不会向点众科技谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

（4）本人/单位确认，本承诺函旨在保障点众科技全体股东之权益而作出；本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。如违反上述任何一项承诺，本人/单位愿意承担由此给点众科技及其股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

（5）本承诺函自签署之日起生效，本承诺函所载上述各项承诺在本人/单位作为点众科技持股 5%以上的股东期间及自本人/单位不再为点众科技持股 5%以上的股东之日起 3 年内持续有效且不可变更或撤销。

3、董事、监事及高级管理人员陈瑞卿、何春虹、胡志华、李湘、宋建武、张一弛、范志伟、林雪、郑良坤、梁宝亮、李忠忠、杜艳超、胡泽新、费立国承诺：

本人作为点众科技董事、监事、高级管理人员，就今后与点众科技可能发生的关联交易，特别承诺如下：

（1）本人将善意履行作为点众科技董事、监事、高级管理人员的义务，不利用董事、监事、高级管理人员的地位，就点众科技与本人相关的任何关联交易采取任何行动，故意促使点众科技作出侵犯其他股东合法权益的决定。如果点众科技必须与本人发生任何关联交易，则本人承诺将促使上述交易按照公平合理和

正常商业交易的条件进行。本人将不会要求或接受点众科技给予比在任何一项市场公平交易中第三者更优惠的条件。

（2）本人如在今后的经营活动中与点众科技之间发生无法避免的关联交易，则此种交易必须按正常的商业条件进行，并且严格按照国家有关法律、法规、公司章程的规定履行有关程序，保证不要求或接受点众科技在任何一项交易中给予本人优于给予任何其他独立第三方的条件。

（3）本人将严格和善意地履行与点众科技签订的各种关联交易协议。本人承诺将不会向点众科技谋求任何超出上述协议规定以外的利益或收益。

（4）本人确认，本承诺函旨在保障点众科技全体股东之权益而作出；本承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺；任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。如违反上述任何一项承诺，本人愿意承担由此给点众科技及其股东造成的直接或间接经济损失、索赔责任及与此相关的费用支出。

（5）本承诺函自签署之日起生效，本承诺函所载上述各项承诺在本人作为点众科技董事、监事、高级管理人员期间及自本人不再为点众科技董事、监事、高级管理人员之日起 3 年内持续有效且不可变更或撤销。

（十）发行人、主要股东、董事、监事、高级管理人员等责任主体未能履行承诺时的约束措施

1、发行人未履行公开承诺的约束措施

如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）自本公司完全消除其未履行相关承诺事项所有不利影响之日起 12 个月的期间内，本公司将不得发行证券，包括但不限于股票、公司债券、可转换公司

债券及证券监督管理部门认可的其他品种等。

（3）给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。

2、控股股东、实际控制人未履行公开承诺的约束措施

如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）不得转让公司股份。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

（3）暂不领取公司分配利润中归属本人的部分。

（4）可以变更职务但不得主动要求离职。

（5）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的 5 个工作日内将所获收益支付给公司指定账户。

（6）给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

（7）公司未履行公开募集及上市文件的公开承诺事项，给投资者造成损失的，本人依法承担连带赔偿责任。

如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。

3、董事（独立董事除外）未履行承诺的约束措施

如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）不转让本人所持公司股份（如有）。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

（3）暂不领取公司分配利润中归属本人的部分（如有）。

（4）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的 5 个工作日内将所获收益支付给公司指定账户。

（5）本人未履行公开募集及上市文件的公开承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

（6）公司未履行公开募集及上市文件的公开承诺事项，给投资者造成损失的，本人依法承担连带赔偿责任。

如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。

4、公司高级管理人员未履行承诺的约束措施

如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）不得转让公司股份（如有）。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

（3）暂不领取公司分配利润中归属本人的部分（如有）。

（4）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的 5 个工作日内将所获收益支付给公司指定账户。

（5）本人未履行公开募集及上市文件的公开承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

（6）公司未履行公开募集及上市文件的公开承诺事项，给投资者造成损失的，本人依法承担连带赔偿责任。

如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。

5、公司独立董事未履行公开承诺的约束措施

如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并

在获得收益的 5 个工作日内将所获收益支付给公司指定账户。

（3）本人未履行公开募集及上市文件的公开承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

（4）公司未履行公开募集及上市文件的公开承诺事项，给投资者造成损失的，本人依法承担连带赔偿责任。

如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。

6、公司监事未履行承诺的约束措施

如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）不得转让公司股份（如有）。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

（3）暂不领取公司分配利润中归属本人的部分（如有）。

（4）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的 5 个工作日内将所获收益支付给公司指定账户。

（5）本人未履行公开募集及上市文件的公开承诺事项，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

（6）公司未履行公开募集及上市文件的公开承诺事项，给投资者造成损失的，本人依法承担连带赔偿责任。

如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。

（2）尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

截至本招股说明书签署日，公司及控股子公司对外签署的对公司经营产生重大影响的合同情况如下：

（一）与营业收入有关的合同

截至本招股说明书签署日，公司及控股子公司主要与充值渠道或客户签订了如下正在履行的重大收入合同：

序号	交易对方	合同主体	合同名称	合同内容	合同金额	合同期限
1	财付通支付科技有限公司	发行人、中企瑞铭、点众快看、每日趣阅、阅见天下	《微信支付服务协议》	交易对方为发行人提供公众账号支付、APP 支付、Web 扫码支付、被扫支付、H5 支付等支付结算服务	框架协议	网签协议，无固定期限
2	支付宝（中国）网络技术有限公司	发行人、中企瑞铭、每日趣阅	《支付宝服务协议》	交易对方为发行人提供支付宝资金收付服务，并为发行人提供网上交易信息查询功能及支付宝账户信息管理和信息查询服务	框架协议	网签协议，无固定期限
3	北京快乐农夫科技有限公司	点众快看	《运营支撑合作协议》	点众快看为深度合作伙伴提供数字内容、技术支撑和运营支撑服务，并收取服务费	框架协议	2019.7.1-2021.6.30
4	湖北今日头条科技有限公司	每日趣阅	《网络联盟推广合作协议》	交易对方委托每日趣阅进行信息推广服务，双方按照约定比例分配推广收益	框架协议	2020.1.1-2021.12.31
5	华为软件技术有限公司	发行人	《华为阅读新客户端合作协议》及补充协议	交易对方通过其产品和宣传，将其委托发行人定制的华为阅读 APP 推广给最终用户，发行人为该 APP 提供内容、技术和运营支撑服务，双方按照约定对华为阅读收益额进行分成；此外，交易对方还利用该 APP 提供广告发布业务，双方按约定分成比例结算	框架协议	2018.5.1-2020.12.31
6	华为终端有限公司	发行人	《华为阅读海外服务端项目技术开发合同》	发行人为交易对方“华为阅读海外服务端项目”提供技术开发服务	1,780.8 万元	2019.12.16-合同义务履行完毕之日止
7	北京爱奇艺科技有限公司	中企瑞铭	《文学作品非独家合作协议》	中企瑞铭将自有版权作品授权交易对方推广，交易对方将推广收入与中企瑞铭按照保底加分成的方式结算	框架协议	2020.1.1-2021.12.31
			《爱奇艺文学&中企瑞铭合作协议》及补充协议	中企瑞铭将自有版权作品授权交易对方推广，交易对方将推广收入与中企瑞铭按照分成结算	框架协议	2019.08.30-2029.08.29
			《爱奇艺&中企瑞铭文学作品合作协议》	中企瑞铭将自有版权作品授权交易对方推广，交易对方将推广收入与中企瑞铭按照分成结算	框架协议	2020.03.01-2025.02.28
8	天津酷阅信息科技有限公司	中企瑞铭	《阅读产品分成合作协议书》	中企瑞铭将自有版权作品授权交易对方推广，交易对方将推广收入与中企瑞铭按照分成结算	框架协议	2018.4.1-2021.3.31

（二）与成本相关重大合同

序号	交易对方	合同主体	合同名称	合同内容	合同金额	合同期限
1	北京云锐国际文化传媒有限公司	霍尔果斯瑞铭	《推广服务合同》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.1.1-2020.12.31
		发行人	《网络信息服务发布代理协议》	交易对方在指定平台上，为发行人指定的产品提供网络信息发布服务	框架协议	2020.1.1-2020.12.31
2	北京硕才广告有限公司	发行人	《CPS 渠道推广合作协议》	交易对方在其自有及关联平台上，为甲方产品提供推广服务	框架协议	2019.8.1-2024.12.31
		发行人	《信息服务合同》及补充协议	交易对方在指定平台上，为发行人指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.01.01-2020.12.31
		霍尔果斯瑞铭	《信息服务合同》及补充协议	交易对方在指定平台上，为发行人指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.01.17-2020.12.31
3	北京轩辕广告有限公司	发行人	《推广服务合同》	交易对方在指定平台上，为发行人指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.1.1-2020.12.31
		霍尔果斯瑞铭	《推广服务合同》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.1.1-2020.12.31
4	深圳辉煌明天科技有限公司	发行人	《框架推广协议》	交易对方为发行人提供在指定媒体平台上推广指定产品的服务	框架协议	2019.1.1-2020.12.31
5	深圳市千玺信息科技有限公司	霍尔果斯瑞铭	《信息流推广服务合同》	将以对方在约定的平台上为霍尔果斯瑞铭提供信息流推广服务	框架协议	合作采用续费模式，至霍尔果斯瑞铭不再续费时终止
6	华为软件技术有限公司	发行人	《华为阅读新客户端合作协议》	发行人在交易对方的产品上预置发行人交付的华为阅读客户端，双方根据发货数量（包括三大运营商定制机以及公开渠道机型）进行结算	框架协议	2018.5.1-2020.12.31
7	华为软件技术有限公司	发行人、每日趣阅	《华为合作伙伴付费服务协议》	交易对方为发行人的产品提供应用市场付费推广、付费展示等服务	框架协议	网签协议，无固定期限
8	北京品众互动网络营销技术有限公司	发行人	《信息服务合同》	交易对方在指定平台上，为发行人指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.1.1-2020.12.31
		霍尔果斯瑞铭	《vivo 信息服务合作协议》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.1.1-2020.12.31
9	北京掌文信息技术有限公司	发行人	《数字版权合作协议》	交易对方将其作品授权发行人使用，双方按收入分成结算	框架协议	2018.03.01-2021.02.28
	北京维鱼文化发展有限公司	发行人	《数字版权合作协议》	交易对方将其作品授权发行人使用，发行人按照买断价格与交易对方结算	23 万元	2019.03.15-2021.03.14
10	掌阅科技股份有限公司	发行人	《文字作品授权许可使用协议》	交易对方将其作品授权发行人使用，双方按收入分成结算	框架协议	2019.11.27-2020.11.30
11	北京积沙科技有限公司	霍尔果斯瑞铭	《推广服务合作协议》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.01.01-2020.12.31
12	北京细分映画文化传媒有限公司	发行人	《信息服务合同》	交易对方在指定平台上，为发行人指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.01.01-2020.12.31
		霍尔果斯瑞铭	《信息服务合同》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.01.01-2020.12.31
	北京中创网信信息发展有限公司	发行人	《推广服务合作协议》	交易对方在指定平台上，为发行人指定的产品提供推广服务	框架协议	2019.12.24-2020.12.31
			《信息服务合同》	交易对方在指定平台上，为发行人指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.03.01-2020.12.31
		霍尔果斯瑞铭	《推广服务合作协议》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.01.10-2020.12.31
			《信息服务合同》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.03.01-2020.12.31
13	深圳市极效网络科技有限公	发行人	《信息服务合同》	交易对方在指定平台上，为发行人指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.06.16-2020.12.31

		霍尔果斯瑞铭	《推广服务合作协议》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.02.19-2020.12.31
14	北京掌上经纬科技有限公司	霍尔果斯瑞铭	《数据推广商务合作协议》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.03.10-2021.03.09
			《CPC 渠道推广协议》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2019.11.05-2020.11.05
			《信息服务合同》及补充协议	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.03.10-2021.03.09
15	上海新准广告有限公司	霍尔果斯瑞铭	《信息服务合同》	交易对方在指定平台上，为霍尔果斯瑞铭指定的产品提供推广服务	框架协议	2020.01.01-2020.12.31

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司及控股子公司不存在对外担保事项。

三、对发行人产生较大影响的诉讼或仲裁事项

报告期内，发行人的知识产权纠纷情况如下：

1、2017 年 8 月 24 日，邱华栋、宁民庆分别以侵犯其信息网络传播权为由起诉发行人，诉称发现其作品在发行人开发、经营的手机应用中未经授权传播，因此认为发行人侵犯其信息网络传播权，要求发行人停止侵权并赔偿损失。

案件所涉手机应用系经深圳艾威斯网络有限公司破解发行人软件后上传至应用商店并经营，深圳艾威斯网络有限公司应当对前述侵权行为承担责任。深圳艾威斯网络有限公司已按照发行人的要求赔偿了邱华栋、宁民庆的损失，下架了相关手机应用，并承诺不再使用其反编译的发行人软件。经邱华栋、宁民庆申请，人民法院已同意其撤回对发行人的起诉，该案已完结。

2、2017 年 12 月 5 日，北京文章无忧信息科技有限公司以侵犯其信息网络传播权为由起诉发行人，诉称发行人未经授权擅自在运营的微信公众号快看小说（kuaikanxiaoshuo）上转载了其享有信息网络传播权的文章《我所认识的有钱人》，要求发行人停止侵权并赔偿其经济损失。

根据发行人出具的说明并经核查，该侵权行为的发生系个别微信公众号营运人员审核不严格所致。发行人知晓上述侵权行为后，已及时将相关侵权文章删除，

对相关运营内容审核人员进行严格教育和培训。发行人已就前述案件与北京文章无忧信息科技有限公司达成和解协议，向其支付侵权损害赔偿金及各项费用合计4,000 元，经北京文章无忧信息科技有限公司申请，人民法院同意其撤回起诉，该案已完结。

3、2019 年 3 月 19 日，吴雪岚以侵害其作品信息网络传播权为由起诉发行人，诉称发行人未经其授权在发行人运营的手机客户端通过信息网络向公众提供其作品，要求发行人停止侵权，并赔偿其经济损失。

涉案作品原系发行人经版权方（经吴雪岚授权拥有作品网络传播权及相关权利转授权的主体）合法授权通过其手机客户端向公众传播的作品，发行人在其运营平台上传播，并制作内容专题推广该作品。后吴雪岚与版权方终止合作，经版权方通知，发行人已在其运营的平台上下架相关作品，但因技术人员疏忽，未能将专题上的作品链接删除，导致发生前述侵权行为。

发行人知晓上述侵权行为后，已及时将相关作品链接删除、对技术人员进行严格培训，并积极与吴雪岚达成和解，赔偿其经济损失合计 40 万元，经吴雪岚申请，人民法院同意其撤回起诉，截至本招股说明书签署日，该案已完结。

4、2019 年 9 月，掌阅科技股份有限公司以侵害其信息网络传播权为由分别起诉阅见天下和霍尔果斯瑞铭，诉称阅见天下和霍尔果斯瑞铭未经其授权擅自在其所有的 APP 上传播《最强升级》、《至尊重生》、《无限升级系统》、《错嫁替婚总裁》、《总裁爹地超给力》、《总裁爹地宠上天》，要求阅见天下和霍尔果斯瑞铭停止传播该等作品并赔偿其损失。阅见天下和霍尔果斯瑞铭于 2019 年 10 月 10 日陆续收到北京互联网法院就该等案件的短信立案通知。

根据发行人说明并经核查，涉案APP系发行人移动阅读APP矩阵产品中的新增产品，由发行人运营，根据发行人与掌阅科技股份有限公司签订的《数字版权合作协议》，发行人已取得掌阅科技股份有限公司授权在约定的平台范围内传播该等作品，发行人新增传播平台应当签署书面补充协议。发行人业务人员因为疏忽，在与掌阅科技股份有限公司签署补充协议的过程中，即在新增的涉案APP传播了该等作品。截至本招股说明书签署日，发行人已经与掌阅科技就该等案件达成和解，发行人向其支付18万元和解费，掌阅科技已撤回诉讼。

5、根据北京互联网法院于 2020 年 4 月 15 日向发行人送达的应诉通知书、起诉书、传票、证据等案件资料，上海富昱特图像技术有限公司根据其于 2018 年 9 月 17 日获取的证据，以发行人的快看小说微信公众号在 2017 年 12 月 7 日未经其授权使用其享有著作权的图像，侵犯其信息网络传播权为由向北京互联网法院起诉，要求发行人停止侵权并赔偿其经济损失及律师费。截至本招股说明书签署日，发行人已经与上海富昱特图像技术有限公司就该等案件达成和解，发行人向其支付 3,900 元和解费，经上海富昱特图像技术有限公司申请，人民法院同意其撤回起诉，该案已完结。

经核查，发行人报告期内所使用的图片来源主要为三种渠道：一是发行人自有或兼职美术编辑人员在开源的免费图片基础上设计、使用的图片；二是内容提供商授权文学作品所配的封面图片，图片版权由内容提供商负责；三是发行人通过与汉华易美（天津）图像技术有限公司（视觉（中国）文化发展股份有限公司的孙公司）合作，经其授权使用图片。报告期初，发行人除在运营的微信公众号推送文学作品外还在其微信公众号上推送与其主营业务无关的免费知识文章，因个别编辑人员操作不规范致使部分免费知识文章所用插图存在侵权风险，发行人已于 2018 年上半年停止推送该类文章，并通过定期对美术编辑人员培训，及与图片版权方合作取得其授权图片的方式避免出现上述情形；2018 年 10 月，因合作期限届满，发行人与汉华易美（天津）图像技术有限公司终止合作，同时为避免因与版权方终止合作导致发生侵权情形，发行人将公众号文章删除并定期清理；此后发行人严格控制自有及兼职编辑使用图片范围，避免出现未经授权使用其他主体享有版权的图片的情形。

经保荐机构及发行人律师核查，发行人目前传播的作品及图片均不存在内容侵权的行为或纠纷；发行人的实际控制人陈瑞卿、何春虹已出具书面承诺，如发行人因首次公开发行股票并上市前传播的文学作品或使用的图片作品存在知识产权侵权行为，致使发行人受到损失的，由其承担补偿责任。

根据发行人出具的说明，并经保荐机构及发行人律师访谈发行人的实际控制人，走访发行人所在地人民法院，在中国裁判文书网检索，报告期内，除前述案件外，发行人不存在其他侵犯他人知识产权的行为，亦不存在其他知识产权纠纷。

综上，经保荐机构及发行人律师核查，发行人与邱华栋、宁民庆的知识产权纠纷，系因深圳艾威斯网络有限公司冒用发行人名义造成的，深圳艾威斯网络有限公司是实际侵权主体，已履行赔偿义务，该等案件经原告邱华栋、宁民庆申请撤诉均已完结；发行人与北京文章无忧信息科技有限公司的知识产权纠纷，系个别微信公众号营运人员审核不严格所致，发行人已将侵权文章删除并在此后加强对相关人员的培训，避免出现未经授权发布其他主体享有信息网络传播权的文章的情形，且发行人已与权利人达成和解协议且金额较小，该案经权利人撤诉后完结，不构成本次发行的实质障碍；发行人与吴雪岚的知识产权纠纷，系因发行人技术人员疏忽造成且金额较小，发行人已及时删除相关作品链接、对技术人员进行严格培训，并积极赔偿权利人损失，该等案件经吴雪岚申请撤诉均已完结，不构成发行人本次上市的实质障碍。发行人与掌阅科技股份有限公司的知识产权纠纷，因业务人员在未签署补充协议时在新增传播平台上传播相关作品，发行人被起诉前已主动通知权利人并积极沟通处理，系过失导致不存在侵权的故意，且涉案金额较小，不构成本次发行的实质障碍。发行人与上海富昱特图像技术有限公司的知识产权纠纷，系报告期初个别编辑人员操作不规范致使部分免费知识文章所用插图存在侵权风险，发行人已于 2018 年上半年停止推送该类文章，并通过定期对美术编辑人员培训、严格控制编辑使用图片范围等方式，避免出现未经授权使用其他主体享有版权的图片的情形；且该等案件已经达成和解，涉案金额较小，不构成本次发行的实质障碍。

前述知识产权纠纷情均不对发行人构成重大不利影响，不构成本次发行的实质障碍。

除前述案件外，报告期内，发行人不存在其他侵犯他人知识产权的行为，不存在其他知识产权纠纷。

截至本招股说明书签署日，本公司不存在尚未结案、尚未执行完毕或可预见的重大诉讼、仲裁案件。

四、控股股东、实际控制人、控股子公司，董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的重大刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

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，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员均不存在作为一方当事人的重大诉讼、仲裁事项。

五、董事、监事、高级管理人员和其他核心技术人员最近三年的合法合规情况

发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近 3 年不存在违法行为、被行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查，或者被列为失信被执行人的情形。

六、控股股东、实际控制人报告期内合法合规情况

发行人控股股东、实际控制人陈瑞卿和何春虹报告期内不存在贪污、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，不存在违法行为、被行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查，或者被列为失信被执行人的情形。

第十二节 有关声明

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。

全体董事签字：

陈瑞卿　　胡志华　　何春虹

李　湘　　范志伟　　宋建武

张一弛

北京点众科技股份有限公司

2020年12月5日

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。

全体董事签字：

陈瑞卿	胡志华	何春虹
李　湘	范志伟	宋建武
张一弛		

北京点众科技股份有限公司

2021年12月5日

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。

全体监事签字：

林雪　　梁宝亮　　郑良坤

杜艳超　　李忠忠

北京点众科技股份有限公司

2020年12月5日

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。

除兼任董事外的其他高级管理人员签字：

胡泽新　　费立国

北京点众科技股份有限公司

2020年12月5日

发行人控股股东、实际控制人声明

本人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。

控股股东、实际控制人：陈瑞卿 何春虹

陈瑞卿 何春虹

北京点众科技股份有限公司

2020年12月5日

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：

乔 立

保荐代表人：

许 楠 张 鹏

总经理：

马 骁

董事长、法定代表人（或授权代表）：

江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2020年12月7日

保荐机构董事长、总经理声明

本人已认真阅读北京点众科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

马 骁

保荐机构董事长（或授权代表）：

江 禹

华泰联合证券有限责任公司

2022年 12月 5日

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：

张冉 李晶 姚佳

律师事务所负责人：

刘继

国浩律师（北京）事务所

2020年12月5日

六、会计师事务所声明

大华特字[2020]004157 号

本所及签字注册会计师已阅读北京点众科技股份有限公司的招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告（大华审字[2020]0012545 号）、内部控制鉴证报告（大华核字[2020]007382 号）及非经常性损益鉴证报告（大华核字[2020]007383 号）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、内部控制签证报告及非经常性损益鉴证报告的内容无异议，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，如能证明无过错的除外。

会计师事务所负责人：

梁 春

签字注册会计师：

陈 伟 迟国栋

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 12 月 5 日

资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师：_____

王 霞

_____

郑 卿

单位负责人：_____

何源泉

中瑞世联资产评估集团有限公司（盖章）

2020年 12月 5日

资产评估机构

关于承担评估业务签字评估师离职的声明

本机构出具的《北京点众科技有限公司拟改制为股份有限公司项目资产评估报告》（中瑞评报字[2015]100007342 号）经办评估师分别为王霞、郑卿，截至目前王霞、郑卿已从本机构离职。

特此声明。

评估机构负责人：

何源泉

中瑞世联资产评估集团有限公司（盖章）

2015 年 12 月 5 日

八、验资机构声明

大华特字[2020]004159 号

本机构及签字注册会计师已阅读北京点众科技股份有限公司的招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的大华验字[2017]000731 号和大华验字[2017]000964 号验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，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。

会计师事务所负责人：

梁 春

签字注册会计师：

陈 伟 于建永

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 12 月 5 日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会 计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

王增明

曾 云

会计师事务所负责人：

郝树平

中审亚太会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 12 月 5 日

十、验资复核机构声明

大华特字[2020]004158 号

本机构及签字注册会计师已阅读北京点众科技股份有限公司的招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告（大华核字[2019]003989 号）无矛盾之处，本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资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。

会计师事务所负责人：

梁 春

签字注册会计师：

陈 伟 迟国栋

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 12 月 5 日

第十三节 附件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺

承诺事项主要包括：

1．本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向等承诺；

2．稳定股价的措施和承诺；

3．股份回购和股份买回的措施和承诺；

4．对欺诈发行上市的股份回购和股份买回承诺；

5．填补被摊薄即期回报的措施及承诺；

6．利润分配政策的承诺；

7．依法承担赔偿责任的承诺；

8．其他承诺事项。

（七）发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项；

（八）内部控制鉴证报告；

（九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、文件查阅地址和时间

（一）发行人：北京点众科技股份有限公司

办公地址：北京市海淀区花园东路 11 号泰兴大厦西配楼 3 层 302 室（东升地区）

查阅时间：承销期内每个工作日上午 9：00－11：30，下午 2：00－5：00

联 系 人：李湘

电　　话：010-82318695

（二）保荐机构（主承销商）：华泰联合证券有限责任公司

办公地址：北京市西城区丰盛胡同 22 号丰铭国际大厦 A 座六层

查阅时间：承销期内每个工作日上午 9：00－11：30，下午 2：00－5：00

联 系 人：许楠、张鹏

电　　话：010-56839300