创业板投资风险提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

杭州老鹰教育科技股份有限公司

Hangzhou Eagle Educational Technology Corporation Ltd.

浙江省杭州市富阳区场口镇场口新街128号

老鹰查宝

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（上会稿）

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此发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为投资决定的依据。

保荐人（主承销商）：

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

SHENWAN HONGYUAN FINANCING SERVICES CO., LTD

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

发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
发行股数：	本次拟公开发行新股数量不超过 1,250 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行不涉及原有股东公开发售其所持股份的情况
每股面值：	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 5,000 万股
保荐人（主承销商）	申万宏源证券承销保荐有限责任公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

声 明

中国证券监督管理委员会、深圳证券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化引致的投资风险。

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

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

重大事项提示

发行人提醒投资者需特别关注发行人下列重要事项提示，并请投资者认真阅读本招股说明书正文内容。

一、发行人、发行人主要股东、发行人的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员等作出的重要承诺

本公司提示投资者认真阅读本公司、本公司主要股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、未能履行承诺的约束措施，详见本招股说明书之“第十节 投资者保护”之“五、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人董监高、核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺”。

二、特别提醒投资者关注的风险

本公司提醒投资者认真阅读本招股说明书之“第四节 风险因素”章节的全部内容，并特别注意以下事项：

（一）政策及监管风险

公司属于营利性民办教育培训机构，主要从事美术培训业务，报告期内针对美术艺考培训的美术长期班收入占比 80%以上。目前，《民办教育促进法》（2017 年 9 月 1 日起实施）、《营利性民办学校监督管理实施细则》以及《民办教育促进法实施条例（修订草案）（送审稿）》划分营利性民办教育和非营利性民办教育并实施分类管理，国家政策层面继续鼓励和支持民办教育的发展。但是，由于《民办教育促进法实施条例（修订）》尚未发布，且各地分类监管细则亦未完全落地，行业政策存在一定的不确定性。如果未来国家对本行业的约束趋紧，公司的异地扩张速度和招生规模可能受到限制，进而对公司的经营业绩和利润率水平造成不利影响。

（二）公司管理及专业人才流失的风险

专业的教学人才、管理人才和市场推广人才对美术培训机构的持续稳定经营具有重要作用。人才是公司在激烈的市场竞争中保持竞争优势、取得持续发展的关键因素。随着行业格局的不断变化，各美术培训机构对包括授课教师在内的各

类人才的争夺日趋激烈，如果公司不能持续提供具有竞争力的薪酬福利，或者不能给予充分的晋升空间，或者企业文化缺乏包容性，则部分员工与管理人员可能因自身发展规划等原因离职，骨干员工的流失将对公司的教学质量、管理能力和品牌造成不利影响，并在一定程度上影响公司的盈利能力。

（三）课程产品和教学方案保护风险

在长期的经营实践过程中，公司逐渐形成了自主研发的课程产品和教学方案。如果公司不能采取有效措施保护课程产品和教学方案，或者不能持续快速进行产品迭代升级，或者美术培训行业竞争趋于激烈，公司的课程产品和教学方案可能存在被竞争对手抄袭或盗用的风险，进而缩小竞争对手与公司在教学水平上的差距，并对公司的业务发展造成一定程度的影响。

（四）安全事故风险

公司的客户主要为参加现场培训的学员。现场培训存在人员密集、交叉流动等特点，对消防安全、食品卫生要求较高。如果公司不能严格执行现有安全事故防范制度，或者不能有效进行日常的消防和卫生管理，或者不再为学员购买商业保险，则未来可能面临发生卫生、消防等安全事故而导致经营中断或被大额索赔的风险**。如果对发生的校园安全事故或其他安全事件处理不当，则可能对发行人品牌和持续经营能力造成不利影响。**

（五）新冠疫情引发的经营风险

2020 年 1 月以来，国内新型冠状病毒肺炎疫情（以下简称“新冠疫情”**或“疫情”**）开始爆发，全国各地陆续启动重大突发公共卫生事件一级响应，采取延迟企业复工、减少人员聚集等措施，对餐饮、旅游、交通运输、校外培训等消费及服务类行业的企业运营产生冲击。**随着**国内疫情得到有效控制，疫情防控进入常态化阶段，各行业有序复工复产，低风险地区餐饮、商场全面开放，中小学校也陆续开学复课。2020 年 5 月 9 日以后，公司主要校区已经陆续正常复课。2020 年 1-9 月，公司已实现收入 14,448.82 万元，实现净利润 1,223.07 万元；预计全年实现收入 **24,782.15** 万元，实现净利润 **5,314.05** 万元，同比分别下降 **13.76%**和 **33.77%**。

2021 年初，随着境外输入型病例增多，境内部分地区疫情有所反弹。由于

公司美术培训采用现场面授方式，**疫情出现反复将导致管控趋严，人员聚集和流动受限。如果本轮疫情不能得到有效控制，则北方省份生源将无法来公司校区参加培训，其他地区学员外出培训也会更加谨慎，公司 2022 届生源可能出现下滑；如果疫情蔓延导致公司主要校区所在地被列入中高风险地区，则**公司的集中面授培训可能无法正常开展，进而对公司经营带来不利影响。

（六）发行人所在行业的地域性发展壁垒情况

公司校区分布于浙江、广东、四川三省的五个地市（杭州市、金华市（义乌市）、温州市、成都市、深圳市）。报告期内，公司按生源地在该三省实现的主营收入（不含其它收入）情况如下：

单位：万元

生源地	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
浙江省	8,186.42	59.84	16,647.58	59.14	11,520.50	50.07	7,827.68	45.43
广东省	580.40	4.24	1,758.38	6.25	1,797.34	7.81	1,549.19	8.99
四川省	438.59	3.21	616.68	2.19	376.36	1.63	235.77	1.37
其它省份	4,474.42	32.71	9,126.25	32.42	9,316.31	40.49	7,617.96	44.21

报告期内，公司在浙江、广东、四川三省的市场占有率如下：

省份	项目	2020 届	2019 届	2018 届
浙江省	参培学员人数	2,347	2,209	1,538
	美术联考报名人数	21,172	21,600	19,322
	发行人市场占有率	11.09%	10.23%	7.96%
广东省	参培学员人数	296	351	329
	美术联考报名人数	38,771	39,983	39,194
	发行人市场占有率	0.76%	0.88%	0.84%
四川省	参培学员人数	120	112	54
	美术联考报名人数	30,300	31,000	29,155
	发行人市场占有率	0.40%	0.36%	0.19%

注 1：2021 届学员参培人数为截至 2020 年 9 月 30 日的数据，计算出来的市场占有率不具有可比性，故未列出。

注 2：上述参培学员人数系美术长期班参培学员人数

资料来源：艾瑞咨询、51 美术网、各省考试院、发行人统计

报告期内，浙江、广东、四川三省学员考试通过率情况如下：

省份	项目	2020 届	2019 届	2018 届
浙江省	联考合格率	99.96%	99.95%	100.00%
	本科录取率	54.62%	59.89%	67.36%
广东省	联考合格率	94.26%	98.29%	97.87%
	本科录取率	47.97%	41.03%	59.88%
四川省	联考合格率	98.33%	99.11%	100.00%
	本科录取率	48.33%	41.07%	66.67%

注：2021 届学员联考刚刚结束，高考尚未开始，故未列出联考合格率及本科录取率。
资料来源：发行人统计

公司在中国美院校考和浙江省联考市场拥有相对竞争优势，市场区域、生源和收入目前主要集中在浙江省，并逐步拓展广东和四川市场。报告期内，公司在广东省和四川省扩张发展情况如下：

项目	广东省	四川省
开办校区	深圳校区	成都校区
校区面积	4,500.00 ㎡	4,660.00 ㎡
投入成本[注 1]	初始装修投入 193.39 万元；第一年月租金 81800 元，以后每年递增 15%	初始装修投入 503.21 万元；免租期后第一年租金为 180 万元，以后每年递增 2%
培训学员人次[注 2]	460	502

注 1：投入成本为开办成本，主要为场地租赁和装修投入；
注 2：培训学员人次数为 2019 年的人次数。

美术艺考培训行业对外扩张的硬性资源约束条件是师资和场地，软性约束条件是品牌、教学方案、课程内容和管理体系。前者决定开业，后者决定持续运营。公司在其他省地扩张发展受到前述条件的客观限制，如果公司骨干员工流失、教师储备不足，或者课程产品和教学方案被竞争对手抄袭或盗用，进而对公司的教学质量、管理能力和品牌造成不利影响，或者快速扩张导致公司的质量控制、人员管理、招生管理、财务核算、风险管理等能力跟不上，或者对分支机构的管控不到位导致公司声誉受损或受到监管部门处罚，或者当地竞争过于激烈导致公司无法吸引足够的生源，均会对公司异地扩张发展造成不利影响。

公司在具体扩张发展过程中还可能面临行业政策不确定性的影响。由于《民办教育促进法实施条例》尚在修订中，且各地分类监管细则亦未完全落地，如果

未来国家对美术培训行业的约束趋紧,或者各地对美术培训机构设置更严格的监管标准，公司的异地扩张速度将受到限制，可能无法有效扩大业务地域范围，进而对公司的经营业绩和利润率水平造成不利影响。

三、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

公司财务报告审计截止日为 2020 年 9 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基准日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》，中汇会计师事务所（特殊普通合伙）对公司截至 2020 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表、2020 年全年及 2020 年 10-12 月的合并及母公司利润表等报表数据进行了审阅，并出具了审阅报告（中汇会阅[2021]0193 号）。

2020 年度，公司实现营业收入 24,782.15 万元，较 2019 年度减少 3,952.66 万元，降幅 13.76%，净利润 5,314.05 万元，较上年度下降 33.77%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 5,023.79 万元，下降 33.39%。

2020 年第四季度，公司实现营业收入 10,333.33 万元，同比增长 3.47%，净利润 4,090.98 万元，同比增长 11.31%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 3,839.10 万元，同比增长 13.87%，这主要得益于下半年疫情防控的良好态势，自 2020 年第三季度开始，发行人招生和教学迅速恢复，与上年同期相比差距逐步缩小，主营业务表现出较强韧性。

截至本招股说明书签署日，公司招生、教学和采购等业务正常运作。公司主要经营模式、主要招生和教学情况、主要客户和供应商构成、培训收费标准、原材料价格、税收政策和其他公司经营的内外部环境以及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，公司整体经营情况良好。

公司财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况的具体内容详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保、诉讼”之“（五）财务报告截止日后主要信息及经营情况”。

目 录

发行概况 1

声 明 2

重大事项提示 3

一、发行人、发行人主要股东、发行人的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员等作出的重要承诺 3

二、特别提醒投资者关注的风险 3

三、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况 7

目 录 8

第一节 释义 13

一、普通术语 13

二、专业术语 14

第二节 概览 16

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 16

二、本次发行概况 16

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标 18

四、发行人主营业务经营情况 18

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况 19

六、发行人选择的上市标准 19

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项 20

八、募集资金用途 20

第三节 本次发行概况 21

一、本次发行的基本情况 21

二、本次发行有关当事人 22

三、发行人与本次发行有关中介机构关系等的情况 23

四、本次发行上市的重要日期 23

第四节 风险因素 24

一、政策及监管风险 24

二、经营管理风险.....24
三、市场风险.....26
四、财务风险.....27
五、募集资金投资项目风险.....27
六、发行失败风险.....28
第五节 发行人基本情况.....29
一、发行人基本情况.....29
二、发行人设立及报告期内股本和股东变化情况.....29
三、发行人重大资产重组情况.....40
四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况.....40
五、发行人的股权结构.....41
六、子公司、参股公司和分公司情况.....41
七、持有发行人5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况.....55
八、发行人有关股本情况.....57
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况.....61
十、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签定的协议及其所持有公司股份被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情况.....66
十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员变动情况.....66
十二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况.....68
十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况.....68
十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况.....69
十五、本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排.....71
十六、发行人员工情况.....74
第六节 业务和技术.....86
一、公司主营业务、主要产品或服务的情况.....86
二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况.....97
三、销售情况与主要客户.....187
四、采购情况与主要供应商.....193
五、与公司业务相关的资源要素.....207

六、教学与招生合作情况.....230
七、特许经营权.....232
八、公司研发及技术创新情况.....232
九、公司海外经营情况.....240
十、校区运营与安全管理.....240
第七节 公司治理与独立性.....245
一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会运行及履职情况.....245
二、关于内部控制完整性、合理性和有效性的评估意见.....248
三、发行人报告期内存在的违法违规行为及受到处罚的情况.....248
四、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况.....249
五、发行人独立运行情况和持续经营能力.....249
六、同业竞争.....251
七、关联方及关联关系.....253
八、关联交易.....257
第八节 财务会计信息与管理层分析.....264
一、审计意见及财务报表.....264
二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....272
三、关键审计事项及与财务会计信息相关的重要性水平判断标准.....273
四、影响公司经营能力及财务状况的主要因素.....275
五、报告期内采用的重要会计政策和会计估计.....279
六、非经常性损益的情况.....311
七、税项.....312
八、主要财务指标.....313
九、经营成果分析.....315
十、资产质量分析.....444
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....484
十二、重大事项.....530
十三、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保、诉讼.....530

十四、盈利预测.....536
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....537
一、募集资金运用概况.....537
二、本次募集资金投资项目的具体情况.....540
三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响.....561
四、未来发展与规划.....561
第十节 投资者保护.....565
一、投资者关系的主要安排.....565
二、发行上市后的股利分配政策和决策程序，以及本次发行前后股利分配政策的差异情况.....566
三、本次发行完成前滚存利润的分配.....569
四、股东投票机制的建立.....569
五、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人董监高、核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺.....570
第十一节 其他重要事项.....589
一、重要合同.....589
二、对外担保.....592
三、重大诉讼或仲裁事项.....592
四、控股股东、实际控制人报告期内是否存在重大违法行为.....593
五、发行人挂牌期间信息披露情况.....593
六、富阳文创购置国有建设用地的基本情况，是否履行法定程序.....594
七、新冠疫情对发行人的影响及发行人采取的应对措施.....595
第十二节 有关声明.....606
一、发行人及全体董事、监事和高级管理人员声明.....607
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....608
三、保荐人（主承销商）声明.....609
四、发行人律师声明.....611
五、会计师事务所声明.....612
六、资产评估机构声明.....613
七、验资机构声明.....614

第十三节 附件 617

一、附件目录 617

二、查阅时间和地点 617

第一节 释义

本招股说明书中，除非文中另有说明，下列词语或简称具有以下含义：

一、普通术语

公司、本公司、发行人、股份公司、老鹰股份	指	杭州老鹰教育科技股份有限公司
老鹰造型、有限公司	指	杭州老鹰造型艺术有限公司，系杭州老鹰教育科技股份有限公司的前身
老鹰投资	指	杭州老鹰投资管理合伙企业（有限合伙）
老鹰画室	指	杭州老鹰教育科技股份有限公司及其附属子公司
比特互联	指	北京比特互联资产管理中心（有限合伙）
睿专叁号	指	苏州睿专叁号股权投资中心（有限合伙）
瑞力文化	指	上海瑞力文化发展股权投资基金合伙企业（有限合伙）
杭州艺术	指	杭州老鹰文化艺术有限公司
富阳文创	指	杭州富阳老鹰文化创意有限公司
老鹰培训	指	杭州老鹰教育培训有限公司（曾用名：杭州富阳老鹰艺术创意有限公司）
义乌老鹰	指	义乌市老鹰文化创意有限公司
温州老鹰	指	温州瓯海区老鹰艺术培训有限公司（曾用名：温州老鹰文化创意有限公司）
深圳老鹰	指	深圳老鹰艺术创意有限公司
四川老鹰	指	四川老鹰文化创意有限公司
成都老鹰	指	成都市成华区老鹰文化艺术培训学校有限公司
艺侠客	指	杭州艺侠客网络科技有限公司
股东大会	指	杭州老鹰教育科技股份有限公司股东大会
董事会	指	杭州老鹰教育科技股份有限公司董事会
监事会	指	杭州老鹰教育科技股份有限公司监事会
《公司章程》	指	《杭州老鹰教育科技股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《杭州老鹰教育科技股份有限公司章程（草案）》
募投项目	指	拟使用本次募集资金进行投资的项目
本次发行	指	本次向社会公众公开发行不超过 1,250 万股人民币普通股的行为
A 股	指	每股面值 1.00 元之人民币普通股
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
财政部	指	中华人民共和国财政部

教育部	指	中华人民共和国教育部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
《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》
《民办教育促进法》	指	《中华人民共和国民办教育促进法（2016 年修正）》（2017 年 9 月 1 日起实施）
《实施条例》	指	《中华人民共和国民办教育促进法实施条例》
《实施条例（征求意见稿）》	指	《中华人民共和国民办教育促进法实施条例（修订草案）（征求意见稿）》
《实施条例（送审稿）》	指	《中华人民共和国民办教育促进法实施条例（修订草案）（送审稿）》
《监管细则》	指	《营利性民办学校监督管理实施细则》（2016 年 12 月 30 日起实施）
保荐人、保荐机构、主承销商	指	申万宏源证券承销保荐有限责任公司
发行人律师、天册	指	浙江天册律师事务所
中汇会计师事务所、中汇、申报会计师	指	中汇会计师事务所（特殊普通合伙）
元	指	人民币元
最近三年一期、报告期	指	2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-9 月
报告期末	指	2020 年 9 月 30 日
报告期各期末	指	2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 9 月 30 日
中公教育	指	中公教育科技股份有限公司
东方时尚	指	东方时尚驾驶学校股份有限公司
龙门教育	指	陕西龙门教育科技股份有限公司
传智播客	指	江苏传智播客教育科技股份有限公司
昂立教育	指	上海新南洋昂立教育科技股份有限公司
科斯伍德	指	苏州科斯伍德油墨股份有限公司

二、专业术语

中国美院	指	中国美术学院，位于浙江杭州
九大美院	指	八大专业美术学院及清华大学美术学院。八大专业美术学院指中央美术学院、天津美术学院、鲁迅美术学院、中国美术学院、广州美术学院、四川美术学院、西安美术学院、湖北美术学院
艺考	指	艺术高考，我国高考的一种形式，包括艺术联考和艺术校考
联考	指	美术联考，又称美术统考或美术省级统考，特指全国各省、自治区、直辖市普通高校招生艺术类专业省统考（美术类）
校考	指	美术校考，中国美院等独立设置本科艺术院校组织的本科招生专业考试

美术生	指	美术艺考生
K12	指	教育类专用名词（kindergarten through twelfth grade），是学前教育至高中教育的缩写，现在普遍被用来代指基础教育。有时也指代小学、初中到高中 12 年的基础教育阶段。本招股说明书在后一种语境下使用 K12
合格证/专业合格证	指	美术艺考生参加相关高校本科招生专业考试后成绩合格即可获得合格证
AR	指	增强现实（Augmented Reality）的英文缩写，也被称为扩增现实，是促使真实世界信息和虚拟世界信息内容之间综合在一起的较新的技术内容，其将原本在现实世界的空间范围中比较难以进行体验的实体信息在电脑等科学技术的基础上，实施模拟仿真处理，叠加将虚拟信息内容在真实世界中加以有效应用，并且在这一过程中能够被人类感官所感知，从而实现超越现实的感官体验。真实环境和虚拟物体之间重叠之后，能够在同一个画面以及空间中同时存在
VR	指	虚拟现实（Virtual Reality）的英文缩写，是一种可以创建和体验虚拟世界的计算机仿真系统，它利用计算机生成一种模拟环境，使用户沉浸到该环境中。虚拟现实技术就是利用现实生活中的数据，通过计算机技术产生的电子信号，将其与各种输出设备结合使其转化为能够让人们感受到的现象，这些现象可以是现实中真真切切的物体，也可以是我们肉眼所看不到的物质，通过三维模型表现出来。因为这些现象不是我们直接所能看到的，而是通过计算机技术模拟出来的现实中的世界，故称为虚拟现实
AI	指	人工智能（Artificial Intelligence）的英文缩写。它是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。人工智能是计算机科学的一个分支，它企图了解智能的实质，并生产出一种新的能以人类智能相似的方式做出反应的智能机器，该领域的研究包括机器人、语言识别、图像识别、自然语言处理和专家系统等
UI	指	用户界面（User Interface）的英文缩写，是指对软件的人机交互、操作逻辑、界面美观的整体设计，它实现信息的内部形式与人类可以接受形式之间的转换。好的 UI 设计不仅让软件变得有个性有品味，还让软件的操作变得舒适、简单、自由、充分体现软件的定位和特点。

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

第二节 概览

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

一、发行人及本次发行的中介机构基本情况

（一）发行人基本情况			
中文名称	杭州老鹰教育科技股份有限公司	有限公司成立时间	2011 年 3 月 9 日
英文名称	Hangzhou Eagle Educational Technology Corporation Ltd.	股份公司设立日期	2015 年 11 月 17 日
注册资本	3,750.00 万元	法定代表人	应伟明
注册地址	浙江省杭州市富阳区场口镇场口新街 128 号	主要生产经营地址	浙江省杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号
控股股东	应伟明	实际控制人	应伟明
行业分类	《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》中的“P82 教育”）； 《国民经济行业分类和代码表》（GB/T4754-2017）中的“P83 教育业”下的“P8393 文化艺术培训”	在其他交易场所（申请）挂牌或上市情况	2016 年 8 月 2 日，公司在全国中小企业股份转让系统挂牌，证券代码为“838254”； 2018 年 3 月 19 日起，公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	申万宏源证券承销保荐有限责任公司	主承销商	申万宏源证券承销保荐有限责任公司
发行人律师	浙江天册律师事务所	其他承销商	无
审计机构	中汇会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	天源资产评估有限公司

二、本次发行概况

（一）本次发行的基本情况			
股票种类	人民币普通股（A 股）		
每股面值	1.00 元		
发行股数	本次拟公开发行新股数量不超过 1,250 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 1,250 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	无	占发行后总股本比例	无
发行后总股本	不超过 5,000 万股		

每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍（按每股发行价格除以本次发行后每股收益计算，每股收益按【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）		
发行前每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）	发行前每股收益	【】元（按【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前总股本）
发行后每股净资产	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）	发行后每股收益	【】元（按【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本）
发行市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）		
发行方式	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或采用中国证监会认可的其他方式		
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户且取得投资资格的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止者除外），或中国证监会规定的其他对象		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	本次发行的相关费用全部由发行人承担，在发行新股所募集资金中扣减		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资投资项目	新建场口“老鹰”培训基地项目		
	体验中心建设和品牌推广项目		
	信息化建设项目		
发行费用概算	【】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		

注：以上发行费用均为不含税金额。

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

项目	2020-09-30 /2020年1-9月	2019-12-31 /2019年度	2018-12-31 /2018年度	2017-12-31 /2017年度
资产总额（万元）	64,664.99	53,943.89	33,476.29	20,000.21
归属于母公司所有者权益（万元）	26,265.79	24,950.82	17,131.25	11,149.15
资产负债率（母公司）	80.88%	75.00%	50.87%	30.31%
营业收入（万元）	14,448.82	28,734.81	23,371.97	17,303.89
净利润（万元）	1,223.07	8,023.34	6,030.16	3,788.50
归属于发行人股东的净利润（万元）	1,314.97	7,819.57	5,982.10	3,714.27
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,184.70	7,542.37	5,788.99	4,489.94
基本每股收益（元/股）	0.35	2.09	1.60	0.99
稀释每股收益（元/股）	0.35	2.09	1.60	0.99
加权平均净资产收益率	5.13%	37.16%	42.31%	40.34%
经营性活动产生的现金流量净额（万元）	9,161.33	10,962.15	10,405.95	8,376.77
现金分红（万元）	-	-	-	-
研发投入占营业收入的比例	1.34%	0.88%	0.84%	0.93%

四、发行人主营业务经营情况

公司是一家营利性民办美术培训机构，主要以面授方式为学员提供美术培训服务，致力于培养学员的绘画技能、创意思维和审美旨趣，提升学员的综合美术素养。公司服务的学员包括美术艺考生和其他对美术感兴趣的人群。公司针对美术艺考学员开设有素描、色彩、速写以及设计等课程，上述美术课程帮助学员增强绘画训练，快速提升美术专业水平，弥补了传统课堂教学在师资配备和课时安排方面的不足。另外，公司还针对不同年龄段的人群开设暑期班、寒假班、周末班，提供基础性和提高性两个阶段培训课程，以满足不同层次的培训需求，提升大众的艺术审美能力。

经过近十年的发展，公司已形成**场口**、银湖、象山、深圳、温州、义乌、成都七个校区，教职工近 600 人，2019 学年共培训美术艺考学员 4,700 多人，培训美术兴趣学员 2,500 多人。公司拥有较为优质的师资力量，建立了完善的教学体系，学员经过培训后美术素养和绘画水平得到快速提升，在历年美术艺考中成绩

表现优异。以 2019 年为例，公司学员参加浙江省联考取得 90 分（含）以上成绩的有 224 名；共取得九大美院合格证 2,891 张；2,866 人被本科院校正式录取，其中 730 人被九大美院录取（含中国美院 312 人）。公司学员以扎实的美术基础和优异的专业成绩进入高等院校继续深造，本科毕业后的就业范围遍及绘画创作、工业设计、动漫、电影、新闻出版、平面设计、网页设计、UI 设计等各专业领域，成为推动国内各行业提升美学水平和社会整体美学素养的重要力量。

公司具有较高知名度和良好的口碑，先后被专业机构和业内报刊评为“杭州十大品牌画室”（中国美术学院天空论坛）、“全国十佳画室”（中国美术高考网）、“浙江最具价值教育培训机构”（中国商业联合会）和“浙江市场消费者最满意十大教育培训机构”（市场导报）。

五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

美术本身就是一种与创意和创新相伴而生的艺术。作为国内具有代表性的新型美术培训机构之一，发行人在教学、经营和培训场所等各方面不断进行业务模式创新，引入大型美术培训机构新业态，引导行业逐步确立标准和规范，推动艺考美术培训朝着规模化、专业化和精细化方向发展。同时，发行人积极利用新技术手段等各种创新工具融合美术教学，增强自身竞争力；积极培养学员的创意思维，带动各行业综合审美素养的提升。

有关发行人自身的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况详见本招股说明书之“第六节 业务和技术”之“二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况”之“（三）行业特点和发展趋势”之“4、发行人的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”。

六、发行人选择的上市标准

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司扣除非经常性损益前后孰低的归属于发行人股东净利润分别为 3,714.27 万元、5,788.99 万元和7,542.37 万元，最近两年净利润均为正且累计净利润不低于 5,000 万元，因此，公司符合《深圳证券

交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》第 2.1.2 条第（一）项规定的“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”的上市标准。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在公司治理特殊安排等重要事项。

八、募集资金用途

公司本次发行的股票种类为人民币普通股（A 股），拟发行数量不超过 1,250 万股，募集资金扣除发行费用后拟投资于如下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	募集资金投资额
1	新建场口“老鹰”培训基地项目	47,024.08	30,000.00
2	体验中心建设和品牌推广项目	10,601.29	10,601.29
3	信息化建设项目	6,895.20	6,895.20
	合计	**64,520.57**	**47,496.49**

本次发行上市募集资金到位前，公司可根据各项目的实际进度，以自筹资金支付项目所需款项。本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关的制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金以及支付项目剩余款项。若本次发行实际募集资金低于募集资金项目投资额，不足部分由公司自筹资金解决；若本次募集资金总额超过项目资金的需要，超募资金将用于与主营业务相关的业务。

本次发行募集资金投向具体内容详见本招股说明书之“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：	1.00 元
发行股数及占发行后总股本的比例：	不超过 1,250 万股，不低于本次发行后总股本的 25%。公司股东不公开发售股份
每股发行价格：	【】元
发行人高管、员工拟参与战略配售情况：	本次发行不涉及向高管和员工战略配售
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况：	本次发行不涉及向保荐人相关子公司战略配售
发行市盈率：	【】倍（按每股发行价格除以本次发行后每股收益计算，每股收益按【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股收益：	【】元（按【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行前总股本计算）
发行后每股收益：	【】元（按【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产：	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产：	【】元（按【】年【】月【】日经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率：	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式：	采用网下向询价对象配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或采用中国证监会认可的其他方式
发行对象：	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户且取得投资资格的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止者除外），或中国证监会规定的其他对象
承销方式：	余额包销
募集资金总额：	【】元
募集资金净额：	【】元
发行费用概算： 其中：	【】元 承销费用：【】元 保荐费用：【】元 审计费用：【】元 评估费用：【】元 律师费用：【】元 发行手续费及其他：【】元

二、本次发行有关当事人

（一）保荐机构（主承销商）：申万宏源证券承销保荐有限责任公司

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

法定代表人：张剑

电　　话：0571-85063071

传　　真：0571-85063243

保荐代表人：廖妍华、张兴忠

项目协办人：唐唯

项目经办人：谢瑶、张燕、陈嘉楠

（二）律师事务所：浙江天册律师事务所

住　　所：浙江省杭州市杭大路 1 号黄龙世纪广场 A 座 11 楼

负 责 人：章靖忠

电　　话：0571-8790 1110

传　　真：0571-8790 2008

经办律师：傅羽韬、熊琦

（三）会计师事务所：中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

住　　所：杭州市江干区新业路 8 号华联时代大厦 A 幢 601 室

执行事务合伙人：余强

电　　话：0571-88879999

传　　真：0571-88879000

经办注册会计师：章祥、银雪姣、王佶恺

（四）资产评估机构：天源资产评估有限公司

住　　所：杭州市江干区新业路 8 号华联时代大厦 A 幢 1202 室

法定代表人：钱幽燕

电　　话：0571-88879990

传　　真：0571-88879992

经办注册资产评估师：顾桂贤、陆学南

（五）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

地　　址：深圳市福田区莲花街道深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼

电　　话：0755-25938000

传　　真：0755-25988122

（六）收款银行：中国工商银行股份有限公司

开户银行：中国工商银行股份有限公司北京金树街支行

户　　名：申万宏源证券承销保荐有限责任公司

账　　号：0200291409200028601

（七）股票上市交易所：深圳证券交易所

地　　址：深圳市福田区深南大道 2012 号

电　　话：0755-88668279

传　　真：0755-82083295

三、发行人与本次发行有关中介机构关系等的情况

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员不存在直接或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

1、刊登发行公告的日期：【】年【】月【】日

2、开始询价推介的日期：【】年【】月【】日

3、刊登定价公告的日期：【】年【】月【】日

4、申购日期和缴款日期：【】年【】月【】日

5、股票上市日期：【】年【】月【】日

第四节 风险因素

投资者在评价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。下列风险是根据重要性原则或可能影响投资者投资决策程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。公司提请投资者仔细阅读本节全文。

一、政策及监管风险

公司属于营利性民办教育培训机构，主要从事美术培训业务，报告期内针对美术艺考培训的美术长期班收入占比 80%以上。目前，《民办教育促进法》（2017 年 9 月 1 日起实施）、《营利性民办学校监督管理实施细则》以及《民办教育促进法实施条例（修订草案）（送审稿）》划分营利性民办教育和非营利性民办教育并实施分类管理，国家政策层面继续鼓励和支持民办教育的发展。但是，由于《民办教育促进法实施条例（修订）》尚未发布，且各地分类监管细则亦未完全落地，行业政策存在一定的不确定性。如果未来国家对本行业的约束趋紧，公司的异地扩张速度和招生规模可能受到限制，进而对公司的经营业绩和利润率水平造成不利影响。

二、经营管理风险

（一）规模扩张导致的经营管理风险

近年来，公司在全国增设多家子公司，业务规模及市场开拓活动发展迅速，对公司整体管理水平提出了更高的要求，未来如果公司的质量控制、人员管理、招生管理、财务核算、风险管理等能力不能适应公司规模扩张的要求，将会引发管理不完善的风险。另外，招生规模以及培训场所的分散可能会带来教学质量下降、管理难度提高等问题，由此可能会造成公司市场声誉下降、市场份额缩减，进而影响公司的盈利能力。

（二）分支机构管控的风险

公司目前拥有 7 个校区，覆盖杭州、温州、义乌、深圳、成都等地，随着业务向外扩张，公司的分支机构逐步增多。由于分支机构管理涉及多方面的工作，需要依靠分支机构管理人员、行政人员及授课教师等的相互配合、协同合作，才能够有效保证分支机构的运营效率及控制可能面临的风险。如果分支机构员工对

于公司服务标准或者管理措施执行不到位，可能出现服务投诉或违规等情形，导致公司声誉受损或受到监管部门处罚，可能对公司经营情况造成不利影响。

（三）公司管理及专业人才流失的风险

专业的教学人才、管理人才和市场推广人才对美术培训机构的持续稳定经营具有重要作用。人才是公司在激烈的市场竞争中保持竞争优势、取得持续发展的关键因素。随着行业格局的不断变化，各美术培训机构对包括授课教师在内的各类人才的争夺日趋激烈，如果公司不能持续提供具有竞争力的薪酬福利，或者不能给予充分的晋升空间，或者企业文化缺乏包容性，则部分员工与管理人员可能因自身发展规划等原因离职，骨干员工的流失将对公司的教学质量、管理能力和品牌造成不利影响，并在一定程度上影响公司的盈利能力。

（四）课程产品和教学方案保护风险

在长期的经营实践过程中，公司逐渐形成了自主研发的课程产品和教学方案。如果公司不能采取有效措施保护课程产品和教学方案，或者不能持续快速进行产品迭代升级，或者美术培训行业竞争趋于激烈，公司的课程产品和教学方案可能存在被竞争对手抄袭或盗用的风险，进而缩小竞争对手与公司在教学水平上的差距，并对公司的业务发展造成一定程度的影响。

（五）控股股东及实际控制人不当控制的风险

截至本招股说明书签署之日，应伟明直接持有公司 29,081,878 股股份，占公司总股本的 77.5517%，为公司的控股股东。应伟明还通过老鹰投资间接控制公司 4,294,595 股股份，占公司总股本的 11.4523%，因此应伟明直接或间接合计控制公司 89.0040%的股份，为公司的实际控制人。本次发行后，预计应伟明仍将直接或间接合计控制公司 66.7530%的股份。若应伟明利用其实际控制权对公司的经营决策、人事、财务等进行不当控制，则可能影响甚至损害公司及中小股东的利益。

（六）安全事故风险

公司的客户主要为参加现场培训的学员。现场培训存在人员密集、交叉流动等特点，对消防安全、食品卫生要求较高。如果公司不能严格执行现有安全事故防范制度，或者不能有效进行日常的消防和卫生管理，或者不再为学员购买商业保险，则未来可能面临发生卫生、消防等安全事故而导致经营中断或被大额索赔

的风险。**如果对发生的校园安全事故或其他安全事件处理不当，则可能对发行人品牌和持续经营能力造成不利影响。**

（七）服务市场区域相对集中的风险

公司市场区域和生源目前主要集中在浙江省。服务市场的相对集中导致公司对浙江省市场存在一定程度的区域性依赖风险。未来，如果公司区域内市场竞争加剧，或者区域外市场拓展不达预期，将对公司生产经营活动产生不利影响。

（八）新冠疫情引发的经营风险

2020 年 1 月以来，国内新型冠状病毒肺炎疫情（以下简称“新冠疫情”**或“疫情”**）开始爆发，全国各地陆续启动重大突发公共卫生事件一级响应，采取延迟企业复工、减少人员聚集等措施，对餐饮、旅游、交通运输、校外培训等消费及服务类行业的企业运营产生冲击。**随着**国内疫情得到有效控制，疫情防控进入常态化阶段，各行业有序复工复产，低风险地区餐饮、商场全面开放，中小学校也陆续开学复课。2020 年 5 月 9 日以后，公司主要校区已经陆续正常复课。2020 年 1-9 月，公司已实现收入 14,448.82 万元，实现净利润 1,223.07 万元；预计全年实现收入 **24,782.15** 万元，实现净利润 **5,314.05** 万元，同比分别下降 **13.76%**和 **33.77%**。

2021 年初，随着境外输入型病例增多，境内部分地区疫情有所反弹。由于公司美术培训采用现场面授方式，**疫情出现反复将导致管控趋严，人员聚集和流动受限。如果本轮疫情不能得到有效控制，则北方省份生源将无法来公司校区参加培训，其他地区学员外出培训也会更加谨慎，公司 2022 届生源可能出现下滑；如果疫情蔓延导致公司主要校区所在地被列入中高风险地区，则**公司的集中面授培训可能无法正常开展，进而对公司经营带来不利影响。

三、市场风险

美术培训行业的广阔发展前景吸引了大量参与者，加之市场结构高度分散，未来随着下游市场需求的快速发展，竞争可能会更加激烈。若公司不能尽快在规模效应、服务链延伸、培训方式创新等方面取得突破，继续强化和提升自身的竞争优势，将可能导致公司培训服务的竞争力下降，从而影响公司盈利能力。

四、财务风险

（一）人力成本上升的风险

报告期内，随着员工人数的增加及人均薪酬水平的提升，公司支付的职工薪酬逐年提高。随着经济发展以及通货膨胀等因素的影响，未来公司员工平均工资可能会逐步提高，公司人力成本将相应上升。同时，为保证公司教研实力及教学水平不断提高，公司也会通过稳步提升专职教师工资薪酬的方式不断加强对教研人员的吸引力。如果未来公司不能相应提高培训及研发效率，则人力成本的上升可能会对公司的经营业绩带来不利影响。

（二）偿债能力下降风险

报告期各期末，公司流动比率分别为 0.77 倍、0.48 倍、0.18 倍和 0.19 倍，速动比率分别为 0.77 倍、0.48 倍、0.17 倍和 0.19 倍，公司的资产负债率（合并）分别为 43.72%、47.73%、52.69%和 58.64%。报告期内，公司流动比率和速动比率相对较低，存在一定的流动性风险。若未来公司经营业绩未达预期甚至下滑，导致经营性现金流入减少，或者难以通过外部融资等方式筹措偿债资金，或外部经营环境和行业发展状况发生不利变化，可能对公司的偿债能力产生不利影响。

（三）收入季节性波动风险

报告期内各期，公司的营业收入呈现一定的季节性特征。受美术联考及校考时间安排影响，参加美术艺考的学员培训时间通常集中在 7 月份直至次年 2 月校考结束，因此，第三、四季度通常是公司进行招生和培训的高峰期，销售收入相对较高，而第二季度销售收入相对较低。公司营业收入呈现明显的季节性，存在一定的收入季节性波动风险。

（四）新增折旧摊销影响公司经营业绩的风险

新建场口校区转固后，新增折旧摊销与原来租赁场地相比，每年新增成本费用 1,234.99 万元。虽然公司现有业务和经营业绩足以覆盖上述新增成本费用，但如果市场环境、产业政策等方面发生重大不利变化，公司经营发展不能达到预期，则存在因新增折旧摊销费用大幅增加而导致公司经营业绩受到影响的风险。

五、募集资金投资项目风险

（一）招生容量扩张风险

公司本次发行募集资金投资项目“新建场口‘老鹰’培训基地项目”已经以自有资金先行投入并建成启用。新的校区将增加公司的教学场地和招生容量，大幅提高公司提供核心服务的容纳能力，解决现有教学场地不足的问题，满足日益增长的市场需求。但未来市场处于不断变化过程中，一旦市场环境、产业政策等发生不利变化，将使公司面临招生容量不能及时消化的风险。

（二）固定资产折旧风险

本次募集资金投资项目建成后，公司资产规模将进一步扩大，募投项目达产后每年新增折旧费用大幅上升。虽然本次募集资金投资项目预期效益良好，但由于募集资金投资项目产生经济效益需要一定的时间，若项目实施过程中市场环境、产业政策发生重大不利变化，公司现有业务及募集资金投资项目产生的收入和利润未能实现既定目标，本次募集资金投资项目将存在因固定资产折旧大幅增加而导致公司经营业绩受到影响的风险。

六、发行失败风险

根据《证券发行与承销管理办法》与《深圳证券交易所创业板首次公开发行证券发行与承销业务实施细则》，如果公司首次公开发行股票网下投资者申购数量低于网下初始发行量，应当中止发行。因此，公司存在发行认购不足导致的发行失败风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称：	杭州老鹰教育科技股份有限公司
英文名称：	Hangzhou Eagle Educational Technology Corporation Ltd.
注册资本：	3,750.00万元
法定代表人：	应伟明
有限公司成立日期：	2011年3月9日
股份公司成立日期：	2015年11月17日
公司住所：	浙江省杭州市富阳区场口镇场口新街128号
邮政编码：	311400
电　　话：	0571-6332 1839
传　　真：	0571-6332 1839
互联网网址：	www.hzlyhs.com
电子信箱：	zhengquan@hzlyhs.com
信息披露和投资者关系管理部门：	证券投资部
联系人：	夏亚芳
联系电话：	0571-6332 1839

二、发行人设立及报告期内股本和股东变化情况

（一）有限责任公司设立情况

公司前身为 2011 年 3 月 9 日成立的杭州老鹰造型艺术有限公司。老鹰造型成立时的注册资本为人民币 50 万元，系由自然人应金飞、谢艳虹共同出资设立的有限责任公司。其中，应金飞以货币出资 35 万元，谢艳虹以货币出资 15 万元。浙江华夏会计师事务所对前述出资进行审验并于 2011 年 3 月 8 日出具了《验资报告》（浙华会验字（2011）第 206 号），确认该等注册资本已经全部缴足。

2011 年 3 月 9 日，老鹰造型取得杭州市工商行政管理局核发的《企业法人营业执照》（注册号：330196000017646）。

老鹰造型设立时的股权结构如下：

序号	股东	出资额（万元）	出资方式	持股比例（%）
1	应金飞	35.00	货币	70.00
2	谢艳虹	15.00	货币	30.00
合计		**50.00**	—	**100.00**

（二）股份有限公司设立情况

发行人系由老鹰造型整体变更设立的股份公司。2015 年 7 月 31 日，老鹰造型召开股东会，全体股东一致同意作为发起人，以 2015 年 7 月 31 日为改制基准日整体变更为股份有限公司。同日，全体发起人签署《发起人协议》。

2015 年 10 月 9 日，有限公司召开股东会，全体股东一致同意以有限公司经中汇会计师事务所（特殊普通合伙）审计的账面净资产值 16,525,008.18 元（中汇会审[2015]3771 号《审计报告》），按照 1.573810303:1 的比例折合为发起人对公司所持有的股份共计 1,050 万股（每股面值人民币 1.00 元），整体变更为股份公司，股本为 1,050 万元，净资产扣除股本后的余额 6,025,008.18 元计入资本公积。同日，天源资产评估有限公司出具了《资产评估报告》（天源评报字[2015]第 0367 号），评定以 2015 年 7 月 31 日为基准日的公司净资产评估值为 17,812,049.87 元，超过公司经审计的账面净资产。

2015 年 10 月 26 日，中汇会计师事务所出具了《验资报告》（中汇会验[2015]3891 号），验证截至 2015 年 10 月 25 日，整体改制中以有限公司净资产出资的股份公司注册资本已全部到位。

2015 年 10 月 26 日，老鹰股份全体发起人依法召开了股份公司创立大会暨第一次临时股东大会，通过了公司章程，选举了第一届董事会董事及第一届监事会非职工代表监事。

2015 年 11 月 17 日，老鹰股份取得杭州市市场监督管理局核发的《企业法人营业执照》（统一社会信用代码：913301005687846100）。

老鹰股份设立时的股权结构如下：

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	应伟明	9,082,500	86.50
2	老鹰投资	1,260,000	12.00
3	应良煜	157,500	1.50
合计		**10,500,000**	**100.00**

（三）发行人报告期内的股本及股东变化情况

公司于 2016 年 8 月 2 日在全国中小企业股份转让系统挂牌，证券简称为“老鹰教育”，证券代码为“838254”，转让方式为协议转让。挂牌时公司的股东及其持股情况如下：

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	应伟明	9,082,500	85.3755
2	老鹰投资	1,260,000	11.8440
3	应良煜	157,500	1.4805
4	陈大缙	138,300	1.3000
合计		**10,638,300**	**100.00**

1、2017 年 1 月，股份公司增资

2017 年 1 月 20 日，经 2017 年第一次临时股东大会决议通过，同意将公司注册资本由 1,063.83 万元增加至 1,100.22 万元，由陈萌、张文龙等 9 人以每股 5.20 元认购公司本次新增的 36.39 万股股份，具体认购情况如下：

序号	认购人	认购数量（股）	认购比例（%）
1	陈萌	110,100	1.0007
2	张文龙	88,100	0.8007
3	孙立堂	33,100	0.3008
4	蒋铭科	33,100	0.3008
5	孔金龙	22,100	0.2009
6	方砂砂	22,100	0.2009
7	徐银	22,100	0.2009
8	屠小君	22,100	0.2009
9	徐国华	11,100	0.1009
合计		**363,900**	**3.3075**

本次增资的出资方式为货币，增资价格综合考虑了宏观经济环境、公司所处行业、公司成长性、每股净资产、行业市盈率、增强公司管理层稳定性等多方面因素，由增资方与原股东协商确定，为每股 5.20 元。

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）对前述出资进行审验并于 2017 年 5 月 12 日出具了《验资报告》（中汇会验[2017]3411 号），确认该等注册资本已经全

部缴足。2017 年 2 月 10 日，公司就上述事项完成工商变更登记。本次增资完成后，老鹰股份的股权结构如下：

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	应伟明	9,082,500	82.5517
2	老鹰投资	1,260,000	11.4523
3	应良煜	157,500	1.4315
4	陈大缙	138,300	1.2570
5	陈萌	110,100	1.0007
6	张文龙	88,100	0.8007
7	孙立堂	33,100	0.3008
8	蒋铭科	33,100	0.3008
9	孔金龙	22,100	0.2009
10	方砂砂	22,100	0.2009
11	徐银	22,100	0.2009
12	屠小君	22,100	0.2009
13	徐国华	11,100	0.1009
合计		**11,002,200**	**100.00**

2、2017 年 9 月，股份公司权益分派

2017 年 9 月 15 日，经 2017 年第七次临时股东大会审议通过，公司以权益分派股权登记日 2017 年 9 月 26 日总股本 11,002,200 股为基数，向全体股东每 10 股送红股 24.084093 股。2017 年 9 月 27 日，公司完成 2017 年半年度权益分派，共计转增 26,497,800 股。本次公积金转增股本完成后，公司总股本增至 3,750.00 万股。

2017 年 9 月 30 日，杭州市市场监督管理局对上述事项予以核准变更登记。本次权益分派完成后，老鹰股份的股权结构如下：

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	应伟明	30,956,878	82.5517
2	老鹰投资	4,294,595	11.4523
3	应良煜	536,825	1.4315
4	陈大缙	471,383	1.2570
5	陈萌	375,266	1.0007

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
6	张文龙	300,281	0.8007
7	孙立堂	112,819	0.3008
8	蒋铭科	112,819	0.3008
9	孔金龙	75,326	0.2009
10	方砂砂	75,325	0.2009
11	徐银	75,325	0.2009
12	屠小君	75,325	0.2009
13	徐国华	37,833	0.1009
合计		**37,500,000**	**100.00**

3、2018 年 3 月，股份公司股转系统终止挂牌

2018 年 1 月 26 日，公司 2018 年第一次临时股东大会审议通过《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》，同年 3 月 19 日公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。终止挂牌时公司的股东及其持股情况如下：

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	应伟明	30,956,878	82.5517
2	老鹰投资	4,294,595	11.4523
3	应良煜	536,825	1.4315
4	陈大缙	471,383	1.2570
5	陈萌	375,266	1.0007
6	张文龙	300,281	0.8007
7	孙立堂	112,819	0.3008
8	蒋铭科	112,819	0.3008
9	孔金龙	75,326	0.2009
10	方砂砂	75,325	0.2009
11	徐银	75,325	0.2009
12	屠小君	75,325	0.2009
13	徐国华	37,833	0.1009
合计		**37,500,000**	**100.00**

4、2018 年 4 月，股份公司股份第一次转让

2018 年 4 月 10 日，应伟明与比特互联、自然人李伟丽签订《股权转让合同书》，应伟明将其持有的公司股份 750,000 股转让给比特互联及李伟丽，其中比特互联以人民币 2,308.50 万元受让 712,500 股，李伟丽以人民币 121.50 万元受让 37,500 股。具体转让情况如下：

出让方	受让方	转让股份（股）	每股转让价格（元）	股权转让款（万元）
应伟明	比特互联	712,500	32.40	2,308.50
	李伟丽	37,500	32.40	121.50

应伟明系因个人原因转让其所持公司的股份，本次股权转让经各方协商一致按照公司整体估值 12.15 亿元作为定价依据，每股转让价格为 32.40 元。

2018 年 4 月 23 日，公司召开 2018 年第四次临时股东大会，同意上述股份转让事项。2018 年 4 月 26 日，公司就上述股份转让事项完成工商变更登记。本次股份转让后，老鹰股份的股份结构变更为：

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	应伟明	30,206,878	80.5517
2	老鹰投资	4,294,595	11.4523
3	比特互联	712,500	1.9000
4	应良煜	536,825	1.4315
5	陈大缙	471,383	1.2570
6	陈萌	375,266	1.0007
7	张文龙	300,281	0.8007
8	孙立堂	112,819	0.3008
9	蒋铭科	112,819	0.3008
10	孔金龙	75,326	0.2009
11	方砂砂	75,325	0.2009
12	徐银	75,325	0.2009
13	屠小君	75,325	0.2009
14	徐国华	37,833	0.1009
15	李伟丽	37,500	0.1000
合计		**37,500,000**	**100.00**

5、2019 年 9 月，股份公司股份第二次转让

2019 年 9 月 26 日，应伟明与睿专叁号签订《股份转让协议》，应伟明将其持有的公司股份 562,500 股转让给睿专叁号。具体转让情况如下：

出让方	受让方	转让股份（股）	每股转让价格（元）	股权转让款（万元）
应伟明	睿专叁号	562,500	42.67	2,400.00

应伟明系因个人原因转让其所持公司的股份，本次股权转让经各方协商一致按照公司整体估值 16 亿元作为定价依据，每股转让价格为 42.67 元。

2019 年 9 月 26 日，公司召开 2019 年第三次临时股东大会，同意上述股份转让事项。2019 年 9 月 27 日，公司就上述股份转让事项完成工商变更登记。本次股份转让后，老鹰股份的股份结构变更为：

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	应伟明	29,644,378	79.0517
2	老鹰投资	4,294,595	11.4523
3	比特互联	712,500	1.9000
4	睿专叁号	562,500	1.5000
5	应良煜	536,825	1.4315
6	陈大缙	471,383	1.2570
7	陈萌	375,266	1.0007
8	张文龙	300,281	0.8007
9	孙立堂	112,819	0.3008
10	蒋铭科	112,819	0.3008
11	孔金龙	75,326	0.2009
12	方砂砂	75,325	0.2009
13	徐银	75,325	0.2009
14	屠小君	75,325	0.2009
15	徐国华	37,833	0.1009
16	李伟丽	37,500	0.1000
合计		**37,500,000**	**100.00**

6、2019 年 10 月，股份公司股份第三次转让

2019 年 10 月 31 日，应伟明与瑞力文化、陈晨、费锦磊签订《股份转让协

议》，应伟明将其持有的公司股份 562,500 股转让给瑞力文化、陈晨和费锦磊。具体转让情况如下：

出让方	受让方	转让股份（股）	每股转让价格（元）	股权转让款（万元）
应伟明	瑞力文化	499,219	42.67	2,130.00
	陈晨	51,562	42.67	220.00
	费锦磊	11,719	42.67	50.00

应伟明系因个人原因转让其所持公司的股份，本次股权转让经各方协商一致按照公司整体估值 16 亿元作为定价依据，每股转让价格为 42.67 元。

2019 年 10 月 31 日，公司召开 2019 年第五次临时股东大会，同意上述股份转让事项。2019 年 12 月 2 日，公司就上述股份转让事项完成工商变更登记。本次股份转让后，老鹰股份的股份结构变更为：

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	应伟明	29,081,878	77.5517
2	老鹰投资	4,294,595	11.4523
3	比特互联	712,500	1.9000
4	睿专叁号	562,500	1.5000
5	应良煜	536,825	1.4315
6	瑞力文化	499,219	1.3313
7	陈大缙	471,383	1.2570
8	陈萌	375,266	1.0007
9	张文龙	300,281	0.8007
10	孙立堂	112,819	0.3008
11	蒋铭科	112,819	0.3008
12	孔金龙	75,326	0.2009
13	方砂砂	75,325	0.2009
14	徐银	75,325	0.2009
15	屠小君	75,325	0.2009
16	陈晨	51,562	0.1375
17	徐国华	37,833	0.1009
18	李伟丽	37,500	0.1000
19	费锦磊	11,719	0.0312

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
合计		**37,500,000**	**100.00**

（四）应金飞、谢艳虹、应良煜与应伟明的关系，代持应伟明股份原因及合理性

应伟明和应金飞为兄弟关系，应良煜为应伟明和应金飞的侄子，谢艳虹与应伟明、应金飞、应良煜无关联关系。

1、应金飞、应良煜代应伟明持有老鹰股份前身老鹰有限股权的原因及合理性

老鹰有限设立时的名称为“杭州老鹰造型艺术有限公司”，是应伟明为从事公共艺术（雕塑）方面的业务而设立的公司。应伟明当时专注美术培训的教学工作，雕塑业务并非其主要业务方向，由于股权登记意识不强，且出于对亲属的信任，故委托应金飞作为工商登记股东，由应金飞代为办理公司设立的相关手续。基于亲属之间的信赖关系，应金飞与应伟明未就上述股权代持订立书面代持协议。2014 年底，因应金飞工作发生变动，不便继续代应伟明持有老鹰有限股权，故应伟明转而委托应良煜代其持有老鹰有限股权，基于应伟明与应良煜之间的亲属关系，双方未订立书面代持协议。

2、应伟明、谢艳虹之间不存在股权代持安排

应伟明与谢艳虹之间不存在股权代持安排。根据应伟明的要求，应金飞于 2013 年 9 月受让谢艳虹持有的老鹰有限 30%的股权，此次股权转让完成后，谢艳虹已不再持有老鹰有限股权。

（五）老鹰投资入股老鹰有限时的出资人结构，向老鹰投资转让股权与应良煜认购股权定价不同的原因及合理性

老鹰投资入股老鹰有限时的出资人结构如下所示：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	应伟明	普通合伙人	128.70	99.00
2	应良煜	有限合伙人	1.30	1.00
合　计			**130.00**	**100.00**

老鹰投资入股老鹰有限时的定价为 1.03 元/股，系以老鹰有限其时的净资产为作价依据；根据应良煜出具的情况说明并经其本人确认，考虑到应良煜对公司的贡献及与实际控制人应伟明之间的亲属关系，老鹰有限于 2015 年 7 月最终股

本结构还原及调整时，应伟明给予了应良煜认购老鹰有限 1.5%股权（对应出资额为 15.75 万元人民币）的权利，经双方协商，确定定价为 1 元/股。

综上，老鹰投资入股老鹰有限的定价以老鹰有限其时的净资产为依据，应良煜认购老鹰有限股权的作价系经应伟明、应良煜协商确定，上述定价合理，系各方的真实意思表示，不存在纠纷或潜在纠纷。有关股本演变及代持情况请参阅《发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见》。

（六）历次增资、股权转让资金来源，是否合法合规

发行人历次增资、股权转让资金来源情况如下所示：

时间	转让方	受让方/增资方	资金来源
2013.09.02	谢艳虹	应金飞（代应伟明）	（应伟明）自有资金
2015.01.22	应金飞（代应伟明）	应良煜	不涉及支付对价
2015.06.16	-	应伟明	自有资金
2015.07.30	应伟明、应良煜	老鹰投资	自有资金
2016.01.08	-	陈大缙	自有资金
2017.02.10	-	陈萌、张文龙等 9 人	自有资金
2017.09.30	-	发行人全体股东	未分配利润转增
2018.04.26	应伟明	比特互联、李伟丽	自有资金
2019.09.27	应伟明	睿专叁号	自有资金
2019.12.02	应伟明	瑞力文化、陈晨、费锦磊	自有资金

经查阅相关增资、股权转让涉及的验资报告、转让协议、出资/对价支付凭据，并经相关各方书面确认，发行人历次增资、股权转让资金来源合法合规。

（七）陈大缙，陈萌等 9 人，比特互联和李伟丽，瑞力文化、陈晨和费锦磊等增资与股权转让的对价、定价依据及合理性

相关股份转让的原因、对价及定价依据如下所示：

时间	转让方	受让方/增资方	受让/增资原因	增资/转让对价	定价依据
2016.01.08	-	陈大缙	看好发行人所处行业及未来成长性	7.52 元/股	由发行人与增资方基于发行人所处行业、成长性、经营情况、未来业务发展等因素协商确定

时间	转让方	受让方/增资方	受让/增资原因	增资/转让对价	定价依据
2017.02.10	-	陈萌、张文龙等 9 人	发行人筹建温州子公司存在一定资金需求，同时计划对为发行人发展作出贡献的人员进行激励	5.20 元/股	结合发行人当时的资金需求，并出于对为发行人发展作出贡献的人员进行激励之目的，由发行人与相关人员协商确定
2018.04.26	应伟明	比特互联、李伟丽	看好发行人所处行业及未来成长性	32.40 元/股	由转让方与受让方基于发行人所处行业、成长性、经营情况、未来业务发展等因素协商确定
2019.09.27	应伟明	睿专叁号	看好发行人所处行业及未来成长性	42.67 元/股	由转让方与受让方基于发行人所处行业、成长性、经营情况、未来业务发展等因素，并参考前次转让定价协商确定
2019.12.02	应伟明	瑞力文化、陈晨、费锦磊	看好发行人所处行业及未来成长性	42.67 元/股	由转让方与受让方基于发行人所处行业、成长性、经营情况、未来业务发展等因，并参考前次转让定价协商确定

发行人上述股份转让、增资系交易各方的真实意思表示，定价依据合理，未违反《公司法》等有关法律法规的规定，并已履行发行人内部决策程序，不存在纠纷或潜在纠纷。

（八）应伟明向比特互联、李伟丽、睿专叁号、瑞力文化、陈晨和费锦磊等转让股权的是否真实交易、是否履行相应缴税义务、是否有其他利益安排

比特互联、李伟丽、睿专叁号、瑞力文化、陈晨和费锦磊投资发行人的原因系看好发行人未来的发展，应伟明向比特互联、李伟丽、睿专叁号、瑞力文化、陈晨和费锦磊转让股份的交易背景真实，已履行相应的缴税义务。

经查阅相关股份转让协议、股东协议，比特互联、李伟丽、睿专叁号、瑞力文化、陈晨和费锦磊在投资发行人时约定有对赌协议等类似安排，目前已取消。具体如下：

序号	订立时间	当事人	主要约定	效力状态
1	2018年4月10日	应伟明（甲方）；比特互联及李伟丽（统称乙方）	若发行人在本次股份转让的价款支付完成之日起6年内不能在上海或深圳证券交易所实现人民币普通股的首次公开发行，则乙方有权于前述期间届满后一个月内书面要求甲方回购乙方所持公司标的股份，甲方届时应以现金形式收购乙方所持目标公司标的股份。	已取消

序号	订立时间	当事人	主要约定	效力状态
2	2019年9月26日	发行人、应伟明（转让方）、富阳文创、睿专叁号（受让方）	2019年度公司应实现经审计确认的归属于公司扣除非经常性损益后的净利润不低于人民币7,800.00万元。若公司未实现上述目标利润，受让方自2020年3月31日起三个月内有权获得股份补偿或现金补偿。	已取消
3	2019年9月26日	发行人、应伟明、富阳文创；睿专叁号（统称投资人）；公司其他股东	若发行人2023年6月30日仍未完成合格上市，投资人有权在2023年9月30日或之前要求发行人或应伟明回购投资人所持有的发行人的全部或部分股份。	已取消
4	2019年10月31日	发行人、应伟明（转让方）、富阳文创；瑞力文化、陈晨、费锦磊（统称受让方）	2019年度公司应实现经审计确认的归属于公司扣除非经常性损益后的净利润不低于人民币7,800.00万元。若公司未实现上述目标利润，受让方自2020年3月31日起三个月内有权选择获得股份补偿或现金补偿。	已取消
5	2019年11月21日	发行人、应伟明、富阳文创；睿专叁号、瑞力文化、陈晨、费锦磊（统称投资人）；公司其他股东	若发行人2022年6月30日仍未完成合格上市，投资人有权在该事件发生后三个月内要求发行人或应伟明回购投资人所持有的发行人的全部或部分股份。	已取消

2020 年 4 月 27 日，相关各方分别签订补充协议，确认上述特殊股东权利已于协议签署之日起全部终止并丧失效力。

根据比特互联、李伟丽、睿专叁号、瑞力文化、陈晨和费锦磊分别出具的书面确认，其与发行人及其他股东目前未就发行人股权、公司治理、股东权利等事项作出特别安排，目前不存在关于业绩承诺、对赌、及相关赔偿、股份回购的任何约定，亦不存在与上述类别约定相关的尚未结清的赔偿或尚未履行的回购义务。

综上，应伟明向比特互联和李伟丽，睿专叁号，瑞力文化、陈晨和费锦磊转让股权系真实交易，已履行相应缴税义务，不存在其他利益安排。

三、发行人重大资产重组情况

发行人自设立以来不存在重大资产重组的情况。最近一年内，发行人不存在收购、兼并其他企业资产（或股权）且被收购企业资产总额或营业收入或净利润超过收购前发行人相应项目 20%（含）的情形。

四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

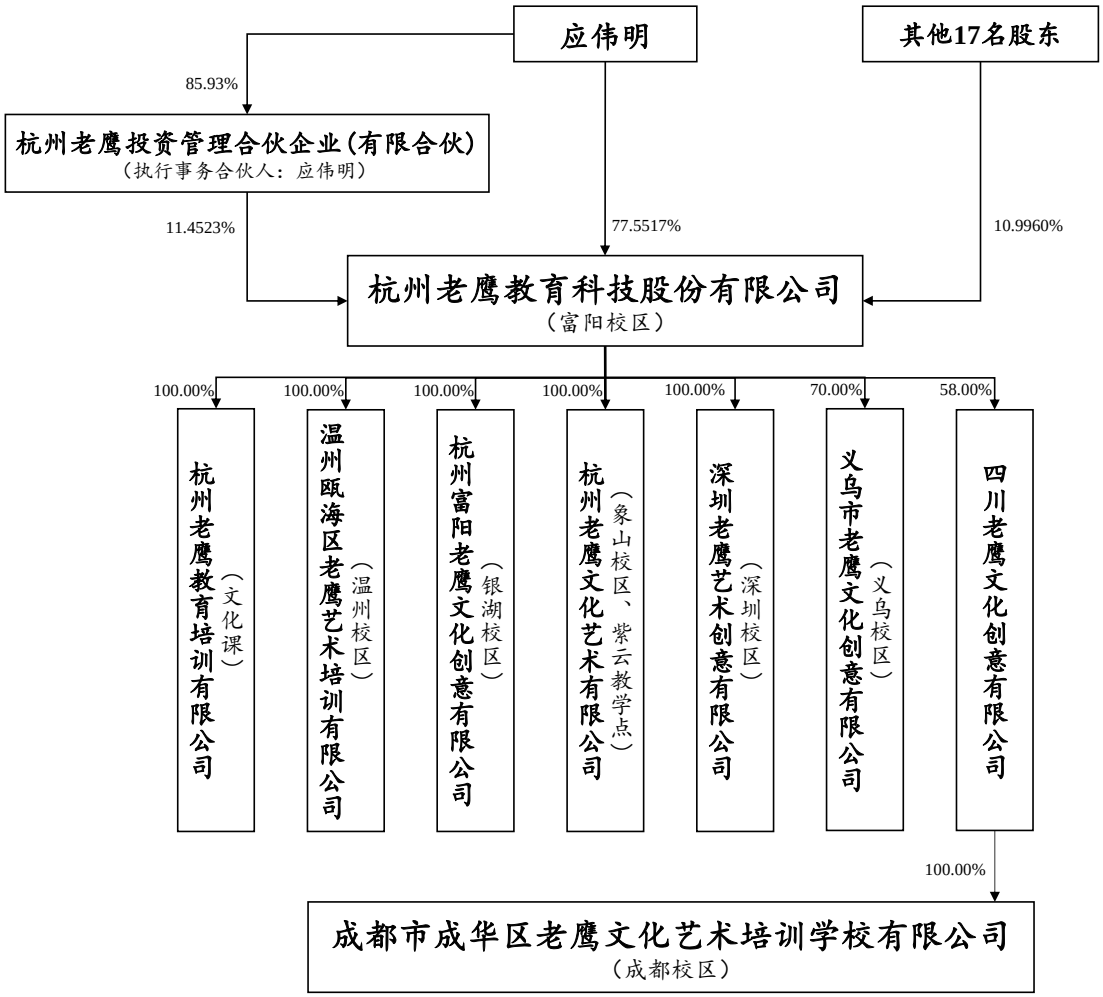
发行人于 2016 年 8 月 2 日在全国中小企业股份转让系统挂牌，证券简称为“老鹰教育”，证券代码为“838254”，转让方式为协议转让。

为配合公司在境内资本市场上市的长期战略发展规划，2018 年 1 月 26 日，公司 2018 年第一次临时股东大会审议通过《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》，同年 3 月 19 日公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。

在全国中小企业股份转让系统挂牌期间，公司未受到处罚。

五、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，发行人股权结构如下：



六、子公司、参股公司和分公司情况

（一）子公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 5 家全资子公司，分别为杭州艺术、富阳文创、深圳老鹰、温州老鹰、老鹰培训，2 家控股子公司，分别为义乌老鹰和四川老鹰，1 家孙公司为成都老鹰，具体情况如下：

1、杭州艺术

（1）基本情况

项　　目	内　　容
公司名称	杭州老鹰文化艺术有限公司
法定代表人	应伟明
统一社会信用代码	91330106074331726R
公司类型	一人有限责任公司（私营法人独资）
成立时间	2013 年 8 月 5 日
注册资本	1,010.00 万元人民币
实收资本	1,010.00 万元人民币
注册地	浙江省杭州市西湖区转塘街道美院南街 89 号 1 号楼三楼
主要生产经营地	浙江省杭州西湖区转塘街道美院南街 89 号 1 号楼
股东构成及控制情况	发行人持有其 100%股权
经营范围	文化艺术策划，美术类培训。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务一致，负责运营发行人象山校区（含紫云教学点）

（2）主要财务数据

杭州艺术最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项　目	2019-12-31 /2019 年度
总资产	5,610.92
净资产	4,431.58
净利润	949.45

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

（3）历史沿革

①杭州艺术的设立

杭州艺术前身为成立于 2008 年 7 月 10 日的杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部，转型升级为有限责任公司时其登记股东为张伟林、胡雪娟，注册资本为 10 万元。杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部成立时登记的经营者为张伟林。张伟林系应伟明配偶的兄弟，代应伟明登记作为杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部的经营者。

根据浙江华夏会计师事务所有限公司于 2013 年 8 月 2 日出具的“浙华会验字（2013）第 342 号”《验资报告》，截至 2013 年 7 月 31 日，杭州艺术（筹）已收到全体股东以货币形式缴纳的注册资本合计 10 万元。

2013 年 8 月 5 日，杭州艺术办理完成设立相关工商登记。杭州艺术设立时的股东及股权结构如下所示：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	张伟林	7.00	70.00
2	胡雪娟	3.00	30.00
合 计		**10.00**	**100.00**

②2015 年 6 月增加注册资本至 1,010 万元

2015 年 6 月 23 日，杭州艺术召开股东会并作出决议，全体股东一致同意杭州艺术新增注册资本 1,000 万元，由老鹰有限以货币形式出资 1,000 万元认缴。前述增资完成后，杭州艺术的注册资本增加至 1,010 万元。

2015 年 6 月 29 日，杭州艺术办理完成本次增加注册资本的相关工商变更登记。本次增资完成后，杭州艺术的股东及股权结构如下所示：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	老鹰有限	1,000.00	99.01
2	张伟林	7.00	0.69
3	胡雪娟	3.00	0.30
合 计		**1,010.00**	**100.00**

③2015 年 7 月股权转让

2015 年 6 月 30 日，张伟林、胡雪娟分别与老鹰有限签订《股权转让协议》，约定由张伟林、胡雪娟以 1.00 元/股的对价分别向老鹰有限转让其持有的杭州艺术 0.69%、0.30%的股权。同日，杭州艺术召开股东会并作出决议，同意上述股权转让。

2015 年 7 月 24 日，杭州艺术办理完成本次股权转让的相关工商变更登记。本次股权转让完成后，杭州艺术的股东及股权结构如下所示：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	老鹰有限	1,010.00	100.00
合 计		**1,010.00**	**100.00**

杭州艺术设立时系应伟明实际控制的公司，张伟林、胡雪娟代应伟明持有杭州艺术 100%的股权。2015 年 6 月，根据应伟明的要求，张伟林、胡雪娟将其代应伟明持有的杭州艺术 100%的股权转让给老鹰有限。

④有关代持情况的说明

杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部的实际出资人为应伟明，因筹备设立杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部时，应伟明尚未自原工作单位离职，故委托实际负责办理个体工商户设立相关手续、且为其亲属的张伟林登记作为杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部经营者。杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部于 2008 年 7 月登记设立，后因规模不断扩大，采用个体工商户的形式已无法满足实际经营需要，杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部于 2013 年转型升级为有限责任公司。由于应伟明股权登记意识不强，且长期以来专注于教学工作，故继续委托张伟林经办有关事宜并继续登记持有转型升级后杭州艺术的股权。在实际经办过程中，张伟林和应伟明误以为有限责任公司必须两名以上的股东，故应伟明又委托当时负责行政相关工作的员工胡雪娟与张伟林共同登记作为杭州艺术股东，代其持有杭州艺术股权，并处理与工商登记有关的事宜。根据张伟林、胡雪娟出具的情况说明并经其本人确认，张伟林、胡雪娟对杭州艺术的全部出资额（合计 10 万元）的实际出资人为应伟明，张伟林、胡雪娟系根据应伟明的要求名义持有杭州艺术的相关股权（对应 10 万元出资额）并代行相关股东权利，代为承担股东义务及或有责任，实际的权利和责任均明确归属于应伟明。2015 年 7 月，张伟林、胡雪娟依据应伟明的指令将其名义持有的杭州艺术合计 0.99%的股权转让给老鹰有限。上述转让完成后，张伟林、胡雪娟不再名义持有杭州艺术的任何股权，张伟林、胡雪娟与应伟明之间的委托代持关系已全部解除，不存在纠纷或潜在纠纷。

根据应伟明出具的情况说明，其与张伟林、胡雪娟之间的委托代持关系已全部解除，不存在纠纷或潜在纠纷。应伟明对委托张伟林、胡雪娟代持杭州艺术股权事宜的说明及《解除代持情况说明》的出具均为其真实意思表示，除已披露的

股权代持情况外，应伟明未委托其他人代其持有杭州艺术股权，也未代任何其他人持有杭州艺术股权。

⑤杭州艺术承接西湖区老鹰教育咨询服务部品牌的合理性、是否存在潜在法律纠纷

杭州艺术与杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部均为应伟明实际出资、经营的主体，转型升级后杭州艺术的注册地址、实际出资人、主营业务、人员未发生变化。杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部转型升级主要是基于个体工商户形式已无法满足实际经营需要，且《个体工商户转型升级为企业同意书》和《债务承诺书》等转型升级相关资料中已明确转型升级前后主体的沿革及债务承继安排。因此，杭州艺术承接杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部品牌具备合理性，不存在潜在法律纠纷。

⑥应伟明原任职单位及职务、投资设立西湖区老鹰教育咨询服务部及在该机构任职是否符合当时相关规定、是否违反原任职单位规定、是否存在竞业禁止情形或其他风险

应伟明原任职单位为浙江省杭州第七中学，任职期间为 2001 年 6 月至 2008 年 6 月，职务为美术教师，主要从事美术教学工作，未担任过行政职务。

应伟明于 2008 年上半年确立了离职创业的意向，随后开始办理离职相关手续，并同步着手筹备创业事宜。考虑到开始筹备杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部时其尚未办理完成离职相关手续，应伟明决定委托其亲属张伟林负责办理个体工商户设立相关手续、并登记作为杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部的经营者。杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部于 2008 年 7 月 10 日登记设立，其时，应伟明已于 2008 年 6 月自浙江省杭州第七中学离职。根据浙江省杭州第七中学于 2020 年 11 月 30 日出具的证明：应伟明于浙江省杭州第七中学任职期间表现良好，无违反法律、法规和浙江省杭州第七中学规定的情形，浙江省杭州第七中学未对其做出过任何处罚。

综上所述，应伟明投资设立杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部并担任相关职务不违反当时的相关规定及其原任职单位规定。

应伟明未与浙江省杭州第七中学订立过竞业限制协议或约定，亦未收到过浙

江省杭州第七中学支付的竞业限制补偿金，不涉及对浙江省杭州第七中学承担竞业限制义务的情形。应伟明于浙江省杭州第七中学任职期间担任美术教师职务，未担任过行政职务，浙江省杭州第七中学一般没有要求离职教职工竞业限制的做法，应伟明与浙江省杭州第七中学无争议和纠纷情形。经查阅杭州市中级人民法院出具的《涉诉情况查询告知书》，并检索中国裁判文书网（wenshu.court.gov.cn）、中国执行信息公开网（zxgk.court.gov.cn）等公开信息，未发现应伟明与浙江省杭州第七中学存在争议和纠纷情形。

综上，应伟明未与浙江省杭州第七中学订立过竞业限制协议或约定，其投资设立杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部并担任相关职务不涉及竞业禁止情形，无其他风险。

2、富阳文创

（1）基本情况

项　　目	内　　容
公司名称	杭州富阳老鹰文化创意有限公司
法定代表人	应伟明
统一社会信用码	91330183341921967X
公司类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
成立时间	2015 年 6 月 15 日
注册资本	50.00 万元
实收资本	50.00 万元
注册地	浙江省杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号
主要生产经营地	浙江省杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号
股东构成	发行人持有其 100%股权
经营范围	服务：文化创意策划（除演出及演出中介）；教育软件研发；绘画培训。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务一致，负责运营发行人银湖校区

（2）主要财务数据

富阳文创最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项　目	2019-12-31 /2019 年度
总资产	20,563.85
净资产	11,572.47
净利润	4,445.62

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

3、老鹰培训

（1）基本情况

项　　目	内　　容
公司名称	杭州老鹰教育培训有限公司 （曾用名：杭州富阳老鹰艺术创意有限公司）
法定代表人	应伟明
统一社会信用代码	91330183MA2CDN5315
公司类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
成立时间	2018 年 8 月 14 日
注册资本	200.00 万元人民币
实收资本	200.00 万元人民币
注册地	浙江省杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号
主要生产经营地	浙江省杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号
股东构成及控制情况	发行人持有其 100%股权
经营范围	文化艺术策划、绘画培训服务；教育产品软件开发，非学历文化教育类培训（中学生 14 周岁以上）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	发行人的主营业务为美术培训，老鹰培训则主要为参加美术培训的艺考生提供文化课培训，以帮助其提高综合成绩

（2）主要财务数据

老鹰培训最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项　目	2019-12-31 /2019 年度
总资产	757.75
净资产	342.82
净利润	242.76

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

（3）老鹰培训与他校区的具体业务合作模式

老鹰培训运营的文化课培训分为文化课小班、选考冲刺班和高考冲刺班，老鹰培训仅提供文化课培训服务，不提供餐饮、住宿。其中，文化课小班和选考冲刺班主要面向发行人杭州地区校区已入学专业课学员，该等学员餐饮、住宿由其专业课校区负责，老鹰培训无需为其安排餐饮、住宿。针对高考冲刺班学员，老鹰培训就其餐饮、住宿与发行人银湖校区、场口校区（即老鹰培训文化课培训活动举办地）开展合作，由银湖校区（富阳文创）、场口校区（老鹰股份）提供餐饮、住宿服务，相应餐饮、住宿费用由老鹰培训随学费一并收取，富阳文创及老鹰股份根据提供的场所和服务向老鹰培训结算并收取管理费（包含宿舍折旧、餐饮、水电能耗分摊等）。

4、深圳老鹰

（1）基本情况

项　　目	内　　容
公司名称	深圳老鹰艺术创意有限公司
法定代表人	应伟明
统一社会信用代码	91440300360260121B
公司类型	有限责任公司（法人独资）
成立时间	2016 年 3 月 4 日
注册资本	100.00 万元人民币
实收资本	100.00 万元人民币
注册地	深圳市大鹏新区大鹏街道鹏飞路 278 号较场尾欢乐海湾度假区商业楼 i 栋
主要生产经营地	深圳市大鹏新区大鹏街道鹏飞路 278 号较场尾欢乐海湾度假区商业楼 i 栋
股东构成及控制情况	发行人持有其 100%股权
经营范围	组织文化艺术交流活动；成年人的非学历绘画培训，非成年人非学历培训（根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务一致，负责运营发行人深圳校区

（2）主要财务数据

深圳老鹰最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项　目	2019-12-31 /2019 年度
总资产	685.53
净资产	496.18
净利润	57.12

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

5、义乌老鹰

（1）基本情况

项　　目	内　　容
公司名称	义乌市老鹰文化创意有限公司
法定代表人	应伟明
统一社会信用代码	91330782MA28DKFP39
公司类型	有限责任公司
成立时间	2016 年 4 月 15 日
注册资本	100.00 万元人民币
实收资本	100.00 万元人民币
注册地	浙江省义乌市江东街道星城广场 B 幢 301 室
主要生产经营地	浙江省义乌市江东街道星城广场 B 幢、C 幢
股东构成及控制情况	发行人持有其 70%股权，义乌市太出艺术培训有限公司持有其 30%股权。义乌市太出艺术培训有限公司与发行人之间无关联关系或其他利益安排。
经营范围	文化产品创意设计；组织策划文化艺术交流活动；校外非学历非等级书画培训；工艺品批发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务一致，负责运营发行人义乌校区

（2）主要财务数据

义乌老鹰最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项　目	2019-12-31 /2019 年度
总资产	1,714.34
净资产	1,270.41
净利润	579.42

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

6、温州老鹰

（1）基本情况

项　　目	内　　容
公司名称	温州瓯海区老鹰艺术培训有限公司 （曾用名：温州老鹰文化创意有限公司）
法定代表人	应伟明
统一社会信用代码	91330304MA294JHM0B
公司类型	有限责任公司（法人独资）
成立时间	2017 年 3 月 21 日
注册资本	200.00 万元人民币
实收资本	200.00 万元人民币
注册地	浙江省温州市瓯海区经济开发区东经一路 3 号
主要生产经营地	浙江省温州市瓯海区经济开发区东经一路 3 号
股东构成及控制情况	发行人持有其 100%股权
经营范围	美术培训；文化艺术交流策划；教育产品软件的开发；城市景观造型、室内外装饰工程的设计、施工；艺术产品的设计、制作，工艺美术品的销售及售后服务（不含文物）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务一致，负责运营发行人温州校区

（2）主要财务数据

温州老鹰最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项　目	2019-12-31 /2019 年度
总资产	583.55
净资产	80.13
净利润	78.60

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

7、四川老鹰

（1）基本情况

项　　目	内　　容
公司名称	四川老鹰文化创意有限公司
法定代表人	应伟明

项　　目	内　　容
统一社会信用代码	91510108MA6CBWL42L
公司类型	有限责任公司
成立时间	2018 年 3 月 22 日
注册资本	500.00 万元人民币
实收资本	500.00 万元人民币
注册地	成都市成华区崔家店路 538 号 2、3、4 号楼
主要生产经营地	成都市成华区崔家店路 538 号 2、3、4 号楼
股东构成及控制情况	发行人持有其 58%股权，何涛持有其 42%股权。何涛与发行人之间无关联关系或其他利益安排。
经营范围	组织文化艺术交流活动；组织策划艺术品拍卖；教育产品软件开发；园林绿化工程；公共艺术工程设计、施工；室内软装；艺术品设计；批发、零售：雕塑品、壁画。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	四川老鹰自 2019 年 12 月末不再经营具体业务，由其全资子公司成都老鹰经营具体业务，成都老鹰与发行人主营业务一致

（2）主要财务数据

四川老鹰最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项　目	2019-12-31 /2019 年度
总资产	838.44
净资产	448.20
净利润	71.29

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

（3）四川老鹰在当地受到的优惠政策、持续年限、相关政策是否已经落实及对成都校区运营的实际影响

根据中共成都市成华区委、成都市成华区人民政府《关于成华区勇当成都建设国家中心城市排头兵支持实体经济发展若干政策的意见》（成华委发〔2017〕1 号），成都市成华区对新入驻 1 年内实际到位注册资本 500 万元及以上且符合成都市成华区产业发展导向的企业，自计算支付房租之日起前 3 年，按不超过 50 元/平方米/月的标准据实给予同一企业每年最高不超过 100 万元补贴。四川老鹰目前正在根据该文件申请相应租房补贴，补贴下达后预计将对成都校区运营产生积极影响。

8、成都老鹰

（1）基本情况

项　　目	内　　容
公司名称	成都市成华区老鹰文化艺术培训学校有限公司
法定代表人	应伟明
统一社会信用代码	91510108MA69PQ804T
公司类型	有限责任公司
成立时间	2019 年 11 月 1 日
注册资本	50 万元人民币
实收资本	50 万元人民币
注册地	成都市成华区崔家店路 538 号
主要生产经营地	成都市成华区崔家店路 538 号
股东构成及控制情况	发行人持有四川老鹰 58%股权，四川老鹰持有其 100%股权
经营范围	非学历文化教育：学科类、艺体类（培训内容不得超出相关法律法规规定的教学范围内容）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	与发行人主营业务一致，负责运营发行人成都校区

（2）主要财务数据

成都老鹰最近一年的主要财务数据如下：

单位：万元

项　目	2019-12-31 /2019 年度
总资产	50.01
净资产	50.01
净利润	0.01

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

（3）成都老鹰承接四川老鹰具体业务前，四川老鹰是否实际运营成都校区，是否存在经营资质瑕疵，是否受到行政处罚

成都老鹰承接四川老鹰具体业务前，发行人成都校区实际由四川老鹰运营。四川老鹰在从事相关业务过程中，未能及时按照《四川省规范校外培训机构发展实施方案》等四川省及成都市相关规定取得办学许可，存在经营资质瑕疵。

为解决上述经营资质瑕疵，满足当地“先证后照”的审批要求，四川老鹰筹

建全资子公司成都老鹰，并于成都老鹰取得办学许可后将其登记设立为全资子公司。发行人成都校区已由成都老鹰承接运营，四川老鹰已不再实际运营成都校区。

根据成都市成华区人民政府办公室于 2020 年 3 月 12 日出具的证明，四川老鹰未受到过成都市成华区教育局、成都市成华区市场监督管理局和成都市成华区税务局行政处罚。

针对上述瑕疵事项，发行人控股股东、实际控制人应伟明以及四川老鹰少数股东何涛已出具承诺：若发行人本次发行上市前，四川老鹰因经营资质瑕疵问题受到行政处罚的，本人将确保发行人及四川老鹰不会因此遭受经济损失，并确保成都校区的运营不会因此受到影响。

9、报告期内各校区在职教师数量、后勤保障人员数量、学员人次数及相关独立财务状况

报告期各期末发行人各校区在职教师数量、后勤保障人员数量以及各报告期培训学员人次数如下所示：

单位：人、人次

校区名称	2020-09-30/ 2020 年 1-9 月			2019-12-31/2019 年度			2018-12-31/2018 年度			2017-12-31/2017 年度		
	在职教师	后勤保障人员	学员人次数	在职教师	后勤保障人员	学员人次数	在职教师	后勤保障人员	学员人次数	在职教师	后勤保障人员	学员人次数
银湖校区/转塘校区[注 1]	134	103	4,303	175	87	5,582	176	82	5,272	-	-	-
富阳校区/场口校区[注 2]	83	115	2,386	72	77	2,932	74	80	2,195	105	93	4,341
象山校区	22	15	836	39	20	1,369	47	35	1,950	28	31	1,009
义乌校区	19	9	591	21	10	925	19	5	928	13	11	654
温州校区	15	11	222	14	14	317	6	9	243	5	7	132
深圳校区	7	11	150	6	17	460	8	18	389	8	18	409
成都校区	17	14	384	10	19	502	6	13	145	-	-	-
老鹰培训[注 3]	17	-	723	19	1	640	-	-	-	-	-	-
转塘校区	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44	39	1,502
合计[注 4]	**314**	**278**	**9,595**	**356**	**245**	**12,727**	**336**	**242**	**11,122**	**203**	**199**	**8,047**

注 1：2018 年 5 月发行人启用银湖校区后，转塘校区停止运营；
注 2：2020 年 6 月发行人启用场口校区；
注 3：老鹰培训 2019 年开始运营文化课;
注 4：合计数未剔除同一学员跨校区参加培训的影响。

报告期内，发行人各校区财务状况良好，能够独立运营，自负盈亏。各校区独立财务状况如下：

单位：万元

校区	项目	2020-09-30 /2020 年 1-9 月	2019-12-31 /2019 年度	2018-12-31 /2018 年度	2017-12-31 /2017 年度
银湖校区[注 1]	总资产	23,706.59	20,563.85	18,308.53	-
	净资产	12,580.77	11,572.47	7,126.85	-
	营业收入	6,430.45	13,510.57	11,326.89	-
	净利润	1,008.30	4,445.62	3,741.06	-
富阳校区/场口校区	总资产	47,061.62	35,183.14	14,689.98	11,494.49
	净资产	8,996.73	8,794.20	7,217.60	3,385.79
	营业收入	4,352.87	6,511.93	5,085.57	8,777.97
	净利润	202.53	1,576.60	759.37	3,115.50
象山校区	总资产	6,388.26	5,610.92	5,458.70	9,266.76
	净资产	4,758.02	4,431.58	3,482.13	6,458.23
	营业收入	1,422.21	3,254.56	3,877.73	2,985.30
	净利润	326.44	949.45	1,137.67	2,269.85
义乌校区	总资产	1,683.97	1,714.34	1,112.54	817.89
	净资产	1,026.18	1,270.41	690.99	358.44
	营业收入	651.53	2,174.01	1,533.62	1,121.65
	净利润	-244.24	579.42	332.55	247.44
温州校区	总资产	654.09	583.53	679.00	763.22
	净资产	-166.60	80.13	1.53	90.38
	营业收入	283.54	815.18	427.71	221.03
	净利润	-246.73	78.60	-88.84	-109.62
深圳校区	总资产	571.15	685.53	753.96	685.17
	净资产	326.61	496.18	439.06	381.84
	营业收入	224.60	853.04	826.78	773.93
	净利润	-169.57	57.12	57.21	48.68
成都校区	总资产	1,298.08	838.44	714.09	-
	净资产	403.81	448.21	376.91	-
	营业收入	514.16	896.50	300.19	-
	净利润	-44.41	71.30	-123.09	-
老鹰培训	总资产	777.77	757.75	-	-

校区	项目	2020-09-30 /2020 年 1-9 月	2019-12-31 /2019 年度	2018-12-31 /2018 年度	2017-12-31 /2017 年度
[注 2]	净资产	551.31	342.82	-	-
	营业收入	569.46	719.03	-	-
	净利润	108.49	242.76	-	-
转塘校区 [注 3]	总资产	-	-	-	4,004.05
	净资产	-	-	-	2,344.46
	营业收入	-	-	-	3,424.02
	净利润	-	-	-	998.36

注 1：银湖校区于 2018 年开始启用；

注 2：老鹰培训 2019 年开始运营文化课；

注 3：转塘校区 2017 年由杭州艺术运营；富阳校区 2017 年由富阳文创运营；象山校区 2017 年由老鹰股份运营。2018 年发行人启用银湖校区后，转塘校区停止运营。其他校区运营主体同步进行优化整合，具体为：银湖校区由富阳文创运营，富阳校区改由老鹰股份运营，象山校区改由杭州艺术运营。

注 4：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

（二）参股公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人无参股公司。

（三）分公司情况

因发行人场口校区投入使用，为满足开展文化课培训的需要，老鹰培训申请设立场口分公司。2020 年 9 月 2 日，杭州老鹰教育培训有限公司场口分公司完成注册登记，取得统一社会信用代码为“91330183MA2J159C20”的营业执照。

（四）报告期内注销的子公司情况

报告期内，发行人不存在注销子公司的情况。

七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

截至本招股说明书签署之日，应伟明直接持有公司29,081,878股股份，占公司总股本的77.5517%，为公司的控股股东。应伟明还通过老鹰投资间接控制公司4,294,595股股份，占公司总股本的11.4523%，因此应伟明直接或间接合计控制公司89.0040%的股份，为公司的控股股东和实际控制人。最近两年内，应伟明为公司实际控制人，且未发生变化。

应伟明，男，1973 年 8 月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。

身份证号码：3326241973********。2001 年 6 月至 2008 年 6 月任杭州第七中学教师；2008 年 6 月至 2013 年 7 月任杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部教师；2013 年 8 月至 2015 年 11 月任杭州艺术执行董事；2015 年 6 月至 2015 年 10 月任老鹰造型执行董事兼总经理；2015 年 10 月至 2018 年 10 月任股份公司董事长；2018 年 10 月至今任股份公司董事长，任期三年。

（二）控股股东和实际控制人所持股份的质押或其他争议情况

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东、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情况。

（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况

截至本招股说明书签署日，其他持有发行人5%以上股份的主要股东为老鹰投资，老鹰投资持有发行人11.4523%的股份，其基本情况如下：

项目	内容		
名称	杭州老鹰投资管理合伙企业（有限合伙）		
类型	有限合伙企业		
成立日期	2015 年 7 月 23 日		
执行事务合伙人	应伟明		
主要经营场所	浙江省杭州市富阳区东洲街道公望路 3 号 895 工位		
经营范围	投资管理，投资咨询（除证券、期货）（未经金融等监管部门批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）。（依法须经批准的项目，经有关部门批准后方可开展经营活动）		
出资情况	**合伙人股东姓名**	**出资额（万元）**	**出资比例（%）**
	应伟明	128.70	85.9334
	张伟林	2.6269	1.7540
	宋文伟	2.6269	1.7540
	许扬	1.3194	0.8810
	邢高峰	1.3194	0.8810
	王文坤	1.3194	0.8810
	曾娴静	1.3194	0.8810
	周伟辉	1.3194	0.8810
	周清华	1.3194	0.8810
	王洪星	1.3194	0.8810
	郑洋矽	1.3194	0.8810

项目	内容		
	杨新建	1.3194	0.8810
	林秀军	1.3194	0.8810
	晏子建	1.3194	0.8810
	应良煜	1.3000	0.8680
	合　计	**149.7672**	**100.00**
最近一年主要财务数据	**项目**	**2019-12-31/2019 年度**	
	总资产（万元）	223.28	
	净资产（万元）	212.62	
	净利润（万元）	2.04	

注：上述财务数据未经审计。

八、发行人有关股本情况

（一）发行人本次发行前后的股本情况

发行人本次发行前总股本为3,750万股，本次拟发行不超过1,250万股，占发行后总股数的比例不低于25%。

本次发行前后公司的股本结构变化情况如下表所示：

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量（股）	股权比例（%）	持股数量（股）	股权比例（%）
1	应伟明	29,081,878	77.5517	29,081,878	58.1638
2	老鹰投资	4,294,595	11.4523	4,294,595	8.5892
3	比特互联	712,500	1.9000	712,500	1.4250
4	睿专叁号	562,500	1.5000	562,500	1.1250
5	应良煜	536,825	1.4315	536,825	1.0737
6	瑞力文化	499,219	1.3313	499,219	0.9984
7	陈大缙	471,383	1.2570	471,383	0.9428
8	陈萌	375,266	1.0007	375,266	0.7505
9	张文龙	300,281	0.8007	300,281	0.6006
10	孙立堂	112,819	0.3008	112,819	0.2256
11	蒋铭科	112,819	0.3008	112,819	0.2256
12	孔金龙	75,326	0.2009	75,326	0.1507
13	方砂砂	75,325	0.2009	75,325	0.1507

序号	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持股数量（股）	股权比例（%）	持股数量（股）	股权比例（%）
14	徐银	75,325	0.2009	75,325	0.1507
15	屠小君	75,325	0.2009	75,325	0.1507
16	陈晨	51,562	0.1375	51,562	0.1031
17	徐国华	37,833	0.1009	37,833	0.0757
18	李伟丽	37,500	0.1000	37,500	0.0750
19	费锦磊	11,719	0.0312	11,719	0.0234
20	社会公众股	-	-	12,500,000	25.0000
合计		**37,500,000**	**100.0000**	**50,000,000**	**100.0000**

（二）本次发行前公司前十名股东持股情况

序号	股　东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	应伟明	29,081,878	77.5517
2	老鹰投资	4,294,595	11.4523
3	比特互联	712,500	1.9000
4	睿专叁号	562,500	1.5000
5	应良煜	536,825	1.4315
6	瑞力文化	499,219	1.3313
7	陈大缙	471,383	1.2570
8	陈萌	375,266	1.0007
9	张文龙	300,281	0.8007
10	孙立堂	112,819	0.3008
	蒋铭科	112,819	0.3008
合计		**37,060,085**	**98.8268**

（三）本次发行前公司前十名自然人股东及其在公司任职情况

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）	在公司任职情况
1	应伟明	29,081,878	77.5517	董事长
2	应良煜	536,825	1.4315	监事
3	陈大缙	471,383	1.2570	无任职
4	陈萌	375,266	1.0007	董事兼总经理
5	张文龙	300,281	0.8007	董事兼副总经理
6	孙立堂	112,819	0.3008	副总经理

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）	在公司任职情况
	蒋铭科	112,819	0.3008	副总经理
7	孔金龙	75,326	0.2009	副总经理
	方砂砂	75,325	0.2009	副总经理
	徐银	75,325	0.2009	董事
	屠小君	75,325	0.2009	内审部负责人
8	陈晨	51,562	0.1375	无任职
9	徐国华	37,833	0.1009	监事会主席
10	李伟丽	37,500	0.1000	无任职
合计		**31,419,467**	**83.7852**	-

（四）国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署日，发行人股本不存在国有股份或外资股份。

（五）最近一年发行人新增股东的持股数量及变化情况、取得股份的时间、价格和定价依据

最近一年发行人新增股东 4 名，新增股东持股数量情况如下：

序号	股东	持股数量（股）	持股比例（%）
1	睿专叁号	562,500	1.5000
2	瑞力文化	499,219	1.3313
3	陈晨	51,562	0.1375
4	费锦磊	11,719	0.0312

上述新增股东获得发行人股份的方式、时间、价格及定价依据如下：

（1）睿专叁号

2019 年 9 月 26 日，应伟明与睿专叁号签订《股份转让协议》，将其持有的公司股份 562,500 股转让给睿专叁号。具体转让情况如下：

出让方	受让方	转让股份（股）	每股转让价格（元）	股权转让款（万元）
应伟明	睿专叁号	562,500	42.67	2,400.00

应伟明系因个人原因转让其所持公司的股份。本次股权转让综合考虑公司所处行业状况、公司经营情况、整体盈利能力及其成长性等相关因素，并参照 2018 年 4 月最近一轮向外部投资者转让股份的价格（整体估值 12.15 亿元，对应 PE

为 20 倍左右），经各方协商一致按照公司整体估值 16 亿元作为定价依据，每股转让价格为 42.67 元。

2019 年 9 月 26 日，公司召开 2019 年第三次临时股东大会，审议通过上述股份转让事项。2019 年 9 月 27 日，公司就上述股份转让事项完成工商变更登记。

截至本招股说明书签署之日，睿专叁号持有公司股份未发生变化。

（2）瑞力文化、陈晨、费锦磊

2019 年 10 月 31 日，应伟明与瑞力文化、陈晨和费锦磊签订《股份转让协议》，将其持有的公司股份 562,500 股分别转让给瑞力文化、陈晨和费锦磊。

具体转让情况如下：

出让方	受让方	转让股份（股）	每股转让价格（元）	股权转让款（万元）
应伟明	瑞力文化	499,219	42.67	2,130.00
	陈晨	51,562	42.67	220.00
	费锦磊	11,719	42.67	50.00

应伟明系因个人原因转让其所持公司的股份。本次股权转让综合考虑公司所处行业状况、公司经营情况、整体盈利能力及其成长性等相关因素，并参照 2019 年 9 月最近一轮向外部投资者转让股份的价格（整体估值 16 亿元，对应 PE 为 20 倍左右），经各方协商一致按照公司整体估值 16 亿元作为定价依据，每股转让价格为 42.67 元。

2019 年 10 月 31 日，公司召开 2019 年第五次临时股东大会，同意上述股份转让事项。2019 年 12 月 2 日，公司就上述股份转让事项完成工商变更登记。

截至本招股说明书签署之日，瑞力文化、陈晨、费锦磊持有公司股份未发生变化。

（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东各自持股比例

截至本招股说明书签署日，公司各股东间的关联关系情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）	关联关系
1	应伟明	29,081,878	77.5517	应伟明作为普通合伙人持有老鹰投资 85.9334%的权益份额，并担任其执行事务合伙人。 应良煜作为有限合伙人持有老鹰投资0.8680%的权益份额。应伟明与应良煜为叔侄关系。
2	老鹰投资	4,294,595	11.4523	
3	应良煜	536,825	1.4315	

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例（%）	关联关系
4	比特互联	712,500	1.9000	比特互联和睿专叁号的执行事务合伙人皆为北京睿铂极因投资管理中心（有限合伙）（委派代表：温慧生）。李伟丽为温慧生的配偶。
5	睿专叁号	562,500	1.5000	
6	李伟丽	37,500	0.1000	
7	瑞力文化	499,219	1.3313	陈晨为上海瑞力投资基金管理有限公司员工；费锦磊曾为上海瑞壹投资管理有限公司员工。 上海瑞力创新股权投资基金合伙企业（有限合伙）是瑞力文化的有限合伙人，上海瑞力投资基金管理有限公司为其基金管理人；上海瑞壹投资管理有限公司为瑞力文化的基金管理人。 同时，上海瑞力投资基金管理有限公司持有上海瑞壹投资管理有限公司 42%股权。
8	陈晨	51,562	0.1375	
9	费锦磊	11,719	0.0312	

除上述情况外，公司现有股东之间不存在其他关联关系。

（七）发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行股份全部为新股，不存在发行人股东公开发售股份的情况。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况

（一）董事

公司董事会由7名董事组成。截至本招股说明书签署日，现任董事基本情况如下：

序号	姓名	职 位	本届任职期间	董事选任情况
1	应伟明	董事长	2018 年 10 月-2021 年 10 月	2018 年第六次临时股东大会，提名人应伟明
2	陈萌	董事、总经理	2018 年 10 月-2021 年 10 月	2018 年第六次临时股东大会，提名人应伟明
3	张文龙	董事、副总经理	2018 年 10 月-2021 年 10 月	2018 年第六次临时股东大会，提名人应伟明
4	徐银	董事	2018 年 10 月-2021 年 10 月	2018 年第六次临时股东大会，提名人应伟明
5	戴文涛	独立董事	2019 年 8 月-2021 年 10 月	2019 年第一次临时股东大会，提名人应伟明
6	张立民	独立董事	2019 年 8 月-2021 年 10 月	2019 年第一次临时股东大会，提名人应伟明
7	夏立安	独立董事	2019 年 8 月-2021 年 10 月	2019 年第一次临时股东大会，提名人应伟明

应伟明，简历详见本招股说明书本节之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

陈萌，男，1981年6月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006年9月至2009年7月任国立艺术培训中心教学主管；2009年9月至2013年6月任杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部教师；2013年7月至2015年6月任杭州老鹰文化艺术有限公司教师；2015年6月至2015年11月任杭州富阳老鹰文化创意有限公司教师；2015年10月至2018年10月任老鹰股份总经理、董事；2018年10月至今任老鹰股份董事、总经理，任期三年。

张文龙，男，1984 年 6 月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2008 年 7 月至 2013 年 6 月任杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部教师；2013 年 7 月至 2015 年 11 月任杭州老鹰文化艺术有限公司教师；2015 年 10 月至 2018 年 10 月任老鹰股份董事、副总经理；2018 年 10 月至今任老鹰股份董事、副总经理，任期三年。

徐银，男，1989 年 2 月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011 年 8 月至 2012 年 10 月任浙江省仙居县邮政局广告设计员；2012 年 11 月至 2013 年 7 月任杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部行政人员；2013 年 8 月至 2015 年 11 月任杭州老鹰文化艺术有限公司行政主管；2015 年 10 月至 2018 年 10 月任老鹰股份董事；2018 年 10 月至今任老鹰股份董事，任期三年。

戴文涛，男，1971 年 12 月出生，中国籍，无境外永久居留权，博士学历。1991 年 8 月至 2000 年 2 月任徐州市泉山区教育局职员；2000 年 3 月至 2008 年 8 月任徐州市泉山区统计局职员；2011 年 7 月至 2013 年 10 月任职于南开大学博士后工作站；2013 年 11 月至 2019 年 3 月任云南财经大学会计学院教授、系主任、博士生导师；2019 年 4 月至今任浙江财经大学会计学院教授、博士生导师。2019 年 9 月至今，任万控智造股份有限公司独立董事；2019 年 8 月至今，任老鹰股份独立董事，任期至 2021 年 10 月。

张立民，男，1962 年出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历，高级律师。1984 年至 1992 年任杭州市法律学校教师；1992 年至 1997 年任浙江志和律师事务所律师；1997 年到 2001 年任浙江星韵律师事务所律师；2001 年至今任国浩律师（杭州）事务所律师。2015 年 4 月至今任思创医惠科技股份有限公司独立董事；2015 年 6 月至今任东方通信股份有限公司独立董事；2019 年 8 月至今，任老鹰股份独立董事，任期至 2021 年 10 月。

夏立安，1964 年 9 月出生，中国籍，无境外永久居留权，博士学历。1990 年 7 月至 1996 年 9 月任教于山东曲阜师范大学历史系，历任讲师、副教授；1996 年 9 月至 1997 年 7 月，赴武汉大学法学院访学；1997 年 7 月至 1998 年 8 月任山东曲阜师范大学历史系副教授；1998 年 9 月至 2001 年 7 月，在北京大学历史系攻读博士学位；2001 年 7 月至 2004 年 7 月任浙江大学光华法学院教授；2004 年 8 月至 2005 年 8 月，赴韩国首尔大学访学；2005 年 9 月至今任浙江大学光华法学院教授。2017 年起至今，任杭州联德精密机械股份有限公司独立董事；2019 年 6 月至今，任杭州安杰思医学科技股份有限公司独立董事；2019 年 10 月至今，任浙江得乐康食品股份有限公司独立董事；2020 年 6 月至今，任杭州博拓生物科技股份有限公司独立董事；2019 年 8 月至今，任老鹰股份独立董事，任期至 2021 年 10 月。

（二）监事

发行人监事会由3名监事组成，截至本招股说明书签署日，现任监事基本情况如下：

序号	姓名	职 位	本届任职期间	监事选任情况
1	徐国华	监事会主席	2018 年 10 月-2021 年 10 月	2018 年第六次临时股东大会，提名人应伟明
2	应良煜	监事	2018 年 10 月-2021 年 10 月	2018 年第六次临时股东大会，提名人应伟明
3	李盼磊	职工代表监事	2019 年 10 月-2021 年 10 月	2019 年 10 月 31 日职工代表大会选举产生

徐国华，男，1972 年 10 月出生，中国籍，无境外永久居留权，高中学历。1992 年 9 月至 2008 年 8 月个体经营；2008 年 8 月至 2010 年 10 月任随州大地矿业有限公司董事长；2010 年 11 月至 2015 年 10 月自由职业；2015 年 10 月至 2018 年 10 月任老鹰股份监事；2018 年 10 月至今任老鹰股份监事，任期三年。

应良煜，男，1982 年 6 月出生，中国籍，无境外永久居留权，大专学历。2000 年 9 月 2006 年 7 月经营个体户；2006 年 10 月至 2012 年 10 月任台州市文联职员；2012 年 11 月至 2013 年 6 月任仙居县政治协商委员会职员；2013 年 7 月至 2015 年 6 月任杭州老鹰文化艺术有限公司职员；2015 年 6 月至 2015 年 11 月任杭州富阳老鹰文化创意有限公司职员；2015 年 10 月至 2018 年 10 月任老鹰股份监事；2018 年 10 月至今任老鹰股份监事，任期三年。

李盼磊，男，1991年10月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2014年6月至12月任杭州品翼文化有限公司职员；2015年1月至2015年5月待业；2015年5月至2015年10月任杭州老鹰文化艺术有限公司职员；2015年10月至今，任老鹰股份职员；2019年10月至今，任老鹰股份职工监事，任期至2021年10月。

（三）高级管理人员

发行人高级管理人员 8 名，截至本招股说明书签署日，现任高级管理人员基本情况如下：

序号	姓　名	职　位	本届任职期间
1	陈萌	董事、总经理	2018 年 10 月-2021 年 10 月
2	张文龙	董事、副总经理	2018 年 10 月-2021 年 10 月
3	孔金龙	副总经理	2019 年 6 月-2021 年 10 月
4	蒋铭科	副总经理	2018 年 10 月-2021 年 10 月
5	孙立堂	副总经理	2018 年 10 月-2021 年 10 月
6	方砂砂	副总经理	2018 年 10 月-2021 年 10 月
7	张玲丽	财务总监	2018 年 10 月-2021 年 10 月
8	夏亚芳	副总经理、董事会秘书	2019 年 6 月-2021 年 10 月

陈萌，简历详见本招股说明书本节之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事”。

张文龙，简历详见本招股说明书本节之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事”。

孔金龙，男，1983年3月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2009年9月至2013年5月自由职业；2013年5月至2015年5月任杭州笔趣网络科技有限公司总经理；2015年5月至2015年10月任老鹰造型董事长助理；2015年10月至2019年6月任老鹰股份董事会秘书；2019年6月至今任老鹰股份副总经理，任期至2021年10月。

蒋铭科，男，1988 年 8 月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011 年 2 月至 2013 年 6 月任杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部教师；2013 年 7 月至 2015 年 6 月任杭州老鹰文化艺术有限公司教师；2015 年 6 月至 2015 年 11 月任杭州富阳老鹰文化创意有限公司教师；2015 年 10 月至 2018 年 10 月任老鹰

股份副总经理；2018 年 10 月至今任老鹰股份副总经理，任期三年。

孙立堂，男，1985 年 6 月出生，中国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2008 年 8 月至 2011 年 3 月任河南平顶山 375 画室教师；2011 年 3 月至 2012 年 4 月任东高广告公司设计总监；2012 年 5 月至 2013 年 6 月任杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部教师；2013 年 7 月至 2015 年 6 月任杭州老鹰文化艺术有限公司教师；2015 年 7 月至 2015 年 10 月任老鹰造型教师；2015 年 10 月至 2019 年 6 月任老鹰股份副总经理、董事；2019 年 6 月至今任老鹰股份副总经理，任期至 2021 年 10 月。

方砂砂，男，1987 年 10 月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2011 年 6 月至 2012 年 11 月任安徽省青年美术家协会主席助理；2012 年 11 月至 2013 年 4 月任杭州新沃地画室素描组长；2013 年 7 月至 2015 年 11 月任杭州老鹰文化艺术有限公司教师；2015 年 10 月至 2018 年 10 月任老鹰股份副总经理；2018 年 10 月至今任老鹰股份副总经理，任期三年。

张玲丽，女，1983 年 2 月出生，中国籍，无境外永久居留权，硕士学历。2009 年 3 月至 2014 年 12 月任中汇会计师事务所（特殊普通合伙）高级项目经理；2015 年 1 月至 2018 年 7 月自由职业；2018 年 8 月至 2018 年 10 月任老鹰股份财务经理；2018 年 10 月至今任老鹰股份财务总监，任期三年。

夏亚芳，女，1984 年 10 月出生，中国籍，无境外永久居留权，本科学历。2007 年 6 月至 2011 年 12 月任浙江阳光照明电器集团股份有限公司法务、证券事务代表；2012 年 1 月至 2013 年 2 月任浙江智周投资管理有限公司投资专员；2013 年 3 月至 2017 年 8 月任思创医惠科技股份有限公司证券投资部经理兼证券事务代表；2017 年 9 月至 2019 年 5 月自由职业；2019 年 6 月至 2019 年 9 月任老鹰股份董事会秘书；2019 年 10 月至今任老鹰股份副总经理、董事会秘书，任期三年。

（四）其他核心人员

公司核心技术人员有 6 人，分别为应伟明、陈萌、孙立堂、张文龙、方砂砂、蒋铭科。核心技术人员的简历详见本招股说明书本节之“九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员情况”之“（一）董事”及“（三）高级管理人员”。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司及控股子公司之外的单位兼职情况如下：

序号	兼职单位名称	所兼职单位与发行人关联关系
1	万控智造股份有限公司	戴文涛担任独立董事的企业
2	杭州安杰思医学科技股份有限公司	夏立安担任独立董事的企业
3	杭州联德精密机械股份有限公司	夏立安担任独立董事的企业
4	浙江得乐康食品股份有限公司	夏立安担任独立董事的企业
5	杭州博拓生物科技股份有限公司	夏立安担任独立董事的企业
6	东方通信股份有限公司	张立民担任独立董事的企业
7	思创医惠科技股份有限公司	张立民担任独立董事的企业
8	杭州九堡杨公加油站有限公司	张立民担任监事的企业

（六）发行人与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在近亲属关系。

十、公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签定的协议及其所持有公司股份被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情况

在本公司任职的董事（独立董事除外）、监事、高级管理人员与本公司签订了《劳动合同》和《保密、竞业禁止及知识产权保护协议》。本公司与独立董事签订了《聘用协议》。截至本招股说明签署日，上述合同、协议履行正常，不存在违约情形。

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所持公司的股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

十一、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员变动情况

公司设立以来，历次董事、监事、高级管理人员及其他核心人员变动均履行了必要的法律程序，符合《公司法》等法律、法规及《公司章程》的规定。报告期内，公司董事、监事及高级管理人员的变动情况如下：

（一）董事变动情况

公司第一届董事会自 2015 年 10 月开始履职，第一届董事会董事为应伟明、陈萌、张文龙、孙立堂、徐银，应伟明担任董事长。

2018 年 10 月 26 日，公司召开 2018 年第六次临时股东大会，选举应伟明、陈萌、张文龙、孙立堂、徐银为公司董事，组成发行人第二届董事会，任期三年。同日，公司召开第二届董事会第一次会议，选举应伟明为董事长。

2019 年 8 月，孙立堂辞去公司董事职务。2019 年 8 月 25 日，公司召开 2019 年第一次临时股东大会，聘任戴文涛、夏立安、张立民为公司第二届董事会独立董事，任期至 2021 年 10 月。

截至本招股说明书签署之日，公司董事未发生变化。

（二）监事变动情况

公司第一届监事会自 2015 年 10 月开始履职，第一届监事会监事为徐国华、朱张佳和应良煜，徐国华担任监事会主席。

2018 年 10 月 26 日，公司召开职工代表大会，选举朱张佳为公司职工代表监事；同日，公司召开 2018 年第六次临时股东大会，选举徐国华、应良煜为公司股东代表监事，并确定与职工代表监事共同组成公司第二届监事会，任期三年。2018 年 10 月 26 日，公司召开第二届监事会第一次会议，选举徐国华为监事会主席。

2019 年 10 月，朱张佳辞去发行人第二届监事会职工代表监事职务。2019 年 10 月 31 日，发行人职工代表大会选举李盼磊为发行人第二届监事会职工代表监事，任期至 2021 年 10 月。

截至本招股说明书签署之日，公司监事未发生变化。

（三）高级管理人员的变动情况

报告期初至 2018 年 10 月 25 日，公司的高级管理人员为陈萌、张文龙、孙立堂、蒋铭科、方砂砂、孔金龙、屠小君。其中，陈萌担任总经理，张文龙、孙立堂、方砂砂、蒋铭科担任副总经理，孔金龙为董事会秘书，屠小君为财务负责人。

2018 年 10 月 26 日，经第二届董事会第一次会议决议，继续聘任陈萌、张文龙、孙立堂、蒋铭科、方砂砂、孔金龙为公司管理人员，同时聘任张玲丽为公司财务负责人，屠小君不再担任财务负责人，改任行政人事部门负责人。

2019 年 6 月，孔金龙辞去公司董事会秘书职务。2019 年 6 月 28 日，经第二届董事会第四次会议决议，公司聘任夏亚芳为董事会秘书，聘任孔金龙为副总经理。

2019 年 10 月 14 日，经第二届董事会第九次会议决议，公司聘任夏亚芳为副总经理，兼任董事会秘书。

截至本招股说明书签署之日，公司高级管理人员未发生变化。

（四）其他核心人员的变动情况

最近两年内，公司其他核心人员未发生变动。

（五）董事、监事、高级管理人员和其他核心人员变动原因及对公司的影响

公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的变动原因主要是发行人为满足公司业务发展和完善公司治理结构的要求，建立独立董事制度、增设董事席位，更换职工监事，增选高级管理人员。上述董事、监事和高级管理人员的变动均履行了必要的法律程序，符合有关法律、法规和公司章程的规定。上述董事、监事和高级管理人员的变动未对发行人生产经营的持续性及稳定性产生重大不利影响。

最近两年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均没有发生重大变化。

十二、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，发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员除发行人以外的其他对外投资情况如下：

序号	姓名	本公司职务	对外投资对象	出资额（万元）	所占比例
1	应伟明	董事长	杭州通元优科创业投资合伙企业（有限合伙）	2,000.00	10%
2	夏立安	独立董事	山东远欧管业有限公司	1,000.00	20%

十三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持有公司股份的情况

（一）直接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份情况如下：

序号	姓名	职务、关联关系	持股数量（股）	持股比例（%）
1	应伟明	董事长	29,081,878	77.5517
2	应良煜	监事	536,825	1.4315
3	陈萌	董事、总经理	375,266	1.0007
4	张文龙	董事、副总经理	300,281	0.8007
5	孙立堂	副总经理	112,819	0.3008
6	蒋铭科	副总经理	112,819	0.3008
7	孔金龙	副总经理	75,326	0.2009
8	方砂砂	副总经理	75,325	0.2009
9	徐银	董事	75,325	0.2009
10	徐国华	监事会主席	37,833	0.1009
合 计			**30,783,697**	**82.0898**

（二）间接持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属间接持有公司股份情况如下：

序号	姓名	职务、关联关系	间接持股的非自然人股东名称	在非自然人股东中的持股比例（%）	间接持有发行人股权比例（%）
1	应伟明	董事长	老鹰投资	85.9334	9.8413
2	张伟林	应伟明配偶的弟弟	老鹰投资	1.7540	0.2009
3	应良煜	监事	老鹰投资	0.8680	0.0994
合 计				**88.5554**	**10.1416**

除上述情况外，公司的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在直接或间接持有本公司股份的情形。

截至本招股说明书签署日，上述人员所持发行人股份不存在质押、冻结或其他有争议的情况。

十四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及所履行的程序

1、薪酬组成、确定依据

在公司任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬主要由基本

薪酬（包括工资、津贴、补贴和职工福利）与绩效奖金组成，其中基本薪酬参考市场同类薪酬标准，结合考虑职位、责任、能力等因素确定，绩效奖金根据公司经营情况及个人考核情况等因素确定；独立董事领取固定津贴，不享受其他福利待遇。2019年6月以后，公司监事徐国华不再从公司领取薪酬或津贴。

2、履行程序

根据《薪酬与考核委员会工作细则》，公司董事及高级管理人员薪酬政策与方案由董事会薪酬与考核委员会制定。薪酬与考核委员会提出的公司董事的薪酬计划，须报经董事会同意后，提交股东大会审议通过后方可实施；公司高级管理人员的薪酬分配方案须报董事会批准后方可实施。

2019年8月10日，公司第二届董事会第五次会议审议通过了《关于制定<杭州老鹰教育科技股份有限公司独立董事津贴制度>的议案》，同意独立董事津贴执行税前6万元/年的标准。

（二）薪酬总额占发行人利润总额的比例情况

报告期内，公司现任董事、监事、高级管理人员和其他核心人员薪酬总额占公司利润总额的比例情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
薪酬总额	334.11	401.85	308.17	295.20
利润总额	1,745.63	10,752.28	8,127.36	5,624.67
薪酬总额占利润总额比例	19.14%	3.74%	3.79%	5.25%

（三）最近一年从发行人及关联企业领取薪酬的情况

公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年在公司领取的税前薪酬情况如下：

单位：万元

序号	姓名	本公司职务	2019 年度
1	应伟明	董事长	37.48
2	陈萌	董事、总经理	72.96
3	张文龙	董事、副总经理	42.05
4	徐银	董事	29.32

序号	姓名	本公司职务	2019 年度
5	戴文涛	独立董事	2.16
6	张立民	独立董事	2.16
7	夏立安	独立董事	2.16
8	徐国华	监事会主席	2.00
9	应良煜	监事	17.39
10	李盼磊	监事	11.67
11	孔金龙	副总经理	29.49
12	蒋铭科	副总经理	37.62
13	孙立堂	副总经理	28.70
14	方砂砂	副总经理	27.96
15	张玲丽	财务总监	42.48
16	夏亚芳	副总经理、董事会秘书	16.25

公司按照国家和地方的有关规定，依法为在公司领取薪酬的上述人员（独立董事、监事徐国华除外）办理养老、失业、医疗、工伤、生育保险并缴纳住房公积金。除上述待遇外，公司董事及高级管理人员及其他核心人员均未在公司享有其他待遇和退休金计划。

公司的总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、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，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬。

十五、本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排

（一）发生股份支付的具体情况，相关股份支付所涉及的权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程，以及股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定

截至本招股说明书签署日，发行人不存在本次公开发行申报前制定申报后实施的股权激励及其他相关安排。为稳定与激励员工，分享公司成长利益，公司部分员工通过直接持股或通过老鹰投资间接持有公司股份。

公司分别于 2016 年 11 月、2017 年 1 月对员工实施股权激励，两次股份支付的具体情况如下：

2016年11月10日，根据杭州老鹰投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简称“持股平台”）的合伙人决定书，全体合伙人决定吸收张伟林、许扬等13名职工自然人通过增资形式成为持股平台的有限合伙人。在该次增资中，新增合伙人通过持股平台间接持有本公司1.563%的股权。该次增资实质构成发行人对员工实施的股权激励且已于2016年11月16日完成工商登记手续，因此2016年度全部行权。员工增资持股平台价格为4.37元/股，折算成发行人股权为5.20元/股。参考天源资产评估有限公司以2016年12月31日为评估基准日出具的《评估报告》（天源评报字[2017]第0089号）的初评结果，发行人股票经评估的公允价格为28.57元/股。员工受让的发行人股权价格与公允价格差额为23.37元/股，与员工间接持有的发行人股份数额166,300股之积，即3,886,431.00元，计为此次股份支付本期行权的权益工具金额。

2017年1月20日，经2017年第一次临时股东大会审议通过，公司向9名员工陈萌、张文龙、孙立堂、蒋铭科等定向发行股票36.39万股，增资价格为5.20元/股。该次增资构成公司对员工实施的股权激励，且已于2017年2月10日完成工商登记手续，因此2017年度全部行权。根据天源资产评估有限公司以2016年12月31日为评估基准日出具的《评估报告》（天源评报字[2017]第0089号），公司股票经评估的公允价格为28.57元/股。员工增持的股票价格与公允价格差额23.37元与员工增持的股份数额363,900股之积，即8,504,343.00元，计为此次股份支付本期行权的权益工具金额。

以上两次增资的背景和原因是公司希望通过员工持股平台或直接持股入股公司，使员工利益与公司长远发展更紧密地结合，以充分调动员工的积极性、创造性，为发行人长期持续快速发展奠定人才基础。同时，这些管理层和核心员工也看好公司的发展前景，愿意以投资者的身份投资直接或间接持有公司股权，分享公司的成长收益。本次增资为各方真实意思表示，不存在争议或潜在纠纷。

根据《企业会计准则第11号——股份支付》，股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当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。发

行人上述两次增资对象均为公司核心员工，目的系获取核心员工的服务，满足股份支付的定义；发行人将股份支付金额确认为“管理费用”及“资本公积”，相关会计处理符合《企业会计准则》规定。

上述股权激励已经行权，未导致公司控制权发生变化。

（二）报告期内历次入股的新股东及相关出资人中是否涉及上市发行人董事、监事、高级管理人员、员工及其关联方，股权变动是否涉及股份支付

报告期内，发行人历次入股的新股东及相关出资人具体情况如下：

1、2017 年 1 月，发行人增资

序号	认购人	其时担任职务	认购数量（股）	认购比例（%）
1	陈萌	董事、总经理	110,100	1.0007
2	张文龙	董事、副总经理	88,100	0.8007
3	孙立堂	董事、副总经理	33,100	0.3008
4	蒋铭科	副总经理	33,100	0.3008
5	孔金龙	董事会秘书	22,100	0.2009
6	方砂砂	副总经理	22,100	0.2009
7	徐银	董事	22,100	0.2009
8	屠小君	财务负责人	22,100	0.2009
9	徐国华	监事会主席	11,100	0.1009
合计			**363,900**	**3.3075**

上述入股的新股东其时均为发行人董事、监事、高级管理人员，股权变动涉及股份支付。本次股份支付已按《企业会计准则》的要求，进行会计处理，详见本节之“（一）发生股份支付的具体情况，相关股份支付所涉及的权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程，以及股份支付会计处理是否符合《企业会计准则》相关规定”。

2、2018 年 4 月，发行人股份第一次转让

出让方	受让方	转让股份（股）	每股转让价格（元）	股权转让款（万元）
应伟明	比特互联	712,500	32.40	2,308.50
	李伟丽	37,500	32.40	121.50

上述新增出资人不涉及上市发行人董事、监事、高级管理人员、员工或其关联方，股权变动不涉及股份支付。

3、2019 年 9 月，发行人股份第二次转让

出让方	受让方	转让股份（股）	每股转让价格（元）	股权转让款（万元）
应伟明	睿专叁号	562,500	42.67	2,400.00

上述新增出资人不涉及上市发行人董事、监事、高级管理人员、员工或其关联方，股权变动不涉及股份支付。

4、2019 年 10 月，发行人股份第三次转让

出让方	受让方	转让股份（股）	每股转让价格（元）	股权转让款（万元）
应伟明	瑞力文化	499,219	42.67	2,130.00
	陈晨	51,562	42.67	220.00
	费锦磊	11,719	42.67	50.00

上述新增出资人不涉及上市发行人董事、监事、高级管理人员、员工或其关联方，股权变动不涉及股份支付。

十六、发行人员工情况

（一）员工人数及报告期内变化情况

截至 2020 年 9 月 30 日，发行人共有员工 591 人。报告期内，发行人员工人数变化情况如下表

单位：人

时间	2020 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
员工人数	591	595	536	384

（二）员工专业结构

截至 2020 年 9 月 30 日，发行人员工的专业结构如下表：

岗位类别	员工人数（人）	占员工总数比例
专职教师	314	53.13%
行政后勤人员	237	40.10%
销售人员	17	2.88%
财务人员	17	2.88%
研发人员	6	1.02%

岗位类别	员工人数（人）	占员工总数比例
合计	**591**	**100.00%**

（三）发行人执行社会保险和住房公积金制度的情况

发行人对与其建立劳动关系的员工均按照国家相关规定签订了《劳动合同》。员工的聘用和解聘均根据《中华人民共和国劳动合同法》有关法律、法规和规范性文件办理。发行人自设立以来即根据国家和地方的相关规定执行社会保障制度，为员工缴纳包括养老保险、工伤保险、失业保险、医疗保险、生育保险等在内的社会保险，并为员工缴纳住房公积金。

报告期各期末，发行人为员工缴纳社会保险、住房公积金的具体情况如下：

单位：人

项目	2020-9-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	实缴人数	未缴人数	实缴人数	未缴人数	实缴人数	未缴人数	实缴人数	未缴人数
社会保险	520	71	533	62	498	38	324	60
住房公积金	520	71	533	62	498	38	324	60

报告期内发行人为员工缴纳的社会保险、住房公积金比例较高，但 2017 年及 2018 年仍有部分人员因本人意愿或发行人规范意识不强而未缴纳。具体而言：

①2017 年末未缴纳的 60 人中，包括退休返聘人员 49 人无需缴纳，1 人当月入职正在办理缴纳登记中，10 人因本人意愿或发行人规范意识不强而未缴纳。

②2018 年末未缴的 38 人中，包括退休返聘人员 30 人无需缴纳，2 人因原单位未停缴而未能及时缴纳（陆续于 2019 年 1 月及 2 月起开始缴纳），6 人因本人意愿或发行人规范意识不强而未缴纳。

③2019 年末未缴的 62 人中，包括退休返聘人员 43 人无需缴纳，19 人当月新入职正在办理缴纳登记中。

④2020 年 9 月末未缴的 71 人中，包括退休返聘人员 68 人无需缴纳，3 人当月新入职正在办理缴纳登记中。

总体而言，报告期内发行人为员工缴纳的社会保险、住房公积金比例较高，但 2017 年及 2018 年仍有部分人员因本人意愿或发行人规范意识不强而未缴纳。其中，2017 年末 10 人未缴纳，2018 年末 6 人未缴纳。未缴纳的具体情况如下：

报告期	缴纳主体	未缴的具体原因	未缴人数
2018 年末	老鹰股份	本人自愿放弃	1 人
		因经办人员疏忽，未及时办理社保	2 人
	富阳文创	未及时办理社保	3 人
2017 年末	富阳文创	本人自愿放弃	1 人
		因经办人员疏忽，未及时办理社保	8 人
	杭州艺术	本人自愿放弃	1 人

发行人对上述未缴情况实施自查并进行整改。截至报告期末，发行人已按照国家和当地有关规定执行社会保障和住房公积金制度，为员工缴纳了养老保险、工伤保险、失业保险、医疗保险、生育保险在内的社会保险，并为员工缴纳住房公积金，不存在因违反相关法律法规而被处罚的情形。

当地政府机构已出具相关证明证实发行人不存在重大违法违规情况，具体证明情况列示如下：

运营主体	所属地区	证明出具部门	出具日期	主要证明内容
老鹰股份	杭州市富阳区	杭州市富阳区人力资源和社会保障局	2020 年 10 月 21 日	杭州老鹰教育科技股份有限公司自 2017 年 1 月 1 日至今，依法办理社会保险登记并为其员工缴纳社会保险，不存在违反劳动和社会保险法律、法规和规范性文件而被投诉或受到行政处罚的情形，无涉及任何与劳动和社会保障以及本局管理的其他事项有关的重大纠纷和处罚记录。
		杭州住房公积金管理中心富阳分中心	2020 年 10 月 21 日	截至 2020 年 10 月，无行政处罚记录。
富阳文创	杭州市富阳区	杭州市富阳区人力资源和社会保障局	2020 年 10 月 21 日	杭州富阳老鹰文化创意有限公司自 2017 年 1 月 1 日至今，依法办理社会保险登记并依法为其员工缴纳社会保险，不存在违反劳动和社会保险法律、法规和规范性文件而被投诉或受到行政处罚的情形，无涉及任何与劳动和社会保障以及本局管理的其他事项有关的重大纠纷和处罚记录。
		杭州住房公积金管理中心富阳分中心	2020 年 10 月 21 日	截至 2020 年 10 月，无行政处罚记录。
杭州艺术	杭州市西湖区	杭州市西湖人力资源和社会保障局	2020 年 10 月 16 日	2017 年-2019 年劳动保障书面审查登记为 A（企业遵守劳动保障法律、法规和规章，未因劳动保障违法行为被查处）。2017 年 1 月 1 日至本证明出具期间，未发现因劳动保障违法行为被行政处罚处理的记录。

运营主体	所属地区	证明出具部门	出具日期	主要证明内容
		杭州住房公积金管理中心	2020 年 10 月 16 日	至今无住房公积金行政处罚记录。

针对上述存在的应缴未缴情况可能存在被处罚的风险，实际控制人承诺：发行人及其下属企业若因本次首次公开发行股票并上市之前未缴或少缴相关社会保险或住房公积金而被主管部门追缴或处罚的，本人将全额承担老鹰股份及其控股子公司应补缴或缴纳的社会保险或住房公积金、有关罚款、滞纳金以及其他相关费用，确保公司或其控股子公司不会因此遭受损失。

（四）劳务派遣用工情况

发行人报告期内劳务派遣用工较多，主要为门卫、食堂、保洁等后勤辅助岗位用工，月均薪酬水平 3,000-6,000 元不等。门卫、食堂、保洁等后勤辅助岗位流动较大且具有季节性用工特征，发行人采用劳务派遣主要出于保证用工及便于管理的考虑。经比较发行人正式用工和劳务派遣用工的成本，劳务派遣用工与正式用工的成本不存在较大差异，不存在利用劳务派遣降低成本的情形。

发行人经营活动具有明显的季节性特征，在培训高峰期，随着学员不断增多，相应的后勤临时性辅助岗位需求较大，公司无法快速通过自身招聘渠道满足用工需求，因此采用劳务派遣方式。由于管理疏忽，发行人未能严格控制劳务派遣用工比例，导致报告期内劳务派遣用工比例超过 10%。

《劳动合同法》第九十二条规定：“劳务派遣单位、用工单位违反本法有关劳务派遣规定的，由劳动行政部门责令限期改正；逾期不改正的，以每人五千元以上一万元以下的标准处以罚款，对劳务派遣单位，吊销其劳务派遣业务经营许可证。用工单位给被派遣劳动者造成损害的，劳务派遣单位与用工单位承担连带赔偿责任。”

截至 2019 年末，发行人已经完成整改规范，劳务派遣用工符合相关法律法规要求。截至本招股说明书签署日，发行人未因上述劳务派遣用工比例超过 10%的事项受到过行政主管部门的处罚。鉴于上述情形，发行人因报告期内劳务派遣用工比例超过 10%而受到行政处罚的风险较小。

针对上述可能存在的被处罚风险，实际控制人承诺：发行人及其下属企业若因本次首次公开发行股票并上市之前劳务派遣用工超过法定比例而被处罚，本人

将全额承担发行人及其控股子公司有关罚款、滞纳金以及其他相关费用，确保发行人或其控股子公司不会因此遭受损失。

报告期各期末，发行人劳务派遣用工具体情况如下：

单位：人

项目		劳务派遣人数 A	正式员工人数（不含退休返聘） B	占比 A/（A+B）
2020 年 9 月末	老鹰股份	17	175	8.85%
	富阳文创	19	202	8.60%
	杭州艺术	3	33	8.33%
	老鹰培训	-	16	-
	义乌老鹰	2	28	6.67%
	温州老鹰	1	21	4.55%
	深圳老鹰	-	18	-
	四川老鹰	-	-	-
	成都老鹰	2	30	6.25%
2019 年末	老鹰股份	12	147	7.55%
	富阳文创	24	233	9.34%
	杭州艺术	2	56	3.45%
	老鹰培训	1	16	5.88%
	义乌老鹰	3	28	9.68%
	温州老鹰	-	26	-
	深圳老鹰	-	20	-
	四川老鹰	2	26	7.14%
	成都老鹰	-	-	-
2018 年末	老鹰股份	20	143	12.27%
	富阳文创	37	223	14.23%
	杭州艺术	4	70	5.41%
	义乌老鹰	-	24	-
	温州老鹰	6	9	40.00%
	深圳老鹰	3	23	11.54%
	四川老鹰	7	14	33.33%
	老鹰培训	-	-	-
2017 年末	老鹰股份	1	69	1.43%

项目		劳务派遣人数 A	正式员工人数 （不含退休返聘） B	占比 A/（A+B）
	富阳文创	26	155	14.36%
	杭州艺术	6	59	9.23%
	义乌老鹰	4	20	16.67%
	温州老鹰	3	9	25.00%
	深圳老鹰	2	23	8.00%

劳务派遣单位均为杭州丰来企业管理咨询有限公司，拥有相应业务资质，与发行人不存在关联关系。具体情况如下：

项　目	内　容
企业名称	杭州丰来企业管理咨询有限公司
统一社会信用代码	9133010566801236XT
住所	浙江省杭州市拱墅区新青年广场 1 幢 2014 室
法定代表人	魏巍
注册资本	1,000 万元人民币
成立日期	2007 年 10 月 24 日
经营范围	劳务派遣业务（上述经营范围应在有效经营期限内经营）；人才供求信息的搜集、整理、储存、发布和咨询服务；人才推荐；人才招聘；企业管理咨询；经济信息咨询；市场营销策划；餐饮管理；物流信息咨询；通信技术、电力技术的技术咨询；承接施工总承包和专业承包企业分包的劳务作业；机电设备的上门安装（凡涉及许可证、资质证件的，凭有效许可证、资质证件经营）；仓储服务（除危险化学品）；网络工程的施工；教育信息咨询（不含出国留学咨询与中介服务）；成年人的非证书职业技能培训（涉及前置审批的项目除外）；汽车内装饰用品的销售；物业管理；汽车租赁；机械设备的租赁；家政服务；广告的设计、制作（凡涉及许可证的凭有效许可证经营）；室内外装饰工程的设计、施工（凭资质证书经营）；酒店管理；住房租赁经营。（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）
劳务派遣相关业务资质	劳务派遣经营许可证（编号：330105201308300006），有效期至 2022 年 8 月 29 日

发行人用工规模在杭州丰来企业管理咨询有限公司的承接能力范围之内，基于过往良好的合作关系，为减少管理和沟通成本，发行人选择杭州丰来企业管理咨询有限公司一家提供派遣服务。

发行人的劳务派遣用工价格根据不同的岗位并参照当地正式用工的薪酬标准，与劳务派遣单位协商确定，总体用工费用与发行人相同岗位正式用工成本不

存在较大差异，具备公允性。分析如下：

发行人报告期内劳务派遣用工主要为门卫、食堂、保洁等后勤辅助岗位用工。这些岗位流动较大且具有季节性用工特征，发行人采用劳务派遣主要出于保证用工及便于管理的考虑。发行人各校区 2017 年、2018 年及 2019 年各年 12 月份劳务派遣用工及相同岗位正式用工的总费用、单价、用工数量对比如下：

（1）2019 年 12 月份

单位：元

校区	劳务派遣用工			正式用工		
	总费用	用工数量（人）	单价	总费用	用工数量（人）	单价
富阳校区	39,420.00	12	3,285.00	119,332.45	31	3,849.43
银湖校区	101,452.00	24	4,227.17	97,568.29	21	4,646.11
象山校区	11,420.00	2	5,710.00	25,910.78	7	3,701.54
义乌校区	13,879.90	3	4,626.63	-	-	-
深圳校区	-	-	-	40,003.84	10	4,000.38
温州校区	-	-	-	46,318.50	10	4,631.85
成都校区	7,266.60	2	3,633.30	19,777.98	3	3,955.60

注：义乌校区无相同岗位正式员工；深圳、温州校区当月无劳务派遣用工。

（2）2018 年 12 月份

单位：元

校区	劳务派遣用工			正式用工		
	总费用	用工数量（人）	单价	总费用	用工数量（人）	单价
富阳校区	70,318.00	20	3,515.90	97,591.96	28	3,485.43
银湖校区	134,290.00	37	3,629.46	38,683.50	9	4,298.17
象山校区	10,873.00	4	2,718.25	45,898.81	13	3,530.68
义乌校区	-	-	-	-	-	-
深圳校区	11,224.00	3	3,741.33	29,568.53	9	4,928.09
温州校区	27,346.30	6	4,557.72	3,300.00	1	3,300.00
成都校区	28,231.80	7	4,033.11	-	-	-

注：义乌校区当月未聘用劳务派遣用工

（3）2017 年 12 月份

单位：元

校区	劳务派遣用工			正式用工		
	总费用	用工数量（人）	单价	总费用	用工数量（人）	单价
富阳校区	87,467.00	26	3,364.12	128,699.44	35	3,677.13
转塘校区	28,180.00	6	4,696.67	66,560.27	22	3,025.47
象山校区	4,700.00	1	4,700.00	61,986.66	14	4,427.62
义乌校区	14,724.60	4	3,681.15	-	-	-
深圳校区	6,674.00	2	3,337.00	41,706.62	9	4,634.07
温州校区	9,560.00	3	3,186.67	2,900.00	1	2,900.00

注：义乌校区无相同岗位正式员工。

由上表可见，发行人银湖、富阳两大主力校区劳务派遣用工人数相对较多，劳务派遣用工单价略低于相同岗位正式用工价格，差额在 300-700 元之间，总体差异不大，主要系正式员工流动性相对较低、工龄更长所导致的薪酬溢价。其他校区劳务派遣用工人数较少，用工单价与正式用工单价相比有高有低，主要与劳动力市场行情、聘用岗位和个人业务素质相关。因此，发行人劳务派遣与正式用工成本不存在较大差异这一结论具有合理性。

综上，发行人选择该单一来源供应商具有合理性，劳务派遣用工价格公允。

（五）发行人专职教师情况

报告期各期末，发行人兼职及全职教师的人数、职称及占比情况如下：

单位：人

项目	2020 年 9 月末	2019 年末	2018 年末	2017 年末
全职教师	314	356	336	203
其中：中学高级教师	1	1	1	
中学一级教师	3	3	3	2
中学二级教师	3	2	2	1
全职教师占比	98.43%	96.74%	100%	99.51%
兼职教师	5	12	-	1
其中：中学高级教师	-	-	-	-
中学一级教师	3	2	-	-
中学二级教师	1	2	-	-
兼职教师占比	1.57%	3.26%	-	0.49%

报告期内，发行人的兼职教师全部为文化课兼职教师，人数及占比较低，对发行人的业务经营不构成重要影响。全职教师中拥有职称的全部为文化课教师。

美术培训行业普通教职人员流动一般不存在禁业限制，但是管理人员或骨干教师可能面临原单位的竞业禁止限制；另外，公职教师不允许校外兼职。截至报告期末，发行人未聘用公立学校在职教师，主要管理人员和骨干教师在发行人处任职年限超过两年。根据发行人兼职与全职教师的申明，发行人目前无受第三方竞业禁止条款约束的兼职与全职教师。发行人兼职教师、全职教师不存在竞业禁止风险。

1、专职教师信息统计及分布特征

报告期各期末，发行人专职教师人数分别为 203 人、336 人、356 人和 314 人。其结构特点和变动情况如下：

（1）年龄结构

项目	2020-9-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	人数	占比%	人数	占比%	人数	占比%	人数	占比%
40 岁以上	7	2.23	9	2.53	12	3.57	7	3.45
31-40 岁	108	24.39	98	27.53	89	26.49	45	22.17
20-30 岁	199	63.38	247	69.38	235	69.94	151	74.38
20 岁以下	-	-	2	0.56	-	-	-	-
合计	**314**	**100.00**	**356**	**100.00**	**336**	**100.00**	**203**	**100.00**

（2）学历结构

项目	2020-9-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	人数	占比%	人数	占比%	人数	占比%	人数	占比%
硕士及以上	8	2.55	6	1.69	7	2.08	5	2.46
本科	254	80.89	299	83.99	290	86.31	177	87.19
大专	16	5.10	20	5.62	19	5.65	9	4.43
高中及以下	36	11.46	31	8.71	20	5.95	12	5.91
合计	**314**	**100.00**	**356**	**100.00**	**336**	**100.00**	**203**	**100.00**

（3）教学年限结构

项目	2020-9-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	人数	占比%	人数	占比%	人数	占比%	人数	占比%
10 年以上	27	8.60	26	7.30	23	6.85	11	5.42
6-10 年	121	38.54	97	27.25	89	26.49	39	19.21
3-5 年	112	35.67	128	35.96	108	32.14	59	29.06
2 年及以下	54	17.20	105	29.49	116	34.52	94	46.31
合计	**314**	**100.00**	**356**	**100.00**	**336**	**100.00**	**203**	**100.00**

（4）毕业院校分布

项目	2020-9-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	人数	占比%	人数	占比%	人数	占比%	人数	占比%
九大美院	82	26.11	96	26.97	91	27.08	67	33.00
师范类院校	71	22.61	78	21.91	75	22.32	45	22.17
艺术类院校（不含九大美院）	28	8.92	29	8.15	33	9.82	17	8.37
其他高校	97	30.89	122	34.27	117	34.82	62	30.54
高中及其他	36	11.46	31	8.71	20	5.95	12	5.91
合计	**314**	**100.00**	**356**	**100.00**	**336**	**100.00**	**203**	**100.00**

（5）专业分布

项目	2020-9-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	人数	占比%	人数	占比%	人数	占比%	人数	占比%
素描	108	34.39	114	32.02	110	32.74	59	29.06
速写	83	26.43	99	27.81	87	25.89	60	29.56
色彩	90	28.66	106	29.78	102	30.36	63	31.03
设计	16	5.10	18	5.06	14	4.17	5	2.46
文化课	17	5.41	19	5.34	23	6.85	16	7.88
合计	**314**	**100.00**	**356**	**100.00**	**336**	**100.00**	**203**	**100.00**

2、教师是否需要及实际取得相关资格证书

根据《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》，从事语文、数学、英语及物理、化学、生物等学科知识培训的教师应具有相应的教师资格。发行人下属机构老鹰培训为文化课培训机构，适用《国务院办公厅关于规范校外培训机

构发展的意见》，其从事语文、数学、英语及物理、化学、生物等学科知识培训的教师应具有相应的教师资格。截至本招股说明书签署日，老鹰培训所聘用的文化课教师均具备教师资格。

发行人及除老鹰培训外的其他下属机构从事艺考美术培训活动，根据保荐人、发行人律师对杭州市富阳区教育局的访谈，目前暂无关于其聘用的专业授课老师需要取得相关资格证书的法律、法规、国家政策规定。发行人主要聘用具有各大美术院校或美术专业教育背景的人员作为专业授课老师，所聘用专业授课老师具备向学员提供培训服务的专业知识。

3、教师与发行人之间劳动关系的具体情况，是否具有法律约束力

发行人与全部专职教师均签订了劳动合同，劳动合同对专职教师的工作内容、工作地点、工作时间、休息休假、劳动报酬、社会保险、劳动保护、劳动条件、职业危害防护均作出了明确约定，具有法律效力。

发行人与全部兼职教师均签订了劳务合同，劳务合同对兼职教师的工作内容、工作时间、劳动报酬均作出了明确约定，具有法律效力。兼职教师与发行人之间形成劳务关系，发行人于相关劳务已提供并收到劳务发票后支付报酬。

4、发行人专职教师报告期内离职情况

（1）报告期内专职教师离职率情况

报告期内，发行人专职教师离职原因主要为员工个人原因辞职以及末位淘汰辞退，具体离职率情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
当期教师离职人数	131	89	33	47
其中：末位淘汰	35	17	10	7
主动辞职	96	72	23	40
期初教师人数	369	335	202	208
教师离职率	35.50%	26.57%	16.34%	22.60%

注 1：教师离职人数为当期期初教师在当期离职的人数；当期期初人数为当年 1 月在职人数。
注 2：离职率=教师离职人数/教师当期期初人数。

2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-9 月，发行人专职教师的离职率分别为 22.60%、16.34%、26.57%和 35.50%。2018 年离职率相比其他年度偏低

的原因是发行人 2018 年启用新建银湖校区，部分专职教师转至银湖校区任教，优越的教学条件对教师具有一定的吸引力。此外，发行人 2018 年加大了教师的招聘和留任力度，也间接导致离职率同比下降。2020 年前三季度教师离职率有所上升，主要是因为公司优化人员结构，加大了末位淘汰比例，同时受新冠疫情影响，主动离职人员也有所增加。

（2）与可比公司比较分析

根据公开信息披露，教育行业披露了教师离职率情况的主要公司如下：

教育行业公司名称	主营业务	公开披露的离职率情况
中公教育	公务员及事业单位招录培训、教师招录及其他资格培训	2015 年、2016 年、2017 年和 2018 年 1-4 月教师离职率分别为 25.88%、25.48%、21.47%和 7.96%
华图教育	公务员招录、事业单位招录、教师招录等职业教育培训	2017 年讲师及教职人员的留任率约为 80%，对应离职率约为 20%
北京翡翠教育科技集团有限公司	IT 职业教育培训	2015 年、2016 年和 2017 年 1-9 月教师离职率分别为 15.10%、32.90%和 39.27%
北京火星时代科技有限公司	数字艺术教育培训	2015 年度和 2016 年度讲师离职率分别为 22.22%和 31.06%
广州龙文教育科技有限公司	中小学教育 1 对 1 辅导培训	2014 年度和 2015 年度讲师离职率分别为 58.68%和 51.82%
龙门教育	全封闭中、高考补习培训、K12 课外培训	全封闭中、高考补习培训业务 2017 年、2018 年和 2019 年 1-4 月教师离职率分别为 10.28%、18.52%和 2.61%（调整为可比口径）

2017 年，发行人专职教师离职率为 22.60%，与中公教育、华图教育基本一致。2018 年，发行人专职教师离职率为 16.34%，与龙门教育基本一致。相比于翡翠教育、火星时代、龙文教育等其他披露教师离职率的教育培训类公司，发行人的离职率总体偏低，主要是由于发行人在美术艺考培训领域具备一定的品牌影响力，能够为教师提供完善的培训机会和发展平台，因此员工保持较好的稳定性。

综上所述，与教育类同行业公司相比，发行人报告期内的专职教师离职率具有合理性。

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、主要产品或服务及主营业务收入构成情况

1、主营业务

公司是一家营利性民办美术培训机构，主要以面授方式为学员提供美术培训服务，致力于培养学员的绘画技能、创意思维和审美旨趣，提升学员的综合美术素养。公司服务的学员包括美术艺考生和其他对美术感兴趣的人群。公司针对美术艺考学员开设有素描、色彩、速写以及设计等课程，上述美术课程帮助学员增强绘画训练，快速提升美术专业水平，弥补了传统课堂教学在师资配备和课时安排方面的不足。另外，公司还针对不同年龄段的人群开设暑期班、寒假班、周末班，提供基础性和提高性两个阶段培训课程，以满足不同层次的培训需求，提升大众的艺术审美能力。

经过近十年的发展，公司已形成**场口**、银湖、象山、深圳、温州、义乌、成都七个校区，教职工近 600 人，2019 学年共培训美术艺考学员 4,700 多人，培训美术兴趣学员 2,500 多人。公司拥有较为优质的师资力量，建立了完善的教学体系，学员经过培训后美术素养和绘画水平得到快速提升，在历年美术艺考中成绩表现优异。以 2019 年为例，公司学员参加浙江省联考取得 90 分（含）以上成绩的有 224 名；共取得九大美院合格证 2,891 张；2,866 人被本科院校正式录取，其中 730 人被九大美院录取（含中国美院 312 人）。公司学员以扎实的美术基础和优异的专业成绩进入高等院校继续深造，本科毕业后的就业范围遍及绘画创作、工业设计、动漫、电影、新闻出版、平面设计、网页设计、UI 设计等各专业领域，成为推动国内各行业提升美学水平和社会整体美学素养的重要力量。

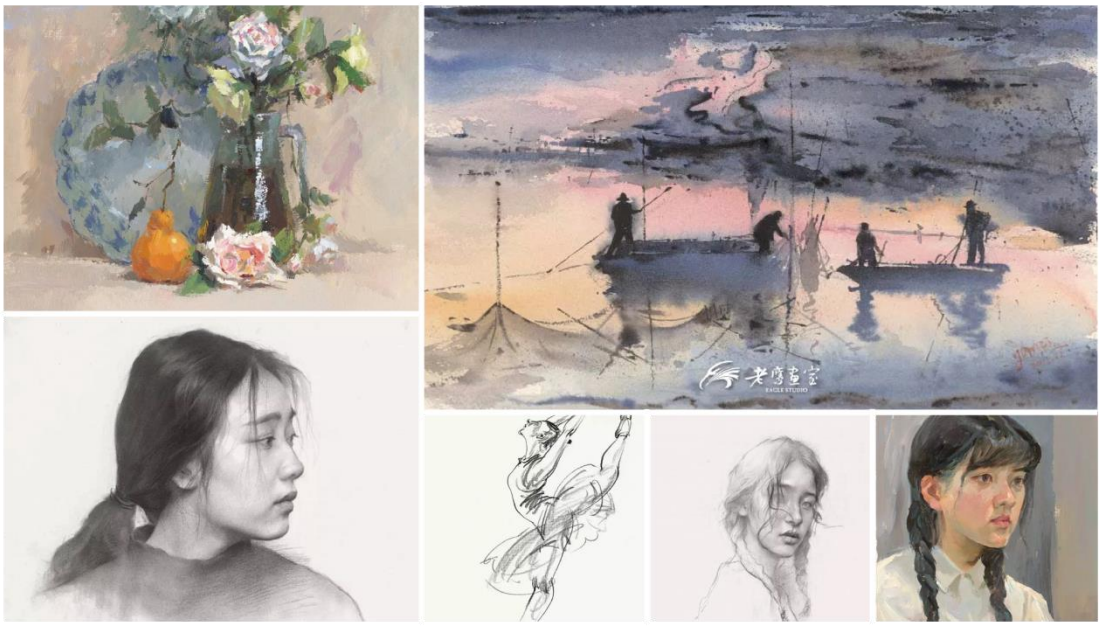
公司具有较高知名度和良好的口碑，先后被专业机构和业内报刊评为“杭州十大品牌画室”（中国美术学院天空论坛）、“全国十佳画室”（中国美术高考网）、“浙江最具价值教育培训机构”（中国商业联合会）和“浙江市场消费者最满意十大教育培训机构”（市场导报）。

报告期内，公司专注于美术培训业务，主营业务未发生重大变化。

2、主要产品或服务

公司主要面向美术艺考学员提供美术培训服务。美术艺考属于艺术类高考的一种，是高等美术院校和美术专业录取新生的主要途径。美术艺考的报考形式主要包括美术联考（又称美术省级统考）和美术校考，报考学生需参加省联考，联考成绩合格后方可根据报考志愿选择参加校考，最终结合专业课和文化课成绩，才能被所报考院校择优录取。

报告期内，公司提供的美术专业课程主要有素描、色彩以及速写，同时还针对四川美术学院、天津美术学院、鲁迅美术学院、江南大学、东华大学等专业院校艺考生开设设计课程。



公司设置专门的班级提供上述培训课程，主要分为长期班和短期班。此外，为兼顾学员文化课成绩，提高本科综合录取率，公司还为参培学员开设文化辅导课程。具体情况如下：

美术培训班级设置

班型	班级设置	培训时间（时间跨度）	招生对象	班级特色	收费标准	预付比例及付款周期
美术班	长期班	根据考试时间安排，一般为每年 7 月至次年 2 月	应届或往届美术生	①设置基础教学、提高性教学、联考冲刺、校考冲刺四个阶段培训，课程以素描、色彩、速写以及设计为主，文化课为辅； ②根据学员专业课水平调节基础教学阶段和提高性教学阶段时长，因材施教； ③在冲刺阶段，根据各省联考、各校校考要求进行针对性训练和模拟考试，有的放矢。	2021 届：64,800~161,040 元/期 2020 届：63,000~132,200 元/期 2019 届：38,400~118,200 元/期 2018 届：35,000~117,200 元/期	一般学员报名时缴纳全部学费，如遇学员确实家庭困难等情况经管理层审批后可延迟付款
	短期班	①暑假班，每年 7 月至 8 月暑假期间； ②寒假班，每年 1 月至 2 月寒假期间； ③春季班和秋季班，一般周末上课，春季班为每年的 3 月至 6 月；秋季班为 9 月至 12 月。	利用寒暑假或周末接受短期兴趣培训的学员	设置基础教学、提高性教学两个阶段短期培训课程，课程以结构素描、色彩色稿或完整画面临摹、写生等为主。	①暑假班： 2021 届：10,960~17,540 元/月 2020 届：7,100~16,280 元/月 2019 届：8,180~16,100 元/月 2018 届：7,730~16,100 元/月 ②寒假班： 2021 届：6,800 元/月 2018 届—2020 届：5,800 元/月 ③春季班和秋季班： 2021 届：报告期尚未开始招生 2020 届：3,000~25,800 元/期 2019 届：3,000~19,900 元/期 2018 届：3,000~19,300 元/期	

班型	班级设置	培训时间（时间跨度）	招生对象	班级特色	收费标准	预付比例及付款周期
文化课班		①浙江省选考班，2017年、2018年培训期间为9月、10月；2019年由于浙江政策变化，培训期间变为12月美术联考结束后至次年1月参加选考前； ②高考文化班，培训期间每年3月至6月，即美术校考结束后至参加高考前； ③文化课小班课程（5人小班、“1对1”、“1对2”等小班课程），于2019年开设，培训时间为主要集中在7月至11月。	主要针对美术艺考生	①浙江学员培训内容为语文、数学、英语、政治、历史、地理、物理、化学、生物、技术； ②其他地区学员培训内容为语文、数学、英语、综合。	①选考文化课： 2021届：报告期尚未开始招生 2020届：23,200~23,400元/期 2019届：16,000~16,400元/期 2018届：15,200~15,700元/期 ②高考文化课： 2021届：33,120~55,040元/期 2020届：44,000~58,840元/期 2019届：33,040~47,290元/期 2018届：25,760~26,560元/期 ③文化课小班： 2020届、2021届：150~300元/节	

注：2017级、2018级、2019级、2020级分别对应公司招生简章中的2018届、2019届、2020届、2021届；收费标准为招生简章中整期学费金额，包含学费、学杂费和加课费等；报告期内，发行人按学生具体参加培训的时间计算收费金额。

3、公司主营业务收入的构成情况

报告期内，公司主营业务收入按班型构成情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
美术班	长期班	11,171.31	80.47	23,600.99	82.70	19,831.73	85.50	15,368.14	89.07
	短期班	1,939.06	13.97	3,060.08	10.72	2,518.02	10.86	1,616.31	9.36
文化课班		569.46	4.10	1,487.82	5.21	660.76	2.85	246.15	1.43
其他		203.30	1.46	389.68	1.37	184.70	0.80	24.32	0.14
合计		**13,883.13**	**100.00**	**28,538.57**	**100.00**	**23,195.21**	**100.00**	**17,254.92**	**100.00**

（二）公司的主要经营模式

1、盈利模式

公司开设有素描、色彩、速写以及设计等课程，主要以面授方式为学员提供美术培训服务。报告期内，公司主要通过向美术艺考学员提供美术培训服务，收取培训费方式实现盈利。此外，公司以加盟模式向衢州市达盛文化补习学校授权使用“老鹰画室”品牌，并根据招生人数收取相应的效益管理费，具体计算标准为 2,500.00 元/人*衢州项目招生数。2017 年度、2018 年度及 2019 年度收取的效益管理费金额（不含税）分别为 20.05 万元、20.05 万元及 12.26 万元，占当年度营业收入的比重为 0.12%、0.09%及 0.04%，金额及占比均较小。

2、采购模式

公司采购活动围绕美术培训业务展开，主要包括银湖、场口校区建设及其他校区改造涉及的工程建设及工程物资采购、配套食堂物资采购、校服、宿舍床上用品采购以及日常办公、教学用品的购置。

公司制定了完善的采购管理内控制度，详细规定了供应商选择标准及流程，并切实有效执行。公司一般会选取多家供应商进行询议价程序和综合评估，择优选择供应商。具体情况如下：

工程建设及工程物资采购方面，公司制订了严格的采购管理制度。工程建设、监理、强弱电安装、幕墙及内部装修以及工程物资采购一般邀请三家以上供应商

提供报价，在权衡质量、价格、交货时间、售后服务、资信等因素的基础上进行综合评估，并与供应商进一步议定最终价格。经后勤管理部、财务管理部等部门负责人组成的评标委员会商议选定供应商，报总经理或董事长审批同意后完成合同签订。

配套食堂物资采购方面，公司建立预算制度，每月月初由仓库管理员根据上月食材耗用情况和下月预估的就餐人数编制当月预算，并经食堂主管签字确认，再经财务管理部、校区负责人签字审批。预算内的物资，食堂主管根据消耗进度直接向选定的供应商采购；预算外物资另行提交食材申购单，逐级审批后采购。

校服、宿舍床上用品采购方面，由总部采购负责人统一选定供应商，各校区按招生人数上报采购数量汇总至采购负责人处，并经财务管理部、总经理审批后下达预算，最后由各个校区自行向选定的供应商采购。

日常办公、教学用品的购置方面，主要为一些低值易耗品，以文具、后勤用品等为主，该部分采购由各校区、各部门按需提出计划并填报申购单，根据金额大小由所在部门、财务管理部或校区负责人逐级审批后自行采购，按审批过的申购单和发票至财务管理部报销。

公司已经建立完善的供应商内部控制制度，并切实有效执行。

3、教学和管理模式

公司致力于构建以学员为中心的全方位教学服务体系。日常管理模式为全封闭式管理，配备教学楼、住宿楼、食堂、安保岗亭等配套设施，学员美术培训、就餐、住宿均在校内进行。除了授课老师外，配备行政老师进行在校管理和家校沟通；配备生活老师对学生的课余生活进行管理和协助。

学员入学以后，公司即为其配备专门的行政老师。行政老师主要负责教学计划的组织和实施、开班现场的管理与服务、教学评估、教学督导和检查等工作；与学员及家长保持顺畅的沟通；提供学员报考及其他支持服务等。一方面，行政老师帮助维持课堂纪律和营造良好的学习环境；另一方面，公司通过配置相应的教务系统软件等方式，辅助行政老师准确及时地服务学员和家长。行政老师通过全方位收集学员信息、密切关注学员学习和生活中可能遇到的困难和障碍，以及因此带来的情感体验和情绪变化，第一时间了解分析学员的真实需求，帮助和引导学员解决生活和学习中遇到的各类问题，以保证学员以最好的状态投入学习。

专业授课老师负责具体教学实施。优秀的授课教师队伍是提高教学成绩的关键，因此公司坚持实行严格的教师聘用及培训机制。公司从九大美院及各类院校招聘有潜质、高素质的美术专业教师，通过每年定期集中培训和日常内训，搭建有利于促进个体教学交流和成长的平台，并结合考核评估和绩效激励，保证授课教师的教学水平和积极性。

公司为学员提供安全整洁便利的住宿和就餐环境。为更好地满足全封闭教学需要，方便学员安心于绘画训练，保障生活的便捷，公司引入了安保、后勤环卫、画材超市、生活超市、菜鸟驿站（快递服务）等设施。行政老师和生活老师共同掌握学员的在校动态，关注其身体和心理健康状况，及时提供关心和帮助。行政老师和生活老师配备校内值班寝室和业务手机，24 小时值守，响应学员的诉求。公司要求相关责任部门积极协助行政老师和生活老师开展工作，帮助学员第一时间解决遇到的各类学习生活问题。

4、营销模式

公司销售工作围绕宣传和招生展开，由企划部和市场推广部分别负责。

（1）宣传

各校区的宣传由公司企划部统一规划，统一对外发布。通过官网、微信公众号、视频网站等线上渠道，以及站牌广告、道旗、宣传页、宣传书籍等线下途径，对公司的教学管理、办学成就、班型及费用标准、日常学习生活、校园活动、培训费优惠政策、联系方式等内容进行宣传，为学员和家长提供了解老鹰画室的有效途径。

公司注重口碑营销。学期中会不定期让学员进行评教，对教学、管理、后勤等各方面进行满意度评价和意见建议的征集，对教学管理中存在的问题及时改进和完善。同时通过严格规范的管理和专业深入的教学，帮助学员取得良好的成绩，积攒学员和家长的信任和口碑。美术艺考具有连续性，这届学员和家长对培训机构的评价往往成为下届学员是否选择入学的重要衡量尺度，因此口碑宣传成为公司形象最有力和最有效的宣传途径之一。

（2）招生

各地区地推及招生工作由市场推广部负责。所有招生人员都经过统一招聘和

培训，并由公司统一安排调配。各校区的招生政策及费用由公司统一制订和出台，确保招生人员在面对咨询时标准统一，不存在政出多门、相互矛盾的情形。

市场推广部通过市场数据收集、调研与分析，指导企划部制订招生宣传方案，组织实施具体招生活动，同时负责前期家长咨询对接，后期学员反馈跟踪等。有意向的美术艺考生一般通过公司的宣传推广、往届学员的口碑、合作机构推荐等方式了解到老鹰画室，通常还会通过电话及线上自媒体平台咨询、进校考察以及参加体验课等方式进一步了解校区的实际情况。招生人员借此会再次将公司的优势和特色介绍给学员和家长，并对意向学员进行专业测试，根据测试结果推荐班型，建议未来的报考规划。意向学员决定报名并缴纳定金或培训费后即可办理入学手续。

5、公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

目前公司所采取的经营模式是公司结合行业监管体制、美术培训行业实际情况，通过多年探索逐步总结并确立。因此，公司自身情况、行业监管体制和美术培训行业发展状况为影响公司经营模式的关键因素。报告期内，上述影响因素未发生重大变化，预计一定时期内公司的经营模式不会发生重大变化。

6、公司经营模式的独特性、创新内容及持续创新机制

公司经营模式的独特性、创新内容参见本招股说明书本节之“二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况”之“（三）行业特点和发展趋势”之“4、发行人的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”。持续创新机制参见本招股说明书本节之“八、公司研发及技术创新情况”之“（六）研发创新机制”。

（三）发行人主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

公司设立前，老鹰画室以杭州老鹰文化艺术有限公司及其前身杭州市西湖区老鹰教育咨询服务部为运营主体。老鹰教育咨询服务部成立于 2008 年，成立以来一直从事美术培训。凭借优异的教学成绩和业内口碑，老鹰教育咨询服务部逐步从众多小画室中脱颖而出。2013 年 8 月，为建立现代公司化经营管理制度，

老鹰教育咨询服务部由个体工商户转型变更为有限责任公司（杭州老鹰文化艺术有限公司），继续从事美术培训。

公司的前身杭州老鹰造型艺术有限公司设立于 2011 年，2015 年公司完成股份制改制，主营美术培训业务。其主营业务的发展历程可以分为以下两个阶段：

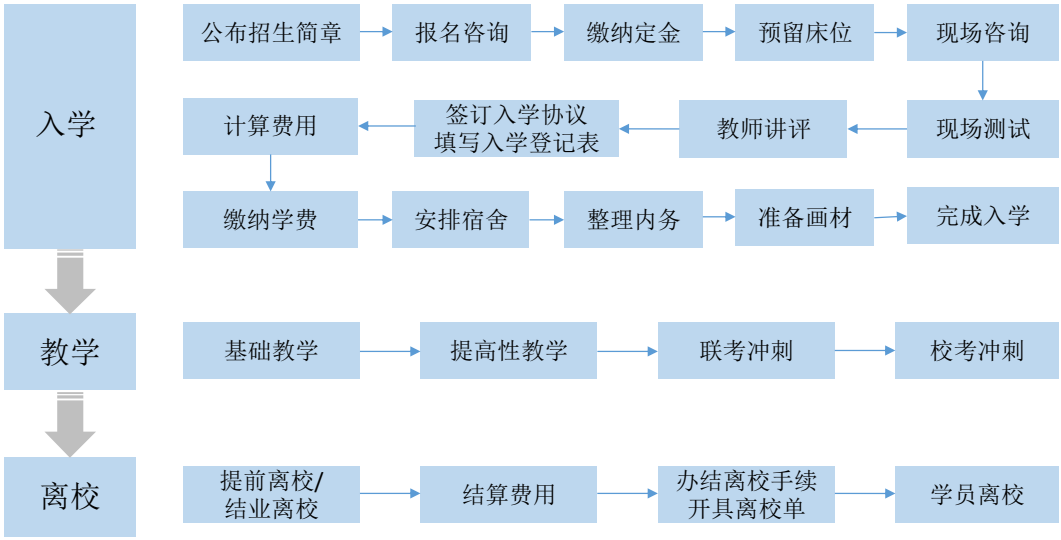
第一阶段（2013 年-2017 年）：该阶段公司通过对杭州老鹰文化艺术有限公司（其前身为“老鹰教育咨询服务部”）增资，以及受让杭州富阳老鹰文化创意有限公司 100%股权等方式，整合老鹰画室旗下业务和品牌，形成了象山、富阳两大校区，招生规模逐年扩大。2016 年先后在深圳、义乌设立校区，2017 年在温州设立分校，逐步向杭州以外地区扩张发展。在此期间，公司的治理结构和管理体系日趋规范，并于 2016 年 8 月在全国股转系统挂牌，成为非上市公众公司。这一阶段，为适应业务发展需要，公司在杭州市富阳区受降镇购买土地，着手自建“银湖校区”。新校区的建设为公司业务规模扩张提供了场地支持和保障，使公司逐步走向稳健规范的发展道路。

第二阶段（2018 年-至今）：该阶段公司根据市场需求并结合既有教学经验沉淀和口碑影响力，正式启用新建的银湖校区，进一步扩大招生规模。新校区设施完善、教学和住宿环境一流，管理也更加稳定、高效、方便，为公司巩固行业竞争地位奠定了坚实基础。这一阶段，随着新修订的《民办教育促进法》在各地落地实施，民办教育机构分类管理政策理念惠及公司，验证了公司规范化、规模化发展战略的正确性。为进一步巩固发展势头，2018 年公司在富阳区场口镇购置土地新建“场口校区”，2019 年 6 月场口校区建成投入使用。未来，“场口校区”与“银湖校区”将成为老鹰股份在杭州地区的“双子座”培训基地，与浙江省内及外省校区形成良性互动，共同推动公司做大规模、做强品牌、做优口碑。

报告期内，公司主营业务、主要产品或服务没有发生重大变化。

（四）主要服务的流程图

公司美术培训业务主要采用现场面授培训模式。现场面授培训包括教师在不同阶段的现场讲解和指导，具体流程如下：



发行人主要提供美术培训服务，学员现场报到入学时，与发行人签订入学协议，并全额支付培训费。入学协议中存在试课退款和联考退费的合同条款。具体情况如下：

1、试课退款

根据入学协议约定，相关试课退费条款如下：“十、甲方入学后十天内，如不适应乙方教学要求退学，可扣除实际学习天数所产生的费用后予以退款。”

报告期内，发行人的试课退款情况具体如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退款人数	47.00	128.00	137.00	93.00
退款金额（万元）	55.11	283.73	384.16	244.71
占营业收入的比例	0.38%	0.99%	1.64%	1.41%

报告期内，针对上述试课退款的情形，发行人扣除实际学习天数所产生的费用后予以退款，其中，按学员实际学习天数产生的费用确认相应的收入，退还给学生的款项直接冲减预收款项，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

2、联考退费

根据入学协议约定，相关联考退费条款如下：“甲方如报名浙江省联考班并按照乙方招生简章所示班型对应的整期（即自浙江省选考结束开始至美术类省统考结束的期间）学费标准全额缴费，乙方承诺向甲方当年浙江省联考综合分成绩（指浙江省普通高校招生美术类省统考“总分成绩”，而非任一单科的成绩）未达 80 分者退返壹万元人民币学费，但因甲方原因导致教学效果无法保证的情形

除外。如出现甲方无故旷课、迟到、早退等累计达 5 次以上或违反学生管理制度扣分达退学条件等情形，则前述乙方关于联考分数保证及退费的承诺自动失效且不再适用。除享受乙方招生简章“优惠活动”部分所示优惠的情形外，甲方享受其他学费优惠、折扣（如复读政策等）或出现其他未按照整期学费标准全额缴费情形的，不适用本条关于联考分数保证及退费的约定。甲方适用本条规定应向乙方提出申请，并提供有效成绩查询结果，甲方自浙江省普通高校招生美术类省统考成绩发布之日起满 30 日未提出申请的，乙方不再退返壹万元人民币学费。”

报告期内，发行人的联考退费情况具体如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
退费人数	-	204.00	50.00	32.00
退费金额（万元）	-	204.00	50.00	32.00
占营业收入的比例	-	0.71%	0.21%	0.18%

报告期内，联考学员培训期间通常为每年的 7 月-12 月，并且联考退费占营业收入的比例极低，针对符合联考退费条件的学生，发行人期末根据已获取的学员联考成绩信息及相关退费政策，计提相关退费金额并冲减当期收入，具体账务处理为：借：主营业务收入，贷：其他应付款。相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

根据公开披露的信息，同行业公司中公教育普通班不约定退费条款，仅协议班约定退费条件，针对协议班退费的处理方式如下：“协议班收入于完成培训服务时将不予退费部分确认为收入；可退费部分则根据协议约定，在满足不退费条件时确认为收入。”发行人与中公教育，根据各自的业务特点对退费进行会计处理，但对退费金额均不确认收入，与同行业保持一致。其他同行业公司未披露退费的会计处理方式，无法对其进行比较。

（五）经营中的环保情况

发行人主要从事美术培训业务，属于服务行业，教学培训过程中不存在对环境造成重大污染的情况。

发行人在运营期间会有学员、工作人员的生活污水、生活垃圾排放。公司设置专人负责环保措施的落实、日常管理和监测工作，严格按照相关法规与政策的

要求采取必要的环保措施。对于废水排放，经过污水处理设施处理达标后排入市政污水管网；对于固体废弃物，通过分类收集并集中处理。

截至本招股说明书签署日，发行人未发生重大环境污染责任事故，未因环境违法行为被查处。

二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况

（一）公司所属行业及确定的依据

公司主要从事美术培训业务。根据中国证监会 2012 年 10 月 26 日发布的《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，公司所处行业为“教育”（代码：P）—“教育”（代码：P82）；根据《国民经济行业分类和代码表》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“P83 教育业”下的“P8393 文化艺术培训”，细分行业为美术培训。

（二）行业监管体制及法规、产业政策

1、行业主管部门

公司所属行业的主管部门为教育部；行业自律性组织为中国民办教育协会培训教育专业委员会。

教育部主要职责是：拟订教育改革与发展的方针、政策和规划，起草有关法律法规草案并监督实施。负责各级各类教育的统筹规划和协调管理，会同有关部门制订各级各类学校的设置标准，指导各级各类学校的教育教学改革，负责教育基本信息的统计、分析和发布。负责推进义务教育均衡发展和促进教育公平，负责义务教育的宏观指导与协调，指导普通高中教育、幼儿教育和特殊教育工作。制定基础教育教学基本要求和教学基本文件，组织审定基础教育国家课程教材，全面实施素质教育。

中国民办教育协会培训教育专业委员会作为中国民办教育协会的分支机构，是经政府主管部门批准设立的民办教育培训机构（学校）及其教育工作者自愿结成的全国性、行业性、群众性、服务性的非政府公共组织。培训教育专业委员会主要服务民营培训机构，主要职责包括积极开展培训教育服务，引领培训教育的

健康发展；指导、协调、组织会员和会员单位开展活动，加强会员之间的联系、交流与合作，组织开展培训教育的对外交流与合作等。

2、行业监管体制

老鹰股份目前主要提供美术培训服务，属于民办教育培训机构（以下简称“民办培训机构”）。在《中华人民共和国民办教育促进法（2016 年修正）》（2017 年 9 月 1 日起实施，以下简称“《民办教育促进法》”）及《营利性民办学校监督管理实施细则》（2016 年 12 月 30 日起实施，以下简称“《监管细则》”）颁布前，仅部分地区明确将民办培训机构纳入专项监管范围；而在未将民办培训机构纳入专项监管范围的地区从事培训业务，除需依法办理工商登记外，无需取得其他专项审批与许可。

《民办教育促进法》及《监管细则》颁布后，根据其规定：“审批机关对批准正式设立的民办学校发给办学许可证”，“举办实施学历教育、学前教育、自学考试助学及其他文化教育的民办学校，由县级以上人民政府教育行政部门按照国家规定的权限审批”。但《民办教育促进法》（及其后续修正）以及《监管细则》均未能明确民办培训机构应如何参照执行，亦未能明确各地方教育行政部门的审批标准，仍待根据相应修订后的《中华人民共和国民办教育促进法实施条例》（以下简称“《实施条例》”）及各地方出台的实施细则予以界定。

2018 年 4 月 20 日，教育部发布《中华人民共和国民办教育促进法实施条例（修订草案）（征求意见稿）》（以下简称“《实施条例（征求意见稿）》”）及其《起草说明》。《实施条例（征求意见稿）》规定“设立面向成年人开展文化教育培训、非学历继续教育，或者实施语言能力、艺术、体育、科技、研学等有助于素质提升、个性发展的教育教学活动的培训机构，可以直接申请法人登记”。在《起草说明》中，教育部亦提到“将面向学前教育、基础教育阶段的儿童少年实施与学校文化课程相关或升学考试相关的补习辅导的机构纳入教育行政部门许可范围，将面向成人开展培训或者实施艺术、体育、科技、研学等培训活动的机构排除在外”。

2018 年 8 月 10 日，司法部发布《中华人民共和国民办教育促进法实施条例（修订草案）（送审稿）》（以下简称“《实施条例（送审稿）》”）。《实施条例（送审稿）》规定“设立实施语言能力、艺术、体育、科技、研学等有助于

素质提升、个性发展的教育教学活动的民办培训教育机构，以及面向成年人开展文化教育、非学历继续教育的民办培训教育机构，可以直接申请法人登记”，无需按照《民办教育促进法》的规定，由县级以上人民政府教育行政部门审批。

老鹰股份及其下属机构开展的艺考美术培训教育活动不属于学历教育、学前教育、自学考试助学及职业资格培训、职业技能培训。上述《实施条例（征求意见稿）》及《实施条例（送审稿）》均明确提及老鹰股份所开展的艺术（美术）培训业务无需取得主管部门审批，但由于《实施条例》截至目前仍未正式出台，且部分地区当前亦存在关于民办培训机构的专门性规定，故老鹰股份在业务开展过程中，仍需遵守所在地政府主管部门的具体规定和要求。

截至本招股说明书签署日，老鹰股份的美术培训业务涉及 3 个省份（浙江省、四川省、广东省）的 5 个地市（杭州市、金华市（义乌市）、温州市、成都市、深圳市），前述地市关于艺术类民办培训机构的资质要求简介如下：

地区	资质要求	主要依据
成都市	需要取得办学许可	《四川省规范校外培训机构发展实施方案》（川办发〔2018〕95 号） 《成都市民办教育培训机构设置指导标准》（成教办〔2017〕16 号）
杭州市	无需取得办学许可	《转发<工商总局 教育部关于营利性民办学校名称登记管理有关工作的通知>》（浙工商企〔2017〕21 号） 《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》（杭教职成〔2018〕4 号）
金华市	无需取得办学许可	《转发<工商总局、教育部关于营利性民办学校名称登记管理有关工作的通知>》（浙工商企〔2017〕21 号） 《金华市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》（金市教审〔2018〕3 号）
温州市	无需取得办学许可	《转发<工商总局、教育部关于营利性民办学校名称登记管理有关工作的通知>》（浙工商企〔2017〕21 号） 《温州市民办学校分类登记管理办法》（温教民〔2018〕114 号）
深圳市	暂未明确	-

（1）根据地方性规定需要取得资质许可的地区及相关情况

根据四川省相关规定，发行人在上述地区开展艺考美术培训教育活动应取得资质许可。

2017 年 12 月 12 日，成都市教育局、成都市公安局等六部门联合印发《成

都市民办教育培训机构设置指导标准》。基于该文件的相关规定，成都市教育局要求艺术类民办培训机构取得办学许可。

2018 年 12 月 22 日，四川省人民政府办公厅发布《四川省规范校外培训机构发展实施方案》（“川办发〔2018〕95 号”）。根据该文件规定：校外培训机构须经教育行政部门审批取得办学许可证后，登记取得营业执照（或事业单位法人证书、民办非企业单位登记证书），才能开展培训。

发行人于四川省成都市开展艺考美术培训教育活动的下属机构成都老鹰已取得由成都市成华区行政审批局核发的《民办学校办学许可证》（许可证编号：教民 151010870001089 号，有效期至 2025 年 9 月 8 日）。根据成都市成华区教育局出具的证明，成都老鹰自设立至今未受到过教育方面的处罚。

（2）根据地方性规定无需取得资质许可的地区及相关情况

根据浙江省及杭州市、金华市、温州市的相关规定，发行人在上述地区开展艺考美术培训教育活动无需取得资质许可。

①浙江省

2017 年 11 月 1 日，浙江省工商行政管理局、浙江省教育厅发布《转发工商总局教育部关于营利性民办学校名称登记管理有关工作的通知》。根据该文件规定：从事文化课程培训服务类的营利性民办教育培训机构应当依法经县级以上教育行政部门审批取得民办学校办学许可证，并依法取得工商部门登记后，方可从事相关教育培训活动；艺术特长类（如古筝、舞蹈、绘画等）、体育竞技类（如球类、棋类等）培训机构不纳入教育部门前置审批。

基于上述规定，发行人及其位于浙江省的下属机构开展艺考美术培训教育活动无需取得当地教育主管部门的许可。

②杭州市

2018 年 5 月 11 日，杭州市教育局、杭州市市场监督管理局联合制定《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》（杭教职成〔2018〕4 号）。根据该文件规定：专门从事以中小学学生为主要对象的文化课程培训服务的营利性非学历培训机构，需经属地教育主管部门许可、市场监管部门注册登记。其中，文化课程培训服务，是指中小学语文、数学、外语、物理、化学等文化学科及其与升学考试相关的延伸类项目培训服务，不包括器乐、舞蹈、书画、摄影等艺术特长类培训服务和球类、棋类等体育竞技类培训服务。专门举办艺术特长类、体

育竞技类的培训机构，不纳入教育部门前置许可，直接到市场监管部门办理注册登记手续。

发行人及其下属机构在杭州市从事的艺考美术培训教育活动不属于上述文件规定的文化课程培训服务，无需取得当地教育行政部门许可。根据保荐人、发行人律师对发行人及富阳文创所在地教育主管部门杭州市富阳区教育局的现场访谈确认，以及对杭州艺术所在地教育主管部门杭州市西湖区教育局的咨询核实，发行人及其下属机构于杭州市从事艺考美术培训教育活动无需取得当地教育主管部门的许可。

③金华市

2018 年 10 月 19 日，金华市教育局发布《金华市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》（金市教审〔2018〕3 号）。根据该文件规定：专门从事以中小学学生为主要对象的文化课程培训服务的营利性非学历教育培训机构，需经属地教育主管部门许可、市场监管部门注册登记。其中，文化课程培训服务，是指中小学语文、数学、外语、物理、化学等文化学科及其延伸类项目培训服务，不包括器乐、舞蹈、书画、摄影等艺术特长类培训服务和球类、棋类等体育竞技类培训服务。

发行人下属机构义乌老鹰在金华市从事的艺考美术培训教育活动不属于上述文件规定的文化课程培训服务，无需取得当地教育行政部门许可。根据保荐人、发行人律师对义乌老鹰所在地教育主管部门义乌市教育局的咨询核实及现场访谈确认，发行人及其下属机构于义乌市从事艺考美术培训教育活动无需取得当地教育主管部门的许可。

④温州市

2018 年 12 月 12 日，温州市教育局、温州市人力资源和社会保障局、温州市机构编制委员会办公室、温州市民政局、温州市市场监督管理局联合制定《温州市民办学校分类登记管理办法》（温教民〔2018〕114 号）。根据该文件规定：从事文化课程培训服务类的营利性民办教育培训机构应当依法经县级以上教育行政部门审批取得民办学校办学许可证，并依法取得市场监督管理部门登记后，方可从事相关教育培训活动。艺术特长类（如古筝、舞蹈、绘画等）、体育竞技类（如球类、棋类等）培训机构不纳入教育部门前置审批。

发行人下属机构温州老鹰在温州市从事的艺考美术培训教育活动不属于上

述文件规定的文化课程培训服务，无需取得当地教育行政部门许可。根据保荐人、发行人律师对温州老鹰所在地教育主管部门温州市瓯海区教育局的咨询核实，发行人及其下属机构于温州市从事艺考美术培训教育活动无需取得当地教育主管部门的许可。

（3）地方性规定暂未明确是否需取得资质许可的地区及相关情况

2018 年 5 月 28 日，广东省教育厅、广东省人力资源和社会保障厅、广东省民政厅、广东省工商行政管理局共同制定《民办培训机构的设置标准》。根据该文件规定：开展三周岁以下婴幼儿照护和儿童早期托育服务的机构，仅通过互联网等非线下方式提供培训服务，实施语言能力、艺术、体育、科技、研学等培训的机构，设置标准另行制定。

根据保荐人、发行人律师对发行人下属机构深圳老鹰所在地教育主管部门深圳市大鹏新区教育局的咨询核实，深圳市目前尚未明确开展艺考美术培训教育活动是否应取得资质许可，深圳市大鹏新区教育局对深圳老鹰开展艺考美术培训教育活动没有强制性资质许可要求。

针对上述暂未明确开展艺考美术培训教育活动是否需要取得资质许可的地区，发行人拟采取以下应对措施：

①定期浏览上述地区所在省、市主管机关官方网站，查询、跟踪最新监管规定；

②保持与上述地区相关主管机关的沟通，咨询、了解相关法律、法规、政策的适用情况；

③持续提高软硬件配置，加强管理，确保符合当地现有日常管理要求；

④如当地未来对相关资质许可作出要求，发行人及相关下属机构将积极研究应对，争取早日取得相关资质许可。

3、行业主要法律法规和政策

民办美术培训作为素质教育培训的重要组成部分越来越受到我国政府的重视和支持，国家相关部门先后颁布一系列政策、法规推进行业的良性有序发展，具体列示如下：

行业主要的法律法规和政策

名称	时间	颁发部门	主要内容
《中国教育现代化 2035》	2019 年 2 月	中共中央办公厅、国务院	增强综合素质，树立健康第一的教育理念，全面强化学校体育工作，全面加强和改进学校美育，弘扬劳动精神，强化实践动手能力、合作能力、创新能力的培养。
《关于规范校外培训机构发展的意见》国办发〔2018〕80 号	2018 年 8 月	国务院办公厅	明确提出依法规范、分类管理、综合施策、协同治理的基本原则，明确校外培训机构的设置标准，依法审批登记，规范培训行为，强化监督管理。
《关于深化教育体制机制改革的意见》	2017 年 9 月	中共中央办公厅、国务院办公厅	健全支持和规范民办教育发展的制度，健全财政、土地、登记、收费等方面支持民办学校发展的相关政策，健全监管机制。
《中华人民共和国民办教育促进法》	2017 年 9 月	全国人大	国家对民办教育实行积极鼓励、大力支持、正确引导、依法管理的方针；各级人民政府应当将民办教育事业纳入国民经济和社会发展规划。
《国家教育事业发展“十三五”规划》国发〔2017〕4 号	2017 年 1 月	国务院	提出培养学生创新创业精神与能力、建研学旅行基地、提高学生的美育素养、促进民办教育发展等战略。
《营利性民办学校监督管理实施细则》	2016 年 12 月	教育部	申请筹设营利性民办学校，举办者应当提交下列材料：举办者的名称、地址或者姓名、住址及其资质，筹设学校的名称、地址、办学层次、办学规模、办学条件、培养目标、办学形式、内部管理机制、党组织设置、经费筹措与管理使用等。
《民办学校分类登记实施细则》	2016 年 12 月	教育部	民办学校的设立应当依据《中华人民共和国民办教育促进法》等法律法规和国家有关规定进行审批。经批准正式设立的民办学校，由审批机关发给办学许可证后，依法依规分类到登记管理机关办理登记证或者营业执照。正式批准设立的营利性民办学校，依据法律法规规定的管辖权限到工商行政管理部门办理登记。登记管理机关对符合登记条件的民办学校，依法依规予以登记，并核发登记证或者营业执照；对不符合登记条件的，不予登记，并以书面形式向申请人说明理由。
《关于全面加强和改进学校美育工作的意	2015 年 9 月	国务院办公厅	提出优化美育资源配置、学校多开美育课程、普及教育与专业教育相互促进的美育改革目标。

名称	时间	颁发部门	主要内容
见》国办发〔2015〕71 号			
《关于加强和改进普通高中学生综合素质评价的意见》教基二〔2014〕11 号	2014 年 12 月	教育部	将学生综合素质评价内容分为思想道德、学业水平、身心健康、艺术素养、社会实践五个方面，明确考察重点。
《关于推进学校艺术教育发展的若干意见》（教体艺〔2014〕1 号）	2014 年 1 月	教育部	2015 年开始对中小学校和中等职业学校学生进行艺术素质测评。艺术素质测评纳入学生综合素质评价体系以及教育现代化和教育质量评估体系，并将测评结果记入学生成长档案，作为综合评价学生发展状况的内容之一，以及学生中考和高考录取的参考依据。
《浙江省人民政府关于促进民办教育健康发展的意见》（浙政发〔2013〕47 号）	2013 年 9 月	浙江省人民政府	促进民办教育发展是各级政府的重要职责。明确了民办学校的责任和权益、师生权益、要素保障及监管与服务。
《关于鼓励和引导民间资金进入教育领域促进民办教育健康发展的实施意见》（教发〔2012〕10 号）	2012 年 6 月	教育部	充分发挥民间资金推动教育事业发展的作用、拓宽民间资金参与教育事业发展的渠道、制定完善促进民办教育发展的政策、引导民办教育健康发展、健全民办教育管理与服务体系。
《浙江省中长期教育改革和发展规划纲要（2010—2020 年）》	2011 年 5 月	浙江省人民政府	积极开展营利性和非营利性民办学校分类管理改革试点，引导和支持其科学定位，办出特色，向高质量民办学校方向发展。规范民办学校法人登记。
《关于开展国家教育体制改革试点的通知》（国办发〔2010〕48 号）	2011 年 1 月	国务院办公厅	清理并纠正对民办教育的各类歧视政策，保障民办学校办学自主权；完善支持民办教育发展的政策措施，探索公共财政资助民办教育具体政策，支持民办学校创新体制机制和育人模式，办好一批高水平民办学校；改革民办高校内部管理体制，完善法人治理结构，建立健全民办学校财务、会计和资产管理制度。

名称	时间	颁发部门	主要内容
《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020年）》	2010年7月	国务院	要求深化教育体制、办学体制改革，大力支持民办教育，要求各级政府要把发展民办教育作为重要的工作职责，鼓励出资办学，促进社会力量以独立举办、共同举办等多种形式兴办教育。支持民办学校创新体制机制和育人模式。

4、行业监管体制及法规、产业政策对发行人经营发展的影响

行业内主要法律法规和政策的制定和实施，为发行人的经营发展创造了规范有序的市场环境，促使发行人稳步发展；各项法规政策的颁布和实施，特别是《中华人民共和国民办教育促进法》（2017年9月1日实施）的正式实施以及《民办教育促进法实施条例》的修订，为发行人的发展创造了有利的政策环境。

（1）《民办教育促进法实施条例（修订）》实施后对发行人主营业务的影响、发行人取得相关资质的可能性、预计审批时间，审批期间继续开展艺考美术培训是否存在法律风险

根据《中华人民共和国民办教育促进法实施条例（修订草案）（送审稿）》（以下简称“《民办教育促进法实施条例（送审稿）》”）第十五条之规定，设立招收幼儿园、中小学阶段适龄儿童、少年，实施与学校文化教育课程相关或者与升学、考试相关的补习辅导等其他文化教育活动的民办培训教育机构，应当依据民办教育促进法第十二条的规定，由县级以上人民政府教育行政部门审批。设立实施语言能力、艺术、体育、科技、研学等有助于素质提升、个性发展的教育教学活动的民办培训教育机构，以及面向成年人开展文化教育、非学历继续教育的民办培训教育机构，可以直接申请法人登记，但不得开展第一款规定的文化教育活动。法律、法规、国务院行政规范性文件另有规定的，从其规定。

发行人属于艺术类民办培训机构，《民办教育促进法实施条例（修订）》实施后，根据前述规定，发行人及其下属机构预计无需进一步取得办学许可，不会对发行人主营业务造成不利影响。

根据保荐人、发行人律师对杭州市富阳区教育局的访谈确认，发行人位于杭州市富阳区的银湖、场口两大自建校区已符合杭州市富阳区目前针对文化课培训机构执行的办学许可审批标准，若未来按照相同标准对艺术类培训机构设置办学

许可审批，发行人主要校区预计不存在取得相关资质的实质性障碍。

综上所述，《民办教育促进法实施条例（修订）》实施后，发行人及其下属机构预计无需进一步取得办学许可，不会对发行人主营业务造成不利影响，发行人自有校区预计不存在取得相关资质的实质性障碍。

（2）《民办教育促进法》及相关规定的修改对发行人未来主营业务和持续经营能力的影响，会否导致经营环境发生重大不利变化及应对措施

①《民办教育促进法》及相关规定的主要修改

《民办教育促进法》及其配套规定近年来的修订主要是为了落实《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020 年）》要求，从法律层面破解民办教育发展面临的法人属性、产权归属、扶持政策、平等地位等方面的突出矛盾和关键问题，进一步鼓励社会力量兴办教育，促进民办教育健康发展。就民办培训机构而言，《民办教育促进法》及其配套规定的修订主要体现在：

A、明确实行非营利性和营利性民办学校分类管理，允许举办实施学前教育、高中阶段教育、高等教育以及非学历教育的营利性民办学校。

B、明确营利性民办学校的举办者可以取得办学收益，学校的办学结余依照公司法等有关法律、行政法规的规定处理。

C、《民办教育促进法实施条例（送审稿）》拟规定，设立实施语言能力、艺术、体育、科技、研学等有助于素质提升、个性发展的教育教学活动的民办培训教育机构，以及面向成年人开展文化教育、非学历继续教育的民办培训教育机构，可以直接申请法人登记。

②对发行人未来主营业务和持续经营能力的影响，会否导致经营环境发生重大不利变化

《民办教育促进法》及其配套规定的修订，预计将会对发行人未来主营业务和持续经营能力产生积极影响，具体如下：

A、修订后的《民办教育促进法》第一次在法律上明确可以举办营利性民办学校，发行人及其下属机构得以以公司形式从事主营业务、取得收益，并且可以合法地向股东分配经营利润。

B、《民办教育促进法》及其配套规定的修订，能够进一步明确民办培训机构的经营法律环境，指导发行人及其下属机构依法开展业务、更好地进行规范化

办学，有助于降低潜在法律风险和不确定性，提高发行人的持续经营能力。

C、尽管《民办教育促进法实施条例》等《民办教育促进法》部分配套规定目前仍在制定、修改中，颁布及落地实施时间仍存在不确定性，但基于《民办教育促进法》这一全国性法律已经修订完成并颁布、生效，后续明确相关细节及要求的相关配套规定预计不会较《民办教育促进法》的精神发生重大变化，预计不会对发行人未来主营业务和持续经营能力造成重大不利影响。

民办教育近年来的快速发展，有效增加了教育服务供给，不断满足了人民群众多样化教育需求，培养了大批合格人才，为创新教育体制机制、推动教育现代化、促进经济社会发展做出了积极贡献。而《民办教育促进法》及其配套规定的修改是贯彻落实中央教育改革战略部署的重要举措，对于全面促进教育事业发展、深化教育领域综合改革、构建公办民办教育共同发展的办学格局，加快推进教育现代化，满足人民群众日益增长的多样化教育需求和经济社会发展需要，具有重要而深远的意义。预计国家鼓励社会力量兴办教育的指导方向在中长期内不会发生重大变化。

综上所述，发行人所从事的培训业务符合国家产业政策及社会发展的需要，《民办教育促进法》及其配套规定的修改预计将会对发行人未来主营业务和持续经营能力产生积极影响，不会导致发行人经营环境发生重大不利变化。

③发行人的应对措施

鉴于《民办教育促进法实施条例》及《民办教育促进法》其他配套规定目前仍在陆续修订、颁布过程中，发行人拟采取以下应对措施，以便及时评估相关规定的修订、颁布可能会对发行人造成的影响：

A、密切关注国务院、教育部等有关部门法规、政策的颁布、出台情况，积极研究相关法律、法规、政策，掌握最新动态；

B、定期浏览发行人及其下属机构所在省、市主管机关官方网站，查询、跟踪最新监管规定；

C、保持与发行人及其下属机构所在地相关主管机关的沟通，咨询、了解相关法律、法规、政策的适用情况；

D、持续提高软硬件配置，加强日常管理，确保符合当地现有规定、要求。

（3）发行人预收培训费用是否符合《国务院办公厅关于校外培训机构发展

的意见》（国办发〔2018〕80 号）相关规定

《国务院办公厅关于校外培训机构发展的意见》（国办发〔2018〕80 号）关于收费管理的核心条款及发行人的适用及执行情况如下所示：

“国办发〔2018〕80 号”文相关规定	发行人适用及执行情况	
	文化课培训	艺术类培训
收费时段与教学安排应协调一致，不得一次性收取时间跨度超过 3 个月的费用	因行业特性，存在超出时间跨度收取费用的倾向，但已取得主管机关认可	-
培训机构收费项目及标准应当向社会公示，并接受有关部门的监督	已公开收费项目及标准，并接受有关部门的监督	已公开收费项目及标准，并接受有关部门的监督
不得在公示的项目和标准外收取其他费用，不得以任何名义向培训对象摊派费用或者强行集资	未在公示的项目和标准外收取其他费用，未向培训对象摊派费用或者强行集资	未在公示的项目和标准外收取其他费用，未向培训对象摊派费用或者强行集资
对于培训对象未完成的培训课程，有关退费事宜严格按双方合同约定以及相关法律规定办理	培训协议已就退费事项进行了约定	培训协议已就退费事项进行了约定

①文化课培训

发行人下属机构老鹰培训为文化课培训机构，适用《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》。发行人已将老鹰培训的收费项目及标准进行了公开，与学员签订培训协议，培训协议已就退费事宜作出约定；除收取文化课培训费用外，不存在以其他名义向培训对象摊派费用或者强行集资的情形。

老鹰培训开展文化课培训业务以来，其文化课小班存在一次性收取时间跨度超过 3 个月的费用的情形。虽然老鹰培训文化课小班的培训期间主要集中于 7 月至 11 月，但实际每周仅安排一天课程，由学员根据自身情况选择，实际授课天数不超过 30 天。考虑到老鹰培训文化课小班实际课时较少、平均收费金额较低，以及发行人校区实行封闭式管理、学员多次缴费不便的实际情况，发行人通常一次性收取培训费用。发行人在收取相关费用时已向学员和家长说明了收费期间，并取得了学员和家长的认可。根据保荐人、发行人律师对老鹰培训所在地教育行政部门杭州市富阳区教育局的访谈，杭州市富阳区教育局认为，考虑到面向

艺术类培训机构学员文化课培训具有一定特殊性，以及家长、学员不便多次缴费等一些实际情况，在培训机构及家长/学员双方认可的基础上，教育部门不会因培训机构一次性收取时间跨度少量超出要求的费用而对其进行处罚。针对老鹰培训的相关情况，教育部门不会对其作出处罚。

除上述情形外，报告期内，老鹰培训所从事的文化课培训业务不存在其他一次性收取时间跨度超过 3 个月的费用的情形。老鹰培训于 2020 年 5 月上旬获准复课，2020 年度高考冲刺班的培训期间为 2020 年 5 月上旬至 2020 年 7 月高考前，不存在一次性收取时间跨度超过 3 个月的费用的情形。根据杭州市富阳区教育局出具的证明，老鹰培训自设立以来未受到过教育方面的处罚。

A、发行人文化课类培训的开班情况

报告期初至今，发行人文化课类培训的开班情况如下所示：

年度	高考冲刺班	选考冲刺班	文化课小班
2017	当年 3 月至 6 月初	当年 9 月至 10 月	无
2018	当年 3 月至 6 月初	当年 9 月至 10 月	无
2019	当年 3 月至 6 月初	当年 12 月至次年 1 月初	当年 7 月至 11 月
2020	当年 5 月至 7 月初	当年 12 月至次年 1 月初	当年 8 月至 10 月

注 1：发行人高考冲刺班的开班时间主要集中在每年美术校考结束后至高考前，一般为每年 3 月至 6 月初。受新冠疫情影响，2020 年高考时间及发行人高考冲刺班开班时间均有所推迟，发行人 2020 年高考冲刺班的实际开班时间为 2020 年 5 月至 2020 年 7 月初。

注 2：发行人选考冲刺班的开班时间为每年浙江省选考前。2017 年及 2018 年浙江省选考时间为 11 月初，发行人选考冲刺班的开班时间为每年 9 月至 10 月；2019 年后，浙江省选考时间调整为次年 1 月初，发行人选考冲刺班的开班时间相应调整至每年 12 月（美术联考结束后）至次年 1 月初。

注 3：2019 年前，发行人未开设文化课小班。

B、发行人超时间跨度收费的文化课类培训的基本情况

2018 年 8 月，国务院办公厅印发“国办发〔2018〕80 号”《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》，提出校外培训机构“收费时段与教学安排应协调一致，不得一次性收取时间跨度超过 3 个月的费用”的意见。

2018 年 8 月上述意见发布后，发行人共开设了 2018 年选考冲刺班，2019 年高考冲刺班、文化课小班、选考冲刺班，以及 2020 年高考冲刺班、文化课小

班、选考冲刺班。其中，涉及超时间跨度收费的班型为 2019 年高考冲刺班及 2019 年文化课小班，相关情况如下所示：

班别	高考冲刺班	文化课小班
参加人数	174 人	239 人
开课情况	培训期间主要集中在 2019 年 3 月至 6 月（即美术校考结束后至高考前），每周有 6 天安排课程	包括 5 人小班、“1 对 1”、“1 对 2”的形式，培训期间主要集中在 2019 年 7 月至 11 月，每周有 1 天安排课程，由学员根据自身情况选择上课安排
收入	633.90 万元	50.37 万元
占当年度文化课收入比例	42.61%	3.39%
超时间跨度收费金额[注]	117.04 万元	20.55 万元
超时间跨度收费金额占当年度文化课收入比例	7.86%	1.38%

注：超时间跨度收费金额，指学员收费时间跨度超过 3 个月部分对应的收入金额（收费时间跨度超过 3 个月的天数/该学员总培训天数*该学员对应的文化课收入金额）合计，下同。

除上述情形外，“国办发〔2018〕80 号”文出台后，发行人无其他超时间跨度收取文化课培训费的情形。

为避免后续再次出现文化课培训超时间跨度收费的情况，发行人已采取以下措施：

（A）对于培训期间跨度超过 3 个月且课程安排集中的文化课培训班型（高考冲刺班），采取分阶段收费的方式，确保一次收取费用的时间跨度不超过 3 个月；

（B）对于培训期间跨度超过 3 个月但能够通过调整培训时间、课程安排将培训期间跨度控制在 3 个月内的班型（文化课小班），通过调整培训时间、课程安排的方式，将培训期间控制在 3 个月以内；

（C）定期检索、查询相关法律、法规和政策的动态，并与所在地相关主管机关保持沟通，确保符合监管要求。”

②美术培训

发行人及除老鹰培训外的其他发行人下属机构从事艺考美术培训活动，根据保荐人、发行人律师对杭州市富阳区教育局、市场监督管理局的访谈核实，发行人及其从事艺考美术培训活动的下属机构的收费安排不适用《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》的规定。发行人各校区采取统一的核算模式，目前按照课程安排一次性收取培训费用，若未来主管机关对美术培训的收费时间跨度有新的要求，发行人承诺将遵照执行。

就艺考美术培训活动的费用收取，发行人已在对外公示的招生简章中对收费项目及标准进行了公开，与学员签订培训协议已就退费事宜作出约定，除收取约定的培训费用外不存在以其他名义向培训对象摊派费用或者强行集资的情形。

（4）发行人文化课情况

①文化课培训是否仅在银湖校区和场口校区进行，是否存在跨省市举办文化课培训的情况，报告期内文化课举办地的硬件设施条件、师资配备条件、课程设置、授课内容等是否符合国家及当地相关法规规定

A、发行人文化课培训的举办情况

截至本招股说明书签署日，发行人通过子公司老鹰培训及其场口分公司分别在银湖校区和场口校区开展文化课培训业务，不存在跨省市举办文化课培训的情况，**亦不存在安排老师跨省市举办文化课培训的情况**。发行人杭州以外校区以当地学员为主，学员文化课主要在其所在地中学复习或在其他专业文化课培训机构补习。

报告期内，发行人子公司富阳文创及义乌老鹰曾从事文化课培训业务，后因发行人经营计划调整而陆续停止此项业务。其中，富阳文创于 2019 年 6 月后已不再从事文化课培训业务，义乌老鹰于 2019 年 12 月后已不再从事文化课培训业务。在从事文化课培训业务期间，富阳文创及义乌老鹰不存在跨省市举办文化课培训的情况。义乌老鹰于从事文化课培训业务期间已取得办学许可（办学许可证编号：教民 330782409170521 号），根据义乌市教育局于 2020 年 5 月 21 日出具的情况说明，义乌老鹰不存在违反国家及地方教育相关法律、法规、规章、规范性文件和政策的情形，未受到过相关行政处罚。根据杭州市富阳区教育局于 2020 年 11 月 30 日出具的证明：“富阳文创为满足美术艺考生的文化课学习需求而提

供的配套文化课培训服务，在《中华人民共和国民办教育促进法（2016 修正）》及《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》施行前不违反其时有效的法律法规规定，上述规定施行后，老鹰股份已根据要求以杭州老鹰教育培训有限公司为主体进行申请并取得了从事文化课培训业务相应的办学许可。本局不会因富阳文创历史上从事文化课培训业务相关的行为而对富阳文创及老鹰股份进行处罚。2017 年 1 月 1 日起至今，老鹰股份及其下属子公司未受到过本局作出的行政处罚”。

综上所述，发行人目前仅通过子公司老鹰培训及其场口分公司分别在银湖校区和场口校区开展文化课培训业务，不存在跨省市举办文化课培训的情况，**亦不存在安排老师跨省市举办文化课培训的情况**。

B、发行人报告期内文化课举办地的硬件设施条件、师资配备条件、课程设置、授课内容

《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》《金华市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》等相关规定对文化课举办地的硬件设施条件、师资配备条件、课程设置和授课内容的主要要求如下所示：

规定名称	硬件设施要求	师资配备要求	课程设置和授课内容要求
《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》	申请设立培训机构，应避开影响学生身心健康和可能危及学生人身安全的场所。办学场地应达到《建筑设计防火规范》（GB50016-2014）和《民用建筑工程室内环境污染控制规范》（GB50325-2010），并依法通过房屋安全鉴定、消防行政许可（备案），采光、照明、通风、排水良好。 居民住宅、半地下室、地下室及其它有安全隐患的场所不得作为培训机构的注册及办学场所，儿童活动场所应设置在 3 层（一、二级耐火等级）或 2 层（三级耐火等级）以下。以租用场所办学的，应提供具有法律效力的租赁合同，租赁期限自申请办学之日起不得少于 3 年，并应制订安全应急预案。 培训机构办学场所的建筑总面积不少于 300 平方米，其中教学用房建筑面积不少于办学场所建筑总面积的三分之二，且同一培训时段内生均教学用房建筑面积不少于 3 平方米。 招收寄宿学员的培训机构，其生均宿舍（公寓）建筑面积不得少于 6.5 平方米，生均居室使用面积不宜低于 3 平方米，应配备与寄宿学员规模相匹配的阅览、生活与运动场所，并符合相关消防要求。 向学员提供餐饮服务的培训机构或配送单位应依法取得食品经营许可证。	培训机构应根据所开设培训项目及规模，配备结构合理、数量充足的专兼职教师队伍，并与所聘教师签订劳动合同。其中，专职教师数不得少于教师总数的 1/4，单个教学场所的专职教师不得少于 3 人。培训机构不得聘用中小学在职在编教师。 培训机构所聘任的从事文化课程的专职教师应具有相应教师资格，并具有与授课内容相应的教学经历，其他专职教师应具有相应的专业技术能力或专业技术资格证书。 培训机构聘任外籍教师，应符合国家有关规定，具备相关部门的准入和资格认定手续证件。	培训机构开展项目培训，应符合国家、省、市有关规定，坚持社会效益与经济效益相统一，不得违背教育规律和学生身心发展规律，不得违规举行或组织与义务教育招生入学挂钩的“奥数”、等级评定、选拔性考试及学科类竞赛活动。 培训机构应制定与其培训项目相对应的培训计划，合理安排教学内容，不得超出培训对象所处年龄阶段的课程标准。培训机构开展学科类培训的班次、内容、招生对象、收费标准、上课时间等应向所在地教育主管部门进行审核备案并向社会公布。
《金华市营利性文化课程培训机	申请设立的教育培训机构应有与办学规模相适应的独立办学场所，必须采光通风情况良好，结构安全，无安全隐	教育培训机构应当聘任专职校长，配备结构合理、满足教育培训需要的专兼职管理人员与教师，不得聘用中小学在	教育培训机构开展培训的课程与教材，应当符合国家、省、市有关规定，不得违背教育

规定名称	硬件设施要求	师资配备要求	课程设置和授课内容要求
构设置标准（试行）》	患，有不动产登记证（房产证）或由建筑工程质量监督站出具的工程质量监督报告，并取得消防部门的行政许可（备案）。不得使用居民住宅办学。面向小学生培训的教学用房宜为 4 层或 4 层以下，面向中学生培训的教学用房宜为 5 层或 5 层以下，租用场所办学的租赁期限不得少于 3 年。 办学场所的建筑总面积不少于 300 平方米。教学用房面积不少于办学场所建筑总面积的三分之二，且同一培训时段内生均教学用房建筑面积不少于 3 平方米。 教学设施与设备满足需要。教育教学设施与设备满足教学、生活、活动需要，且符合安全要求。	职在编教师，应当与聘用人员签订劳动合同，明确双方的权利、义务等。 专职教师应不少于 3 人。每个培训项目（学科）专职教师不得少于 1 人，应具有相应教师资格，并具有与授课内容相应的教学经历。聘任外籍教师应当符合国家有关规定。	规律和学生身心发展规律，不得违规举行或组织与义务教育招生入学挂钩的“奥数”、等级评定、选拔性考试及学科类竞赛活动。 应当制定培训课程计划，合理安排教学内容，不得超出培训对象所处年龄阶段的课程标准。
《浙江省教育厅等 12 部门关于规范校外培训机构设置和管理的指导意见》	校外培训机构应当具有能够满足教学需要且符合安全条件的相对固定的办学场所，办学场所须符合国家关于消防、环保、卫生等规定，无安全隐患。办学场地同一培训时段内生均使用面积不低于 3 平方米，应当随办学规模的扩大而同步增加，其他办学条件须配套改善。要按照采光和照明国家有关标准，落实好青少年近视防控要求。应当加强校外培训机构办学场所安全管理，全面落实人防、物防、技防、制度防等各项工作措施，提升安全防范水平。	具有与办学规模相适应的相对稳定的专职、兼职教职工队伍。不得聘任中小学在职教师，从事语文、数学、英语、物理、化学、生物、科学、政治、历史、地理等学科培训的专职教师应当具有相应教师资格。聘请外籍人员应当具备有关部门的准入和资格认定手续证件。	培训内容不得超过国家相应课程标准，培训班次必须与招生对象所处年级匹配，培训进度不得超过所在县（市、区）中小学同期进度，严禁学科类培训的超纲教学、提前教学、强化应试等不良行为。严禁校外培训机构组织举办中小学生学科类等级考试、竞赛及进行排名。应当制定科学的培训计划，每堂课授课时间不超过 45 分钟，结束时间不得晚于 20:30。
《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意	校外培训机构必须有符合安全条件的固定场所，同一培训时段内生均面积不低于 3 平方米，确保不拥挤、易疏散；必须符合国家关于消防、环保、卫生、食品经营等管理规	校外培训机构必须有相对稳定的师资队伍，不得聘用中小学在职教师。所聘从事培训工作的人员必须遵守宪法和法律，热爱教育事业，具有良好的思想品德和相应的培训能	培训内容不得超出相应的国家课程标准，培训班次必须与招生对象所处年级相匹配，培训进度不得超过所在县（区）中小学同期进

规定名称	硬件设施要求	师资配备要求	课程设置和授课内容要求
见》	定要求。	力；从事语文、数学、英语及物理、化学、生物等学科知识培训的教师应具有相应的教师资格。培训机构应当与所聘人员依法签订聘用合同、劳动合同或劳务协议。聘用外籍人员须符合国家有关规定。	度。校外培训机构培训时间不得和当地中小学校教学时间相冲突，培训结束时间不得晚于 20:30，不得留作业；严禁组织举办中小学生学科类等级考试、竞赛及进行排名。
《教育部办公厅关于切实做好校外培训机构专项治理整改工作的通知》	-	从事语文、数学、英语及物理、化学、生物等学科知识类培训的教师应具有相应教师资格。	为防止误导家长学生、杜绝超前超标培训和虚假宣传，应本着简洁、直观、准确、规范的原则，根据学生所处年级和参训学科，命名学科类培训班名称，如“小学三年级数学培训班”“初中二年级语文培训班”。

截至本招股说明书签署日，发行人通过子公司老鹰培训及其场口分公司分别在银湖校区和场口校区开展文化课培训业务。除上述情形外，报告期内，发行人子公司富阳文创及义乌老鹰曾从事文化课培训业务。

（A）老鹰培训

老鹰培训自 2019 年 7 月起开始从事文化课培训业务，其在从事文化课培训业务的过程中主要适用《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》。报告期各期末，老鹰培训举办文化课培训的主要情况如下所示：

硬件设施条件	
办学场所建筑面积（不少于 300 平方米）	2,650 平方米
教学用房建筑面积占办学场所建筑总面积的比例（占比不少于 2/3）	老鹰培训办学地为发行人银湖校区，教学用房建筑面积即为老鹰培训办学场所建筑面积
同一培训时段内生均教学用房建筑面积(不少于 3 平方米)	不低于 5 平方米[注 1]
消防行政许可（备案）	已取得（富公消验字〔2018〕第 0021 号）
是否使用居民住宅、半地下室、地下室及其它有安全隐患的场所	否
办学场所固定	是（发行人银湖校区）
师资配备条件	
是否与所聘教师签订合同	是
专职教师人数占教师总数的比例（不得少于 1/4）	61.29%-77.27%
是否聘用中小学在职在编老师	否
专职教师是否具有相应教师资格	是
课程设置和授课内容	
是否举行或组织与义务教育招生入学挂钩的“奥数”、等级评定、选拔性考试及学科类竞赛活动	否
教学内容是否超出培训对象所处年龄阶段的课程标准及国家相应课程标准	否
培训时间是否与当地中小学教学时间相冲突	否[注 2]
每堂课授课时间（不得超过 45 分钟）	45 分钟
授课结束时间（不得晚于 20:30）	19:40

注 1：根据发行人对应期间内入学人数最多的文化课培训班型估算。

注 2：发行人的文化课培训业务为艺考文化课辅导，主要面向参加其艺考美术培训的学员。学员离校参加发行人举办的培训时已向其所在学校请假并获准不参加所在学校的教学，故其参加发行人举办培训的时间与所在学校的教学时间不冲突。

（B）老鹰培训场口分公司

老鹰培训场口分公司自 2020 年 7 月起开始从事文化课培训业务，其在从事文化课培训业务的过程中主要适用《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》。报告期各期末，老鹰培训场口分公司举办文化课培训的主要情况如下所示：

硬件设施条件	
办学场所建筑面积（不少于 300 平方米）	1,024 平方米
教学用房建筑面积占办学场所建筑总面积的比例（占比不少于 2/3）	老鹰培训场口分公司办学地为发行人场口校区，教学用房建筑面积即为老鹰培训场口分公司办学场所建筑面积
同一培训时段内生均教学用房建筑面积 (不少于 3 平方米)	不低于 14 平方米[注 1]
消防行政许可（备案）	已取得（富建消验〔2020〕第 0012 号）
是否使用居民住宅、半地下室、地下室及其它有安全隐患的场所	否
办学场所固定	是（发行人场口校区）
师资配备条件	
是否与所聘教师签订合同	是
专职教师人数占教师总数的比例（不得少于 1/4）	100.00%
是否聘用中小学在职在编老师	否
专职教师是否具有相应教师资格	是
课程设置和授课内容	
是否举行或组织与义务教育招生入学挂钩的“奥数”、等级评定、选拔性考试及学科类竞赛活动	否
教学内容是否超出培训对象所处年龄阶段的课程标准及国家相应课程标准	否
培训时间是否与当地中小学教学时间相冲突	否[注 2]
每堂课授课时间（不得超过 45 分钟）	45 分钟
授课结束时间（不得晚于 20:30）	19:40

注 1：根据发行人对应期间内入学人数最多的文化课培训班型估算。

注 2：发行人的文化课培训业务为艺考文化课辅导，主要面向参加其艺考美术培训的学员。学员离校参加发行人举办的培训时已向其所在学校请假并获准不参加所在学校的教学，故其参加发行人举办培训的时间与所在学校的教学时间不冲突。

（C）义乌老鹰

义乌老鹰于 2017 年 7 月至 2019 年 12 月期间曾从事文化课培训业务，其在从事文化课培训业务的过程中主要适用《金华市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》。义乌老鹰举办文化课培训的主要情况如下所示：

硬件设施条件	
办学场所有不动产登记证（房产证）或由建筑工程质量监督站出具的工程质量监督报告	具有房产证
办学场所建筑面积（不少于 300 平方米）	910 平方米
教学用房建筑面积占办学场所建筑总面积的比例（不少于 2/3）	义乌老鹰文化课办学地为发行人义乌校区，教学用房建筑面积即为义乌老鹰文化课办学场所建筑面积
同一培训时段内生均教学用房建筑面积（不少于 3 平方米）	不低于 7 平方米[注 1]
消防行政许可（备案）	已取得（备案号：331BS01HNYS170068）
租赁期间（不少于 3 年）	不少于 3 年
是否使用居民住宅办学	否[注 2]
师资配备条件	
是否与所聘教师签订合同	是
是否聘用中小学在职在编老师	否
专职教师是否具有相应教师资格	是
课程设置和授课内容	
是否举行或组织与义务教育招生入学挂钩的“奥数”、等级评定、选拔性考试及学科类竞赛活动	否
教学内容是否超出培训对象所处年龄阶段的课程标准及国家相应课程标准	否
培训时间是否与当地中小学教学时间相冲突	否[注 3]
每堂课授课时间（不得超过 45 分钟）	45 分钟
授课结束时间（不得晚于 20:30）	19:40

注 1：根据发行人对应期间内入学人数最多的文化课培训班型估算。

注 2：义乌校区承租作为学员宿舍使用的义乌市义东路星城广场 B 座四楼房产为住宅用途。

注 3：发行人的文化课培训业务为艺考文化课辅导，主要面向参加其艺考美术培训的学员。学员离校参加发行人举办的培训时已向其所在学校请假并获准不参加所在学校的教学，故其参加发行人举办培训的时间与所在学校的教学时间不冲突。

（D）富阳文创

富阳文创从事文化课培训业务始于 2017 年 9 月 1 日《民办教育促进法（2016 修正）》施行及《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》出台前，其时杭州市尚无关于营利性文化课程培训机构的明确设置标准。《民办教育促进法（2016 修正）》及浙江省、杭州市相关配套规则施行后，由于从事文化课培训业务的经营性民办培训机构均应取得办学许可，发行人决定设立专门从事文化课培训业务的子公司老鹰培训，并于取得办学许可后通过该子公司开展文化课培训业务。老鹰培训于 2019 年 5 月取得杭州市富阳区教育局核发的《民办学校办学许可证》（许可证编号：教民 133018370001739 号），2019 年 6 月后，富阳文创已不再从事文化课培训业务。

根据杭州市富阳区教育局于 2020 年 11 月 30 日出具的证明：“富阳文创为满足美术艺考生的文化课学习需求而提供的配套文化课培训服务，在《中华人民共和国民办教育促进法（2016 修正）》及《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》施行前不违反其时有效的法律法规规定，上述规定施行后，老鹰股份已根据要求以杭州老鹰教育培训有限公司为主体进行申请并取得了从事文化课培训业务相应的办学许可。本局不会因富阳文创历史上从事文化课培训业务相关的行为而对富阳文创及老鹰股份进行处罚。2017 年 1 月 1 日起至今，老鹰股份及其下属子公司未受到过本局作出的行政处罚”。

综上所述，除义乌校区存在租用住宅用途房产作为部分学员宿舍外，发行人报告期内文化课举办地的硬件设施条件、师资配备条件、课程设置、授课内容符合国家及当地相关法规规定。发行人已就富阳文创历史上从事文化课培训的情况取得了主管机关杭州市富阳区教育局的认可，该等情形不会对发行人本次发行上市构成实质障碍。

②报告期内文化课培训学员中非杭州学籍学员比例，并结合文化课培训相关法律法规说明招收异地学员的合规性，是否存在潜在法律风险

报告期内，发行人文化课培训学员中非杭州学籍学员占比情况如下所示：

单位：人

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
杭州学籍	139	19.23%	168	18.96%	61	13.74%	23	13.14%
非杭州学籍	584	80.77%	718	81.04%	383	86.26%	152	86.86%
其中：浙江省其他地市学籍	536	74.14%	658	74.27%	378	85.14%	147	84.00%
外省学籍	48	6.64%	60	6.77%	5	1.13%	5	2.86%
合计	**723**	**100.00%**	**886**	**100.00%**	**444**	**100.00%**	**175**	**100.00%**

发行人文化课培训业务主要面向浙江省内学员。2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月，发行人非杭州学籍学员比例分别为 86.86%、86.26%、81.04%和 80.77%，其中浙江省其他地市学籍学员比例分别为 84.00%、85.14%、74.27%和 74.14%。

根据《中华人民共和国义务教育法》《教育部关于做好 2019 年普通中小学招生入学工作的通知》（教基厅〔2019〕1 号）、《教育部办公厅关于严格规范大中小学招生秩序的紧急通知》（教学厅〔2019〕8 号）等相关规定，涉及招收异地学员事项的主要政策要求如下所示：

阶段/主体	主要规定
义务教育	地方各级人民政府应当保障适龄儿童、少年在户籍所在地学校就近入学。 按照“学校划片招生、生源就近入学”的总体目标，根据县域内适龄学生人数、学校分布、学校规模、交通状况等因素，为每所义务教育学校科学划定服务片区范围，确保义务教育免试就近入学政策全覆盖。 各地要规范民办义务教育学校招生管理，将民办义务教育学校招生纳入审批地统一管理，与公办学校同步招生，不得以任何形式提前选择生源，坚决防止对生源地招生秩序造成冲击。
普通高中	所有普通高中学校（含民办高中）要严格按照规定的招生范围、招生计划、招生时间、招生方式进行统一招生，严禁违规争抢生源、“掐尖”招生、跨审批区域招生、超计划招生和提前招生。
高等院校	高等学校根据社会需求、办学条件和国家核定的办学规模，制定招生方案，自主调节系科招生比例。 高校和省级招办应严格执行国家招生政策和招生计划，按照“学校负责、招办监督”的原则实施新生录取工作。
民办培训机构	对培训对象无本地学籍要求，无禁止招收异地学员的相关规定。

发行人系从事艺考文化课辅导的民办校外培训机构，不涉及义务教育、学历教育的情形，根据保荐人、发行人律师对杭州市富阳区教育局的访谈确认，目前

暂无关于从事非学历教育的民办校外培训机构招收异地学员的禁止性规定。发行人招收异地学员不违反相关法律法规规定，不存在潜在法律风险。

③文化课培训获取生源的途径，是否独立对外招生，招生或宣传文件中对招生对象、培训优势等方面的描述是否符合相关法律法规对文化课培训招生文件的要求

发行人文化课培训主要服务对象为参加其艺考美术培训的学员。报告期内，文化课参培学员中发行人艺考培训学员的人数占比分别为 96.57%、95.05%、97.29%和 96.82%。

发行人文化课培训目前由子公司老鹰培训（及其场口分公司）实施，**主要对内招收发行人艺考培训学员并独立对外招收少量其他有文化课学习需求的艺考生。**老鹰培训与学员订立培训合同，收取培训费用。相关宣传推广工作由发行人市场部统一执行，主要面向发行人既有和意向艺考学员及其家长等，方式包括内部宣传推广、在微信公众号刊载招生宣传信息（随艺考培训招生简章刊载或单独刊载），实际招生过程中存在少量非发行人艺考培训学员报名参加发行人文化课培训的情形。**为集聚有限的培训资源更好地为美术艺考参培学员提供服务，2020 年 12 月 31 日，发行人召开第二届董事会战略委员会第二次会议和第二届董事会第十五次会议并作出决议：自 2021 级学员开始，公司的文化课校外培训仅服务于参加本公司美术艺考培训的学员，不再对外招生。**

发行人文化课培训招生宣传文件中对招生对象、培训优势等方面的描述为：

主要项目	主要内容
招生对象	发行人学员及其他有文化课学习需求的艺考生（含高复生）
培训优势	1.独立组建教师团队，绝大多数中年教师均有一类重点中学的教学经历；青年教师都经过严格培训和反复历练方可上岗；所有老师都定期参加教研培训，熟知教材考纲，能准确把握高考动向。 2.根据艺考生情况进行针对性课程安排和教学，避免知识断层和进度脱节。 3.全方位多重管理，确保教学有序进行；严抓课堂纪律；上课期间教务负责检查上课情况，每日通报；严格请假制度，不经家长同意不得随意请假。
上课地点	发行人银湖校区/场口校区
班型/课程设置	班型分为文化课小班、选考冲刺班和高考冲刺班，科目包括语文、数学、英语及选考科目（不同时间及班型科目设置有所区分）
师资展示	展示资质许可、教师团队及教学环境

主要项目	主要内容
收费标准	展示收费标准及优惠政策**（2019 年高考冲刺班及 2019 年文化课小班涉及超时间跨度收费的情形）**

根据《杭州市民办培训学校管理办法》的有关规定，民办培训学校发布的招生简章和广告，不得含糊其辞或夸大其词，不得有虚假的内容，不得有违背科学原理的表述，不得作出不切实际的承诺，不得作欺骗性的误导宣传。

根据《教育部对十二届全国人大四次会议第 1228 号建议的答复》（教建议〔2016〕第 14 号）、《关于政协十二届全国委员会第四次会议第 4284 号（教育类 425 号）提案答复的函》（教提案〔2016〕第 427 号）等文件，对各类民办教育培训机构虚假宣传、虚假广告等违法行为，由工商部门按照《反不正当竞争法》和《广告法》进行处置。

发行人文化课培训招生宣传文件中对招生对象、培训优势等方面的描述不存在《杭州市民办培训学校管理办法》等规定的虚假、夸大其词等负面情形。根据杭州市市场监督管理局出具的“杭市管信证（2020）2412 号”《企业无违法违规证明》，自设立至 2020 年 12 月 31 日，老鹰培训无因违法违规被杭州市各级市场监管部门行政处罚的记录。根据杭州市富阳区教育局出具的证明及保荐人、发行人律师的访谈确认，老鹰培训未受到过该局作出的行政处罚。

综上所述，发行人文化课培训招生宣传文件中对招生对象、培训优势等方面的描述符合相关法律法规对文化课培训招生文件的要求。

2018 年 8 月，国务院办公厅印发“国办发〔2018〕80 号”《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》，提出校外培训机构“收费时段与教学安排应协调一致，不得一次性收取时间跨度超过 3 个月的费用”的意见。该意见发布后，发行人 2019 年高考冲刺班及 2019 年文化课小班涉及超时间跨度收费的情形。

发行人在收取相关费用时已向学员和家长说明了收费期间，并取得了学员和家长的认可。根据保荐人、发行人律师对老鹰培训所在地教育行政部门杭州市富阳区教育局的访谈，杭州市富阳区教育局认为，考虑到面向艺术类培训机构学员文化课培训具有一定特殊性，以及家长、学员不便多次缴费等一些实际情况，在培训机构及家长/学员双方认可的基础上，教育部门不会因培训机构一

次性收取时间跨度少量超出要求的费用而对其进行处罚。针对老鹰培训的相关情况，教育部门不会对其作出处罚。发行人已就避免再次出现文化课培训超时间跨度收费的情况制定了有效的措施，截至本招股说明书签署日，发行人已不存在文化课培训超时间跨度收费的情形。

④报告期内文化课培训中非发行人艺考培训学员的人数及占比情况

报告期内，发行人文化课培训中非发行人艺考培训学员不同类别学员的人数及占比如下：

单位：人

类别一	类别二	2020 年 1-9 月		2019 年		2018 年		2017 年	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
美术艺考学员	发行人艺考培训学员	700	96.82%	862	97.29%	422	95.05%	169	96.57%
	其他画室学员	12	1.66%	22	2.48%	16	3.60%	5	2.86%
舞蹈、音乐、编导类艺考学员		10	1.38%	-	-	4	0.90%	-	-
艺术类学员合计：		722	99.86%	884	99.77%	442	99.55%	174	99.43%
非艺考学员		1	0.14%	2	0.23%	2	0.45%	1	0.57%
合计		**723**	**100.00%**	**886**	**100.00%**	**444**	**100.00%**	**175**	**100.00%**

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月，发行人文化课培训中非发行人艺考培训学员的人数分别为 6 人、22 人、24 和 23 人，占比分别为 3.43%，4.95%，2.71%和 3.18%。由于发行人文化课程设置具有很强的针对性，时间节点上完全契合美术艺考生的需求，培训地点也在发行人的美术培训校区，因此非艺术类考生通常不会报名参加。发行人也会在学员报名时询问其艺术类报考意向、时间安排、文化课基础自我评估，并据此为其提供课程规划建议。绝大多数学员在报名时表达了明确的艺考意向，报告期内艺考类学员占比分别为 99.43%、99.55%、99.77%和 99.86%。

发行人的艺考培训学员因已在或曾在发行人处参加艺考培训，其艺考意向真实可靠，可以合理认定为艺考生源。针对非发行人艺考培训学员，发行人在学员入学时对其进行询问了解，在日常培训过程中继续与其本人沟通并通过家校互动与其家长沟通，进一步了解学员的报考意向学校和专业、文化课薄弱点及预期目标，以此提供针对性教学，因此亦可以判断非发行人艺考培训学员是否为艺考生

源。通过上述判断过程，可以合理可靠地识别参加文化课培训的学员是否为艺考生源。

报告期内，存在个别非艺考生参加发行人文化课培训的情况，人数分别为 1 人、2 人、2 人和 1 人，占比分别为 0.57%、0.45%、0.23%和 0.14%。该部分学员和家长主要看重的是个别老师的教学方法和教学经验，通过同学之间口碑影响选择报名发行人的文化课程，目的在于集中精力有针对性地提高某一薄弱学科成绩。报告期内，该类学员人数及占比均很小，存在零星偶发特征，具备合理性。

⑤发行人文化课培训的招生和办学条件符合《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》（国办发〔2018〕80 号）的要求

2018 年 8 月，国务院办公厅发布《关于规范校外培训机构发展的意见》（国办发〔2018〕80 号）（以下简称“国办发〔2018〕80 号文”），旨在减轻中小学生过重课外负担，促进校外培训机构规范有序发展。该意见确立了依法规范、分类管理、综合施策和协同治理的基本原则，对校外培训机构的招生和办学条件提出了明确要求。

发行人文化课培训目前由子公司老鹰培训及其场口分公司在发行人银湖校区及场口校区实施，老鹰培训及其场口分公司均已就从事文化课培训业务取得了富阳区教育局核发的办学许可证，其招生和办学条件与“国办发〔2018〕80 号文”要求的对照情况如下：

项目	具体要求	发行人文化课培训招生和办学条件	是否符合要求
依法审批登记	校外培训机构须经审批取得办学许可证后，登记取得营业执照（或事业单位法人证书、民办非企业单位登记证书），才能开展培训	老鹰培训已取得办学许可证（教民 133018370001739 号），并登记取得了营业执照（91330183MA2CDN5315）。	符合
	在同一县域设立分支机构或培训点的，均须经过批准	老鹰培训场口分公司已经过批准并取得办学许可证（教民 133018370001739 号）（因场口分公司系老鹰培训的分支机构，不具有法人资格，在总公司经营范围内从事经营活动，其办学许可证编号、有效期与老鹰培训相同，但其办学许可证载许可对象、举办场地及许可项目/内容均与老鹰培训的办学许可证不同，并非为同一许可证书）。	符合

项目	具体要求	发行人文化课培训招生和办学条件	是否符合要求
	跨县域设立分支机构或培训点的，需到分支机构或培训点所在地县级教育部门审批	不涉及跨县区设立分支机构或培训点的情形。	不适用
场所条件	有符合安全条件的固定场所	发行人文化课培训业务目前在发行人自建的银湖校区及场口校区开展，银湖校区与场口校区的校舍建筑均已通过竣工验收。	符合
	同一培训时段内生均面积不低于3平方米	老鹰培训同一培训时段内生均面积不低于5平方米、老鹰培训场口分公司同一培训时段内生均面积不低于14平方米（根据发行人对应期间内入学人数最多的文化课培训班型估算）。	符合
	符合国家关于消防、环保、卫生、食品经营等管理规定要求	银湖校区与场口校区均已通过消防验收（富公消验字〔2018〕第0021号、富建消验〔2020〕第0012号），并具备食品经营许可（JY33301830005267及JY33301830212438）。	符合
	通过为参训对象购买人身安全保险等必要方式，防范和化解安全事故风险	发行人文化课培训主要服务对象为参加其艺考美术培训的学员，自2020年新学期起，发行人已为其所有在校学员购买了商业保险。此外，发行人实行封闭管理，具备相对完善的校园安全运营管理措施，各校区还购买了公众责任险作为补充。	符合
师资条件	有相对稳定的师资队伍，不得聘用中小学在职教师	教师队伍稳定，未聘用中小学在职教师。	符合
	从事语文、数学、英语及物理、化学、生物等学科知识培训的教师应具有相应的教师资格	相关教师均具有相应的教师资格。	符合
	培训机构应当与所聘人员依法签订聘用合同、劳动合同或劳务协议	已与所聘人员签订劳动合同或劳务合同。	符合
	聘用外籍人员须符合国家有关规定	未聘用外籍人员。	不适用
管理条件	有规范的章程和相应的管理制度	老鹰培训已制定章程，并制定了班主任、教师、教研组长和学生处日常工作要求，以及学生管理制度。	符合
细化培训安排	校外培训机构开展语文、数学、英语及物理、化学、生物等学科知识培训的内容、班次、招生对象、进度、上课时间等要向所在地县级教育部门备案并向社会公布	已随招生简章备案及公布。	符合
	培训内容不得超出相应的国家课程标准，培训班次必须与招生对象所处年级相匹配，培训进度不得超过所在县（区）中小学同期进度	发行人文化课培训主要针对浙江省选考及高考，培训内容、班次、进度与学员所处年级相匹配。	符合

项目	具体要求	发行人文化课培训招生和办学条件	是否符合要求
	校外培训机构培训时间不得和当地中小学校教学时间相冲突，培训结束时间不得晚于 20：30，不得留作业	发行人的文化课培训业务为艺考文化课辅导，主要面向参加其艺考美术培训的学员。学员离校参加发行人举办的培训时已向其所在学校请假并获准不参加所在学校的教学，故其参加发行人举办培训的时间与所在学校的教学时间不冲突。授课结束时间为 19:40，未留作业。	符合
	严禁组织举办中小学生学科类等级考试、竞赛及进行排名	未组织此类等级考试、竞赛。	符合
践行诚实守信	校外培训机构应实事求是地制订招生简章、制作招生广告，向审批机关备案并向社会公示，自觉接受监督	招生简章已备案并公布。	符合
	要认真履行服务承诺，杜绝培训内容名不符实	发行人文化课培训内容与公布的招生简章一致。	符合
	不得以暴力、威胁等手段强迫学生接受培训	发行人不存在以暴力、威胁等手段强迫学生接受培训的情形。	符合
规范收费管理	收费时段与教学安排应协调一致，不得一次性收取时间跨度超过 3 个月的费用	因行业特性，发行人 2019 年高考冲刺班及 2019 年文化课小班涉及超时间跨度收费的情形，但已取得主管机关认可，且发行人已为避免此类情况再次出现采取了相关措施，截至本招股说明书签署日，发行人已不存在文化课培训超时间跨度收费的情形。	已符合
	培训机构收费项目及标准应当向社会公示，并接受有关部门的监督，不得在公示的项目和标准外收取其他费用，不得以任何名义向培训对象摊派费用或者强行集资	发行人已公开收费项目及标准，未在公示的项目和标准外收取其他费用，未向培训对象摊派费用或者强行集资。	符合
	对于培训对象未完成的培训课程，有关退费事宜严格按双方合同约定以及相关法律规定办理	培训协议已就退费事项进行了约定，并参照执行。	符合

综上所述，发行人文化课培训的招生和办学条件符合《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》（国办发〔2018〕80 号）的要求。

⑥发行人文化课业务的合规性

（A）杭州市富阳区教育局属于发行人在当地的有权主管部门，能够有效代表、有权证明发行人开展文化类培训业务及相关收费安排的合法合规性，能够有效覆盖发行人文化课培训服务范围、时间及相关收费的范围及时间

发行人及其从事文化课培训业务下属公司的住所和举办文化课培训的场所均位于杭州市富阳区。

根据《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》及《浙江省教育

厅等 12 部门关于规范校外培训机构设置和管理的指导意见》的有关规定，校外培训机构实行属地管理、协同治理，由省地（市）统筹，落实以县为主管理责任。

根据《杭州市教育局关于规范民办培训学校办学行为的若干意见》的相关规定：各区、县（市）教育局（社发局）负责直接实施对属地民办培训学校的日常监督和管理，依法进行办学水平、办学质量的督导评估和换发办学许可证等工作；市教育局负责对全市民办培训学校的宏观、间接管理和指导。

根据《杭州市营利性文化课程培训机设置标准（试行）》及杭州市教育局发布的《<杭州市营利性文化课程培训机构设置标准>政策解读》，杭州市民办教育培训机构的审批及监管工作由各区、县（市）教育、市场监管部门负责。举办营利性文化课程培训机构，应当向办学所在地的区、县（市）教育行政部门提出设立申请。

经查阅杭州市富阳区人民政府网站，杭州市富阳区教育局的职能包括：统筹管理全区基础教育、职业教育、继续教育、特殊教育等工作；负责全区各类学校的布局调整工作；负责社会力量办学的管理和审批工作。经查阅杭州市富阳区教育局行政权力清单，杭州市富阳区教育局直接行使辖区内实施中等及中等以下学历教育、学前教育、自学考试助学及其他文化教育的民办学校设立、分立、合并、变更、终止审批及民办学校办学许可证年检等行政权力。

就杭州市富阳区教育局是否属于发行人在当地的有权主管部门事项，杭州市教育局已于 2021 年 1 月 29 日出具《情况说明》：杭州市富阳区教育局系老鹰股份的有权主管部门，有权证明老鹰股份开展文化类培训业务及相关收费安排的合法合规性。

综上所述，杭州市富阳区教育局为发行人在当地的有权主管部门，能够有效代表、有权证明发行人开展文化类培训业务及相关收费安排的合法合规性，能够有效覆盖发行人文化课培训服务范围、时间及相关收费的范围及时间。”

（B）发行人被杭州市教育局认定为违法违规而被追溯行政处罚或追缴收费所得的风险很小

就发行人历史上开展文化类培训业务的情况及相关收费安排，杭州市富阳区教育局已出具《情况说明》：

为满足其美术艺考生的文化课学习需求，老鹰股份下属子公司富阳文创曾向美术艺考生提供配套文化课培训服务，上述行为在《中华人民共和国民办教育促进法（2016 修正）》及《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》施行前不违反其时有效的法律法规规定。《中华人民共和国民办教育促进法（2016 修正）》及《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》施行后，老鹰股份已根据要求新设子公司杭州老鹰教育培训有限公司并取得从事文化课培训业务相应的办学许可（办学许可证编号：教民 133018370001739 号），符合相关法律、法规的规定。

2018 年 8 月“国办发〔2018〕80 号”《国务院办公厅关于规范校外培训机构发展的意见》发布后，老鹰股份 2019 年高考冲刺班及 2019 年文化课小班两个文化课培训班型涉及超时间跨度收费情况。考虑到面向艺术类培训机构学员的文化课培训具有一定特殊性，家长/学员不便多次缴费，以及相关文化课培训已实施完毕、各方无异议等一些实际情况，且老鹰股份已就文化课收费安排进行了针对性整改。

2017 年 1 月 1 日起至今，老鹰股份及其下属子公司未受到过本局作出的行政处罚。本局未来也不会因老鹰股份上述文化课培训业务开展及收费情况对老鹰股份及其下属子公司追溯进行行政处罚或追缴收费所得。

杭州市教育局已于 2021 年 1 月 29 日出具《情况说明》：杭州市富阳区教育局系有权主管部门，有权证明老鹰股份开展文化类培训业务及相关收费安排的合法合规性。

综上所述，杭州市富阳区教育局为发行人在当地的有权主管部门，已确认不会就发行人历史上开展文化类培训业务的情况及相关收费安排追溯进行行政处罚或追缴收费所得，并取得杭州市教育局的确认，发行人被杭州市教育局认定为违法违规而被追溯行政处罚或追缴收费所得的风险很小。

发行人实际控制人应伟明已出具承诺：如发行人因上述文化类培训业务开展情况及收费安排，被杭州市教育局追溯行政处罚或追缴收费所得，本人将承担发行人由此而遭受的损失。

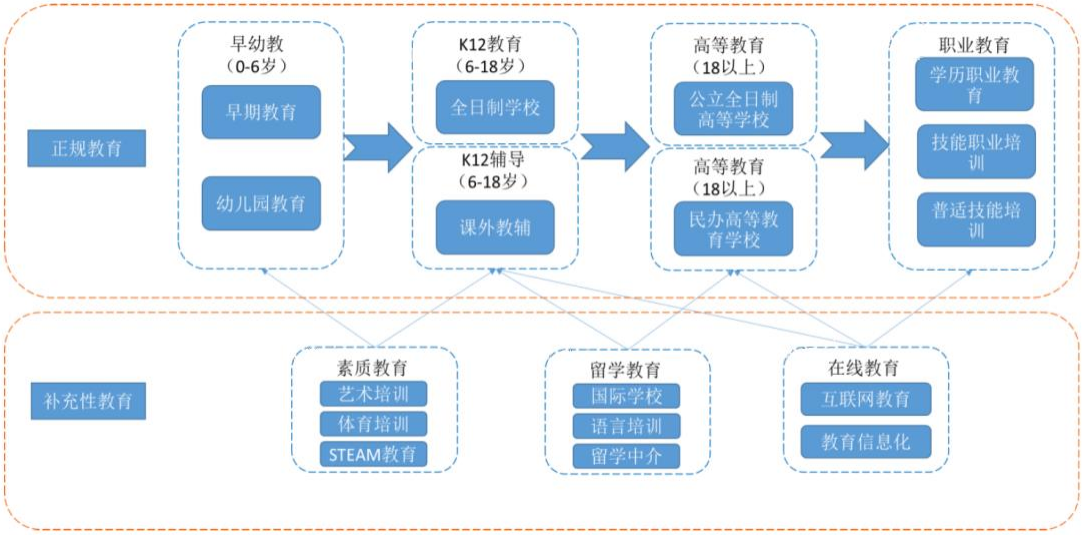
（三）行业特点和发展趋势

1、行业概况及特点

（1）艺术培训行业概况

我国目前已经形成了多种层次、多种形式、学科门类齐全的教育体系，包括早幼教、K12 教育（小学、初中、高中/中专）、高等教育（专科、本科、硕士、博士）、职业教育、素质教育、留学教育以及在线教育等多层次体系。素质教育是其中一个重要分支。

教育产业链

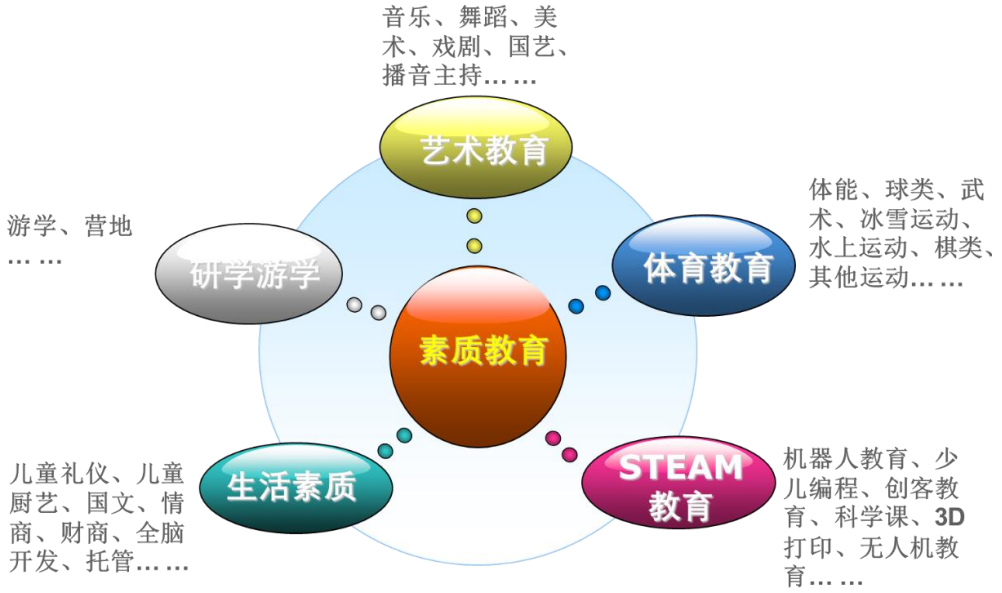


资料来源：安信证券《赢在高考前夕，剑指金榜题名——高考教育专题系列一》

素质教育是指一种以提高受教育者诸方面素质为目标的教育模式。它以全面提高公民的思想品德、科学文化和身体、心理、劳动技能素质，培养能力、发展个性为目标，注重培养受教育者的态度、能力，促进他们在德智体等方面全面主动发展。

素质教育注重创造、学习、审美等全方面能力培养。随着社会对人才的需求改变和我国教育事业的发展，素质教育受到越来越多人的关注，并带动了素质教育行业的发展。目前我国的素质教育行业可细分为：艺术教育、体育教育、STEAM 教育、生活素质、研学游学。

素质教育细分行业



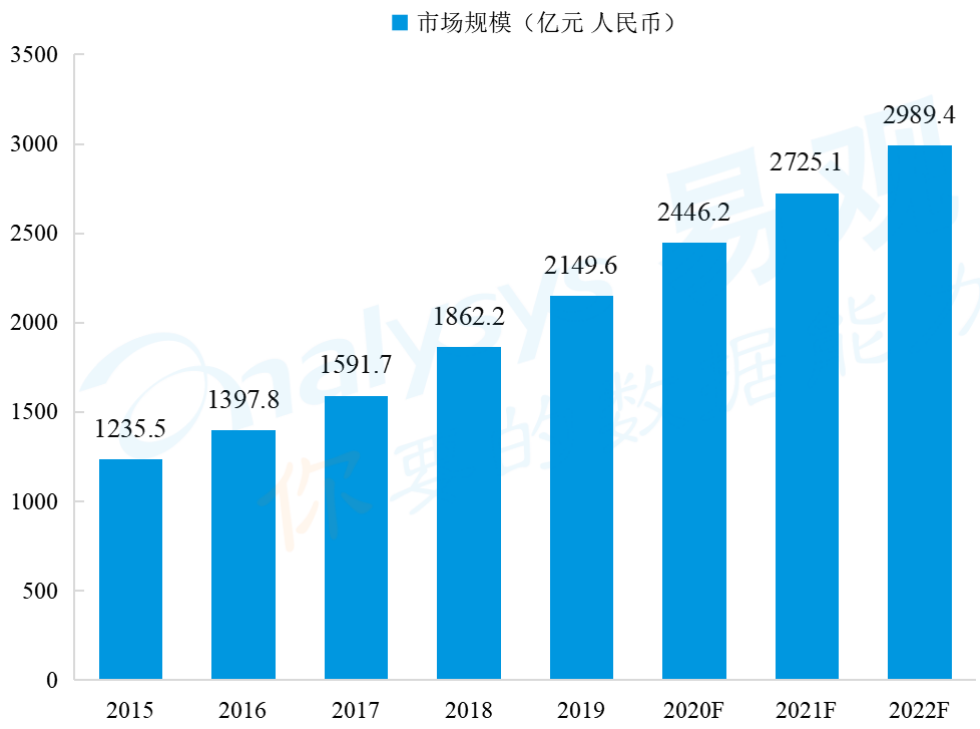
资料来源：睿艺《2017 年中国家庭素质教育消费报告》

艺术教育作为素质教育的重要部分，受国家产业政策的支持和鼓励并不断规范发展。早在 2002 年，教育部颁布《学校艺术教育工作规程》就指出：“艺术教育是学校实施美育的重要途径和内容，是素质教育的有机组成部分”。2015 年 5 月教育部又出台了《中小学生艺术素质测评办法》、《中小学校艺术教育工作自评办法》、《中小学校艺术教育发展年度报告办法》，同时确定全国 102 个中小学艺术素质测评试验区，将艺术素质纳入学生综合素质档案。2017 年江苏、河南率先将音乐、美术考试纳入中考范围，并明确规定了音乐、美术考试分数计入中考总分，艺术教育开始逐步走上“系统和规范化道路”。

随着人民群众物质文化生活的逐步提高和第三产业的发展，人们对于艺术教育的意识也逐渐提升，需求不断扩大。根据睿艺《2018 年中国家庭素质教育消费报告》调查数据，65%的家长会选择艺术类教育作为素质教育方向，艺术类教育成为最受欢迎的素质教育，艺术教育培训市场规模也在不断扩张。

Analysys 易观发布的《中国艺术教育行业市场分析 2020》数据显示，2019 年中国艺术培训市场规模为 2,149.60 亿元，未来随着国家政策的支持推动、就业结构变迁及消费需求导向的驱动，艺术教育的普及与推广将是大势所趋，艺术教育培训行业将迎来良好的发展前景，预计 2022 年市场规模将达到 2,989.40 亿元，三年的年均复合增长率为 11.62%。

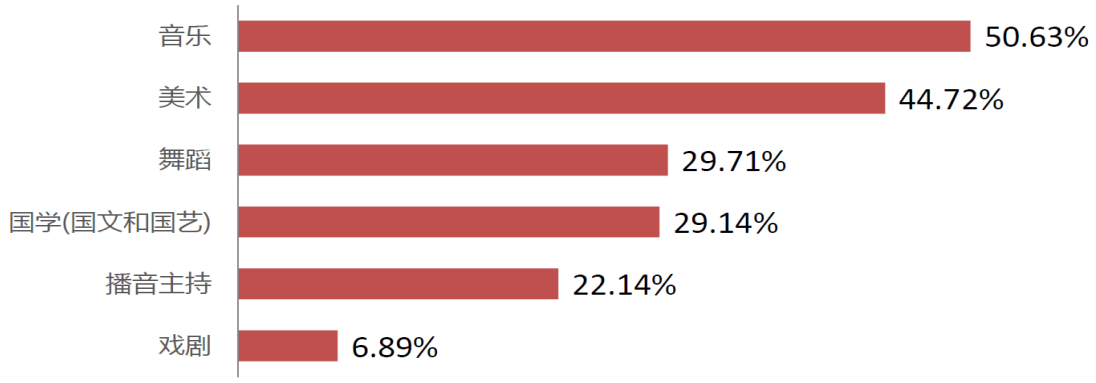
2015-2022 年中国艺术教育培训市场规模



资料来源：Analysys 易观《中国艺术教育行业市场分析 2020》

艺术教育具体内容主要包括：音乐、美术、舞蹈、国学、播音主持和戏剧等，其中音乐、美术和舞蹈培训是艺术教育最重要的三个组成部分。根据睿艺《2017年中国家庭素质教育消费报告》调查数据，美术培训凭借 44.72%的被选比例占据家长希望孩子接受的艺术教育类型第二名。

家长倾向选择的艺术类培训项目占比



资料来源：睿艺《2017 年中国家庭素质教育消费报告》

（2）美术培训行业概况

美术培训通过对一切与视觉有关的艺术作品、艺术现象和日常生活中各种视觉影像的感知、理解和训练，使受训者掌握美术的知识和技法，进而能够正确地

鉴赏美和创造美，同时实现启蒙、开发、促进人的观察力、记忆力、想象力和创造力，形成健全人格的目的。

美术教育既是素质教育的重要内容，也是职业技能教育的主要科目，肩负着培养新时代所需高质量人才的重任。目前美术培训按照年龄主要分为：少儿美术培训、美术艺考培训及成人美术培训。其中，少儿美术培训和美术艺考培训是美术培训市场中最大的两个细分领域。少儿美术培训主要针对 3～15 岁幼儿园至初中阶段群体，美术艺考培训主要针对 16～18 岁进入高中阶段且有美术艺考需求的考生。少儿美术和成人美术培训主要在于通识教育、兴趣教育；艺考美术要求更加精细、专业，重在技法的传授，对场景、教学手法、师资都有着极其精细的要求。

①少儿美术培训

虽然国家越来越强调青少年德智体美劳全面发展，但受限于校内美术教育资源相对不足以及传统的以考试和升学为导向的教学模式，部分中小学并未开设足够课时的美术课程，美术教学内容相对单一和薄弱，难以达到家长及少儿对美术教育的期望，由此催生出巨大的校外美术培训市场。

少儿美术培训科目涵盖素描、色彩、版画、陶艺、动画等，其任务是培养少年儿童的审美观念、鉴赏能力和创作能力，从而开发想象力、提高对事物的认知能力、增强动手能力、养成细致的观察能力。

②美术艺考培训

美术艺考培训是指针对参加美术艺考的青少年进行的培训，主要在于绘画技巧指导和艺术素质的提升。

高考是我国最重要的考试之一，除一般学生选择的传统文化课考试方式外，还有美术、音乐等艺术类高考。参加艺考的学生在参加最终的文化课考试前，先参加各省、各专业院校组织的美术、音乐艺术类专业考试，在达到合格线或取得合格证后，可以作为艺术生参加高考，综合专业课和文化课分数作为高考总成绩。

美术艺考属艺术类高考范畴。美术艺考的报考形式包括美术联考（又称美术省级统考）和美术校考。美术艺考生必须参加所在省组织的联考，一部分美术院校会根据美术联考和文化课成绩直接择优录取，不再另行组织校考；另一部分美术院校会自主命题，要求学员参加校考，根据校考成绩和文化课成绩择优录取。

美术艺考生只有联考成绩合格，达到相应的分数线后才可以自主选择参加国内知名美术院校或学院（极少数除外）开设的自主招生的校考。校考成绩合格后，学校会为考生颁发专业合格证书。考生一般可报考每一院校 1~3 个专业，每通过一个专业的考试，即可获得一张合格证，因此，同一个学校的每年校考，考生可能同时获得该校 1~3 张合格证。

美术联考和校考区别及联系

类型	美术联考	美术校考
两者不同	各省美术艺考生参加的省级美术水平统一考试。只有成绩上线后才可以作为美术生参加高考。	各美术院校针对本校特点自主命题，相当于美术高校针对美术专业的自主招生考试。
两者联系	美术艺考生必须参加省级美术联考，根据成绩划分出本科、专科线，考生只有通过美术联考成绩合格后才有资格参加美术院校的校考。一部分美术院校会根据美术联考和文化课成绩直接择优录取，不再另行组织校考；另一部分美术院校会自主命题，要求报考的美术类学生在联考达线后参加校考，校考成绩通过才可以获得录取资格。	

③成人美术培训

成人美术培训主要包括成人兴趣美术方向、职业美术方向，主要授课对象包括高等院校或职业院校的美术专业在校学生、有职业提升需求的设计行业人员以及发展兴趣爱好陶冶情操的其他人员。

（3）行业经营模式

美术培训行业从教学场景上可分为线下、纯在线和线上线下融合模式，其中以线下的现场面授培训模式为主。纯在线模式以美术宝、画啦啦等为代表，在美术培训市场推行“在线 1 对 1”和“在线小班课”教学，探索纯在线教学模式；以夏加儿代表的线下美术培训机构也开始尝试“互联网+”的发展思路，借助互联网推出“双师 STEAM 艺术课堂”，与线下实体校区教育互为补充，融合发展。

在扩张方式上，规模较大的美术培训机构大部分采取“直营+加盟”模式，区域中心城市以直营为主，同时通过加盟模式下沉三四线城市。直营是加盟模式的基石，良好的直营单店可巩固周边加盟店的质量。无论是直营还是加盟都需要对单店运营模式以及盈利能力有较好的打磨，才能长期稳健地发展。

在招生模式上，早期的营销方式以口碑为主，宣传手法局限于各画室自行运营的网页和大规模纸质印刷广告。自媒体兴起和互联网信息大爆炸使得各美术培训机构的信息公开透明，口碑宣传也由熟人口口相传发展到网络式点评。自媒体

和互联网时代的招生宣传不同于以往，学员和家长掌握的信息更多，取舍对比的维度更广，各家培训机构的竞争也更加透明，因此美术培训机构在生源获取上更加多元，开始探索在线宣传和在线互动的引流方式。

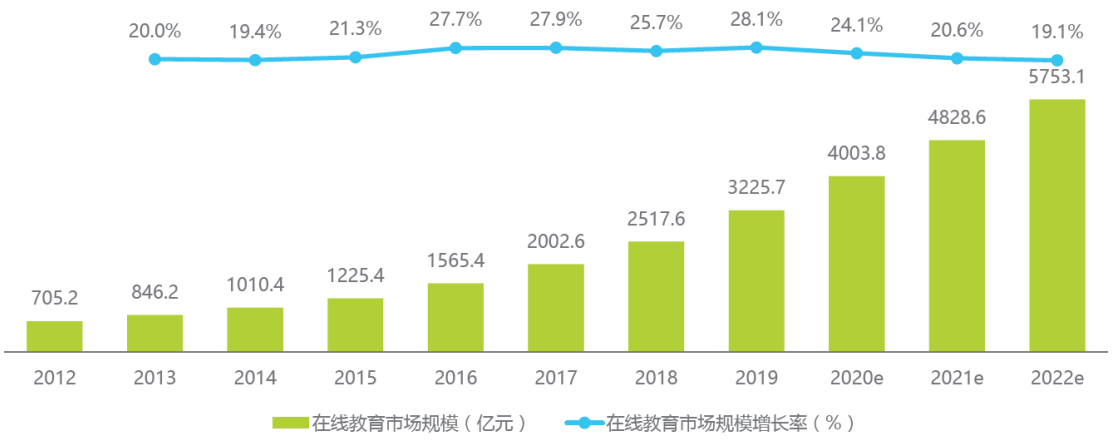
①近年来互联网教育传播发展情况

互联网教育又称线上教育，指的是通过应用信息科技和互联网技术进行内容传播和快速学习的方法。与传统线下教育方式相比，在线教育具有效率高、方便、低门槛、教学资源丰富的特点。在线教育覆盖人群广泛、学习形式不一，通常为 toC 模式，客户为学生、家长、老师等 C 端用户，也包括 toB 和 toG 模式。

我国的在线教育行业经历了二十余年的发展，先后经历了数字化教育、互联网+教育、移动+教育、智能+教育（AI+教育）等发展阶段。2014 年以来，在线教育迎来了快速发展，不仅诞生了教育巨头企业，同时也出现了很多中小型的在线教育企业。企查查数据显示，目前我国互联网教育企业共 21 万家，其中 2019 年新增 5.8 万家，同比增长 27%，新注册量是 10 年前的 24 倍。

艾瑞咨询数据显示，2019 年中国在线教育市场规模 3,225.70 亿元，同比增长 28.10%，预计未来 3 年市场规模增速保持在 19%-24%之间。

2012-2022 年中国在线教育市场规模及预测



资料来源：艾瑞咨询

新冠疫情爆发后，中小学全面停课、线下培训机构也无法开班，“全民网课”的战役打响。大量学生涌向线上听课接受课程辅导，同时也推动更多家长们主动关注并选择线上教育。

2020 年 1-5 月 K12 人群原生需求趋势



资料来源：第一财经商业数据中心

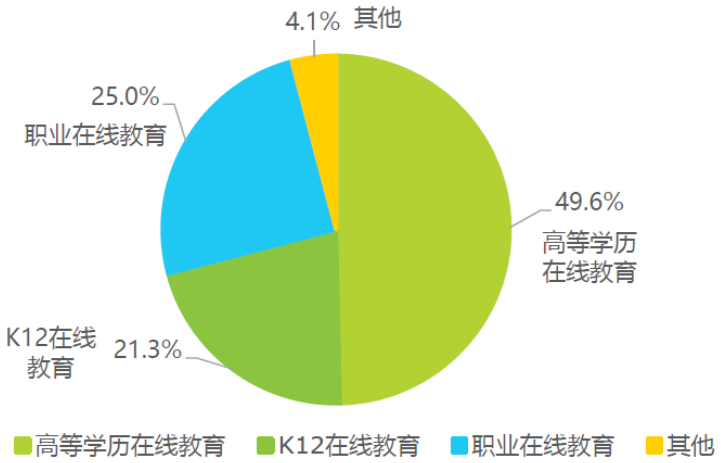
近年来，借助于互联网技术，在线美术培训教育也发展较快，其中纯在线模式以美术宝、画啦啦等为代表，在美术培训市场推行“在线 1 对 1”和“在线小班课”教学，探索纯在线教学模式；以夏加儿代表的线下美术培训机构也开始尝试“互联网+”的发展思路，借助互联网推出“双师 STEAM 艺术课堂”，与线下实体校区教育互为补充，融合发展。尽管在线美术教育市场不断扩大，但现场面授仍然是美术培训尤其是美术艺考培训的主流教学场景。

②面授课程的核心竞争力

现场面授模式的主流地位和核心竞争力是美术艺考培训自身的特点所决定的。即使线上教育进一步发展，也较难对美术艺考培训模式产生变革性影响。

中国在线教育的市场一直以高等学历教育及职业培训为主体，占整个在线教育市场规模的 75%左右。由于成人自控力强、学习目标明确、空闲时间有限、视力已成型，因此成人是在线教育的主要用户群体，尤其在提升学历、求职、考证等场景中，教育培训需求更强烈。K12 家长及学生群体对在线教育的接受度近年来有所增长，占整个在线教育市场规模的 20%左右。其他在线教育领域仅有 4.1%的市场占比，在这些领域面授仍然占据主流教学场景。

2019 年中国在线教育市场规模细分结构



资料来源：艾瑞咨询

美术艺考培训的面授模式主要由以下特点所决定：

A、美术艺考阶段的学习存在着试错成本高的特点

美术艺考市场虽然刚需性强、市场规模大，但是该阶段的学习存在着试错成本高的特点，家长和学生对在线教育持谨慎态度。目前，在线美术培训无论是美术宝还是夏加儿、艺朝艺夕，都主要针对 3～15 岁幼儿园至初中阶段群体，聚焦少儿美术培训，没有延伸至美术艺考培训。从疫情期间的在线学习体验看，由于青少年自控力不强，教师监督难度大，师生互动效果不佳，长时间面对屏幕对视力影响较大，在线学习的效果并不显著，更多是学校和家长面对突发疫情的应急手段。尤其在中高考升学的关键阶段，家长一般不会寄希望于在线辅导，一旦不能取得预期效果，时间和机会成本巨大，因此传统的课堂学习仍然是家长和学生可以接受的主要教学场景。

B、美术艺考培训是场景式的、视觉化的、互动式的

美术艺考无论是素描、速写还是色彩，大都需要一个模特或一组静物，在特定的光影环境中，学生从不同的角度对其绘画写生。例如画色彩头像，模特是在自然光或者特定的光线环境下，是画头像、半生像、全身像，还是四分之三侧身或者四分之一侧身像，这些都需要在线下的场景中，学生结合模特特定角度的光影、神态、体态来创作，老师结合学生作品直接选用不同画笔，进行调色、改画、指导，必要时手把手修改指导。而且，相比较 K12 教育标准化的试题和答案，

以及老师对知识的单向教授传递为主，美术培训是视觉化的艺术培养，是一种美学熏陶和艺术素养提升的过程，结果呈现的是非标准答案。

因此，美术艺考培训强调特定场景下创作的创意和创造，强调师生对作品的探讨和理解，强调培训场景和互动的重要性。这也是线上教学即使能解决电子产品带来的色差光影等技术问题，但仍无法取代美术艺考线下培训模式的原因。所以，绘画和美术艺考的技术性特点决定了必须主要采用目前线下培训的模式。

C、良好的备考环境和自律的学习氛围对美术艺考学员也非常关键

对于美术艺考学员而言，良好的备考环境和自律的学习氛围非常关键。考前封闭式培训，有利于让学员集中精力做好一件事，在一个有限的时间里最大限度地系统地提升绘画技能和技巧，为取得艺考高分奠定基础。因此，考前备考冲刺的特点也决定了线下集训教学的必要性。

综上所述，美术艺考培训自身的特点决定了发行人采用目前这种线下面授集训模式，并且这种模式具备自身的核心竞争力和优势，难以被线上培训方式所取代。在新冠疫情全球爆发的特殊时期，面对突如其来的疫情，美术艺考培训行业也做了线上教育的积极尝试，作为特殊时期的教学补充和替代，但是较难对美术艺考培训模式产生变革性影响。

③发行人没有采取竞争公司“直营+加盟”这一主要拓展方式的原因及合理性

在扩张方式上，美术培训机构较多采取“直营+加盟”模式，区域中心城市以直营为主，同时通过加盟模式下沉三四线城市。在美术艺考培训细分市场，艺考培训针对的是 16 周岁以上高中生群体，以现场面授为主流教学场景，可以做到区域相对集中，一般布局在区域中心城市或省会城市，通常以直营为主，加盟为辅。针对 3～15 岁幼儿园至初中阶段群体的少儿美术培训则更多采用加盟模式，一般服务半径较小，分布在社区、大型商业中心、中小学周边，呈星罗密布状态。

报告期内，发行人主要从事美术艺考培训，浙江省内分设义乌校区和温州校区，省外已成立深圳校区和成都校区，均采用直营模式。浙江省内交通便利、经济发达，且杭州作为重要的全国性艺考培训基地之一，对整个浙江省存在强大的虹吸效应，因此加盟模式效果不显著。发行人在浙江省内采取做大做强杭州主校

区的战略，通过已有分校、新设体验中心及与其他地方画室合作等方式向杭州引流省内各地生源。

发行人省外拓展聚焦在一二线重点城市，未来三年拟在全国范围内建设体验中心，形成覆盖全国主要城市的较为完善的营销服务网络体系，其中 I 类体验中心覆盖福州、南京、青岛、郑州、南昌、广州等中心城市，II 类体验中心覆盖苏州、厦门、济南、大连等区域发达城市。各地体验中心既承担着发行人引流全国生源的毛细血管作用，也负责在重点生源地培育孵化新校区。在发行人对外拓展的第一阶段，新校区仍然采用直营方式，直营校区可以保证培训质量，打造口碑，吸引生源，为辐射周边奠定基础。第二阶段，在外地单校区做大做强的前提下，考虑在周边采用加盟模式扩张。加盟校区不单单针对艺考美术培训，其职能将下沉到更低年龄段，从小培养学员的绘画技能和审美旨趣，提前锁定优秀艺考生源并向直营校区输送。

综上所述，美术艺考培训直营为主、加盟为辅。直营是加盟模式的基石，良好的直营单店可巩固周边加盟店的服务质量。无论是直营还是加盟都需要对单店运营模式、培训质量以及盈利能力有较好的打磨，才能长期稳健地发展。因此，基于行业特性和自身发展战略，发行人在目前阶段采用直营模式具有合理性。

④发行人业务拓展和经营模式复制的可行性，是否存在地域壁垒，未来规划中未在浙江省以外设立分校区的原因

A、美术艺考培训行业不存在地域壁垒

培训服务行业没有地域壁垒，每个细分行业在发展到一定阶段后，都会有品牌机构借助资本的力量向全国快速扩张。比如公职类招录培训领域，中公教育在全国 319 个地市开设 1,335 家直营分店和学习中心；K12 教育培训领域，昂立教育在上海和外地区域共建有 302 个直营教学中心，全国有 1,000 多所合作学校；龙门教育则在全国布局 18 个城市。

发行人所属的美术艺考培训行业具有良好的市场发展前景，参与主体众多，市场充分竞争，没有地域壁垒。随着大型培训机构教学体系继续完善，师资力量不断增强，培训水平不断提高，教学质量持续稳定，行业口碑不断积累，具有品

牌影响力的培训机构必然走出对外扩张的步伐，而一些规模较小竞争力较弱的培训机构势必会倒闭或被大型培训机构兼并，行业集中度将会不断提高。

在美术艺考培训领域，除发行人外已经出现多个跨区域发展的机构，如重庆荷马教育除在重庆开设有三个校区外，还分别在河南、云南、四川、北京、宁夏、河北、浙江等地开设分校；北京水木源画室在杭州设有分校；北京小泽画室在济南和郑州设有分校；杭州白塔岭画室在南昌、福州、沈阳、东莞、南宁和金华等地设有分校。由于引入大型品牌培训机构有助于规范提升当地培训服务水准，改变无序竞争状态，各地政府对大型美术机构持开放和欢迎态度。因此，美术培训服务行业充分竞争，没有地域壁垒。

B、发行人的业务拓展和经营模式具有可复制性

美术艺考培训行业对外扩张的硬性资源约束条件是师资和场地，软性约束条件是品牌、教学方案、课程内容和管理体系。前者决定开业，后者决定持续运营。经过十多年的发展，发行人拥有业内优质的师资力量，建立了完善的教学体系。凭借优异的培训成果、规范的办学模式和规模效应，发行人在业内树立了良好的品牌形象，在国内美术培训行业拥有较高的知名度，已经具备进行异地品牌复制的实力。

在师资方面，发行人拥有国内优秀的教学团队，教学带头人均拥有十分扎实的艺术功底，并从事多年教育培训工作，骨干教师主要来自全国各大专业美术院校，具有较高的综合专业技能、教学能力和沟通能力。经过多年发展，发行人形成了一支专业专攻、教学精准、体系缜密、梯队充沛、师资雄厚的教学团队，建立了集招聘、培训、考核、激励为一体的全方位教师管理体系。发行人的骨干师资和招聘培训体系能够保证异地扩张对师资的需求。

在场地方面，发行人本次募集资金将部分用于体验中心建设，可以解决对外拓展第一阶段的场地需求，未来将根据各地区发展情况以经营积累或融资资金启动异地分校建设。目前，发行人成功建设运营两大自建校区，以租赁场地方式运营另外五个校区，无论是自建还是租赁，发行人在场地的选址、装修、功能分布等方面操作经验丰富，已形成一定的标准，可快速复制到新设校区。

在品牌方面，自成立以来，公司始终坚持以提高学员培训质量为业务发展重中之重，秉承“突破、创新”的教学理念，凭借优异的培训教学成果在业内树立了良好的品牌形象。2019 年公司培训学员上万人次，学员遍布全国多个省、自治区、直辖市，具有较强的生源基础。经过长期的品牌积淀和客户口碑传播，公司在业内拥有较高的知名度和行业口碑，形成了一定的品牌优势，获得了众多艺考学员的认可。公司多次被专业机构和业内报刊评为“全国十佳画室”、“杭州十大品牌画室”、“浙江最具价值教育培训机构”和“浙江市场消费者最满意十大教育培训机构”。良好的行业口碑和品牌形象有助于获得学员和家长的认可，进而有利于发行人获取生源，进一步拓展市场。

在教学方案方面，发行人美术艺考培训教学方法与教学内容与国内主要美术专业院校接轨，注重课程体系的科学性和前沿性。发行人教研团队由总部统一设置，统筹安排各校区教研工作，各校区同时安排专人负责针对性研究，结合学员不同美术基础、不同报考方向、不同学习阶段等具体情况推出多种教学方案，对学员进行更有针对性的训练。发行人通过对美术考学和美术专业院校教学发展趋势的长期研究，有效把握行业动态和艺考风向标。经过近几年的教学实践，发行人已积累了丰富的教学管理经验，并建立了覆盖美术艺考培训的完整课程体系。

在课程内容方面，发行人美术专业课程分为素描、色彩、速写、设计四个科目，实行教研组和教学区块交叉管理。各个科目均有专门的教研组进行教学研究、教学编排、教学把控和教学考核。教学区块主要负责教学管理、教学进度和科目间的课程协调。发行人的教学方案和培训课程能够保证各校区教学活动顺畅开展。

在管理体系方面，根据多年的教学管理经验，发行人建立了较为完善的现代化公司制管理体系，在董事会的领导下，由总经理统筹负责各校区管理。在日常运营方面建立以教学部和学生部为核心的管理体系。教学部负责研究行业相关政策和高考政策，并制定年度教学规划和教学大纲；负责师资团队的建设和管理；负责教学管理与教学任务。学生部负责校区教学辅助事务和后勤管理，负责学生的入学办理、班级教务管理、学生生活管理等。发行人的管理体系针对性强，职权清晰，能够保证各地校区高效运转。

C、发行人未来规划中未在浙江省以外设立分校区的原因

发行人拟在全国主要城市布局体验中心，各地体验中心既承担着发行人引流全国生源的毛细血管作用，也负责在重点生源地培育孵化新校区。这种稳步扩张方式符合行业发展规律，能够降低前期固定投入和试错成本，提高资金和师资投入效率。未来，发行人规划中的省外新校区将在上述布局体验中心的城市设立。

综上所述，美术艺考培训领域不存在地域壁垒，发行人在师资、场地、品牌、教学方案、课程内容和管理体系等软硬件方面均具备异地业务拓展和经营模式复制的可行性，本次募集资金到位后，发行人可加速异地扩张步伐，先期形成布局全国的服务网络体系。发行人拟在全国主要城市布局体验中心，未来以体验中心为基础在重点生源地培育孵化新校区。

（4）行业竞争格局

由于市场迅速增长，美术培训行业涌入了众多培训机构，线下、线上以及线下线上结合多种教育模式并存。美术培训重体验、依赖线下的特点，决定了线下仍是主流教学场景，部分具有一定品牌优势的机构通过“直营+加盟”模式已广泛布局全国各大城市。从数量上看，美术培训机构数量十分庞大。受限于地域资源、教学模式等因素，美术培训市场相对分散，行业集中度不高。

少儿美术培训领域，没有标准化考评体系，市场参与者众多，课程系统形式多样，市场呈现多元化发展格局。随着市场需求不断扩大，竞争可能会更加激烈，具有品牌优势、教学质量高、课程设置有特色的培训机构将在未来的竞争中取得优势地位。

美术艺考培训领域，专业艺考美术培训机构主要集中在九大美院以及其他拥有美术专业的大学周围，行业领先的培训机构都有自己的特色和亮点。在未来市场竞争中，拥有优质师资力量、完善的教学体系、丰富的教育管理经验和优质教学质量的培训机构将会实现良性循环，利用品牌优势在异地复制，并快速通过在线直播等线上引流触达更多潜在用户，在全国各个主要区域进行扩张。而一些没有特色、规模较小、竞争力较弱的机构将面临被兼并或者淘汰出局的境况。

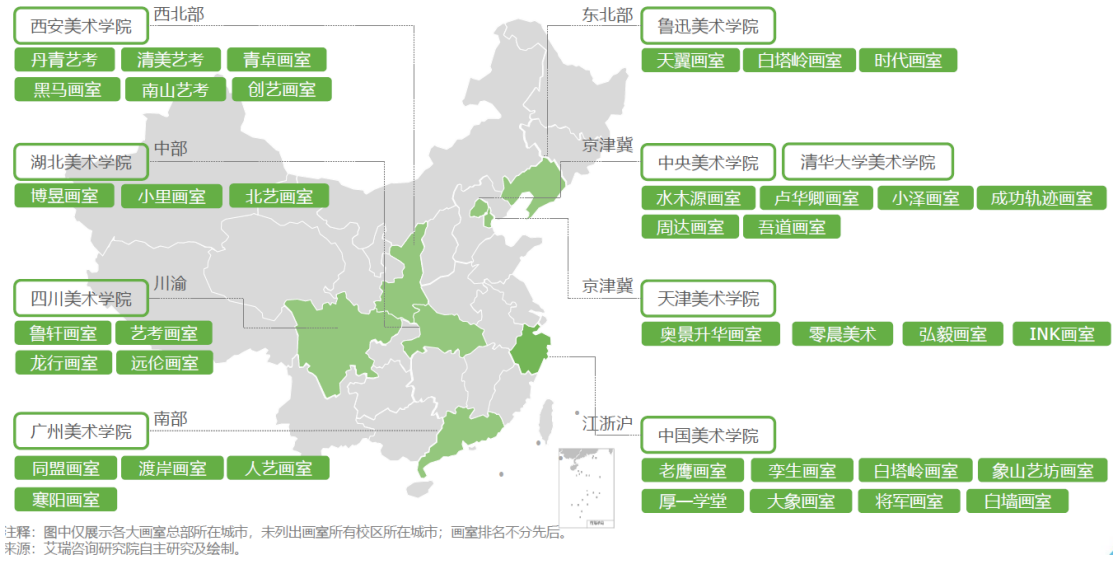
（5）行业的周期性、区域性或季节性特征

①周期性

美术培训行业无明显的周期性。我国目前经济平稳增长、人口政策宽松，随着素质教育理念的持续普及，少儿美术培训渗透率不断提高。在美术艺考领域，随着各大院校不断增设和扩招美术专业，越来越多高中生选择美术艺考，预计未来参与美术艺考的人数将继续保持较为稳定的增长趋势。与此同时，美术专业人才的就业前景也随着国家大力发展创意经济产业呈现出良好趋势。因此，美术培训市场需求逐年稳步增长，不存在明显的周期性特征。

②区域性

我国城乡之间、沿海与内地之间存在经济发展不平衡、教育资源分配不均的特征。经济发达地区的教育资源更集中、丰富，家长对教育培训也更重视。美术培训行业呈现一定的区域性特征，较多集中在经济发达城市地区。在美术艺考领域，这种区域性特征主要表现在美术艺考培训机构集中于九大美院以及其他拥有美术专业的大学周围。随着国家基础建设、教育资源的不断深入，发展中的城市地区具有较大的市场潜力。



资料来源：艾瑞咨询《2019 年中国美术教育培训行业研究报告》

③季节性

美术培训的授课对象主要为青少年，准备美术艺考的青少年参加培训的时间通常在 7 月份开始直至次年 2 月校考结束，其他青少年参加培训时间主要在周末及寒暑假时间。因此，三、四季度通常是招生和培训的高峰期。

（6）进入本行业的主要壁垒

①品牌壁垒

大多数学员和家长对美术培训机构的选择更多的是基于培训机构的口碑和品牌。社会认可教育品牌的方式不会仅仅依赖于完全市场化的广告，而是需要凭借许多市场以外的师资团队、教研成果及行业口碑等各方面的实力。品牌沉淀需要长时间的积累，市场新进入者往往需要花费较长的周期才能在行业中形成口碑效应，在短期内则竞争优势偏弱。

品牌培训机构可通过保证教学质量，以学员推广、口碑相传向外界宣传，产生品牌效应，获得较大的经济效益和社会效应。对于拟进入本行业的公司来说，由于尚未形成品牌效应以及经验曲线，很难快速、有效地建立起业务网络，其业务开展也将面临着严峻的挑战。

②人力资源壁垒

美术培训机构对老师的素质要求较高，不仅要有深厚的专业理论基础，丰富的工作实践经验，还需要有良好的沟通和表达能力。美术艺考培训对教学场景、教学手法、教学经验要求更高，需要对美术艺考的绘画风格及考评趋势有敏感的职业嗅觉，并结合学员的不同情况制定个性高效的教学方案，在较短时间内有效提高考生绘画技能。强大的师资力量是高升学率的重要保障。在日趋激烈的培训市场竞争中，拥有一批高素质的老师是培训机构进入本行业的必要条件。本行业具有较高的人力资源壁垒。

③规模壁垒

由于美术培训机构的建立初期多以小型画室形式运营，规模较小，水平参差不齐，教学力量薄弱，缺乏专业师资以及标准化的教材和教学方法。相比较而言，大型的专业培训机构进入时间长，并形成了一定的规模，具有完备的教学体系，积累了优质的师资队伍，形成标准化的教学内容，并具备在各校区之间共享的教育资源，形成了一定的规模经济优势，对于拟进入本行业的公司造成了一定的规模壁垒。

④资金壁垒

美术培训机构要想实现规模化发展，在市场中有一定影响力，必须投入大量资金在全国主要城市进行培训校区建设、培养专业化人才、研发专业教学体系、提高经营管理能力。因此庞大的资金需求也限制了很多培训机构的发展。

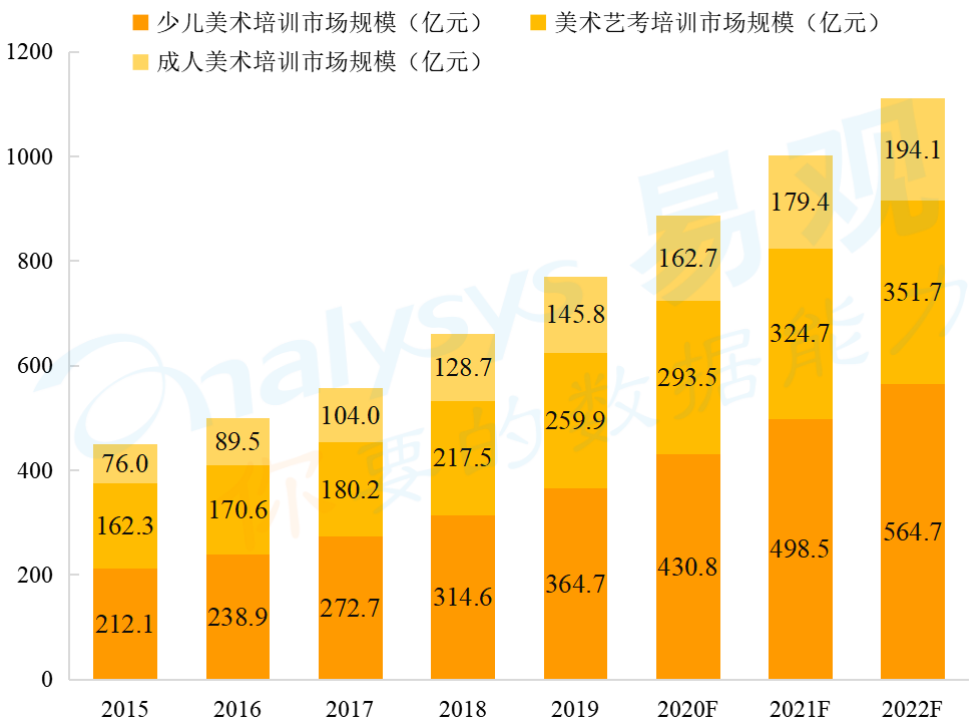
⑤地域性扩张壁垒

美术培训服务行业充分竞争，没有地域壁垒。由于引入大型品牌培训机构有助于规范提升当地培训服务水准，改变无序竞争状态，各地政府对大型美术机构持开放和欢迎态度。但是，美术艺考培训行业受到师资、场地、品牌、教学方案、课程内容和管理体系等各方面资源的约束，一旦形成本地服务优势，则新进入者必须在软硬件方面具备足够的实力才能加入竞争并取得市场份额。因此，美术艺考培训行业存在一定的地域性扩张壁垒。

2、市场规模

随着国家教育改革的全面升级、就业结构变迁及教育理念的转变，包含美术教育在内的艺术教育越来越受到人们的重视。美术教育作为艺术教育中重要的组成部分，市场需求越来越高，近几年迎来了快速发展。根据 Analysys 易观的数据，我国美术培训市场规模从 2015 年的 450.40 亿元不断提升至 2019 年的 770.40 亿元，年均复合增速 14.36%。预计 2022 年美术培训市场规模为 1,110.50 亿元，其中少儿美术培训市场规模为 564.70 亿元，美术艺考市场规模为 351.70 亿元，成人美术培训市场规模为 194.10 亿元。

2015-2022 年中国美术教育培训市场规模

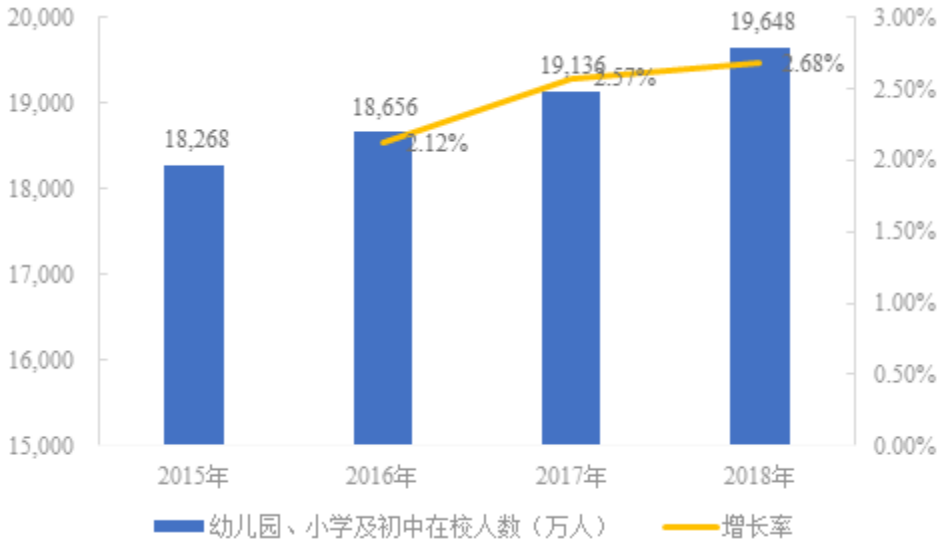


资料来源：Analysys 易观《中国艺术教育行业市场分析 2020》

（1）少儿美术培训市场规模

我国少儿美术市场的适龄人口群体基数庞大，目前幼儿园至初中阶段群体人数逐年上升，2018 年在校人数达 19,648 万人，同比上涨 2.68%。预计适龄人口（幼儿园、小学及初中在校人数）将在 2023 年达到约 2.2 亿人[1]。

我国幼儿园、小学及初中在校人数（万人）



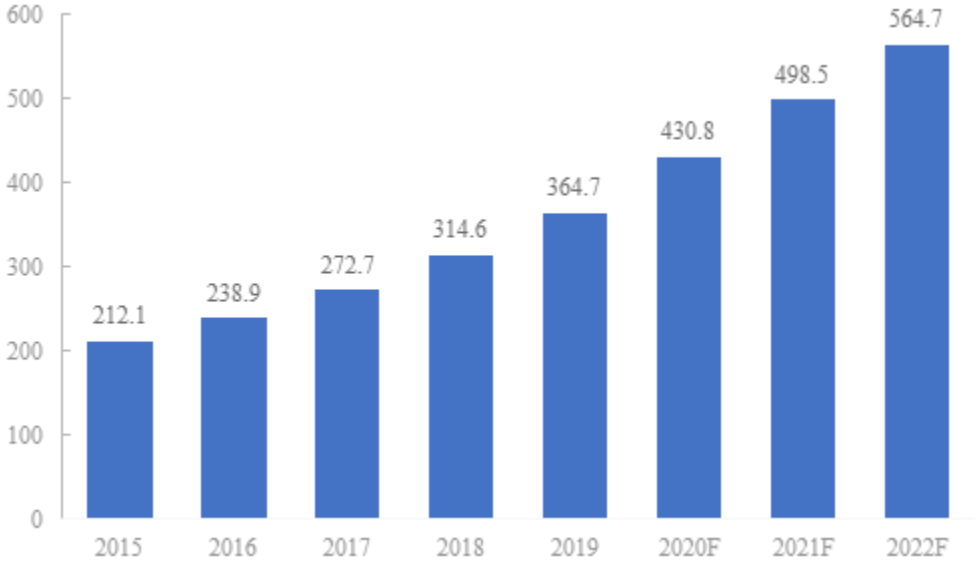
数据来源：教育部《2018 年全国教育事业发展统计公报》

庞大的适龄人口基数催生了巨大的市场需求。随着国家教育改革的全面升级，素质教育有关政策的不断调整，国家升学引导优化学科结构与比重，素质教育重要性得到提高。同时，80、90 后新生代家长的文化素质整体进一步提高，素质教育理念更加普及。伴随着家长对于子女教育认识逐步深化，少儿接受美术教育的年龄将逐渐提前，接受美术教育的种类将逐步多元。目前，无论是一线城市还是不发达地区的乡镇家长都积极地将少儿送往各类美术培训机构学习。

未来，随着素质教育的持续推进及人均教育文化娱乐消费支出的增长，预计少儿艺术培训的参培率及客单价还有很大的上升空间。根据 Analysys 易观数据统计，我国少儿美术培训市场规模从 2015 年的 212.10 亿元不断提升至 2019 年的 364.70 亿元，年均复合增速 14.51%。预计 2022 年我国少儿美术培训市场规模将达到 564.70 亿元，少儿美术培训市场有着广阔的发展空间。

[1] 资料来源：Analysys 易观《中国艺术教育行业市场分析 2020》

2015-2022 年中国少儿美术培训市场规模（亿元）

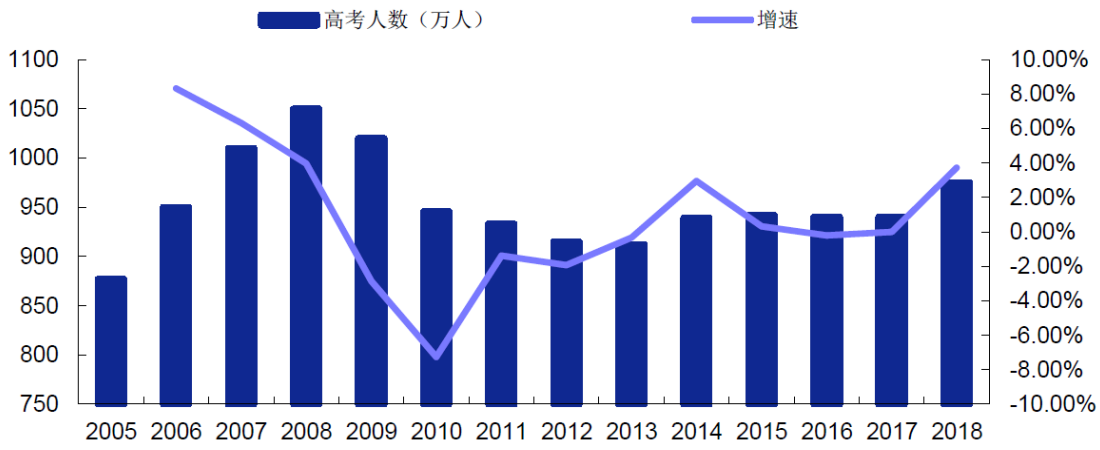


资料来源：Analysys 易观《中国艺术教育行业市场分析 2020》

（2）美术艺考培训市场规模

近年来，高考人数不断攀升。根据中国教育网数据，2018 年高考人数再创新高，全国报名考生人数达到 975 万人，比 2017 年增加 35 万人，创下 2010 年以来的高考人数新高，“00 后”正式登陆高考舞台，高考竞争压力依旧严峻。

2005~2018 年高考人数及增速



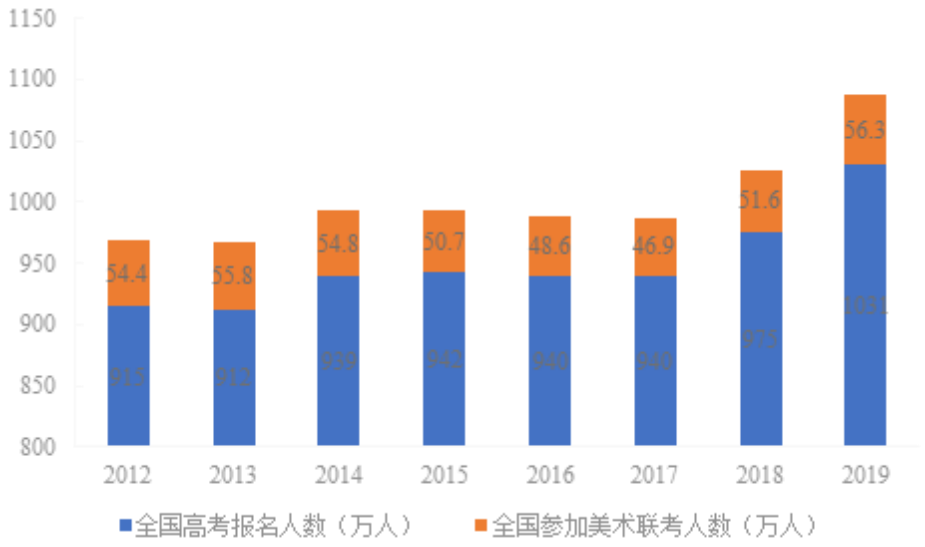
资料来源：中国教育网，安信证券

面对激烈的高考竞争，美术高考越来越受到考生和家长的认可，可选的美术专业院校也日益丰富。截至 2019 年 6 月 15 日，全国共有高等学校 2,956 所，其

中 559 所都开设了美术类专业，每年招收超过 50 万美术艺考生[2]。这 559 所院校中除了教育部批准的 29 所独立设置的本科艺术院校和 15 所参照独立设置本科艺术院校招生高校以外，还包括普通高考生熟知的“双一流”高校及其他一本、二本综合型院校。以北京地区为例，2019 年招收美术高考生的“985/211”高等院校就包括清华大学、北京大学、中国人民大学、北京邮电大学、中国传媒大学等众多知名高校。

与此同时，美术教育、影视、建筑、装修、服装、印刷、杂志社、电视台、报社、广告策划、动漫、网络设计行业、拍卖行业及各大企事业单位等，都需要大量的美术人才。随着美术生就业方向的多元化，美术专业可选院校的丰富化，越来越多高中生选择美术艺考。2019 年全国高考报名人数 1,031 万（不含高职扩招补报名人数）[3]，比 2018 年增加 56 万人，同比增速为 5.74%[4]。其中参加美术联考的人数 56.30 万人，比 2018 年增加 4.7 万人，创 2012 年以来新高。

2012~2019 年参加美术联考人数



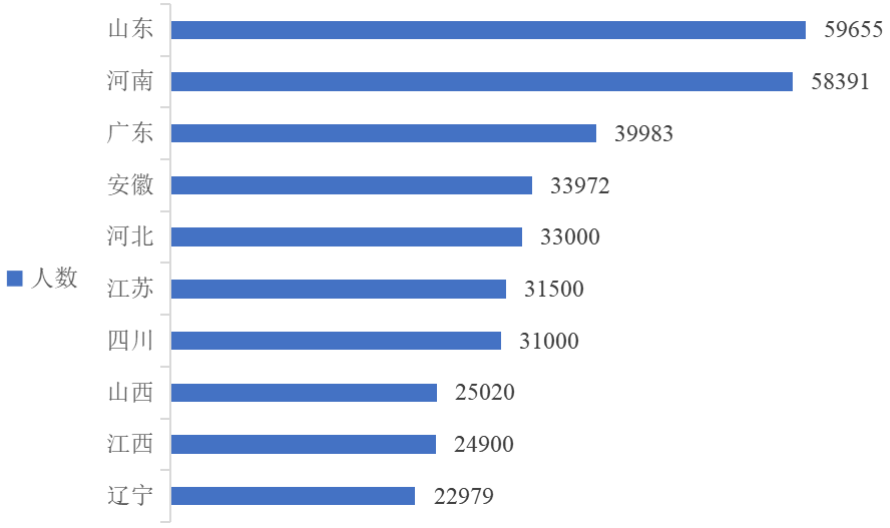
资料来源：艾瑞咨询《2019 年中国美术教育培训行业研究报告》

根据艾瑞咨询的统计数据，近两年参加美术联考的人数每年达到 50 多万人，其中山东、河南、广东、安徽、河北、江苏、四川为主要生源地。根据教育部下发的《关于做好 2014 年普通高等学校艺术类专业招生工作的通知》，要求各省逐步将美术与设计学类纳入统考范围，并提高文化课分数线，受 2014 年艺考改

[2] 资料来源：艾瑞咨询《2019 年中国美术教育培训行业研究报告》
[3] 资料来源：教育部网站 http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/201906/t20190605_384668.html
[4] 资料来源：安信证券《赢在高考前夕，剑指金榜题名——高考教育专题系列一》

革的政策影响，美术联考人数有所下降，从 2014 年的 54.78 万人下降至 2017 年的 46.87 万人。但随着美术艺考政策趋于稳定以及美术艺考招生人数的增加，美术联考人数 2018 年止跌反弹，2019 年创下历史新高，达到 56 万余人。

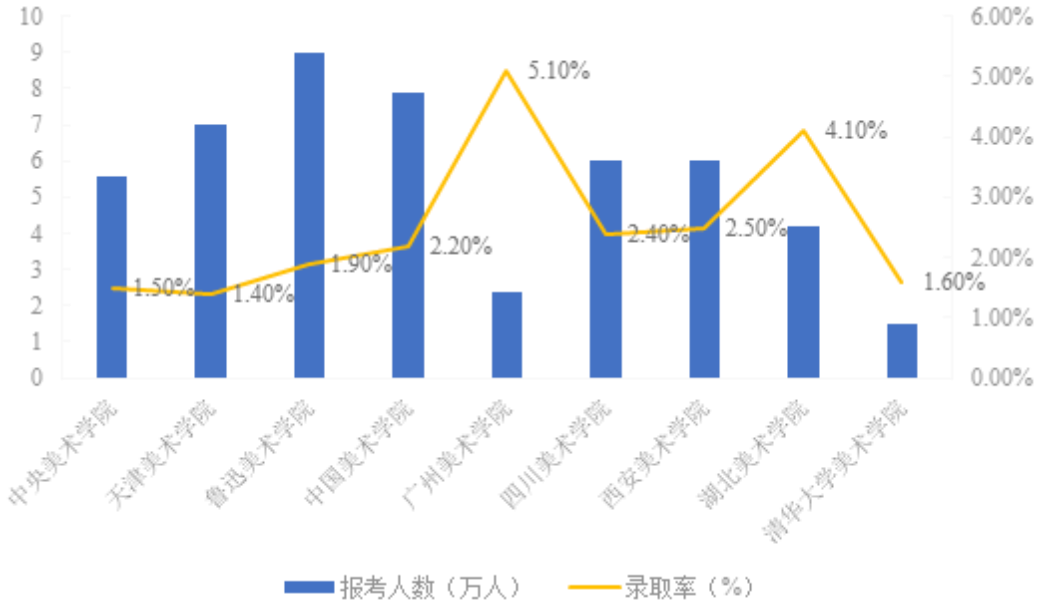
2019 年全国参加美术联考人数最多的 10 个省份



资料来源：艾瑞咨询《2019 年中国美术教育培训行业研究报告》

随着美术艺考人数的不断增加，美术艺考难度也逐年增大，2019 年九大美院的本科报考人数居高不下，录取率普遍不高，竞争趋于激烈。而一般的高中学校更注重文化课教育，美术教学在师资课时配备、教学技能等方面相对薄弱，美术艺考生往往需要通过专业的艺术培训机构来提升专业课能力，由此催生了巨大的美术艺考培训市场。

2019 年全国九大美院本科招生录取率

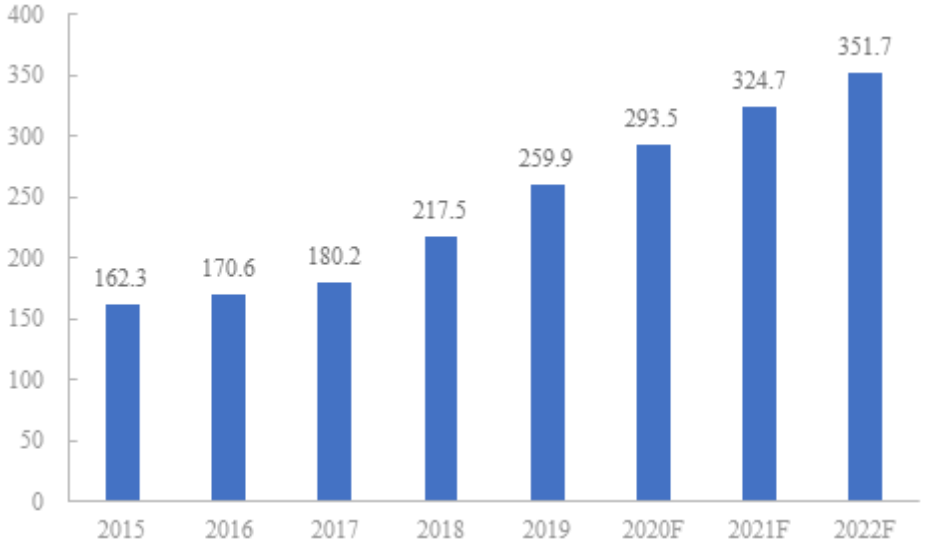


资料来源：各美院官网，艾瑞咨询

每年一大批美术艺考生升学使得美术艺考培训市场形成稳定又持久的刚性需求。为了保证升学成功率，美术艺考生约 80~90%都会在考前参加校外培训[5]。根据 Analysys 易观的数据，我国美术艺考培训市场规模从 2015 年的 162.30 亿元不断提升至 2019 年的 259.90 亿元，年均复合增速 12.49%。预计 2022 年美术艺考培训市场规模为 351.70 亿元。

[5] 资料来源：艾瑞咨询《2019 年中国美术教育培训行业研究报告》；Analysys 易观《中国艺术教育行业市场分析 2020》

2015~2022 年中国美术艺考培训市场规模（亿元）



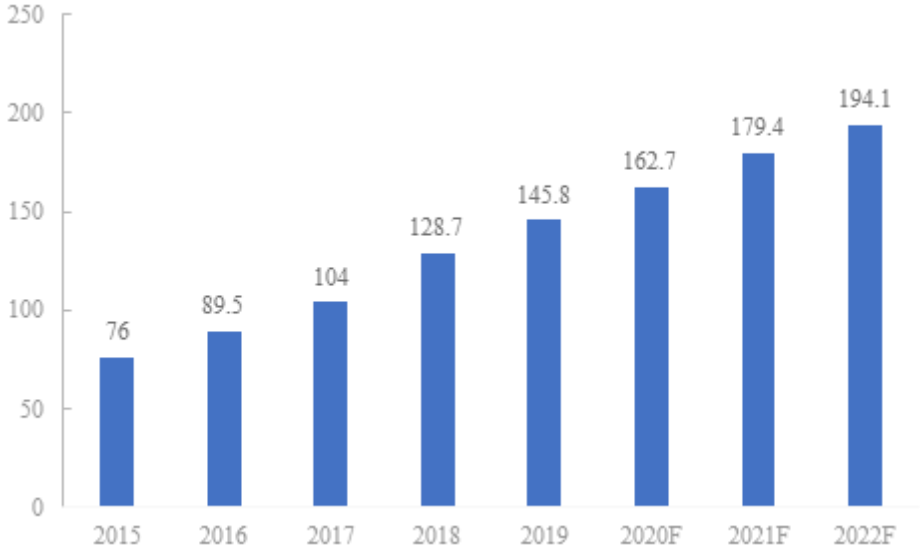
资料来源：Analysys 易观《中国艺术教育行业市场分析 2020》

（3）成人美术培训市场规模

根据 Analysys 易观数据统计，我国成人美术培训市场规模从 2015 年的 76 亿元不断提升至 2019 年的 145.80 亿元，年均复合增速 17.69%。

未来，随着我国居民生活水平的不断提高，越来越多美术爱好者开始寻求专业的美术指导，全面提升美术素养，实现自我完善，预计到 2022 年我国成人美术培训市场规模将达到 194.10 亿元。

2015~2022 年中国成人美术培训市场规模（亿元）



资料来源：Analysys 易观《中国艺术教育行业市场分析 2020》

3、行业发展趋势

（1）国家相关政策将进一步明确，促进行业向好发展

我国自 1999 年颁布《关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》以来，素质教育进入全面推广阶段。素质教育推广强调的是综合素质的提升，不再强调传统课程的考试成绩作为最主要的评价标准。对于义务教育阶段的学生而言，一方面要提升传统课程的成绩；另一方面在美术、音乐等艺术类课程上的要求也在提升。

随着素质教育继续推进，各具体领域明确的鼓励政策也陆续出台，在美术教育领域，《国家中长期教育改革与发展规划纲要》已经明确提出全面加强和改进美育。自 2015 年国务院办公厅发布《关于全面加强和改进学校美育工作的意见》以来，我国学校美育教育教学改革、学校美育师资队伍建设、学校美育场地设施条件、评价机制均有长足发展。

从中高考改革方向来看，大多数施行改革的省市都强调把学生综合素质评价体系作为招录时的重要依据。随着素质教育的推进，2017 年江苏、河南率先将音乐、美术考试纳入中考范围，明确规定了音乐、美术考试分数计入中考总分，泰州市更是明文规定中考音乐、美术成绩为 D 等级的考生不能被四星级普通高中录取。

国家美术教育相关政策进一步明确及多地中考改革将美术考试成绩计入中考成绩，给美术培训行业提供了有利的发展条件。

（2）品牌教育综合化发展

美术培训目前以线下画室为主，有一定的区域限制。随着以直营店为主、单校区营收相对较大的机构出现，行业整合及行业成熟度逐步提高，未来一定会出现有影响力的全国性品牌。利用品牌优势，通过异地品牌复制整合，在全国各个主要区域进行扩张，是美术培训行业的发展趋势。

与此同时，部分企业也在尝试延伸服务链，从单品教育走向多品类教育。近年来，原先专注于美术艺考培训的机构也开始布局少儿美术培训。多品类教育能满足客户多元化诉求，同时可提高资源利用率，增强用户单位价值，加速企业规模化。

（3）行业集中度将逐渐提高

美术艺考培训行业具有良好的市场发展前景，参与竞争的主体众多。目前全国范围内有数千家画室参与美术艺考培训，但是真正将美术艺考培训进行规模化、专业化和精细化管理的机构较少。与小培训机构、私人教师培训相比，专业的教育培训机构拥有优质的师资力量、完善的教学体系、安全可靠的学习生活环境，积累了丰富的教育管理经验，能够有效保障教学质量，具有较大优势。

随着大型培训机构教学体系继续完善，师资力量不断增强，培训水平不断提高，教学质量持续稳定，行业口碑不断积累，一些规模较小竞争力较弱的培训机构势必会倒闭或被大型培训机构兼并，行业集中度将会不断提高。

（4）与在线方式逐渐融合

美术培训注重自我感知和体验，需要良好的学习氛围和有效的师生互动，这决定了美术培训仍以线下为主流教学场景，目前主要通过直营或“直营+加盟”模式广泛存在于全国主要城市。然而，线下美术培训机构普遍面临规模化成本高、管理较难的问题。

伴随互联网、视频/直播等应用技术升级，在线教育也在快速崛起。在线教育与互联网进行了深度的融合，从传播手段、学习方式、师生交互方式等方面对教育行业进行了全面的变革。在在线教育快速发展的趋势影响下，美术培训也将

传统美术培训和新方法、新工具的运用结合起来，不断创新，不断突破，带给学员更好的体验。

线上线下联动的教学模式成为探索新常态。传统线下美术培训机构开始尝试研发线上教学产品，开发在线美术培训课程，通过在线直播消除地理空间的限制，触达更多潜在用户。线上作为获客的渠道，学习初级美学知识，最终回到线下场景，深度体验学习，形成线上和线下的互动模式。“线下培训+线上营销”模式是未来美术培训行业发展的趋势。

（5）全国艺考政策变化趋势对艺考美术培训细分行业的发展前景的影响

2018 年 12 月 27 日，教育部办公厅发布《关于做好 2019 年普通高等学校部分特殊类型招生工作的通知》（教学厅〔2018〕13 号），规定：除经教育部批准的部分独立设置的本科艺术院校（含部分艺术类本科专业参照执行的少数高校）外，2019 年高校美术学类和设计学类专业一般不组织校考；2020 年起使用省级统考成绩，不再组织校考。另外，该通知还要求省级招生考试机构应因地制宜、分类划定、逐步提高艺术类各专业高考文化课成绩录取控制分数线。在未合并普通本科第二、三批次的省份，原则上不得低于本科第二批次录取控制分数线的 70%；在合并原普通本科第二、三批次的省份，原则上不得低于合并后第二批次录取控制分数线的 75%；在仅保留一个普通本科批次的省份，原则上不得低于合并后本科批次录取控制分数线的 75%。

上述政策变化对艺考美术培训细分行业产生如下影响：

①市场需求总量保持稳步增长，需求结构发生变化

A、美术艺考的刚性需求特征不变，参培率继续维持在 80%-90%

美术毕业生真正从事专业画画的是极少的一部分，绝大多数从事了设计类、美术类相关职业。美学设计应用已经融入我们生活的方方面面，可以说无处不在。例如建筑设计、室内设计、灯光设计、广告设计、服装设计、影视传媒，汽车、手机等工业产品设计等等。随着生活水平的不断提升，从温饱到衣食无忧，人们对精神层面美学欣赏的预期和标准不断提高，美术设计应用更加广泛，社会各行各业对专业美术人才的需求非常大。

目前我国大多数高校都设置了美术学类及其相关专业，国家教育部等相关部

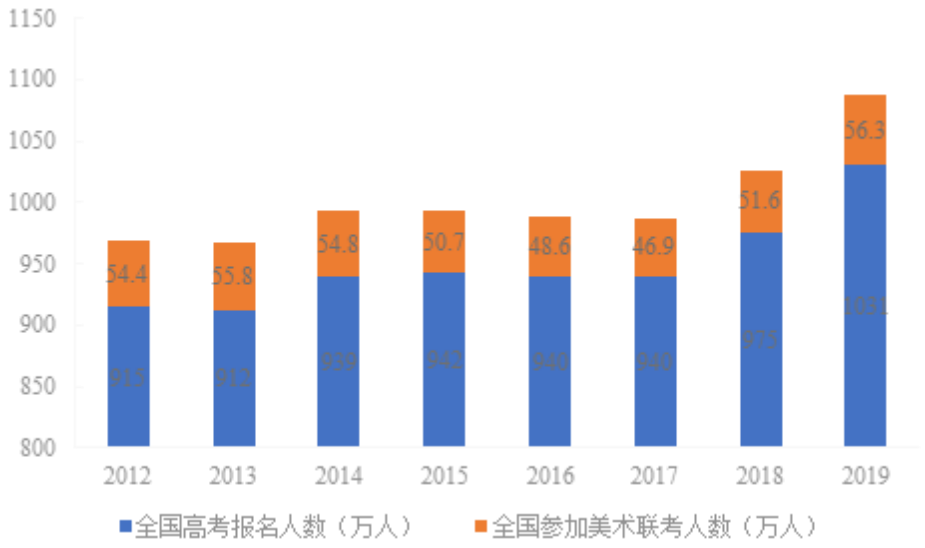
门近几年对美育教育、艺术教育的重视程度也在不断提升，加上新生代家长素质教育的理念更强，更注重艺术培养教育。因此，无论是市场需求层面，还是国家政策层面，专业美学人才的需求都非常旺盛。

但是，目前我国中小学阶段的教育体制还无法满足对美学人才早期培养的需求。一方面，目前中小学普遍还是以文化课教育为重心，美术课程被视作兴趣培养，美术老师师资配备相对不足。第二，从美术艺考的角度，美术艺考培训是一项技能兼美学的培训，但大部分高中一个老师教三门专业课，教学上很难有较好的针对性和专业性，大部分高中美术老师无法完成这个教学任务。第三，校内老师相对而言难以有足够的动力、时间和精力配合艺考生考前强化学习。

总体来说，我国目前的教育机制决定了中小学阶段较难提供适合美术艺考培养的课程设置和教学体制，这也倒逼绝大部分美术艺考生去参加校外美术培训，近年来校外培训的参培率大约在 80%-90%[6]，每年约有 50 多万名美术艺考生参加省级联考，并保持稳步增长的趋势。美术艺考培训的市场需求是一种刚性需求，是目前美术教育需求与校内教育资源不匹配的必然存在，并且随着未来社会物质生活水平和人民精神生活质量提升，这种艺考培训需求还会不断提升。

[6] 艾瑞咨询，中国美术教育培训行业研究报告（2019）；
Analysys 易观，中国艺术教育行业市场分析（2020）

2012~2019 年参加美术联考人数



资料来源：艾瑞咨询《2019 年中国美术教育培训行业研究报告》

B、美术联考人数将快速增加，市场集中度进一步提高

美术艺考政策变化后，仅有以下独立设置的本科艺术院校（含部分艺术类本科专业参照执行的少数高校）可以组织校考：

项目	院校类别	院校
独立设置的本科艺术院校名单（30所）	十所美术类院校	中央美术学院、天津美术学院、鲁迅美术学院、中国美术学院、广州美术学院、四川美术学院、西安美术学院、湖北美术学院、景德镇陶瓷大学、山东工艺美术学院
	八所音乐类院校	中央音乐学院、中国音乐学院、天津音乐学院、上海音乐学院、星海音乐学院、西安音乐学院、武汉音乐学院、四川音乐学院
	四所戏剧影视类院校	中央戏剧学院、北京电影学院、上海戏剧学院、中国戏曲学院
	一所舞蹈类院校	北京舞蹈学院
	六所综合艺术类院校	吉林艺术学院、南京艺术学院、广西艺术学院、山东艺术学院、云南艺术学院、新疆艺术学院
	一所军队艺术类院校	解放军艺术学院（已被国防大学合并，改建为国防大学军事文化学院，不再以艺术高考形式招生）
参照独立设置本科艺术院校（15所）	全部专业	清华大学美术学院、中国传媒大学、中央民族大学、北京服装学院、上海视觉艺术学院、东华大学、江南大学、天津工业大学
	限部分专业	北京印刷学院、浙江音乐学院、浙江传媒学院、苏州大学、浙江理工大学、武汉设计工程学院、内蒙古大学

资料来源：教育部

校考取消后，联考成绩的重要性更加突出，部分不以上述独立艺术院校为目标的考生无需参加校考，原本参加校考培训转为参加联考培训，导致校考培训和联考培训的需求结构发生变化。对于志愿报考九大美院等独立艺术院校的考生，其培训需求则没有发生变动，仍然会选择参加校考培训。总体来看，政策变动导致联考培训需求快速增加，校考培训需求经历短期下滑后将维持稳定。

由于联考一般以省为单位在本省组织考试，考生跨省参加培训的动力将有所减弱，对于本省联考培训的需求则日益提高，但是地方性美术艺考培训很难满足联考培训对师资、场地以及教学管理等诸方面的要求。同时，省级统一考试的风格也更加标准和固化，强调基本绘画功底，考生对于专业的美术技法训练的需求增加，对联考的专业要求不断提高，而地方性培训机构难以胜任专业化、精细化的分科教学模式。因此，校考政策变动将加速推动大型美术培训机构跨区域拓展和整合，美术艺考培训市场向头部大型机构集中的趋势愈发明显。

②文化课成绩权重增加，综合培训模式日益突出

艺术行业不仅仅需要艺术天赋，更需要扎实的文化素养。只有文化素养越深厚、综合素质越高的人，才能在艺术追求的道路上走得更高、更远、更久。美术艺考一般按“专业课+文化课”的综合分排序录取，多数院校取消校考后提高了文化课要求。2019 年艺考新政策加大了对文化课的考察力度，要求美术生不低于同批次 70%或 75%，未来几年各省逐步提高艺术类各专业高考文化课成绩录取控制分数线，各院校逐步提高文化课成绩权重成为趋势。

上述政策变化导致考生和家长在专业集训学习阶段更加重视文化课，既要提高专业水平，也要保证集训期间文化课不下滑。这一趋势对美术艺考培训机构提出了更高的要求，具备“专业+文化”综合培训能力的大型美术培训机构更受欢迎。

综上所述，近年来全国艺考政策体现了取消校考，鼓励省级联考，加大文化课成绩权重的变化趋势，这一变动趋势将改变美术校考培训和联考培训的结构比例，原先的校考培训需求转化为联考培训需求，导致联考培训需求快速增加。由于艺考政策变动没有改变艺考培训的刚性需求特征，美术艺考培训继续维持80%-90%的参培率，总体培训规模和发展前景未因政策变动发生改变。

（6）相关艺考政策变化是否对发行人主营业务稳定性产生不利影响，发行人应对相关政策变化的措施及有效性

①相关艺考政策变化不会对发行人主营业务稳定性产生重大不利影响

取消校考等相关艺考政策变化短期内对发行人校考参培人数存在一定影响，2019 年发行人校考班参培学员 3,928 人，较上年减少 719 人，同比下降 15.47%，但仍然处于较高水平。相关艺考政策变化未对发行人主营业务稳定性产生重大不利影响，主要依据如下：

A、相关政策仍然保留了独立设置的艺术院校单独组织校考的权利，因此该政策对九大美院没有影响，反而因其保留校考选拔的特色和稀缺性吸引更多考生报考。发行人校考培训内容主要针对九大美院，尤其是针对中国美院及西安美院，发行人大部分参培学员目标院校为九大美院。

九大美院 2016~2020 年各年招生情况统计如下：

单位：人

美院名称	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年
中央美院	957	811	811	816	821
中国美院	1,776	1,770	1,621	1,621	1,338
鲁迅美院	1,676	1,676	1,676	1,676	840
四川美院	1,564	1,455	1,500	1,550	1,590
广州美院	1,597	1,217	1,119	1,200	1,335
天津美院	952	980	980	1,030	1,040
西安美院	1,570	1,500	1,500	1,500	1,471
湖北美院	1,740	1,740	2,240	2,000	1,980
清华大学美术学院	240	240	240	240	240
合计	**12,072**	**11,389**	**11,687**	**11,633**	**10,655**

数据来源：九大美院官网，鲁迅美院 2020 年数字为预计数

由上表可知，九大美院的招生人数从 2016 年的 10,655 人上升到 2020 年的 12,072 人，2020 年扩招趋势更加明显。总体来看，九大美院预计仍将至少保持现有招生规模，因此取消校考对以九大美院为培训目标的美术培训机构影响较小，校考参培人数在经历短暂下滑和调整后将企稳回升。

发行人凭借强大的师资和扎实的教学，在每年的美术艺考排名中名列前茅，九大美院录取人数全国领先。以 2019 年为例，发行人学员共取得九大美院合格证 2,891 张；2,866 人被本科院校正式录取，其中 730 人被九大美院录取（含中国美院 312 人）。发行人针对九大美院的校考美术培训具有较强的优势，取消校考对发行人校考培训业务的影响有限。

B、发行人提供的艺考培训服务包含校考和联考培训，取消校考政策导致联考成绩在美术艺考中愈发重要，联考的竞争程度也愈发激烈。学员和家长更加重视美术专业课的学习，部分校考培训需求也开始向联考转化，联考培训需求快速上升。2019 年，发行人参加联考培训学员的人数急剧上升，较 2018 年增长 131.87%，联考培训收入也呈现快速增长的态势。未来，发行人计划在全国各重点城市设立体验中心并逐步发展为分校区，加大各省联考的培训布局，增强公司获取生源能力，促进公司经营业绩进一步提升。

②发行人应对相关政策变化的措施及有效性

如上所述，发行人将在全国各重点城市设立体验中心并逐步发展为分校区，加大各省联考的培训布局，增强公司获取生源能力，并根据学员目标院校调整课程比重，以应对取消校考政策的影响。此外，发行人仍将继续巩固并提高在九大美院校考培训上的优势，增强在其他艺术学院校考培训上的研发投入和师资配置，加大招生力度引流全国生源，确保校考培训业务稳步回升。上述措施具有较强针对性和可行性，能够有效应对相关艺考政策变化。

综上所述，相关艺考政策变化短期内对发行人校考参培人数存在一定影响，但是发行人联考参培学员人数及收入同步增加，校考培训人数短暂下滑后预计将企稳回升，未来随着发行人加大各省联考的培训布局，美术艺考培训业务仍将保持稳步增长，相关艺考政策变化对发行人主营业务稳定性不存在重大不利影响。发行人已制定切实可行的应对措施。

4、发行人的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

美术本身就是一种与创意和创新相伴而生的艺术。作为国内具有代表性的新型美术培训机构之一，发行人在教学、经营和培训场所等各方面不断进行业务模

式创新；引入大型美术培训机构新业态，引导行业逐步确立标准和规范，推动艺考美术培训朝着规模化、专业化和精细化方向发展。同时，发行人积极利用新技术手段等各种创新工具融合美术教学，增强自身竞争力；积极培养学员的创意思维，带动各行业综合审美素养的提升。

（1）发展美术培训新模式

①教学模式的创新

小画室沿袭传统的校外补习班模式，规模小师资少，由于生源有限且不稳定，小画室师资流动性大，缺乏专业度和职业化，难以保障培训质量。发行人作为“规模化”发展的大型美术培训机构，一改传统“家教”范式，做到教师全职、全身心投入教学，通过创设职业发展通道、绩效考核、核心人员持股等各种激励方式留住优质师资，同时通过集中的教师内训机制提升整体教学水平，发挥教学相长的优势。稳定、优质的师资力量为改变过去粗放、不思创新的教学模式，走向专业、精细、规范的教学路径准备了必要的条件。



传统“家教”模式



“规模化”的教学模式

发行人实行更加体系化的分科教学模式，成立各科教研组和教学团队，专门负责科目教学研究和教学方案实施，提高教学效率，拉升教学高度。通过统一教学大纲、教学计划和教案，建立标准化的教学管理步骤和教学共享平台，进一步平衡教学资源，打破教师差异化的影响。发行人的分科教学能够做到全学科的研发创新，教研范围涵盖素描、速写、色彩、设计、文化课等各科目以及各省联考、各校校考。通过教研组与教学区交叉管理的扁平化模式，将标准化教学与不同学员不同阶段个性化发展相结合，不断更新迭代教学教研内容，同时利用互联网新技术如全校同频教学系统，做到一人讲课，全国校区师生同时听讲，最大化名师资源。

②经营模式的创新

发行人经营模式创新主要体现在招生渠道创新和扩张模式创新。在招生渠道创新方面，发行人在行业内率先采用“线上线下相结合”的招生模式。早期的营销方式以口碑为主，宣传手法局限于各画室自行运营的网页和大规模纸质印刷广告。自媒体和互联网时代的招生宣传显然不同于以往，学员和家长掌握的信息更多，取舍对比的维度更广，各家培训机构的竞争也更加透明，因此作为新的大型美术机构，发行人在生源获取方式上更加多元，更注重网络引导和主动宣传，充分利用微信、微博和视频网站等传播渠道，通过直播、在线互动等方式让老师和画作成为招生渠道和流量入口。





此外，发行人将招生和宣传适当前移到更低年龄层，采用与地方画室、艺术特色学校合作以及未来设立直营体验中心的形式，提前介入学员的美术学习规划，提高学员认可度和粘性。通过上述“线上线下相结合”的创新模式，发行人紧随新生代学员的信息获取途径及社交习惯，建立起稳定的招生渠道，为发行人规模扩张和专业化发展打下基础。

在扩张模式创新上，一般的小型画室本地化属性强，地域特征明显，很难扩张到外地。发行人依靠自身的教学积累和品牌优势，引入“中心校区”的直营模式，重点布局一二线城市的直营单店，通过品牌复制进行异地扩张。发行人强大的“中心校区”可以辐射周边，加速了美术培训行业连锁扩张和规模化发展，对于打破地域藩篱，优化竞争格局和提升培训质量起到积极的作用。

③教学环境的创新

传统小画室受限于成本投入，通常以租赁方式解决培训场地，教学场所狭小，配套设施不完善。以发行人为代表的大型美术培训机构则着眼于长远发展，投资新建自有校区，引入“学院式”的艺术研习环境。发行人的自建校区配备专业教室、展厅、体育设施、食堂和宿舍，布置雕塑和画作，定期举办文体活动，营造浓郁的艺术气息。

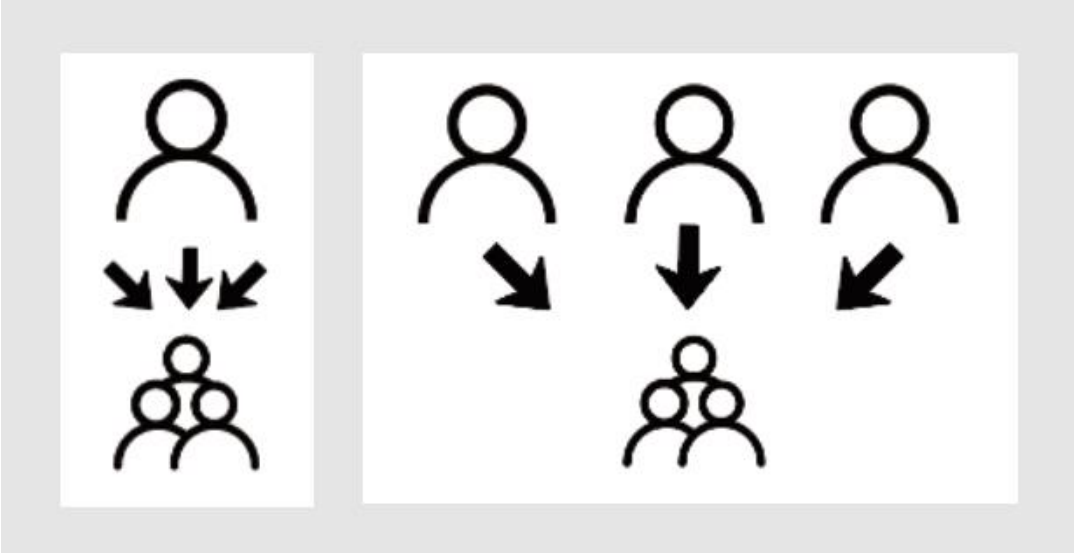


教学环境是影响美术培训效果的一个重要因素，学员置身于富有艺术氛围的教学环境中，能激发出浓厚的学习兴趣和创作灵感，取得良好的培训效果。

（2）引入美术培训新业态

①走规模化、专业化道路

校外美术培训行业参与者众多，进入门槛较低，多数机构以私人化的小画室、小作坊形态存在，围绕在高等美术院校及各地中小学周边。小画室的上课方式普遍为师傅带徒弟的形式，即一位老师带几位学生，教授所有科目。画室面积几十平方到几百平方不等，班型设置和学习内容单一，教学模式千篇一律，缺乏自身特色，无法做到针对性教学，教学效果高度依赖老师的个人专业能力。小画室落后的教学模式和教学能力已经不能适应学员和家长对于美术培训的需求，制约了行业的发展。



以发行人为代表的新型美术培训机构充分顺应行业革新需求，朝着规模化、专业化和精细化的方向不断发展，引入全新的大型美术培训机构业态，为学员提供更加专业的高质量培训服务。

大型美术培训机构业态的创新性首先体现在“规模化”。就招生规模而言，小画室招生容量的上限一般在 200 人左右，大型美术培训机构单个校区培训规模可以达到 3,000 人。“规模化”解决了行业发展的痛点和难点，使得大型美术培训机构业态能够提供更加优越的教学场所、更加稳定的师资和更加先进的标准化教学方式，也为教研教改提供了基础和动力。

大型美术培训机构业态的创新性还表现在“精细化和专业化”方面。以发行人为代表的大型美术培训机构，单个直营校区师资可以稳定在 100 人以上，形成从骨干到中坚到新老师的完整教学梯队，专业设置上不仅区分素描、速写、色彩和设计等各个科目，还针对不同省份、不同院校分布教学力量，做到专、精、深。比如发行人的设计课程，就做到按四川美院、天津美院、江南大学等不用院校分设教学队伍剖析技巧和设计风格。发行人还开设专业的美术史论课程，以提高学员的综合美术素养。

②引导行业逐步确立标准和规范

美术培训行业标准不一，行业规范缺失。这样的局面既与美术行业的个性化气质有关，也与行业高度分散，过度竞争有关。一直以来，行业龙头的缺位导致地方性小画室占据大多数并各自野蛮发展，学员和家长由于信息不对称难以准确选择培训机构。小画室占据生源却不能提供优质服务，各家画室疲于应对业内对手的竞争和防范新进入者的威胁，致使教学水准每况愈下。

行业标准缺失的直接影响是美术培训行业很难区分好的机构和差的机构，鱼龙混杂、良莠不齐成为常态；最终的结果是劣币驱逐良币，逆向选择效应明显。大型美术培训机构以其专业、高效、透明赢得学员和家长认可，逐渐确立了若干行业标准和行业规范，小画室若不能与时俱进向行业标准看齐，就可能被兼并或者市场份额被挤占。因此，大型美术培训机构业态的引入和推广有利于确立行业标准，整合行业资源，减少信息不对称和过度竞争导致的逆向选择，引导美术培训行业朝着良性循环的方向发展。

（3）利用创新技术融合美术教学

无论是 PC 互联网时代还是移动互联网时代，新的技术始终影响着教育培训行业。随着各类电子产品日益普及，电子化教学、在线培训逐渐兴起。美术培训行业因其教学场景偏重于现场面授，对于新技术的应用晚于其他培训行业，但依然走在创新发展的道路上。发行人在美术艺考培训行业率先突破传统教学手法，利用新技术融合发展美术艺考培训，重构教学过程，不断拓展教学边界。发行人利用创新技术发展美术教学主要体现在以下几个方面：

①平板教学 APP

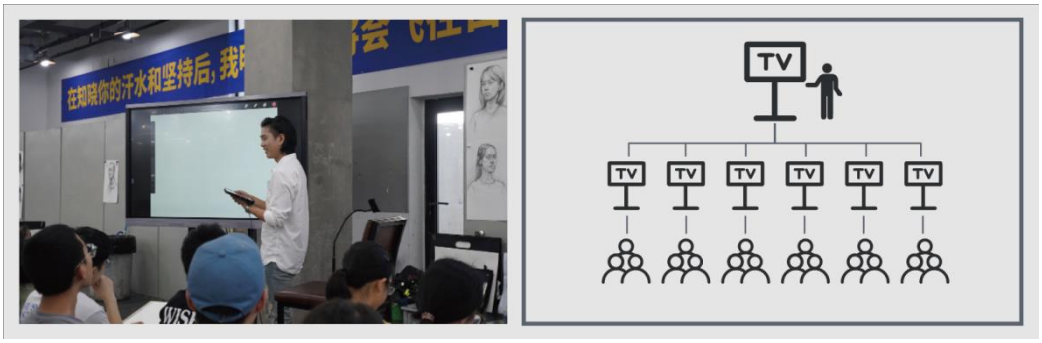
利用硬件调理、局域网络平台、多媒体同步教学平台、交互设计等技术手段，对工具、内容、教学体系进行整合，构造满足听、读、看、画全场景管理需求的平板教学系统，发挥自身高质量内容和服务的优势，打造兼具效率与体验的学习工具。





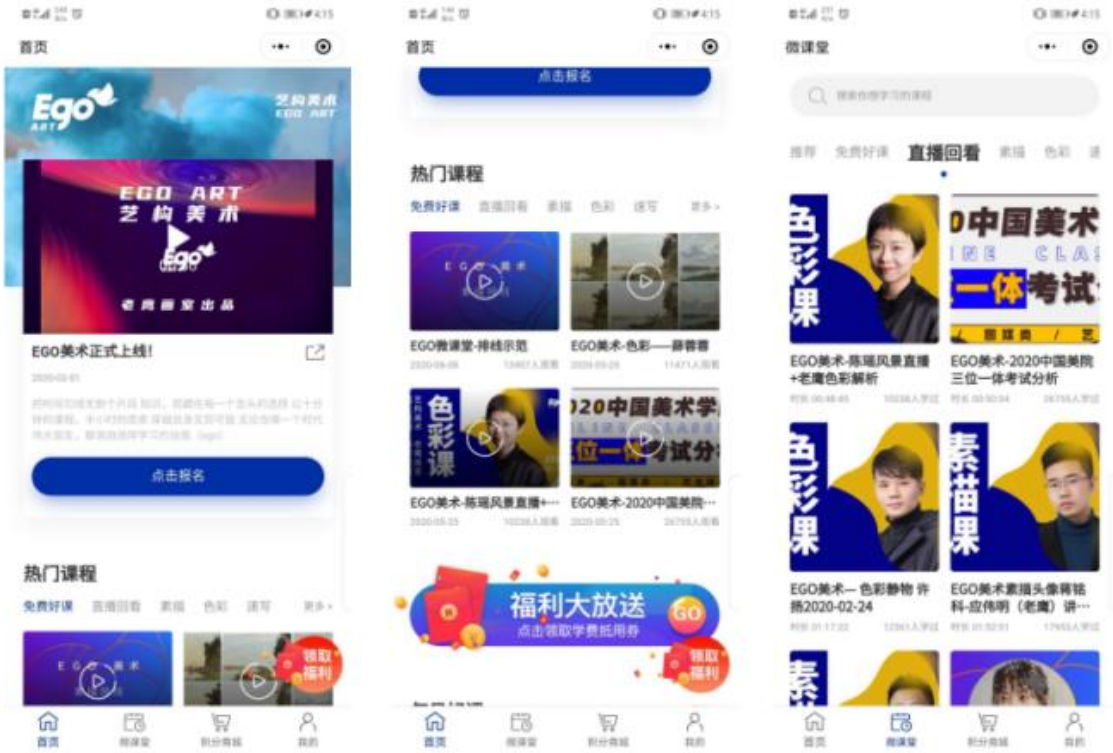
②全校同频教学系统

综合应用红外触控技术、智能化教学软件、多媒体网络通信技术、高清平板显示技术等多项技术设计的多功能互动教学设备，能够用于开展同屏教学，方便各大校区、班级共享最优师资，实现各校区教学的标准化和统一性，保障各校区稳定的教学成绩，将教学资源高效公平分配，并一定程度节约人力成本。



③艺构微课堂

采用专业级数字设备采集优质教学内容，按统一格式呈现在高清晰度、低网络延时、高流畅度的定制平台上，并按照系列、主题、主讲教师等多种方式分类，适配 3G、4G、Wi-Fi 等各种网络，学生只需要手持手机、平板等设备，就可以随时随地开展自主学习，大幅提升碎片时间的学习效率。



④直播/录播

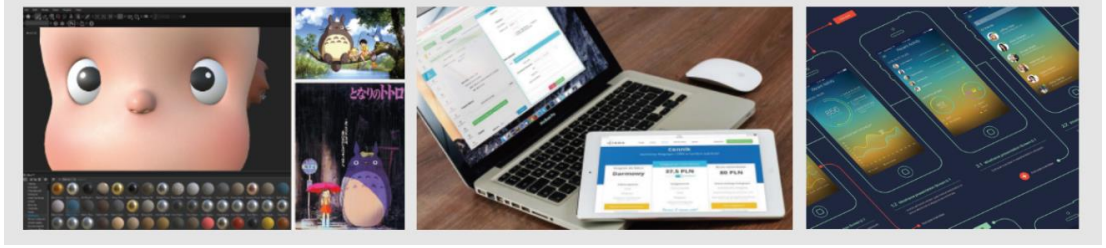
采用音视频采集、编码、推流、拉流、数据统计、实时转码、录制回放、硬件加速等技术定制的直播平台，高清实时呈现教学内容，重构学习场景，在特殊时期积极响应教育部“停课不停教，停课不停学”的号召，让美术生随处都能上课。



面向未来，发行人将继续利用技术手段定制更高效的教学方案，因材施教，推动个性化培养，灵活调整教学内容；合理安排教学节奏，充分发掘自身优质教学资源，以劳逸结合、寓教于乐的教学方式激发美术生学习动力；继续加强硬件基础设施建设，在坚守教育本质的同时让技术为教育充分赋能。

（4）依靠创新理念服务创意产业

我国的校外美术培训承担了一部分基础美术教育的职能，80%以上的美术艺考生都参加过各类校外美术培训，因此美术培训是新时代社会发展中不可或缺的素质教育力量。在我国大力发展创意产业的时代背景下，美术类创意人才尤其稀缺，从绘画创作、工业产品设计、电影、新闻出版、平面设计、网页设计、UI设计到动漫、游戏等新行业，都亟需美术创意人才，因此创意产业的发展离不开创意人才的培养。



以发行人为代表的新型美术培训机构承担着美术创意人才的培养重任。发行人在课程设置、授课模式、学习体验等各方面不断创新教学理念和培养模式，以培养学员的美术功底和创意灵感为己任，促进学员“技艺”与“创意”的双重提升。

在课程设置方面，发行人秉持立足于浙江课改前沿，统筹全国行业变革动向，系统化规划高中三年五学期美术课程体系，提倡并实践从低年级开始培养美术兴趣，强调“从小到大”的美术训练，夯实美术功底，缩短基础性课程时间。通过

与地方画室开展教学合作以及未来开设体验中心等方式，打造全年龄段美术培训体系，做到生源提前对接，无缝转化，实现优秀生源与发行人共同成长的目标。此外，发行人还实施分科教学，设立素描、色彩、速写、设计、史论、文化等教学大科室，专人专项，聚焦突破，站在解构艺术的角度传授绘画技巧。



在授课模式方面，独创“老鹰七步教学法”，坚持短平快的教学原则，从教到学，强化对学员行为习惯的引导和管控，从而实现闭环的教学实施系统，最大程度保障教学目标的实现。发行人在教学过程中坚持简短直接的语言输入和平实、易理解的阐述方式，暂时抛开繁杂深奥的理论，引入贴近生活的生动比喻和案例；坚持以最直接最有效最快的方式，让学员动手画起来，在绘画实践过程中不断了解和感悟绘画的要义和内在。





在学习体验方面，鼓励学员在成长过程中不断地追求美、实现美，激发学员的创意和灵感。对美的热爱和追求是学员学习美术的内在动力，发行人自接触到学员开始，便从各个维度带给学员以美的体验，引发学员对美的向往，以有效调动课堂氛围，增强学员听课热情，引导学员积极主动地参与到教学活动中来。从新生网课、迎新晚会、老鹰艺术节、室外写生、美术馆看展，到系统化的各门专业体验课，无一不是从各个环节借助各类载体，营造艺术气息，激发学员的创作灵感。



综上所述，以发行人为代表的新型美术培训机构，充分发挥规模化、专业化和精细化优势，引领竞争激烈而复杂的美术培训行业步入良性循环的发展道路。从长远来看，行业集中度将由此进一步提升，行业标准也将不断确立和完善，“小而散”的粗放发展模式必将被“精而专”所取代。新型美术培训机构的应运而生，对于提升美术培训质量，提高国内整体美学素养意义重大且深远。

（四）发行人的竞争地位

1、公司产品或服务的市场地位

（1）公司的市场占有率

经过多年的发展，公司拥有业内优质的师资力量，建立了完善的教学体系。凭借优异的培训成果、规范的办学模式和规模效应，公司在业内树立了良好的品牌形象，在国内美术培训行业拥有较高的知名度。

目前公司已形成**场口**、银湖、象山、深圳、温州、义乌、成都七个校区，教学范围分布华东、华南、西南等地，场口校区建成投用后自建校区总建筑面积达到 10 万平方米，教职工近 600 人，2019 学年共培训美术艺考学员 4,700 多人，培训美术兴趣学员 2,500 多人。2017 年~2019 年分别实现收入 1.73 亿元、2.34 亿元和 2.87 亿元。公司的市场占有率如下：

项目	2019 年	2018 年	2017 年
美术艺考市场规模（亿元）	259.90	217.50	180.20
发行人营业收入（亿元）	2.87	2.34	1.73
发行人市场占有率	1.10%	1.08%	0.96%

资料来源：Analysys 易观《中国艺术教育行业市场分析 2020》、发行人财务报告

报告期内发行人的市场占有率较低，符合美术艺考培训市场相对分散的竞争格局。发行人在美术艺考培训行业积淀较深，取得了较好的培训成绩和口碑，表现出较强的市场竞争力。学员经过培训后美术素养和绘画水平得到快速提升，在历年美术艺考中成绩表现优异，并以扎实的美术基础和优异的专业成绩进入高等院校继续深造。发行人 2018 届至 2020 届学员每年被各类院校录取的情况具体如下：

单位：人

项目	2020 届	2019 届	2018 届
九大美院	692	730	801
其他艺术类院校	417	415	358
“985+211”院校	225	230	264
其他本科院校	1529	1491	1094
合计	2,863	2,866	2,517

注 1：2021 届学员尚未开始招生录取；

注 2：发行人未统计学员专科批次录取情况。

报告期内，发行人培训的学员有 56%以上最终被本科院校录取，超过全国普通本科录取率约 15 个百分点。具体如下：

单位：人

项目	2020 届	2019 届	2018 届
发行人学员被本科院校录取人数	2,863	2,866	2,517
发行人长期班学员人数	5,078	5,110	3,814
占比	56.38%	56.09%	65.99%
全国普通本科录取率	-	41.83%	43.30%

数据来源：发行人统计、国家统计局、中国教育网、高三网

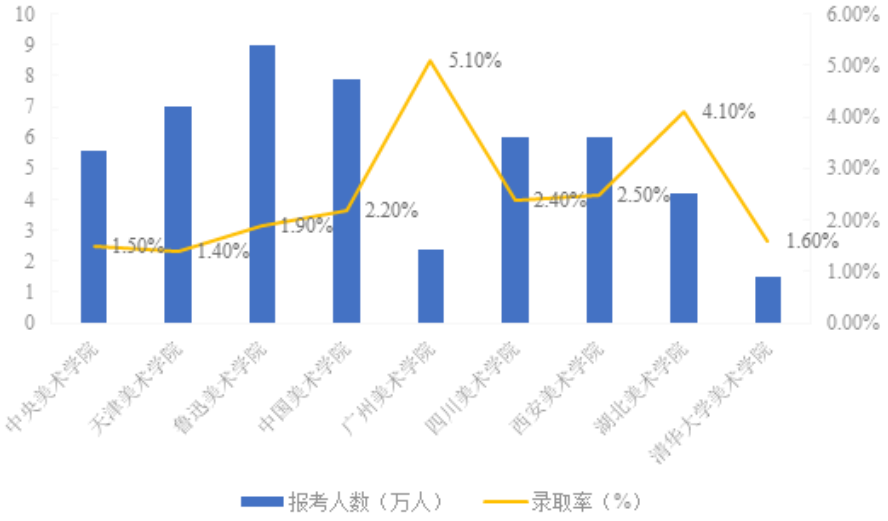
报告期内，发行人培训的学员被九大美院录取的人数分别为 801 人、730 人和 692 人，占九大美院历年录取总人数的 6.85%、6.41%和 5.73%，录取人数及占比均较高。具体如下：

单位：人

项目	2020 届	2019 届	2018 届
发行人学员被九大美院录取人数	692	730	801
九大美院历年录取总人数	12,072	11,389	11,687
占比	5.73%	6.41%	6.85%

以 2019 年为例，发行人学员被九大美院录取人数为 730 人，占九大美院录取总人数的 6.41%，高于当年九大美院本科招生录取率，在培训成绩方面表现出较强的市场竞争力。随着美术培训行业集中度不断提升，发行人优异的培训成绩有助于巩固其市场竞争力并进一步提高市场占有率。

2019 年全国九大美院本科招生录取率



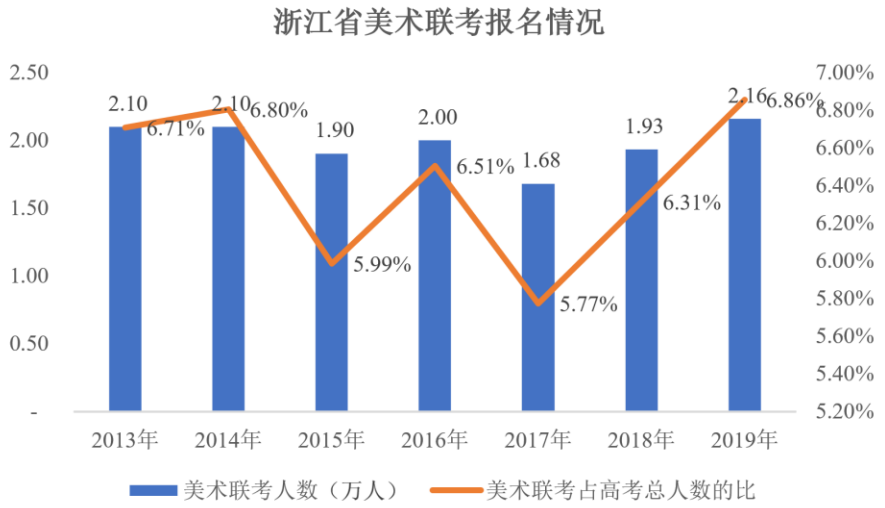
资料来源：各美院官网，艾瑞咨询

（2）浙江省艺考培训市场发展是否可以支撑公司主营业务持续发展

我国美术高等学府以九大美院为代表，其中又以位于北京的中央美术学院、清华美术学院（原中央工艺美术学院）和位于杭州的中国美术学院最为知名，报考热度持续高涨，围绕三大著名美术学院形成了两个全国性的美术培训市场。发行人主要校区位于浙江省杭州市，杭州艺考市场是一个全国性市场，中国美术学院就坐落在杭州，因此当地艺考氛围浓厚。中国美术学院近几年报名人数节节攀升，根据公开数据统计，2019 年全国共有约 7.9 万人次报考中国美术学院，其中杭州考点 6.5 万人次[7]。每年都有大量外地考生涌入杭州培训市场，成为发行人生源拓展的重要基础之一。发行人目前校考参培人数不到中国美术学院报考人数的 10%，未来拓展空间较大。

浙江本地生源近几年稳步增长，美术联考报名人数由 2017 年的 1.68 万人上升到 2019 年的 2.16 万人，约占当地高考总人数 6%左右。虽然绝对人数不及山东、河南等高考人数大省，但浙江家长素质教育意识普遍较高，学员美术基础较好，预计每年参加美术联考人数保持在 2 万人次以上，其中大多数考生都会首选杭州作为其参加联考培训地点，几乎所有校考考生都会来杭州参加校考培训。浙江本地生源是发行人省内联考生源的重要拓展基础之一。发行人目前省内参培学员人数约占浙江省联考生源总数的 10%，仍有进一步拓展的空间。

[7] 数据来源：http://www.ms315.com/html/20190213/201902131802531.htm



数据来源：搜狐网

发行人主营业务立足于全国市场。2019 年，发行人培训学员上万人次，学员遍布全国多个省、自治区、直辖市，浙江省外生源约占 50%，具有较强的全国生源基础。近几年，发行人投资新建银湖、场口两大校区，凭借优越的教学环境、规范的办学模式和优异的培训成果吸引着全国各地优秀生源。未来三年，发行人拟在杭州总部建立营销推广中心，并在全国 32 个城市分阶段、分步骤建立体验中心，形成较为完善的营销服务网络体系，在体验中心基础上孵化分校区。同时，发行人加大线上推广力度，通过付费微博、广点通、头条、抖音、b 站等热门平台导入流量，提高全国获取生源的能力。

综上，杭州市校考生源来自全国，浙江省联考生源稳步增长，浙江省艺考培训市场是发行人生源拓展的重要基础，足以支撑发行人主营业务持续发展。发行人主营业务立足于全国市场，未来将扩大全国市场布局，提高全国获取生源的能力，进一步推动主营业务持续快速发展。

2、公司产品或服务的技术水平及特点

公司产品或服务的技术水平及特点参见本招股说明书本节之“八、公司研发及技术创新情况”之“（一）公司核心技术、技术来源、技术先进性及具体表征”

3、行业内的主要企业

（1）国内知名艺考类培训机构基本情况和竞争格局

全国性美术培训类竞争公司主要有重庆艾艺荷马教育科技股份有限公司（荷

马教育）、杭州君岭科技有限公司（白塔岭画室）、北京小泽教育科技有限公司（小泽画室）和北京水木京华教育科技有限公司（水木源画室），各公司主要情况如下：

①重庆艾艺荷马教育科技股份有限公司（荷马教育）

该公司成立于 2009 年。荷马教育以艺术教育培训为核心，开设有美术、播音主持、影视表演、编导、舞蹈、音乐等艺术教育培训课程，拥有基础教育培训、短期教育培训等。目前，荷马教育已经在全国十多个城市设立教学分部，累计培训近万人。

②杭州君岭科技有限公司（白塔岭画室）

该画室成立于 2002 年。白塔岭画室具有多年的教学经验和管理经验，出版 40 余本专业美术高考教材，面向全国发行。该公司实行全日制封闭式小班制管理，目前辖有杭州、南昌、沈阳、福州、南宁、金华和东莞等校区。

③北京小泽教育科技有限公司（小泽画室）

小泽画室由北京小泽教育科技有限公司运营，创建于 2003 年。该公司为广大艺考生提供美术高考考前培训，设有央清定向、北服定向、美院定向、211 定向等班级，实行封闭式管理。2019 年 11 月，该公司被朴新教育科技集团有限公司收购。

④北京水木京华教育科技有限公司（水木源画室）

该公司成立于 2015 年。水木源画室是以将清华美院和中央美院作为考学目标的学员为培养核心的画室，目前已成长为北京美术艺考培训界的领军品牌，拥有五十多位专业名师和资深教师，教学经验丰富。

上述竞争公司在培训模式、生源地、主要区域市场、分支机构、校区面积、竞争优势及教学成果等方面比较如下：

主要情况	荷马教育	白塔岭画室	小泽画室	水木源画室	发行人
培训模式	线下面授，艾艺直播	线下面授，公开课	线下面授，小泽网课	线下面授，直播网校	线下面授，艺构微课堂
生源地	全国	全国	全国	全国	全国
主要市场地域	重庆、四川	浙江、江西	北京	北京	浙江、广东

分支机构	重庆、河南、云南、四川、北京、宁夏、河北、浙江	南昌、福州、沈阳、东莞、南宁、金华	北京、济南、郑州	北京、杭州	杭州、义乌、温州、深圳、成都
校区面积	超过 10 万平米	约 6.65 万平米	未知	约 5 万平米	自建校区建筑面积 9.35 万平米；租赁校区面积 2.87 万平米
竞争优势	四川美院校考、川渝联考	中国美院校考、浙江和江西联考	北京服装学院校考	清华美院校考、中央美院校考	中国美院校考、西安美院校考、浙江联考
教学成果	2008-2017 年取得四川美院合格证超 7,000 张，2018 年四川美院上线 1,264 人	2019 年共取得九大美院合格证 2,072 张（含中国美术学院合格证 616 张）	2019 年校考共取得各大院校合格证 5,519 张	2018、2019 年清华过关 248 人，央美过关 446 张	2019 年共取得九大美院合格证 2,891 张（含中国美院合格证 927 张）

资料来源：各培训机构官网、公众号、发行人统计

上述美术培训类竞争公司主要采取线下面授的培训模式，同时也开展一些线上课程的尝试，如直播、网校、网课、公开课等。生源来自全国各地，但主要市场地域各有所侧重，并在某些院校校考培训中具有相对竞争优势，比如荷马教育的四川美院校考培训成绩优异，在川渝市场影响力较大。上述公司均开始全国扩张，在异地设有分校并布局外省市美术联考市场。

与上述竞争公司相比，发行人在中国美院校考和浙江省联考市场拥有相对竞争优势，并逐步拓展广东和四川市场。发行人坚持规范化、规模化和专业化发展战略，在招生规模扩大和业绩增长的同时大规模投资新建自有校区。发行人自建校区建筑面积 93,534.66 ㎡，远超过同行业竞争对手，是发行人持续稳定发展的核心竞争优势之一。此外，发行人经过多年发展形成了一支专业专攻、教学精准、体系缜密、梯队合理、师资雄厚的教学团队，成为发行人异地扩张的重要力量。

（2）浙江省内知名艺考类培训机构基本情况和竞争格局

浙江省内知名艺考类培训机构总部均位于杭州，以老鹰画室、白塔岭画室、孪生画室、厚一学堂等机构为代表，各培训机构的基本情况如下：

①杭州君岭科技有限公司（白塔岭画室）[8]

白塔岭画室创立于 2002 年，具有多年的教学经验和管理经验，出版 40 余本专业美术高考教材，面向全国发行。该公司实行全日制封闭式小班制管理，目前辖有杭州、南昌、沈阳、福州、南宁、金华和东莞七大校区。2019 年共取得九

[8] 基本情况来源于白塔岭画室官方网站，https://www.btl2002.com/about_history.html#history

大美院合格证 2,072 张，取得中国美术学院合格证 616 张。

②杭州孪生文化艺术有限公司（孪生画室）[9]

孪生画室创立于 2004 年，截至 2019 年培训学员突破 3,000 人次，校园面积 2 万余平米，教职工 400 余人。目前共有四个不同校区，分别为三美精品校区、浙江城堡校区、美院全国校区、黄埔名校校区。2019 年取得中国美术学院合格证 739 张。

③杭州市富阳区厚一艺术培训学校（厚一学堂）[10]

厚一学堂始创于 2014 年，目前在杭州有两个校区（杭州富阳总校区、富阳精品校区），在省外开设两个分校区（南昌厚一分校、广西厚一分校），杭州主校区占地面积约为 20 亩，实际建筑面积超过 2 万平方米。全校教职员工超百人，全年学员超千人。2019 年共取得九大美院合格证 1,671 张，其中取得中国美术学院合格证 610 张。

浙江省内知名艺考类培训机构在培训模式、生源地、主要区域市场、分支机构、校区面积、竞争优势及教学成果等方面比较如下：

主要情况	白塔岭画室	孪生画室	厚一学堂	发行人
培训模式	线下面授，公开课	线下面授，网课	线下面授，网课	线下面授，艺构微课堂
生源地	全国	全国	全国	全国
主要市场地域	浙江、江西	浙江	浙江	浙江、广东
分支机构	南昌、福州、沈阳、东莞、南宁、金华	在广西、辽宁、湖南、江苏等地设有合作教学点	南昌、南宁	杭州、义乌、温州、深圳、成都
校区面积	约 6.65 万平米	2 万余平米	超过 2 万平米	自建校区建筑面积 9.35 万平米；租赁校区面积 2.87 万平米
竞争优势	中国美院校考、浙江和江西联考	中国美院校考、浙江联考	中国美院校考、浙江联考	中国美院校考、西安美院校考、浙江联考
教学成果	2019 年共取得九大美院合格证 2072 张（含中国美术学院合格证 616 张）	2019 年取得中国美术学院合格证 739 张	2019 年共取得九大美院合格证 1,671 张，其中取得中国美术学院合格证 610 张	2019 年共取得九大美院合格证 2891 张（含中国美院合格证 927 张）

[9] 基本情况来源于孪生画室官方网站，https://www.lsys2002.com/newhtml/About/

[10] 基本情况来源于厚一学堂官方网站，http://www.houyiart.com/houyi/about/info/594.html

资料来源：各培训机构官网、公众号、发行人统计

以上各大画室都有自己的特色和亮点，在美术艺考培训领域均有一定的影响力。比如厚一学堂的造型专业优势相对明显；孪生画室按学员报考目标划分校区，实施针对性教学，近两年培训成绩进步较快。从校区面积、师资力量和培训规模看，发行人与白塔岭画室的规模较大；从培训成果来看，发行人与孪生画室学员成绩较好。总体而言，浙江省内美术艺考市场相对分散，行业集中度不高，但是以发行人为代表的知名艺考培训机构市场占有率逐步提高，艺考生源开始向头部机构聚集。

4、公司的竞争优势与劣势

（1）竞争优势

①优质的师资力量

公司拥有国内优秀的教学团队，教学带头人均拥有十分扎实的艺术功底，并从事多年教育培训工作，骨干教师主要来自全国各大专业美术院校，具有较高的综合专业技能、教学能力和沟通能力。经过多年发展，公司形成了一支专业专攻、教学精准、体系缜密、梯队充沛、师资雄厚的教学团队。

截至 2019 年 12 月，老鹰画室教职员工总人数为 595 人，其中美术专业教师 337 人、文化课教师 19 人，均为与公司签订了劳动合同的全职员工。美术专业教师分属素描、色彩、速写、设计四个科目，汇聚行业精英，对各个省份的联考和各大专业院校的校考均有针对性的研究。设计课团队成立于 2015 年，专门教授针对各大美院及重点综合院校的设计课程，具有丰富的教学实践经验。教学团队不仅能够根据考试改革的变化以及学员的个人能力在不断变化中制定个性高效的教案，而且能够迅速找出学员的弱点实施针对性强化提高训练。

②科学的课程体系

经过多年的积累，公司建立起科学的教学体系、严谨的管理制度，在教学过程中动态把握美术艺考发展方向和青少年成长规律，全方位打造国内顶尖美术培训中心。

教学方案方面，公司美术艺考培训教学方法与教学内容与国内主要美术专业院校接轨，注重课程体系的科学性和前沿性。公司教研团队由总部统一设置，统筹安排各校区教研工作，各校区同时安排专人负责针对性研究，结合学员不同美

术基础、不同报考方向、不同学习阶段等具体情况推出多种教学方案，对学员进行更有针对性的训练。公司通过对美术考学和美术专业院校教学发展趋势的长期研究，有效把握行业动态和艺考风向标。经过近几年的教学实践，公司已积累了丰富的教学管理经验，并建立了覆盖美术艺考培训的完整课程体系。

课程内容方面，美术专业课程分为素描、色彩、速写、设计四个科目，实行教研组和教学区块交叉管理。各个科目均有专门的教研组进行教学研究、教学编排、教学把控和教学考核。教学区块主要负责教学管理、教学进度和科目间的课程协调。

③完善的管理体系

根据多年的教学管理经验，公司建立了较为完善的现代化公司制管理体系，在董事会的领导下，由总经理统筹负责各校区管理。在公司日常运营方面，建立以教学部和学生部为核心的管理体系。

教学部负责研究行业相关政策和高考政策，并制定年度教学规划和教学大纲；负责师资团队的建设和管理；负责教学管理与教学任务。学生部负责校区教学辅助事务和后勤管理，负责学生的入学办理、班级教务管理、学生生活管理等。

依托多年的培训经验，公司建立了集招聘、培训、考核、激励为一体的全方位教师管理体系。首先，在教师招聘方面，公司制定了严格的笔试、面试标准，招揽绘画专业能力强、教学经验丰富、擅于表达的相关人才，并选取往届优秀学员担任公司的助教，配合教学人员开展教学工作。其次，在入职培训方面，公司拥有一整套教师培训方案并定期组织教师内训，在教学空档时间安排教师在学科带头人指导下练习画画。第三，在考核方面，公司以联考、校考合格率为主要指标对教师教学进行考核，每年淘汰部分教学效果排名末尾的教师。第四，公司建立了教师竞争和激励机制，激励教师不断改进和完善教学方式。

④优越的教学环境

经过多年的发展与布局，公司已拥有**场口**、银湖、象山、义乌、深圳、温州、成都七个校区，各校区地理环境优越、设施齐备，其中位于杭州市富阳区的银湖校区及场口校区均为自建校区，2020 年场口校区建成投用后公司自建校区面积将达到 10 万平方米，远高于业内同行。自建校区为公司业务发展提供了稳定、安全、优越的教学基础条件。

校内设有多媒体教室、阶梯教室、食堂、超市、洗衣房、保安室、监控室等，硬件设施齐全、功能完备。各校区公共区域陈列画作和雕塑等艺术品，布置典雅，艺术气息浓郁。学生宿舍以四人间为标准，均配有空调、独立卫生间和淋浴等设施，并配专职生活老师进行生活管理。部分校区还配备有操场、篮球场等活动场地。

⑤良好的品牌形象与行业口碑

自成立以来，公司始终坚持以提高学员培训质量为业务发展重中之重，秉承“突破、创新”的教学理念，凭借优异的培训教学成果在业内树立了良好的品牌形象。2019 年公司培训学员上万人次，学员遍布全国多个省、自治区、直辖市，具有较强的生源基础。经过长期的品牌积淀和客户口碑传播，公司在业内拥有较高的知名度和行业口碑，形成了一定的品牌优势，获得了众多艺考学员的认可，**表现出较强的市场竞争力。学员经过培训后美术素养和绘画水平得到快速提升，在历年美术艺考中成绩表现优异，并以扎实的美术基础和优异的专业成绩进入高等院校继续深造。**

报告期内，公司 2018 届、2019 届及 2020 届学员分别有 2,517 人、2,866 人及 2,863 人被本科院校正式录取，录取率达到 56%以上，超过全国普通本科录取率 15 个百分点。报告期内，公司培训的学员被九大美院录取的人数分别为 801 人、730 人及 692 人，占九大美院历年录取总人数的 6.85%、6.41%和 5.73%，录取人数及占比均较高。

公司多次被专业机构和业内报刊评为“全国十佳画室”、“杭州十大品牌画室”、“浙江最具价值教育培训机构”和“浙江市场消费者最满意十大教育培训机构”。**2021 年，公司被中共浙江省委宣传部认定为“2019-2020 年度浙江省重点文化企业”。**良好的行业口碑和品牌形象有助于获得学员和家长的认可，进而有利于公司获取生源，进一步拓展市场。

（2）竞争劣势

①资金实力偏弱，融资能力不足

随着公司招生规模的逐渐扩大，公司未来需要在多地进行新校区建设，同时公司计划在全国范围内进行体验中心建设进行品牌推广，因此需要大量的资金投

入。为此，公司需要拓展直接融资渠道，增强公司的资本实力，以尽快缓解资金的制约，提高市场占有率。

②营销服务网络覆盖有待提升

目前，公司营销服务网络主要布局在浙江省内，收入也主要来源于杭州三校区。公司在其他地区的线下营销服务网络尚未全面深入布局，若要在全国范围内提高地推力度和现场服务能力，营销服务网络的覆盖面还有较大的提升空间。

5、行业发展态势

美术培训行业未来将朝着品牌教育综合化的方向发展，并逐步与在线方式融合，形成线下与线上相结合的模式。随着这一过程不断深入，行业集中度逐渐提高，新的大型美术培训机构将引领行业发展。发行人作为新型美术培训机构之一，正朝着规模化、专业化和精细化方向发展，与行业的发展态势保持一致。

有关行业发展态势的具体描述请参见本招股说明书本节之“二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况”之“（三）行业特点和发展趋势”之“1、行业概况及特点”及“3、行业发展趋势”。

6、面临的机遇与挑战

美术培训行业受到国家政策鼓励，随着教育理念发生变化、社会就业结构逐步变迁，家庭教育相关消费支出越来越高，美术创意等第三产业就业占比明显提高，美术培训行业不断发展。此外，艺考招生规模扩大也吸引更多考生选择艺术高考。具体而言，发行人面临如下发展机遇：

①国家政策鼓励行业发展壮大

近年来，国家日益重视和支持素质教育，先后颁布《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010~2020 年）》、《关于推进学校艺术教育发展的若干意见》、《关于全面加强和改进学校美育工作的意见》、《国家教育事业发展“十三五”规划》（国发〔2017〕4 号）、《中华人民共和国民办教育促进法》、《关于深化教育体制机制改革的意见》、《中国教育现代化 2035》等一系列政策推进我国素质教育事业发展。这些政策支持民办教育机构健康发展，强调增强综合素质的教育理念，鼓励加强学生素质教育，提高学生的美育素养，并提出将艺术素质测评结果将作为综合评价学生发展状况的内容之一。国家鼓励政策的陆续出台，为美术培训行业的健康发展提供了良好稳定的政策环境。

②教育理念发生变化，家庭教育相关消费支出越来越高

受限于传统的以考试和升学为导向的教学模式，美术教育过去并未引起学校和家长足够的重视。相对于更注重成绩、关注升学率的传统 60、70 后家长，80、90 后家长大多新锐时尚，更愿意追求新鲜事物，尝试不同的教育方式，在互联网环境下对信息的掌握更加灵敏，思想上更注重孩子的全面平衡发展和身心的健康成长。随着 80 后、90 后等陆续升级为父母，家长一辈的文化素质整体进一步提高，素质教育理念更加普及。

新生代家长们有眼界也有财力去培养孩子的各方面素质和综合能力，教育相关消费已成为一个家庭培养孩子的必要支出。近几年，我国人均教育文化娱乐支出保持持续增长的态势，2018 年城镇居民家庭人均年教育文化娱乐服务支出为 2,974.00 元，占人均消费支出的 11.39%，教育文化娱乐消费已成为家庭消费的重要支出之一。

2008-2018 年城镇居民家庭人均年教育文化娱乐服务支出（元）

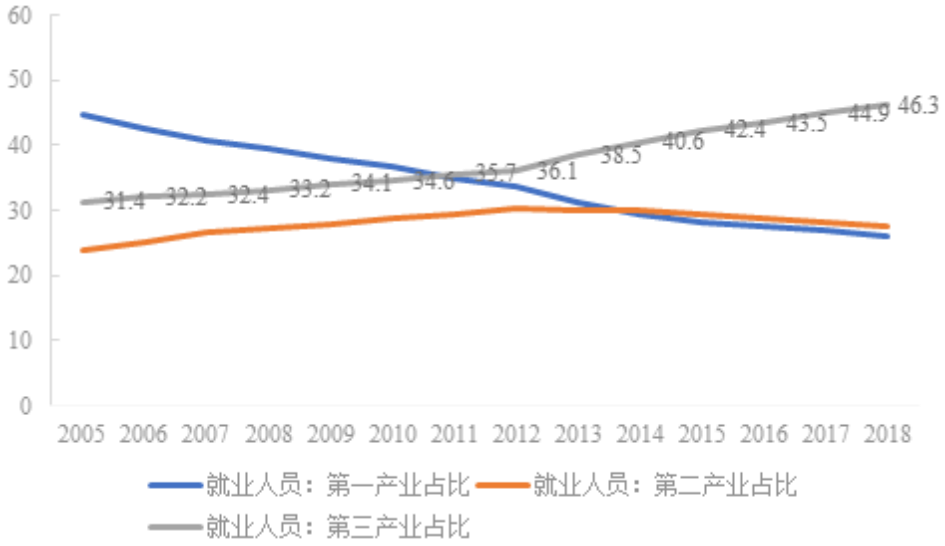


数据来源：国家统计局

③社会就业结构变迁推动美术培训行业发展

我国正处于从制造生产型经济向服务主导型经济转型阶段，就业结构正随着我国产业结构的变化相应发生着改变。相比原有的就业结构，目前第三产业占比明显提高。第三产业就业人员占比自 2011 年后持续保持最高，2018 年占比达到 46.30%。

2005-2018 年各大产业就业人员占比（%）



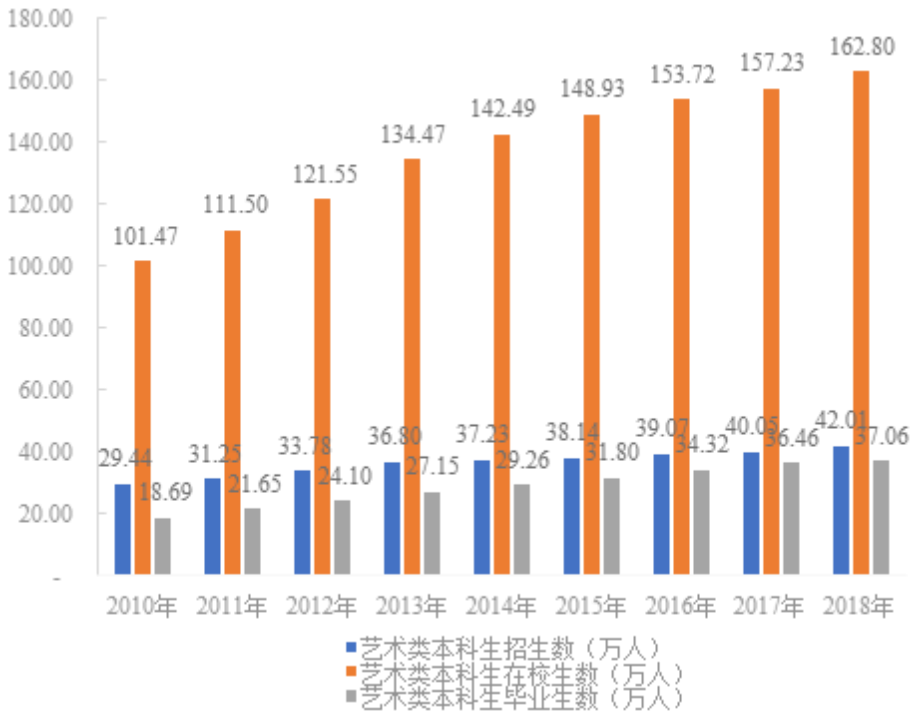
数据来源：国家统计局

第三产业就业中更为强调沟通能力、创新意识、应变能力及敏锐度等“软素质”，软素质的培养可在艺术教育的培养过程中得到提升和更好的体现。随着我国第三产业的发展，会催生对艺术人才的需求，进而带动艺术培训行业的发展。美术专业具有平台大、市场宽、就业广等优势，社会需求量随着第三产业的发展与日俱增，美术专业毕业生有了比过去更为广阔、多元的就业空间。旺盛的市场需求、良好的就业前景吸引众多考生报考美术专业。因此，社会就业结构的变迁推动着美术培训行业的发展。

④艺考招生规模扩大吸引更多考生选择艺术高考

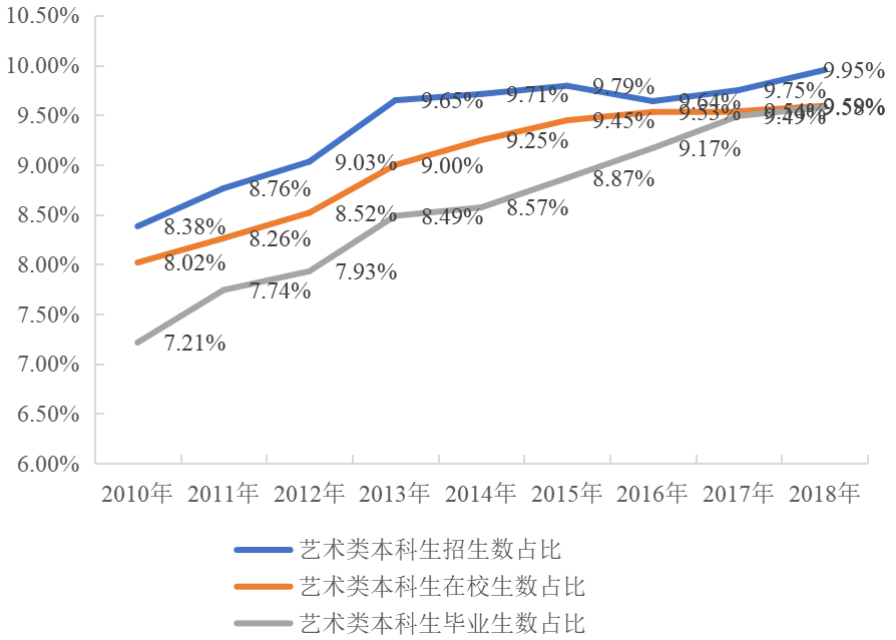
随着市场对艺术人才的需求不断提高，艺考招生规模近年来在不断扩大，招生人数占比逐年上升，2018 年上升至 9.95%，招生人数达 42.01 万。随着艺考招生规模的持续扩大，“艺考热”形成稳定又持久的刚性培训需求。

2010~2018 年普通高校艺术类学生数量



数据来源：国家统计局

2010~2018 年普通高校艺术类学生占比



数据来源：国家统计局

除上述发展机遇外，发行人仍面临如下挑战：

①登记监管制度尚待完善

我国美术培训行业尚处于发展初期，缺乏规范化的市场机制。随着新修订的《中华人民共和国民办教育促进法》实施，多个省份随后公布了省内的配套政策，明确了营利性民办教育培训机构的登记和管理的制度和操作流程。但仍有部分省份尚未出台具体的管理办法，这使得公司在异地进行营利性民办教育机构注册的过程中缺乏具体的操作指南，增加了公司注册登记的难度。由此，可能制约公司市场扩张的进度，也在一定程度上影响了行业的发展速度。

②市场竞争激烈

美术培训行业的广阔发展前景吸引了大量参与者，市场结构较为分散，未来随着下游市场需求的快速发展，竞争可能会更加激烈。

7、行业在报告期内的变化情况及发展趋势

有关行业在报告期内的变化情况及发展趋势请参见本招股说明书本节之“二、公司所处行业的基本情况及其竞争状况”之“（三）行业特点和发展趋势”之“1、行业概况及特点”及“3、行业发展趋势”。

8、发行人取得竞争优势的合法合规性

（1）报告各期，发行人学员通过九大院院考人数、各院校报考通过率，是否存在某一院校通过比例高于其他院校，且报告期内较为稳定的情形

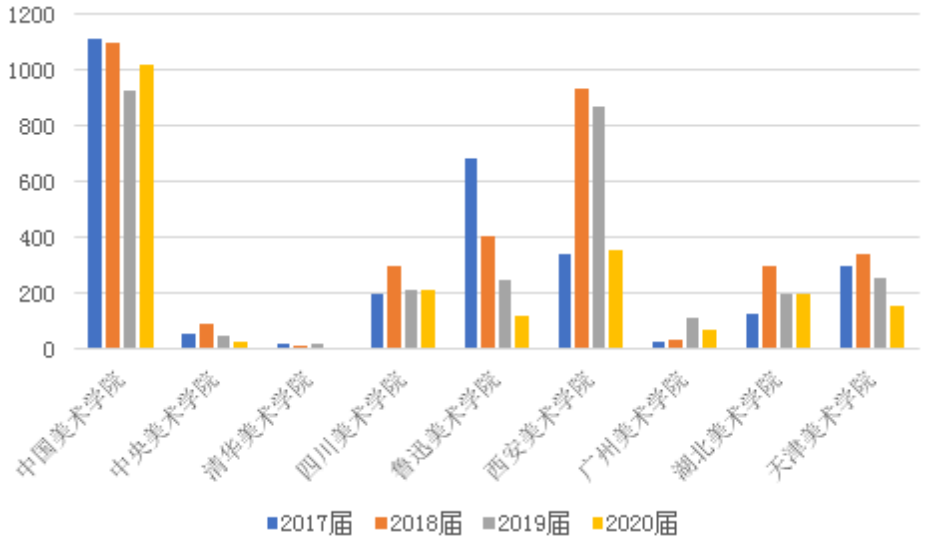
学员通常自行通过官方报名渠道报考九大美院，无需向发行人报备，且一名考生通常报考多个院校或同一院校多个专业，因此无法统计各大美院报考人数和报考通过率。发行人于每年校考结束后统计学员取得合格证数量，以此作为教师考核和课程方案调整的参考依据。发行人 2017 届至 2020 届学员每年取得九大美院合格证数据具体如下：

序号	九大美院	2017 届	2018 届	2019 届	2020 届
		合格证（张）	合格证（张）	合格证（张）	合格证（张）
1	中国美术学院	1,111	1,096	927	1,016
2	中央美术学院	57	92	50	27
3	清华美术学院	16	14	21	8
4	四川美术学院	198	298	212	211
5	鲁迅美术学院	685	407	245	122
6	西安美术学院	341	930	871	357

序号	九大美院	2017 届	2018 届	2019 届	2020 届
		合格证（张）	合格证（张）	合格证（张）	合格证（张）
7	广州美术学院	29	33	112	68
8	湖北美术学院	128	301	199	197
9	天津美术学院	295	342	254	152
	合计	**2,860**	**3,513**	**2,891**	**2,158**

资料来源：发行人统计

上述取得九大美院合格证数量（单位：张）按院校分布如下：



从合格证分布情况可以看出，发行人学员历年取得中国美术学院合格证数量高于其他院校，且保持稳定。这与发行人的历史发展情况相吻合。发行人成立之初即在杭州地区围绕中国美术学院校考开展培训，十几年来不断钻研中国美术学院考试题材和风格，并形成自己的培训体系和独特优势。针对中国美术学院校考培训形成的优势地位是发行人形成口碑效益并发展壮大的基点。

2015 年以后，发行人发挥自身在美术艺考培训方面的经验优势，研究开发针对其他美术学院的课程，逐步在其他美术学院校考培训中取得一定的市场地位，其中针对西安美术学院校考的培训成绩较好，取得的合格证数量较多。

（2）发行人是否存在通过非公开市场信息资源的方式提高发行人对各院校考试趋势及评判的标准性，是否存在法律风险

发行人不存在通过非公开市场信息资源的方式提高发行人对各院校考试趋

势及评判的标准性。如上所述，发行人学员在中国美术学院和西安美术学院校考中取得合格证数量高于其他院校，与发行人的历史发展和业务侧重点有关。

美术专业的考试形式相对固定，主要考察学生的绘画基本功，考试趋势相对容易把握，且各大美院通常会公开出版优秀作品集以供参考。在命题方面，美院采取从题库随机抽题的方式，通常在临近考试前确定试题并严格保密。

在阅卷评判方面，与音乐招考需要当场演奏无法匿名不同，美术招考阅卷采取严格的匿名措施和多轮打分机制。阅卷老师只能看到二维码，无法知晓是谁的考试作品；一般采用三轮背靠背阅卷模式，同一份作品要经过多名老师至少三轮评审，且任何一名老师不知道其他老师的评阅结果。第一轮阅卷只分合格与不合格；第二轮分出高中低三挡；第三轮再给出具体分数；评阅期间由督导组负责复核。保荐人、发行人律师通过走访了解到，中国美术学院和西安美术学院校考均采用上述阅卷程序，能够有效防范招考舞弊行为。

保荐人、发行人律师分别走访中国美术学院和西安美术学院，访谈相关招生负责人，了解发行人与上述院校是否存在报考、招生、教学方面的合作关系，是否存在其他方面的业务、资金往来或关联关系，是否存在通过非公开方式向发行人提供有助于发行人提升对该校考试趋势及评判的信息、资料或其他帮助的情形。

经访谈确认，发行人不存在通过非公开市场信息资源的方式提高发行人对各院校考试趋势及评判的标准性的情形。网络舆论调查显示，发行人不存在与报考院校之间的负面舆情。截至本招股说明书签署日，发行人未因美术高考、招生和录取相关违法违规行为受到任何行政处罚或涉及任何刑事案件。

9、发行人保证教师资源稳定性的相关措施

美术培训行业是人才密集型行业，教师是培训机构的核心竞争力之一，为保证教师资源的稳定性，发行人执行的制度与措施如下：

（1）与教师签订具有法律效力的《劳动合同书》和《保密协议》

发行人与全部专职教师均签订了劳动合同，劳动合同对专职教师的工作内容、工作地点、工作时间、休息休假、劳动报酬、社会保险、劳动保护、劳动条件、职业危害防护均作出了明确约定，具有法律效力。

发行人与全部兼职教师均签订了劳务合同，劳务合同对兼职教师的工作内容、工作时间、劳动报酬均作出了明确约定，具有法律效力。

发行人与专职教师均签订了《保密协议》，约定教师对发行人的经营信息和商业秘密负有保密义务，包括但不限于商业策略和方法、营销或促销的方针或活动、业务拓展计划、客户信息、财务信息、各种类别的研究数据和管理方法等。此外，发行人与关键管理人员和研发人员签订了《保密、竞业禁止及知识产权保护协议》，协议约定：“在受雇于公司期间以及员工与公司的劳动关系结束后的两年内，在中国法律允许的最大范围内，员工不得直接地或间接地设立、经营、参与任何与公司或任何关联公司直接或间接竞争的实体，不得直接或间接地为该等实体或个人工作、提供财务支持、担保或任何建议，亦不得直接地或间接地从事任何与公司或其任何关联公司业务相类似的活动”。

（2）提供具有市场竞争力的薪酬福利

发行人按照“奖勤罚懒、提质增效”的原则设计合理的薪资结构，建立完善的岗位绩效考核、课时薪酬和奖惩制度，提供具有市场竞争力的薪酬福利体系，保证员工的劳动付出得到合理的回报，个人价值得到更好体现，进而保证发行人教师资源的稳定性。此外，发行人为专职教师提供“五险一金”和公休假、法定假、产假、病假、事假、婚假等有偿假期，增强教师归属感，保障教师的稳定性。

（3）提供完善的培训体系

针对专职教师，发行人建立有成熟的培训系统。每年3~4月，通过合理利用年度教学空窗期，邀请外部资深专家或优选公司内部明星教员授课，分批次、分阶段组织全体教员开展专业课、教育心理等多种内容形式的拓展培训和复盘总结。同时，在日常教学期间，以课程团队为单位，定期安排每周一次不少于3小时的教师内训，通过教师现场作画、讲解、点评等方式，形成相互切磋探讨教学、传承提升教学经验的良好氛围，不断充实教学储备。

通过提供完善的培训体系，发行人不断提升教师授课水准的同时激励和挖掘教师的潜能，助力教师成长，完善教师实现个人职业发展的技能，进而增加教师的稳定性。

（4）提供清晰畅通的晋升渠道

依托多年的培训经验，公司建立了集招聘、培训、考核、激励为一体的全方位教师管理体系。为鼓励教师不断提升专业能力，挖掘及选拔教学骨干，发行人在年度绩效考核的基础上，结合联考、校考合格率等指标，提拔优秀员工，为表现突出、勇于付出、敢于担当的教师提供了通畅的晋升渠道，从而进一步增强发行人对教师的吸引力，使个人利益和公司利益发展更加紧密联系在一起，有效保障教师的积极性和稳定性。

（五）发行人与同行业可比公司的比较情况

与发行人同属美术培训细分行业的主要企业缺乏公开有效的可比信息。就面授培训行业而言，发行人的同行业可比公司主要有中公教育、东方时尚、龙门教育、传智播客和昂立教育。发行人与同行业可比公司的比较情况如下：

1、经营情况

单位：万元

可比公司	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	营业收入	归属于母公司的净利润	营业收入	归属于母公司的净利润	营业收入	归属于母公司的净利润	营业收入	归属于母公司的净利润
中公教育	743,896.98	132,089.35	917,613.00	180,454.87	623,698.78	115,288.74	403,125.73	52,483.72
东方时尚	58,337.18	8,335.48	111,418.89	24,429.47	105,091.87	22,326.93	117,308.83	23,494.58
龙门教育	37,260.06	13,164.63	49,959.69	未披露	50,012.96	13,181.95	39,775.96	10,523.45
传智播客	未披露	未披露	未披露	未披露	79,144.60	17,297.82	69,897.06	13,652.87
昂立教育	133,879.69	-7,110.90	239,132.33	5,415.47	209,546.09	-26,676.76	172,356.16	12,311.58
发行人	**14,448.82**	**1,314.97**	**28,734.81**	**7,819.57**	**23,371.97**	**5,982.10**	**17,303.89**	**3,714.27**

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书（申报稿）
注：龙门教育已被上市公司苏州科斯伍德油墨股份有限公司并购；传智播客于 2019 年 4 月首次申报 IPO，目前仍在审。

报告期内，发行人的营业收入水平低于中公教育、东方时尚、龙门教育、传智播客和昂立教育，但 2018 年、2019 年发行人归属于母公司的净利润水平高于昂立教育。发行人目前在美术培训领域仍处于快速发展阶段，公司营业收入与归属于母公司的净利润持续增长，呈现良好的盈利能力和较强的成长性。

2、市场地位

发行人与上述可比公司的业务领域和培训模式存在一定差异。中公教育主要从事非学历职业就业培训服务，涵盖公务员招录、事业单位招录、教师招录及教师资格和其他面授及线上培训服务；东方时尚目前的主营业务是驾驶员培训，提

供驾培服务、陪练服务、汽车维修、汽车保险代理等汽车消费相关服务和产品；龙门教育主营业务包括面向复读生、初高中应届生提供“两季三训”的全封闭培训、K12 课外培训、以及教学软件及课程销售；传智播客致力于通过自主研发的优质课程内容、教学系统和自有教研团队为学员提供高水平的非学历、应用型计算机信息技术（IT）等技术教育培训服务；昂立教育业务集中在 K12 教育、职业教育、国际教育及幼儿教育四大领域。因分属不同细分培训行业，发行人与同行业可比公司在市场地位上缺乏可比性。2019 年，发行人在美术艺考培训行业的市场占有率为 1.10%，符合美术艺考培训市场分散、集中度不高的竞争状况。发行人市场地位具体情况参见本小节之“（四）发行人的竞争地位”之“1、公司产品或服务的市场地位”。

3、技术实力

公司的核心技术主要是公司在多年的美术培训服务过程中，通过经验总结和迭代升级，创新开发形成的课程研发、教学实施、教师考核培训、品牌营销等体系和技术。美术培训行业因其教学场景偏重于现场面授，对于新技术的应用晚于其他培训行业，因此与上述培训行业可比公司相比，发行人在线教育和教学软件开发方面的技术实力不及创智播客、中公教育、龙门教育和昂立教育。

发行人在美术艺考培训行业率先突破传统教学手法，利用平板教学 APP、全校同频教学系统等新技术，打造艺构微课堂和直播/录播教学视频，融合美术艺考培训，重构教学过程，不断拓展教学边界。因此，在美术艺考培训领域，发行人具有一定的技术实力。

4、关键业务数据、财务指标

发行人与可比公司的关键业务数据、指标的对比参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”。

三、销售情况与主要客户

（一）主营产品和服务的销售情况

1、主要服务的提供能力及服务量

报告期内，公司向学员提供美术培训服务，公司服务的学员包括美术艺考生和其他对美术感兴趣的人群。公司的美术培训教室不设固定座位，由于采用寄宿

制教学模式，报告期内床位数能够反映公司长期班招生的最大容量。每年 5 月至 12 月份联考期间，公司在校学员数通常会达到高峰，报告期内各年床位数及当年 5-12 月份长期班培训人数如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
床位数	7,818	5,977	5,471	3,816
长期班培训人数	-	4,757	4,867	3,662
床位利用率	-	79.57%	88.96%	95.96%

注：2020 年 1-9 月床位数较 2019 年度大幅增加，主要系 2020 年 6 月公司从富阳校区搬入场口校区，场口校区床位数较富阳校区床位数增加较多。

2019 年床位利用率有所下降，主要系两方面原因：一是公司根据市场需求对部分床位结构进行改造，导致公司整体床位数小幅增加；二是受 2020 年开始全国高校（除 45 所独立艺术院校）全面取消美术校考影响，2019 年末参加校考培训学员人数有所减少，故长期班培训人数有所下降。

报告期内，各班型的学员人数、课时长度如下：

班型	班级	项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
美术班	长期班	学员人数（人）	6,678	8,847	7,879	6,236
		课时长度	613,773	1,026,150	1,059,655	899,090
	短期班	学员人数（人）	2,690	3,616	3,233	2,147
		课时长度	58,528	124,793	107,230	76,702
文化课班		学员人数（人）	723	886	444	175
		课时长度	9,499	38,589	31,423	11,487

注：学员人数统计口径：如同一学员报名参加不同班级，各班级算一人。

报告期内，各班型的师资配置情况如下：

班型	项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
美术班	月均学员人数（人）	1,128	3,114	3,093	2,396
	月均教师人数（人）	326	394	340	238
	师资配比	3.46	7.90	9.10	10.07
文化课班	月均学员人数（人）	92	220	118	47
	月均教师人数（人）	20	25	26	11
	师资配比	4.60	8.80	4.54	4.27

注：①月平均学员人数为各月学员人数的算术平均数，下同；②月平均教师人数为各月教师人数的算术平均数，下同；③师资配比=月均学员人数/月均教师人数；④教师人数包含

专职教师、兼职教师和实习助教。

2、主营业务收入情况

报告期内，公司主营业务包括美术班和文化课班的培训业务。公司主营业务分类别构成情况如下：

（1）主营业务收入按班型分类

单位：万元

项目		2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
美术班	长期班	11,171.31	80.47	23,600.99	82.70	19,831.73	85.50	15,368.14	89.07
	短期班	1,939.06	13.97	3,060.08	10.72	2,518.02	10.86	1,616.31	9.36
文化课班		569.46	4.10	1,487.82	5.21	660.76	2.85	246.15	1.43
其他		203.30	1.46	389.68	1.37	184.70	0.80	24.32	0.14
合计		**13,883.13**	**100.00**	**28,538.57**	**100.00**	**23,195.21**	**100.00**	**17,254.92**	**100.00**

（2）主营业务收入按生源地分类

报告期内，公司主营业务收入中美术班和文化课班收入按生源地划分，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
浙江省	8,186.42	59.84	16,647.58	59.14	11,520.50	50.07	7,827.68	45.43
广东省	580.40	4.24	1,758.38	6.25	1,797.34	7.81	1,549.19	8.99
福建省	684.61	5.00	1,408.97	5.01	1,236.89	5.37	998.23	5.79
安徽省	644.52	4.71	1,387.26	4.93	1,446.36	6.29	1,310.07	7.60
江苏省	550.53	4.02	1,269.78	4.51	1,532.75	6.66	1,155.30	6.70
江西省	592.90	4.33	1,039.37	3.69	1,025.91	4.46	753.48	4.37
四川省	438.59	3.21	616.68	2.19	376.36	1.63	235.77	1.37
云南省	209.54	1.53	555.05	1.97	411.15	1.79	237.84	1.38
河南省	217.00	1.59	492.89	1.75	531.82	2.31	330.53	1.92
山东省	194.96	1.43	475.20	1.69	525.63	2.28	448.66	2.61
湖南省	257.35	1.88	458.61	1.63	415.47	1.81	454.90	2.64

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例 %	金额	比例 %	金额	比例 %	金额	比例 %
其他省份/地区	1,123.01	8.21	2,039.12	7.24	2,190.33	9.52	1,928.95	11.20
小计	**13,679.83**	**100.00**	**28,148.89**	**100.00**	**23,010.51**	**100.00**	**17,230.60**	**100.00**

注：上述小计数仅为主营业务收入中美术班及文化课班收入，不包含其他收入

（3）主营业务收入按招生模式分类

报告期内，公司主营业务收入中美术班和文化课班收入按招生模式分类情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
直接招生	11,905.18	87.03	25,961.82	92.23	22,468.55	97.64	17,093.63	99.21
合作方推荐	1,774.64	12.97	2,187.07	7.77	541.96	2.36	136.97	0.79
小计	**13,679.83**	**100.00**	**28,148.89**	**100.00**	**23,010.51**	**100.00**	**17,230.60**	**100.00**

注：上述小计数仅为主营业务收入中美术班及文化课班收入，不包含其他收入

3、报告期内主要服务的销售价格情况

单位：元/天

项目		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
美术班	长期班	182.10	230.00	187.15	170.93
	短期班	331.31	245.21	234.82	210.73
文化课班		599.48	385.55	210.28	214.28

报告期内，公司培训服务定价由公司综合考虑培训课程研发成本、教学人员聘请情况等因素并参考市场价格制定。公司提供上述服务内容的定价原则，在报告期内未发生重大变化。但随着成本的上升以及服务质量和内容的提升，公司服务价格呈整体上升趋势。公司主要服务的销售价格变动情况具体分析详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入”之“2、主营业务收入构成分析”。

（1）各业务类别销售价格存在较大差异的原因及合理性

报告期内，美术班与文化班的销售价格存在一定差异，其中：文化课班的销售价格高于长期班，主要原因是老师的工资水平和课程特点不同所致。文化课老

师的工资通常高于美术专业课老师的工资，并且由于美术班与文化课班的班型特点不同，文化课程的科目数较多，超过美术艺考专业科目数，两者的培训内容完全不同，文化课班的单位课时定价高于长期班，因此文化课的销售价格相较长期班更高。

报告期内，长期班的销售价格低于短期班的销售价格，主要原因是长期班与短期班的培训周期、学员群体存在较大差异。长期班主要针对美术艺考生，培训周期较长，通常会有价格优惠；而短期班主要针对美术感兴趣的人群，开设寒暑假班或周末班，培训周期较短，收费相对较高；因此长期班的销售价格低于短期班。

（2）各业务类别销售价格各期变动幅度不一致的原因

报告期内，公司各班型培训销售价格（即单位课时收入）的变动情况如下：

项目		2020 年 1-9 月 较 2019 年度	2019 年度 较 2018 年度	2018 年度 较 2017 年度
美术班	长期班	-20.86%	22.89%	9.49%
	短期班	35.11%	4.42%	11.43%
文化课班		55.48%	83.35%	-1.87%

报告期内，长期班 2019 年销售价格的增长幅度高于短期班，主要是基于物价上涨、老师工资上涨以及房屋摊销和租赁成本的提升等，2019 年发行人提高长期班的课程收费标准，而短期班的收入规模对发行人影响不大，其销售单价变动幅度不大；2018 年长期班的销售单价增长幅度与短期班差异不大。

报告期内，文化课班的销售单价变动幅度高于美术班，主要原因是美术班培训系发行人的核心业务，该业务收入占比较高，并且持续稳定增长，销售单价增长幅度相对平稳，变动幅度不大；而文化课班业务推出的时间较晚，与美术专业课培训相配套，因其业务处于早期发展阶段，业务规模较小，并且受浙江选考政策等因素影响，销售单价的变动幅度较大。

综上，发行人各业务类别销售价格存在较大差异主要受学员具体情况、班型特点、师资配置、教职人员薪酬成本、培训场地成本、地区物价水平等因素综合影响；各业务类别的销售价格存在较大差异且各期变动幅度不一致具有合理性。

（二）报告期内主要客户的销售情况

报告期内，公司主营美术培训业务，客户通常为单个培训学员，公司对单一

客户的业务比例均低于 0.1%，未形成对少数客户的严重依赖，因此不会产生重大经营风险。

公司报告期各期主营业务前五名客户具体情况如下：

1、2020 年 1-9 月

客户名称	销售收入（万元）	占销售收入比例
刘**	7.99	0.06%
王**	7.73	0.05%
沈**	7.33	0.05%
孙**	7.15	0.05%
张**	7.14	0.05%
合计	**37.34**	**0.26%**

2、2019 年度

客户名称	销售收入（万元）	占销售收入比例
姚*	15.54	0.05%
俞**	14.32	0.05%
吴**	12.82	0.04%
朱*	12.28	0.04%
王**	12.22	0.04%
合计	**67.18**	**0.22%**

3、2018 年度

客户名称	销售收入（万元）	占销售收入比例
黄**	11.49	0.05%
张**	11.37	0.05%
周**	10.97	0.05%
羊**	10.89	0.05%
李**	10.76	0.05%
合计	**55.47**	**0.25%**

4、2017 年度

客户名称	销售收入（万元）	占销售收入比例
黄**	9.94	0.06%
王**	9.67	0.06%
李**	9.67	0.06%
葛**	9.66	0.06%
陈**	9.62	0.06%
合计	**48.56**	**0.30%**

公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、主要关联方、持有发行人5%以上（含 5%）股份的股东与公司报告期内的前五名客户均不存在任何关联关系。

四、采购情况与主要供应商

（一）主要原材料、能源及其供应情况

1、主要原材料采购及价格变动情况

公司是一家以提供培训服务来获取收入的服务型企业，业务经营过程中的采购活动围绕美术培训业务展开，主要包括银湖、场口两个校区建设和其他校区改造涉及的工程建设及工程物资采购、配套食堂物资采购、校服、宿舍床上用品采购以及日常办公教学用品的购置。由于公司向不同供应商及向相同供应商不同时期采购的内容存在较大差异，无法对整体采购价格进行直接比较分析。

2、能源采购及价格变动情况

公司日常生产经营所需的能源主要为电力，其供应稳定、充足。报告期内公司电力耗用的具体情况如下所示：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
用电总量（kWh）	5,078,453.56	6,314,314.00	5,898,770.66	3,547,013.30
用电总金额（万元）	298.61	429.60	462.74	325.35

（二）对主要供应商采购情况

公司采购活动围绕美术培训业务展开，主要包括银湖、场口校区建设及其他校区改造涉及的工程建设及工程物资采购、配套食堂物资采购、校服、宿舍床上

用品采购以及日常办公、教学用品的购置。

报告期前五大采购供应商采购金额、采购内容、结算方式、付款周期如下：

1、2020 年 1-9 月

单位：万元

供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额的比例	结算方式	付款周期
浙江海大建设有限公司	工程建设	8,871.86	60.63%	银行电汇	合同约定：工程监理签发工程款支付证书，按月支付已完成工程量价款的 80%；工程完工验收合格后付至已完成工程量价款的 90%；竣工结算审计定案后付至核定工程造价的 97%，剩下的 3%作为质量保修金；保修金自竣工验收合格之日起一年支付 2%，两年期满后付清，保修金不计利息。
浙江金鹭家具有限公司	家具	651.48	4.45%	银行电汇	合同约定：项目开工并进场安装后 5 个工作日内，支付 30%；项目完成总工程量的 50%后 5 个工作日内，支付 30%；项目建成完工自验收后 15 个工作日内，支付至 95%；5%作为质保金，验收合格满 1 年后 5 个工作日内付清。
浙江大华系统工程有限公司	弱电安装、监控安装	371.68	2.54%	银行电汇	合同约定：按月支付工程进度款，承包人向监理人、发包人每月 15 日前提交进度付款申请，发包人每月 25 日支付已完成工程量价款的 80%；工程完工验收合格后付至已完成工程量价款的 85%；竣工结算审计定案后支付至核定工程造价的 97%，剩下的 3%作为质量保修金；保修金自竣工验收合格之日起两年期满后付清，保修金不计息。
金莉莉	房屋租赁	260.34	1.78%	银行电汇	合同约定：第一年（期）的租金在签订合同时支付；第二年期提前一个月（即每年 11 月 30 日前）付清下一年度的租金，以此类推，直至合同履行完毕止。
国网浙江杭州市富阳区供电有限公司	电力	233.68	1.60%	银行电汇	公司根据账户余额情况，不定期充值，确保不欠费。
合计	-	**10,389.04**	**71.00%**	-	-

2、2019 年度

单位：万元

供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额的比例	结算方式	付款周期
浙江海大建设有限公司	工程建设	21,596.22	64.13%	银行电汇	合同约定：工程监理签发工程款支付证书，按月支付已完成工程量价款的 80%；工程完工验收合格后付至已完成工程量价款的 90%；竣工结算审计定案后付至核定工程造价的 97%，剩

供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额的比例	结算方式	付款周期
					下的 3%作为质量保修金；保修金自竣工验收合格之日起一年支付 2%，两年期满后付清，保修金不计利息。
浙江大同建设工程有限公司	工程建设	1,048.48	3.11%	银行电汇	合同约定：在工程监理签发工程款支付证书后 28 天内,按每月支付已完成工程量价款的 80%；工程完工竣工验收合格并完成竣工验收备案后付至合同价款内已完工程（不含暂列金、暂估价）的 85%；因变更发生的工程造价增减预算，经发包人同意后适当支付，支付比例另行商定；承包人提供的竣工结算报告通过审计部门核定后，付至核定工程造价的 95%，余款作为质量保证金，质量保证金待保修期（缺陷责任期）结束后清算（无息）。
杭州宝宁电器工程有限公司	电器	1,036.70	3.08%	银行电汇	合同约定：合同签订后 7 个工作日内支付首款 20%；中央空调进场施工后支付 50%；屋顶机进场后支付 20%；空调安装调试完，并验收合格后，在 10 个工作日内支付 108 万元，一年质保期后一次性无条件无息支付质保金 2 万元。
杭州丰来企业管理咨询有限公司	劳务用工	761.87	2.26%	银行电汇	合同约定:在每月 5 日前(如遇节假日则顺延)，与乙方完成本月参保人数、名单、险种、工资等消息的核对，并提供各项劳务费用结算明细清单，甲方于 10 日前将实际产生应付的劳务费用等一并转入指定的银行账户。
杭州宏浩建筑装饰有限公司	房屋装修	603.90	1.79%	银行电汇	合同约定：合同签字生效后，分 5 期按月支付实际完工工程量的 80%。
合计	-	**25,047.18**	**74.37%**	-	-

3、2018 年度

单位：万元

供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额的比例	结算方式	付款周期
浙江大同建设工程有限公司	工程建设	6,249.88	31.41%	银行电汇	合同约定：在工程监理签发工程款支付证书后 28 天内,按每月支付已完成工程量价款的 80%；工程完工竣工验收合格并完成竣工验收备案后付至合同价款内已完工程（不含暂列金、暂估价）的 85%；因变更发生的工程造价增减预算，经发包人同意后适当支付，支付比例另行商定；承包人提供的竣工结算报告通过审计部门核定后，付至核定工程造价的 95%，余款作为质量保证金，质量保证金待保修期（缺陷责任期）结束后清算（无息）。
杭州市国土资源	土地出让	2,136.60	10.74%	银行	合同约定：合同签订之日起 60 日内，一次性

供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额的比例	结算方式	付款周期
局富阳分局				电汇	付清国有建设用地使用权出让价款。
浙江海大建设有限公司	工程建设	1,354.55	6.81%	银行电汇	合同约定：工程监理签发工程款支付证书，按月支付已完成工程量价款的 80%；工程完工验收合格后付至已完成工程量价款的 90%；竣工结算审计定案后付至核定工程造价的 97%，剩下的 3%作为质量保修金；保修金自竣工验收合格之日起一年支付 2%，两年期满后付清，保修金不计利息。
杭州丰来企业管理咨询有限公司	劳务用工	633.96	3.19%	银行电汇	合同约定：在每月 5 日前（如遇节假日则顺延），与乙方完成本月参保人数、名单、险种、工资等消息的核对，并提供各项劳务费用结算明细清单，甲方于 10 日前将实际产生应付的劳务费用等一并转入指定的银行账户。
四川馨旺建筑工程有限公司	房屋装修	556.71	2.80%	银行电汇	合同约定：工程完成 70%时，付款预算总价的 40%，工程完工经验收合格后支付至决算总价的 95%，剩余决算总价的 5%工程款作为质保金在竣工验收之日起一年后结清。
合计	-	**10,931.69**	**54.94%**	-	-

4、2017 年度

单位：万元

供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额的比例	结算方式	付款周期
浙江大同建设工程有限公司	工程建设	4,322.07	41.16%	银行电汇	合同约定：在工程监理签发工程款支付证书后 28 天内,按每月支付已完成工程量价款的 80%；工程完工竣工验收合格并完成竣工验收备案后付至合同价款内已完工程（不含暂列金、暂估价）的 85%；因变更发生的工程造价增减预算，经发包人同意后适当支付，支付比例另行商定；承包人提供的竣工结算报告通过审计部门核定后，付至核定工程造价的 95%，余款作为质量保证金，质量保证金待保修期（缺陷责任期）结束后清算（无息）。
杭州富阳旅游学校	房屋租赁	388.81	3.70%	银行电汇	合同约定：全年租金一次性支付，另付押金，租期满后归还押金，不计利息。
杭州丰来企业管理咨询有限公司	劳务用工	387.49	3.69%	银行电汇	合同约定：在每月 5 日前（如遇节假日则顺延），与乙方完成本月参保人数、名单、险种、工资等消息的核对，并提供各项劳务费用结算明细清单，甲方于 10 日前将实际产生应付的劳务费用等一并转入指定的银行账户。

供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额的比例	结算方式	付款周期
浙江省工业设备安装集团有限公司	强电安装	211.26	2.01%	银行电汇	合同约定：合同经双方签字盖章生效后 10 个工作日内，预付合同总价 70%；通过验收通电并完成竣工结算后 10 个工作日内，支付至结算款的 30%。
杭州富阳禾泰生态农业开发有限公司	食材	196.41	1.87%	银行电汇	合同约定：甲方按月用转账或支票 方式支付，以甲方实际购买的种类及数量据实核算；乙方必须提供详细的物品销售清单与甲方的收货单核对，无误后，由乙方出具收款收据（或发票），甲方才予以付款。
合计	-	**5,506.04**	**52.44%**	-	-

报告期内向前五名供应商采购金额变动和前五名供应商变化原因如下：

1、校区工程及附属设备供应商

（1）浙江大同建设工程有限公司

浙江大同建设工程有限公司系发行人银湖校区建设工程的建设施工单位，其承建内容包括银湖校区的土建、安装及室内外配套附属工程等，该校区于 2017 年 7 月开始建设，总投资 14,561.48 万元，于 2018 年 5 月达到预定可使用状态并转入固定资产，根据工程进度 2017 年、2018 年实际结算银湖校区工程金额分别为 4,322.07 万元、6,249.88 万元。该工程于 2019 年 7 月办理完成竣工决算手续，增加 2019 年工程决算金额 1,048.48 万元。2017 年、2018 年公司向浙江大同建设工程有限公司的采购金额较大，主要是银湖校区的工程建设结算金额较大。2019 年随着该校区完成竣工结算，其结算工程金额减少。报告期内，浙江大同建设工程有限公司为发行人的前五大供应商，未发生变动。

（2）浙江省工业设备安装集团有限公司

浙江省工业设备安装集团有限公司系银湖校区建设工程的强电安装供应商，2017 年 7 月，银湖校区工程投建，发行人根据工程进度实际结算强电安装款 211.26 万元，浙江省工业设备安装集团有限公司为发行人 2017 年的前五大供应商，因强电安装工程完成，2018 年、2019 年该公司退出前五大供应商。

（3）浙江海大建设有限公司

浙江海大建设有限公司是发行人场口新校区建设工程的建设施工单位，其承建内容包括 1-6 号楼土建工程、安装工程、装修工程、室外市政园林绿化配套等，场口新校区建设工程于 2018 年 11 月开工建设，总投资 37,111.48 万元，2018 年、

2019 年和 2020 年 1-9 月根据工程进度实际结算工程金额分别为 1,354.55 万元、21,596.22 万元、8,871.86 万元，该校区于 2020 年 6 月达到预定可使用状态并转入固定资产。2018 年因校区建设刚启动，采购额相对较小，位列第三；2019 年、2020 年 1-9 月，因场口新校区建设工程投资金额较大，发行人对浙江海大建设有限公司的采购额较大，均位列第一。

（4）杭州市国土资源局富阳分局

公司 2018 年购入场口校区土地，协议价格 2,136.60 万元，故公司向杭州市国土资源局富阳分局 2018 年度采购额位列第二位；

（5）其他场口新校区建设供应商

发行人因投建场口新校区，根据工程建设需要，①2019 年公司向杭州宝宁电器工程有限公司采购电器设施 1,036.70 万元，采购金额位列 2019 年第三位；②2020 年 1-9 月公司向浙江金鹭家具有限公司采购家具，采购金额 651.48 万元，位列 2020 年 1-9 月采购额第二位；③2020 年 1-9 月公司与浙江大华系统工程有限公司结算弱电安装、监控安装工程 371.68 万元，位列 2020 年 1-9 月采购额第三位。因场口新校区投资规模较大，对其配套设施供应商的采购金额较大，由此导致场口新校区工程的配套供应商 2019 年、2020 年 1-6 月在前五大供应商之列。

（6）四川馨旺建筑工程有限公司

2018 年公司成立子公司四川老鹰，四川馨旺建筑工程有限公司系四川老鹰装修供应商，2018 年根据装修进度四川老鹰向其结算金额为 556.71 万元，采购金额位列 2018 年第五位；

（7）杭州宏浩建筑装饰有限公司

2019 年公司对义乌老鹰校区进行整体翻新改造，对富阳文创银湖校区、杭州艺术校区进行小范围维修改造，2019 年公司与其结算金额为 603.90 万元，采购金额位列 2019 年第五位。

2、其他供应商

（1）杭州丰来企业管理咨询有限公司

杭州丰来企业管理咨询有限公司系公司劳务派遣用工供应商，2017 年、2018 年和 2019 年，发行人与杭州丰来企业管理咨询有限公司的结算金额分别 387.49 万元、633.96 万元、761.87 万元，报告期前三年内该公司均为发行人的前五大供应商。2020 年上半年，受新冠疫情影响，公司的集中面授培训受到影响，各类

劳务用工需求减少，发行人对其采购额下降，故 2020 年 1-9 月杭州丰来企业管理咨询有限公司退出前五大供应商之列。

（2）金莉莉

金莉莉系义乌老鹰校区房屋租赁供应商，2017-2019 年主要受银湖校区、场口新校区工程及附属设备供应商结算金额较大影响，未能进入前五大供应商；2020 年 1-6 月，随着自建校区投建完成，发行人对金莉莉的采购金额进入前五大供应商。

（3）杭州富阳旅游学校

杭州富阳旅游学校系富阳校区房屋租赁供应商，2017 年发行人对其采购金额为 388.81 万元，为当年前五大供应商；2018 年起受银湖校区、场口新校区工程及附属设备供应商结算金额影响，未能进入前五大供应商。

报告期内，发行人曾向杭州富阳旅游学校租赁位于浙江省杭州市富阳区银湖街道金桥北路有关房产，用于美术培训场地。发行人于 2020 年 5 月 31 日终止租赁杭州富阳旅游学校房产，并于 2020 年 6 月搬迁至场口新建校区。杭州富阳旅游学校相关房产具体情况如下：

序号	出租方	房屋坐落	面积（m^2）	租赁价格	折算租金水平
1	杭州富阳旅游学校	杭州市富阳区银湖街道金桥北路	15,050.50	主校区 2015 年 7 月至 2017 年 7 月的租金为 1,700,000 元/年，之后为 1,870,000 元/年,其他房屋 1,065,000 元/年。	0.60 元/㎡/天

杭州富阳旅游学校位于浙江省杭州市富阳区银湖街道金桥北路，从安居客、58 同城等网站上搜索的周边房屋租金价格如下：

序号	物业名称	位置	面积（m^2）	租金水平
1	九龙仓世纪华府	浙江省杭州市富阳区迎宾北路 188 号	120.00	0.92 元/㎡/天
2	水稻所赵家墩	杭州市西湖区科海路 188 号	120.00	0.61 元/㎡/天

查询时间：2020 年 8 月 4 日

由上表可知，发行人承租的杭州富阳旅游学校租金水平低于周边九龙仓世纪华府，与水稻所赵家墩接近。主要由于九龙仓世纪华府物业房龄较新且属于商业性质，而杭州富阳旅游学校房产主要用于教学培训及学员宿舍，房龄和设施相对较旧。考虑到上述差异因素，发行人租赁杭州富阳旅游学校的租金水平符合当地

市场行情，租赁价格公允。

（4）杭州富阳禾泰生态农业开发有限公司

杭州富阳禾泰生态农业开发有限公司系公司主要食材供应商，2017 年度，发行人对其采购金额为 196.41 万元，为当年前五大供应商；2018 年起受银湖校区、场口新校区工程及附属设备供应商结算金额影响，未能进入前五大供应商。

（5）国网浙江杭州市富阳区供电有限公司

国网浙江杭州市富阳区供电有限公司系公司电力供应商，2017-2019 年主要受银湖校区、场口新校区工程及附属设备供应商结算金额较大影响，未能进入前五大供应商；2020 年 1-9 月，随着场口新校区投建完成并投入使用，发行人对国网浙江杭州市富阳区供电有限公司的采购金额进入前五大供应商。

综上所述，报告期内向前五名供应商采购金额变动和前五名供应商变化主要受发行人各期新校区建设工程结算进度、各校区租赁、装修及新冠疫情的影响，采购额的变动情况与公司的经营匹配，具有合理性。

各期前五大供应商的基本情况如下：

类型	供应商名称	是否为关联方	成立时间	注册资本	注册地址/住所	主营业务	股权结构
有限公司	浙江海大建设有限公司	否	2007-07-03	11,000 万人民币	浙江省杭州市富阳区富春街道富春街 185 号第二层	许可项目：房屋建筑和市政基础设施项目工程总承包；住宅室内装饰装修；电力设施承装、承修、承试；消防设施工程；文物保护工程施工；施工专业作业；建筑劳务分包；房地产开发经营；各类工程建设活动（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，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：工程管理服务；土石方工程施工；园林绿化工程施工；金属门窗工程施工；体育场地设施工程施工；建筑物拆除作业（爆破作业除外）；固体废物治理；建筑材料销售；建筑用金属配件销售；建筑装饰材料销售（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）。	上海旦庭投资咨询有限公司 55%；上海同人投资有限公司 45%
有限公司	浙江金鹭家具有限公司	否	2015-02-26	10,000 万人民币	萧山区临浦镇通二村	设计、研发、生产、加工、销售：家具、办公家具；设计、研发、销售：第一类、第二类医疗器械；货物及技术的进出口业务**（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）	浙江鹭铭投资有限公司 90%；杨凤英 10%
有限公司	浙江大华系统工程有限公司	否	2009-11-19	50,000 万人民币	杭州市滨江区滨安路 1187 号 3 号楼 3、4、5 楼	计算机软件的技术开发、技术咨询、技术服务及技术成果转让，电子产品、通讯产品、煤矿安全电子设备、防爆电器产品、电力系统自动化设备的开发、生产、安装及销售，计算机系统集成领域、自动化控制领域、建筑智能化的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让及工程设计与施工，电力系统自动化工程的设计、施工、安装，办公设备、教学仪器及教学设备的销售与安装服务，合同能源管理，照明器具、灯具的设计、技术开发、销售，照明工程、建筑装修装饰工程的	傅利泉 35.03%；其余未披露

类型	供应商名称	是否为关联方	成立时间	注册资本	注册地址/住所	主营业务	股权结构
						设计、施工、安装、养护，LED 显示屏安装，钢结构工程的施工、安装，道路交通设施的销售、安装，信息技术咨询服务，经营进出口业务。（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）	
自然人	金莉莉（330725197********）	否	-	-	浙江省义乌市后宅街道永宁东路 1 号	-	-
有限公司	国网浙江杭州市富阳区供电有限公司	否	1990-02-12	58,478.81 万人民币	浙江省杭州市富阳区鹿山街道江波街 218 号	供电(杭州市富阳区行政区域)。(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)	国网浙江省电力有限公司 100%
有限公司	浙江大同建设工程有限公司	否	1998-07-03	8,000 万人民币	浙江省杭州市富阳区大源镇大桥南 631 号	许可项目：房屋建筑和市政基础设施项目工程总承包；消防设施工程；各类工程建设活动；建筑劳务分包；城市建筑垃圾处置（清运）；文物保护工程施工；地质灾害治理工程施工；施工专业作业；建设工程设计；城市生活垃圾经营性服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：园林绿化工程施工；建筑工程机械与设备租赁；金属结构制造；建筑物拆除作业（爆破作业除外）；建筑信息模型技术开发、技术咨询、技术服务；土石方工程施工；对外承包工程；工程管理服务；城乡市容管理；建筑废弃物再生技术研发（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）。	蒋渭渔 28.09%；程位根 17.19%；董秀梅 16.54%；骆宗明 13.75%；洪利平 10.75%；程关茂 8.31%；夏时金 5.38%

类型	供应商名称	是否为关联方	成立时间	注册资本	注册地址/住所	主营业务	股权结构
有限公司	杭州宝宁电器工程有限公司	否	2012-09-10	100 万人民币	浙江省杭州市西湖区转塘街道霞鸣街155 号（之江商务中心）2 号楼 127 号商铺	服务：家庭装潢装饰、家用商用中央空调、电器、元器件、五金水暖和暖通设备的安装、维修、保养；批发零售：家庭装潢装饰材料、家用商用中央空调、电器、元器件、五金水暖和暖通设备。（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）	方传宝 60%；李宁 40%
有限公司	杭州丰来企业管理咨询有限公司	否	2007-10-24	1,000 万人民币	浙江省杭州市拱墅区新青年广场 1 幢 2014 室	劳务派遣业务（上述经营范围应在有效经营期限内经营）；人才供求信息的搜集、整理、储存、发布和咨询服务；人才推荐；人才招聘；企业管理咨询；经济信息咨询；市场营销策划；餐饮管理；物流信息咨询；通信技术、电力技术的技术咨询；承接施工总承包和专业承包企业分包的劳务作业；机电设备的上门安装（凡涉及许可证、资质证件的，凭有效许可证、资质证件经营）；仓储服务（除危险化学品）；网络工程的施工；教育信息咨询（不含出国留学咨询与中介服务）；成年人的非证书职业技能培训（涉及前置审批的项目除外）；汽车内装饰用品的销售；物业管理；汽车租赁；机械设备的租赁；家政服务；广告的设计、制作（凡涉及许可证的凭有效许可证经营）；室内外装饰工程的设计、施工（凭资质证书经营）；酒店管理；住房租赁经营。（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）	魏巍 90%；孙敏培 10%
有限公司	杭州宏浩建筑装饰有限公司	否	2018-05-29	50 万人民币	浙江省杭州市富阳区银湖街道天创园 28 号 410 室	建筑装修装饰工程施工；门窗安装、室内水电安装、管道维修、墙面粉刷服务。（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）	李开平 100%

类型	供应商名称	是否为关联方	成立时间	注册资本	注册地址/住所	主营业务	股权结构
政府部门	杭州市国土资源局富阳分局	否	-	-	杭州市富春街道桂花西路 1 号	-	-
有限公司	四川馨旺建筑工程有限公司	否	2017-01-11	1,000 万人民币	成都市青羊区清江西路 51 号 1 栋 1 单元 12 层 1203 号	建筑工程，施工劳务作业，公路工程，市政公用工程，水利水电工程，港口与航道工程，通信工程，电力工程，铁路工程，消防设施工程，桥梁工程，隧道工程，地基基础工程，建筑装修装饰工程，钢结构工程，环保工程，防水防腐保温工程，建筑幕墙工程，机电工程，城市及道路照明工程，土石方工程服务，河湖整治工程，园林绿化工程，公路路基工程，公路路面工程，公路交通工程，房地产开发经营，土地整理，地质灾害治理服务，社会经济咨询，广告业；工程管理服务。（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）。	衡杨先 89.10%；陈格顺 10%；谢培艳 0.90%
民办非企业单位	杭州富阳旅游学校	否	-	-	杭州市富阳区银湖街道金桥北路 916 号	-	
有限公司	浙江省工业设备安装集团有限公司	否	1958-01-01	10,028 万人民币	杭州市开元路 21 号	承包境外工程（范围详见《中华人民共和国对外承包工程资格证书》），压力容器设计、制作安装、电梯及锅炉安装改造维修（凭有效许可证经营），压力管道及起重机械安装改造维修、电力设施承装承试（凭有效许可证经营），汽车维修（含下属分支机构，并凭资质证书经营），汽车运输（限下属分支机构凭许可证经营）。建筑设备安装，机电、化工石油、消防设施、火电设备、冶炼机电设备、市政公用、环保、房屋建筑工程、建筑装饰、建筑幕墙工程的施工，钢结构工程制	浙江省建设投资集团有限公司 97.56%；杭州摩根泛美家具有限公司 0.87%；杭州萧山工业设备安装有限公司 0.87%；曹后湧 0.70%

类型	供应商名称	是否为关联方	成立时间	注册资本	注册地址/住所	主营业务	股权结构
						作安装（以上凭资质证书经营），铝合金风口制作安装，管道安装，建筑安装设计，建筑装饰材料、化工原料及产品（不含危险品及易制毒化学品）、仪器仪表、建筑安装设备、建筑五金、汽车配件、低压电器及装置、空调设备、机械设备的销售，建筑设备、钢模具的租赁，仪器仪表检测及修理技术咨询，物业管理，电子设备制造及焊接服务，劳务服务，非生产性废旧金属回收。（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）	
有限公司	杭州富阳禾泰生态农业开发有限公司	否	2016-10-13	50 万人民币	杭州富阳区春建乡春建村	农业技术开发，生态农业观光服务；中草药、苗木、水果、蔬菜、花卉、茶叶种植；淡水动物养殖；食用农产品销售；会务服务。	陆军 100%

通过全国企业信用信息公示系统查询各期前五大供应商的基本情况，报告期各期，前五大供应商主要为公司自有校区的建设单位和附属设施供应商，各校区的房屋租赁方、装修单位，以及食材供应商和劳务派遣公司。上述供应商不属于发行人的关联方，与发行人不存在除购销以外的其他关系。

报告期内，发行人新校区的建设单位及附属工程供应商，其成立时间均较久，经营实力与注册资本相匹配。而杭州宏浩建筑装饰有限公司 2018 年 5 月 29 日成立，成立时间较短，主要是由于该供应商成立前，该公司的实际控制人以装修包工队向发行人提供装修服务，成立公司后，以公司名义与其发行人进行货款结算，不存在突击交易的情形；此外，杭州宝宁电器工程有限公司、杭州宏浩建筑装饰有限公司、杭州富阳禾泰生态农业开发有限公司三家供应商注册资本较低，主要是所从事的电器批发零售业、装修业和食材批发业务对注册资本的要求不高，其经营通常采用预付款形式，经营规模与其注册资本不存在必然关联。除此之外，报告期内不存在供应商成立时间较短就成为公司供应商或采购金额与注册资本不匹配的情形。

2019 年度，发行人对浙江海大建设有限公司的采购占比达 64.13%，主要是场口校区的工程施工建设款，投资建设金额较大。除此之外，发行人不存在向单个供应商的采购比例超过采购总额 50%的情况，也不存在严重依赖少数供应商的情况。

保荐人和申报会计师获取了主要供应商的工商注册信息，并通过网络检索获取相关供应商的公开信息，对主要供应商进行访谈，取得供应商关于与发行人不存在关联关系的声明；同时，查阅了发行人控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员填写的关联方调查问卷，获得其关系密切的家庭成员的情况，并取得了发行人控股股东及实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的关于其关系密切的家庭成员与供应商不存在关联方关系的书面声明；获取了报告期内实际控制人及其配偶、实际控制人控制的其他企业、董监高及出纳等个人或企业流水，对大额交易及异常交易进行专项核查。

经核查，报告期各期前五大供应商，与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切人员不存在关联关系或其他利益安排。

五、与公司业务相关的资源要素

（一）主要固定资产

1、基本情况

截至 2020 年 9 月 30 日，公司主要固定资产原值为 53,976.08 万元，累计折旧为 3,394.57 万元，账面价值为 50,581.52 万元，成新率 93.71%。具体情况如下：

单位：万元

类别	原值	累计折旧	减值准备	账面价值	成新率
房屋及建筑物	49,048.96	1,839.05	-	47,209.91	96.25%
运输工具	268.97	156.38	-	112.59	41.86%
电子设备及其他	4,658.15	1,399.14	-	3,259.01	69.96%
合计	**53,976.08**	**3,394.57**	**-**	**50,581.52**	**93.71%**

注：成新率=账面价值/原值×100%

2、开展主营业务活动的各校区使用房产情况

截至本招股说明书签署日，发行人开展主营业务活动的各校区使用房产情况如下：

序号	校区	使用房产情况			
		自有/租赁	位置	面积（㎡）	主要用途
1	银湖校区	自有房产	银湖街道通政路 1 号	35,731.01	美术培训
2	场口校区	自有房产	场口镇场口新街 128 号	57,803.65	美术培训
3	象山校区	自有房产	杭州市西湖区象山 364 号（象山大厦）2 幢 2 单元 701 室、702 室、703 室	414.55	美术培训
		租赁房产	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13、A11 二楼、三楼、八楼、九楼	4,957.40	美术培训
4	义乌校区	租赁房产	义乌市义东路星城广场 B 座一楼、二楼、三楼、四楼、C 座一楼	8,909.54	美术培训
5	温州校区	租赁房产	温州市瓯海经济开发区东经一路 3 号	5,629.09	美术培训
6	深圳校区	租赁房产	深圳市大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋	4,500.00	美术培训
7	成都校区	租赁房产	成都市成华区崔家店路 538 号	4,660.00	美术培训

3、是否存在短期租用房屋、场地进行短期培训

报告期内，发行人曾短期租赁浙江工业大学场地用于美术培训，具体租赁情况如下：

承租方	出租方	房屋坐落	面积（m^2）	租赁价格	租赁起止期限
杭州艺术	杭州欣影文化创意有限公司	浙江工业大学之江校区内	3000.00[注]	598900 元/租赁期	2017.09.01-2018.03.10

注：包括仰止园一楼、二楼大厅和南楼学生寝室 90 间，合计约 3000.00 m^2

上述房产租赁期限为 6 个月，期限较短，主要是因为 2018 年银湖校区启用后发行人场地不足问题得到解决，无需再租用该处房产。除此之外，发行人不存在短期租用房屋、场地进行短期培训的情形。

4、公司拥有的房屋建筑物情况

截至本招股说明书签署日，公司已取得不动产权证的房屋建筑物如下表所示：

序号	权利人	权属证书编号	坐落	建筑面积（㎡）	主要用途	取得方式	他项权利
1	老鹰股份	浙（2017）富阳区不动产权第 0032214 号	银湖街道紫云山庄云屏阁北楼	2,391.55	商业服务	司法拍卖	抵押
2	老鹰股份	浙（2018）杭州市不动产权第 0174187 号	杭州市西湖区象山 364 号（象山大厦）2 幢 2 单元 701 室	256.98	美术培训	购买	抵押
3	老鹰股份	浙（2018）杭州市不动产权第 0174414 号	杭州市西湖区象山 364 号（象山大厦）2 幢 2 单元 702 室	77.56	美术培训	购买	抵押
4	老鹰股份	浙（2018）杭州市不动产权第 0174282 号	杭州市西湖区象山 364 号（象山大厦）2 幢 2 单元 703 室	80.01	美术培训	购买	抵押
5	富阳文创	浙（2018）富阳区不动产权第 0020471 号	银湖街道通政路 1 号	35,731.01	美术培训/文化课培训	自建	抵押
6	老鹰股份	浙（2018）富阳区不动产权第 0021545 号	场口镇场口新街 128 号	57,803.65	美术培训/文化课培训	自建	抵押

注：发行人位于杭州市富阳区银湖街道紫云山庄云屏阁北楼的物业的建筑面积为2,391.55平方米，系发行人于2017年11月通过司法拍卖取得。该物业实际面积约为2,700平方米，原业主单位在建设、使用过程中存在未按规定进行建设的行为。发行人取得该物业后并未实施任何建设行为，且自2020年2月起已不再将该物业用于主营业务相关的经营活动。根据杭州市富阳区综合行政执法局于2020年3月17日出具的《证明》，自2017年1月1日至今，经查询该局在“杭州城管综合执法信息平台”的案件记录，未发现发行人存在行政处罚记录。该处房产的所有权和使用权不受限制。

发行人自有房产的权属信息、证载用途或规划用途、占用土地的使用权性质如下：

序号	权利人	坐落	证载用途或规划用途	土地的使用权性质	实际使用用途
1	老鹰股份	银湖街道紫云山庄云屏阁北楼	批发零售用地/商业服务	国有建设用地	商业服务
2	老鹰股份	杭州市西湖区象山 364 号（象山大厦）2 幢 2 单元 701 室	商服用地/非住宅	国有建设用地	美术培训
3	老鹰股份	杭州市西湖区象山 364 号（象山大厦）2 幢 2 单元 702 室	商服用地/非住宅	国有建设用地	美术培训
4	老鹰股份	杭州市西湖区象山 364 号（象山大厦）2 幢 2 单元 703 室	商服用地/非住宅	国有建设用地	美术培训
5	富阳文创	银湖街道通政路 1 号	服务设施用地（业余学校、培训机构设施用地）/非住宅	国有建设用地	美术培训/文化课培训
6	老鹰股份	场口镇场口新街 128 号	科教用地/教育	国有建设用地	美术培训/文化课培训

发行人自有房产规划用途为商业服务、培训机构设施、教育，与发行人实际使用该房产用途相匹配。

5、紫云山庄司法拍卖所得房产的具体情况

发行人司法拍卖所得房产的历史业主为高水华、郑小妹，该房产的原登记信息如下所示：

权利人	权利类型	权证号	坐落	面积（㎡）	权利性质	使用期限
高水华	国有建设用地使用权	富国用（2007）第 04017 号	杭州市富阳区紫云山庄云屏阁北楼	2,069.74	出让	至 2038.03.02
高水华	房屋（构筑物）所有权	富房权证富移字第 043202 号	杭州市富阳区紫云山庄云屏阁北楼	2,391.55	存量房产	至 2038.03.02

该房产进行司法拍卖的主要原因及发行人取得司法拍卖房产的主要过程如下所示：

2012 年 1 月 19 日，高水华（借款人、抵押人）及其配偶郑小妹（抵押人）、杭州白石纸箱厂（保证人）与中国光大银行股份有限公司杭州文二路支行（贷款人）共同签订了一份《个人贷款合同授信额度合同》，约定贷款人对高水华的授信额度为 750 万元，授信期限自高水华满足授信额度启用条件之日起 36 个月。保证人提供最高额 750 万元的保证担保，高水华、郑小妹以其共有的位于富阳市受降镇紫云山庄云屏阁北楼的房屋提供最高额 750 万元的抵押担保。合同签订后，双方就上述房屋办理抵押权登记。

2012 年 1 月 20 日，贷款人与高水华签订了《个人贷款合同》，约定贷款人

发放给被告高水华贷款750万元，期限自2012年1月20日至2013年1月20日，还款方式为按月还息，到期一次还本。2012年1月20日，原告依约给高水华发放了750万元贷款。2012年1月至12月期间，被告高水华按月支付了贷款利息。

2013年1月18日，贷款人与被告高水华、郑小妹、杭州白石纸箱厂共同签订了《合同变更协议》，约定贷款期限由原约定的1年变更为2年，即延长至2014年1月20日，还款方式从分次付息到期一次还本变更为等额还款。变更协议签订后，高水华自2013年1月起未依约定等额还款，截至2013年7月31日，高水华尚未归还的借款本金为7,368,325.73元及利息357,581.01元。

根据杭州市西湖区人民法院于2013年9月10日作出的“（2013）杭西商初字第1409号”《民事判决书》，杭州市西湖区人民法院判决高水华、郑小妹承担还款义务，并承担贷款人的律师代理费，贷款人有权对涉案房产在750万元限额内优先受偿，杭州白石纸箱厂在高水华应付款项750万元限额内承担连带责任。

2017年10月31日，发行人通过淘宝网司法拍卖平台竞得该房产，根据杭州市江干区人民法院“（2017）浙0104网拍字第226号”《拍卖成交确认书》，该房产的成交价为1,516万元。发行人于2017年11月初付清拍卖款项，并根据杭州市江干区人民法院作出的相关执行裁定书和协助执行通知书，陆续办理了不动产抵押权注销登记、国有建设用地使用权/房屋（构筑物）所有权转移登记等手续，最终于2017年12月5日取得杭州市富阳区国土资源局核发的“浙（2017）富阳区不动产权第0032214号”《不动产权证书》，成为该房产的权利人。

综上所述，发行人与司法拍卖所得房产的历史业主、权利人及涉及案件无关联关系，发行人通过司法拍卖方式取得该房产，已缴清拍卖款项并办理完成相关登记变更手续，为该房产的合法权利人，不存在与该房产的历史业主、权利人及所涉案件相关的潜在法律纠纷。

6、抵押房产的基本情况

（1）抵押房产的基本情况

发行人抵押不动产的原因均为根据自身资金需要办理银行贷款。截至本招股说明书签署日，发行人抵押不动产的基本情况如下所示：

序号	抵押物	坐落	被担保债权	主债权存续期间
1	“浙（2018）富阳区不动产权第 0020471 号”项下房产及土地	杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号	中信银行股份有限公司杭州富阳支行对富阳文创享有的最高限额为 16,550 万元的债权	2019.03.26-2024.03.25
2	“浙（2017）富阳区不动产权第 0032214 号”项下房产及土地	杭州市富阳区银湖街道紫云山庄云屏阁北楼	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行对富阳文创享有的最高限额为 4,150 万元的债权	2020.02.20-2030.02.19
3	“浙（2018）杭州市不动产权第 0174187 号”项下房产及土地	杭州市西湖区象山大厦 2 幢 2 单元 701 室	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行对富阳文创享有的最高限额为 2,000 万元的债权	2019.04.19-2029.04.18
4	“浙（2018）杭州市不动产权第 0174414 号”项下房产及土地	杭州市西湖区象山大厦 2 幢 2 单元 702 室		
5	“浙（2018）杭州市不动产权第 0174282 号”项下房产及土地	杭州市西湖区象山大厦 2 幢 2 单元 703 室		
6	“浙（2020）富阳区不动产权第 0021545 号”项下房产及土地	杭州市富阳区场口镇场口新街 128 号	中信银行杭州富阳支行对发行人享有的最高限额为 18,000 万元的债权	2020.06.24-2026.06.24

（2）抵押权人是否有可能行使抵押权及对发行人主营业务的影响

截至本招股说明书签署日，发行人已将其拥有的全部土地和房产进行抵押。其中，位于杭州市富阳区通政路 1 号以及位于杭州市富阳区场口镇场口新街 128 号的土地房产抵押给中信银行股份有限公司杭州富阳支行；位于杭州市富阳区银湖街道紫云山庄云屏阁北楼的土地房产、位于杭州市西湖区象山大厦 2 幢 2 单元 701、702、703 室的土地房产的土地房产抵押给杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行。

截至本招股说明书签署日，发行人严格按照其与中信银行股份有限公司杭州富阳支行、杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行之间的合同约定履行相关合同义务，不存在到期未清偿借款的情形，未发生导致抵押权人行使抵押权的情形。发行人资信状况、经营情况良好，实际控制人亦为发行人部分银行借款提供了保证担保，预计发行人不存在重大偿债风险。

综上所述，发行人资信状况、经营状况良好，相关抵押权人就发行人抵押土地房产行使抵押权的可能性较小；发行人抵押自有资产所取得的借款系用于经营用途，对发行主营业务不会造成重大不利影响。

（二）主要无形资产

截至本招股说明书签署日，公司无形资产主要包括土地使用权、商标等。主要无形资产具体情况如下：

1、土地使用权

序号	权利人	权属证书编号	坐落	土地面积（㎡）	用途	取得方式	国有土地使用权期限
1	老鹰股份	浙（2017）富阳区不动产权第 0032214 号	银湖街道紫云山庄云屏阁北楼	2,069.74	商服	出让	至 2038.03.02
2	老鹰股份	浙（2018）杭州市不动产权第 0174187 号	杭州市西湖区象山 364 号（象山大厦）2 幢 2 单元 701 室	39.90	商服	出让	至 2050.06.20
3	老鹰股份	浙（2018）杭州市不动产权第 0174414 号	杭州市西湖区象山 364 号（象山大厦）2 幢 2 单元 702 室	12.00	商服	出让	至 2050.06.20
4	老鹰股份	浙（2018）杭州市不动产权第 0174282 号	杭州市西湖区象山 364 号（象山大厦）2 幢 2 单元 703 室	12.40	商服	出让	至 2050.06.20
5	老鹰股份	浙（2020）富阳区不动产权第 0021545 号	场口镇场口新街 128 号	31,947.00	科教	出让	至 2068.04.20
6	富阳文创	浙（2018）富阳区不动产权第 0020471 号	银湖街道通政路 1 号	23,747.00	培训	出让	至 2066.10.26
7	老鹰股份	浙（2020）富阳区不动产权第 0012160 号	场口镇场口新街 128 号	1,655.00	教育	出让	至 2068.04.20

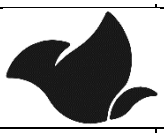
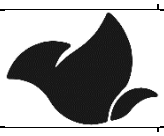
2、专利

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司无已获授权的专利。

3、商标

截至本招股说明书签署日，公司拥有 48 项注册商标，均为原始取得，具体情况如下：

序号	权利人	注册商标	注册号	国际分类	专用权期限	取得方式	他项权利
1	老鹰股份	老鹰画室	10354243	第 41 类	至 2023.03.13	自行申请	无
2	老鹰股份	老鹰创意	19837687	第 41 类	至 2027.06.20	自行申请	无
3	老鹰股份	老鹰美术馆	19837762	第 41 类	至 2027.06.20	自行申请	无
4	老鹰股份	老鹰文化课	19837812	第 41 类	至 2027.06.20	自行申请	无
5	老鹰股份	老鹰艺术	19837843	第 41 类	至 2027.07.13	自行申请	无
6	老鹰股份	老鹰教育	19837850	第 41 类	至 2027.07.13	自行申请	无

序号	权利人	注册商标	注册号	国际分类	专用权期限	取得方式	他项权利
7	老鹰股份	老鹰少儿美术	19837855	第41类	至2027.07.13	自行申请	无
8	老鹰股份	老鹰美术	19838082	第41类	至2027.07.06	自行申请	无
9	老鹰股份		20238741	第41类	至2029.02.06	自行申请	无
10	老鹰股份	老鹰画室	23347895	16	至2028.11.06	自行申请	无
11	老鹰股份	老鹰教育	23352938	16	至2028.11.06	自行申请	无
12	老鹰股份	跟我画	25776965	16	至2028.11.27	自行申请	无
13	老鹰股份		35285885	16	至2029.08.06	自行申请	无
14	老鹰股份	艺构微课堂 EGO WE CLASS	35285900	35	至2030.01.06	自行申请	无
15	老鹰股份		35289820	42	至2029.08.20	自行申请	无
16	老鹰股份	艺构微课堂 EGO WE CLASS	35289830	42	至2029.08.20	自行申请	无
17	老鹰股份		35291048	38	至2029.08.20	自行申请	无
18	老鹰股份	艺构微课堂 EGO WE CLASS	35292121	41	至2029.11.27	自行申请	无
19	老鹰股份		35300157	41	至2029.08.06	自行申请	无
20	老鹰股份	艺构微课堂 EGO WE CLASS	35300162	16	至2029.12.06	自行申请	无
21	老鹰股份	艺构微课堂 EGO WE CLASS	35302961	38	至2029.10.20	自行申请	无
22	杭州艺术	老鹰艺术	15564257	16	至2026.02.06	自行申请	无
23	杭州艺术	老鹰画室	19689168A	35	至2027.07.20	自行申请	无
24	杭州艺术	老鹰美术馆	19689278	35	至2027.08.20	自行申请	无
25	杭州艺术	老鹰创意	19689447	35	至2027.08.20	自行申请	无
26	杭州艺术	老鹰创意	19697365	42	至2027.06.06	自行申请	无

序号	权利人	注册商标	注册号	国际分类	专用权期限	取得方式	他项权利
27	杭州艺术	老鹰画室	19697422A	42	至 2027.07.20	自行申请	无
28	杭州艺术	老鹰美术馆	19697465A	42	至 2027.07.20	自行申请	无
29	杭州艺术	老鹰教育	19697519A	42	至 2027.07.20	自行申请	无
30	杭州艺术	老鹰美术	19697546A	42	至 2027.07.20	自行申请	无
31	杭州艺术	老鹰少儿美术	19697570A	42	至 2027.07.20	自行申请	无
32	杭州艺术	老鹰文化课	19697639A	42	至 2027.07.20	自行申请	无
33	杭州艺术	老鹰艺术	19697987A	42	至 2027.07.20	自行申请	无
34	杭州艺术		19698108	42	至 2027.09.06	自行申请	无
35	杭州艺术		19698187	35	至 2027.09.06	自行申请	无
36	杭州艺术	老鹰画室	20233217	35	至 2028.08.06	自行申请	无
37	杭州艺术	老鹰美术馆	20233596	35	至 2028.09.13	自行申请	无
38	杭州艺术	老鹰创意	20233679	35	至 2028.08.06	自行申请	无
39	杭州艺术	老鹰文化课	20233764	35	至 2028.08.06	自行申请	无
40	杭州艺术	老鹰艺术	20234011	35	至 2027.10.20	自行申请	无
41	杭州艺术	老鹰教育	20234709	35	至 2028.08.06	自行申请	无
42	杭州艺术	老鹰美术	20234792	35	至 2028.08.06	自行申请	无
43	杭州艺术	老鹰少儿美术	20234850	35	至 2027.10.20	自行申请	无
44	杭州艺术	老鹰美术馆	25112661	35	至 2029.10.06	自行申请	无
45	杭州艺术	老鹰文化课	25112693	42	至 2029.08.13	自行申请	无
46	杭州艺术	老鹰少儿美术	25113774	42	至 2029.08.13	自行申请	无
47	杭州艺术	老鹰美术	25115894	42	至 2029.08.13	自行申请	无
48	杭州艺术	老鹰美术馆	25118922	42	至 2029.08.13	自行申请	无

（三）公司持有的资质证书

1、办学许可证

截至本招股说明书签署日，公司取得的办学许可情况如下：

公司名称	资质/资格名称	证书/文件编号	许可项目/内容	核发机关	有效期
老鹰培训	民办学校办学许可证（非学历文化教育类培训）	教民133018370001739号	非学历文化教育类培训（中学生14周岁以上）	杭州市富阳区教育局	至2023.05.19
老鹰培训场口分公司	民办学校办学许可证（非学历文化教育类培训）	教民133018370001739号	非学历非全日制文化教育类培训（中学生14周岁以上）	杭州市富阳区教育局	至2023.05.19
成都老鹰	民办学校办学许可证（学科类、艺体类）	教民151010870001089号	非学历文化教育（学科类、艺体类）	成都市成华区行政审批局	至2025.09.08

义乌老鹰于2017年7月至2019年12月曾从事校外非学历文化课培训业务，办学期间已取得义乌市教育局核发的校外非学历文化课培训办学许可，主要情况如下所示：

许可证编号	**教民330782409170521号**
举办者	**义乌市老鹰文化创意有限公司**
学校类型	**校外教育培训**
办学内容	**中小学课程校外辅导**
举办场地	**义乌市江东街道星城广场B座3楼**
主管部门	**义乌市教育局**
发证日期	**2017年6月30日**
有效期	**经年检有效[注]**

注：义乌市范围内民办教育机构的办学许可证为统一版式，其中民办学校办学许可证的有效期为5年，其他非学历民办教育机构办学许可证的有效期为“临时”或“同年检期限”，“临时”或“同年检期限”的办学许可证于每年年底前通过年检即在下一年度年检前继续有效。在从事文化课培训业务期间（即2017年7月至2019年12月），义乌老鹰的办学许可已通过历年年检。

2、食品经营许可证

截至本招股说明书签署日，公司取得的《食品经营许可证》情况如下：

序号	公司名称	适用校区	证书/文件编号	核发机关	许可范围	有效期
1	富阳文创	银湖校区	JY33301830005267	杭州市富阳区市场监督管理局	热食类食品制售	至2023.07.09

2	深圳老鹰	深圳校区	JY34403120006665	深圳市食品药品监督管理局	热食类食品制售	至2021.07.28
3	温州老鹰	温州校区	JY33303040220082	温州市瓯海区市场监督管理局	热食类食品制售	至2024.08.08
4	成都老鹰	成都校区	JY35101080129583	成都市成华区行政审批局	热食类食品制售	至2025.01.21
5	老鹰股份	场口校区	JY33301830212438	杭州市富阳区市场监督管理局	热食类食品制售、糕点类食品制售（不含裱花蛋糕）	至2025.08.04

截至本招股说明书签署日，发行人下属机构成都老鹰所从事的业务为艺考美术培训、老鹰培训从事的业务为非学历文化教育类培训，发行人及其下属机构富阳文创、温州老鹰、深圳老鹰、成都老鹰的内部食堂主要为参培学员及教职员工提供餐饮，发行人及其相应下属机构不存在超出其办学许可、食品经营许可证载经营范围从事相关业务的情形。

老鹰培训（含场口分公司）《民办学校办学许可证》的发证机关为杭州市富阳区教育局，适用地域范围为杭州市富阳区。

报告期内，老鹰培训文化课培训的举办地点、培训人数、场次如下所示：

时间	2019 年度	2020 年 1-9 月
举办地点	杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号	杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号
培训人数	640	723
培训场次[注]	不超过 60 天	不超过 70 天

注：培训场次以实际安排学员上课的天数为准计算。

老鹰培训报告期内于其《民办学校办学许可证》证载地址杭州市富阳区银湖街道通政路 1 号、杭州市富阳区场口新街 128 号举办文化课培训，不存在于注册地以外地域举办培训的情形。根据杭州市富阳区教育局出具的证明：老鹰培训自设立以来未受到过教育方面的处罚。

（四）租赁的房产

1、基本情况

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司租赁的主要房产情况如下，均用于美术培训用途：

序号	承租方	出租方	房屋坐落	面积（m^2）	租赁价格	租赁起止期限
1	杭州艺术	凌莉	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13	412.27	820000 元/年，以后每 3 年递增 10%	2020.06.01-2025.05.30
2	杭州艺术	俞亚芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A11 二楼	170.13	120000 元/年，每三年递增 10%	2020.07.01-2025.06.30
3	杭州艺术	应伟明	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢三楼	1,460.00	700000 元/年	2020.05.01-2023.04.30
4	杭州艺术	朱秋芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢八楼	1,460.00	726000 元/年	2018.08.01-2021.07.30
5	杭州艺术	王根青	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢九楼	1,455.00	830000 元/年	2019.01.12-2021.01.11
6	义乌老鹰	金莉莉	义乌市义东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、C 座一楼	3,473.98	注 1	2018.09.10-2023.12.31
7	义乌老鹰	金莉莉	义乌市义东路星城广场 B 座三楼、四楼	5,435.56	注 2	2019.01.01-2023.12.31
8	温州老鹰	温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司	温州市瓯海经济开发区东经一路 3 号	5,629.09	注 3	2017.03.09-2031.04.30
9	深圳老鹰	深圳欢乐海湾度假区有限公司	深圳市大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋	4,500.00	第一年月租金 81800 元，以后每年递增 15%	2020.04.15-2025.04.14
10	成都老鹰	四川文翔酒店管理有限公司	成都市成华区崔家店路 538 号	4,660.00	免租期后第一年租金为 180 万元，以后每年递增 2%	2020.04.01-2026.03.31

注 1：自 2018.9.10-2019.12.31 的租金为 1688798 元；自 2020.1.1-2020.12.31 的租金为 1652362 元，以后每年递增 3%
注 2：自 2018.9.10-2019.12.31 的租金为 1688798 元；自 2020.1.1-2020.12.31 的租金为 1652362 元，以后每年递增 3%
注 3：根据亩产税收贡献，按照政府指导价相应比例收取

2、发行人租赁房产的权属信息

发行人租赁房产的权属信息、证载用途或规划用途、占用土地的使用权性质如下：

序号	所有权人	坐落	证载用途或规划用途	土地的使用权性质	实际使用用途
1	凌莉	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13	商服用地	国有建设用地	美术培训
2	俞亚芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A11 二楼	商服用地	国有建设用地	美术培训
3	应伟明	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢三楼	商服用地	国有建设用地	美术培训

4	朱秋芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢八楼	商服用地	国有建设用地	美术培训
5	王根青	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢九楼	商服用地	国有建设用地	美术培训
6	黄素贞	义乌市义东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、C 座一楼	商服用地	国有建设用地	美术培训
7	黄素贞	义乌市义东路星城广场 B 座三楼	商业用地	国有建设用地	美术培训
8	义乌市第二住宅开发有限公司	义乌市义东路星城广场 B 座四楼	住宅	国有建设用地	美术培训
9	温州市鑫业包装有限公司	温州市瓯海经济开发区东经一路 3 号	非居住/车间	国有建设用地	美术培训
10	黄氏富华饰物（深圳）有限公司	深圳市大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋	未取得产权证书	-	美术培训
11	四川元庆贸易有限公司	成都市成华区崔家店路 538 号	办公/车间	未载明	美术培训

（1）象山校区

象山校区租赁的杭州市西湖区美院南街 89 号房产尚未取得产权证明。该处房产所处地块已取得国有土地使用权（土地使用年限自 2009 年 11 月 17 日至 2049 年 11 月 16 日止），系经批准建设商业综合用房，不属于住宅性质，与发行人实际使用该房产用途相匹配。

（2）温州校区、深圳校区和成都校区

温州校区、深圳校区和成都校区承租使用的房屋为工业用途，根据当地政策能够用于教育培训等第三产业，具体情况如下：

①2012 年 4 月，温州市瓯海区人民政府发布《关于加快推进温州市大学科技园启动区建设若干意见（试行）》，全面推进温州市大学科技园建设发展，促进城市有机更新与产业转型升级，鼓励教育培训类经营单位入驻温州市大学科技园。温州老鹰租赁的温州市瓯海经济开发区东经一路 3 号房屋属于上述温州市大学科技园范围。

②经深圳市大鹏新区经济服务局会议研究（深鹏经服纪〔2015〕6 号局班子会议纪要）同意，深圳老鹰租赁的大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋房屋可进行旅游服务和配套设施转型升级，建筑物由原来的工厂（或宿舍）转为旅游配套设施使用，用于员工宿舍、公共文化展示、酒店餐饮。

③2018 年 3 月，成都市人民政府发布《成都市进一步疏解中部区域非核心

功能高品质提升城市能级若干政策的通知》（成办函〔2018〕41 号），其中第六条规定：“支持土地使用权人发展新业态。在符合‘中优’区域规划和安全环保要求的前提下，改造方案经属地政府批准并报产业部门备案后，对利用老旧厂房及其他非住宅性空闲房屋用于从事众创空间、文化创意等新产业、新业态的宗地和建筑，其土地权证上的用途和使用权人不作变更，不收取土地用途价差。”

2018 年 7 月，成都市成华区人民政府专题研究“老鹰国际艺术中心西南总部建设有关工作”（成华府阅〔2018〕61 号会议纪要），协调成华区各职能部门、东郊文创管委会、二仙桥街道办事处支持发行人成都校区建设工作。发行人成都校区租赁的成都市成华区崔家店路 538 号房产用于美术艺考培训符合当地政策规定。

（3）义乌校区

义乌校区承租使用的义乌市义东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、三楼以及 C 座一楼房产为商业用途，与发行人实际使用该房产用途相匹配。

义乌校区承租使用的义乌市义东路星城广场 B 座四楼房产为住宅用途。星城广场 B 座处于临街位置，为商住两用楼宇，义乌校区整体租赁星城广场 B 座一、二、三、四楼，其中一、二、三楼为商业用途，四楼为住宅性质。

《物权法》第七十七条规定：“业主不得违反法律、法规以及管理规约，将住宅改变为经营性用房。业主将住宅改变为经营性用房的，除遵守法律、法规以及管理规约外，应当经有利害关系的业主同意。”

义乌校区租赁四楼房产仅用作学员宿舍，未作为培训用途。该栋楼宇处于临街位置，用作学员宿舍不存在扰民情形，该楼宇业主已书面确认对发行人使用四楼作为学员宿舍无异议。

综上所述，发行人承租使用的房屋用途符合当地政府政策，不违反法律规定。除义乌校区部分房产外，不存在租用住宅房产开展商业或培训活动的情况。义乌校区租用星城广场 B 座四楼用于学员宿舍已征得有利害关系的业主同意，不存在纠纷和争议。

3、未取得房产权属证明的情形、发行人租赁该房产的原因、该房产对发行人主营业务的重要程度、可替代性以及稳定性

（1）是否存在未取得房产权属证明的情形

发行人象山校区、深圳校区租赁的房产未取得房产权属证明，原因如下：

①发行人象山校区租赁房产（杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13，A11 二楼，三楼，八楼，九楼）系杭州象山股份经济合作社与康迪投资集团有限公司合作开发的杭州象山股份经济合作社 10%留用地项目，该项目已交付使用，目前正在进行验收工作，房屋产权证书正在办理中。根据象山校区租赁的房产开发方杭州象山股份经济合作社和康迪投资集团有限公司出具的说明，该项目对应土地使用权证号为“杭西国用（2009）第 00266 号”，已取得建设用地规划许可、建设工程规划许可、施工许可证等必要许可，并已于 2015 年交付使用。项目一期目前尚未取得房屋产权证书，主要原因为尚未通过规划验收（其他验收均已通过）。杭州象山股份经济合作社、康迪投资集团有限公司目前正在积极推进项目各项验收工作，取得房屋产权证书预计不存在实质障碍。项目一期用途为商服，不存在被责令停止使用或其他可能导致无法使用的法律或政策的风险，发行人可以根据其与有关业主的租赁协议持续稳定使用相关房屋。

②发行人深圳校区租赁房产系深圳欢乐海湾度假区有限公司向黄氏富华饰物（深圳）有限公司承租经营并转租给深圳老鹰。该房产所属地块由黄氏富华饰物（深圳）有限公司于 1998 年 7 月 24 日依法自深圳市规划国土局受让而来（土地使用权出让合同书编号：深地合字 19985152 号），因受深圳市房地产登记历史遗留问题的影响，所有权人黄氏富华饰物（深圳）有限公司目前尚未办理相关不动产权证书。2019 年 10 月 25 日，黄氏富华饰物（深圳）有限公司出具书面说明，确认其依法享有该地块的土地使用权及地上建筑物的房屋所有权，土地使用权及房屋所有权权属清晰，不存在纠纷或潜在纠纷。

基于以上客观原因，发行人深圳校区租赁房产取得产权证明存在一定的法律障碍。

（2）发行人租赁该房产的原因、该房产对发行人主营业务的重要程度、可替代性以及稳定性

发行人租赁美院南街 89 号象山国际房产的主要原因是该房产位于中国美术学院附近，地理位置优越；发行人租赁深圳市大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I

栋的主要原因是该处房产经大鹏新区政府同意可作为培训服务场地，且场地规模与租金适中，与深圳校区目前的经营规模相匹配。

截至 2020 年 9 月 30 日，发行人象山校区和深圳校区的租赁面积及占比如下：

校区	校区面积（㎡）	校区面积占比
象山校区	4,957.40	4.04%
深圳校区	4,500.00	3.67%
两校区小计：	9,457.40	7.71%
发行人校区面积合计	122,605.24	100.00%

报告期内，象山校区和深圳校区实现的收入情况及占比如下：

单位：万元

校区	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
象山校区	1,422.21	3,254.56	3,877.73	2,985.30
深圳校区	224.60	853.04	826.78	773.93
小计：	1,646.81	4,107.60	4,704.51	3,759.23
象山校区收入占比	9.84%	11.33%	16.59%	17.25%
深圳校区收入占比	1.55%	2.97%	3.54%	4.47%
收入占比小计：	11.40%	14.29%	20.13%	21.72%

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

报告期内，象山校区和深圳校区实现净利润情况及占比如下：

单位：万元

校区	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
象山校区	326.44	949.45	1,137.67	2,269.85[注 1]
深圳校区	-169.57	57.12	57.21	48.68
小计：	156.87	1,006.57	1,194.88	2,318.53
象山校区净利润占比	34.70%[注 2]	11.87%	19.56%	34.55%
深圳校区净利润占比	-18.02%	0.71%	0.98%	0.74%
净利润占比小计：	16.68%	12.58%	20.54%	35.29%

注 1：象山校区 2017 年由老鹰股份运营，净利润包含因持有子公司股权而形成的投资收益。
注 2：2020 年 1-9 月受新冠疫情影响，外地校区均出现亏损，因此象山校区净利润占各校区合计数的比例较大。剔除外校区亏损因素，象山校区净利润占比为 19.84%。
注 3：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

报告期内，象山校区和深圳校区培训学员人次数情况如下：

单位：人次

校区	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
象山校区	836	1,369	1,950	1,009
深圳校区	150	460	389	409
小计：	986	1829	2339	1418
象山校区学员人次数占比	8.71%	10.76%	17.53%	12.54%
深圳校区学员人次数占比	1.56%	3.61%	3.50%	5.08%
占比小计：	10.28%	14.37%	21.03%	17.62%

注：小计数未剔除同一学员跨校区参加培训的影响。

报告期内，象山校区和深圳校区综合毛利率情况如下：

校区	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
象山校区	49.78%	51.96%	55.28%	50.68%
深圳校区	-39.06%	33.54%	30.38%	33.26%
发行人综合毛利率	40.85%	55.03%	51.66%	54.39%
发行人主营毛利率	40.52%	54.78%	51.53%	54.29%

注：上述数据已经中汇会计师事务所在合并报表范围内审计，但未单独出具审计报告。

截至 2020 年 9 月 30 日，象山校区面积占发行人校区总面积的 4.04%，报告期内收入占比分别为 17.25%、16.59%、11.33%和 9.84%，净利润占比分别为 34.55%、19.56%、11.87%和 34.70%（剔除外校区亏损因素后占比为 19.84%），培训的学员人次数占比分别为 12.54%、17.53%、10.76%和 8.71%，总体呈下降趋势。象山校区与发行人银湖、场口两大自建校区同位于杭州市，其距银湖校区直线距离约 11 公里，距场口校区直线距离约 34 公里。杭州三校区中，象山校区作为发行人的精品校区，将继续保持“小而精”的定位，不再扩大招生规模；发行人新增生源主要由银湖和场口校区接纳。随着银湖、场口校区招生规模不断扩大，象山校区对发行人的重要程度将进一步降低。

截至 2020 年 9 月 30 日，深圳校区面积占发行人校区总面积的 3.67%，报告期内收入占比分别为 4.47%、3.54%、2.97%和 1.55%，净利润占比分别为 1.28%、0.95%、0.71%和-18.02%，培训的学员人次数占比分别为 5.08%、3.50%、3.61%和 1.56%，总体占比较小且呈下降趋势。深圳校区招生规模、收入和利润贡献均较小，对发行人业务的重要程度较低。

综上所述，该两校区的租赁房产对发行人主营业务的重要性较低，租赁房产未取得产权证明不会对发行人主营业务发展造成重大不利影响。象山校区、深圳校区租赁房产具备可替代性以及稳定性，具体分析参见以下“5、租赁房产的可替代性以及稳定性分析”。

4、租赁房产价格的公允性分析

（1）象山校区

发行人子公司杭州艺术租赁位于杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢的五处房产，用作美术培训场地。具体情况如下：

序号	出租方	房屋坐落	面积（m^2）	租赁价格	折算租金水平
1	凌莉	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13	412.27	820000 元/年，以后每 3 年递增 10%	5.45 元/㎡/天
2	俞亚芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A11 二楼	170.13	120000 元/年，每三年递增 10%	1.93 元/㎡/天
3	应伟明	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢三楼	1,460.00	700000 元/年	1.32 元/㎡/天
4	朱秋芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢八楼	1,460.00	726000 元/年	1.37 元/㎡/天
5	王根青	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢九楼	1,455.00	830000 元/年	1.56 元/㎡/天

杭州市西湖区美院南街 89 号所属区域为西湖区转塘街道，从安居客、58 同城等网站上搜索的周边可比房屋租金价格如下：

序号	物业名称	位置	面积	租金水平
1	转塘美院大美创意园	转塘镇留泗路东山里 22 号	810 ㎡	1.7 元/㎡/天
2	转塘美院大美创意园	转塘镇留泗路东山里 22 号	1,180 ㎡	1.9 元/㎡/天
3	浙恒科技园	杭州市西湖区转塘科技经济园区 7 号	200 ㎡	1.33 元/㎡/天
4	浙恒科技园	杭州市西湖区转塘科技经济园区 7 号	96 ㎡	1.2 元/㎡/天
5	之江凤凰国际创意园区	杭州市西湖区创意路与镇南路交叉口东南 100 米	127 ㎡	1.6 元/㎡/天
6	中环国际大厦	杭州市西湖区转塘街道美院南路 89 号中环国际大厦 3 号楼三楼整层	860.46 ㎡	1.7 元/㎡/天
7	普民大厦	杭州市西湖区转塘镇枫桦西路 1 号	3,000 ㎡	1 元/㎡/天

查询时间：2020 年 8 月 4 日

由上表可知，杭州艺术向俞亚芳、应伟明、朱秋芳、王根青租赁的位于杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A11 二楼、三、八、九楼的房产，与周边可比房屋的租金水平基本接近。杭州艺术向凌莉租赁的位于杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13 房产，其租金水平高于上述周边可比房屋租赁价格，主要是综合考虑其商圈、房龄、楼层、面积、租赁期等因素，由于该物业位置临街，物业商业价值相对较高，故其租赁价格较高。

（2）义乌校区

发行人子公司义乌老鹰向金莉莉租赁位于义乌市义东路星城广场的房产用作美术培训场地，具体情况如下：

序号	出租方	房屋坐落	面积（m^2）	租赁价格	折算租金水平
1	金莉莉	义乌市义东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、C 座一楼	3,473.98	自 2018.9.10-2019.12.31 的租金为 1688798 元；自 2020.1.1-2020.12.31 的租金为 1652362 元，以后每年递增 3%	1.3 元/㎡/天
2	金莉莉	义乌市义东路星城广场 B 座三楼、四楼	5,435.56	自 2019.1.1-2019.12.31 的租金为 1764999 元，以后每年递增 3%	0.92 元/㎡/天

义乌市义东路星城广场 B 座位于义乌市区，从 58 同城网站上搜索的周边可比房屋租金价格如下：

序号	物业名称	位置	面积	租金水平
1	曙光国际大厦	稠城国际商贸城曙光国际大厦（商城大道）	442 ㎡	1.55 元/㎡/天
2	万达广场	金华市义乌市稠江万达广场（义乌店）	200 ㎡	1.3 元/㎡/天
3	福田银座	稠城工人北路	280 ㎡	1.5 元/㎡/天
4	曙光国际大厦	稠城国际商贸城曙光国际大厦（商城大道）	280 ㎡	1.31 元/㎡/天
5	新城吾悦广场宾王广场	金华市义乌市宾王广场 A 座	230 ㎡	0.81 元/㎡/天
6	城市风景	金华市义乌市宾王路 508 号	260 ㎡	0.76 元/㎡/天

查询时间：2020 年 8 月 4 日

由上表可知，发行人子公司义乌老鹰租赁东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、C 座一楼的租金为 1.30 元/㎡/天左右，与周边房产的租金水平基本接近。义乌老鹰租赁星城广场 B 座三楼、四楼主要用于学员宿舍，而非用于商务办公，并且

与可比房屋相比，其商圈热度相对较低，由此该物业的租金水平略低于周边房屋的租金水平。整体而言，发行人向金莉莉租赁的房产参考市场定价，符合当地市场的租赁水平，租赁价格公允。

（3）温州校区

发行人子公司温州老鹰向温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司租赁位于温州市瓯海经济开发区东经一路 3 号的房产用作美术培训场地，具体情况如下：

出租方	房屋坐落	面积（m^2）	租赁价格	折算租金水平
温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司	温州市瓯海经济开发区东经一路 3 号	5,629.09	注	-

注：第一年至第二年：亩产税收 30 万元（每 1000 平方米建筑面积计算为 1 亩，下同），月租金以政府指导价（28 元/每平方米，三年为政府指导价评估期，下同）的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 30 万元，租金以政府指导价的 60%收取。
第三年：亩产税收 30 万元，月租金以政府指导价 28 元/平方米的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 30 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 80%。
第四年：亩产税收 40 万元，月租金以政府指导价的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 40 万元，每低 5 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 80%。
第五年：亩产税收 50 万元，月租金以政府指导价的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 50 万元，每低 5 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 80%。
第六至第十年：亩产税收 60 万元，月租金以政府指导价的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 60 万元，每低 5 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 90%。
第十一年至租赁期满为止：亩产税收 70 万元，月租金以政府指导价的 60%收取，每超 10 万元，租金下浮 3 个百分点；亩产税收低于 70 万元，每低 5 万元，租金上浮 5 个百分点，上限为 100%。

温州老鹰培训场地的出租方温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司为温州市瓯海区属国资企业，其与温州老鹰签订的租赁协议为温州市大学科技园启动区经营单位入驻标准协议，相应的租金支付水平与亩产税收贡献挂钩，参照政府指导价确定，租赁价格公允。

（4）深圳校区

发行人子公司深圳老鹰向深圳欢乐海湾度假区有限公司租赁位于深圳市大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋的房产用作美术培训场地，具体情况如下：

承租方	出租方	房屋坐落	面积（m^2）	租赁价格	折算租金水平
深圳老鹰	深圳欢乐海湾度假区有限公司	深圳市大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区I栋	4,500.00	第一年月租金 81800 元，以后每年递增 15%	0.92 元/㎡/天

大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋位于深圳市大鹏新区大鹏街道，从 58 同城、百姓网等网站上搜索的周边可比房屋租金价格如下：

序号	物业名称	位置	面积	租金水平
1	钱江艺术中心	深圳市龙岗区大鹏新区大鹏街道钱江艺术中心	10,000 ㎡	1.13 元/㎡/天
2	知己工业园	深圳市龙岗区金业大道 92 号	88,000 ㎡	0.97 元/㎡/天
3	联创科技园	深圳市龙岗区大鹏新区布澜路联创科技园	188 ㎡	1.3 元/㎡/天
4	盐田国际创意港	深圳市盐田区沙头角	2,000 ㎡	0.8 元/㎡/天
5	坪山投资大厦	坪山深汕公路 246 号	200 ㎡	0.83 元/㎡/天

查询时间：2020 年 8 月 4 日

深圳老鹰支付的房屋租金换算后为 0.92 元/㎡/天，略低于钱江艺术中心，与知己工业园相当，主要原因是欢乐海湾度假区 I 栋属于工业用途，经政府同意后用于培训服务用途，因此租金与周边工业厂房相当，低于商业房产，租赁价格公允。

（5）成都校区

发行人孙公司成都老鹰向四川文翔酒店管理有限公司租赁位于成都市成华区崔家店路 538 号的房产用作美术培训场地，具体情况如下：

承租方	出租方	房屋坐落	面积（m^2）	租赁价格	折算租金水平
成都老鹰	四川文翔酒店管理有限公司	成都市成华区崔家店路 538 号	4,660.00	免租期后第一年租金为 180 万元，以后每年递增 2%	1.03 元/㎡/天

成都老鹰租赁的房屋位于成都市成华区，从 58 同城、百姓网等网站上搜索的周边可比房屋租金价格如下：

序号	物业名称	位置	面积	租金水平
1	鲁能大厦	成华区槐树店二路 128 号	1000 ㎡	1.67 元/㎡/天
2	协信中心	成华区府青路 2 段 25 号	685 ㎡	1.8 元/㎡/天
3	长宝大厦	成华区龙潭寺航天路 2 号	1000 ㎡	1 元/㎡/天

查询时间：2020 年 8 月 4 日

成都老鹰租赁的房屋租金换算后为 1.03 元/㎡/天，高于长宝大厦租金，低于鲁能大厦和协信中心租金，主要原因是成都老鹰租赁的物业位于成都理工大学校区内，为校办工厂旧址，房产为工业用地性质，但已被政府允许发展第三产业，因此租金价格介于普通厂房和标准商办楼之间，处于合理水平，租赁价格公允。

综上，发行人及其子公司所租赁房屋的租金，参考当地市场水平或园区标准定价，由双方协商一致确认，租金价格公允。

5、租赁房产的可替代性以及稳定性分析

（1）象山校区

发行人象山校区租赁房产的租赁起止日及租期如下：

序号	出租方	房屋坐落	租赁起止期限	租期
1	凌莉	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A12、A13	2020.06.01-2025.05.30	5 年
2	俞亚芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢 A11 二楼	2020.07.01-2025.06.30	5 年
3	应伟明	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢三楼	2020.05.01-2023.04.30	3 年
4	朱秋芳	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢八楼	2018.08.01-2021.07.30	3 年
5	王根青	杭州市西湖区美院南街 89 号 1 幢九楼	2019.01.12-2021.01.11	2 年

象山校区定位为发行人的精品校区，校区规模较小，周边商办楼宇众多，有之江凤凰国际、大美等大型创意园区等，租赁市场活跃，租赁房产的可替代性较强。此外，象山校区离发行人银湖、场口两大自建校区较近，租赁场地和自建校区之间可以实现灵活切换。截至本招股说明书签署日，上述场地租赁情况稳定。

（2）义乌校区

发行人义乌校区租赁房产的租赁起止日及租期如下：

序号	出租方	房屋坐落	租赁起止期限	租期
1	金莉莉	义乌市义东路星城广场 B 座一楼、B 座二楼、C 座一楼	2018.09.10-2023.12.31	5.25 年
2	金莉莉	义乌市义东路星城广场 B 座三楼、四楼	2019.01.01-2023.12.31	5 年

义乌校区位于义乌市区。义乌市商品经济发达，租赁市场活跃，从全市区范围看可供美术培训的场地众多，租赁房产的可替代性较强。义乌校区上述租赁房产租期达 5 年之久，与出租方之间形成稳定的合作关系，截至本招股说明书签署日，上述租赁情况稳定。

（3）温州校区

发行人温州校区租赁房产的租赁起止日及租期如下：

出租方	房屋坐落	租赁起止期限	租期
温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司	温州市瓯海经济开发区东经一路 3 号	2017.03.09-2031.04.30	14 年

温州校区上述租赁房产租期长达 14 年，出租方温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司为温州市瓯海区属国资企业，执行政府招商引资职能，因此温州校区租赁房产具有较强的稳定性。

（4）深圳校区

发行人深圳校区租赁房产的租赁起止日及租期如下：

出租方	房屋坐落	租赁起止期限	租期
深圳欢乐海湾度假区有限公司	深圳市大鹏新区鹏飞路欢乐海湾度假区 I 栋	2020.04.15-2025.04.14	5 年

深圳校区上述租赁房产租期达 5 年，具有较强的稳定性。此外，深圳作为一线城市，商业楼宇众多，租赁市场活跃，租赁房产的可替代性较强。

（5）成都校区

发行人成都校区租赁房产的租赁起止日及租期如下：

出租方	房屋坐落	租赁起止期限	租期
四川文翔酒店管理有限公司	成都市成华区崔家店路 538 号	2020.04.01-2026.03.31	6 年

成都校区上述租赁房产租期达 6 年，具有较强的稳定性。此外，成都作为西部中心城市和四川省省会，商业楼宇众多，租赁市场活跃，租赁房产的可替代性较强。

综上，发行人租赁房产的租期一般较长，且所处区域楼宇场地供应充足，租赁市场活跃，在预计不能正常使用时发行人可承租其他房屋予以替代。因此，发行人租赁房产的稳定性和可替代性均较强，不会对业务经营造成重大不利影响。

（五）各要素与所提供产品或服务的内在联系及其他情况

发行人目前所拥有的固定资产、无形资产等资源要素，是所提供产品或服务的必要基础，不存在瑕疵、纠纷和潜在纠纷，不存在对发行人持续经营存在重大

不利影响的情况。

（六）各地区对办学培训场所的要求

各地区对校外培训机构办学场所的设置标准有所规定，具体如下：

地区	文件名称	发文单位	适用校区	具体要求
杭州市	《杭州市营利性文化课程培训机构设置标准（试行）》（杭教职成〔2018〕4号）	杭州市教育局、杭州市市场监督管理局	银湖校区、富阳校区、场口校区、象山校区	申请设立培训机构，应避开影响学生身心健康和可能危及学生人身安全的场所。办学场地应达到《建筑设计防火规范》（GB50016-2014）和《民用建筑工程室内环境污染控制规范》（GB50325-2010），并依法通过房屋安全鉴定、消防行政许可（备案），采光、照明、通风、排水良好。居民住宅、半地下室、地下室及其它有安全隐患的场所不得作为培训机构的注册及办学场所，儿童活动场所应设置在3层（一、二级耐火等级）或2层（三级耐火等级）以下。以租用场所办学的，应提供具有法律效力的租赁合同，租赁期限自申请办学之日起不得少于3年，并应制订安全应急预案。 培训机构办学场所的建筑总面积不少于300平方米，其中教学用房建筑面积不少于办学场所建筑总面积的三分之二，且同一培训时段内生均教学用房建筑面积不少于3平方米。 招收寄宿学员的培训机构，其生均宿舍（公寓）建筑面积不得少于6.5平方米，生均居室使用面积不宜低于3平方米，应配备与寄宿学员规模相匹配的阅览、生活与运动场所，并符合相关消防要求。 向学员提供餐饮服务的培训机构或配送单位应依法取得食品经营许可证。
温州市	《关于加强民办教育培训机构管理的指导意见》（温教民〔2017〕61号）	温州市教育局	温州校区	具备与办学层次、办学规模相应的稳定、集中、符合标准的校舍。办学场所总建筑面积不少于300平方米，并且教学用房建筑面积不少于总建筑面积的三分之二。其中，实施全日制非学历教育的民办教育培训机构，实际使用的生均建筑面积不得少于6.5平方米，并且应当配备与招生规模相匹配的生活与运动场所以及相关设施设备。 民办教育培训机构招收对象为学前学龄幼儿的，楼层不高于3层；招生对象为中小学学龄少年儿童的，楼层不高于5层；民办教育培训机构楼层限定，按招收对象的最低年龄为依据，就低不就高。 民办教育培训机构办学场所应符合规划、消防、环保、卫生、房屋质量安全等法律法规的规定。 民办培训机构租用场所办学的，应当提供与房屋产权人签订具有法律效力的《租赁合同（协议）》，租赁期不少于2年。 民办教育培训机构设立教学点，其办学场所也应符合基本设置条件规定。
金华市	《金华市营利性文化课程培训机构设置标准》（试行）（金市教审〔2018〕3号）	金华市教育局	义乌校区	申请设立的教育培训机构应有与办学规模相适应的独立办学场所，必须采光通风情况良好，结构安全，无安全隐患，有不动产登记证（房产证）或由建筑工程质量监督站出具的工程质量监督报告，并取得消防部门的行政许可（备案）。不得使用居民住宅办学。面向小学生培训的教学用房宜为4层或4层以下，面向中学生培训的教学用房宜为5层或5层以下，租用场所办学的租赁期限不得少于3年。其场所面积、设施要求为： （一）办学场所的建筑总面积不少于300平方米。300平方米以上的机构名称可以核定为**教育培训有限公司（股份有限公司）、600平方米以上的机构名称可以核定为“XX培训（课外培训、课外教育、辅导、补习）中心有限公司（股份有限公司）、1500平方米以上的机构名称可以核定为“XX培训（课外培训、课外教育、辅导、补习）学校有限公司（股份有限公司）。教学用房面积不少于办学场所建筑总面积的三分之二，且同一培训时段内生均教学用房建筑面积不少于3平方米。 （二）教学设施与设备满足需要。教育教学设施与设备满足教学、生活、活动需要，且符合安全要求。
深圳市	《深圳市教育局关于规范校外培训机构发展的工作方案》	深圳市教育局	深圳校区	设立校外培训机构的举办者应提供与培训项目和规模相适应的培训场所，场所的建筑面积应不少于200平方米，其中培训用房建筑面积不少于三分之二。同一培训时段内生均教学用房建筑面积、教室生均使用面积、生均宿舍建筑面积参照《深圳市民办中小学设置标准》（深教〔2015〕354号）规定的标准执行。同一培训时段生均教学用房建筑面积不低于3平方米，确保不拥挤，易疏散。中小学校不得举办或参与举办校外培训机构。校外

地区	文件名称	发文单位	适用校区	具体要求
				培训机构不得设在中小学校校内或幼儿园园内。办学场所还应当符合国家规定的消防要求,并取得相应的消防安全证明材料。提供寄宿制服务的，有关设施设备应符合卫生、消防等相关政府职能部门的要求。
成都市	《成都市民办教育培训机构设置指导标准》（成教办〔2017〕16号）	成都市教育局、成都市公安局、成都市民政局、成都市文化广电新闻出版局、成都市工商行政管理局、成都市体育局	成都校区	办学场地应与办学项目和办学规模相适应，合法、独立使用，布局合理，采光、照明、通风、排水良好，符合规划、安全、卫生、环保等要求，达到《民用建筑工程室内环境污染控制规范》（GB50325-2010），并依法通过房屋安全鉴定、消防安全检查（备案）。不得选用居民住宅、半地下室、地下室及其它有安全隐患的场所，儿童用房不得超过3层（一、二级耐火等级）或2层（三级耐火等级）。设立食堂、小卖部的培训机构应依法取得食品经营许可证。艺体教育类培训机构选用的培训器械应符合安全、环保等相关要求。 学科教育类、艺体教育类、科普教育类、成人助学类培训机构的办学场所生均使用面积不低于3平方米，教学用房走道（外廊）净宽不低于1.8米，单体建筑面积原则上不低于300平方米；在同一审批部门管辖范围内设立的教学点，或全部实施一对一教学的培训机构及教学点，办学场所建筑面积原则上不低于200平方米。营地教育类培训机构应当具备与培训项目、规模相适应的专业训练基地，露营地应当符合《休闲露营地建设与服务规范第4部分：青少年营地》（GB/T31710.4-2015）要求。 培训机构提供高中学生、成人学生或营地教育培训学生住宿的，生均宿舍（公寓）建筑面积原则上不低于6.5平方米，生均居室使用面积不宜低于3平方米。男、女生寝室分区或分单元布置，出入口分开设置，配置与培训项目、招生规模相匹配的盥洗室、厕所、值班室等生活和管理用房，设施设备、安全防范等达到《中小学校学生宿舍（公寓）管理服务规范》（DB51/T1959 —2015）。

义乌校区承租使用的义乌市义东路星城广场 B 座四楼房产为住宅用途。义乌校区租用星城广场 B 座四楼用于学员宿舍已征得有利害关系的业主同意，不存在纠纷和争议。除义乌校区外，发行人各地校区现有或租赁房产均满足上述相关规定。义乌校区场地租用情况参见本小节之“（四）租赁的房产”。

六、教学与招生合作情况

公司主要向参加美术高考的学员提供美术艺考培训。报告期内，公司与美术艺考生源集中的大连吉美吉艺术咨询有限公司、海宁向日葵文化传播有限公司等地方画室以及海亮艺术中学、仙居宏大中学等民办高中开展教学与招生合作。上述合作机构主要从事高一和高二在校生的美术培训，以自有品牌对外招生并负责日常经营管理相关的一切事务。公司提供教程管理协助和教学资源支持，允许合作机构在招生资料中使用“相关师资由老鹰画室提供”等宣传内容，或者授予“优质生源基地”、“教学合作基地”、“教学合作单位”等资格。基于良好的合作关系，学员升入高三后，合作机构优先向公司推荐生源，该部分学员独立与公司签订入学协议，并作为公司的学员在老鹰画室的自有培训基地接受美术艺考培训。

此外，公司还与杭州艺侠客网络科技有限公司等在招生领域具有丰富经验的专业机构开展招生服务与宣传推广合作。2019 年度，公司与艺侠客签订

《2019~2020 届招生服务合作协议》及《2019 年宣传推广服务协议》，艺侠客通过宣传推广触达意向学员，并将学员信息通知公司，由公司与艺侠客共同合作努力实现招生。招生合作期限为 2019 年 4 月 7 日至 2021 年 4 月 6 日，宣传推广服务期限为 2019 年 5 月 10 日至 2020 年 5 月 9 日。双方按照协议约定的操作流程确认生源归属，形成双方认可的招生结算名单，根据招生结算名单按每位学员应缴培训费的 25%支付招生服务费。此外，公司还按协议约定向艺侠客支付 2019 年的宣传推广费 30 万元。

报告期内，发行人员工不存在来自于相关合作民办高中的情况，部分专职教师来自于合作画室，具体情况如下：

合作画室或民办高中名称	员工人数
合作方 E	4
合作方 C	4
合作方 V	2
合作方 S	1
合作方 AG	1
合作方 L	1
合作方 P	1
合作方 AD	1
合作方 F	1
合作方 B	1
合作方 A	1
合计	**18**

截至报告期末，发行人在职教师 314 人，上述来自于合作画室的员工合计 18 人，占比 5.73%，人数及比例均较小。在美术培训行业，优秀的培训教师是重要竞争资源，各家培训机构每年都会向社会招聘有经验的教师，因此行业内存在一定比例的正常人员流动。发行人招聘教师主要看重应聘教师的绘画水平和教学能力，对是否来自于合作画室未设限制，少数员工入职发行人之前曾在其他画室工作过，符合美术培训行业惯例，具有合理性。

发行人与相关合作画室已在培训机构的层面上建立合作关系，相关生源系根据合作协议由该画室推荐，因此没有必要通过对方员工带生源报名的方式引流。发行人招聘员工时不会将“自带生源”设置为入职条件，报告期内，不存在员工入

职发行人且带生源报名发行人课程的情形。

报告期内，发行人员工推荐生源具体情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
推荐生源的数量（人）	-	-	378	512
奖励金额（万元）	-	-	23.70	35.13

2017 年度及 2018 年度，为鼓励员工积极推荐学员，发行人将员工推荐生源数量作为员工考核指标之一，在奖金发放时给予一定数额的奖励，故存在员工推荐生源且支付奖励情况。2018 年下半年开始，为应对日趋激烈的市场竞争环境，发行人对销售团队规模进行了扩充，新增成立市场推广部，专门从事招生推广工作，并逐步取消普通教师员工推荐学员的奖励政策，将专业教师考核集中于教学方面，以期进一步提升公司教学质量。

相关会计处理情况为：由于发行人在考核时将员工推荐生源数量作为员工考核指标之一，在奖金发放时给予一定数额的奖励，故上述推荐奖励金额计入员工奖金中，按员工部门归属计入主营业务成本或销售费用等科目。

报告期内，发行人不存在学生推荐生源的情形。

七、特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司无特许经营权。

八、公司研发及技术创新情况

（一）公司核心技术、技术来源、技术先进性及具体表征

公司的核心技术主要是公司在多年的美术培训服务过程中，通过经验总结和迭代升级，创新开发形成的课程研发、教学实施、教师考核培训、品牌营销等体系和技术。

1、课程研发系统

经过多年的美术专业培训积累，公司逐步形成了针对美术艺考特色的课程研发系统。公司每年将全国各省市联考内容和要求，以及各大美术学院校考的考试内容和要求整合归类，把繁复的考试系统规划出几个大类别，进而制定不同的教学目标，明确教学方向。在各省联考、各院校校考结束后，公司会再次收集所有

考试的考题等考试内容和要求，总结不同院校考试考纲和考学评测方向的变化，同步结合公司学员成绩，比对日常学习情况，评估考试要求及打分标准变化，进一步调整公司教学方向和教学计划。此外，在整个教学过程中，公司也会不断收集考试变化相关信息，及时更新考纲内容，力保教学方向准确。

2、教学实施体系

经过多年的教学实践，公司形成了自身独特的教学实施体系，坚持短平快的教学原则，结合“老鹰七步教学法”，从教到学，强化对学员行为习惯的引导和管控，从而实现闭环的教学实施系统，最大程度保障教学目标的实现。

公司在教学过程中坚持简短直接的语言输入和平实、易理解的阐述方式，暂时抛开繁杂深奥的理论，引入贴近生活的生动比喻和案例；坚持以最直接最有效最快的方式，让学员动手画起来，在绘画实践过程中不断了解和感悟绘画的要义和内在。

公司独特的“老鹰七步教学法”贯穿了从课前测评、课堂新课落实到课后查漏补缺、阶段测试 PK 整个过程，通过教学流程规范化、课程理论讲授和范画展示标准化，授课形式趣味化、学习效果跟踪一体化，稳扎稳打，确保每位学员较好实现阶段学习目标。

为了达到理想的教学效果，学员的学习状态是另一个重要的因素。公司十分注重学员绘画兴趣、绘画热情的培养和提升；积极培育良好的学习氛围，营造干净整洁的学习环境，认可和鼓励学员的每一点滴的进步，以此激发学员的学习热情，并引导和管控学生的行为习惯，从而形成良性循环。

3、教师培训系统和考察机制

公司针对专职教师，建立有成熟的培训系统。每年 3~4 月，通过合理利用年度教学空窗期，邀请外部资深专家或优选公司内部明星教员授课，分批次、分阶段组织全体教员开展专业课、教育心理等多种内容形式的拓展培训和复盘总结。同时，在日常教学期间，以课程团队为单位，定期安排每周一次不少于 3 小时的教师内训，通过教师现场作画、讲解、点评等方式，形成相互切磋探讨教学、传承提升教学经验的良好氛围，不断充实教学储备。

公司在搭建良好的学习成长平台的同时，也加强对教师的竞争引导和考察。例如在日常教学期间的内训过程中，定期精选优秀作品作为教案管理，将高效有

趣的讲课方式吸收到范画示范中，通过推广优秀的教研成果，并与个人绩效紧密结合，不断激发教师教学的创造性和积极性。

4、品牌营销系统

公司自成立以来，始终坚持以教学质量为基础打造老鹰画室品牌的认知度、认可度、美誉度和忠诚度。经过多年的发展，逐步形成了以口碑营销为主，配套线上线下宣传的品牌营销系统。

①公司注重口碑营销。学期中会不定期让学员进行评教，对教学、管理、后勤等各方面进行满意度评价和意见建议的征集，对教学管理中存在的问题及时改进和完善。同时通过严格规范的管理和专业深入的教学，帮助学员取得良好的成绩，积攒学员和家长的信任和口碑。艺考学员和家长具有较强的社群联结，往届学员和家长对培训机构的评价往往成为下届学员是否选择入学的重要衡量尺度，因此口碑宣传成为公司形象最有力和最有效的宣传途径之一。

②线上线下多渠道营销。公司设立企划部和市场推广部，各项宣传文案、招生政策均由两大部门统一规划、统一对外发布，统一地推执行。

公司搭建线上多渠道营销网络，包括官网、微信公众号、微博、直播课等自有流量渠道，以及网络大 V 微博、QQ 群、微信群，再结合外部的行业新兴媒体平台、行业论坛等，从作品展示到老鹰的教学理念，广泛覆盖深度传播。此外，公司还借助站牌广告、道旗、考场等线下途径，对公司的教学管理、办学成就、班型及费用标准、日常学习生活、校园活动、培训费优惠政策、联系方式等内容进行宣传，为学员和家长提供了解老鹰画室的有效途径。

（二）核心技术的保护措施及在主营业务及产品或服务中的应用

公司的核心技术主要用于公司教学培训和教学管理过程中。美术培训行业的核心技术一般不以专利的方式存在，因此公司的核心技术未申请专利。

公司高度重视自有核心知识产权保护工作，对涉及的课程产品和教学方案采取以下保护措施：

1、与专业课和文化课教师进行了保密约定，与关键管理人员和研发人员签订《保密、竞业禁止及知识产权保护协议》，严格控制课程研发工作的知情人范围，对具体研发内容采用分科负责、互不交叉的方式，防止整体教学方案泄露。

2、结合美术培训动态和考试特点，定期或不定期对课程产品和教学方案进行迭代升级。一般而言，发行人的课程产品和教学方案具有很强的针对性和时效性，每年都会发生变化，新版本的知悉范围较小、扩散程度不高，能够有效防止泄密。

截至本招股说明书签署日，上述措施能够有效保护核心知识产权不被泄露，发行人未发生核心课程产品和教学方案等知识产权的泄密事件。

（三）核心技术的科研实力和成果情况

报告期内，公司未获得重要技术奖项，也未承担重大科研项目。

（四）研究与开发情况

1、在研项目情况

截至本招股说明书签署日，公司开展的主要研发项目情况如下：

序号	项目名称	主要研究方向和研究目标	人员及经费投入	所处阶段及进展情况
1	艺构微课堂	主要目标是实现线上教学的推广和线下教学的强化学习。线上教学的主要目的：①配合对外招生，开展线上公开课和专题课程的展示，达到线上课程引流的目标；②线上课程注重知识点精讲强化，线下线上课程结合，让学生在家中也可以同样接受到老鹰画室的优质教学，以此达到更高学习效率。	人员：林秀军 预算投入：30 万	在研阶段，正常推进
2	全校区同频教学	主要目标是实现优势教学资源效益最大化。科学整合内部优势教育资源，实现各校区最优势教师资源共享，实现各校区教学的标准化和统一性，保障各校区稳定的教学成绩，并一定程度节约人力成本。	人员：王洪星、邢高峰 预算投入：70 万	在研阶段，正常推进
3	联考校考训练内容迭代	主要目标是确保教学方向和方案的正确性，最大限度保障教学优势。根据省联考、校考每年考试内容、打分要求等的变化情况，结合高分卷分析、本校区学生考试成绩、平时课堂作业对比评估等，制定和修正教学方向和方案，重新拆解标准化步骤和要求，制定新的教学计划和教学大纲，确保持续稳定的教学优势。	人员：陈瑶瑶、冯上海、周清华 预算投入：129 万	在研阶段，正常推进

2、报告期内研发投入情况

报告期内，公司的研发投入主要为研发人员薪酬，研发费用金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
研发费用	194.03	252.89	196.56	160.80
营业收入	14,448.82	28,734.81	23,371.97	17,303.89
研发费用占营业收入的比重	1.34%	0.88%	0.84%	0.93%

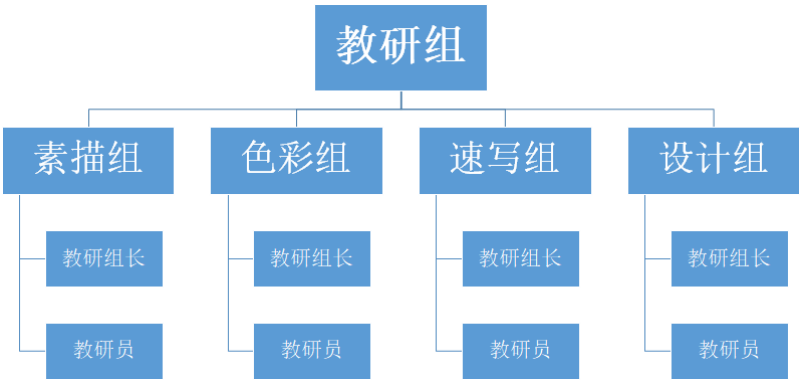
3、合作开发与研究情况

报告期内，公司无合作开发与研究。

（五）公司的研发团队情况

1、研发机构设置

公司设有教研组，负责教学和课程体系开发。教研组分为素描、色彩、速写、设计等学科，由各学科带头人负责本学科的教研工作。



公司在教研团队的管理上，实行教研组和教学区交叉管理的扁平化管理模式。教研组负责教学研究、教学编排、教学把控和教学考核，根据考试方向制定教学计划和方案。教学区负责教学落地执行，并根据所负责区块学生的实际情况调整教学大纲，调整不同班级学员的教学节奏，形成一个个性化的教学方案。

2、研发人员情况

公司研发团队具有丰富的教学和课程研发经验，专业涵盖了速写、素描、色彩、设计等多个美术专业。截至 2020 年 9 月 30 日，公司拥有各类研发人员 6 名，占员工总数 1.02%。

3、核心技术人员情况

公司核心技术人员有 6 人，分别为应伟明、陈萌、张文龙、蒋铭科、孙立堂和方砂砂。公司核心技术人员稳定，最近两年未发生变动。核心技术人员中 1 人

为硕士学历，其余为本科学历。

以上核心技术人员也是发行人核心教育人员。发行人的核心教育人员在各自专业研究领域有着丰富从业经验和专业素养，其特点分析如下：

姓名	专业	学历	特点分析
应伟明	油画	本科	老鹰画室创始人，现任老鹰股份董事长，负责战略管理、教学大纲制定、教师培训等工作。 2000 年毕业于杭州师范大学美术教育专业； 2004 年毕业于中国美术学院雕塑系研修班； 2001—2008 年任教于杭州市第七中学美术班。 出版个人专著或组织出版： 《国美视界-考前素描教学档案》 《浙江杭州老鹰画室-E09 册-完美教学丛书》 《美术高考一本通:色彩 色彩静物》 《美术高考一本通:素描 真人头像》 《美术高考一本通:素描 石膏头像》 《册页临本（色彩篇 2）》 《册页临本（石膏篇）》 《素描头像应试（美术考前三大教室实用教程）》 《色彩静物应试（美术考前三大教室实用教程）》 《素描石膏像应试（美术考前三大教室实用教程）》 《结构素描:真人头像》 《精品临摹（2 素描头像）》 《一线教学系列》六本 《国美格调系列》六本 《应伟明教学案例——速写篇》 《应伟明教学案例——色彩篇》 《巅峰教学系列》四十余本
陈萌	版画	本科	现任老鹰股份董事、总经理、银湖校区校长。 2006 年毕业于中国美术学院版画系，2009 年入职老鹰画室。 出版个人专著： 《艺考图库——色彩静物、风景照片》 《国美格调——素描头像》 《写生为王》
张文龙	艺术	本科	现任老鹰股份董事、副总经理、教学主管、银湖校区副校长。 2007 年毕业于浙江工商大学平面设计系，2008 年入职老鹰画室。 所带班级学生斩获中国美术学院多个专业状元、浙江省联考状元、甘肃联考状元、清华美院安徽状元、中央美院广东状元。 个人出版及参与出版书籍： 《肖像之象—线性素描头像篇》 《肖像之象—线性素描半身像篇》 《敲门砖系列之张文龙素描》 《权威讲堂张文龙素描头像》

姓名	专业	学历	特点分析
			《名师教学素描头像分类教学》 《素描石膏像新标杆》 《一线教学素描头像》 《名师评画石膏头像》 《中国美术学院教材—素描肖像》 《美术高考一本通—素描石膏头像》 《真人头像》 《国美视界—考前素描教学档案》
蒋铭科	服装	本科	现任老鹰股份副总经理、场口校区校长。 2011 年毕业于浙江理工大学科技与艺术学院染织艺术设计系，2011 年入职老鹰画室。从事绘画培训行业多年，所学服装专业赋予其较高的色彩搭配敏感度和设计新颖性，在设计、色彩教学中优势明显。 出版个人专著： 《巅峰教学系列——素描头像》 《巅峰教学系列——素描头像 2》 《素描头像写生》 《一线教学——素描静物》 《国美格调——素描石膏头像》 《国美格调——素描静物》 《巅峰教学系列——素描头像精选全集》 《巅峰教学系列——素描头像对比临摹》 《巅峰教学系列——素描头像解剖》 《巅峰教学系列——素描头像照片》 《巅峰教学系列——素描头像石膏》 《巅峰教学系列——基础素描训练静物》 《巅峰教学系列——基础素描一步一画》
孙立堂	平面设计	硕士	现任老鹰股份副总经理、象山校区校长。2008 年本科毕业于中国美术学院平面设计系；2018 年硕士研究生毕业于中国美术学院专业基础教学部。 2011 年入职老鹰画室，所带学生分别获得中国美术学院、四川美术学院、西安美术学院、中国传媒大学、上海大学等各大美院、211、985 院校以及部分省份联考等多名状元。 2018 年《我的朋友圈》获得“勇立潮头-浙江省第七届青年美术作品展”优秀奖。 出版个人专著： 《国美格调——素描头像新标杆》 《国美格调——骨骼肌肉结构块面》 《破译——从头像到半身带手》 《老鹰十二年》 《素描头像精选——石膏》 《素描头像精选——对比临摹》 《素描英雄传》等
方砂砂	水彩画	本科	现任老鹰股份副总经理、银湖校区副校长、素描组组长。2011 年毕业于青岛大学水彩画系。 2013 年入职老鹰画室，躬身教学屡获佳绩，教学理念质朴实用，针对初学应届生和有功底高复生都有

姓名	专业	学历	特点分析
			完备高效教学体系并因材施教、对症教学。所带学生获得中国美术学院、中央美术学院、西安美术学院、中央民族大学专业状元，以及浙江省联考状元。 参与出版书籍： 《巅峰教学系列丛书》 《一线教学系列丛书》 《中国美术高考作品年鉴》

发行人核心教育人员稳定，报告期内未发生变动。

4、约束激励机制

公司采取必要的措施激励研发人员致力于创新。公司注重与研发人员的双向交流，了解研发人员的能力、事业规划和个人需求等，根据他们的特长、能力、工作意向等安排合适的岗位，并设定合适的考核目标和考核办法，对技术研发创新的成果和效益转化成果进行不同程度的奖励。积极引导研发人员紧跟美术培训的专业方向和技术趋势，贴近市场需求，提高研发的成功率和市场效益，从而对研发创新形成了有效的激励机制。发行人与核心技术人员均签订了《保密、竞业禁止及知识产权保护协议》。

（六）研发创新机制

公司一贯重视研发与创新，坚持依靠创新提升服务质量，增强企业竞争力。公司将重大研究课题列入公司的重点工作，实行严格的研发项目管理制度，组建研发团队，从市场信息收集整理、分析立项、计划与执行、监督到考核等一系列过程都有规范措施，确保项目的顺利进行。

公司的研发遵循“市场优先、创新主导”的原则，通过对市场分析前瞻性地选择研发项目，紧跟美术培训方向和趋势，坚持创新发展道路，致力于提供优质高效和客户满意的服务。

公司秉承“持续改进、迭代升级”的理念，主要通过三方面的工作来保障教研质量得到改进，从而确保教学教案得到有效优化和提升。一是通过学员客观的阶段测试、月考成绩数据的反馈和分析，综合评估学员对课程的掌握程度，针对普遍存在的问题，第一时间改进和完善；二是通过学生问卷、家长沟通、教师内训，多渠道了解学员和教师有价值的想法，教学相长，与时俱进，确保教研产品不断优化提升。三是根据最终的成绩进行年度教学复盘总结，分析得失，总结经

验教训，动态调整教学方案。

九、公司海外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司未在境外从事经营活动。

十、校区运营与安全管理

（一）餐饮和住宿是否由各校区运营与管理，各校区之间的运营模式是否统一，是否有一致的管理标准，是否存在第三方主体运营餐饮和住宿的情形，若存在，第三方是否具备相关资质

截至本招股说明书签署日，除象山、义乌校区餐饮服务由第三方提供外，发行人各校区之间的运营模式统一，具有一致的管理标准，发行人各校区餐饮和住宿运营情况如下所示：

校区名称	运营主体	餐饮运营情况	住宿运营情况
场口校区	老鹰股份	自营	自营
银湖校区	富阳文创	自营	自营
象山校区	杭州艺术	第三方提供	自营
义乌校区	义乌老鹰	第三方提供	自营
温州校区	温州老鹰	自营	自营
深圳校区	深圳老鹰	自营	自营
成都校区	成都老鹰	自营	自营

发行人聘用具备食品经营许可的第三方为象山校区和义乌校区提供餐饮服务，相关主体的信息如下所示：

校区名称	餐饮服务商名称	资质许可名称	资质许可证号	有效期
象山校区	杭州仙熠餐饮有限公司	食品经营许可	JY23301960010571	至 2024.07.25
义乌校区	义乌市道乡饭店	食品经营许可	JY23307820568715	至 2025.06.14

（二）食品经营许可证只覆盖 4 个校区的原因及合理性，其他 3 个校区未取得食品经营许可证是否造成运营资质瑕疵，是否存在潜在法律风险

截至本招股说明书签署日，发行人象山校区及义乌校区由第三方提供餐饮服务，其他校区由发行人自营餐饮服务。发行人象山校区及义乌校区由第三方提供餐饮服务主要是由于发行人象山校区及义乌校区地理位置相对更加靠近城市中

心，可选择的餐饮服务提供商更多，且较自营餐饮成本相对更低。

为满足餐饮服务需要，发行人选聘具备资质的第三方作为餐饮服务供应商，相关供应商具备食品经营许可，能够为发行人提供正规餐饮服务。发行人象山校区及义乌校区未自营餐饮，无需取得食品经营许可证，不会造成其运营资质瑕疵，不存在潜在法律风险。

（三）学员住宿安排是否需要取得相关许可，是否存在潜在法律风险

发行人仅向参培学员提供住宿作为封闭式培训的必要配套服务，不对学员以外的人员提供服务，发行人未从事旅馆业经营。根据保荐人、发行人律师对发行人所在地杭州市富阳区市场监督管理局、杭州市富阳区公安局的访谈确认，以及对发行人其他下属机构所在地公安机关的咨询核实，发行人及其下属机构向学员提供住宿不属于旅馆业，无需取得特种行业相关许可。

（四）报告期内是否发生安全事故，包括但不限于食品、人身、财产等方面，请分类列示并详述事件概况、解决方式与结果；发行人是否具备完善的校园安全运营管理措施，是否存在安全运营风险和潜在法律风险

报告期内，发行人未发生食品、人身、财产等方面的重大安全事故**或其他可能引起媒体关注的重大事件**。报告期内，涉及由发行人支付赔偿费用的意外伤害事故如下所示：

发生时间	事件概述	解决方式	结果
2018.01.04	发行人一员工因拣拾掉落衣物不慎摔伤，经鉴定两项人体损伤九级，一项十级。	员工住院期间，发行人为其垫付医疗费、住院伙食补助费等费用合计135,825元，并通过保险赔付29,240元。经杭州市富阳区银湖街道人民调解委员会调解（调解协议书编号：[2019]富银民调字第0909号），发行人另行向该员工支付270,000元作为赔偿。	发行人已支付相关费用，双方确认该事件已了结。
2019.10.29	义乌老鹰一学员在培训期间，与另一学员在楼梯转角盲区碰撞，导致后脑勺着地受伤。	经义乌市江东街道人民调解委员会调解（调解协议书编号：义乌市江东街道民调书[2020]0014号），义乌老鹰向该学员支付医疗费、营养费、护理费、抚慰金等合计200,000元。	义乌老鹰已支付相关费用，双方确认该事件已了结。

除上述涉及由发行人支付赔偿费用的意外伤害事故外，报告期内发行人共发生10起其他人身意外伤害事件，其中2017年2起、2018年4起、2019年2起、2020年1-9月2起，相关情况如下所示：

发生时间	事件概述	处理/解决方式	结果
2017 年	发行人一学员滑倒摔伤	学员方自行处理	已了结
	杭州艺术一员工工作时摔倒受伤	保险赔付 837.73 元	已了结
2018 年	杭州艺术一员工摔伤	保险赔付 253.82 元	已了结
	四川老鹰一学员摔倒受伤	学员方自行处理	已了结
	富阳文创一学员摔倒受伤	保险赔付 247.57 元	已了结
	富阳文创一学员滑倒受伤	学员方自行处理	已了结
	杭州艺术一学员摔伤	保险赔付 6,319.36 元	已了结
	富阳文创一学员从床上摔下受伤	保险赔付 3,072.49 元	已了结
2020 年	发行人一员工滑倒受伤	员工自行处理	已了结
	富阳文创一学员玩耍时摔倒受伤	学员方自行处理	已了结

报告期内，发行人采取了为学员购买商业保险、为员工缴纳社会保险（医疗保险）、为退休返聘员工购买商业保险、为部分校区购买公众责任险的方式对学员、员工提供相应保障；发行人已建立并于报告期内进一步完善了校园后勤管理制度、校园宿舍管理条例、学生量化管理细则等校园管理制度，对校区行政和后勤的岗位职能进行了明确划分，并对校园设施、财产的妥当使用及损坏赔偿作出了要求；发行人与公安等主管机关保持沟通、积极配合，安排专人负责校园安全方面的有关事务，确保校园安全运营管理措施得以有效执行，降低安全运营风险。此外，发行人已承诺后续将为重要校园设施、财产购买保险，并加强对校园设施、财产的管理，以降低校园设施、财产损毁方面的风险。

综上所述，发行人已经具备了相对完善的校园安全运营管理措施，出现安全运营风险和潜在法律风险的可能性较小。发行人能够有效管控校园运行及学生安全。

（五）学员商业保险的购买情况，包括但不限于保险险种、保障范围、参保人数、保费支出金额、保险期间等，是否足以覆盖学员培训期间安全保障需求

报告期内，发行人为学员购买商业保险的情况如下所示：

届次	保险险种	主要保障范围[注]	参保人数（人）	保费支出金额（元）
2017 级	意外伤害险、定期寿险、医疗险	被保险人因遭受意外伤害导致伤残、身故，因患疾病身故，因遭受意外伤害、患疾病住院或诊	3,312	165,600

届次	保险险种	主要保障范围[注]	参保人数（人）	保费支出金额（元）
		疗		
	意外伤害险	被保险人因患急性病导致身故，因遭受意外伤害导致伤残、身故	827	6,616
2018 级	意外伤害险、定期寿险、医疗险	被保险人因遭受意外伤害导致伤残、身故，因患疾病身故，因遭受意外伤害、患疾病住院或诊疗	4,269	213,450
	意外伤害险	被保险人因患急性病导致身故，因遭受意外伤害导致伤残、身故	1,356	10,848
2019 级	意外伤害险、疾病身故险、医疗险	被保险人因遭受意外伤害导致伤残、身故，因患疾病身故，因遭受意外伤害、患疾病住院或诊疗	3,371	168,550
	意外伤害险	因遭受意外伤害导致伤残、身故，意外伤害医疗费用	2,237	18,840
2020 级	意外伤害险、疾病身故险、医疗险	被保险人因遭受意外伤害导致伤残、身故，因患疾病身故，因遭受意外伤害、患疾病住院或诊疗	2,521	130,520
	意外伤害险	因遭受意外伤害导致伤残、身故，意外伤害医疗费用	1,470	13,230

注：因承保单位不同，具体保障范围存在一定差异。

发行人主要为其长期班学员购买了保险期间相当于培训期间的意外伤害险、医疗险等商业保险，以及为参加发行人组织的跟考与写生的学员购买了保险期间为 3 天/7 天的意外伤害险，其中 2017 级、2018 级、2019 级、2020 级长期班学员商业保险覆盖比例分别为 86.84%、83.54%、66.69%、82.90%。

发行人未为短期班学员购买商业保险，主要基于短期班学员参加培训时间较短，且发行人实行封闭管理，具备相对完善的校园安全运营管理措施，部分下属机构购买了校园责任险和公众责任险，对学员的安全有所保障。针对商业保险购买事项，发行人已出具承诺，自 2020 年新学期起，将为全部学员（包括长期班和短期班）购买商业保险。经发行人确认，除个别新近入学的学员外，发行人已为其所有在校学员购买了商业保险。

综上所述，报告期内发行人为部分长期班学员及参加跟考与写生的学员购买了商业保险，能够满足该部分学员参加培训期间的安全保障需求。发行人已承诺将自 2020 年新学期起为全部学员（包括长期班和短期班）购买商业保险，结合发行人封闭式的管理方式，以及相应的校园安全运营管理措施，上述商业保险购

买安排能够覆盖学员培训期间安全保障需求。

（六）发行人对自身品牌影响力的维护措施

发行人已采取多项措施，积极维护自身品牌影响力，主要包括：

1、积极开展宣传推广

发行人设有企划部，统一负责宣传推广工作。发行人通过官网、微信公众号、视频网站等线上渠道，以及站牌广告、道旗、宣传页、宣传书籍等线下途径，对公司的教学管理、办学成就、班型及费用标准、日常学习生活、校园活动、培训费优惠政策、联系方式等内容进行宣传，为学员和家长提供了解老鹰画室的有效途径，维护和提升品牌影响力。

2、加强师资团队建设及教学管理

美术艺考具有连续性，往届学员和家长对培训机构的评价往往成为下届学员是否选择入学的重要衡量尺度。发行人拥有较为优质的师资力量，建立了完善的教学体系，学员经过培训后美术素养和绘画水平得到快速提升，在历年美术艺考中成绩表现优异，进而形成了良好的品牌影响力。同时，发行人也在持续加强师资团队建设及教学管理，通过引入优秀人才、新建自有校区，以及严格规范的管理和专业深入的教学，帮助学员取得良好的成绩，积攒学员和家长的信任和口碑，维护和提升品牌影响力。

3、合作条款明确规定双方的权利义务，要求合作方切实维护发行人品牌形象及美誉度

发行人在与合作对象签订合作协议时，通常会明确约定合作方应注意维护发行人品牌形象和美誉度，未经许可不得擅自使用发行人名称、品牌，如因合作方过错导致发行人品牌和美誉度受损，发行人有权要求其承担恢复发行人品牌形象、赔偿损失等法律责任。

4、建立侵权处理机制，及时处理侵权及其他损害品牌影响力的情形

发行人已建立侵权处理机制，当发现侵权及其他损害品牌影响力的行为或情形时，发行人会向负有监管职能的主管机关和平台投诉、举报，以期达到停止或消除该等行为或情形的效果，对于后果比较严重的侵权行为，发行人会交由法务人员和外部法律顾问共同进行处理，必要时通过诉讼等途径进行维权。

第七节 公司治理与独立性

一、发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及董事会专门委员会运行及履职情况

（一）股东大会的运行情况

自股份公司设立以来至本招股说明书签署之日，公司共召开31次股东大会。全体股东或其授权代表均出席了会议。历次股东大会对《公司章程》的制定及修订、公司重要规章制度的建立、董事及非职工代表监事的任免、独立董事的聘任、董事会及监事会工作报告、财务预算、财务决算、利润分配方案、首次公开发行的决策和募集资金投向等重大事项均做出合法、有效的决议，切实发挥了股东大会的作用。公司股东大会在召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录等方面均符合《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等相关规定，不存在侵害公司及中小股东权益的情况。股东大会机构和制度的建立和执行，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。

（二）董事会的运行情况

自股份公司设立以来至本招股说明书签署之日，公司共召开43次董事会。全体董事均出席了会议，对董事会专门委员会的设立、公司高级管理人员的选聘、公司重大经营决策、公司主要管理制度的制定、聘请审计机构、审计报告批准报出等重大事项做出合法、有效决议。公司董事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录等方面均按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》等相关规定规范运作，董事会不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

（三）监事会的运行情况

自股份公司设立以来至本招股说明书签署之日，公司共召开 19 次监事会。全体监事均出席了会议，并对监事会主席的选举、财务预算、财务决算、利润分配方案、聘请审计机构等重大事项进行审议监督。公司监事会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录均符合《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》等相关规定。监事会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》所赋予的权利和义务。

（四）董事会专门委员会的人员构成及运行情况

为健全公司的法人治理结构，完善公司的各项规章制度，充分发挥独立董事的作用，2019 年 10 月 16 日，公司召开 2019 年第四次临时股东大会，审议通过《关于成立董事会专门委员会的议案》，决定在董事会下设立战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会。其中，审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会中独立董事各 2 名，审计委员会中有 1 名独立董事是会计专业人士。

1、战略委员会

公司制定了《董事会战略委员会工作细则》，战略委员会委员为应伟明、陈萌、张文龙、夏立安，其中应伟明为主任委员。

截至本招股说明书签署之日，公司战略委员会共召开 2 次会议，按照《公司章程》、《董事会战略委员会工作细则》等规定，对职权范围内的公司各项事务进行讨论决策，运行情况良好。

2、审计委员会

公司制定了《董事会审计委员会工作细则》，审计委员会委员为戴文涛（独立董事、会计专业人士）、张立民（独立董事）、应伟明，其中戴文涛为主任委员。

截至本招股说明书签署之日，公司审计委员会共召开 3 次会议，均严格按照《公司章程》、《董事会审计委员会工作细则》的规定对职权范围内的公司事务进行讨论决策，依法履行了《公司法》和《公司章程》赋予的权利和义务，运行情况良好。

3、提名委员会

公司制定了《董事会提名委员会工作细则》，提名委员会委员为张立民（独立董事）、夏立安（独立董事）、应伟明，其中张立民为主任委员。

截至本招股说明书签署之日，公司提名委员会共召开 1 次会议，严格按照《公司章程》、《董事会提名委员会工作细则》等规定，对职权范围内的公司各项事务进行讨论决策，运行情况良好。

4、薪酬与考核委员会

公司制定了《董事会薪酬与考核委员会工作细则》，薪酬与考核委员会委员为夏立安（独立董事）、戴文涛（独立董事）、陈萌，其中夏立安为主任委员。

截至本招股说明书签署之日，公司薪酬与考核委员会共召开 1 次会议，均按照《公司章程》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》等规定，对职权范围内的公司各项事务进行讨论决策，运行情况良好。

（五）独立董事制度的建立健全及运行情况

2019年8月25日，公司召开2019年第一次临时股东大会，选举戴文涛、夏立安、张立民三名独立董事。公司第二届董事会第五次会议审议通过《关于制定<杭州老鹰教育科技股份有限公司独立董事工作制度>的议案》。公司独立董事自任职以来，能够按照《公司法》、《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》、《公司章程》和《独立董事工作制度》等法律、法规及公司规章制度的要求，履行诚信与勤勉义务，积极出席公司股东大会、董事会会议，参与决策有关重大事项，并发表独立意见。独立董事制度的建立，对于促进公司规范运作、加强风险管理、完善内部控制、提高董事会决策水平发挥积极的作用。

截至本招股说明书签署日，公司独立董事履行职责情况良好，未发生独立董事对发行人有关事项提出异议的情况。

（六）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2015 年 10 月 26 日，公司召开第一届董事会第一次会议，聘任孔金龙为董事会秘书。2018 年 10 月 26 日，公司召开第二届董事会第一次会议，续聘孔金龙为董事会秘书。2019 年 6 月 28 日，公司召开第二届董事会第四次会议决议，聘任夏亚芳为董事会秘书，解聘孔金龙的董事会秘书职务。2019 年 9 月 30 日，公司召开第二届董事会第八次会议，审议通过《关于制定<杭州老鹰教育科技股份有限公司董事会秘书工作细则>的议案》。公司董事会秘书严格按照《公司章程》、《董事会秘书工作制度》等的要求忠实、勤勉履行职责，负责公司信息披露事务，筹备股东大会和董事会，协助公司董事会制定公司资本市场发展战略，组织公司董事、监事、高级管理人员及其他相关人员接受相关法律法规和其他规范性文件的培训，对公司治理结构的完善、信息披露的规范等方面发挥了重要作用。

（七）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

报告期内，公司的治理结构不存在明显缺陷。董事会或高级管理人员不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

公司自改制设立以来已根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规的要求，

建立了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理人员组成的治理架构，并于董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，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，为公司高效经营提供了制度保证。

公司已根据《公司法》、《证券法》等相关法律法规的要求，制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《关联交易管理制度》、《防范关联方资金占用管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《董事会战略委员会工作细则》、《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》等规则和制度；同时，发行人聘任了三名专业人士担任公司独立董事，参与决策和监督，增强董事会决策的客观性、公正性、科学性。公司治理结构能够按照相关法律法规和《公司章程》规定有效运作。

二、关于内部控制完整性、合理性和有效性的评估意见

（一）自我评估意见

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

（二）注册会计师的鉴证意见

中汇会计师事务所于2020年10月31日出具的《内部控制鉴证报告》（中汇会鉴[2020]6441号）认为，老鹰股份按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2020年9月30日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

三、发行人报告期内存在的违法违规行为及受到处罚的情况

发行人因在杭州市西湖区转塘街道象山国际1号楼部分楼层向外扩展面积拼建共计45.03平方米房屋，于2017年5月26日收到杭州市西湖区城市管理局作出的内容为要求拆除拼建房屋的行政处罚（行政处罚决定书文号：西城法罚字[2017]第41014624号）。

根据杭州市西湖区综合行政执法局于2020年1月21日出具的《证明》，上述

处罚已执行完毕，除上述情形外没有以发行人为被处罚人的一般程序案件记录。

保荐机构及发行人律师经核查后认为，上述行为不属于重大违法、违规行为，不会对发行人本次发行上市构成重大不利影响。

综上所述，报告期内发行人合法合规经营，不存在重大违法违规行为，也不存在受到相关主管机关重大处罚情况。

四、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况

报告期内，公司存在关联方向公司短期拆借资金的情形，具体详见本招股说明书本节之“八、关联交易”之“（二）偶发性关联交易”之说明。除上述情形外，公司不存在关联方资金占用的情形。

截至本招股说明书签署日，关联方拆借的资金已全部偿还给公司，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况，也不存在为公司的控股股东及其所控制的其他企业提供担保的情况。

五、发行人独立运行情况和持续经营能力

（一）发行人独立运行情况

发行人自设立以来，严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规及公司章程的要求规范运作，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，具有完整的业务体系以及面向市场独立经营的能力。

1、资产完整

发行人拥有开展经营活动所必备的独立完整的资产，具备与经营有关的业务体系及相关资产，发行人合法拥有与经营有关的商标、教研系统和配套设备、房屋、土地等资产的所有权或使用权。

发行人资产权属清晰、完整，对所拥有的资产具有完全的控制支配权，不存在以资产、权益或信誉为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业债务提供担保的情形，不存在资产、资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用而损害公司利益的情况。

2、人员独立

发行人董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》规定的程序推选和任免，不存在股东超越公司股东大会和董事会做出人事任免决定的情况；发行人总经理、副总经理、财务负责人和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人控制的其他企业领薪；发行人财务人员未在控股股东、实际控制人控制的其他企业兼职。

3、财务独立

发行人设立独立的财务部门及内部审计部门，配备专门的财务人员和内部审计人员，建立独立的会计核算体系，并制订完善的财务会计制度、内部审计工作制度，能够独立进行财务决策。发行人开设有独立的银行账户，作为独立的纳税人进行纳税申报及履行纳税义务，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，或者与发行人股东及其他关联方混合纳税的情形。

4、机构独立

发行人已经建立健全内部经营管理机构，独立行使经营管理职权，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形。发行人严格按照《公司法》及相关法律、法规的有关规定，设立股东大会、董事会、监事会等机构，建立相应的议事规则，建立了规范的法人治理结构和完善的内部规章制度。发行人不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间共用管理机构、混合经营、合署办公之情形，也不存在股东及其他任何单位或个人干预发行人机构设置和生产经营活动的情况。

5、业务独立

发行人主要从事美术培训。发行人拥有独立完整的业务经营体系和直接面向市场独立经营的能力。发行人业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行生产经营活动的情况，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者显失公平的关联交易。

综上所述，发行人已经严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律法规和

《公司章程》的要求规范运作，在资产、人员、财务、机构和业务方面与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均相互独立，具有独立完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。发行人的独立性不存在缺陷。

（二）发行人的持续经营能力

1、主营业务的稳定性

报告期内，公司专注于美术培训业务，主营业务稳定。最近 2 年，主营业务没有发生重大不利变化。

2、公司控制权、管理团队的稳定性

公司控制权、管理团队稳定。最近 2 年，董事、高级管理人员均未发生重大不利变化。控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

3、对公司持续经营有重大不利影响的事项

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

六、同业竞争

（一）同业竞争情况

发行人主要从事美术培训。发行人的控股股东及实际控制人为应伟明。

应伟明曾于 2013 年举办从事非学历教育培训（艺术类辅导培训）的民办培训学校（社会组织）“杭州市富阳区老鹰艺术培训学校”。该学校已于 2015 年 7 月起停止招生及运营，并分别于 2018 年 8 月 15 日、2018 年 8 月 21 日取得杭州市富阳区教育局作出的“富教民终许字（2018）第 2 号”《行政许可（终止）决定书》及杭州市富阳区民政局作出的“杭富民许准字[2018]社注第 M-008 号”《准予行政许可决定书》，完成注销。

截至本招股说明书签署日，除发行人及其控股子公司外，应伟明控制的其他企业未从事美术培训业务，与公司不存在同业竞争。应伟明控制的其他企业为老

鹰投资，其具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

（二）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺

为避免将来可能产生的同业竞争，发行人控股股东、实际控制人出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺的主要内容如下：

本人及本人直接或间接控制的除发行人及其子公司以外的企业目前不存在自营、与他人共同经营、为他人经营或以其他任何方式直接或间接从事与发行人及其子公司相同、相似或构成竞争业务的情形；

本人将不会采取参股、控股、自营、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与发行人及其子公司现在和将来业务范围相同、相似或构成实质竞争的业务，也不会协助、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与发行人及其子公司现在和将来业务范围相同、相似或构成竞争的业务；

对于本人直接或间接控制的其他企业，本人将通过派出机构和人员（包括但不限于董事、高级管理人员等）以及本人在该等企业中的控制地位，保证该等企业比照前款规定履行与本人相同的不竞争义务；

如因国家政策调整等不可抗力原因导致本人或本人直接或间接控制的其他企业将来从事的业务与发行人及其子公司现在或将来业务之间的同业竞争可能构成或不可避免时，则本人将在合理期限内及时转让或终止该等业务或促使本人直接或间接控制的其他企业及时转让或终止该等业务；如发行人及其子公司进一步要求，发行人及其子公司享有该等业务在同等条件下的优先受让权，本人并将确保有关交易价格的公平合理；

如从第三方获得任何与发行人经营的业务存在竞争或潜在竞争的商业机会，本人及本人直接或间接控制的其他企业将立即通知发行人，本人承诺采用任何其他可以被监管部门所认可的方案，以最终排除本人对该等商业机会所涉及资产/股权/业务之实际管理、运营权，从而避免形成同业竞争；

上述承诺在本人作为发行人控股股东、实际控制人期间内持续有效且不可变更或撤销。本人承诺，若因违反本承诺函的上述任何条款，而导致发行人遭受任何直接或者间接形成的经济损失的，本人均将予以赔偿，并妥善处置全部后续事

项。

（三）董事、监事及高级管理人员作出的避免同业竞争的承诺

为避免将来可能产生的同业竞争，发行人董事、监事、高级管理人员出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺的主要内容如下：

在担任发行人董事/监事/高级管理人员期间及辞去职务后六个月内，本人及本人控制的其他企业将不会在中国境内和境外，以任何形式支持第三方直接或间接从事或参与任何与发行人及其控制的企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动；亦不会在中国境内和境外，以其他形式介入（不论直接或间接）任何与发行人及其控制的企业目前及今后进行的主营业务构成竞争或可能构成竞争的业务或活动。

如因本人未履行前述承诺给发行人造成损失的，本人将赔偿发行人的实际损失。

（四）独立董事关于发行人与控股股东、实际控制人不存在同业竞争的独立意见

发行人独立董事经对发行人及其控股股东、实际控制人的业务进行核查，并就有关情况向发行人董事、高级管理人员及发行人控股股东、实际控制人进行询问后，对发行人控股股东、实际控制人是否存在同业竞争问题发表如下独立意见：

发行人控股股东、实际控制人应伟明及其控制的其他企业不存在从事与发行人及其子公司相同或相似业务的情况，与发行人不构成同业竞争。同时，为避免与发行人发生同业竞争，发行人控股股东、实际控制人已出具了《关于避免同业竞争的承诺》。经核查，该承诺正在被严格履行。

七、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》以及《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》的相关规定，截至本招股说明书签署日，发行人的关联方及关联关系如下：

（一）发行人控股股东、实际控制人及其一致行动人

发行人控股股东及实际控制人为应伟明。

（二）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东

其他持有发行人 5%以上股份的主要股东的具体情况见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

（三）控股股东、实际控制人直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除发行人及其控股子公司以外的其他企业

控股股东、实际控制人直接或间接控制的，除发行人及其控股子公司以外的其他企业为老鹰投资，其具体情况见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）其他持有发行人 5%以上股份的主要股东的基本情况”。

除发行人及其控股子公司以外，控股股东、实际控制人未在其他企业担任董事、高级管理人员。

（四）发行人控制、共同控制、施加重大影响的企业

序号	关联方名称	与发行人关系
1	杭州艺术	全资子公司
2	富阳文创	全资子公司
3	老鹰培训	全资子公司
4	深圳老鹰	全资子公司
5	义乌老鹰	控股子公司
6	温州老鹰	全资子公司
7	四川老鹰	控股子公司
8	成都老鹰	控股孙公司

（五）董事、监事及高级管理人员及其直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除发行人及其控股子公司以外的其他企业

序号	关联方名称	关联关系
1	应伟明	控股股东、实际控制人、董事长
2	陈　萌	董事、总经理
3	张文龙	董事、副总经理
4	徐　银	董事

序号	关联方名称	关联关系
5	戴文涛	独立董事
6	张立民	独立董事
7	夏立安	独立董事
8	徐国华	监事会主席
9	应良煜	监事
10	李盼磊	监事
11	孔金龙	副总经理
12	蒋铭科	副总经理
13	孙立堂	副总经理
14	方砂砂	副总经理
15	张玲丽	财务总监
16	夏亚芳	副总经理、董事会秘书

上述董事、监事及高级管理人员直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除发行人及其控股子公司以外的其他企业如下：

序号	企业名称	与发行人关联关系
1	杭州通元优科创业投资合伙企业（有限合伙）	应伟明持有 10%财产份额的企业
2	万控智造股份有限公司	戴文涛担任独立董事的企业
3	杭州安杰思医学科技股份有限公司	夏立安担任独立董事的企业
4	杭州联德精密机械股份有限公司	夏立安担任独立董事的企业
5	浙江得乐康食品股份有限公司	夏立安担任独立董事的企业
6	杭州博拓生物科技股份有限公司	夏立安担任独立董事的企业
7	山东远欧管业有限公司	夏立安持有 20%股权的企业
8	东方通信股份有限公司	张立民担任独立董事的企业
9	思创医惠科技股份有限公司	张立民担任独立董事的企业

（六）直接或者间接控制发行人的法人或者其他组织的董事、监事及高级管理人员

无。

（七）直接或间接持有 5%以上股份的其他自然人股东及其直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除发行人及其控股子公司以外的其他企业

无。

（八）与上述第 1 至 6 项所涉及的自然人关系密切的家庭成员及其直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除发行人及控股子公司以外的法人或其他组织

关系密切的家庭成员包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或者担任董事、高级管理人员的，除发行人及控股子公司以外的法人或其他组织是发行人的关联方。部分关联企业列示如下：

序号	企业名称	与发行人关联关系
1	德州商业集团五金交电化工有限公司	陈萌父亲陈鸣持股并担任执行董事的企业
2	杭州佳作建筑空间设计有限公司	徐银姐姐徐佳佳控制并担任执行董事、总经理的企业
3	合肥阳光新材装饰工程有限公司	方砂砂姐姐方蕾蕾控制并担任执行董事、总经理的企业
4	绍兴上虞朝戈贸易有限公司	夏亚芳妹妹的配偶刘杰控制并担任执行董事、经理的企业
5	杭州柯乐涂料有限公司	张玲丽父亲张阳春担任副总经理的企业
6	杭州富阳泗洲塑料板厂	张玲丽父亲张阳春开办的个体工商户

（九）曾经的关联方

报告期内，与发行人曾经具有关联关系的其他关联自然人和关联法人、组织的情况具体如下：

序号	关联方	与发行人的关系
1	浙江尚源文化创意有限公司	报告期内，公司监事应良煜曾持有该公司 100%股权。该公司于 2019 年 12 月 26 日注销。
2	杭州市富阳区老鹰艺术培训学校	应伟明曾于 2013 年举办从事非学历教育培训（艺术类辅导培训）的民办培训学校（社会组织）“杭州市富阳区老鹰艺术培训学校”。该学校已于 2015 年 7 月起停止招生及运营，并分别于 2018 年 8 月 15 日、2018 年 8 月 21 日取得杭州市富阳区教育局作出的“富教民终许字（2018）第 2 号”《行政许可（终止）决定书》及杭州市富阳区民政局作出的“杭富民许准字[2018]社注第 M-008 号”《准予行政许可决定书》，完成注销。
3	朱张佳	报告期内曾担任发行人监事，目前仍在公司任职。
4	屠小君	报告期内曾担任发行人财务负责人，目前仍在公司任职。

八、关联交易

（一）经常性关联交易

1、关联租赁

单位：万元

出租方名称	租赁资产种类	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应伟明	房屋	52.50	70.00	70.00	70.00

报告期内，公司租赁应伟明位于杭州转塘镇象山社区国际 1 号楼 3 楼整层的房产，双方约定租赁价格为每年 70 万元，租赁期限为 2015 年 5 月至 2023 年 4 月。该租赁价格参照市场价格确定，交易价格公允。

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，该项关联租赁金额占当期营业成本的比重分别为 0.89%、0.62%及、0.54%及 0.61%，占当期同类型交易的比重分别为 6.06%、5.08%、4.57%及 4.58%，故报告期内自关联方的关联租赁交易金额较小，对发行人财务状况不存在重大影响。上述关联租赁仍将持续进行。

2、董事、高级管理人员薪酬

报告期内，公司与董事、高级管理人员的关联交易主要为向其支付薪酬。具体情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关键管理人员薪酬	312.19	370.80	278.53	291.81

（二）偶发性关联交易

1、关联方资金拆借

报告期内，发行人及其子公司偶发性关联交易为关联方资金拆借，具体情况如下：

单位：万元

关联方	拆借年度	借出金额	归还金额	期末余额
应伟明	2017 年度	276.00	-	276.00
	2018 年度	-	276.00	-
	2019 年度	-	-	-

关联方	拆借年度	借出金额	归还金额	期末余额
	2020 年 1-9 月	-	-	-

2017 年，发行人向应伟明借出资金 276.00 万元。截至 2018 年末，发行人已清理完毕所有关联方资金拆借，2019 年起发行人未再发生关联方资金拆借的情形。发行人未就以上拆借支付或收取利息费用，未收取的利息费用对发行人的财务状况和经营成果不构成重大影响。

2017 年，发行人向应伟明借出资金 276.00 万元，主要原因是 2017 年发行人的银湖校区正在建设期，委托应伟明在市场上购买雕塑等艺术品，用于装饰和丰富新校区的环境空间。由于相关购买行为后续并未发生，2018 年末应伟明将相关款项归还发行人，由于委托时点发行人以为是备用金借款性质，并未约定利息或资金占用费，故未就以上拆借收取利息费用。截至 2018 年末，发行人已清理完毕所有关联方资金拆借。报告期内，发行人不存在与非关联方之间的资金拆借。

就该关联方资金拆借事项，发行人虽未履行会议审议程序及信息披露程序，但相关拆借及免收资金占用费事项已由发行人第二届董事会审计委员会第一次会议、第二届董事会第十次会议、第二届监事会第四次会议及 2019 年度股东大会予以补充确认，关联董事/股东回避了表决程序。发行人独立董事已出具独立意见，认为上述交易不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。相关程序及意见如下：

会议时间	会议届次	决议内容	回避表决及独立董事、监事意见
2020 年 4 月 8 日	第二届董事会审计委员会第一次会议	审议通过《关于确认公司最近三年（2017 年 1 月 1 日－2019 年 12 月 31 日）关联交易事项的议案》	关联委员应伟明回避表决
2020 年 4 月 8 日	第二届董事会第十次会议	审议通过《关于确认公司最近三年（2017 年 1 月 1 日－2019 年 12 月 31 日）关联交易事项的议案》	关联董事应伟明回避表决；全体独立董事认为，相关交易不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况，同意提交公司股东大会审议
2020 年 4 月 8 日	第二届监事会第四次会议	审议通过《关于确认公司最近三年（2017 年 1 月 1 日－2019 年 12 月 31 日）关联交易事项的议案》	监事会确认相关交易不存在损害公司和其他股东利益的情形
2020 年 4 月 28 日	2019 年度股东大会	审议通过《关于确认公司最近三年（2017 年 1 月 1 日－2019 年 12 月 31 日）关联交易事项的议案》	关联股东应伟明回避表决

综上，上述追认过程履行了必要的决策、审议程序，追认程序合法有效。

发行人制定了《关联交易管理制度》和《防范控股股东及其他关联方资金占

用管理制度》等规章制度，进一步建立健全公司治理体系。此外，为减少和规范上述情况，公司控股股东、实际控制人、持有 5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员出具了《关于不存在资金占用及违规担保的承诺函》，承诺：

“截至本承诺函出具日，本人/本企业及本人/本企业控制的企业和其他经济组织不存在占用发行人及其子公司资金的情况，也不存在发行人及其子公司为本人/本企业及本人/本企业控制的企业和其他经济组织提供担保的情况。

本人/本企业及本人/本企业控制的企业和其他经济组织自本承诺函出具之日将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人及其子公司之资金，且将严格遵守中国证监会及证券交易所关于上市公司法人治理的有关规定，避免本人/本企业、本人/本企业控制的企业和其他经济组织与发行人及其子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

若发行人及其子公司因历史上存在的与本人/本企业及本人/本企业控制的企业和其他经济组织的资金往来行为而遭受任何损失的，由本人/本企业承担赔偿责任。

若本人/本企业及本人/本企业控制的企业和其他经济组织违反上述承诺，与发行人及其子公司发生除正常业务外的任何资金往来而使得发行人或其子公司受到处罚的，由本人/本企业承担赔偿责任。”

自 2019 年 1 月 1 日以来，发行人未再发生关联方资金拆借的情形。

2、关联担保

报告期内，发行人控股股东、实际控制人为发行人及其子公司的银行借款提供的关联担保情况如下：

单位：万元

保证人	债务人	债权人	担保金额	主债权发生期间
应伟明	富阳文创	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行	3,000.00	2018.03.29-2019.04.11
应良煜	富阳文创	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行	3,000.00	2018.03.29-2019.04.11
应伟明	富阳文创	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行	5,000.00	2019.04.12-2020.03.10
应良煜	富阳文创	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行	5,000.00	2019.04.12-2021.04.11
应伟明	老鹰股份	招商银行股份有限公司杭州滨江支行	3,000.00	2018.01.12-2019.01.11

保证人	债务人	债权人	担保金额	主债权发生期间
应伟明	老鹰股份	招商银行股份有限公司杭州分行	3,000.00	2019.03.01-2020.02.29
应伟明	富阳文创	中信银行股份有限公司杭州富阳支行	8,000.00	2019.03.26-2020.03.25
应伟明	老鹰股份	杭州银行股份有限公司富阳支行	10,000.00	2019.05.13-2022.12.31
应伟明	杭州艺术	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行	500.00	2020.03.11-2023.03.10
应伟明	富阳文创	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行	3,850.00	2020.03.11-2023.03.10
应伟明	老鹰股份	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行	2,500.00	2020.03.11-2023.03.10
应良煜	杭州艺术	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行	500.00	2020.03.11-2023.03.10
应良煜	老鹰股份	杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行	250.00	2020.03.11-2023.03.10
应伟明	老鹰股份	招商银行股份有限公司杭州分行	3,000.00	2020.04.09-2021.04.08
应伟明	富阳文创	中信银行股份有限公司杭州富阳支行	9,000.00	2020.05.08-2022.05.08
应伟明	老鹰股份	中信银行股份有限公司杭州富阳支行	18,000.00	2020.06.24-2026.06.24

（三）关联交易简要汇总表

报告期内，发行人与关联方发生的全部关联交易的简要汇总表如下：

单位：万元

类别	交易对方	交易金额			
		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经常性关联交易	应伟明-房屋租赁	52.50	70.00	70.00	70.00
	关键管理人员薪酬	312.19	370.80	278.53	291.81
偶发性关联交易	发行人向关联方借出资金	-	-	-	276.00
	关联方向发行人归还拆借款	-	-	276.00	-
	关联担保	68,600.00	40,000.00	9,000.00	-

（四）报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

为保证关联交易的公允性，确保关联交易符合公平、公正、公开的原则，发行人通过制订《公司章程》、三会议事规则、《关联交易管理制度》等，健全了关联交易审批制度，明确了关联交易的审议程序和决策权限，切实规范关联交易。

发行人报告期内与关联方之间发生的交易行为均履行了相应的法律程序，关联股东及董事在审议程序中履行了回避义务，发行人关联交易的决策权限和程序

符合规范性文件要求。独立董事对报告期内的关联交易进行了核查，并发表了独立意见：公司最近三年（2017 年 1 月 1 日－2019 年 12 月 31 日）与关联方之间发生的关联交易遵循公平自愿原则，定价公允，符合交易当时法律法规及公司相关制度的规定，不存在损害公司及其他非关联股东利益的情况。

（五）发行人全体董事关于报告期内重大关联交易的意见

发行人全体董事对发行人 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日发生的关联交易进行认真审查后发表如下意见：

发行人 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日与关联方之间发生的关联交易遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，定价公允，并履行了必要的决策程序，符合交易当时法律法规及公司相关制度的规定，不存在通过关联交易操纵公司利润的情形，不存在损害发行人利益及股东利益之情形，不会对发行人业务的独立性造成影响。

（六）规范关联交易的承诺

为规范公司的关联交易，维护公司的利益和保证公司的长期稳定发展，公司控股股东和实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员作出了《关于减少及规范关联交易的承诺函》，具体内容如下：

1、公司控股股东、实际控制人承诺如下：

本人已按照证券监管法律、法规以及规范性文件的要求对发行人关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。本人以及本人控制的其他企业与发行人之间不存在依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

在作为发行人关联方期间，本人及本人控制的其他企业将尽量避免与发行人之间发生关联交易，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。本人将严格遵守发行人《公司章程》等规章制度，合法、合规履行关联交易决策程序，并及时披露关联交易事项。本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会利用发行人的实际控制人地位和经营决策权损害发行人及其他股东的合法权益。

本人承诺不会通过直接或间接持有发行人的股份而滥用股东权利，损害发行人及其他股东的合法利益。

如本人违反上述承诺，导致发行人遭受任何直接或者间接损失的，本人将予以赔偿，并妥善处置全部后续事项。

2、公司董事、监事、高级管理人员承诺如下：

本人已按照证券监管法律、法规以及规范性文件的要求对发行人关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。本人以及本人控制的其他企业与发行人之间不存在依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

在作为发行人关联方期间，本人及本人控制的其他企业将尽量避免与发行人之间发生关联交易，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。本人将严格遵守发行人《公司章程》等规章制度，合法、合规履行关联交易决策程序，并及时披露关联交易事项。本人承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会利用发行人的经营决策权损害发行人及其他股东的合法权益。

本人承诺不会利用发行人关联方地位，损害发行人及其他股东的合法利益。

如本人违反上述承诺，导致发行人遭受任何直接或者间接损失的，本人将予以赔偿，并妥善处置全部后续事项。

3、公司持股 5%以上股东老鹰投资承诺如下：

本企业已按照证券监管法律、法规以及规范性文件的要求对发行人的关联方以及关联交易进行了完整、详尽披露。本企业以及本企业控制的其他企业与发行人之间不存在依照法律法规和中国证监会的有关规定应披露而未披露的关联交易。

本企业在作为发行人持股 5%以上的股东期间，本企业及本企业控制的企业将尽量避免与发行人之间发生关联交易，对于不可避免发生的关联业务往来或交易，将在平等、自愿的基础上，按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格将按照市场公认的合理价格确定。本企业将严格遵守发行人《公司章程》等规章制度，合法、合规履行关联交易决策程序，并及时披露关联交易事项。本企业承诺不会利用关联交易转移、输送利润，不会利用发行人的经营决策权损害发行人及其他股东的合法权益。

本企业承诺不会利用发行人的持股 5%以上的股东地位，损害发行人及其他股东的合法利益。

如本企业违反上述承诺，导致发行人遭受任何直接或者间接损失的，本企业将予以赔偿，并妥善处置全部后续事项。

（七）报告期内关联方的变化情况

发行人报告期内关联方的变动情况详见本招股说明书本节之“七、关联方及关联关系”之“（九）曾经的关联方”。

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节财务会计数据及相关财务信息，非经特别说明，均引自经注册会计师审计的财务报表及其附注。除另有注明外，公司财务数据和财务指标等均以合并会计报表的数据为基础进行计算。本节的财务会计数据及有关说明反映了公司报告期内经审计财务报表及附注的主要内容，本公司提醒投资者关注财务报表和审计报告全文，以获取全部的财务资料。

本公司在管理层分析中，部分采用了与同行业公司对比分析的方法，以便投资者深入理解公司的财务及非财务信息。本公司以行业相关性、业务结构相似性为标准，选取相关可比公司。可比公司的相关信息均来自其公开披露资料，本公司不对其准确性、真实性做出判断。

一、审计意见及财务报表

（一）审计意见类型

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）对公司2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日、2020年9月30日的合并及母公司资产负债表，2017年度、2018年度、2019年度、2020年1-9月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的《审计报告》（中汇会审[2020]6439号）。其审计意见如下：

公司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，公允反映了老鹰股份2017年12月31日、2018年12月31日、2019年12月31日、2020年9月30日的合并及母公司财务状况以及2017年度、2018年度、2019年度、2020年1-9月的合并及母公司经营成果和现金流量。

（二）财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动资产：				
货币资金	27,482,844.49	12,610,031.56	38,976,379.27	29,816,519.53
应收账款	869,685.00	524,250.54	590,408.47	489,443.14

预付款项	506,251.78	721,148.54	650,448.08	249,156.09
其他应收款	1,301,261.93	829,598.14	778,895.41	3,763,769.37
存货	547,934.80	628,457.58	614,179.01	310,932.74
其他流动资产	19,263,133.46	19,485,002.40	35,570,637.72	32,268,874.15
流动资产合计	**49,971,111.46**	**34,798,488.76**	**77,180,947.96**	**66,898,695.02**
非流动资产：				
投资性房地产	22,296,193.78	2,188,004.05	2,280,641.38	-
固定资产	505,815,186.11	164,668,967.95	160,023,171.27	28,489,806.42
在建工程	465,402.68	265,922,694.14	23,599,123.26	55,228,347.46
无形资产	53,631,303.93	52,662,840.32	53,644,968.29	33,302,609.45
长期待摊费用	11,919,567.14	18,697,733.22	16,844,815.82	14,591,435.84
递延所得税资产	2,025,916.19	443,192.09	1,020,246.38	354,809.11
其他非流动资产	525,228.00	57,000.00	169,000.00	1,136,389.00
非流动资产合计	**596,678,797.83**	**504,640,431.77**	**257,581,966.40**	**133,103,397.28**
资产总计	**646,649,909.29**	**539,438,920.53**	**334,762,914.36**	**200,002,092.30**
负债和股东权益				
流动负债：				
短期借款	45,063,078.58	36,050,417.71	25,700,000.00	-
应付账款	52,828,025.30	56,690,092.19	32,651,270.96	9,660,041.50
预收款项	-	50,769,299.66	61,035,130.54	46,619,647.64
合同负债	123,614,799.61	-	-	-
应付职工薪酬	9,095,385.19	12,355,312.06	16,447,208.83	13,783,976.31
应交税费	8,518,303.96	17,441,838.85	15,787,550.15	14,379,071.06
其他应付款	6,620,418.42	10,353,885.92	7,554,584.69	2,192,732.60
一年内到期的非流动负债	13,475,486.16	15,138,540.01	-	-
流动负债合计	**259,215,497.22**	**198,799,386.40**	**159,175,745.17**	**86,635,469.11**
非流动负债：				
长期借款	119,700,000.00	85,000,000.00	-	-
递延收益	301,807.42	437,620.75	618,705.19	799,789.63
非流动负债合计	**120,001,807.42**	**85,437,620.75**	**618,705.19**	**799,789.63**
负债合计	**379,217,304.64**	**284,237,007.15**	**159,794,450.36**	**87,435,258.74**
股东权益：				
股本	37,500,000.00	37,500,000.00	37,500,000.00	37,500,000.00

资本公积	14,586,839.98	14,586,839.98	14,586,839.98	14,586,839.98
盈余公积	7,239,139.65	7,239,139.65	5,662,539.54	4,903,166.17
未分配利润	203,331,914.20	190,182,193.51	113,563,081.35	54,501,494.05
归属于母公司股东权益合计	**262,657,893.83**	**249,508,173.14**	**171,312,460.87**	**111,491,500.20**
少数股东权益	**4,774,710.82**	**5,693,740.24**	**3,656,003.13**	**1,075,333.36**
所有者权益合计	**267,432,604.65**	**255,201,913.38**	**174,968,464.00**	**112,566,833.56**
负债和所有者权益总计	**646,649,909.29**	**539,438,920.53**	**334,762,914.36**	**200,002,092.30**

2、合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**144,488,179.17**	**287,348,107.04**	**233,719,668.80**	**173,038,942.69**
减：营业成本	85,460,627.42	129,224,299.16	112,972,339.24	78,922,930.62
税金及附加	1,769,636.09	2,534,729.09	1,305,839.35	1,029,192.18
销售费用	5,178,200.42	9,034,259.54	6,589,190.19	4,337,640.38
管理费用	28,341,069.47	37,023,859.89	31,630,099.51	31,781,443.59
研发费用	1,940,276.44	2,528,920.89	1,965,618.72	1,607,977.98
财务费用	6,225,833.65	2,687,904.43	615,583.94	-158,497.58
加：其他收益	752,225.13	1,369,875.36	242,113.18	98,591.80
投资收益	-	173,218.60	491,922.09	823,234.14
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-96,797.89	-201,804.29	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	50,184.20	-284,072.10
资产处置收益（损失以“-”号填列）	318,939.74	-16,077.74	6,584.90	-
二、营业利润（亏损以“-”填列）	**16,546,902.66**	**105,639,345.97**	**79,431,802.22**	**56,156,009.36**
加：营业外收入	2,372,185.60	2,086,665.89	2,052,631.20	338,149.22
减：营业外支出	1,462,803.15	203,209.21	210,872.33	247,506.72
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**17,456,285.11**	**107,522,802.65**	**81,273,561.09**	**56,246,651.86**
减：所得税费用	5,225,593.84	27,289,353.27	20,971,930.65	18,361,617.16
四、净利润（净亏损以“-”填列）	**12,230,691.27**	**80,233,449.38**	**60,301,630.44**	**37,885,034.70**
（一）按经营持续性分类				
1．持续经营净利润（净亏损以“-”填列）	12,230,691.27	80,233,449.38	60,301,630.44	37,885,034.70

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
2．终止经营净利润（净亏损以“-”填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类				
1．归属于母公司所有者的净利润	13,149,720.69	78,195,712.27	59,820,960.67	37,142,709.86
2．少数股东损益	-919,029.42	2,037,737.11	480,669.77	742,324.84
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额（综合亏损总额以“-”号填列）	**12,230,691.27**	**80,233,449.38**	**60,301,630.44**	**37,885,034.70**
归属于母公司所有者的综合收益总额	13,149,720.69	78,195,712.27	59,820,960.67	37,142,709.86
归属于少数股东的综合收益总额	-919,029.42	2,037,737.11	480,669.77	742,324.84
七、每股收益：				
（一）基本每股收益	0.35	2.09	1.60	0.99
（二）稀释每股收益	0.35	2.09	1.60	0.99

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	214,773,890.41	296,623,568.59	265,446,115.56	193,830,955.50
收到的其他与经营活动有关的现金	3,333,734.17	3,023,894.26	3,299,341.95	1,984,739.74
经营活动现金流入小计	**218,107,624.57**	**299,647,462.85**	**268,745,457.51**	**195,815,695.24**
购买商品、接受劳务支付的现金	28,672,309.45	32,723,578.52	38,436,789.93	29,422,216.62
支付给职工以及为职工支付的现金	65,452,452.10	102,711,262.46	79,987,913.19	49,686,348.05
支付的各项税费	17,715,426.03	36,202,495.18	26,678,628.51	19,084,955.73
支付其他与经营活动有关的现金	14,654,091.65	18,388,636.52	19,582,643.57	13,854,481.74
经营活动现金流出小计	**126,494,279.23**	**190,025,972.68**	**164,685,975.20**	**112,048,002.14**
经营活动产生的现金流量净额	**91,613,345.34**	**109,621,490.17**	**104,059,482.31**	**83,767,693.10**
二、投资活动产生的现金流量：				
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	175,600.00	59,990.97	40,081.59	-
收到其他与投资活动有关的现金	10,000.00	71,173,218.60	76,288,612.50	211,026,379.35
投资活动现金流入小计	**185,600.00**	**71,233,209.57**	**76,328,694.09**	**211,026,379.35**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	110,386,580.41	266,731,781.38	126,266,882.35	82,292,408.23

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
支付其他与投资活动有关的现金	10,000.00	47,000,000.00	72,100,000.00	227,760,000.00
投资活动现金流出小计	**110,396,580.41**	**313,731,781.38**	**198,366,882.35**	**310,052,408.23**
投资活动产生的现金流量净额	**-110,210,980.41**	**-242,498,571.81**	**-122,038,188.26**	**-99,026,028.88**
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	2,100,000.00	1,892,280.00
取得借款收到的现金	315,000,000.00	241,000,000.00	65,200,000.00	-
筹资活动现金流入小计	**315,000,000.00**	**241,000,000.00**	**67,300,000.00**	**1,892,280.00**
偿还债务支付的现金	273,000,000.00	130,700,000.00	39,500,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	8,529,552.00	3,789,266.07	661,434.31	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	340,000.00
筹资活动现金流出小计	**281,529,552.00**	**134,489,266.07**	**40,161,434.31**	**340,000.00**
筹资活动产生的现金流量净额	**33,470,448.00**	**106,510,733.93**	**27,138,565.69**	**1,552,280.00**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响额	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**14,872,812.93**	**-26,366,347.71**	**9,159,859.74**	**-13,706,055.78**
加：期初现金及现金等价物余额	12,610,031.56	38,976,379.27	29,816,519.53	43,522,575.31
六、期末现金及现金等价物余额	**27,482,844.49**	**12,610,031.56**	**38,976,379.27**	**29,816,519.53**

4、母公司资产负债表

单位：元

资产	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
流动资产：				
货币资金	9,810,076.16	1,659,003.09	10,936,077.32	9,045,324.85
应收账款	379,365.68	109,750.67	113,786.81	223,621.88
预付款项	166,317.51	317,584.07	198,346.34	39,462.83
其他应收款	6,411,613.34	2,787,353.75	20,814,527.65	35,891,549.09
存货	129,510.01	84,003.71	178,982.25	16,430.61
其他流动资产	13,601,185.45	13,283,851.26	22,527,448.63	3,152,280.04
流动资产合计	**30,498,068.15**	**18,241,546.55**	**54,769,169.00**	**48,368,669.30**
非流动资产：				
长期股权投资	25,159,022.20	24,159,022.20	23,259,022.20	20,259,022.20
投资性房地产	20,071,456.98	-	-	-
固定资产	369,797,965.49	20,131,349.26	20,485,031.56	21,207,444.47

资产	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
在建工程	465,402.68	265,922,694.14	23,599,123.26	-
无形资产	22,309,210.84	20,830,060.95	21,131,273.88	108,000.00
长期待摊费用	1,784,857.79	2,488,266.88	3,525,715.51	1,661,478.24
递延所得税资产	4,991.65	1,444.09	1,497.20	2,942.39
其他非流动资产	525,228.00	57,000.00	129,000.00	1,060,000.00
非流动资产合计	**440,118,135.63**	**333,589,837.52**	**92,130,663.61**	**44,298,887.30**
资产总计	**470,616,203.78**	**351,831,384.07**	**146,899,832.61**	**92,667,556.60**
负债和股东权益				
流动负债：				
短期借款	5,008,342.47	500,725.00	5,500,000.00	-
应付账款	49,262,405.40	44,739,364.59	7,270,313.35	208,606.19
预收款项	0.00	11,223,705.47	12,955,103.41	7,572,319.16
合同负债	35,479,793.88	-	-	-
应付职工薪酬	3,893,989.84	4,604,289.93	4,493,371.28	2,911,347.25
应交税费	1,755,883.96	3,424,676.21	1,586,116.60	1,562,402.50
其他应付款	152,073,008.73	99,258,074.30	42,918,920.52	15,830,607.71
一年内到期的非流动负债	13,475,486.16	15,138,540.01	-	-
流动负债合计	**260,948,910.44**	**178,889,375.51**	**74,723,825.16**	**28,085,282.81**
非流动负债：				
长期借款	119,700,000.00	85,000,000.00	-	-
非流动负债合计	**119,700,000.00**	**85,000,000.00**	**-**	**-**
负债合计	**380,648,910.44**	**263,889,375.51**	**74,723,825.16**	**28,085,282.81**
股东权益：				
股本	37,500,000.00	37,500,000.00	37,500,000.00	37,500,000.00
资本公积	20,505,862.18	20,505,862.18	20,505,862.18	20,505,862.18
盈余公积	7,239,139.65	7,239,139.65	5,662,539.54	4,903,166.17
未分配利润	24,722,291.51	22,697,006.73	8,507,605.73	1,673,245.44
所有者权益合计	**89,967,293.34**	**87,942,008.56**	**72,176,007.45**	**64,582,273.79**
负债和所有者权益总计	**470,616,203.78**	**351,831,384.07**	**146,899,832.61**	**92,667,556.60**

5、母公司利润表

单位：元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**43,528,713.47**	**65,119,296.82**	**50,855,670.65**	**29,852,976.93**
减：营业成本	21,468,039.40	26,073,230.96	23,446,456.15	13,500,316.77
税金及附加	734,634.02	563,382.23	413,851.97	461,348.87
销售费用	4,193,938.65	6,987,081.95	4,290,252.34	3,313,201.32
管理费用	12,040,004.17	14,195,622.97	11,738,243.02	17,135,836.15
研发费用	376,979.35	303,706.59	303,675.81	198,572.14
财务费用	2,526,411.08	476,817.30	374,338.91	-62,679.10
加：其他收益	210,036.71	679,520.15	10,683.40	62,500.00
投资收益	-	78,533.66	10,381.43	30,366,019.19
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-194,151.30	1,572,958.43	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	161,850.84	-1,455,192.52
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	20,456.31	-3,485.74	-
二、营业利润（亏损以“-”填列）	**2,204,592.21**	**18,870,923.37**	**10,468,282.38**	**24,279,707.45**
加：营业外收入	2,088,182.98	1,877,971.05	20,162.20	268,287.02
减：营业外支出	1,220,000.00	53,427.15	102,000.00	222,901.77
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	**3,072,775.19**	**20,695,467.27**	**10,386,444.58**	**24,325,092.70**
减：所得税费用	1,047,490.41	4,929,466.16	2,792,710.92	1,626,625.75
四、净利润（净亏损以“-”填列）	**2,025,284.78**	**15,766,001.11**	**7,593,733.66**	**22,698,466.95**
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”填列）	2,025,284.78	15,766,001.11	7,593,733.66	22,698,466.95
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额（综合亏损总额以“-”号填列）	**2,025,284.78**	**15,766,001.11**	**7,593,733.66**	**22,698,466.95**

6、母公司现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、经营活动产生的现金流量：				

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	69,107,279.26	67,157,939.79	59,627,516.78	31,687,252.11
收到的其他与经营活动有关的现金	2,371,852.70	2,572,305.43	1,195,005.01	1,295,408.29
经营活动现金流入小计	**71,479,131.96**	**69,730,245.22**	**60,822,521.79**	**32,982,660.40**
购买商品、接受劳务支付的现金	11,174,494.18	1,214,505.01	8,748,648.62	5,876,294.11
支付给职工以及为职工支付的现金	20,344,299.57	28,476,199.56	20,598,595.98	11,635,415.00
支付的各项税费	3,417,216.99	5,368,302.72	4,961,646.32	1,924,649.51
支付其他与经营活动有关的现金	6,348,256.54	7,048,963.11	11,720,604.47	6,255,372.96
经营活动现金流出小计	**41,284,267.28**	**42,107,970.40**	**46,029,495.39**	**25,691,731.58**
经营活动产生的现金流量净额	**30,194,864.68**	**27,622,274.82**	**14,793,026.40**	**7,290,928.82**
二、投资活动产生的现金流量：				
取得投资收益收到的现金	-	-	-	30,000,000.00
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	20,456.31	119,677.20	-
收到其他与投资活动有关的现金	10,000.00	184,228,533.66	87,826,035.10	145,829,328.78
投资活动现金流入小计	**10,000.00**	**184,248,989.97**	**87,945,712.30**	**175,829,328.78**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	102,474,402.07	225,460,182.07	42,312,407.02	17,897,587.62
投资支付的现金	1,000,000.00	900,000.00	3,000,000.00	2,000,000.00
支付其他与投资活动有关的现金	3,785,120.02	118,800,000.00	86,450,000.00	175,500,000.00
投资活动现金流出小计	**107,259,522.09**	**345,160,182.07**	**131,762,407.02**	**195,397,587.62**
投资活动产生的现金流量净额	**-107,249,522.09**	**-160,911,192.10**	**-43,816,694.72**	**-19,568,258.84**
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	-	1,892,280.00
取得借款收到的现金	188,000,000.00	114,000,000.00	25,000,000.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	55,446,356.88	140,550,000.00	58,000,000.00	32,000,000.00
筹资活动现金流入小计	**243,446,356.88**	**254,550,000.00**	**83,000,000.00**	**33,892,280.00**
偿还债务支付的现金	150,500,000.00	19,000,000.00	19,500,000.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	4,830,626.40	1,538,156.95	385,579.21	-
支付其他与筹资活动有关的现金	2,910,000.00	110,000,000.00	32,200,000.00	17,340,000.00
筹资活动现金流出小计	**158,240,626.40**	**130,538,156.95**	**52,085,579.21**	**17,340,000.00**
筹资活动产生的现金流量净额	**85,205,730.48**	**124,011,843.05**	**30,914,420.79**	**16,552,280.00**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响额	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	**8,151,073.07**	**-9,277,074.23**	**1,890,752.47**	**4,274,949.98**

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
加：期初现金及现金等价物余额	1,659,003.09	10,936,077.32	9,045,324.85	4,770,374.87
六、期末现金及现金等价物余额	**9,810,076.16**	**1,659,003.09**	**10,936,077.32**	**9,045,324.85**

二、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）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》和各项具体会计准则、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”），以及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）的披露规定编制财务报表。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、报告期末合并财务报表范围

截至报告期末，发行人合并报表范围如下：

子公司/孙公司名称	级次	主要经营地	注册地	业务性质	持股比例	取得方式
杭州老鹰文化艺术有限公司	一级	杭州市	杭州市	教育培训	100.00%	直接设立
杭州富阳老鹰文化创意有限公司	一级	杭州市	杭州市	教育培训	100.00%	直接设立
深圳老鹰艺术创意有限公司	一级	深圳市	深圳市	教育培训	100.00%	直接设立
义乌市老鹰文化创意有限公司	一级	义乌市	义乌市	教育培训	70.00%	直接设立
温州瓯海区老鹰艺术培训有限公司	一级	温州市	温州市	教育培训	100.00%	直接设立
杭州老鹰教育培训有限公司	一级	杭州市	杭州市	教育培训	100.00%	直接设立
四川老鹰文化创意有限公司	一级	成都市	成都市	教育培训	58.00%	直接设立
成都市成华区老鹰文化艺术培训学校有限公司	二级	成都市	成都市	教育培训	注	直接设立

注：发行人持有四川老鹰文化创意有限公司 58%股权，四川老鹰文化创意有限公司持有成都市成华区老鹰文化艺术培训学校有限公司 100%股权。

2、报告期内合并财务报表范围变化

报告期内，发行人合并报表范围变化如下：

公司名称	变化原因	是否在合并报表范围			
		2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
杭州老鹰文化艺术有限公司	2013 年设立	是	是	是	是
杭州富阳老鹰文化创意有限公司	2015 年设立	是	是	是	是
深圳老鹰艺术创意有限公司	2016 年设立	是	是	是	是
义乌市老鹰文化创意有限公司	2016 年设立	是	是	是	是
温州瓯海区老鹰艺术培训有限公司	2017 年设立	是	是	是	是
杭州老鹰教育培训有限公司	2018 年设立	是	是	是	不适用
四川老鹰文化创意有限公司	2018 年设立	是	是	是	不适用
成都市成华区老鹰文化艺术培训学校有限公司	2019 年设立	是	是	不适用	不适用

三、关键审计事项及与财务会计信息相关的重要性水平判断标准

（一）关键审计事项

关键审计事项是会计师根据职业判断，认为分别对 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-9 月期间财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，会计师不对这些事项单独发表意见。会计师确定下列事项是需要在审计报告中沟通的关键审计事项。

会计师在审计中识别出的关键审计事项汇总如下：

1、收入确认

（1）事项描述

2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-9 月老鹰股份合并营业收入分别为 173,038,942.69 元、233,719,668.80 元、287,348,107.04 元、144,488,179.17 元，为老鹰股份公司合并利润表重要组成项目。

老鹰股份营业收入主要来源于美术培训业务收入。公司按与客户（学员）约定的培训服务期间，以直线法摊销确认培训费收入。

由于营业收入是老鹰股份关键财务指标之一，且存在老鹰股份管理层（以下简称管理层）为了达到特定目标或期望而操纵收入确认的固有风险，为此会计师确定收入确认作为关键审计事项。

（2）审计应对

针对收入确认关键审计事项，会计师实施审计程序主要包括：

①了解、测试与销售与收款相关的内部控制制度的设计和执行的有效性，通过检查入学协议条款，评价公司收入确认政策是否符合相关会计准则的要求；

②执行分析性复核程序，判断销售收入和毛利率变动的合理性；

③取得报告期收入摊销台账，复核培训费收入摊销的准确性；

④选取样本，检查与该笔销售相关的入学协议、学生基本信息情况表、收款记录和收据；对 2017 年度、2018 年度及 2019 年度销售收入结合学生学费缴纳情况进行电话访谈，同时，对 2017 年-2019 年学员实施了必要的走访程序；对 2019 年度销售收入结合学生学费缴纳情况进行抽样函证。

2、固定资产和在建工程账面价值确认

（1）事项描述

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 9 月 30 日老鹰股份合并口径固定资产账面价值分别为 28,489,806.42 元、160,023,171.27 元、164,668,967.95 元、505,815,186.11 元；2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 9 月 30 日老鹰股份合并口径在建工程账面价值 55,228,347.46 元、23,599,123.26 元、265,922,694.14 元、465,402.68 元；2017-2019 年及 2020 年 9 月 30 日合并口径固定资产和在建工程账面价值分别占资产总额的比例为 41.86%、54.85%、79.82%、78.29%。

报告期内，管理层对在建工程转入固定资产的时点和银行借款利息资本化事项涉及较多判断，同时固定资产和在建工程账面价值占老鹰股份资产总额比例较高，且场口新校区建设工程为公司 IPO 募集资金投资项目，为此会计师确定固定资产和在建工程账面价值确认作为关键审计事项。

（2）审计应对

针对在建工程账面价值确认关键审计事项，会计师实施审计程序主要包括：

①了解、测试与固定资产和在建工程的完整性、真实性和准确性相关的关键内部控制；

②取得重要在建工程施工项目台账与账面核对，选取样本，查看合同、发票、工程款支付证书及付款银行回单等；取得固定资产增减明细，选取样本，查看审批单、合同、发票及付款银行回单等。

③对固定资产和在建工程的重要供应商进行访谈和函证；

④取得在建工程验收相关资料，检查在建工程转固时点是否准确；

⑤评价管理层对固定资产的可使用年限及残值估计的恰当性；并按照老鹰股

份会计政策和会计估计方法重新计算固定资产折旧；

⑥取得固定资产和在建工程明细，抽取样本，对固定资产和重要在建工程施工项目实施实地监盘程序，询问现场人员，了解固定资产使用状况和工程施工进度，查看是否存在减值迹象；

⑦对固定资产和在建工程抵押情况向相关银行进行函证，检查在建工程抵押情况；

⑧执行分析性复核程序，与同行业公司主要资产情况进行对比，检查是否存在异常情况。

（二）与财务会计信息相关的重要性水平的判断标准

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重要事项判断标准为：根据自身所处的行业和发展阶段，公司首先判断项目性质的重要性，主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素。在此基础上，公司进一步判断项目金额的重要性，主要考虑项目金额是否超过税前利润的 5%。

四、影响公司经营能力及财务状况的主要因素

（一）影响公司经营能力及财务状况的主要因素

作为一家营利性民办教育培训机构，公司主要开设有素描、色彩、速写以及设计等课程，以面授方式为学员提供美术培训服务，致力于培养学员的绘画技能、创意思维和审美旨趣，提升学员的综合美术素养。影响发行人经营能力及财务状况的主要因素包括外部市场环境、行业竞争格局、公司核心竞争力等。

1、外部市场环境

近年来，国家积极鼓励、大力支持民办教育，并出台相关政策健全和规范民办教育机构的健康发展；强调增强综合素质的教育理念，加强学生素质教育，提高学生的美育素养，并提出将艺术素质测评结果作为综合评价学生发展状况的内容之一，为学生中考和高考录取提供参考。国家鼓励政策的陆续出台，为美术培训行业的健康发展提供了良好稳定的政策环境。同时，随着市场对艺术人才的需求不断提高，及美术类专业毕业生拥有的良好就业前景，艺考招生规模及参考人数近年来也在不断扩大。国家教育改革的全面升级、教育理念的转变及就业结构变迁，使得美术培训行业发展迅速且在未来一段时间内仍将保持上升趋势。

2、行业竞争格局

美术培训重体验、依赖线下的特点，决定了线下仍是主流教学场景，部分具有一定品牌优势的机构通过“直营+加盟”模式已广泛布局全国各大城市。从数量上看，美术培训机构数量十分庞大。受限于地域资源、教学模式等因素，美术培训行业市场结构高度分散。

公司具有较高知名度和良好的口碑，这为公司持续获取生源和拓展市场奠定良好的基础，有利于公司经营的稳定和发展。公司将继续专注于美术艺考领域，紧密关注政策动向，完善自身课程体系，紧抓教学质量，以进一步提升公司的市场品牌价值和核心竞争力；整合公司现有教学资源和行业经验，逐步向美术兴趣培养和美术职业培训领域扩张，延伸美术培训面向群体。此外，公司继续加强浙江地区品牌深入，并在全国重点省会城市和一二线城市布局体验中心，深入区域市场，通过体验课、各种形式的线上线下联合推广活动来提高公司在当地的品牌形象和影响力。

3、公司核心竞争力

公司的核心竞争力体现在优质的师资力量、优越的办学环境、科学的教学方案和课程内容、完善的管理体系以及良好的品牌形象与行业口碑等方面。经过十多年的发展，公司拥有业内优质的师资力量，建立了完善的教学体系。凭借优异的培训成果、规范的办学模式和规模效应，公司在业内树立了良好的品牌形象，在国内美术培训行业拥有较高的知名度，已经具备进行异地品牌复制的实力。

（1）优质的师资力量

美术培训机构对老师的综合素质要求较高，不仅要有深厚的专业理论基础，丰富的工作实践经验，还需要有良好的沟通和表达能力。强大的师资力量是高升学率的重要保障。在日趋激烈的培训市场竞争中，拥有一批高素质的教师是培训机构进入本行业的必要条件，也是相关核心竞争力的重要体现。

经过十几年的发展，公司形成了一个专业专攻、教学精准、体系缜密、师资雄厚的教学团队。公司已形成**场口**、银湖、象山、深圳、温州、义乌、成都七个校区，教职工近 600 人，核心业务人员拥有十分扎实的艺术功底，并长期从事教育培训工作，具有较高的综合专业技能、教学能力和沟通能力。公司也建立了集招聘、培训、考核、激励为一体的全方位教师管理体系。

（2）优越的办学环境

经过多年的发展与布局，公司已拥有场口、银湖、象山、义乌、深圳、温州、成都七个校区，各校区地理环境优越、设施齐备，其中位于杭州市富阳区的银湖校区及场口校区均为自建校区，2020 年场口校区建成投用后公司自建校区面积将达到 10 万平方米，远高于业内同行。自建校区为公司业务发展提供了稳定、安全、优越的教学基础条件。

公司本次募集资金将部分用于体验中心建设，可以解决对外拓展第一阶段的场地需求，未来将根据各地区发展情况以经营积累或融资资金启动异地分校建设。目前，发行人成功建设运营两大自建校区，以租赁场地方式运营另外五个校区，无论是自建还是租赁，发行人在场地的选址、装修、功能分布等方面操作经验丰富，已形成一定的标准，可快速复制到新设校区。

（3）科学的教学方案和课程内容

在长期的经营实践过程中，公司逐渐形成了具有特色和市场竞争力的课程产品和教学方案，并且自主研发了具有创新性的课程内容、教学材料等，行业内的认可度较高。

在教学方案方面，公司美术艺考培训教学方法与教学内容与国内主要美术专业院校接轨，注重课程体系的科学性和前沿性。公司教研团队由总部统一设置，统筹安排各校区教研工作，各校区同时安排专人负责针对性研究，结合学员不同美术基础、不同报考方向、不同学习阶段等具体情况推出多种教学方案，对学员进行更有针对性的训练。公司通过对美术考学和美术专业院校教学发展趋势的长期研究，有效把握行业动态和艺考风向标。经过近几年的教学实践，公司已积累了丰富的教学管理经验，并建立了覆盖美术艺考培训的完整课程体系。

在课程内容方面，公司美术专业课程分为素描、色彩、速写、设计四个科目，实行教研组和教学区块交叉管理。各个科目均有专门的教研组进行教学研究、教学编排、教学把控和教学考核。教学区块主要负责教学管理、教学进度和科目间的课程协调。公司的教学方案和培训课程能够保证各校区教学活动顺畅开展。

（4）完善的管理体系

根据多年的教学管理经验，公司建立了较为完善的现代化公司制管理体系，在董事会的领导下，由总经理统筹负责各校区管理。在日常运营方面建立以教学部和学生部为核心的管理体系。教学部负责研究行业相关政策和高考政策，并制定年度教学规划和教学大纲；负责师资团队的建设和管理；负责教学管理与教学任务。学生部负责校区教学辅助事务和后勤管理，负责学生的入学办理、班级教务管理、学生生活管理等。公司的管理体系针对性强，职权清晰，能够保证各地校区高效运转。

（5）良好的品牌形象与行业口碑

自成立以来，公司始终坚持以提高学员培训质量为业务发展重中之重，秉承“突破、创新”的教学理念，凭借优异的培训教学成果在业内树立了良好的品牌形象。2019 年公司培训学员上万人次，学员遍布全国多个省、自治区、直辖市，具有较强的生源基础。经过长期的品牌积淀和客户口碑传播，公司在业内拥有较高的知名度和行业口碑，形成了一定的品牌优势，获得了众多艺考学员的认可，表现出较强的市场竞争力。学员经过培训后美术素养和绘画水平得到快速提升，在历年美术艺考中成绩表现优异，并以扎实的美术基础和优异的专业成绩进入高等院校继续深造。

报告期内，公司 2018 届、2019 届及 2020 届学员分别有 2,517 人、2,866 人及 2,863 人被本科院校正式录取，录取率达到 56%以上，超过全国普通本科录取率 15 个百分点。报告期内，公司培训的学员被九大美院录取的人数分别为 801 人、730 人及 692 人，占九大美院历年录取总人数的 6.85%、6.41%和 5.73%，录取人数及占比均较高。

公司多次被专业机构和业内报刊评为“全国十佳画室”、“杭州十大品牌画室”、“浙江最具价值教育培训机构”和“浙江市场消费者最满意十大教育培训机构”。2021 年，公司被中共浙江省委宣传部认定为“2019-2020 年度浙江省重点文化企业”。良好的行业口碑和品牌形象有助于获得学员和家长的认可，进而有利于公司获取生源，进一步拓展市场。

未来公司将进一步完善自身教学体系和教学内容，培育和储备优质师资力量，紧抓教学质量，通过优异的培训成果、规范的办学模式和规模效应提升公司的市

场品牌价值和核心竞争力，努力扩大公司招生规模，以保持公司的持续盈利能力。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的指标分析

根据公司所处的行业状况和自身业务特点，公司管理层认为对公司业绩变动具有较强预示作用的指标主要为营业收入、营业收入增长率、综合毛利率等指标，具体如下：

指标	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入（万元）	14,448.82	28,734.81	23,371.97	17,303.89
营业收入增长率	-22.93%	22.95%	35.07%	42.34%
综合毛利率	40.85%	55.03%	51.66%	54.39%

注：2020 年 1-9 月营业收入增长率系同期增长率

报告期内，公司营业收入分析参见本招股说明书本节之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入”，综合毛利率分析参见本招股说明书本节之“九、经营成果分析”之“（三）毛利及毛利率”。

五、报告期内采用的重要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则

1、收入确认的一般原则

（以下与收入确认有关的会计政策自 2020 年 1 月 1 日起适用）

本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部于 2017 年 7 月 5 日发布《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》(财会[2017]22 号)(以下简称“新收入准则”)。

新收入准则下，公司以控制权转移作为收入确认时点的判断标准。公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。

满足下列条件之一的，公司属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：（1）客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；（2）客户能够控制公司履约过程中在建的商品；（3）公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收

入，但是，履约进度不能合理确定的除外。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。

对于在某一时点履行的履约义务，公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：（1）公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；（2）公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；（3）公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；（4）公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；（5）客户已接受该商品；（6）其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格，是公司因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额。公司代第三方收取的款项以及公司预期将退还给客户的款项，作为负债进行会计处理，不计入交易价格。合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。合同开始日，公司预计客户取得商品控制权与客户支付价款间隔不超过一年的，不考虑合同中存在的重大融资成分。

（以下与收入确认有关的会计政策适用于 2017-2019 年度）

（1）销售商品

商品销售收入同时满足下列条件时予以确认：①公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；②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；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入企业；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时。

（2）提供劳务

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的（同时满足收入的金额

能够可靠地计量、相关经济利益很可能流入、交易的完工进度能够可靠地确定、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量），采用完工百分比法确认提供劳务收入，并按已完工作的测量结果确定提供劳务交易的完工进度。

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：若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；若已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权在同时满足相关的经济利益很可能流入、收入的金额能够可靠地计量时，确认让渡资产使用权的收入。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；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。

2、发行人收入确认的具体原则

（以下与收入确认有关的会计政策自 2020 年 1 月 1 日起适用）

针对美术班、文化班培训业务：

公司在一定期间内以面授方式为学员提供美术培训及非小班化文化课培训服务，通常在学员报名时预收学费，并将收到的学费确认为合同负债；学员在公司提供服务的同时即取得并消耗服务履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行的履约义务。公司按与学员约定的培训服务期间，以直线法摊销确认培训费收入。

公司在一定期间内以面授方式为学员提供小班化文化课培训服务，通常在学员报名时预收学费，并将收到的学费确认为合同负债；学员在发行人提供服务的同时即取得并消耗服务履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行的履约义务。发行人按与学员约定的培训服务期间，每月按实际消耗课时结转确认收入。

公司为学员提供其他与教学配套服务，属于在某一时点履行的履约义务，于服务完成时确认收入。

（以下与收入确认有关的会计政策适用于 2017-2019 年度）

公司主要以面授方式，向学员提供美术及文化课培训服务，并收取相应的培训费用。对于美术培训及非小班化文化课培训，公司按与客户（学员）约定的培训服务期间，以直线法摊销确认培训费收入。对于小班化文化课培训，公司按与

学员约定的培训服务期间，每月按实际消耗课时结转确认收入。对其他与教学配套的服务，公司于相关服务完成时确认收入。

3、发行人分业务的收入确认方式和时点

以下与收入确认有关的会计政策适用于 2020 年 1-9 月：

内容	班级设置	收入确认方式和时点
美术班	长期班	发行人在一定期间内以面授方式为学员提供美术培训及文化课培训服务，通常在学员报名时预收学费，并将收到的学费确认为合同负债；学员在发行人提供服务的同时即取得并消耗服务履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行的履约义务。发行人按与学员约定的培训服务期间，按月以直线法摊销确认培训费收入。
	短期班	
文化课班	选考文化课班	
	高考文化课班	
	文化课小班	发行人在一定期间内以面授方式为学员提供文化课培训服务，通常在学员报名时预收学费，并将收到的学费确认为合同负债；学员在发行人提供服务的同时即取得并消耗服务履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行的履约义务。发行人按与学员约定的培训服务期间，每月按实际消耗课时结转确认收入。
其他配套服务		发行人为学员提供其他与教学配套服务属于在某一时点履行的履约义务，发行人于服务完成时确认收入。

以下与收入确认有关的会计政策适用于 2017-2019 年度：

内容	班级设置	收入确认方式和时点
美术班	长期班	发行人在一定期间内以面授方式为学员提供美术培训及文化课培训服务，通常在学员报名时预收学费，发行人按与学员约定的培训服务期间，按月以直线法摊销确认培训费收入。
	短期班	
文化课班	选考文化课班	
	高考文化课班	
	文化课小班	发行人在一定期间内以面授方式为学员提供文化课培训服务，通常在学员报名时预收学费，发行人按与学员约定的培训服务期间，每月按实际消耗课时结转确认收入。
其他配套服务		发行人为学员提供其他与教学配套服务属于在某一时点履行的履约义务，发行人于服务完成时确认收入。

发行人相关确认及分摊依据一致，确认培训收入的会计处理恰当，符合会计准则的规定。

4、发行人与同行业公司披露收入确认时点对比

公司名称	主要业务	收入确认具体原则
中公教育	主要从事非学历职业就业培训服务，涵盖公务员招录、事业单位招录、教师招录及教师资格和其他面授及线上培训服务	收入主要包括普通班收入与协议班收入。普通班面授培训收入于完成培训服务时，将预收的培训费全部确认为收入；普通班线上培训收入于提供服务的有效期内按直线法确认。协议班收入于完成培训服务时将不予退费部分确认为收入；可退费部分则根据协议

公司名称	主要业务	收入确认具体原则
		约定，在满足不退费条件时确认为收入。
东方时尚	主要经营驾校培训业务	驾驶培训收入：主要提供驾培服务，收到学员款项时确认预收款项，每月末根据学员所处的阶段确认收入。 陪练收入：客户自主选择陪练时间并缴纳相应的费用，公司确认收入预收款项，每月末再根据客户已参加陪练的时间占总陪练时间的比例结转确认收入。
龙门教育	主营业务包括面向复读生、初高中应届生提供“两季三训”的全封闭培训、K12 课外培训、以及教学软件及课程销售	教学辅助软件销售收入确认原则：教学辅助软件销售收入是指拥有自主知识产权、无差异化、可批量复制的软件产品，无需根据用户需求进行定制。本公司销售的自行开发软件产品实质上就是销售转让商品的所有权，公司以软件产品交付购买方并收取对价时确认收入。 全封闭中高考补习培训收入：公司按补习的学期收取学费，于收到学费款项时确认预收款项，并在学期内按直线法摊销相关的预收款项并确认营业收入。 K12 课外培训收入：公司按课外辅导的课时收取课时费用，于收到课时款项时确认预收款项，每月按实际消耗课时结转确认收入。
传智播客	以 IT 教育培训业务为主	商品销售收入：公司销售在已将商品交付给客户时确认收入。 提供劳务收入：公司主要提供培训业务，根据与用户签订的培训协议，按提供的培训方式不同而采取如下不同的完工进度确认方法：1）在一定期间内均衡提供服务的，在提供授课服务期限内按直线法分期确认收入。2）按上课时数提供服务的，在服务期限内，每月按已上课时数占总课时的比例确认收入。
昂立教育	集中在 K12 教育、职业教育、国际教育及幼儿教育四大领域	提供的教育培训等劳务收入按提供劳务程度确认提供劳务收入
发行人	主要以面授方式为学员提供美术培训服务	公司主要以面授方式，向学员提供美术及文化课培训服务，并收取相应的培训费用。对于美术培训及非小班化文化课培训，公司按与客户（学员）约定的培训服务期间，以直线法摊销确认培训费收入。对于小班化文化课培训，公司按与学员约定的培训服务期间，每月按实际消耗课时结转确认收入。对其他与教学配套的服务，公司于相关服务完成时确认收入。

综上，总体而言，同行业公司通常采用预收培训费的方式，针对预收的培训费，通常采用按月直线法摊销、按实际消耗课时、按已上课时数占总课时的比例等方式进行收入确认，发行人与同行业公司比较，收入确认方式和时点不存在重大差异，具有合理性。

（二）合并财务报表的编制方法

1、合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础确定。控制是指本公司拥有对被投资

方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响该回报金额。合并范围包括本公司及全部子公司。子公司，是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分、结构化主体等）。

2、合并报表的编制方法

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定、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映本公司整体财务状况、经营成果和现金流量。

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和往来对合并资产负债表、合并利润表、合并现金流量表、合并所有者权益变动表的影响。

子公司少数股东应占的权益、损益和当期综合收益中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和综合收益总额项下单独列示。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。

（三）现金

在编制现金流量表时，将本公司库存现金及可以随时用于支付的存款确认为现金。

（四）金融工具

金融工具是指形成一方的金融资产并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

（以下与金融工具有关的会计政策自2019年1月1日起适用）

1、金融工具的分类、确认依据和计量方法

（1）金融资产和金融负债的确认和初始计量

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。对于以常规方式购买或出售金融资产的，本公司在交易日确认将收到的资产和为此将承担的负债，或者在交易日终止确认已出售的资产，同时确认处置利得或损失以及应向买方收取的应收款项。

金融资产和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资产和金融负债，相关的交易费用直接计入当期损益，对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。对于初始确认时不具有重大融资成分的应收账款，按照收入确认方法确定的交易价格进行初始计量。

（2）金融资产的分类和后续计量

本公司根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征将金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

①以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产，是指同时符合下列条件的金融资产：A、本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；B、该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。该类金融资产在初始确认后采用实际利率法以摊余成本计量，所产生的利得或损失在终止确认、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，是指同时符合下列条件的金融资产：A、本公司管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标。B、该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。该类金融资产在初始确认后以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

除上述①、②情形外，本公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。该类金融资产在初始确认后以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失计入当期损益。

（3）金融负债的分类和后续计量

本公司将金融负债分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负

债及以摊余成本计量的金融负债。

①以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和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。该类金融负债在初始确认后以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失计入当期损益。

②以摊余成本计量的金融负债

除上述情形外，本公司将其余所有的金融负债分类为以摊余成本计量的金融负债。该类金融负债在初始确认后采用实际利率法以摊余成本计量，产生的利得或损失在终止确认或在按照实际利率法摊销时计入当期损益。

（4）权益工具

权益工具是指能证明拥有本公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。本公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。本公司对权益工具持有方的各种分配（不包括股票股利），减少股东权益。本公司不确认权益工具的公允价值变动额。

2、金融资产转移的确认依据及计量方法

金融资产转移，是指将本公司将金融资产（或其现金流量）让与或交付该金融资产发行方以外的另一方。金融资产终止确认，是指本公司将之前确认的金融资产从其资产负债表中予以转出。

满足下列条件之一的金融资产，本公司予以终止确认：（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；（2）该金融资产已转移，且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；（3）该金融资产已转移，虽然本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产的控制。

若本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且保留了对该金融资产的控制的，则按照继续涉入被转移金融资产的程度继续确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

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之和。对于本公司指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具，整体或部分转移满足终止确认条件的，按上述方法计算的差额计入留存收益。

3、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，本公司终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。本公司（借入方）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，终止确认原金融负债，同时确认一项新金融负债。本公司对原金融负债（或其一部分）的合同条款做出实质性修改的，终止确认原金融负债，同时按照修改后的条款确认一项新金融负债。

金融负债（或其一部分）终止确认的，本公司将其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。

4、金融工具公允价值的确定

金融资产和金融负债的公允价值确定方法见本招股说明书本节之“五、报告期内采用的重要会计政策和会计估计”之“（五）公允价值”。

5、金融工具的减值

本公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款以及财务担保合同进行减值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。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司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。

对于由《企业会计准则第14号——收入》规范的交易形成的应收款项及租赁应收款，本公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融工具，本公司按照一般方法计量损失准备，在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来12个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。未来12个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后12个月内（若金融工具的预计存续期少于12个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

本公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，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，确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。对于在单项工具层面无法以合理成本获得关于信用风险显著增加的充分证据的金融工具，本公司以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。若本公司判断金融工具在资产负债表日只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值。

6、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

（以下与金融工具有关的会计政策适用于2017年度-2018年度）

金融资产和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资产和金融负债，相关的交易费用直接计入损益，对于其他类别的金融资产和金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

1、金融资产的分类、确认和计量

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。金融资产在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、持有至到期投资、贷款和应收款项以及可供出售金融资产。

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

包括交易性金融资产和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。该类金融资产取得时以公允价值（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。采用公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融资产相关的股利和利息收入计入当期损益。

（2）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金融资产。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。采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

（3）贷款和应收款项

贷款和应收款项是指在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产。本公司划分为贷款和应收款的金融资产包括应收票据、应收账款、应收利息、应收股利及其他应收款等。以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。贷款和应收款项采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

可供出售金融资产包括初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、

持有至到期投资以外的金融资产。可供出售债务工具投资的期末成本按照摊余成本法确定，可供出售权益工具投资的期末成本为其初始取得成本。取得时按照公允价值（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。可供出售金融资产采用公允价值进行后续计量，其折溢价采用实际利率法摊销并确认为利息收入。期末除减值损失和外币货币性金融资产与摊余成本相关的汇兑差额确认为当期损益外，可供出售金融资产的公允价值变动确认为其他综合收益；但是，对于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，按成本计量。处置时，将取得的价款与该项金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

2、金融资产转移的确认依据及计量方法

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付该金融资产发行方以外的另一方。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。

满足下列条件之一的金融资产，予以终止确认：（1）收取该金融资产现金流量的合同权利终止；（2）该金融资产已转移，且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；（3）该金融资产已转移，虽然企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，但是放弃了对该金融资产的控制。

若企业既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬，且未放弃对该金融资产的控制的，则按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。继续涉入所转移金融资产的程度，是指该金融资产价值变动使企业面临的风险水平。

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。金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该项金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。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）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之和；（2）所转移金融资产的账面价值。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中对应终止确认部分的金额之和；（2）终止确认部分的账面价值。

3、金融负债的分类、确认和计量

金融负债在初始确认时划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和其他金融负债。

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，其分类与前述在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资产的条件一致。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

（2）其他金融负债

与在活跃市场中没有报价、公允价值不能可靠计量的权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融负债，按照成本进行后续计量。其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

4、金融负债的终止确认

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，才能终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。对现存金融负债全部或者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。

金融负债全部或者部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。本公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或者承担的新金融负债）之间的差

额，计入当期损益。

5、权益工具

权益工具是指能证明拥有本公司在扣除所有负债后的资产中的剩余权益的合同。本公司发行（含再融资）、回购、出售或注销权益工具作为权益的变动处理。本公司不确认权益工具的公允价值变动。与权益性交易相关的交易费用从权益中扣减。本公司对权益工具持有方的各种分配（不包括股票股利），减少股东权益。本公司不确认权益工具的公允价值变动额。

6、金融工具公允价值的确定

金融资产和金融负债的公允价值确定方法见本招股说明书本节之“五、报告期内采用的重要会计政策和会计估计”之“（五）公允价值”。

7、金融资产的减值准备

除了以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，公司在每个资产负债表日对其他金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明金融资产发生减值的，计提减值准备。

8、金融资产和金融负债的抵销

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

（五）公允价值

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。本公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，本公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是本公司在计量日能够进入的交易市场。

在对某项资产或负债的公允价值作出估计时，本公司采用可获得的可观察市场数据；如果无法获得第一层次输入值（即在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价），则聘用第三方有资质的评估机构进行估值，在此过程中本公司管理层与其紧密合作，以确定适当的估值技术和相关模型的输入

值。

（六）应收款项减值

（以下与应收款项减值有关的会计政策自2019年1月1日起适用）

1、应收账款减值

本公司按照本招股说明书本节之“五、报告期内采用的重要会计政策和会计估计”之“（四）金融工具”之“（以下与金融工具有关的会计政策自 2019 年 1 月 1 日起适用）5、金融工具的减值”所述的简化计量方法确定应收账款的预期信用损失并进行会计处理。在资产负债表日，本公司按应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间的差额的现值计量应收账款的信用损失。当单项应收账款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司根据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况并考虑前瞻性信息，在组合基础上估计预期信用损失，确定组合的依据如下：

组合名称	确定组合的依据
账龄组合	按账龄划分的具有类似信用风险特征的应收账款

2、其他应收款减值

本公司按照本招股说明书本节之“五、报告期内采用的重要会计政策和会计估计”之“（四）金融工具”之“（以下与金融工具有关的会计政策自 2019 年 1 月 1 日起适用）5、金融工具的减值”所述的一般方法确定其他应收款的预期信用损失并进行会计处理。在资产负债表日，本公司按应收取的合同现金流量与预期收取的现金流量之间的差额的现值计量其他应收款的信用损失。当单项其他应收款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司根据信用风险特征将其他应收款划分为若干组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况并考虑前瞻性信息，在组合基础上估计预期信用损失，确定组合的依据如下：

组合名称	确定组合的依据
账龄组合	按账龄划分的具有类似信用风险特征的其他应收款

（以下与应收款项减值有关的会计政策适用于2017年度-2018年度）

应收款项坏账准备的确认标准和计提方法

（1）单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准	应收账款——金额 100 万元以上（含）或占应收账款账面余额 5%以上的款项；其他应收款——余额列前五位的其他应收款或金额 100 万元以上（含）或占其他应收款账面余额 5%以上的款项。
单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法	经单独进行减值测试有客观证据表明发生减值的，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；经单独进行减值测试未发生减值的，将其划入具有类似信用风险特征的若干组合计提坏账准备。

（2）按组合计提坏账准备的应收款项

组合名称	确定组合的依据	坏账准备的计提方法
账龄组合	以账龄为信用风险组合确认依据	账龄分析法

（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	有确凿证据表明可收回性存在明显差异
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

以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法：

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，以下同）	5.00	5.00
1-2 年	20.00	20.00
2-3 年	50.00	50.00
3 年以上	100.00	100.00

（4）对于其他应收款项（包括应收票据、应收利息、长期应收款等），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。

（5）如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

（七）存货

存货包括在日常活动中购入的易耗品及产成品等。企业取得存货按实际成本计量，外购存货的成本即为该存货的采购成本。

企业发出存货的成本计量采用月末一次加权平均法。低值易耗品等周转材料按照一次转销法进行摊销。

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量。存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响，除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

存货的盘存制度为实地盘存制。

（八）长期股权投资

本公司的长期股权投资为对子公司的权益性投资。

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（九）投资性房地产

1、投资性房地产是指为赚取租金或资本增值、或者两者兼有而持有的房地产。包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

2、投资性房地产按照成本进行初始计量，采用成本模式进行后续计量。如与投资性房地产有关的后续支出，如果与该资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入投资性房地产成本。其他后续支出，在发生时计入当期损益。

3、对成本模式计量的投资性房地产，采用与固定资产和无形资产相同的方法计提折旧或进行摊销。

4、投资性房地产的用途改变为自用时，自改变之日起，将该投资性房地产转换为固定资产或无形资产，按转换前的账面价值作为转换后的入账价值。自用房地产的用途或者存货改变为赚取租金或资本增值时，自改变之日起，将固定资产或无形资产转换为投资性房地产，转换为采用成本模式计量的投资性房地产的，以转换前的账面价值作为转换后的入账价值；转换为以公允价值模式计量的投资性房地产的，以转换日的公允价值作为转换后的入账价值。

5、当投资性房地产被处置、或者永久退出使用且预计不能从其处置中取得经济利益时，终止确认该项投资性房地产。投资性房地产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后计入当期损益。

（十）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产是指同时具有下列特征的有形资产：（1）为生产商品、提供劳务、出租或经营管理持有的；（2）使用寿命超过一个会计年度。

固定资产同时满足下列条件的予以确认：（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。与固定资产有关的后续支出，符合上述确认条件的，计入固定资产成本；不符合上述确认条件的，发生时计入当期损益。

2、固定资产的初始计量

固定资产按照成本进行初始计量。

3、固定资产分类及折旧计提方法

固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同的方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率和折旧方法，分别计提折旧。各类固定资产折旧年限和折旧率如下：

固定资产类别	折旧方法	折旧年限（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	平均年限法	20-30	5.00	3.17-4.75
运输工具	平均年限法	5	5.00	19.00
电子及其他设备	平均年限法	3-5	5.00	19.00-31.67

说明：

（1）符合资本化条件的固定资产装修费用，在两次装修期间与固定资产尚可使用年限两者中较短的期间内，采用年限平均法单独计提折旧。

（2）已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算折旧率。

（3）公司至少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，如发生改变则作为会计估计变更处理。

4、其他说明

固定资产出售、转让、报废或者毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

本公司对固定资产进行定期检查发生的大修理费用，有确凿证据表明符合固定资产确认条件的部分，计入固定资产成本，不符合固定资产确认条件的计入当期损益。固定资产在定期大修理间隔期间，照提折旧。

（十一）在建工程

1、在建工程同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠地计量则予以确认。在建工程按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的实际成本计量。

2、在建工程达到预定可使用状态时，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态但尚未办理竣工结算的，先按估计价值转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，但不再调整原已计提的折旧。

（十二）借款费用

借款费用，包括借款利息、折价或者溢价的摊销、辅助费用等。

1、借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

2、借款费用资本化期间

（1）当同时满足下列条件时，开始资本化：①资产支出已经发生；②借款费用已经发生；③为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

（2）暂停资本化：若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。该项中断如是所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用状态或者可销售状态必要的程序，则借款费用继续资本化。

（3）停止资本化：当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使

用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。当购建或者生产符合资本化的资产中部分项目分别完工且可单独使用时，该部分资产借款费用停止资本化。购建或者生产的资产的各部分分别工，但必须等到整体完工后才可使用或者对外销售的，在该资产整体完工时停止借款费用资本化。

3、借款费用资本化率及资本化金额的计算方法

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率（加权平均利率），计算确定一般借款应予资本化的利息金额。在资本化期间内，每一会计期间的利息资本化金额不超过当期相关借款实际发生的利息金额。专门借款发生的辅助费用，在所购建或生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前发生的，予以资本化；在达到预定可使用或者可销售状态之后发生的，计入当期损益。一般借款发生的辅助费用，在发生时计入当期损益。借款存在折价或者溢价的，按照实际利率法确定每一会计期间应摊销的折价或者溢价金额，调整每期利息金额。

（十三）无形资产

1、无形资产的初始计量

无形资产按成本进行初始计量。外购无形资产的成本，包括购买价、相关税费以及直接归属于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。

与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入本公司且成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此之外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

取得的土地使用权通常作为无形资产核算。自行开发构建厂房等建筑物，相关的土地使用权支出和建筑物建造成本分别作为无形资产和固定资产核算。如为外购的房屋及建筑物，则将有关价款在土地使用权和建筑物之间分配，难以合理

分配的，全部作为固定资产处理。

2、无形资产使用寿命及摊销

根据无形资产的合同性权利或其他法定权利、同行业情况、历史经验、相关专家论证等综合因素判断，能合理确定无形资产为公司带来经济利益期限的，作为使用寿命有限的无形资产；无法合理确定无形资产为公司带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。

对使用寿命有限的无形资产，估计其使用寿命时通常考虑以下因素：（1）运用该资产生产的产品通常的寿命周期、可获得的类似资产使用寿命的信息；（2）技术、工艺等方面的现阶段情况及对未来发展趋势的估计；（3）以该资产生产的产品或提供劳务的市场需求情况；（4）现在或潜在的竞争者预期采取的行动；（5）为维持该资产带来经济利益能力的预期维护支出，以及公司预计支付有关支出的能力；（6）对该资产控制期限的相关法律规定或类似限制，如特许使用期、租赁期等；（7）与公司持有其他资产使用寿命的关联性等。使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项目	预计使用寿命依据	期限（年）
软件	预计受益期限	5-10
土地使用权	土地使用权证登记使用年限	47.17-50

使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销，但每年均对该无形资产的使用寿命进行复核，并进行减值测试。

本公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理；预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

3、内部研究开发项目支出的确认和计量

内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。划分研究阶段和开发阶段的标准：为获取新的技术和知识等进行的有计划的调查阶段，应确定为研究阶段，该阶段具有计划性和探索性等特点；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、产品等阶段，应确定为开发阶段，该阶段具有针对性和形成成果的可能性较大等特点。

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，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，可证明其有用性；（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。如不满足上述条件的，于发生时计入当期损益；无法区分研究阶段支出和开发阶段支出的，将发生的研发支出全部计入当期损益。

（十四）长期资产减值

对长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、无形资产等长期资产，于资产负债日存在减值迹象的，应当进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。公允价值的确定方法详见本招股说明书本节之“五、报告期内采用的重要会计政策和会计估计”之“（五）公允价值”；处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用；资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。

资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以资产组所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，在以后期间不予转回。

（十五）长期待摊费用

长期待摊费用按实际支出入账，在受益期或规定的期限内平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。其中：

预付经营租入固定资产的租金，按租赁合同规定的期限平均摊销。

经营租赁方式租入的固定资产改良支出，按剩余租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期限平均摊销。

（十六）职工薪酬

职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

根据流动性，职工薪酬分别列示于资产负债表的“应付职工薪酬”项目和“长期应付职工薪酬”项目。

1、短期薪酬的会计处理方法

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后的金额计量。

2、离职后福利的会计处理方法

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

设定提存计划

本公司按当期政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为本公司提供服务的会计期间，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。

3、辞退福利的会计处理方法

在本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或者裁减建议所提供的辞退福利时，和本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时两者孰早日，确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。但辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月不能完全支付的，按照其他长期职工薪酬处理。

职工内部退休计划采用与上述辞退福利相同的原则处理。本公司将自职工停止提供服务日至正常退休日的期间拟支付的内退人员工资和缴纳的社会保险费等，在符合预计负债确认条件时，计入当期损益（辞退福利）。正式退休日期之后的经济补偿（如正常养老退休金），按照离职后福利处理。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划的，按照设定提存计划进行会计处理，除此之外按照设定受益计划进行会计处理。但相关职工薪酬成本中“重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动”部分计入当期损益或相关资产成本。

（十七）股份支付

1、股份支付的种类

本公司的股份支付是为了获取职工（或其他方）提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。包括以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

2、权益工具公允价值的确定方法

（1）存在活跃市场的，按照活跃市场中的报价确定；（2）不存在活跃市场的，采用估值技术确定，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。

3、确认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，本公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息做出最佳估计，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应当与实际可行权数量一致。

4、股份支付的会计处理

（1）以权益结算的股份支付

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，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，相应调整资本公积；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，相应调整资本公积，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。

以权益结算的股份支付换取其他方服务的，若其他方服务的公允价值能够可靠计量的，按照其他方服务在取得日的公允价值计量；其他方服务的公允价值不能可靠计量但权益工具公允价值能够可靠计量的，按照权益工具在服务取得日的公允价值计量，计入相关成本或费用，相应增加所有者权益。

（2）以现金结算的股份支付

以现金结算的股份支付换取职工服务的，授予后立即可行权的，在授予日按公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按公司承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（3）修改、终止股份支付计划

如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，公司按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；如果修改增加了所授予的权益工具的数量，公司将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加；如果公司按照有利于职工的方式修改可行权条件，公司在处理可行权条件时，考虑修改后的可行权条件。

如果修改减少了授予的权益工具的公允价值，公司继续以权益工具在授予日的公允价值为基础，确认取得服务的金额，而不考虑权益工具公允价值的减少；如果修改减少了授予的权益工具的数量，公司将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理；如果以不利于职工的方式修改了可行权条件，在处理可行权

条件时，不考虑修改后的可行权条件。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额（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）。职工或者其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予权益工具用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对被授予的替代权益工具进行处理。

5、涉及本公司与本公司股东或实际控制人的股份支付交易的会计处理

涉及本公司与本公司股东或实际控制人的股份支付交易，结算企业与接受服务企业中其一在本公司内，另一在本公司外的，在本公司合并财务报表中按照以下规定进行会计处理：

（1）结算企业以其本身权益工具结算的，将该股份支付交易作为权益结算的股份支付处理；除此之外，作为现金结算的股份支付处理。

结算企业是接受服务企业的投资者的，按照授予日权益工具的公允价值或应承担负债的公允价值确认为对接受服务企业的长期股权投资，同时确认资本公积（其他资本公积）或负债。

（2）接受服务企业没有结算义务或授予本企业职工的是其本身权益工具的，将该股份支付交易作为权益结算的股份支付处理；接受服务企业具有结算义务且授予本企业职工的并非其本身权益工具的，将该股份支付交易作为现金结算的股份支付处理。本公司内各企业之间发生的股份支付交易，接受服务企业和结算企业不是同一企业的，在接受服务企业和结算企业各自的个别财务报表中对该股份支付交易的确认和计量，比照上述原则处理。

（十八）政府补助

1、政府补助的分类

政府补助，是指本公司从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，包括购买固定资产或无形资产的财政拨款、固定资产专门借款的财政贴息等；与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的

政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，区分不同部分分别进行会计处理；难以区分的，整体归类为与收益相关的政府补助。

本公司在进行政府补助分类时采取的具体标准为：

（1）政府补助文件规定的补助对象用于购建或以其他方式形成长期资产，或者补助对象的支出主要用于购建或以其他方式形成长期资产的，划分为与资产相关的政府补助。

（2）根据政府补助文件获得的政府补助全部或者主要用于补偿以后期间或已发生的费用或损失的政府补助，划分为与收益相关的政府补助。

（3）若政府文件未明确规定补助对象，则采用以下方式将该政府补助款划分为与资产相关的政府补助或与收益相关的政府补助：①政府文件明确了补助所针对的特定项目的，根据该特定项目的预算中将形成资产的支出金额和计入费用的支出金额的相对比例进行划分，对该划分比例需在每个资产负债表日进行复核，必要时进行变更；②政府文件中对用途仅作一般性表述，没有指明特定项目的，作为与收益相关的政府补助。

2、政府补助的确认时点

本公司对于政府补助通常在实际收到时，按照实收金额予以确认和计量。但对于期末有确凿证据表明能够符合财政扶持政策规定的相关条件预计能够收到财政扶持资金，按照应收的金额计量。按照应收金额计量的政府补助应同时符合以下条件：

（1）所依据的是当地财政部门正式发布并按照《政府信息公开条例》的规定予以主动公开的财政扶持项目及其财政资金管理办法，且该管理办法应当是普惠性的（任何符合规定条件的企业均可申请），而不是专门针对特定企业制定的；

（2）应收补助款的金额已经过有权政府部门发文确认，或者可根据正式发布的财政资金管理办法的有关规定自行合理测算，且预计其金额不存在重大不确定性；

（3）相关的补助款批文中已明确承诺了拨付期限，且该款项的拨付是有相应财政预算作为保障的，因而可以合理保证其可在规定期限内收到；

（4）根据本公司和该补助事项的具体情况，应满足的其他相关条件（如有）。

3、政府补助的会计处理

政府补助为货币性资产的，按收到或应收的金额计量；为非货币性资产的，

按公允价值计量；非货币性资产公允价值不能可靠取得的，按名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

本公司对政府补助采用的是总额法，具体会计处理如下：

与资产相关的政府补助确认为递延收益，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益；相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

与收益相关的政府补助，用于补偿本公司以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益；用于补偿企业已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益。

本公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向企业提供贷款的，本公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给本公司的，本公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

已确认的政府补助需要退回的，在需要退回的当期分以下情况进行会计处理：

（1）初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；

（2）存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；

（3）属于其他情况的，直接计入当期损益。

政府补助计入不同损益项目的区分原则为：与本公司日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用；与本公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（十九）递延所得税资产及递延所得税负债

1、递延所得税资产和递延所得税负债的确认和计量

本公司根据资产、负债与资产负债日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：（1）企业合并；（2）直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：

（1）该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

（2）对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

（1）商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

（2）对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

2、当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，本公司当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所

得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，本公司递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（二十）租赁

1、租赁的分类

租赁分为融资租赁和经营租赁。融资租赁为实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，其所有权最终可能转移，也可能不转移。融资租赁以外的其他租赁为经营租赁。

本公司涉及的租赁均为经营租赁。

2、经营租赁的会计处理

（1）出租人：公司出租资产收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在这个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（2）承租人：公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。或有租金于实际发生时计入当期损益。

（二十一）合同负债（自 2020 年 1 月 1 日起适用）

合同负债是指公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务。公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

（二十二）重要会计政策和会计估计变更说明

1、重要会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	备注
财政部于 2017 年 3 月 31 日分别发布《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（2017 年修订）》（财会〔2017〕7 号）、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（2017 年修订）》（财会〔2017〕8 号）、《企业会计准则第 24 号——套期会计（2017 年修订）》（财会〔2017〕9 号），于 2017 年 5 月 2 日发布了《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（2017 年修订）》（财会〔2017〕14 号）（上述准则以下统称“新金融工具准则”），要求境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。	注 1
财政部于 2019 年 5 月 9 日发布《关于印发修订<企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换>的通知》（财会[2019]8 号，以下简称“新非货币性资产交换准则”），自 2019 年 6 月 10 日起执行。	注 2
财政部于 2019 年 5 月 16 日发布《关于印发修订《企业会计准则第 12 号——债务重组》的通知》（财会[2019]9 号，以下简称“新债务重组准则”），自 2019 年 6 月 17 日起施行。	注 3
财政部于 2017 年 7 月 5 日发布《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》(财会[2017]22 号)，本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。	注 4

注1：新金融工具准则改变了原准则下金融资产的分类和计量方式，将金融资产分为三类：按摊余成本计量、按公允价值计量且其变动计入其他综合收益、按公允价值计量且其变动计入当期损益。本公司考虑金融资产的合同现金流量特征和自身管理金融资产的业务模式进行上述分类。权益类投资需按公允价值计量且其变动计入当期损益，但对非交易性权益类投资，在初始确认时可选择按公允价值计量且其变动计入其他综合收益，该等金融资产终止确认时累计利得或损失从其他综合收益转入留存收益，不计入当期损益。

新金融工具准则将金融资产减值计量由原准则下的“已发生损失模型”改为“预期信用损失模型”，适用于以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款及财务担保合同。

本次变更经公司第二届董事会第四次会议审议通过。本公司按照新金融工具准则的相关规定，对比较期间财务报表不予调整，首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整本报告期期初留存收益或其他综合收益。

注2：新非货币性资产交换准则规定对2019年1月1日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换根据本准则进行调整，对2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换，不需要进行追溯调整。

本次变更经公司第二届董事会第四次会议审议通过。本公司按照规定自2019

年6月10日起执行新非货币性资产交换准则，对2019年1月1日存在的非货币性资产交换采用未来适用法处理，执行此项政策变更对变更当期及以后期间财务数据无影响。

注3：新债务重组准则规定对2019年1月1日至本准则施行日之间发生的债务重组根据本准则进行调整，对2019年1月1日之前发生的债务重组，不需要进行追溯调整。

本次变更经公司第二届董事会第四次会议审议通过。本公司按照规定自2019年6月17日起执行新债务重组准则，对2019年1月1日存在的债务重组采用未来适用法处理，执行此项政策变更对变更当期及以后期间财务数据无影响。

注4：原收入准则下，公司以风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准。商品销售收入同时满足下列条件时予以确认：（1）公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；（2）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；（3）收入的金额能够可靠地计量；（4）相关的经济利益很可能流入企业；（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时。

新收入准则下，公司以控制权转移作为收入确认时点的判断标准。公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。在满足一定条件时，公司属于在某一段时间内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务。合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

新收入准则的实施未引起本公司收入确认具体原则的实质性变化，仅根据新收入准则规定中履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中增加列示合同资产或合同负债。

2、会计估计变更说明

报告期公司无会计估计变更事项。

3、对发行人财务状况、经营成果的影响

上述会计政策的变更，对发行人报告期内的财务状况、经营成果不存在重大影响。

六、非经常性损益的情况

（一）公司最近三年一期的非经常性损益表

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）对公司最近三年一期的非经常性损益进行了核验，并出具《最近三年一期非经常性损益的鉴证报告》（中汇会鉴[2020]6444 号）。根据该专项审核报告，发行人报告期非经常性损益的具体内容、金额如下表：

单位：万元

非经常性损益项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产处置损益	29.12	-13.29	-6.25	-
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）	279.72	313.14	218.10	36.86
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	17.32	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、衍生金融资产、交易性金融负债、衍生金融负债和其他债权投资取得的投资收益	-	-	49.19	82.32
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-116.29	21.72	-5.49	-18.94
其他符合非经常性损益定义的损益项目	5.50	2.16	2.69	-849.44
税前非经常性损益合计	**198.05**	**341.05**	**258.24**	**-749.19**
减：所得税影响额	70.47	65.08	64.46	25.31
非经常性损益净额	**127.58**	**275.97**	**193.77**	**-774.50**
其中：归属于母公司股东的非经常性损益净额	130.28	277.20	193.11	-775.67
归属于少数股东的非经常性损益	-2.69	-1.23	0.66	1.17

（二）非经常性损益对经营成果的影响

报告期内，非经常性损益对发行人经营成果的影响见下表：

单位：万元

非经常性损益项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
归属于发行人股东的净利润	1,314.97	7,819.57	5,982.10	3,714.27
归属于发行人股东的非经常性损益净额	130.28	277.20	193.11	-775.67
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	1,184.70	7,542.37	5,788.99	4,489.94
归属于发行人股东的非经常性损益净额占归属于发行人股东的净利润的比例	9.91%	3.54%	3.23%	-20.88%

公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-9 月的非经常性损益净额分别为-774.50 万元、193.77 万元、275.97 万元和 127.58 万元，其中，归属于发行人股东的非经常性损益净额分别为-775.67 万元、193.11 万元、277.20 万元和 130.28 万元，在各期归属于发行人股东净利润中的占比分别为-20.88%、3.23%、3.54%和 9.91%，2017 年非经常性损失金额较大主要系当期确认股份支付相关费用 850.43 万元。

报告期内，非经常性损益对发行人经营成果的影响较小，经营业绩对非经常性损益不具有明显依赖性。

七、税项

（一）主要税种及税率

发行人缴纳的主要税种包括企业所得税、增值税、城市维护建设税、教育费附加、地方教育费附加等，发行人及各子公司适用的主要税率如下：

税种	计税依据	税率
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	17%、16%、13%、11%、10%、9%、6%、3%
房产税	从价计征的，按房产原值一次减除 70%后余值的 1.2%计缴；从租计征的，按租金收入的 12%计缴	12%、1.2%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%
地方教育费附加	应缴流转税税额	2%
企业所得税	应纳税所得额	25%、20%

本公司、杭州富阳老鹰文化创意有限公司、杭州老鹰文化艺术有限公司、杭州老鹰教育培训有限公司、义乌市老鹰文化创意有限公司、温州瓯海区老鹰艺术培训有限公司 2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月企业所得税率为 25%；

深圳老鹰艺术创意有限公司 2017 年企业所得税率为 25%，2018 年-2020 年 9 月 30 日企业所得税率为 20%；四川老鹰文化创意有限公司 2017 年-2019 年企业所得税率为 25%，2020 年 1-9 月企业所得税率为 20%；成都市成华区老鹰文化艺术培训学校有限公司 2019 年度及 2020 年 1-9 月企业所得税率为 20%。

（二）税收优惠及批文

根据杭州市富阳区人民政府办公室下发的《关于进一步调整城镇土地使用税政策，促进土地集约节约利用工作的通知》（富政办[2016]47 号）的规定，对于亩产税收达到行业亩产税收平均值 300%（含）以上的企业，给予减免城镇土地使用税 80%。本公司及杭州富阳老鹰文化创意有限公司适用于此税收优惠税率。

根据财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》(财政部、税务总局公告 2020 年第 8 号)的规定，自 2020 年 1 月 1 日起，对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。子公司杭州老鹰教育培训有限公司自 2020 年 1 月 1 日起适用此税收优惠政策，子公司杭州富阳老鹰文化创意有限公司、杭州老鹰文化艺术有限公司、义乌市老鹰文化创意有限公司、温州瓯海区老鹰艺术培训有限公司、深圳老鹰艺术创意有限公司、成都市成华区老鹰文化艺术培训学校有限公司自 2020 年 5 月 1 日起适用此税收优惠政策。

八、主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
资产负债率（合并）（%）	58.64	52.69	47.73	43.72
资产负债率（母公司）（%）	80.88	75.00	50.87	30.31
流动比率（倍）	0.19	0.18	0.48	0.77
速动比率（倍）	0.19	0.17	0.48	0.77
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	7.00	6.65	4.57	2.97
无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例（%）	0.07	0.09	0.05	0.10
财务指标	**2020 年 1-9 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
应收账款周转率（次/年）	196.94	489.80	411.23	547.38
存货周转率（次/年）	145.29	207.98	244.24	355.42

总资产周转率（次/年）	0.24	0.66	0.87	1.10
息税折旧摊销前利润（万元）	4,469.79	12,986.98	9,702.80	6,471.40
利息保障倍数（倍）	3.03	28.28	117.47	不适用
归属于发行人股东的净利润（万元）	1,314.97	7,819.57	5,982.10	3,714.27
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	1,184.70	7,542.37	5,788.99	4,489.94
每股经营活动产生的现金流量（元）	2.44	2.92	2.77	2.23
每股净现金流量（元）	0.40	-0.70	0.24	-0.37
研发投入占营业收入的比例	1.34%	0.88%	0.84%	0.93%

上述财务指标除特别说明外，均以合并财务报表数据为基础计算。相关计算公式如下：

1、流动比率＝流动资产/流动负债；

2、速动比率＝（流动资产-存货净额）/流动负债；

3、资产负债率＝总负债/总资产；

4、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/股本总额；

5、无形资产（土地使用权除外）占净资产的比例=无形资产（土地使用权除外）/净资产

6、应收账款周转率＝营业收入/应收账款平均余额

7、存货周转率＝营业成本/存货平均余额

8、总资产周转率=营业收入/总资产平均余额

9、息税折旧摊销前利润＝净利润+所得税+利息费用+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

10、利息保障倍数＝（净利润+所得税+全部利息支出）/全部利息支出

11、每股经营活动的现金流量＝经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额

12、每股净现金流量＝现金及现金等价物净增加（减少）额/期末股本总额

13、研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证券监督管理委员会《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 修订）和《信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益（2008）》的规定，本公司报告期内净资产收益率和每股收益如下：

期间	报告期利润	加权平均净资产收益	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2020 年 1-9 月	归属于公司普通股股东的净利润	5.13%	0.35	0.35
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	4.63%	0.32	0.32
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	37.16%	2.09	2.09
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	35.85%	2.01	2.01

期间	报告期利润	加权平均净资产收益	每股收益（元/股）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2018年度	归属于公司普通股股东的净利润	42.31%	1.60	1.60
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	40.94%	1.54	1.54
2017年度	归属于公司普通股股东的净利润	40.34%	0.99	0.99
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	48.76%	1.20	1.20

注：1、加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=P0/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0–Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益

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

稀释每股收益=P1/（S0＋S1＋Si×Mi÷M0–Sj×Mj÷M0–Sk+认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数）

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

九、经营成果分析

报告期内，公司的经营成果总体变化如下表所示：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额（万元）	金额（万元）	增长率	金额（万元）	增长率	金额（万元）
营业收入	14,448.82	28,734.81	22.95%	23,371.97	35.07%	17,303.89
营业成本	8,546.06	12,922.43	14.39%	11,297.23	43.14%	7,892.29

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额（万元）	金额（万元）	增长率	金额（万元）	增长率	金额（万元）
营业利润	1,654.69	10,563.93	32.99%	7,943.18	41.45%	5,615.60
利润总额	1,745.63	10,752.28	32.30%	8,127.36	44.49%	5,624.67
净利润	1,223.07	8,023.34	33.05%	6,030.16	59.17%	3,788.50
归属于发行人股东的净利润	1,314.97	7,819.57	30.72%	5,982.10	61.06%	3,714.27
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	1,184.70	7,542.37	30.29%	5,788.99	28.93%	4,489.94

公司主营业务为美术培训。2018 年度，公司营业收入较 2017 年增长 35.07%，扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润增长 28.93%；2019 年度，公司营业收入较 2018 年增长 22.95%，扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润增长 30.29%。2017 年至 2019 年，公司营业收入与净利润持续增长，呈现良好的盈利能力和较强的成长性。2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，公司 2020 年上半年无法正常开展培训业务，营业收入及净利润较 2019 年同期大幅减少。

（一）营业收入

1、营业收入构成分析

报告期内，公司营业收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例 %	金额	比例 %	金额	比例 %	金额	比例 %
主营业务收入	13,883.13	96.08	28,538.57	99.32	23,195.21	99.24	17,254.92	99.72
其他业务收入	565.69	3.92	196.24	0.68	176.76	0.76	48.97	0.28
合计	**14,448.82**	**100.00**	**28,734.81**	**100.00**	**23,371.97**	**100.00**	**17,303.89**	**100.00**

作为一家营利性民办教育培训机构，公司主要从事美术培训业务，开设有素描、色彩、速写以及设计等课程，主要以面授方式为学员提供美术培训服务，致力于培养学员的绘画技能、创意思维和审美旨趣，提升学员的综合美术素养。

发行人营业收入在报告期内各月度的分布情况如下：

单位：万元

月份	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1 月	2,421.50	3,631.49	2,525.81	1,888.87
2 月	1,202.14	2,711.29	2,233.73	1,659.28
3 月	1,269.96	472.36	125.46	52.38
4 月	7.26	266.69	295.53	165.90
5 月	256.74	373.31	718.05	480.00
6 月	488.53	448.80	993.19	721.51
7 月	1,747.58	3,596.55	2,838.41	2,102.77
8 月	3,508.87	3,839.60	2,808.30	2,074.85
9 月	3,546.23	3,407.63	2,596.50	1,858.81
10 月	/	3,486.46	2,594.29	1,994.99
11 月	/	3,025.78	2,556.93	2,025.94
12 月	/	3,474.85	3,085.79	2,278.60
合计	**14,448.82**	**28,734.81**	**23,371.97**	**17,303.89**

由上表可见，2017 年至 2019 年，发行人的营业收入呈现一定的季节性特征。受美术联考及校考时间安排影响，参加美术艺考的学员培训时间通常集中在 7 月份直至次年 2 月校考结束，因此，第三、四季度通常是发行人进行招生和培训的高峰期，销售收入相对较高，而第二季度销售收入相对较低，营业收入的分布与学员参加培训的时间相匹配，不存在期末集中确认收入或收入异常波动的情形。

与以前年度同期收入相比，2020 年 2 月收入相对较低，2020 年 3 月的收入相对较高，主要系受“新冠疫情”影响，2020 届美术校考时间推迟，发行人的校考培训时间延长，由于停课期间无法开展面授培训，发行人于学员 1 月离校后至 3 月底和 7 月中上旬校考前期间，分别以网课和线下指导等方式提供培训服务，预收剩余培训费的摊销时间变长，每月分摊的收入相应较少，由此导致 2020 年 2 月收入较低，但由于培训时间延长，2020 年 3 月仍有校考培训收入，而以前年度同期无校考培训收入，由此导致 2020 年 3 月收入相对较高。

报告期内，公司主营业务收入主要来自培训业务，主营业务收入占营业收入的比重较高，2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-9 月分别为 99.72%、99.24%、99.32%和 96.08%，主营业务突出。其他业务收入主要为校区配套设施如超市等租赁收入、教师培训场地租金收入、洗衣房投币收入等，金额和占比均

较小。

报告期内，其他业务收入的具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
管理费收入	440.26	46.96	107.58	20.05
其中：配套服务费	436.72	29.98	84.78	-
品牌使用费	-	12.26	20.05	20.05
超市管理费	3.54	4.72	2.75	-
教师培训费收入	12.71	72.52	-	-
租赁收入	92.41	50.92	41.12	20.31
洗衣房收入	10.71	18.23	16.62	7.73
其他	9.61	7.62	11.43	0.89
小计	**565.69**	**196.24**	**176.76**	**48.97**

发行人的其他业务收入主要是管理费收入、教师培训收入和租赁收入等。其中，管理费收入主要包括：

①收取的根据服务人数结算的配套服务费(包括场地使用费、伙食费等)，报告期内具体明细如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
北京成功轨迹文化传媒有限公司	202.51	-	-	-
北京张默然美术培训中心	92.17	-	-	-
京点翰艺（北京）国际文化传媒有限公司	47.31	-	-	-
北京华卿教育科技有限公司	47.27	-	-	-
恩施土家族苗族自治州清江外国语学校	29.13	-	-	-
金华市博艺绘画培训有限公司	18.32	-	-	-
钱塘门画室	-	29.98	84.78	-
小计	**436.72**	**29.98**	**84.78**	**-**

②向衢州市达盛文化补习学校授权使用“老鹰画室”品牌，并根据招生人数收取相应的效益管理费。

租赁收入主要是校区配套设施超市租金收入、教师培训场地租金收入等。

2019 年 1-9 月管理费收入大幅增加主要系受新冠疫情影响，场口校区为其他

画室学员和教师提供食宿服务并收取配套服务费所致。

①配套服务费

公司配套服务费客户主要为北京成功轨迹文化传媒有限公司、北京张默然美术培训中心、北京点翰艺(北京)国际文化传媒有限公司、北京华卿教育科技有限公司、恩施土家族苗族自治州清江外国语学校等在北京、湖北恩施等地的美术培训画室。受新冠疫情影响，北京、湖北地区的美术培训机构复课时间较晚，2020年7至9月，上述画室暂无法在各自当地教学场地开展培训，而公司位于杭州的场口校区于2020年5月初已可以开展培训。考虑到美术学员迫切的培训需求，公司同意将新建成的场口校区部分区域短期提供给这些画室进行美术培训，公司为上述培训画室的学员和教师提供相关食宿服务，并按73.3~86.7元/人/天的标准收取一定的配套服务费。

2020年1-9月，配套服务费提供服务的相关情况如下：

项目	2020年1-9月金额(万元)	日均服务学员人数(人)	服务期间
北京成功轨迹文化传媒有限公司	202.51	203	2020年7月、8月
北京张默然美术培训中心	92.17	181	2020年7月、8月
京点翰艺(北京)国际文化传媒有限公司	47.31	161	2020年7月、8月
北京华卿教育科技有限公司	47.27	232	2020年7-9月
恩施土家族苗族自治州清江外国语学校	29.13	76	2020年7月
金华市博艺绘画培训有限公司	18.32	67	2020年7月
小计	**436.71**		

②效益管理费

公司与衢州市达盛文化补习学校签订合作协议，授权对方使用“老鹰画室”品牌，并在宣传推广、招生和教学等方面给予必要的支持。公司按衢州市达盛文化补习学校当年招生人数收取效益管理费，即品牌使用费，具体计算标准为2,500.00元/人*招生数。2017年度、2018年度及2019年度收取的效益管理费金额（不含税）分别为20.05万元、20.05万元及12.26万元，占当年度营业收入的比重为0.12%、0.09%及0.04%，金额及占比均较小。2020年1-9月，受新冠疫情影响，衢州市达盛文化补习学校的场地被当地政府临时征用，无法开展培训服务，故2020年1-9月发行人无效益管理费收入。

综上，由于受新冠疫情影响，2020 年 7-9 月期间公司将部分场地提供给其他画室使用，并提供食宿等配套服务收取一定管理费，由此导致公司 2020 年 1-9 月管理费收入大幅增加，具有合理性。

2、主营业务收入构成分析

（1）主营业务收入按班型分析

报告期内，公司主营业务收入按班型构成情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
美术班	长期班	11,171.31	80.47	23,600.99	82.70	19,831.73	85.50	15,368.14	89.07
	短期班	1,939.06	13.97	3,060.08	10.72	2,518.02	10.86	1,616.31	9.36
文化课班		569.46	4.10	1,487.82	5.21	660.76	2.85	246.15	1.43
其他		203.30	1.46	389.68	1.37	184.70	0.80	24.32	0.14
合计		**13,883.13**	**100.00**	**28,538.57**	**100.00**	**23,195.21**	**100.00**	**17,254.92**	**100.00**

从主营业务收入构成来看，公司的主营业务收入主要分为两大类：美术班和文化课班，美术班收入占主营业务收入的比重在报告期内均超过 90%。其中，美术班主要包括两种，一是长期班，此类班型主要针对应届或往届美术生的美术艺考培训，课程以素描、色彩、速写以及设计为主，根据各省联考、各校校考要求进行训练和模拟考试；二是短期班，此类班型主要针对利用寒暑假、周末或其他短期时间接受短期兴趣培训的学员，课程以结构素描、色稿或完整画面临摹、写生等为主。文化课班主要系为艺考学员开设的文化课程，旨在提高学员文化课成绩，课程设置包括语文、数学、英语、政治、历史、地理、物理等学科。主营业务收入中其他主要系考务、写生业务产生的净收入。

报告期内，公司主营业务收入整体呈增长趋势，2018 年度较 2017 年度增加 5,940.29 万元，增长 34.43%，2019 年度较 2018 年度增加 5,343.36 万元，增长 23.04%。受新冠疫情影响，2020 年上半年无法正常开展培训业务影响，2020 年 1-9 月主营业务收入金额有所下降。

具体分析如下：

①长期班收入分析

2017 年度、2018 年度及 2019 年度，公司美术长期班的销售收入分别为 15,368.14 万元、19,831.73 万元及 23,600.99 万元，占主营业务收入的比例分别为 89.07%、85.50%及 82.70%，是公司的核心收入来源。2018 年较 2017 年销售收入增加 4,463.59 万元，增幅 29.04%，2019 年较 2018 年销售收入增加 3,769.26 万元，增幅 19.01%，主要原因是美术长期班的收入增长与美术艺考市场近年来的快速发展紧密相关。国家政策对艺术教育发展的鼓励支持、就业结构的变迁及每年高考参加美术联考人数的不断增长，为国内美术艺考培训市场需求的快速增长提供了政策红利与现实基础。而经过近十年的发展，公司已设立七大校区，拥有业内优质的师资力量，建立了完善的教学体系，凭借优异的培训成果、规范的办学模式和规模效应在业内树立了良好的品牌形象，在国内美术培训行业拥有较高的知名度，业务规模不断增长。因此，受益于行业发展及自身的行业内口碑，公司艺考生源不断扩大，报告期内美术长期班收入呈现增长趋势。

2020 年 1-9 月，公司美术长期班销售收入主要系于 2020 年 1-3 月为学员提供校考服务及 2020 年 7 月下旬至今开展的培训业务而确认的收入。

报告期内各班次各届次的参培学员人数、实际课程天数、人均收费的情况如下：

A、平行班

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入(万元)	1,495.02	6,392.76	7,152.28	6,712.91
参培学员人数[注]	1,021	2,304	2,564	2,035
实际课程天数(万天)	7.37	38.87	47.62	42.23
收费标准人均日费用	323.13	293.83	262.78	254.32
人均日收入(元)	202.81	164.46	150.20	158.98

注：同一学员在同一年度报名不同的班型，各算一人，下同。

由上表可见，报告期内，根据平行班收费标准计算的人均日收费逐年增加，人均日收入也呈现整体增加趋势，人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配，2018 级的人均日收入较 2017 级有所下降主要系 2018 级的复读学员人数相较 2017 级增加较多所致。

具体情况如下：

（a）普通学员

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入(万元)	1,193.83	4,600.65	5,528.36	5,605.01
参培学员人数[注]	601	1,301	1,783	1,621
实际课程天数(万天)	4.93	21.60	32.09	33.49
收费标准人均日费用	323.13	293.83	262.78	254.32
人均日收入(元)	242.05	213.03	172.25	167.35

由上表可见，报告期内，根据平行班收费标准计算的人均日收费逐年增加，人均日收入也逐年增加，人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配；而平行班的各级参培学员人数呈现先升后降的趋势，但由于参培学员的实际课程天数逐年下降，由此导致平行班营业收入逐级下滑；2020 级参培学生减少主要系其招生尚未结束，参培人数较其他年份都低。

（b）复读学员

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入(万元)	301.19	1,792.10	1,623.92	1,107.90
参培学员人数[注]	420	1,003	781	414
实际课程天数(万天)	2.44	17.27	15.52	8.73
收费标准人均日费用	323.13	293.83	262.78	254.32
人均日收入(元)	123.46	103.75	104.61	126.85

由上表可见，报告期内，公司复读学员人数 2017 级-2019 级逐年增加，实际课程天数也逐年增加，而人均日收入相较收费标准人均日费用而言呈现反向变动，主要原因系近年来公司为了吸引优质的高复学员生源，推出较大力度的打折，2019 级较 2018 级、2018 级较 2017 年新增较多低折扣的高复学员，由此导致高复学员的人均日收入逐年下降。

B、精品班

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入(万元)	4,532.80	12,647.57	12,356.16	8,814.14
参培学员人数[注]	1,783	2,577	2,435	1,722
实际课程天数(万天)	15.39	50.06	54.87	40.92

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
收费标准人均日费用	403.99	367.45	306.32	288.89
人均日收入(元)	294.48	252.62	225.20	215.38

根据精品班收费标准计算的人均日收费逐年增加，人均日收入也逐年增加，人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配；公司精品班人数 2017 级-2019 级逐年增加，其营业收入也增加，但由于实际课程天数的影响，营业收入增长幅度较收费标准幅度小。

C、校长班

项目	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
营业收入(万元)	1,099.58	3,131.73	1,443.02	856.27
参培学员人数[注]	266	362	209	104
实际课程天数(万天)	2.43	8.16	4.31	2.57
收费标准人均日费用	550.28	532.51	486.42	482.30
人均日收入(元)	451.87	383.92	335.16	333.46

根据校长班收费标准计算的人均日收费逐年增加，人均日收入也逐年增加，人均收费变动情况与人均日收入变动情况基本匹配；公司校长班人数 2017 级-2019 级逐年增加，实际课程天数也逐年增加，营业收入也相应增加。

②短期班收入分析

2017 年度、2018 年度及 2019 年度，公司美术短期班的销售收入分别为 1,616.31 万元、2,518.02 万元及 3,060.08 万元，占主营业务收入的比例分别为 9.36%、10.86%及 10.72%。2018 年较 2017 年销售收入增加 901.71 万元，增幅 55.79%，2019 年较 2018 年销售收入增加 542.06 万元，增幅 21.53%，收入逐年递增。公司设置美术短期班，主要目标群体为对美术感兴趣的人群，针对不同年龄段和不同需求的人群开设暑期班、寒假班或周末班等，以提升大众的艺术审美能力，及提升自身品牌的知名度。随着素质教育的持续推进及人均教育文化娱乐消费支出的增长，报告期内公司美术短期班参培人次数增加，相关收入有所上涨。

2020 年 1-9 月，公司美术短期班销售收入主要来源系 2020 年 1 月寒假班、2020 年 7-8 月暑假班。

③文化课班收入分析

2017 年度、2018 年度及 2019 年度，公司文化课班的销售收入分别为 246.15 万元、660.76 万元及 1,487.82 万元，占主营业务收入的比例分别为 1.43%、2.85%及 5.21%。2018 年较 2017 年销售收入增加 414.61 万元，增幅 168.44%，2019 年较 2018 年销售收入增加 827.06 万元，增幅 125.17%，收入快速上升。由于各大美术学院和美术专业按考生的美术专业课成绩和高考文化课成绩综合择优录取，为提高学员文化课成绩，公司为艺考生专门开设文化课课程。美术艺考人数的不断增加，使得美术艺考竞争压力也逐渐增大，同时，根据教育部发布的艺考改革要求，要求各省逐步提高艺术类各专业高考文化课成绩录取控制分数线，因此，文化课成绩在艺考中愈发重要，加大了艺考培训中文化课的培训需求，带动文化课班收入快速增长。

2020 年 1-9 月，公司文化课班销售收入主要为高考文化课班收入，受新冠疫情影响，美术校考推迟，公司重点推出文化课高考冲刺营，培训期间为 2020 年 5 月至 7 月高考前。

发行人 2020 年高考文化班开展培训期间为：5 月 9 日复工后至 7 月参加高考前。发行人 2020 年高考文化班较上年同期参培人数、课程收入对比情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2020 年 1-9 月较 2019 年变动
开展培训期间	5 月 9 日复工后至 7 月参加高考前	3 月至 6 月，即美术校考结束后至参加高考前	
课程收入(元)	4,535,874.00	7,665,217.75	-40.83%
参培学员人数(人)	143	242	-40.91%

从上表可以看出，发行人高考文化班 2020 年 1-9 月较 2019 年课程收入下降了 40.83%，参培人数下降了 40.91%。2020 年高考文化班开展培训期间为：5 月 9 日（浙江省中小学已复课）至 7 月参加高考前，发行人严格执行疫情防控要求，经富阳教育主管部门同意，在 2020 年 5 月 9 日开始复课，发行人未在新冠疫情较为严重的时期开设高考文化班。

报告期内，公司文化课具体情况如下：

A、文化课小班教学课程情况

2019 年为满足部分学员文化课培训相关需求，发行人开始推出“1 对 1”、“1 对 2”、“1 对 5”等文化课精品小班课程，收费标准为 150~300 元/节，每节课时长 1.5 小时。

B、文化课班收入构成

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，公司文化课班的销售收入分别为 246.15 万元、660.76 万元、1,487.82 万元及 569.46 万元。文化班收入主要由选考文化班、高考文化班收入构成，2019 年新开设的文化课小班收入占比较低，具体收入构成情况如下：

班别	项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
选考文化课班	课程收入（元）	940,393.21	6,709,259.89	4,100,282.37	1,379,908.04
	课程总课时天数（天）	2,056	15,167	22,384	6,789
	单位课时收入（元/天）	457.39	442.36	183.18	203.26
高考文化课班	课程收入（元）	4,535,874.00	7,665,217.75	2,507,352.12	1,081,554.35
	课程总课时天数（天）	7,322	23,134	9,039	4,698
	单位课时收入（元/天）	619.49	331.34	277.39	230.22
文化课小班	课程收入（元）	218,320.00	503,694.17	\	\
	课程总课时天数（天）	121	288	\	\
	单位课时收入（元/天）	1,800.00	1,748.94	\	\

注 1：课程总课时天数统计口径：按不同班级课程每日上课小时数折算为上课天数。
注 2：文化课小班一节课为 1.5 小时，按上课节数折算为上课天数，故单位课时收入较高。

C、文化课班收入增长的原因及合理性

报告期内，各班别收入增长与文化课班总收入增长情况如下：

项目	2019 年度较 2018 年度			2018 年度较 2017 年度		
	增加金额（万元）	增加额占比（%）	增长率（%）	增加金额（万元）	增加额占比（%）	增长率（%）
选考文化课班	260.90	31.55	63.63	272.04	65.61	197.14
高考文化课班	515.79	62.36	205.71	142.58	34.39	131.83
文化课小班	50.37	6.09	-	-	-	-
合计	**827.06**	**100.00**	**125.17**	**414.62**	**100.00**	**168.44**

由上表可见，文化课班 2019 年度和 2018 年度收入分别较上一年度大幅增长主要系选考文化班和高考文化班收入增长所致；文化课小班对文化课班整体收入增长的贡献较小。具体原因说明如下：

2018 年度较 2017 年度销售收入增加 414.61 万元，增幅 168.44%，主要系随着美术艺考政策的变化，美术艺考中文化课成绩越发重要，美术艺考学员对文化课培训的需求增长较快，文化课的参培人数大幅增加，从 2017 年度的 175 人增

加至 2018 年度的 444 人，由此导致 2018 年文化课班收入大幅增长；

2019 年度较 2018 年度销售收入增加 827.06 万元，增幅 125.17%，主要系 2019 年各班型文化课收入整体增加所致。受市场行情影响及 2019 年浙江省文化课选考时间变化等影响，各班型的文化课收费标准有所提高，高考文化课班的单位课时收入由 2018 年 277.39 元/天增加至 2019 年 331.34 元/天，且由于参培学员人数从 111 人增加至 242 人，高考文化课班的总课时数量显著增加，由此导致 2019 年高考文化课班的收入较 2018 年增加 515.79 万元，收入大幅增加；选考文化课班的单位课时收入由 2018 年 183.18 元/天增加至 442.36 元/天，导致 2019 年选考文化课班的收入较 2018 年增加 260.90 万元。此外，2019 年度，发行人新推出“1 对 2”等小班教学课程，新增文化课小班收入 50.37 万元。

综上，文化课班销售收入增长主要受市场培训需求、艺考政策以及发行人课程定价政策的影响，具有合理性。

报告期内，公司高考文化课班及选考文化课班单位课时收入情况如下：

班别	项目	2019 年度	2018 年度	变动幅度
选考文化课班	课程收入(元)	6,709,259.89	4,100,282.37	63.63%
	课程总课时天数(天)	15,167	22,384	-32.24%
	单位课时收入(元/天)	442.36	183.18	141.49%
高考文化课班	课程收入(元)	7,665,217.75	2,507,352.12	205.71%
	课程总课时天数(天)	23,134	9,039	155.94%
	单位课时收入(元/天)	331.34	277.39	19.45%

[注]课程总课时天数统计口径：按不同班级课程每日上课小时数折算为上课天数。

高考文化课班及选考文化课班主要授课情况如下：

班别	培训内容	培训期间	
		2019 年及以后年度	2017 年、2018 年
选考文化课班	主要为政治、历史、地理、物理、化学、生物、技术等课程	12 月美术联考结束后至次年 1 月参加选考前	每年 9 月、10 月
高考文化课班	主要为语文、数学、英语、政治、历史、地理、物理、化学、生物、技术等课程	每年 3 月至 6 月，即美术校考结束后至参加高考前	每年 3 月至 6 月，即美术校考结束后至参加高考前

A、选考文化课班单位课时收入 2019 年较 2018 年大幅增加的原因如下：

根据《浙江省人民政府关于印发浙江省深化高校考试招生制度综合改革试点

方案的通知》(浙政发[2014]37 号)的规定，浙江省高考科目分为必考科目和选考科目，其中必考科目为语文、数学、外语 3 门。选考科目是考生根据本人兴趣特长和拟报考学校及专业的要求，从思想政治、历史、地理、物理、化学、生物、技术(含通用技术和信息技术)等 7 门中，选择 3 门作为高考选考科目。浙江省选考科目每年安排 2 次考试，2017 年-2020 年历年考试时间安排如下：

项目	2017 级	2018 级	2019 级
第一次选考科目考试时间	2017 年 11 月 2 日至 4 日	2018 年 11 月 1 日至 3 日	2020 年 1 月 6 日至 8 日
第二次选考科目考试时间	2018 年 4 月 7 日至 8 日	2019 年 4 月 4 日至 8 日	2020 年 7 月 7 日至 10 日
美术联考时间	2017 年 12 月 17 日	2018 年 12 月 16 日	2019 年 12 月 1 日
发行人选考文化课班培训期间	2017 年 9 月、10 月	2018 年 9 月、10 月	2019 年 12 月美术联考结束后至 2020 年 1 月选考考试前

2017 年和 2018 年，浙江省第一次选考考试时间均在的当年美术联考之前。美术学员一般在当年 7 月开始美术专业集训，公司在 9 月、10 月开设选考文化课班，为学员参加 11 月份的选考作准备，培训时间大约为两个月。

根据浙江省人民政府发布《浙江省人民政府关于进一步深化高考综合改革试点的若干意见》(浙政发[2017]45 号)，2020 年开始选考一年两次分别调整到 1 月和 6 月。其中，浙江省 2019 级学员第一次选考科目考试时间为：2020 年 1 月 6 日至 8 日，而美术联考时间为：2019 年 12 月 1 日，选考时间被调整到美术联考之后。考试时间政策调整导致学员培训需求发生变化，大多数学员更愿意在美术联考结束后集中精力补习文化课程，因此公司及时调整课程安排，优化课程结构，完善课程内容，将原先 9 月、10 月的选考文化课班调整到 2019 年 12 月美术联考结束后至 2020 年 1 月选考考试前，培训时间大约为 1 个月，较 2018 年培训时间缩短。

综上，由于浙江省选考政策变化，选考文化课班在人均收费基本不变的情况下，2019 年单位课时收入较 2018 年大幅增加，具有合理性。

B、高考文化课班单位课时收入 2019 年较 2018 年大幅增加的原因如下：

随着近年文化课成绩在美术艺考中越发重要，学员对高考文化课培训需求日渐上升，公司加大对高考文化课在师资等方面的投入，文化课教师薪酬上升；同

时，公司新建银湖校区于 2018 年 5 月底达到预定可使用状态，固定资产折旧成本上升，故 2019 年公司收费标准由 26,800 元/期提高到了 36,800 元/期，导致高文化课班 2019 年单位课时收入较 2018 年大幅增加，具有合理性。

④其他收入分析

2017 年度、2018 年度及 2019 年度，公司主营业务收入中其他的收入分别为 24.32 万元、184.70 万元及 389.68 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.14%、0.80%及 1.37%。随着公司规模逐步增大，应学员家长要求且出于安全考虑，公司开始统一组织安排跟考及写生，故相关跟考考务收入及写生收入增幅明显。

报告期内，公司各班型培训课时数量和单位课时收入的变动情况如下：

项目		2019 年度与 2018 年度比较		2018 年度与 2017 年度比较	
		课时数量变动率	单位课时收入变动率	课时数量变动率	单位课时收入变动率
美术班	长期班	-3.16%	22.89%	17.86%	9.49%
	短期班	16.38%	4.42%	39.80%	11.43%
文化课班		22.80%	83.35%	173.55%	-1.87%

报告期内，单位课时收入变动主要受公司定价政策影响，其中，美术班单位课时收入均呈现上涨趋势，主要系公司基于摊销成本上升、物价上涨及市场行情等考虑，对课程收费标准进行了一定幅度的上调；文化课班 2019 年度单位课时收入较 2018 年度增幅 83.35%，主要系受市场行情及 2019 年浙江省文化课选考时间变化等影响，公司文化课收费标准有所提高，且公司 2019 年度文化课班推出“1 对 2”等小班教学课程，单位课时收入增幅较大。

报告期内，各业务类别各期单位课时收入情况如下：

班型	班级	项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
美术班	长期班	课程收入（元）	111,713,121.96	236,009,911.68	198,317,295.95	153,681,377.12
		课程总课时天数（天）	613,773	1,026,150	1,059,655	899,090
		单位课时收入（元/天）	182.01	230.00	187.15	170.93
	短期班	课程收入（元）	19,390,554.18	30,600,787.73	25,180,232.68	16,163,129.26
		课程总课时天数（天）	58,528	124,793	107,230	76,702
		单位课时收入（元/天）	331.31	245.21	234.82	210.73
文化课班		课程收入（元）	5,694,587.21	14,878,173.01	6,607,634.49	2,461,462.40

班型	班级	项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
		课程总课时天数（天）	9,499	38,589	31,423	11,487
		单位课时收入（元/天）	599.48	385.55	210.28	214.28

注：课程总课时天数统计方法：按不同班级课程每日上课小时数折算为上课天数。

报告期内，单位课时收入变动主要受公司各班型的定价政策及培训时长的影响。具体分析如下：

①美术班

报告期内，美术班单位课时收入总体呈现上涨趋势，主要系近年来公司在美术校考培训领域，品牌知名度不断提升，并且公司自建银湖校区投入使用，基于物价上涨、师资薪酬成本、摊销成本上升及市场行情等考虑，对课程收费标准进行了一定幅度的上调。

2018 年长期班单位课时收入较 2017 年略有增长，从 2017 年的 170.93 元/天，增加至 2018 年 187.15 元/天，增长幅度不大。2019 年长期班单位课时收入较 2018 年增长 22.89%，培训收费标准提升较多，主要原因是 2019 年发行人根据美术艺考的市场情况，综合考虑物价上涨、师资薪酬水平和摊销成本上升等因素，大幅提高长期班的收费标准，由此导致长期班的单位课时收入增长较快。2020 年 1-9 月，长期班单位课时收入较 2019 年下降较多，主要是受新冠疫情影响，美术校考时间推迟，发行人提供校考培训的周期较 2019 年有所延长，由此折算 2020 年 1-9 月的单位课时收入大幅下降。

2017 年、2018 年和 2019 年，短期班的单位课时收入分别为 210.73 元/天、234.82 元/天、245.21 元/天，单位课时收入略有增长，主要是发行人根据物价上涨情况等，适当提高短期班的收费标准所致。2020 年 1-9 月短期班单位课时收入较 2019 年大幅增长，主要系受新冠疫情影响，发行人短期班的培训期间缩短所致。

2020 年 1-9 月和 2019 年度长期班和短期班单位课时收入及培训周期情况如下：

班级	项目	2020 年 1-9 月	2019 年度
长期班	课程收入(元)	111,713,121.96	236,009,911.68
	课程总课时天数(天)	613,773	1,026,150
	单位课时收入(元/天)	182.01	230.00

班级	项目	2020 年 1-9 月	2019 年度
	培训周期	1)2019 级学员： ①线下：2020 年 1 月至新冠疫情离校前，和 7 月中上旬校考前； ②线上：新冠疫情离校后至 3 月底 2)2020 级学员：一般为 7 月初至今	1)2018 级学员：2019 年 1 月至 2 月美术校考结束； 2)2019 级学员：一般为 7 月至 12 月底
短期班	课程收入(元)	19,390,554.18	30,600,787.73
	课程总课时天数(天)	58,528	124,793
	单位课时收入(元/天)	331.31	245.21
	培训周期	1)寒假班：1 月初至 1 月底新冠疫情离校前 2)暑假班：因新冠疫情影响 7 月底至 8 月 3)春季班：因新冠疫情影响未开课 4)秋季班：9 月初至今	1)寒假班：一般为 1 月至 2 月寒假期间 2)暑假班：一般为 7 月至 8 月暑假期间 3)春季班和秋季班，一般周末上课，春季班为 3 月至 6 月；秋季班为 9 月至 12 月。

美术班长期班及短期班培训周期变动方向不一致主要原因是：发行人长期班培训期间一般为每年的 7 月到次年 2 月美术校考结束。2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，2020 届美术校考时间推迟，由 2020 年 2 月推迟到 2020 年 7 月中旬。公司针对 2020 届即 2019 级美术长期班学员的培训，积极组织实施应对方案，主要有两项应对措施：1)公司在学员新冠疫情 1 月离校后至 3 月底积极组织网络指导和授课；2)7 月中上旬校考前期间对部分愿意回校的学员进行面授指导。以上两项措施延长了 2019 级长期班学员在 2020 年接受培训的时间，由此导致 2019 级美术长期班的培训周期延长，而 2019 级长期班在 2020 年 1-9 月实现的营业收入未发生变动，但由于 2020 年的培训周期增长，由此导致 2020 年 1-9 月长期班的单位课时收入下降。故长期班 2020 年 1-9 月单位课时收入较 2019 年下降明显。针对短期班，发行人短期班主要包括寒假班和暑期班，其中寒假班培训时间为每年 1 月至 2 月寒假期间，暑期班为每年 7 月至 8 月暑假期间。新冠疫情发生后，2020 年寒假班在新冠疫情后 1 月底离校，培训期间较以前年度缩短；因新冠疫情影响，2020 年暑假班比往年推迟一个月入学，培训周期由往年的 7 月和 8 月缩短到 7 月底至 8 月，并且公司适度提高了单位课时的收费标准，故短期班 2020

年 1-9 月培训周期变短，2020 年 1-9 月单位课时收入上升较多。

综上，发行人美术班长期班及短期班的培训周期变动方向不一致具有合理性，2020 年 1-9 月美术班单位课时收入变动具有合理性。

②文化课班

报告期内，文化课班单位课时收入分别为 214.28 元/天、210.28 元/天、385.55 元/天和 599.48 元/天。2018 年文化课班的单位课时收入与 2017 年基本保持稳定，变动不大。2019 年度文化课班的单位课时收入较 2018 年度增幅 83.35%，单位课时收入增幅较大，主要系受市场行情及 2019 年浙江省文化课选考时间变化等影响，公司文化课收费标准有所提高，其中：选考文化班的单位课时收入由 2018 年的 183.18 元/天提高至 2019 年的 442.36 元/天，增幅达 141.49%；高考文化班的单位课时收入由 2018 年的 277.39 元/天提高至 2019 年的 331.34 元/天；同时，公司 2019 年度文化课班推出“1 对 2”等小班教学课程，小班课程的单位课时收入较高。2020 年 1-9 月，文化课单位课时收入大幅上升，主要是受新冠疫情影响，高考文化班的培训时间缩短，发行人提高单日收费标准所致。

综上，报告期内，公司各业务类别的单位课时收入变动主要受公司定价政策影响，其变动具有合理性。

③2020 年短期班及文化班课时缩短但收费标准增加的情况分析

A、关于因疫情等突发事项导致的课时长度调整

发行人寒假班、暑假班和文化课班 2020 年较 2019 年培训周期和招生简章发布的收费标准情况如下表：

班级	班别	项目	2020 年	2019 年
短期班	寒假班	开展培训期间	1 月初至 1 月底新冠疫情离校前	1 月至 2 月寒假期间
		收费标准	6,800 元/月	5,800 元/月
	暑假班	开展培训期间	因新冠疫情影响 7 月底至 8 月	7 月至 8 月暑假期间
		收费标准	12,800 元/月	12,800 元/月
文化班	选考文化班	开展培训期间	截至 2020 年 9 月 30 日尚未开始招生	12 月美术联考结束后至次年 1 月参加选考前
		收费标准	\	19,800 元/期
	高考文化班	开展培训期间	5 月 9 日复工后至 7 月参加高考前	3 月至 6 月，即美术校考结束后至参加高考前
		收费标准	38,800 元/期	38,800 元/期
	文化课小班	开展培训期间	主要集中在 7 月至 11 月	主要集中在 7 月至 11 月

班级	班别	项目	2020 年	2019 年
		收费标准	150~300 元/节	150~300 元/节

注:春季班、秋季班仅在义乌和温州校区开展，2020 年受疫情影响春季班未开班招生，秋季班培训周期和收费标准与往年相比无变化。

发行人在入学协议中均与学员约定了培训周期。

2020 年 1 月寒假班因新冠疫情中断，实际培训时长小于约定培训周期。发行人根据学员的意愿和要求将剩余学费退还学员或转为长期班定金，选择转为定金后可继续按原优惠政策抵减长期班学费。截至本招股说明书签署日，选择转为定金的学员已陆续入学并享受优惠政策，不存在赔偿或纠纷情形。春季班因受新冠疫情影响未招生，亦不存在赔偿或纠纷情形。

2020 年 5 月 9 日发行人复课以后开展的暑假班、秋季班以及文化课班已在入学协议中考虑疫情影响因素并且明确约定了培训周期以及如遇重大疫情防控等特殊情形可能导致的授课方式调整。因此，暑假班、秋季班以及文化课班因疫情等突发事项导致的课时长度调整进而导致赔偿或纠纷的可能性较小。

B、关于短期班和文化班课时缩短但收费标准增加的原因及合理性，对参培人数的影响

2020 年 1-9 月，发行人寒假班、暑假班和高考文化班课时缩短且单位课时收费标准增加，上述三种班型 2020 年 1-9 月与 2019 年培训期间、招生简章发布的学费收费标准及参培人数对比情况如下：

班　别	项　目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2020 年 1-9 月较 2019 年变动
寒假班	开展培训期间	1 月初至 1 月底新冠疫情离校前	1 月至 2 月寒假期间	
	收费标准	6,800 元/月	5,800 元/月	
	课程收入(元)	3,280,523.63	7,468,153.65	
	课程总课时天数(天)	11,434	30,111	
	单位课时收入(元/天)	286.91	248.02	15.68%
	月均教师人数(人)	326	394	
	参培学员人数(人)	1,162	1,437	-19.14%
	师生配比	3.56	3.65	
暑假班	开展培训期间	因新冠疫情影响 7 月底至 8 月	7 月至 8 月暑假期间	
	收费标准	12,800 元/月	12,800 元/月	

班　别	项　目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2020 年 1-9 月较 2019 年变动
	课程收入(元)	13,648,738.59	19,512,934.33	
	课程总课时天数(天)	41,088.43	69,027.00	
	单位课时收入(元/天)	332.18	282.69	17.51%
	月均教师人数(人)	326	394	
	参培学员人数(人)	1,519	2,073	-26.72%
	师生配比	4.66	5.26	
高考文化班	开展培训期间	5 月 9 日复工后至 7 月参加高考前	3 月至 6 月，即美术校考结束后至参加高考前	
	收费标准	38,800 元/期	38,800 元/期	
	课程收入(元)	4,535,874.00	7,665,217.75	
	课程总课时天数(天)	7,322	23,134	
	单位课时收入(元/天)	619.49	331.34	86.97%
	月均教师人数(人)	20	25	
	参培学员人数(人)	143	242	-40.91%
	师生配比	7.15	9.68	

注：师生配比=参培学员人数/月均教师人数

（a）寒假班和高考文化班

发行人 2020 年寒假班和高考文化班的招生简章及收费标准在新冠疫情发生之前就已经公布。当时，发行人考虑运营成本和营销策略，适度提高了寒假班的收费标准，高考文化课收费标准则与往年持平。疫情发生后，寒假班中断导致实际课时缩短，发行人根据学员的意愿和要求将剩余学费退还学员或转为长期班定金，后续未再恢复寒假班。复工复课后，发行人考虑到自身在当地属于品牌声誉较好且复工较早的美术培训机构，在市场中具有一定的议价优势；同时，发行人将高考文化班的师生配比由 2019 年度的 9.68 降低至 2020 年 1-9 月的 7.15，教学投入和教学质量有所提高，故保持了疫情前已经公布的高考文化班的整期收费标准不变，但由于受疫情影响培训期间缩短，间接导致了高考文化班 2020 年 1-9 月单位课时收费标准提高，具有合理性。

（b）暑假班

暑假班课时缩短主要受疫情影响，之所以未同步降低整期的收费标准，主要基于两方面考虑：一是发行人预计 2020 年新校区折旧、教师人工等运营成本持续增加且自身品牌声誉和校区硬件条件较好，在当地市场具有一定的议价优势；

二是虽然暑假班因疫情影响课时缩短，但发行人调整了课程编排，使得暑假班教学内容更加紧凑，并未因课时减少而大幅缩减授课内容。因此，发行人决定维持暑假班收费标准不变。由于课时缩短，发行人实际上间接提高了暑假班的单位课时收费标准，具有合理性。

（c）对参培人数的影响

从上表可以看出，2020 年 1-9 月寒假班、暑假班和高考文化班参培学员人数较 2019 年分别下降了 19.14%、26.72%和 40.91%。提高单位课时收费标准虽然导致学员实际承担的培训费用增加，影响部分学员的参培选择，但并非参培人数下降的主要因素。

发行人寒假班参培学员人数下降主要是因为新冠疫情影响在 1 月底开始扩大，寒假班教学中断，发行人缺少了在往年在 2 月份入学的生源。高考文化课班参培学员人数下降主要是因为发行人于 2020 年 5 月 9 日复学后即开展高考文化课教学，当时由于新冠疫情影响，部分学员外出参加培训意愿较低。暑假班参培学员人数下降主要是因为暑假出来参加培训并非刚性需求，而且受疫情影响今年学校放假都在 7 月中下旬，暑假时间缩短，导致很多学生没有足够时间出来参加美术培训。

因此，发行人寒假班、高考文化课班和暑假班参培人数下降主要受疫情影响，提高收费标准属于次要影响因素，对参培人数不存在较大影响。

报告期内，课时数量变动主要受当年度参培学员人数影响，美术班短期班及文化课班参培学员人数逐年增加，故课时数量逐年增加；美术班长期班 2019 年课时数量略有下降，主要系 2019 年参加校考培训人数有所减少所致。

报告期内，公司销售收入增长主要因素影响额如下：

单位：万元

项目		2019 年度与 2018 年度比较			2018 年度与 2017 年度比较		
		课时变化影响	单位课时收入变化影响	销售收入增长额	课时变化影响	单位课时收入变化影响	销售收入增长额
美术班	长期班	-770.60	4,539.85	3,769.26	3,005.02	1,458.58	4,463.59
	短期班	430.67	111.39	542.06	716.87	184.84	901.71
文化课班		276.29	550.76	827.06	419.21	-4.60	414.61

注：课时变化影响额=（本期课时数量-上期课时数量）*本期单位课时收入；单位课时收入变动影响=（本期单位课时收入-上期单位课时收入）*上期课时数量；销量收入增长额=本期销售收入-上期销售收入

报告期内，公司销售收入的逐年增加主要系美术班中的长期班销售收入增加所致。2019 年长期班销售收入较 2018 年增加 3,769.26 万元，增幅 19.01%，主要原因是 2019 年长期班的单位课时收入较 2018 年增长 22.89%，培训收费标准提升幅度较大，单位课时收入的增长拉动 2019 年收入增加 4,539.85 万元；而 2019 年长期班的课时数量较 2018 年仅下降 3.16%，下降幅度不大，课时总数下降拉动 2019 年收入减少 770.60 万元，由于单位课时收入的增长幅度高于课时总数的下降幅度，导致 2019 年长期班的销售收入保持增长。故 2019 年长期班销售增长具有合理性。

报告期内，学员数量与收入匹配性及单个学员贡献收入具体情况如下：

单位：万元，人，万元/人

项目		2020 年 1-9 月			2019 年度		
		收入	培训人数	人均收入	收入	培训人数	人均收入
美术班	长期班	11,171.31	6,678	1.67	23,600.99	8,847	2.67
	短期班	1,939.06	2,690	0.72	3,060.08	3,616	0.85
文化课		569.46	723	0.79	1,487.82	886	1.68
合计		**13,679.83**	**8,674**	**1.58**	**28,148.89**	**11,540**	**2.44**
项目		**2018 年度**			**2017 年度**		
		收入	培训人数	人均收入	收入	培训人数	人均收入
美术班	长期班	19,831.73	7,879	2.52	15,368.14	6,236	2.46
	短期班	2,518.02	3,233	0.78	1,616.31	2,147	0.75
文化课		660.76	444	1.49	246.15	175	1.41
合计		**23,010.51**	**10,525**	**2.19**	**17,230.60**	**7,860**	**2.19**

注：合计培训人数剔除单个学员报名多种班型影响，故合计培训人数不等于各班型人数简单相加数

① 长期班

2017年度、2018年度及2019年度，发行人长期班人均收入分别为2.46万元/人、2.52万元/人及2.67万元/人，培训人数分别为6,236人、7,879人及8,847人，随着参加长期班培训人数的增加，以及人均收费的提高，长期班收入呈现逐年上涨趋势。长期班人均收入水平相对较低，主要原因是受长期班培训期间跨期影响，各年度长期班收入中仅包含当届学员当年4-12月收入及上届学员本年1-2月收入，上届学员本年收入确认金额较小，而培训人数为两届学员的数量，由

此导致各年长期班整体人均收入较低。

按学员届次分类，长期班学员的数量和人均收入情况如下表所示：

项目	2019 级	2018 级	2017 级
收入总额（万元）	22,172.05	20,951.47	16,383.32
培训人数（人）	5,078	5,110	3,814
人均收入（万元/人）	4.37	4.10	4.30

由上表可见，上述各届长期班人均收入整体保持在 4 万左右的学费水平，与长期班客户分层的特点相符，符合长期班的学费定价水平，人均收入具有合理性。

其中，2018 级人均收入相较 2017 级有所下降，主要系高复学员人数增长较快，高复学员具体情况如下表所示：

项目	2019 级	2018 级	2017 级
高复学员收入总额（万元）	1,792.10	1,623.92	1,107.90
高复学员人数（人）	1,003	781	414
人均收入（万元/人）	1.79	2.08	2.68

发行人高复学员从 2017 级的 414 人增至 2018 级的 781 人，由于高复学员根据其是否获得合格证或入校测试成绩高低，给予学费全免或 1-8 折优惠，人均收入从 2017 级的 2.68 万元/人下降至 2.08 万元/人，在一定程度上拉低了公司长期班人均收入。

2019 级学员培训人数相较 2018 级略微减少但人均收入相较 2018 级有所增长，主要系公司基于摊销成本上升、物价上涨及市场行情等考虑，对课程收费标准进行了一定幅度的上调，且销售金额高的客户数量有所增长。

②短期班及文化课

2017 年度、2018 年度及 2019 年度，发行人短期班人均收入分别为 0.75 万元/人、0.78 万元/人及 0.85 万元/人；文化课班人均收入分别为 1.41 万元/人、1.49 万元/人及 1.68 万元/人，均呈现逐年上涨趋势。短期班和文化课班的人均收入处于合理范围之内。

2020 年 1-9 月，受新冠疫情无法正常开展培训业务影响，发行人于 2020 年 1 月底暂停所有线下培训业务，5 月 9 日才正式复课，故各班型收入、培训人数及人均收入均出现一定程度的下滑。

综上，报告期前三年，各类班型的培训学员人数均出现增长，带动收入呈现增长的趋势，学员数量与收入具有匹配性，人均收入具有合理性。2020 年 1-9 年，受新冠疫情影响，发行人无法正常开展培训业务，导致各班型收入、培训人数及人均收入均出现下滑。

报告期内，发行人各班型学员重叠情况如下：

单位：人

明细	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
同时参加短期班和长期班	690	742	533	433
同时参加短期班和文化课	-	6	1	1
同时参加长期班和文化课	556	586	314	104
同时参加三种班型	64	236	89	58

从上表可见，学生报名多种班型主要是“同时参加短期班和长期班”、“同时参加长期班和文化课”两种情况。

报告期内，对于报名多种班型的学生，公司主要有以下三种优惠政策：

①2018 年末缴纳 5000 元定金寒假免费学。针对 2020 届-2022 届学生，缴纳 5,000 元定金，可抵扣 2019 年暑期班或高三长期班学费，同时获得寒假班免费最高 20 天学习时长（食宿自理）。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，后续报名长期班，平行班可抵培训费 6,000 元，精品班或校长班可抵培训费 7,000 元。

②2019 年末缴纳 6000 元定金寒假免费学。针对 2021 届-2023 届学生，缴纳 6,000 元定金，可抵扣 2020 年暑期班或高三长期班学费，同时获得寒假班免费最高 20 天学习时长（食宿自理）。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，后续报名长期班，平行班可抵培训费 7,000 元，精品班或校长班可抵培训费 8,000 元。

③2020 年末缴纳 6800 元定金寒假免费学。针对高三以下学生，缴纳 6,800 元定金，可抵扣高三长期班学费，并获得寒假班免学费（不包含食宿）。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，可另获赠学费抵用券 3,800 元。

学员入学报到时与公司签订入学协议并缴费，填写入学登记表，其中入学登记表上注明学生实际报到入学日期、计划离校日期、报名班型及学费等信息，因此学员实际报到入学时间即为与公司约定的入学时间，不存在学生实际入学时间晚于一般入学约定时间的情况。

（2）主营业务收入按生源地分析

报告期内，公司主营业务收入中美术班和文化课班收入按生源地划分，具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例 %	金额	比例 %	金额	比例 %	金额	比例 %
浙江省	8,186.42	59.84	16,647.58	59.14	11,520.50	50.07	7,827.68	45.43
广东省	580.40	4.24	1,758.38	6.25	1,797.34	7.81	1,549.19	8.99
福建省	684.61	5.00	1,408.97	5.01	1,236.89	5.37	998.23	5.79
安徽省	644.52	4.71	1,387.26	4.93	1,446.36	6.29	1,310.07	7.60
江苏省	550.53	4.02	1,269.78	4.51	1,532.75	6.66	1,155.30	6.70
江西省	592.90	4.33	1,039.37	3.69	1,025.91	4.46	753.48	4.37
四川省	438.59	3.21	616.68	2.19	376.36	1.63	235.77	1.37
云南省	209.54	1.53	555.05	1.97	411.15	1.79	237.84	1.38
河南省	217.00	1.59	492.89	1.75	531.82	2.31	330.53	1.92
山东省	194.96	1.43	475.20	1.69	525.63	2.28	448.66	2.61
湖南省	257.35	1.88	458.61	1.63	415.47	1.81	454.90	2.64
其他省份/地区	1,123.01	8.21	2,039.12	7.24	2,190.33	9.52	1,928.95	11.20
小计	**13,679.83**	**100.00**	**28,148.89**	**100.00**	**23,010.51**	**100.00**	**17,230.60**	**100.00**

注：上述小计数仅为主营业务收入中美术班及文化课班收入，不包含其他收入

从生源地分布来看，公司学员来源较为广泛，其中，2019 年学员来自全国 32 个省、自治区、直辖市及港澳台地区。报告期内，公司与培训业务直接相关的收入主要来自浙江省学员，2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，浙江省生源收入金额为 7,827.68 万元、11,520.50 万元、16,647.58 万元及 8,186.42 万元，占比分别为 45.43%、50.07%、59.14%及 59.84%，金额及占比呈现逐年增加趋势，与公司的具体校区开办场地及营销服务网络布局相匹配。由于美术培训目前以线下画室为主，具有一定的区域性限制，公司最主要的培训场所银湖校区、富阳校区、象山校区、紫云教学点及义乌校区、温州校区均开设在浙江省内，并且营销服务网络也主要布局在浙江省，故报告期内浙江省生源收入增幅较大。

（3）主营业务收入按招生模式分析

报告期内，公司主营业务收入中美术班和文化课班收入按招生模式分类情况

如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
直接招生	11,905.18	87.03	25,961.82	92.23	22,468.55	97.64	17,093.63	99.21
合作方推荐	1,774.64	12.97	2,187.07	7.77	541.96	2.36	136.97	0.79
小计	**13,679.83**	**100.00**	**28,148.89**	**100.00**	**23,010.51**	**100.00**	**17,230.60**	**100.00**

注：上述小计数仅为主营业务收入中美术班及文化课班收入，不包含其他收入

报告期内，公司主要通过直接招生模式获取生源，直接招生主要系自主推广招生，2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，相关直接招生生源收入分别为 17,093.63 万元、22,468.55 万元、25,961.82 万元及 11,905.18 万元，占比为 99.21%、97.64%、92.23%及 87.03%。合作方推荐模式主要系与美术艺考生源集中的如大连吉美吉艺术咨询有限公司、海宁向日葵文化传播有限公司等地方画室以及海亮艺术中学、仙居宏大中学等民办高中开展教学与招生合作。合作方优先向公司推荐生源，该部分学员独立与公司签订入学协议，并作为公司的学员在老鹰画室的自有培训基地接受美术艺考培训。报告期内，相关合作方推荐生源收入金额及占比均较小。

近年来，凭借优异的培训成果、规范的办学模式和规模效应，发行人在业内树立了良好的品牌形象，在国内美术培训行业知名度不断提升，在相关地方画室及学员家长中口碑及声誉较好。与此同时，随着办学规模逐步扩张，发行人也积极开发优质生源，努力加大与各地地方画室的合作力度。故报告期内，合作方推荐模式收入占比逐年上升。

发行人主要合作的机构有如下两种类型：

①招生引流

合作方一般为宣传推广公司，其为公司进行线上或者线下宣传，并将接洽的学生信息给予公司，由公司跟进学生招生，在学生缴费并完成入学后，公司按其引荐的学生收取的学费确认预收账款，按收取学费的一定比例支付给合作方招生服务费。杭州艺侠客网络科技有限公司等合作方属于该种合作模式。针对这种模式，公司支付给合作方服务费一次性计入当期销售费用，符合《企业会计准则》的相关规定。

②合作教学

合作方推荐主要系与美术艺考生源集中的如大连吉美吉艺术咨询有限公司、海宁向日葵文化传播有限公司等地方画室以及海亮艺术中学、仙居宏大中学等民办高中开展教学与招生合作。合作方优先向公司推荐生源，该部分学员独立与公司签订入学协议，并作为公司的学员在老鹰画室的自有培训基地接受美术艺考培训。部分地方合作画室借助发行人的品牌扩展生源，发行人会向其提供教学指导，提高培训质量。同时，发行人也积极与民办高中开展合作，拓展优质生源，扩大招生规模。报告期内，相关合作方推荐生源收入金额及占比均较小。发行人与上述合作方之间不存在返利或者提成政策。合作方推荐的学员，独立与发行人签订入学协议，发行人收到培训费用时，确认为预收款项，并在学员接受培训期间，按直线法摊销确认收入。

综上，合作方通过上述方式向公司推荐学生，发行人与合作方之间除上述第一类合作方式所述的服务费外，其他不存在返利或者提成政策。发行人与合作方的合作符合法律法规，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

报告期内，发行人向地方画室及民办高中提供的具体服务内容包括：①合作方在招生资料中可以根据情况披露其与发行人的合作关系，如“相关师资由老鹰画室提供”、“老鹰画室某地教学中心”、“老鹰画室入驻某画室”；②发行人应合作方要求派遣教师参加授课，协助进行相关教程管理工作。

报告期内，地方画室及民办高中向发行人推荐生源的情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
推荐生源的数量（人）	1,065	975	516	123
对应的营业收入（万元）	1,401.20	1,427.05	331.46	56.42
占当期营业收入的比重	9.70%	4.97%	1.42%	0.33%

地方画室及民办高中在当地高一高二或联考招生时披露其与发行人的合作关系，发行人应其要求不定期派遣教师参加授课，协助其进行相关教程管理，地方画室及民办高中向发行人推荐高三或校考生源。于地方画室及民办高中而言，虽然其为发行人提供生源但未获取报酬，但受益于发行人良好的品牌形象及在国内美术培训行业的知名度，有助于其在当地开展招生工作，同时，与发行人的合作能够进一步提升其整体教研水平，有利于其进一步扩展市场。于发行人而言，

一方面有利于发行人做到生源提前对接，无缝转化，另一方面也提升了发行人后续获取的生源质量，实现优秀生源与发行人共同成长的目标。因此，在此种合作模式下，地方画室及民办高中与发行人互惠共赢，符合商业逻辑及行业惯例，具有合理性。

（4）主营业务收入按季节分析

报告期内，公司按季节进行分类的主营业务收入情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
第一季度	4,858.88	35.00	6,763.00	23.70	4,869.77	20.99	3,594.70	20.83
第二季度	715.54	5.15	1,067.50	3.74	1,996.56	8.61	1,363.82	7.90
第三季度	8,308.71	59.85	10,751.60	37.67	8,175.65	35.25	6,028.64	34.94
第四季度	-	-	9,956.47	34.89	8,153.23	35.15	6,267.76	36.33
合计	**13,883.13**	**100.00**	**28,538.57**	**100.00**	**23,195.21**	**100.00**	**17,254.92**	**100.00**

报告期内各期，公司的营业收入呈现一定的季节性特征。受美术联考及校考时间安排影响，参加美术艺考的学员培训时间通常集中在 7 月份直至次年 2 月校考结束，因此，第三、四季度通常是公司进行招生和培训的高峰期，销售收入相对较高，而第二季度销售收入相对较低，主营业务收入的季节分布与学员参加培训的时间相匹配。

（5）主营业务收入按客户分布特征分析

①销售金额分层情况

报告期内，发行人按照销售收入金额分层各业务客户情况如下：

A、2020 年 1-9 月

项目	长期班			短期班			文化课班		
	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）
8 万以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4-8 万（含 8 万）	378	1,746.37	15.63	3	12.67	0.65	25	111.43	19.57
1-4 万（含 4 万）	3,725	8,267.20	74.00	544	852.19	43.95	107	355.86	62.49

1 万以下（含 1 万）	2,575	1,157.75	10.36	2,143	1,074.20	55.40	591	102.17	17.94
合计	**6,678**	**11,171.31**	**100.00**	**2,690**	**1,939.06**	**100.00**	**723**	**569.46**	**100.00**

B、2019 年度

项目	长期班			短期班			文化课班		
	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）
8 万以上	265	2,376.93	10.07	-	-	-	1	9.01	0.61
4-8 万（含 8 万）	2,162	12,946.18	54.85	4	18.42	0.60	23	102.37	6.88
1-4 万（含 4 万）	3,730	7,032.57	29.80	1,002	1,511.61	49.40	651	1,311.49	88.15
1 万以下（含 1 万）	2,690	1,245.31	5.28	2,610	1,530.05	50.00	211	64.95	4.37
合计	**8,847**	**23,600.99**	**100.00**	**3,616**	**3,060.08**	**100.00**	**886**	**1,487.82**	**100.00**

C、2018 年度

项目	长期班			短期班			文化课班		
	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）
8 万以上	68	600.62	3.03	-	-	-	-	-	-
4-8 万（含 8 万）	1,934	10,672.36	53.81	3	14.31	0.57	6	26.27	3.98
1-4 万（含 4 万）	3,981	7,596.34	38.30	996	1,291.96	51.31	369	605.28	91.60
1 万以下（含 1 万）	1,896	962.41	4.85	2,234	1,211.75	48.12	69	29.21	4.42
合计	**7,879**	**19,831.73**	**100.00**	**3,233**	**2,518.02**	**100.00**	**444**	**660.76**	**100.00**

D、2017 年度

项目	长期班			短期班			文化课班		
	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）
8 万以上	49	423.99	2.76	-	-	-	-	-	-
4-8 万（含 8 万）	1,463	7,576.90	49.30	2	8.70	0.54	-	-	-
1-4 万（含 4 万）	3,216	6,426.59	41.82	476	694.87	42.99	145	230.57	93.67
1 万以下（含 1 万）	1,508	940.66	6.12	1,669	912.74	56.47	30	15.58	6.33
合计	**6,236**	**15,368.14**	**100.00**	**2,147**	**1,616.31**	**100.00**	**175**	**246.15**	**100.00**

②客户分布特征分析

报告期内，发行人的客户主要为单一自然人学员，客户数量众多，发行人面

向的客户群体主要是美术艺考生。美术班中长期班的学员数量和收入占比，均处于绝对优势；短期班的学员，作为长期班的生源基础，客户数量相对较多，是发行人美术培训业务的有效补充；文化课班主要是为美术艺考的配套服务，学员数量和收入占比均较低。

A、长期班

报告期内，发行人长期班客户收入主要集中于 4-8 万（含 8 万），2017 年度、2018 年度和 2019 年度，4-8 万（含 8 万）客户收入占长期班收入的比例分别为 49.30%、53.81%、和 54.85%，对公司长期班销售收入的贡献最大，收入占比逐年上升。1-4 万（含 4 万）客户收入占比分别为 41.82%、38.30%、29.80%，是长期班销售收入的重要组成部分，但呈现下降趋势。8 万以上收入及客户数量呈现逐年上升趋势，由 2017 年的 49 名上升至 2019 年的 265 名，贡献的销售收入占整体长期班销售收入的比例由 2017 年的 2.76%上升至 2019 年的 10.07%。由此长期班的收费总体呈现上涨的趋势。2020 年 1-9 月，由于季节性因素影响，当期只包含 2019 级学员剩余培训期的收入及 2020 级学员的部分收入，故收入主要集中于 1-4 万（含 4 万）。

长期班学员主要针对美术高考生，由于部分学员培训当年未能进入理想大学，会选择复读再次参加专业课培训的情况，故公司存在少量重复购买情况，2017 级、2018 级、2019 级及 2020 级（截至 2020 年 9 月 30 日入学），公司长期班学员复购人数分别为 172 人、367 人、436 人及 243 人，占当届长期班学员的人数比例分别为 4.51%、7.18%、8.59%及 7.99%，复购比例较低。

B、短期班

报告期内，发行人短期班收入主要集中于 1-4 万（含 4 万）及 1 万以下（含 1 万），二者合计占比占短期班收入的比例为 99.46%、99.43%、99.40%及 99.35%，符合短期班培训时长短、收费低的特点。

C、文化课班

报告期内，发行人文化课班客户收入主要集中于 1-4 万（含 4 万），相关收入占文化课班收入的比例分别为 93.67%、91.60%、88.15%及 62.49%。此外，2017 年-2019 年期间，8 万元以上及 4-8 万（含 8 万）收入及客户数量有所增加。

整体而言，公司客户数量众多且极为分散，不存在对单一客户重大依赖的情况，与公司主营美术培训业务且客户通常为单个培训学员的业务实际相匹配，符

合培训行业特征。公司客户群体主要面向美术艺考生，客户主要分布在销售金额4-8万元、1-4万元的长期班学员。

报告期内，发行人与同行业其他公司收费标准对比情况如下：

单位：元

公司	2020级	2019级	2018级	2017级
荷马教育	38,800-99,800	38,800-99,800	36,800-99,800	未披露
白塔岭画室	49,800-119,000	39,800-99,800	39,800-98,000	7,000/月
小泽画室	未披露	未披露	36,800-61,800	未披露
水木源画室	未披露	未披露	47,800-72,800	未披露
发行人	46,800-119,800	46,800-109,800	39,800-99,800	39,800-98,800

注：2017级、2018级、2019级、2020级分别对应各公司招生简章中的2018届、2019届、2020届、2021届，由于收费种类较多，此处仅选取美术班校考培训一期完整的收费金额（不含生活费学杂费等）

由上表可知，发行人收费标准与同行业其他公司基本保持一致，未存在显著异常，客户收入分布具有合理性。

（6）学员销售回款真实性及内控制度有效性情况

保荐人和申报会计师履行了如下核查程序：了解公司制度及招生收费流程并对销售与收款循环进行穿行测试及控制测试，核查发行人银行日记账和银行流水，对收入进行分析性复核，同时，实地走访各校区并进行学员问卷调查，抽取部分学员进行面函或电话访谈，对发行人学员准考证、考试成绩单及录取信息进行核查，抽查部分学员档案并与学员台账、收入明细表、银行流水等数据进行交叉比对，对发行人收据连号及发票开具等情况进行核查。此外，获取报告期内实际控制人及其配偶、实际控制人控制的其他企业、董监高及出纳等个人或企业流水，对大额交易及异常交易进行专项核查，并与发行人的账务记录、银行资金流水进行比对，以确认发行人不存在账外收入和销售收款回流。

经核查，保荐人和申报会计师认为，发行人学员销售回款现金流真实，销售收款不存在回流发行人的情况，发行人与学员之间的交易具备真实性和合理性；发行人各主要现金流收付环节及相关的内控制度、财务制度健全且能够有效执行。

（7）美术班学员参培需求变动情况分析

报告期内，发行人各期参加联考培训、校考培训及短期班学员情况如下：

项目	2020年1-9月				2019年度			
	人数（人）	人数占比（%）	金额（万元）	金额占比（%）	人数（人）	人数占比（%）	金额（万元）	金额占比（%）
参加校考培训	5,815	61.95	9,125.91	69.61	7,839	62.56	18,654.47	69.97
参加联考培训	882	9.40	2,045.13	15.60	1,075	8.58	4,946.79	18.55
参加短期班	2,690	28.66	1,939.06	14.79	3,616	28.86	3,060.08	11.48
合计	9,387	100.00	13,110.10	100.00	12,530	100.00	26,661.34	100.00
项目	2018年度				2017年度			
	人数（人）	人数占比（%）	金额（万元）	金额占比（%）	人数（人）	人数占比（%）	金额（万元）	金额占比（%）
参加校考培训	7,440	66.81	18,224.00	81.54	5,792	69.00	14,385.98	84.70
参加联考培训	463	4.16	1,607.73	7.19	455	5.42	982.16	5.78
参加短期班	3,233	29.03	2,518.02	11.27	2,147	25.58	1,616.31	9.52
合计	11,136	100.00	22,349.75	100.00	8,394	100.00	16,984.45	100.00

注1：学员人数统计口径：如同一学员报名参加不同培训，各类别各算一人，下同
注2：占比系各项占美术班总人数或总收入的比重

由上表可知，报告期内，发行人美术班学员主要以参加校考培训为主，2017年度、2018年度、2019年度和2020年1-9月，参加校考培训的学员人数占美术班整体人数的比例为69.00%、66.81%、62.56%和61.95%，参加校考培训的学员收入占美术班整体收入的比例分别为84.70%、81.54%、69.97%和69.61%。参加校考培训的学员人数和收入占比均呈现下降趋势，与此同时，参加联考培训的学员人数和收入占比均呈现上升趋势。这一变动情况主要受全国艺考政策变化影响。

根据2018年12月教育部办公厅发布《关于做好2019年普通高等学校部分特殊类型招生工作的通知》（教学厅〔2018〕13号）的规定：除经教育部批准的部分独立设置的本科艺术院校（含部分艺术类本科专业参照执行的少数高校）外，2019年高校美术学类和设计学类专业一般不组织校考，2020年起使用省级统考成绩，不再组织校考。此项政策的出台，直接影响2018级及后续级次学员的艺考报考。取消部分学校校考并鼓励省级联考这一政策变化，在一定程度上影响了发行人美术校考培训和联考培训的学员结构和收入结构比例，部分校考培训需求转化为联考培训需求，故发行人参加校考培训的学员和收入占比呈现下降趋势而参加联考培训的学员和收入占比呈现上升趋势，符合艺考政策变化和市场需求变化。

报告期内，发行人各级次参加联考培训、校考培训占美术长期班情况如下：

项目	2020级				2019级			
	人数（人）	人数占比（%）	金额（万元）	金额占比（%）	人数（人）	人数占比（%）	金额（万元）	金额占比（%）
参加校考培训	2,159	71.00	5,082.27	71.31	4,003	78.83	17,225.26	77.69
参加联考培训	882	29.00	2,045.13	28.69	1,075	21.17	4,946.79	22.31
合计	3,041	100.00	7,127.40	100.00	5,078	100.00	22,172.05	100.00
项目	2018级				2017级			
	人数（人）	人数占比（%）	金额（万元）	金额占比（%）	人数（人）	人数占比（%）	金额（万元）	金额占比（%）
参加校考培训	4,647	90.94	19,343.74	92.33	3,359	88.07	15,401.16	90.68
参加联考培训	463	9.06	1,607.73	7.67	455	5.42	982.16	5.78
合计	5,110	100.00	20,951.47	100.00	3,814	93.49	16,383.32	96.46

注1：2020级学员系截至2020年9月30日入学学员

注2：占比系各项占美术长期班总人数或长期班收入的比重

由上表可知，发行人2018级参加校考培训的人数、收入金额及相关占比相较2017级均有所上升，但自2019级开始，参加校考培训的学员人数、收入金额及相关占比相较2018级学员降幅较大，这一变化符合2018年12月教育部办公厅发布的艺考新政策。

此外，2017年度、2018年度、2019年度和2020年1-9月参加短期班培训的学员人数占美术班整体人数的比例为25.58%、29.03%、28.86%和28.66%，参加短期班培训的学员收入占美术班整体收入的比例分别为9.52%、11.27%、11.48%和14.79%，2018年度短期班学员人数、收入金额及相关占比较2017年度增加较大，主要系由于2018年5月底公司自建银湖校区达到预定可使用状态并投入使用，公司经营规模和学员可容纳量大幅增加，故2018年短期班中暑假班学员人数和收入上升较快，相较2017年度增加758人，收入增加683.36万元；2019年度随着短期班招生规模持续扩大，短期班人数、收入相较2018年度仍保持增长；而2020年1-9月短期班学员人数、收入相较2019年度下降较大，主要是受疫情影响，2020年1月寒假班培训中断，相关收入减少，且暑期班人数和收入有所下降所致。

综上，报告期内发行人联考培训、校考培训、短期培训班学员人数及占比、产生收入及占比等情况，符合艺考政策变化和企业经营实际，具有合理性。

3、发行人第三方回款情况

（1）第三方回款形成的原因、必要性和合理性

由于发行人所处美术培训行业的特点，发行人的客户基本均为自然人，单笔销售额较小，除本人及父母支付培训费用外，发行人还存在学员通过亲属朋友或合作方等第三方账户支付培训费用的情况。其中，合作方主要是向发行人推荐学员的各地画室及相关人员，由于学员基于对合作方的信任及管理操作便利的考虑，由其代为支付培训费用。因此，公司第三方回款符合行业经营特点，第三方回款的形成具有合理性。

（2）第三方回款情况

学员入学时填写入学登记表并与公司签订入学协议，入学协议的签署方为学员自身。由于学员基本为未成年人，故学员父母代其缴纳培训费用符合常理及惯例，不属于第三方回款。除学员本人及父母支付培训费用外，其他方如直系亲属、朋友缴费均属于第三方回款。

根据《中华人民共和国民法总则》及《中华人民共和国民法典》（2021 年 1 月 1 日起施行）的规定，八周岁以上的未成年人为限制民事行为能力人，实施民事法律行为由其法定代理人代理或者经其法定代理人同意、追认；但是，可以独立实施纯获利益的民事法律行为或者与其年龄、智力相适应的民事法律行为。

发行人学员主要为高中在校生及复读生，虽然基本为未成年人，但其基于对自身兴趣爱好与求学规划的认识与了解选择参加美术艺考，并参加发行人举办的培训，与其年龄、智力相适应。此外，由于学员基本不具备独立的经济能力，其参加发行人举办的培训通常会征询父母（监护人）意见并由父母（监护人）承担有关费用。在相关培训协议签署及履行的过程中，学员父母（监护人）通过与学员一并在培训协议中签字、参加家校互动等一种或多种方式对学员与发行人建立的培训关系进行了确认，并作为培训费用支付义务的实际履行方参与到培训协议履行中。综合上述情形与《中华人民共和国民法总则》及《中华人民共和国民法典》的有关规定，实际接受发行人培训服务的学员作为签订经济合同的主体恰当，相关合同具有法律效力。

报告期内，学员父母作为销售回款支付方的具体情况如下表所示：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
父母回款金额（万元）	20,508.41	25,966.58	22,733.14	16,794.12
占当年缴费总额的比例	84.48%	82.37%	82.09%	82.95%

占营业收入的比例	141.94%	90.37%	97.27%	97.05%

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月，学员父母作为销售回款支付方的回款金额分别为 16,794.12 万元、22,733.14 万元、25,966.58 万元及 20,508.41 万元，占当年培训费收款总额的比例分别为 82.95%、82.09%、82.37%及 84.48%，占各期营业收入的比例分别为 97.05%、97.27%、90.37%及 141.94%。

由于发行人的客户学员基本为未成年人，自身无经济来源，其父母作为监护人对未成年子女负有抚养义务，故各报告期学员作为签订经济合同的客户而其父母作为销售回款支付方具有合理性。

《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 条将第三方回款定义为：“发行人收到的销售回款的支付方（如银行汇款的汇款方、银行承兑汇票或商业承兑汇票的出票方或背书转让方）与签订经济合同的往来客户不一致的情况。”由于未成年人为限制民事行为能力人，实施民事法律行为由其法定代理人代理或者经其法定代理人同意、追认，在这种情况下，学员父母通过与学员一并在培训协议中签字、参加家校互动等一种或多种方式对学员与发行人建立的培训关系进行了确认，并作为培训费用支付义务的实际履行方参与到协议履行中，因此学员父母作为监护人实质上也属于经济合同的一方。

根据证监会《首发审核财务与会计知识问答》，“如客户为个体工商户或自然人，其通过家庭约定由直系亲属代为支付货款，经中介机构核查无异常的，可不作为第三方回款统计”。

综上，考虑到未成年人与其监护人关系的特殊性，中介机构未将学员父母支付学费认定为第三方回款进行披露具有相关依据及合理性，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 26 条的规定。

报告期内，发行人第三方回款情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
第三方回款金额（万元）	1,604.24	2,283.02	1,992.88	1,508.31
占当年缴费总额的比例	6.61%	7.24%	7.20%	7.45%
占营业收入的比例	11.10%	7.95%	8.53%	8.72%

2017 年、2018 年、2019 年及 2020 年 1-9 月，发行人通过第三方回款金额分别为 1,508.31 万元、1,992.88 万元、2,283.02 万元及 1,604.24 万元，占当年培训

费收款总额的比例分别为 7.45%、7.20%、7.24%及 6.61%，占各期营业收入的比例分别为 8.72%、8.53%、7.95%及 11.10%。

由于发行人的客户学员基本均为未成年自然人，第三方回款的金额大多为长期班的缴费，因长期班的学费相对较高，学员自身不具备经济能力，相关款项由父母或亲属朋友支付具有合理性。因此，核查自然人血缘或亲属关系的方式，能够合理区分不同类别的第三方回款。

保荐人和申报会计师获取并查阅了学员填写的入学登记表、经学员及其父母签字确认的入学协议、POS机刷卡单、银行转账水单等资料，将入学登记表、入学协议中注明的学员父母姓名与POS刷卡单签名、银行转账对方户名等信息进行交叉比对核查；此外，在对学员或其父母进行面函或电话访谈中，函证或询问了缴费人与学员关系。经核查，未见异常。

报告期内，第三方缴费方与学员关系统计情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
亲属朋友	1,143.06	71.25	1,673.47	73.30	1,467.14	73.62	1,360.88	90.23
合作方	461.18	28.75	609.55	26.70	525.75	26.38	147.43	9.77
合计	**1,604.24**	**100.00**	**2,283.02**	**100.00**	**1,992.89**	**100.00**	**1,508.31**	**100.00**

由上表可见，报告期内，因学员基本均为非成年人，第三方回款中通过亲属朋友回款的比例较高，通过合作方的比例较低。第三方回款中合作方代付金额分别为147.43万元、525.75万元、609.55万元及461.18万元，占当年度或当期营业收入的比例为0.85%、2.25%、2.12%及3.19%，占当年或当期收费金额的比例为0.73%、1.90%、1.93%及1.90%，相关金额及比例均较低，处于合理可控范围。此外，由于同行业公司大多为非公众公司，因此无法获取相关可比数据。

其中，亲属朋友缴费情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
亲属	890.99	77.95	1,413.61	84.47	1,110.95	75.72	1,041.08	76.50

朋友	252.07	22.05	259.86	15.53	356.19	24.28	319.80	23.50
合计	**1,143.06**	**100.00**	**1,673.47**	**100.00**	**1,467.14**	**100.00**	**1,360.88**	**100.00**

亲属即与学员存在直系或旁系亲属关系的人，如学员的祖父母、外祖父母、兄弟姐妹、伯父、叔父、伯母、婶母等。除此之外的缴费方为朋友，如学员的同学、同学父母、学员父母的同事、朋友等。报告期内，第三方回款亲属朋友中，亲属为主要回款对象，占比分别为 76.50%、75.72%、84.47%及 77.95%，占比较高。

由于学员基本为未成年自然人，基于缴费时效性及便捷性、以及上述亲属朋友与学员及父母之间的信赖关系等考虑，学员及其父母由上述亲属朋友代为支付培训费用，具有合理性。

（3）第三方合作方代付情况

发行人第三方回款存在合作方回款，主要系合作方相关人员带领当地学员集体前来发行人处报名培训，学员父母委托合作方代为支付相关培训费用。合作方带领学员集体前来培训主要出于以下两点考虑：一是由于发行人的客户学员基本均为未成年自然人，学员及其父母基于对合作方的信任及操作便利等考虑，由其代为带领前来并支付培训费用；二是学员组团前来集中报名，根据学员人数，发行人通常会给予一定的集体优惠折扣。因此，合作机构向公司推荐的学员独立与公司签订入学协议的情况下，发行人第三方回款存在合作方回款具有合理性，相关表述准确、真实。

报告期内，第三方回款中不同合作方代付情况如下：

单位：人，万元，%

序号	合作方名称	2020 年 1-9 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
		数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比
1	合作方 A	6	4.60	1.00	59	150.86	24.75	128	77.86	14.81	-	-	-
2	合作方 B	11	32.09	6.96	18	108.99	17.88	32	116.25	22.11	16	59.68	40.48
3	合作方 C	2	8.48	1.84	111	80.00	13.12	-	-	-	-	-	-
4	合作方 D	-	-	-	30	41.45	6.80	-	-	-	-	-	-
5	合作方 E	-	-	-	9	40.78	6.69	6	35.10	6.68	-	-	-
6	合作方 F	2	2.40	0.52	25	39.29	6.45	16	22.83	4.34	-	-	-
7	合作方 G	20	13.34	2.89	20	30.00	4.92	118	27.20	5.17	6	8.40	5.70
8	合作方 H	-	-	-	28	29.25	4.80	-	-	-	-	-	-
9	合作方 I	-	-	-	32	24.03	3.94	-	-	-	-	-	-
10	合作方 J	-	-	-	24	23.50	3.86	-	-	-	-	-	-
11	合作方 K	-	-	-	13	14.74	2.42	-	-	-	-	-	-
12	合作方 L	-	-	-	7	8.70	1.43	17	25.50	4.85	-	-	-
13	合作方 M	-	-	-	5	6.53	1.07	6	8.43	1.60	-	-	-
14	合作方 N	-	-	-	10	5.00	0.82	-	-	-	-	-	-
15	合作方 O	-	-	-	3	3.75	0.62	-	-	-	-	-	-
16	合作方 P	-	-	-	3	1.88	0.31	6	9.60	1.83	-	-	-

序号	合作方名称	2020 年 1-9 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
		数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比
17	合作方 Q	-	-	-	1	0.50	0.08	-	-	-	-	-	-
18	合作方 R	-	-	-	1	0.32	0.05	31	40.40	7.68	-	-	-
19	合作方 S	-	-	-	-	-	-	64	70.34	13.38	-	-	-
20	合作方 T	-	-	-	-	-	-	17	41.58	7.91	-	-	-
21	合作方 U	4	6.14	1.33	-	-	-	12	18.00	3.42	-	-	-
22	合作方 V	-	-	-	-	-	-	10	13.00	2.47	-	-	-
23	合作方 W	-	-	-	-	-	-	5	9.10	1.73	8	12.00	8.14
24	合作方 X	-	-	-	-	-	-	42	5.72	1.09	-	-	-
25	合作方 Y	12	8.98	1.95	-	-	-	8	4.84	0.92	-	-	-
26	合作方 Z	-	-	-	-	-	-	-	-	-	59	42.61	28.90
27	合作方 AA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16	24.74	16.78
28	合作方 AB	129	277.10	60.09	-	-	-	-	-	-	-	-	-
29	合作方 AC	22	31.40	6.81	-	-	-	-	-	-	-	-	-
30	合作方 AD	41	26.53	5.75	-	-	-	-	-	-	-	-	-
31	合作方 AE	5	16.23	3.52	-	-	-	-	-	-	-	-	-
32	合作方 AF	5	11.92	2.58	-	-	-	-	-	-	-	-	-
33	合作方 AG	40	10.37	2.25	-	-	-	-	-	-	-	-	-

序号	合作方名称	2020 年 1-9 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
		数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比
34	合作方 AH	12	7.20	1.56	-	-	-	-	-	-	-	-	-
35	合作方 AI	4	2.40	0.52									
36	合作方 AJ	2	2.00	0.43									
合计		**317**	**461.18**	**100.00**	**399**	**609.55**	**100.00**	**518**	**525.75**	**100.00**	**105**	**147.43**	**100.00**

由上表可见，第三方回款中的合作方主要系各地的培训机构，各合作方代付金额及人数变化取决于各合作方当年自身招生情况及招生数量、学员支付方式的自主选择、学员学习期间及所报班型等多方面影响因素，因此报告期各期，不同合作方的代付金额和学生人数存在一定差异。2018 年合作方代付学员数量较 2017 年增加 413 人，增长较快，主要原因是发行人积极开发优质生源，加大与各地画室的合作力度，新增合作画室推荐学员增长较快所致，相应的第三方回款金额较 2017 年增长较快。2019 年合作方代付学员数量较 2018 年有所减少，主要原因是部分合作画室代付学员数量减少所致，其中：合作方 G 2019 年较 2018 年减少 98 人、合作方 A 2019 年较 2018 年减少 69 人。但由于 2019 年代付学员选择的班型收费较高，并且参加培训的时间较长，导致 2019 年第三方缴费金额有所增加。

保荐人和申报会计师对合作方进行了实地走访或视频访谈，对合作方的业务情况及代付情况进行了访谈，对合作方与发行人的合作情况如起始时间、合作原因、合作内容以及合作持续情况进行询问和了解，对相关学员进行面函或电话访谈，查阅相关学员的入学登记表等资料。经核查，报告期内各合作方代付金额及人数的变动情况符合实际情况，具有合理性。

（4）各班型第三方回款情况

报告期内，发行人各班型第三方回款具体情况如下：

单位：人，万元，%

项目		2020 年 1-9 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
		人数	金额	金额占比	人数	金额	金额占比	人数	金额	金额占比	人数	金额	金额占比
美术班	长期班	632	1,374.80	85.70	1,016	2,018.32	88.41	828	1,705.71	85.59	557	1,295.56	85.89
	短期班	189	113.06	7.05	338	220.62	9.66	481	216.91	10.88	298	171	11.34
文化课班		35	43.23	2.69	21	38.93	1.71	53	70.24	3.52	24	38.99	2.59
主营业务-其他		1,181	42.03	2.62	81	5.11	0.22	1	0.02	0.00	12	2.76	0.18
其他业务收入		/	31.12	1.94	/	0.04	0.00	-	-	-	-	-	-
合计		**2,037**	**1,604.24**	**100.00**	**1,456**	**2,283.02**	**100.00**	**1,363**	**1,992.88**	**100.00**	**891**	**1,508.31**	**100.00**

报告期内，发行人第三方回款主要集中于美术长期班回款，美术长期班第三方回款金额分别占整体第三方回款金额的比例为 85.89%、85.59%、88.41%及 85.68%，与公司各班型营业收入金额构成相匹配，美术长期班的销售收入占比最

大，是公司的核心收入来源。2020 年 1-9 月主营业务-其他第三方回款金额主要系学员缴纳的考务费和写生费，该项费用金额较小而人数众多。2020 年 1-9 月其他业务收入第三方回款主要为京点翰艺（北京）国际文化传媒有限公司通过其实际控制人支付的部分配套服务费，第三方回款具有合理性。

报告期内，各班型人均第三方回款金额情况如下所示：

单位：万元

项目		2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
		人均回款金额	人均培训费用	人均回款金额	人均培训费用	人均回款金额	人均培训费用	人均回款金额	人均培训费用
美术班	长期班	2.18	1.67	1.99	2.67	2.06	2.52	2.33	2.46
	短期班	0.60	0.72	0.65	0.85	0.45	0.78	0.57	0.75
文化课班		1.24	0.79	1.85	1.68	1.33	1.49	1.62	1.41

由上表可知，2020 年 1-9 月长期班第三方回款金额高于人均培训费用，主要系学员缴费金额为整期缴费，而培训费用目前尚未摊销确认完毕，故收费流水即回款金额高于目前收入确认金额即培训费用；2020 年 1-9 月文化课班人均第三方回款金额高于人均培训费用，主要系存在销售收入金额在 4-8 万（含 8 万）区间的 4 名学员由第三方合作方代缴相关培训费用，一定程度上拉高了人均第三方回款金额。除上述情况之外，报告期内各班型人均第三方回款金额与各班型人均培训费用基本匹配。

（5）发行人关于第三方回款的内控措施

发行人财务部人员对每笔缴费方与参培学员关系进行确认核对，在进行账务处理时，如发现存在付款主体与协议主体不一致的情形，要求业务人员通过电话、微信等方式与客户即学员进行充分沟通确认，询问第三方与学员的关系。针对第三方回款情况，发行人采取以下控制措施：

①对于现场缴费，要求客户在收据上写明确认相关付款方与客户的关系；

②对于非现场缴费如转账汇款，收到第三方回款时，公司相关部门会将相关信息与客户信息进行比对确认，必要时以电话、微信形式向客户进行确认，明确客户与付款方的关系。

在学员入学环节，发行人要求学员填写入学登记表并注明其父母姓名、联系

方式，签订入学协议时要求学员及其父母签字确认。在缴费环节，对于现场缴费，要求缴费方在 POS 单上签字及写明确认相关付款方与学员的关系；对于非现场缴费如转账汇款，收到回款时，公司财务部门会将相关支付方信息与学员入学登记表上其父母信息进行比对确认，如发现不一致的情形，要求班主任通过电话、微信等方式与学员或其父母进行充分沟通确认，以明确学员与付款方的关系。发行人财务部门定期将每一笔缴费回款对应的学员姓名、缴费内容（如定金或培训费或生活费等）、支付方姓名、支付方与学员的关系等信息统计在回款情况明细表中。通过上述措施，发行人已建立了回款相关内控制度并有效执行，能有效验证回款方与学员的关系，有效保障第三方回款分类的准确性。

报告期内，发行人建立了第三方回款的相关内控制度并有效执行。

（6）保荐机构及申报会计师对第三方回款的核查过程和结论

保荐人和申报会计师获取了公司收款银行账户所有流水、银行存款明细表、应收及预收明细表、学员信息表、收入分摊明细，将相关信息进行比对核查，并通过实地走访函证、电话访谈、抽查学员缴费资料如 POS 机刷卡单签名、银行回单等形式确认代付方与学员关系；同时，对第三方中合作方回款进行了 100%核查，对合作方进行了实地或视频访谈，对合作方的经营范围、业务情况、代付情况、与发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方是否存在关联关系或其他利益安排等信息进行了访谈，并对其代付的学员姓名及缴费清单进行了函证；此外，审阅了发行人关联方基本资料，发行人实际控制人、董事和高管人员调查表，通过全国企业信用信息公示系统查询了合作方的相关信息，实地走访合作方或视频访谈了合作方相关人员，获取被访谈人员的身份信息等相关资料，确认第三方回款的原因以及关联关系等，并对其进行函证。同时，获取了报告期内实际控制人及其配偶、实际控制人控制的其他企业、董监高及出纳等个人或企业流水，对大额交易及异常交易进行专项核查。

经核查，保荐机构及申报会计师认为发行人报告期内的第三方回款具有真实的业务背景，具备合理商业原因，符合客户实际情况，第三方回款的金额及比例均处于合理可控范围。第三方回款与相关销售收入勾稽一致并具有可验证性。第三方回款中合作方缴费金额最终均由客户支付。发行人已建立销售回款管理制度并有效执行。第三方回款的支付方之一应璐（合作方 O）为控股股东、实际控制人应伟明之侄，2019 年度涉及回款金额 3.75 万元，金额及占比均较小，不存在

其他利益安排。除此之外，发行人及其实际控制人、董监高或其他关联方与其他第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。

4、发行人报告期内现金收款情况

（1）现金交易的必要性与合理性

报告期内，发行人在销售收款环节存在部分现金交易情况，主要系公司主营美术培训服务，目标人群主要为美术艺考学员。客户绝大多数是自然人，单笔销售额较小，受客户付费习惯的影响，众多自然人客户中少量有现金使用习惯具有合理性，公司尊重自然人选择现金交易这一方式，因此与学员收款相关的现金交易具有必要性和合理性，与发行人行业经营特点或经营模式相符。

除学员收款的现金交易外，其他现金交易主要为学员提供配套服务的洗衣房收费等现金收款，金额较小，上述事项产生的小额现金交易具有必要性和合理性。

报告期内，发行人在销售收款环节存在部分现金交易情况，主要集中在培训费缴纳环节、提供配套服务如考务及写生服务缴费等环节。

收取现金的会计凭证信息和记载要素主要有收据（包括学生姓名、收款日期、收款金额等信息）、协议（包括学生姓名、服务约定等信息）；现金缴存至公司账户的会计凭证信息和记载要素主要有现金缴款单（包括交易对手、缴存金额等信息）、银行回单等。

（2）现金交易情况

报告期内，发行人现金收款情况如下表所示：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金收款（万元）	332.42	817.16	906.69	644.11
占当年缴费总额的比例	1.37%	2.59%	3.27%	3.18%
占营业收入的比例	2.30%	2.84%	3.88%	3.72%

公司现金收款的情况属于行业惯例，根据中公教育披露的现金收款情况，2017 年和 2018 年 1-4 月，中公教育的现金收款比例分别为 4.75%和 4.53%；根据传智播客披露的现金收款情况，2017 年、2018 年和 2019 年 1-6 月，传智播客的现金收款金额占收入比例分别为 0.9%、0.21%和 0.03%；公司现金收款的情况与中公教育相比略低，与传智播客相比略高，主要受单笔学费金额及学员消费习惯影响。根据中公教育公开披露数据，其面授培训人均收入为 2,000-5,000 元不

等，单个学员学费金额较小；根据传智播客官网最新数据，其收入占比最高的 IT 学科短期现场培训业务中的就业班单期收费金额为 20,000-32,000 元不等，单个学员学费金额较高，故中公教育现金收款比例较高，传智播客现金收款比例较低。发行人长期班人均收费金额较高，但由于存在收取小额考务费和写生费，故现金收费占比相较中公教育略低，相较传智播客略高。综上，发行人现金交易符合公司经营实际情况，与同行业相比不存在明显差异。

（3）现金交易分班型情况

单位：人，万元，%

项目		2020 年 1-9 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
		人数	金额	金额占比	人数	金额	金额占比	人数	金额	金额占比	人数	金额	金额占比
美术班	长期班	162	244.56	73.57	343	509.82	62.39	255	503.30	55.51	338	498.59	77.41
	短期班	50	39.49	11.88	150	76.97	9.42	226	114.64	12.64	241	127.27	19.76
文化课班		17	21.68	6.52	60	63.25	7.74	54	47.02	5.19	10	12.48	1.94
主营业务-其他		16	3.93	1.18	12,164	160.51	19.64	4,772	233.98	25.81	13	0.56	0.09
其他业务收入		/	22.76	6.85	/	6.61	0.81	/	7.77	0.86	/	5.21	0.81
合计		**245**	**332.42**	**100.00**	**12,717**	**817.16**	**100.00**	**5,307**	**906.69**	**100.00**	**602**	**644.11**	**100.00**

如上表，报告期发行人现金销售收款频率及收款金额占比均较小，且整体呈现下降趋势；2018 年度和 2019 年度主营业务-其他现金收款人数较多，主要系学员小额考务费和写生费等多使用现金缴纳所致。现金销售收款主要系美术班学生，且长期班与文化课班的人均收款大于短期班的人均收款，与收费标准呈正相关。

报告期内，各班型人均现金回款金额情况如下所示：

单位：万元

项目		2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
		人均回款金额	人均培训费用	人均回款金额	人均培训费用	人均回款金额	人均培训费用	人均回款金额	人均培训费用
美术班	长期班	1.51	1.06	1.49	2.67	1.97	2.52	1.48	2.46
	短期班	0.79	0.48	0.51	0.85	0.51	0.78	0.53	0.75
文化课班		1.28	0.90	1.05	1.68	0.87	1.49	1.25	1.41

由上表可见，各班型人均现金收款金额较人均培训费用低，主要系受学员付费习惯以及公司推出促销活动等方面的影响，部分客户会以现金方式支付小额支

出，以银行存款转账方式支付大额支出，例如，公司推出促销活动“缴纳 5000 元定金寒假免费学”、“交 3000 元定金可抵扣 5000 元”等，部分学员存在以现金缴纳定金，剩余学费入学时通过转账方式支付的情况，从而造成人均现金收款较人均培训费用低。2020 年 1-9 月人均现金收款金额高于人均培训费用，主要系学员培训费用目前尚未摊销确认完毕故人均培训费用较低所致。

综上，报告期发行人存在现金收款是受客户主要是自然人，单笔销售额较小，客户付费习惯这些因素决定的，符合行业经营特点，具有必要性及合理性；报告期内现金销售收款频率及收款金额占比均较小，且整体呈现下降趋势，与同行业不存在重大差异；人均现金收款低于人均培训费，主要是受学员付费习惯以及公司推出促销活动等方面的影响，符合公司的经营特点，具有匹配性。

（4）发行人关于现金交易的内控措施

发行人已经制定严格的《资金管理制度》，明确现金的使用范围及办理现金收支业务时应遵守的规定，具体内容包括：“企业的现金管理按照账款分开的原则，由专职出纳人员负责。出纳与会计岗位不能由同一人兼任，出纳也不得兼管现金凭证的填制及稽核工作。除少数学生现金缴费外，均不得收取现金收入。出纳收取现金学费时，须立即开具一式三联的收据，由缴款人在右下角签名后，交缴款人、业务部门、会计各留存一联。收款收据应当连续编号，存根联应妥善保存。对于当日 16:00 前收到的现金学费，要求必须当日存入公司开立的专用银行收款账户，对于当日 16:00 后收到的现金学费，要求必须次日上午存入公司开立的专用银行收款账户。严禁任何现金支出。”

报告期内，发行人与现金交易相关的内部控制制度完备，现金交易的内部控制有效执行。发行人组织公司相关人员认真学习《资金管理制度》，在缴费时鼓励客户即学员采用刷卡、转账等银行支付方式，以逐渐减少现金收取款项情况。报告期内，发行人的现金销售金额占比较小且整体呈现下降趋势。

（5）保荐机构及申报会计师对现金交易的核查过程和结论

保荐人和申报会计师审阅了发行人关联方基本资料，发行人实际控制人、董事和高管人员调查表，获取了报告期内实际控制人及其配偶、实际控制人控制的其他企业、董监高及出纳等个人或企业流水，对大额交易及异常交易进行专项核查；将现金交易客户姓名与实际控制人及发行人董监高等关联方流水中的交易对手方进行比对。

经核查，学员缴费时，公司出纳根据学生入学协议开具收据，收据上注明交款人、款项内容、金额、缴费日期等信息，会计人员根据收据内容进行账务处理，现金交易流水与相关业务发生真实一致，不存在异常分布。实际控制人及发行人董监高等关联方与客户不存在资金往来，现金交易的客户不属于发行人的关联方。发行人的现金销售符合公司业务模式的实际情况，符合行业经营特点，具有必要性及合理性。报告期内发生的现金收款均有真实的交易背景，且与其业务特点密切相关。

5、公司财务信息系统关于收入的内部控制措施

发行人关于收入的财务信息系统有“老鹰学生管理系统”和“金蝶财务系统”，主要内部控制措施如下：

（1）老鹰学生管理信息系统：学生入学时，先填写入学登记表并签订入学协议，与学生部员工确认学费后，至财务部交费，并获取收据，学生部员工根据学员出示的收据安排宿舍。财务部出纳根据学生交费时间先后为学员编制学号，同时整理全部入学登记表和入学协议，并将排好序的学生档案交学生部，由学生部将学员信息登记至电子表格。出纳再将上述学生资料和所登记信息电子表格进行核对，并每天核对收款银行流水、学费缴款单、收据和入学登记表信息，确保两者一致。月末，出纳将核对一致的学员情况表信息（包括学号、姓名、身份证号、班型、报道日期、学费到期日、费用明细、联系方式等）导入老鹰学生管理信息系统，据此作为收入分摊的依据。学生管理信息系统由系统管理员统一设置各校区出纳、收入会计等系统权限。上述各人员使用各自独立的账号和密码进行系统操作。

（2）金蝶财务系统：发行人采用金蝶财务系统进行账务处理。由系统管理员设置各财务人员系统权限，各财务人员使用独立的账号和密码登陆系统进行账务处理。财务经理定期复核相关财务处理；会计处理经复核后入账。

每月末，出纳和收入会计核对当月收款并将学员入学登记表的基本信息与分摊系统内的班型及培训期间进行核对，核对无误后，收入会计记录为预收款项。每月，老鹰学生管理信息系统自动分摊收入。每月末，收入会计复核系统分摊无误后，记录学费收入摊销金额并计入金蝶财务系统。发行人财务信息系统关于收入的内部控制措施有效。

6、各班型收费标准及差异情况分析

（1）发行人收费标准包含的费用情况，及发行人各个班型收费标准跨度较大的原因及合理性

公司的收费标准包括学费、加课费和学杂费等费用。加课费系学生自主选择参加公司组织的加课所收取的费用，学杂费系公司发放学习资料等额外学习用品所收取的费用，具体情况如下：

单位：元

明细	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
加课费	3,800.00	3,800.00	3,800.00	1,800.00
学杂费	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00

报告期内，公司各校区由于自身情况的不同，制定的收费标准有所差别，各班型具体的收费标准如下：

单位：元

班型	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
平行班	64,800.00-69,000.00	59,200.00-76,400.00	38,400.00-66,200.00	35,000.00
精品班	86,000.00-118,040.00	79,200.00-101,600.00	78,000.00-96，200.00	68,400.00-79,000.00
校长班	124,600.00-161,640.00	132,200.00-159,400.00	104,000.00-118,200.00	117,200.00

从上表可见，校长班的收费标准最高，平行班的收费标准最低，具体分析如下：

①各个班型的师生配比不相同。最新版的招生简章中列示：“平行班每个科目不超过 25 名学生配置一名专业教师，精品班每个科目不超过 16 名学生配置一名专业教师，校长班每个科目不超过 12 名学生配置一名专业教师。”

②不同的班型配备了不同的师资力量。最新版的招生简章中列示：“平行班师资配置均为资深、专职教师，精品班师资配置以教学组长和教学带头人为核心，校长班由各校区校长及副校长负责教学进度的编排把控。”

公司根据各个学员的自身条件、师资情况以及专业课程等，设计了不同的班型进行差异化教学，以满足不同学员的需求。通常，校长班的师生配比低于精品班、平行班，并且校长班的师资配置强于精品班、平行班，由此导致校长班的收费标准高于精品班、平行班的收费标准，因此不同班型的收费标准跨度较大，具有合理性。

报告期内，美术长期班各班型销售价格存在差异，主要是受各班型学员实际

课时长度和收费标准双重影响。美术长期班各班型人均收入、人均实际课时长度及日均课时收入具体情况如下：

项目	2020 级			2019 级		
	人均收入（万元）	人均实际课时长度（天）	日均课时收入（元/天）	人均收入（万元）	人均实际课时长度（天）	日均课时收入（元/天）
平行班	1.46	72.20	202.22	2.77	168.71	164.19
精品班	2.54	86.33	294.22	4.91	194.28	252.73
校长班	4.13	91.48	451.46	8.65	225.34	383.86
项目	2018 级			2017 级		
	人均收入（万元）	人均实际课时长度（天）	日均课时收入（元/天）	人均收入（万元）	人均实际课时长度（天）	日均课时收入（元/天）
平行班	2.79	185.72	150.23	3.30	207.50	159.04
精品班	5.07	225.33	225.00	5.12	237.65	215.44
校长班	6.90	206.00	334.95	8.23	246.91	333.32

① 学员实际课时长度

学员实际课时长度是影响学员缴费金额和收入确认的重要因素，实际天数越短，缴费金额越低，人均收入越低。

学员实际上课天数取决于其自身培训需求，部分学员存在入学较晚或提前离校情况，如部分学员只参加联考不参加校考，部分学员在地方画室参加联考培训而在发行人处只参加校考培训，还有少数学员由于自身不适应原因提前离校等。因此，报告期内，相较于整期培训期间的标准课时长度约为 296 课时天数，各班型的人均实际课时长度均低于整期培训时长，故人均收入低于各期美术长期班收费标准。

报告期内，平行班、精品班的人均实际课程天数逐级减少，校长班的人均实际课程天数呈现先降后升的波动趋势，与各班型的人均收入波动趋势一致。

② 收费标准差异

由上表可知，报告期内，同一级次，校长班的日均课时收入最高，精品班次之，平行班最低，与各班型的收费标准差异情况一致。报告期内，各班型的日均课时收入整体呈现上涨趋势，与各班型的收费标准趋势情况一致。

综上，受各班型学员实际课时长度和收费标准双重影响，各班型销售价格存

在差异具有合理性。

（2）美术班中平行班、精品班或校长班的区别、各期营业收入及占比、学员人数、收费标准情况，不同校区收费标准是否存在差异，各地学籍或者户籍的学员是否对校区选择存在限制

美术班中平行班、精品班或者校长班的区别主要在于各个班型的师生配比和师资配置不同。

①美术班中，各班型各期营业收入及占比、学员人数、收费标准情况如下：

A、2020 年 1-9 月

班型	营业收入(万元)	占比（%）	学员人数（人）	收费标准（元）
平行班	2,582.58	23.12	2,658	2020 级：64,800.00-69,000.00 2019 级：59,200.00--76,400.00
精品班	6,877.74	61.57	3,689	2020 级：86,000.00-118,040.00 2019 级：79,200.00-101,600.00
校长班	1,710.99	15.32	534	2020 级：124,600.00-161,640.00 2019 级：132,200.00-159,400.00
合计	**11,171.31**	**100.00**	**6,881**	-

注：学员人数统计口径：如同一学员在不同时段报名参加不同班型，各班型算一人，下同。

B、2019 年度

班型	营业收入(万元)	占比（%）	学员人数（人）	收费标准（元）
平行班	7,362.50	31.20	4,325	2019 级：59,200.00--76,400.00 2018 级：38,400.00-66,200.00
精品班	13,312.19	56.41	4,362	2019 级：79,200.00-101,600.00 2018 级：78,000.00-96，200.00
校长班	2,926.30	12.40	543	2019 级：132,200.00-159,400.00 2018 级：104,000.00-118,200.00
合计	**23,600.99**	**100.00**	**9,230**	

C、2018 年度

班型	营业收入(万元)	占比（%）	学员人数（人）	收费标准（元）
平行班	6,902.14	34.80	4,046	2018 级：38,400.00-66,200.00
				2017 级：35,000.00
精品班	11,658.84	58.79	3,913	2018 级：78,000.00-96，200.00
				2017 级：68,400.00-79,000.00
校长班	1,270.75	6.41	297	2018 级：104,000.00-118,200.00
				2017 级：117,200.00
合计	**19,831.73**	**100.00**	**8,256**	

D、2017 年度

班型	营业收入(万元)	占比（%）	学员人数（人）	收费标准（元）
平行班	6,685.04	43.50	3,596	2017 级：35,000.00
				2016 级：34,000.00
精品班	8,060.53	52.45	2,726	2017 级：68,400.00-79,000.00
				2016 级：63,700.00
校长班	622.56	4.05	98	2017 级：117,200.00
				-
合计	15,368.14	100.00	6,420	

②报告期内，不同校区收费标准具体情况如下：

A、2020 级

单位：元/期

校区	平行班	精品班	校长班
杭州三校区[注]	64,800.00	118,040.00	161,640.00
义乌校区	-	102,400.00	-
深圳校区	-	107,600.00	124,600.00
温州校区	-	96,200.00	-
成都校区	69,000.00	86,000.00	-

B、2019 级

单位：元/期

校区	平行班	精品班	校长班
杭州三校区[注]	63,000.00	101,600.00	132,200.00
义乌校区	76,400.00	99,400.00	159,400.00
深圳校区	-	93,200.00	-
温州校区	-	96,200.00	-

成都校区	59,200.00	79,200.00	-

C、2018 级

单位：元/期

校区	平行班	精品班	校长班
杭州三校区[注]	38,400.00	83,800.00	118,200.00
义乌校区	-	78,000.00	104,000.00
深圳校区	66,200.00	79,400.00	-
温州校区	-	96,200.00	-
成都校区	59,200.00	79,200.00	-

D、2017 级

单位：元/期

校区	平行班	精品班	校长班
杭州三校区[注]	35,000.00	79,000.00	117,200.00
义乌校区	-	77,200.00	-
深圳校区	-	77,000.00	-
温州校区	-	68,400.00	-

[注]杭州三校区 2020 级是银湖校区、场口校区、象山校区；2019 级和 2018 级是银湖校区、富阳校区、象山校区；2017 级是富阳校区、象山校区、转塘校区。

公司在杭州三校区的收费标准不存在差异，与义乌校区、深圳校区、温州校区和成都校区的收费标准存在一定差异，主要是各校区所处不同的城市，当地的经济水平和美术培训市场竞争情况各不相同，其人工工资、租赁资产价格和物价水平等也不一致，公司综合考虑各地区市场差异情况制定收费标准，由此导致各校区的收费标准有一定的差异。

公司美术艺考培训服务对象为全国的美术艺考生，各地学籍或者户籍的学员可以根据自身的情况选择就读的校区，对校区选择不存在限制。

（3）报告期内学员晚于统一开班时间后入学的收费标准计算方式及退费条款变化情况

美术培训有别于正常的学历教育培训，美术培训是教授学员绘画的技能，需要学员通过反复训练来提高绘画水平，并且参加发行人美术艺考培训的学员一般具有一定的绘画基础，故学员可以根据自身需求选择入学时间，从而造成了不同时间入学的学员所缴纳的费用不一致。为了鼓励学员尽早入学，公司对于报名参与培训时间早的学员会给予更大的优惠力度，所以收费标准呈现出一个阶梯收费

的趋势。举例说明如下：2020 年 7 月-2021 年 2 月为一完整的学期，其对应的收费标准为 80,000 元，则在 7 月 1 日之后入学的学员适用的收费标准=80,000-A*(实际入学时间-开班时间)(A 由公司制定，一般低于完整学期的单日学费)。如果甲学员于 7 月 1 日入学，次年 2 月 28 日离校，其适用的收费标准为 80,000.00 元，折算为单日学费约为 333.33 元；B 学员于 7 月 21 日入学，次年 2 月 28 日离校，其适用的收费标准为 80000-250*20=75000 元，折算为单日学费约为 340.10 元。入学时间 A 学员早于 B 学员，虽然学费总额 A 学员大于 B 学员，但是单日学费 A 学员要低于 B 学员。

不同时期入学的学员，公司与其签订的入学协议都是相同的内容，包含的退费条款没有差别。所以对于不同时间入学的学员，退费条款不存在变化。

7、复读学员情况分析

（1）复读学员分布情况

报告期内，发行人各届次复读学员折扣分层对应的学费收入金额统计情况如下：

项目	2019 级			2018 级			2017 级		
	数量（人）	收入金额（万元）	金额占比（%）	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）	数量（人）	金额（万元）	金额占比（%）
1 折及以下	207	10.03	1.03	45	3.43	0.39	10	0.36	0.05
1-5 折（含 5 折）	580	443.03	45.31	483	352.11	40.53	118	139.96	19.23
5-8 折（含 8 折）	88	145.11	14.84	139	226.95	26.12	216	434.63	59.71
8 折以上	128	379.53	38.82	114	286.35	32.96	70	152.99	21.02
合计	**1,003**	**977.70**	**100.00**	**781**	**868.84**	**100.00**	**414**	**727.94**	**100.00**

高复学员享受的具体折扣主要受其自身资质及高考成绩影响，根据其是否获得合格证及入校测试成绩高低等综合判定。报告期内，发行人给与高复学员的折扣主要集中于 1-5 折（含 5 折）、5-8 折（含 8 折），与发行人招生简章中对外公布的 1-8 折优惠相匹配。

（2）与发行人收费标准匹配情况分析

报告期内，发行人各届次复读学员人均收入与收费标准（含税）对比情况如

下：

单位：万元/人

项目	2019 级	2018 级	2017 级
1 折及以下	0.05	0.08	0.04
1-5 折（含 5 折）	0.76	0.73	1.19
5-8 折（含 8 折）	1.65	1.63	2.01
8 折以上	2.97	2.51	2.19
整体人均收入	0.97	1.11	1.76
发行人收费标准（含税）	4.68	3.98	3.98

注：收费标准以美术班校考培训一期完整的学费金额（不含生活费学杂费等）

近年来，公司为了吸引优质的高复学员生源，推出较大力度的打折，2019 级较 2018 级、2018 级较 2017 年新增较多 5 折以下的高复学员，由此导致高复学员的人均收入逐年下降。由于学员缴费金额及确认的收入金额受其实际在校时长影响，故单个学员人均收入差异较大。但整体而言，高复学员学费折扣分布情况基本与发行人收费标准相匹配，未见明显异常。

（3）发行人关于复读学员折扣的内控制度及执行情况

发行人对复读学员折扣具有严格的管理流程，具体如下：学员入学须进行入学测试，高复学员可出示上年联考或校考成绩，以及高考文化成绩，专业老师根据上年高考成绩和现场测试成绩综合考核其专业能力，以此给与该学员的具体折扣意见。其中，基础折扣在每年 4-5 月由管理层制定并在招生简章中对外公布；而结合现场测试成绩给与每个学员的具体折扣，由总务接待人员根据专业老师意见填写折扣申请单，并交由总务主管或总经理审批。5 折以上由总务主管签字审批，免学费至 5 折（含 5 折）范围内需由总经理签字审批。

经核查，发行人关于复读学员折扣的内控制度完备健全且有效执行。

8、发行人退费条款及报告期内退费情况

入学协议中存在关于退费的条款，具体情况如下：

“退款规定：

（1）甲方入学后十天内，如不适应乙方教学要求退学，可扣除实际培训天数所产生的费用后予以退款。

（2）甲方入学满十天后提出退学申请的，自约定的培训期起始日至退学申

请日已发生的培训时间按乙方暑假单月标准学费核算收取相应的培训费用。考虑到因甲方前期占用学位资源给乙方造成的损失，甲乙双方就剩余学费的或有退款约定如下：剩余培训期达五个月(含)以上的按剩余学费的 80%退款；剩余培训期达 2 个月(含)以上但不足 5 个月的按剩余学费的 70%退款；剩余培训期不足两个月的，不再退款。其他费用根据实际发生情况结算，但剩余培训天数不足十天的不予结算和退款。

双方特别确认：学期末，1 月 15 日后为校考考试安排阶段，专业教学课程及课时均已完成，此阶段退学不再退学费，生活费剩余天数超过十天的按实际天数退费。

（3）在约定的培训期间内，甲方因自身安排或其他原因请假的，鉴于乙方保留甲方的学位及床位，相应费用正常收取，不予退款。餐费根据实际发生情况结算，但单次请假天数不足十天的不予结算和退款。

（4）甲方适用本条规定应及时向乙方提出退款或结算申请，乙方核实情况并予结算。甲方离校前未提出退款或结算申请的，应自离校之日起十天内提出，否则乙方可不予退款或结算费用，相应损失由甲方自行承担。”

关于联考退费，入学协议中另有约定，具体条款如下：“甲方如报名浙江省联考班并按照乙方招生简章所示班型对应的整期（即自浙江省选考结束开始至美术类省统考结束的期间）学费标准全额缴费，乙方承诺向甲方当年浙江省联考综合分成绩（指浙江省普通高校招生美术类省统考“总分成绩”，而非任一单科的成绩）未达 80 分者退返壹万元人民币学费，但因甲方原因导致教学效果无法保证的情形除外。如出现甲方无故旷课、迟到、早退等累计达 5 次以上或违反学生管理制度扣分达退学条件等情形，则前述乙方关于联考分数保证及退费的承诺自动失效且不再适用。除享受乙方招生简章“优惠活动”部分所示优惠的情形外，甲方享受其他学费优惠、折扣（如复读政策等）或出现其他未按照整期学费标准全额缴费情形的，不适用本条关于联考分数保证及退费的约定。甲方适用本条规定应向乙方提出申请，并提供有效成绩查询结果，甲方自浙江省普通高校招生美术类省统考成绩发布之日起满 30 日未提出申请的，乙方不再退返壹万元人民币学费。”

报告期内，退费金额及占比情况如下：

单位：万元

退费项目	2020 年 1-9 月	占比(%)	2019 年度	占比(%)	2018 年度	占比(%)	2017 年度	占比(%)
试课退费	55.11	3.09	283.73	15.60	384.16	31.08	244.71	28.29
联考退费	-	-	204.00	11.21	50.00	4.05	32.00	3.70
疫情退费	668.32	37.51	-	-	-	-	-	-
请假退费	25.22	1.42	38.70	2.13	27.02	2.19	30.87	3.57
退学退费	1,032.98	57.98	1,292.87	71.06	774.70	62.68	557.49	64.44
合计	**1,781.62**	**100.00**	**1,819.31**	**100.00**	**1,235.88**	**100.00**	**865.07**	**100.00**

报告期内，针对试课退费、疫情退费、退学退费和请假退费的情形，公司扣除实际学习天数所产生的费用后按照约定予以退款，其中，按学员实际学习天数产生的费用以及按照约定不予退款的部分确认相应的收入，退还给学生的款项直接冲减预收款项；针对符合联考退费条件的学生，公司期末根据已获取的学员联考成绩信息及相关退费政策，计提相关退费金额并冲减当期收入，具体账务处理为：借：主营业务收入，贷：其他应付款。相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

报告期内，各班型退款退费的金额及其占比情况如下：

单位：万元，%

班型	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
平行班	522.20	29.31	560.97	30.83	400.91	32.44	395.78	45.75
精品班	808.50	45.38	836.32	45.97	633.86	51.29	312.98	36.18
校长班	147.34	8.27	82.60	4.54	74.00	5.99	6.99	0.81
短期班	251.12	14.09	268.04	14.73	112.28	9.08	138.74	16.04
文化课	52.46	2.94	71.38	3.92	14.84	1.20	10.59	1.22
合计	**1,781.62**	**100.00**	**1,819.31**	**100.00**	**1,235.88**	**100.00**	**865.07**	**100.00**

从上表可以看出，退费情况主要发生在平行班与精品班，校长班与文化课的退费金额较小。

美术短期班和文化课班的具体退费条款如下：

（1）甲方入学后要求退学，可扣除实际培训天数所产生的费用后予以退款。

（2）在约定的培训期间内，甲方因自身安排或其他原因请假的，鉴于乙方保留甲方的学位及床位，相应费用正常收取，不予退款。餐费根据实际发生情况结算，但单次请假天数不足十天的不予结算和退款。

（3）甲方适用本条规定应及时向乙方提出退款或结算申请，乙方核实情况并予结算。甲方离校前未提出退款或结算申请的，应自离校之日起十天内提出，否则乙方可不予退款或结算费用，相应损失由甲方自行承担。

美术培训有别于正常的学历教育培训，美术培训是教授学员绘画的技能，需要学员通过反复训练来提高绘画水平，并且参加发行人美术艺考培训的学员一般具有一定的绘画基础，故学员可以根据自身需求选择入学时间。

部分学员入学较晚主要是因其所在地区学校须放假才能过来参加培训，因各地学校放假时间不同，到公司入学参加培训的时间也不同；也有一部分学员根据自己的规划先在所在地学校上一段时间文化课后再出来参加艺考培训。提前离校主要是因为一部分学员根据自身掌握的绘画技能及文化课情况，选择提前离校回其所在地高中进行文化课复习；少数学员由于自身原因不适应发行人的封闭式集中培训而提前离校。

仅参加联考或仅参加校考培训也是学员综合自身因素的选择。仅参加联考的学员主要有两种情况：第一种情况是该学员一开始就志愿报考无需校考的美术院校或专业（非独立设置的本科艺术院校不组织校考，以联考成绩和文化课成绩直接择优录取），于是选择只参加联考培训；第二种情况是该学员在联考成绩出来后觉得联考成绩足以填报理想的大学，从而决定不再参加校考，提前离校回其所在地高中备考文化课。

仅参加校考的学员通常选择报考九大美院等竞争激烈的艺术类高校，需要参加省级联考达到联考合格线后方可参加校考，最终按校考成绩和文化课成绩择优录取。之所以仅参加校考，主要分两种情况：第一种情况是学员自身美术基础较好或者本来就在艺术类中学就读，预期联考可以过线，其往往不参加联考培训，但会针对不同院校的报考内容参加校考培训，进一步增强自身能力，于是选择只参加校考培训；第二种情况是学员自身美术基础不是很好，其可能会选择就近在当地画室参加联考培训，联考结束后来发行人处参加针对性的校考培训。

针对不同时间入学、选择不同培训内容的学员，公司全额预收学员培训期间的培训费用，其收费方式一致。学员入学报到时与公司签订入学协议并缴费，填写入学登记表，其中入学登记表上注明学员实际报到入学日期、培训到期日、报名班型及学费等信息。发行人收入确认依据为学员入学时与公司签订的入学协议及填写的入学登记表、收款收据、银行回单及每月在册学员清单等，其中，入学

协议约定了提供的培训期间、双方的权利义务等。

针对上述情形，预收培训费和确认收入的会计处理不存在差异，具体会计处理为：

（1）收到学费时：

借：银行存款

贷：预收款项(合同负债)

应交税费

（2）确认收入时：

借：预收款项(合同负债)

贷：主营业务收入

针对早于培训到期日离校的学员，公司根据入学协议约定的退费条款退还学员培训费用，具体会计处理为：

借：预收款项(合同负债)

贷：其他应付款

在实际退还时：

借：其他应付款

贷：银行存款

（1）各期校长班、精品班、平行班培训周期一致但人均实际课时长度存在明显差异的具体原因

报告期内，发行人各班型人均实际课时长度如下：

人均实际课时（天）	2020 级	2019 级	2018 级	2017 级
平行班	72.20	168.71	185.72	207.50
精品班	86.33	194.28	225.33	237.65
校长班	91.48	225.34	206.00	246.91

注：2020 级的一个完整培训周期尚未结束，表中统计的是 2020 级学员截止到 2020 年 9 月 30 日的人均实际课时。

除 2018 级精品班高于校长班外，各班型的人均实际课时长度由长到短依次为：校长班、精品班、平行班。上述分布特征主要由各班型中参加一个整期培训的学员比例结构不同所致。

这里的“整期”指参加发行人当年 7 月至次年 2 月的一个完整培训周期，涵盖

7 月-12 月的联考培训和当年 12 月至次年 2 月的校考培训。由于美术培训有别于正常的学历教育培训，参加发行人美术艺考培训的学员一般具有一定的绘画基础，故学员可以根据自身需求选择入学时间。因此，除参加整期培训外，也存在仅参加联考培训或仅参加校考培训的情况。报告期内，各类别的学员人数占比情况如下：

人数占比	2020 级			2019 级			2018 级			2017 级		
	仅联考	仅校考	整期	仅联考	仅校考	整期	仅联考	仅校考	整期	仅联考	仅校考	整期
平行班	34.02%	-	65.98%	23.89%	34.63%	41.48%	12.39%	31.81%	55.80%	16.02%	20.44%	63.54%
精品班	34.58%	-	65.42%	24.58%	29.73%	45.69%	14.48%	23.26%	62.26%	10.79%	20.69%	68.52%
校长班	8.30%	-	91.70%	24.05%	11.89%	64.05%	11.32%	25.94%	62.74%	4.76%	18.10%	77.14%

注：2020 级的一个完整培训周期尚未结束，表中统计的是截止到 2020 年 9 月 30 日的学员人数占比数据，此时校考培训报名尚未开始。校考培训开始后，学员人数占比数据会发生变动。

由上表可见，各班型参加整期培训的学员比例呈现“校长班>精品班>平行班”的分布状态，与各班型人均实际课时长度的分布特征相匹配。由于整期培训时间最长，其占比不同决定了各班型人均实际课时长度不一样，从而形成明显差异。

发行人根据各个学员的自身条件、师资情况以及专业课程等，设计了不同的班型进行差异化教学，以满足不同学员的需求。校长班的师生配比优于精品班、平行班，并且师资配置强于精品班、平行班，收费也是校长班最高，精品班次之，平行班最低。校长班集聚发行人骨干教学力量，目标是培养资质优异的学员冲刺校考。校长班通过入学测试筛选优秀学员，按“联考+校考”整期规划课程，提供全程辅导并精心培育，因此进入校长班的学员通常会选择报名整期。此外，选择校长班的学员家境一般也较好、支付能力较强，对价格缺乏敏感，因此对于整期培训的支付意愿也较高。相较而言，平行班针对的学员群体更加多元，提供的课程规划也更加丰富，对价格较为敏感的学员和家长群体则会在权衡性价比后选择平行班，同样也会更多地根据自身需要选择仅参加发行人的联考培训或仅参加校考培训，从而导致平行班报名整期的学员比例不及校长班。精品班的情况则介于校长班和平行班之间。

综上所述，各班型参加整期培训的学员比例呈现“校长班>精品班>平行班”的分布状态，是发行人根据市场需求设计不同班型，学员和家长根据自身特点自

行选择的结果。这一比例结构的分布特征进一步导致各期校长班、精品班、平行班人均实际课时长度存在明显差异。

（2）2018 年校长班人均实际课时长度少于精品班的原因及合理性

2018 年校长班人均实际课时长度少于精品班的主要原因有两方面：一是受取消校考政策预期的影响。2018 年教育部办公厅发布《关于做好 2019 年普通高等学校部分特殊类型招生工作的通知》（教学厅〔2018〕13 号），规定：除经教育部批准的部分独立设置的本科艺术院校（含部分艺术类本科专业参照执行的少数高校）外，2019 年高校美术学类和设计学类专业一般不组织校考；2020 年起使用省级统考成绩，不再组织校考。受此影响，以冲刺校考为特色的校长班整期参培比例下降较快，2018 年较 2017 年下降了 14.40 个百分点，导致 2018 年校长班整期参培比例以及 201 天以上课时段的人数占比与精品班持平。

人数占比	2018 级			2017 级		
	仅联考	仅校考	整期	仅联考	仅校考	整期
平行班	12.39%	31.81%	55.80%	16.02%	20.44%	63.54%
精品班	14.48%	23.26%	62.26%	10.79%	20.69%	68.52%
校长班	11.32%	25.94%	62.74%	4.76%	18.10%	77.14%

学习课时长度（天）	2018 级精品班			2018 级校长班		
	人数	人数占比	人均课时	人数	人数占比	人均课时
1-100	495	20.33%	60.03	49	23.44%	66.40
101-200	373	15.32%	115.41	26	12.44%	125.80
201 以上	1,567	64.35%	303.71	134	64.12%	272.61
合计	**2,435**	**100.00%**	**225.33**	**209**	**100.00**	**206.00**

二是 2018 年校长班的浙江籍学员占比下降。浙江籍学员通常比外省籍学员入学时间早，因此培训时长总体高于外省籍学员。2018 年，在招生人数同比大幅增加的情况下，校长班的浙江籍学员占比由 41.35%下降至 36.84%，由此导致校长班 201 天以上课时段的人均实际课时低于浙江籍学员占比较多的精品班，降低了校长班的人均课时长度。

项目	2020 级			2019 级			2018 级			2017 级		
	浙江籍	外省籍	浙江籍占比	浙江籍	外省籍	浙江籍占比	浙江籍	外省籍	浙江籍占比	浙江籍	外省籍	浙江籍占比
平行班	607	414	59.45%	870	1,434	37.76%	1,137	1,427	44.34%	783	1,252	38.48%
精品班	1,074	709	60.24%	1,360	1,217	52.77%	1,038	1,397	42.63%	742	980	43.09%
校长班	148	118	55.64%	197	165	54.42%	77	132	36.84%	43	61	41.35%
合计	**1,829**	**1,241**	**59.58%**	**2,427**	**2,816**	**46.29%**	**2,252**	**2,956**	**43.24%**	**1,568**	**2,293**	**40.61%**

上述两方面原因综合导致 2018 年校长班人均实际课时长度少于精品班，具有合理性。

（二）营业成本

1、营业成本构成分析

报告期内，公司营业成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
主营业务成本	8,257.92	96.63	12,905.74	99.87	11,243.00	99.52	7,888.08	99.95
其他业务成本	288.14	3.37	16.69	0.13	54.23	0.48	4.21	0.05
合计	**8,546.06**	**100.00**	**12,922.43**	**100.00**	**11,297.23**	**100.00**	**7,892.29**	**100.00**

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，公司主营业务成本占营业成本的比重分别为 99.95%、99.52%、99.87%及 96.63%，占比稳定。

2、主营业务成本构成分析

（1）主营业务成本按班型分类

报告期内，公司主营业务成本按班型构成情况如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
美术班	长期班	6,841.66	82.85	10,958.54	84.91	9,697.65	86.26	7,077.13	89.72
	短期班	997.62	12.08	1,266.83	9.82	1,068.40	9.50	614.68	7.79
文化课班		377.62	4.57	653.36	5.06	472.81	4.21	195.83	2.48
其他		41.02	0.50	27.01	0.21	4.14	0.04	0.44	0.01

合计	**8,257.92**	**100.00**	**12,905.74**	**100.00**	**11,243.00**	**100.00**	**7,888.08**	**100.00**

报告期内，公司主营业务成本分别为 7,888.08 万元、11,243.00 万元、12,905.74 万元及 8,257.92 万元。美术班成本占主营业务成本的比重超过 94%，与主营业务收入构成基本一致。

（2）主营业务成本按性质构成分类

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比 %	金额	占比 %	金额	占比 %	金额	占比 %
人工成本	4,406.33	53.36	7,335.98	56.84	6,259.18	55.67	4,461.42	56.56
折旧与摊销	1,438.92	17.42	1,637.17	12.69	1,216.14	10.82	607.88	7.71
房租	1,145.88	13.88	1,532.07	11.87	1,379.08	12.27	1,155.91	14.65
食材/餐费	667.12	8.08	1,370.71	10.62	1,252.79	11.14	835.51	10.59
水电能源费	384.12	4.65	602.99	4.67	614.40	5.46	404.08	5.12
生活用品及教学用品	174.53	2.11	337.15	2.61	431.78	3.84	367.44	4.66
其他	41.02	0.50	89.67	0.69	89.63	0.80	55.84	0.71
合计	**8,257.92**	**100.00**	**12,905.74**	**100.00**	**11,243.00**	**100.00**	**7,888.08**	**100.00**

公司主营业务成本主要包括三大方面：①人工成本，包括公司教师（含助教等）、食堂员工的工资、社保、公积金及福利费等；②与教学场所相关的固定资产、无形资产和长期待摊费用的折旧摊销，或相关房租；③自有食堂的食材成本及配餐食堂的餐费。2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月上述三大类成本占主营业务成本的比例分别为 89.51%、89.90%、92.02%及 92.74%。

①人工成本

报告期内人工成本增加金额较多，主要系随着公司经营规模的不断扩大，公司教职工及食堂员工人数逐年增加，同时，由于市场增长迅速，美术培训行业涌入众多培训机构，为了吸引优秀教师和优化师资结构，给员工提供具有竞争力的薪酬，教职工人员的整体薪酬水平有较大幅度提升，导致报告期内人工成本总体薪酬支出增长较快。

报告期内，公司的人工成本情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
人工成本（万元）	4,406.33	7,335.98	6,259.18	4,461.42
其中：教师薪酬（万元）	4,185.37	6,985.10	5,953.63	4,269.54
食堂人员薪酬（万元）	220.96	350.88	305.55	191.88

报告期内，人工成本的变动主要是教师薪酬变动所致。公司教师薪酬主要包括三部分：基本工资、课时费及津贴，其中，课时费为教师薪酬的主要组成部分。

报告期内，公司师资人数变动、课程数量及平均工资变动情况如下：

项目	公式	2020年1-9月	2019年度	2018年度	2017年度
当期月均教师人数（人）	a	346	419	366	249
教师薪酬成本（万元）	b	4,185.36	6,910.54	5,846.78	4,202.82
教师平均薪酬（万元/人）	c=b/a	12.10	16.49	15.97	16.88
学员当期培训总课时（天）	d	681,800	1,189,532	1,198,308	987,279
单位课时人工成本（元/天）	e=b*10000/d	61.39	58.09	48.79	42.57

注 1：教师薪酬成本包括教师工资、社会保险费及公积金，不包括福利及其他薪酬；

注 2：教师人数包含专职教师、兼职教师和实习助教。

2017年度、2018年度及2019年度，公司教师职工薪酬总额分别为4,202.82万元、5,846.78万元及6,910.54万元，呈现逐年增长趋势，主要包括以下原因：①教师数量大幅增加，2017年度、2018年度及2019年度，当期月均教师人数分别为249人、366人及419人，增长显著。主要系公司出于未来储备师资的考虑及对业务规模扩大的合理预期，公司大量招聘授课教师，授课教师数量增加较多。②单位课时费有所上涨，为保持业内具有竞争力的薪酬水平，公司每年均会对授课教师的薪酬水平如单位课时费进行一定幅度的上调，故整体薪酬水平呈现上涨趋势。

2020年1-9月，公司教师职工薪酬总额为4,185.36万元，教师薪酬成本较低，主要原因是考虑到疫情对招生规模的影响以及提高对教师专业能力的要求，公司优化师资结构，授课教师数量有所减少。同时，由于受季节性影响，2020年上半年为培训淡季，叠加新冠疫情的影响，学员培训总课时数减少，导致教师的平均工资水平有所下降。

综上，2017年-2019年，人工成本增加金额较多，主要系随着公司经营规模的不断扩大，公司教师及食堂员工人数逐年增加，同时，由于市场增长迅速，美术培训行业涌入众多培训机构，为了吸引优秀教师和优化师资结构，给员工提供

具有竞争力的薪酬，教师的整体薪酬水平有较大幅度提升。2020年1-9月，人工成本下降，主要是受新冠疫情和培训季节性因素影响，发行人的授课教师数量和平均工资均出现下滑，教师的薪酬成本有所降低。因此人工成本的变动与教师薪酬的变动相匹配，具有合理性。

报告期内，教师课时费的计算方式为：单位课时工资*该年度教师上课课时数量；津贴为给予专职教师的生活费补贴，标准为 500 元~600 元每人每月。

报告期内，专职教师、兼职教师和实习助教薪资具体构成及薪资水平情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
专职教师				
基本工资（万元）	2,083.96	3,420.38	2,719.15	1,985.03
课时费及津贴（万元）	1,526.49	2,059.41	1,821.92	1,398.34
社会保险及公积金（万元）	429.34	1,028.76	907.14	590.01
福利费及其他（万元）	-	74.56	106.84	66.72
小计	**4,039.79**	**6,583.11**	**5,555.06**	**4,040.10**
教师课时数量（万课时）	8.84	16.54	14.79	9.88
月平均人数（人）	329	368	309	211
月平均薪酬（万元/人）	1.02	1.49	1.50	1.60
单位课时工资（元/人/课时）	172.62	124.54	123.22	141.52
兼职教师				
基本工资（万元）	44.37	99.18	53.46	23.57
月平均人数（人）	4	5	3	3
月平均薪酬（万元/人）	1.23	1.65	1.48	0.65
实习助教				
基本工资（万元）	2.91	9.88	8.66	16.96
课时工资（万元）	98.30	292.93	336.45	188.91
小计	**101.22**	**302.80**	**345.11**	**205.87**
助教课时数量（万课时）	0.49	1.86	2.36	1.33
月平均人数（人）	13	46	54	35
月平均薪酬（万元/人）	0.87	0.55	0.53	0.49
单位课时工资（元/人/课时）	200.59	157.28	142.44	141.74

注：部分实习助教在当年由实习助教转正为专职教师，此种情况各算一人。

报告期内，专职教师变动情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
当期教师离职人数	131	89	33	47
期初教师人数	369	335	202	208

教师离职率	35.50%	26.57%	16.34%	22.60%

注 1：教师离职人数为当期期初教师在当期离职的人数；当期期初人数为当年 1 月在职人数。
注 2：离职率=教师离职人数/教师当期期初人数。

公司专职教师薪资主要由基本工资、课时费及津贴、社保及公积金和福利费组成，其中部分资深教师采用年薪制；公司兼职教师薪资由基本工资组成；公司实习助教由基本工资和课时工资组成。

A、专职教师薪酬：

（a）2018 年专职教师月平均薪酬、单位课时工资较 2017 下降，主要原因是 2018 年自建银湖校区达到预定可使用状态，公司出于未来储备师资的考虑及业务规模扩大的合理预期，大量招聘专职教师。新入职教师单位课时工资较低，导致薪酬较低，从而拉低专职教师整体的月平均薪酬和单位课时工资，具有合理性。

（b）2019 年专职教师月平均薪酬、单位课时工资较 2018 年变动基本平稳。

（c）2020 年 1-9 月专职教师单位课时工资上升，但是月平均薪酬下降，主要原因是公司为充分发挥教师教学积极性，公司降低了基本工资在整体薪酬体系的比例，提高了课时工资在整体薪酬体系的比例；同时，受新冠疫情影响，教师面授上课课时减少，教师课时工资减少，故 2020 年 1-9 月专职教师月平均薪酬下降，具有合理性。

B、兼职教师薪酬：

（a）公司兼职教师 2018 年月平均薪酬较 2017 年上升明显，主要原因是 2018 年公司着力推动文化课发展，提高了文化课兼职教师薪酬水平，具有合理性。

（b）公司兼职教师 2019 年月平均薪酬较 2018 年变动基本平稳。

（c）公司兼职教师 2020 年 1-9 月平均薪酬较 2019 年下降，主要原因是教师薪酬较高的文化课小班在 2020 年 1-9 月未开课，故 2020 年 1-9 月文化课教师薪酬较低，造成了 2020 年 1-9 月兼职教师月平均薪酬较低，具有合理性。

C、实习助教薪酬：

（a）2017 年至 2019 年公司实习助教月平均薪酬波动，主要原因是公司实习助教人员流动性较大，公司依据助教个人专业水平给予相应薪酬。

（b）2020 年 1-9 月公司实习助教较 2019 年月平均薪酬上升较多，主要原因是受新冠疫情影响，公司考虑业务发展，为吸引更多水平较高专业助教教师，提高了实习助教的单位课时工资，具有合理性。

综上，公司专职教师月平均薪酬波动主要受专职教师人员变动和公司优化专职教师薪酬体系影响，具有合理性；公司兼职教师与平均薪酬波动主要受公司文化课业务发展预期影响，具有合理性；公司实习助教月平均薪酬波动主要实习助教人员流动影响，具有合理性。

报告期内，公司教师与同行业教师平均薪酬对比如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月薪酬	2019 年年薪	2018 年年薪	2017 年年薪
中公教育	未披露	未披露	未披露	11.57
东方时尚	未披露	未披露	未披露	未披露
龙门教育	未披露	未披露	10.39	9.21
传智播客	未披露	未披露	21.73	21.17
昂立教育	未披露	未披露	未披露	未披露
均值	\	\	16.06	13.98
发行人	12.20	17.08	16.63	17.64

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书(申报稿)

由上表可见，在可比期间内，公司教师薪酬比同行业公司教师平均薪酬略高。

报告期内，公司各地区教师与同地区人员平均薪酬对比如下：

A、2017 年

地区	年平均薪酬(元/人)	地区平均薪酬(元/人)[注]
杭州	179,122.40	66,233.00
深圳	146,633.40	59,297.00
温州	134,339.47	44,866.00
义乌	183,222.73	54,673.00

B、2018 年

地区	年平均薪酬(元/人)	地区平均薪酬(元/人)[注]
杭州	157,617.01	73,678.00
深圳	133,633.88	63,635.00
温州	113,122.52	48,588.00
义乌	133,835.62	71,189.00
成都	131,414.23	71,300.00

C、2019 年

地区	年平均薪酬(元/人)	地区平均薪酬(元/人)[注]
杭州	159,432.57	82,009.00
深圳	152,748.14	70,233.00
温州	187,871.06	54,836.00

义乌	139,182.20	65,871.00
成都	138,251.87	77,892.00

[注]杭州地区平均薪酬数据取自杭州市人力资源和社会保障局发布的《关于发布 2017 年杭州市区全社会单位在岗职工年平均工资的通知》、《关于发布 2018 年杭州市全社会单位在岗职工年平均工资的通知》、《关于发布 2019 年杭州市全社会单位在岗职工年平均工资的通知》中的杭州市全社会单位在岗职工年平均工资；

深圳地区平均薪酬数据取自深圳市统计局发布的《2017 年深圳市城镇单位从业人员年平均工资数据公报》、《2018 年深圳市城镇单位就业人员年平均工资数据公报》、《2019 年深圳市城镇单位就业人员年平均工资数据公报》中的深圳市城镇私营单位就业人员年平均工资；

温州地区平均薪酬数据取自温州市统计局发布的《2017 年温州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2018 年温州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2019 年温州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》中的温州市私营单位就业人员年平均工资；

义乌地区平均薪酬数据取自金华市统计局发布的《2017 年金华市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2018 年金华市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2019 年金华市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》中的金华市全社会单位就业人员年平均工资；

成都地区平均薪酬数据取自成都市统计局发布的《成都市统计局关于 2018 年全市城镇全部单位就业人员平均工资的公告》、《成都市统计局关于 2019 年全市城镇全部单位就业人员平均工资的公告》中的成都市城镇全部单位就业人员平均工资。

由上表可见，报告期内，公司在当地属经营情况较好的企业；同时，公司为教师提供了有竞争力的薪酬，故公司教师薪酬均高于同地区人员薪酬。

报告期内，发行人杭州地区专职教师平均薪酬与杭州地区平均工资情况，对比如下：

单位：元/人

期间	发行人非杭州地区专职教师年平均薪酬	发行人杭州地区专职教师年平均薪酬	杭州市全社会单位在岗职工年平均工资[注]
2020 年 1-9 月	115,141.26	124,530.82	\
2019 年度	152,356.27	184,474.74	82,009.00
2018 年度	153,240.54	184,535.58	73,678.00
2017 年度	166,947.51	195,075.75	66,233.00

[注]2020 年杭州地区平均工资尚未公开数据。

2017 至 2019 年杭州地区平均薪酬数据取自杭州市人力资源和社会保障局发布的《关于发布 2017 年杭州市区全社会单位在岗职工年平均工资的通知》、《关于发布 2018 年杭州市全社会单位在岗职工年平均工资的通知》、《关于发布 2019 年杭州市全社会单位在岗职工年平均工资的通知》中的杭州市全社会单位在岗职工年平均工资。

由上表可见，报告期内，发行人在当地属经营情况较好的企业；同时，发行人为专职教师提供了有竞争力的薪酬，杭州地区和非杭州地区专职教师年平均薪酬均高于杭州地区年平均工资。

发行人专职教师薪酬主要由基本工资和课时工资两部分组成，报告期内月平均薪酬逐年下降的原因如下：

A、2018 年专职教师平均薪酬较 2017 年下降，主要原因是 2018 年自建银湖校区达到预定可使用状态，发行人出于未来储备师资的考虑及业务规模扩大的合理预期，大量招聘专职教师，专职教师人数由 2017 年末的 203 人增加至 2018 年末的 336 人。由于大部分新入职教师资历尚浅，故其单位课时工资较低，导致薪酬较低，从而拉低专职教师整体的月平均薪酬和单位课时工资，具有合理性。

B、2019 年专职教师平均薪酬较 2018 年变动基本平稳。

C、2020 年 1-9 月专职教师平均薪酬较 2019 年下降，主要原因是 2020 年发行人为充分发挥教师教学积极性，公司降低了基本工资在整体薪酬体系的比例，提高了课时工资在整体薪酬体系的比例；同时，受新冠疫情影响，教师面授上课课时减少，教师课时工资减少，故 2020 年 1-9 月专职教师月平均薪酬下降，具有合理性。

2020 年 1-9 月发行人各类教师薪酬与 2019 年 1-9 月对比情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年 1-9 月
专职教师		
基本工资（万元）	2,083.96	2,460.36
课时费及津贴（万元）	1,526.49	718.24
社会保险及公积金（万元）	429.34	718.36
福利费及其他（万元）	-	
小计	4,039.79	3,896.97
教师课时数量（万课时）	8.84	10.99
月平均人数（人）	329	356
月平均薪酬（万元/人）	1.02	1.22
单位课时工资（元/人/课时）	172.62	65.34
兼职教师		
基本工资（万元）	44.37	54.18
月平均人数（人）	4	5
月平均薪酬（万元/人）	1.23	1.20
实习助教		
基本工资（万元）	2.91	12.29
课时工资（万元）	98.30	265.56
小计	101.22	277.86
助教课时数量（万课时）	0.49	1.71

月平均人数（人）	13	55
月平均薪酬（万元/人）	0.87	0.56
单位课时工资（元/人/课时）	200.59	154.92

A、专职教师 2020 年 1-9 月较 2019 年同期虽单位课时工资上升，但月平均薪酬下降，主要原因是 2020 年为充分发挥教师教学积极性，发行人降低了基本工资在专职教师整体薪酬体系的比例，提高了课时工资在整体薪酬体系的比例；同时，受新冠疫情影响，专职教师 2002 年 1-9 月面授上课课时减少，课时工资减少，故 2020 年 1-9 月专职教师月平均薪酬下降，具有合理性。

B、兼职教师 2020 年 1-9 月较 2019 年同期月平均薪酬基本平稳。

C、实习助教 2020 年 1-9 月较 2019 年同期月平均薪酬上升，主要原因是受新冠疫情影响，考虑业务发展，为吸引更多水平较高专业助教教师，发行人提高了实习助教的单位课时工资，具有合理性。

②折旧与摊销及房租

报告期内折旧与摊销及房租成本有所增长，主要是公司自建银湖校区 2018 年 5 月底达到预定可使用状态，开始计提折旧。此外，报告期内在温州、成都新设校区，且对义乌校区进行翻新改造，相关装修摊销费和房租也有所增加。

报告期内，房租面积与租金情况变动如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
房租总额（万元）	1,095.18	1,532.07	1,379.08	1,155.91
租赁面积（平方米）	44,846.53	46,006.53	57,466.47	45,532.49

注：2018 年度租赁面积中约 12,000 平方米为学校操场面积。

A、报告期房租增长的合理性

报告期内，发行人的房屋租赁面积存在一定波动，其中，2018 年租赁面积偏高，主要系公司 2018 年租赁富阳旅游学校操场，该操场面积约 12,000 平方米，年租金仅为 560,000 元，租金水平较低。剔除该因素影响，发行人的房屋租赁面积保持相对稳定。

2017-2019 年度房租总额逐年增加，主要系 2018 年新增成都校区和义乌校区扩张租入新场地，相应新增的房屋租金支出。2019 年随着租金水平上涨，发行人的房租总额有所增长。综上，公司的房租增长具有合理性。

B、报告期折旧摊销费增长的合理性

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
固定资产折旧（万元）	1,309.64	1,245.82	865.71	252.60
无形资产摊销（万元）	87.43	113.21	101.32	69.29
长期待摊费用摊销（万元）	677.82	634.24	569.53	558.89
投资性房地产折旧（万元）	45.64	9.26	4.58	-
校区面积（平方米）	141,187.29	84,543.64	96,003.58	48,338.59
其中：租赁面积（平方米）	44,846.53	46,006.53	57,466.47	45,532.49
自有面积（平方米）	96,340.76	38,537.11	38,537.11	2,806.10

注：2018 年度租赁面积中约 12,000 平方米为学校操场面积。

报告期内，固定资产折旧增长较快，主要系公司自建银湖校区 2018 年 5 月底达到预定可使用状态，开始计提折旧，与 2018 年自有面积增加相匹配。2020 年 6 月，场口校区达到预定使用状态，校区面积大幅增加，并于 2020 年 7 月开始计提折旧，故 2020 年 1-9 月折旧金额增长较大。

报告期内，无形资产摊销有所增长，主要系公司 2018 年购入场口土地使用权，并在当年建设场口校区，场口土地使用权自 2018 年 4 月开始计提摊销，导致 2018 年无形资产摊销金额较 2017 年增加较多。

报告期内，长期待摊费用摊销 2019 年较 2018 年增长，主要系义乌校区翻修改造，长期待摊费用增加，摊销金额增加。2020 年 1-9 月金额大幅增长，主要系富阳校区搬迁至场口校区，富阳校区装修摊销剩余金额一次性计入当期损益所致。

综上，报告期内，折旧摊销费用增长，主要与发行人购买土地，投建自有校区等固定资产以及租赁房屋发生的装修费相关，折旧摊销增长具有合理性。

C、营业收入与校区面积、床位数的匹配性

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入（万元）	14,448.82	28,734.81	23,371.97	17,303.89
床位数（张）	7,818	5,977	5,471	3,816
校区面积（平方米）	141,187.29	84,543.64	96,003.58	48,338.59

注：2018 年度校区面积中约 12,000 平方米为学校操场面积。

2018 年较 2017 年相比，公司教学规模扩大，营业收入大幅增长，与 2018 年银湖校区投入使用，新增四川校区及义乌校区扩张新租赁场地，相应校区面积

扩大和床位数增加相匹配。

2019 年较 2018 年相比，公司的校区面积保持相对稳定，床位数略有增加。公司的校区面积和床位数处于较高水平，现有的校区规模能满足业务扩张的需求。2019 年发行人的校区容量出现不饱和，但受益于美术培训行业的发展及自身的行业内口碑提高，公司继续扩大招生，提高收费标准，营业收入仍保持增长。

2020 年 1-9 月公司校区面积、床位数大幅增加，主要系新建场口校区于 2020 年 6 月份投入使用，该校区投资规模较大，相应的校区面积和床位数增加较多；而 2020 年 1-9 月营业收入较低，主要系公司收入具有季节性，培训时间集中在 7 月份直至次年 2 月校考结束，同时叠加新冠疫情影响，导致 2020 年 1-9 月营业收入较低。

综上，报告期内，随着两大自建校区陆续投建完成，发行人拥有的校区面积和床位数增加较多，能满足业务快速扩张的需求。

③食材/餐费

报告期内食材及餐费成本有所增长，主要有两方面原因：一是公司招生规模逐年扩大，与之相关的食材及餐费成本总额随之增加；二是物价上涨导致相关食材单位成本有所上涨。

报告期内，自有食堂成本、配餐食堂餐费标准、变动情况和与参培学员数量匹配情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
自有食堂的食材成本（万元）	535.55	1,082.61	1,067.04	684.11
自有食堂校区就餐学员总人次（人）	297,781	735,122	775,900	598,722
自有食堂校区就餐职工总人次（人）	108,819	162,347	160,395	122,656
自有食堂人均每日食材成本（元/人）	13.17	12.06	11.40	9.48
自有食堂校区月平均在校人数（人）	1,864	2,751	2,782	2,074
配餐食堂的餐费成本（万元）	131.57	288.10	185.75	151.40
配餐食堂校区就餐学员总人次（人）	38,958	100,759	72,186	61,563
配餐食堂校区就餐职工总人次（人）	10,517	22,073	9,877	7,472

配餐食堂人均每日餐费成本（元/人）	26.59	23.45	22.63	21.93
配餐食堂校区月平均在校人数（人）	362	774	613	509

注：就餐学员总人次、就餐职工总人次为每天在校用餐人数合计数。

由上表可见，自有食堂的食材成本、配餐食堂的餐费成本与对应校区月平均在校学员人数变动趋势基本一致。其中：

A、2019 年自有食堂的食材成本上升，但 2019 年自有食堂校区月平均在校人数下降，主要原因是公司自建银湖校区 2018 年 5 月底达到预定可使用状态，公司自新校区投入使用起持续提高学员及职工用餐水平；同时，食材价格逐步上升，导致 2019 年自有食堂人均每日食材成本由 11.40 元/人上升至 12.06 元/人所致；

B、2020 年 1-9 月自有食堂的食材成本和配餐食堂的餐费成本下降，主要原因是受新冠疫情影响，学员及职工在校用餐天数减少所致；

C、2020 年 1-9 月自有食堂人均每日餐费成本上升，主要原因是 2020 年 6 月公司自建的场口校区达到预定可使用状态，公司持续提高学员用餐水平；同时，猪肉、大米等食材价格上升，导致 2020 年 1-9 月自有食堂人均食材成本上升。

D、2020 年 1-9 月配餐食堂人均每日餐费成本上升较快，主要原因是义乌校区着力打造精品校区，将学员和职工的配餐标准由 2019 年的 700 元/人/月提高至 900 元/人/月所致；

综上，自有食堂的食材成本、配餐食堂的餐费变动与学员数量变动情况基本匹配。

2019 年食材及餐费较 2018 年变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2019 年金额	2018 年金额	2019 年较 2018 年变动比例
自有食堂食材费用	1,082.61	1,067.04	1.46
配餐食堂餐费	288.10	185.75	55.11
小计	**1,370.71**	**1,252.79**	**9.41**

2019 年食材及餐费较 2018 年上升 9.41%，主要原因是象山校区优化校区管理，自 2019 年 7 月起采用配餐制，配餐餐费成本包含配餐供应商除食材外的人员及场地成本等，导致象山校区食材及餐费成本较 2018 年增加，从而导致 2019

年食材及餐费较2018年增加；故2019年食材及餐费较2018年变动具有合理性。

④水电能源费

2019年水电能源费较2018年变动情况如下：

单位：万元、%

项目	2019年金额	2018年金额	2019年较2018年变动比例
电费	429.10	461.54	-7.03
水费	132.01	103.78	27.19
燃料费等	41.88	49.08	-14.67
小计	**602.99**	**614.40**	**-1.86**

2019水电能源费较2018年下降1.86%，主要系公司电费及燃料费等成本下降所致。2019年公司电费较2018年下降7.03%，主要原因是2019年公司富阳校区和银湖校区电费单价从2018年的每月0.7317~0.7997元/千伏安下降至2019年的每月0.6413~0.6964元/千伏安，电费单价下降导致2019年电费成本总额下降。2019年燃料费等成本较2018年下降14.67%，主要原因是象山校区为优化校区管理，自2019年7月起采用配餐制，原自有食堂燃料不再使用所致；故2019年水电能源费较2018年下降具体有合理性。

⑤生活用品及教学用品

2019年生活用品及教学用品较2018年变动情况如下：

单位：万元、%、人

项目	2019年金额/2019级	2018年金额/2018级	2019年较2018年变动比例
教学用品	127.64	210.56	-39.38%
生活用品	209.51	221.22	-5.29%
小计	**337.15**	**431.79**	**-21.92%**
长期班培训人数	5,078	5,110	

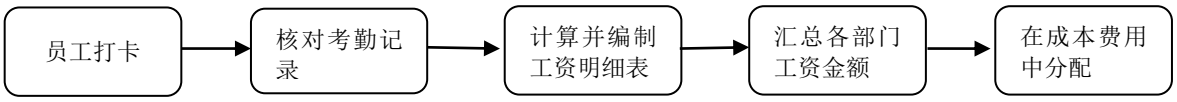
2019年生活用品及教学用品较2018年下降21.92%，主要原因：A、2018年公司启用新校区银湖校区，采购教育用品金额较大；B、2019级新入学长期班学员人数较2018年下降，书籍资料、校服和寝室生活用品等成本下降；C、公司逐步优化教学体系，利用APP替代教学用书籍资料等，使教学用品成本进一步下降；综上，2019年生活用品及教学用品较2018年下降具有合理性。

3、成本的主要核算方法和核算过程

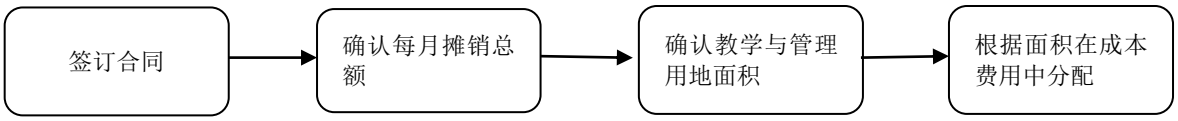
发行人的班型设置为美术课程中的长期班、短期班，以及文化课班。公司成本核算以权责发生制为原则，按实际发生成本确认。营业成本主要由人工成本、折旧与摊销、房租、食材餐费、水电能源、生活用品及教学用品等构成。具体核算过程如下：

（1）成本的归集方法和分摊方法

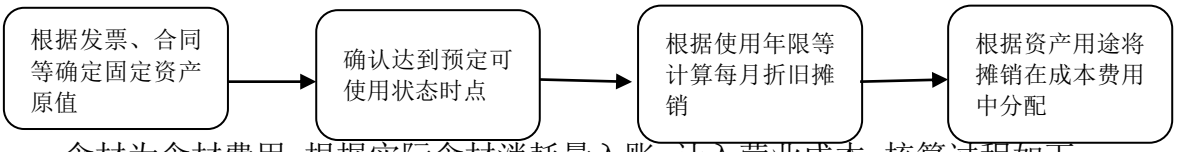
人工成本为教师薪酬及食堂人员薪酬，按月计提计入营业成本,核算过程如下：



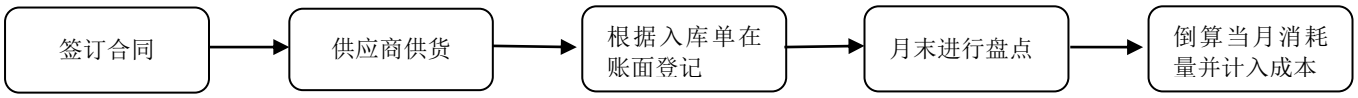
房租教学场地租赁费用，按月摊销计入营业成本，核算过程如下：



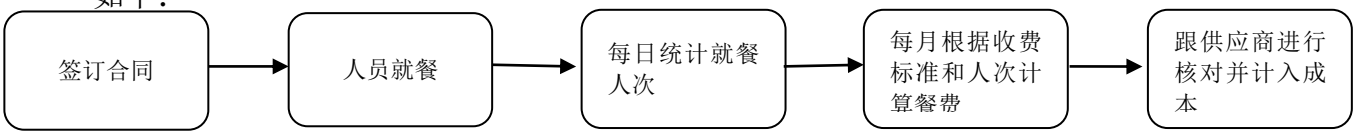
折旧摊销为自建校区土地房屋摊销、租赁校区装修摊销、校区电子设备和家具等折旧，按月摊销计入营业成本，核算过程如下：



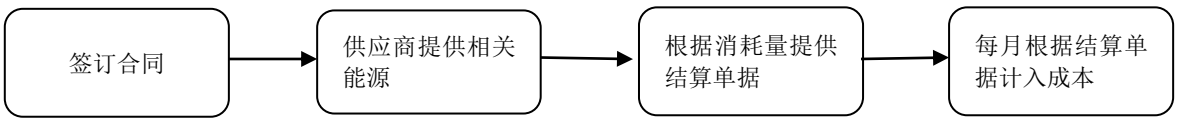
食材为食材费用，根据实际食材消耗量入账，计入营业成本，核算过程如下：



餐费为送餐费用，根据实际发生的送餐费用入账，计入营业成本，核算过程如下：

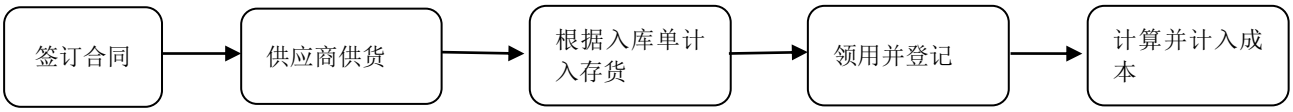


水电能耗为各校区水电能源消耗量，按照实际能耗结算金额入账，计入营业成本，核算过程如下：



生活用品及教学用品为学生领用校服及相关教学用品，采购到货后计入存货，

在领用后按实际领用入账，计入营业成本。



（2）各类课程成本的计量方法如下：

项目	计量方法	举例
人工成本	根据教师负责的班级直接将其薪酬归集到对应的班级成本，对于不能进行直接归结的，按照教学课时对其薪酬分摊到各班级成本	教师 A，直接负责长期班，其薪酬直接归集到长期班；教师 B，其主要负责长期班但兼顾短期班的教学，则其当月教学总工时 a，其中长期班工时 b，短期班工时 c，当月薪酬 d，则当月长期班分摊人工成本为 d*b/a，当月短期班分摊人工成本 d*c/a。
折旧与摊销	根据各类班级课时占总课时之比进行分摊	长期班月度课时为 a，当月各类班级总课时为 b，折旧与摊销总额为 c，则长期班当月分摊的折旧与摊销=c*a/b。
房租	根据各类班级课时占总课时之比进行分摊	长期班月度课时为 a，当月各类班级总课时为 b，房租总额为 c，则长期班当月分摊的房租=c*a/b
食材餐费	根据各类班级课时占总课时之比进行分摊	短期班月度课时为 a，当月各类班级总课时为 b，食材餐费总额为 c，则短期班当月分摊的食材餐费=c*a/b
水电能耗	根据各类班级课时占总课时之比进行分摊	短期班月度课时为 a，当月各类班级总课时为 b，水电能耗总额为 c，则短期班当月分摊的水电能耗=c*a/b
生活用品及教学用品	根据各类班级课时占总课时之比进行分摊	短期班月度课时为 a，当月各类班级总课时为 b，生活用品及教学用品耗费总额为 c，则短期班当月分摊的生活用品及教学用品费用=c*a/b

4、关联方替发行人承担成本、费用以及其他向发行人输送利益的情形

公司保存并定期更新关联方基本资料，包括实际控制人、董事和高管人员调查表；保荐人、申报会计师通过全国企业信用信息公示系统查询大额供应商的相关信息，询问大额供应商相关人员有关经营范围、业务情况、代付情况、与公司及其实际控制人、董监高或其他关联方是否存在关联关系或其他利益安排等信息；获取报告期内实际控制人及其配偶、实际控制人控制的其他企业、董监高及出纳等个人或企业流水，对大额交易及异常交易进行专项检查。

经核查，报告期内发行人不存在关联方替发行人承担成本、费用以及其他向发行人输送利益的情形。

（三）毛利及毛利率

1、营业毛利构成分析

报告期内，公司营业毛利情况如下：

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额（万元）	同期增长率	金额（万元）	增长率	金额（万元）	增长率	金额（万元）
营业收入	14,448.82	-22.93%	28,734.81	22.95%	23,371.97	35.07%	17,303.89
营业成本	8,546.06	-11.01%	12,922.43	14.39%	11,297.23	43.14%	7,892.29
营业毛利	5,902.76	-35.45%	15,812.38	30.95%	12,074.74	28.30%	9,411.60

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月公司营业毛利分别为 9,411.60 万元、12,074.74 万元、15,812.38 万元及 5,902.76 万元。2018 年度和 2019 年度营业毛利较上年度分别增加 2,663.14 万元和 3,737.64 万元，增幅分别达 28.30% 和 30.95%。2018 年度，公司营业毛利增幅小于营业收入增幅，主要系营业成本同期增幅较大，具体原因一方面为 2018 年银湖校区自建达到预定可使用状态开始计提折旧，当期折旧费用增加较多，另一方面为人工成本的上涨；2019 年度，公司营业毛利增幅高于营业收入增幅，主要系随着公司经营规模的逐步扩大，规模效益逐渐凸显，营业成本同期增幅小于营业收入增幅；2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，公司营业收入及营业毛利相较去年同期有所下滑。

其中，营业毛利构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
主营业务毛利	5,625.21	95.30	15,632.83	98.86	11,952.21	98.99	9,366.84	99.52
其他业务毛利	277.55	4.70	179.55	1.14	122.53	1.01	44.76	0.48
合计	**5,902.76**	**100.00**	**15,812.38**	**100.00**	**12,074.74**	**100.00**	**9,411.60**	**100.00**

报告期内，发行人利润主要来自主营业务毛利，其他业务毛利占比较小，2017 年度、2018 年度及 2019 年度占毛利总额的比例均小于 1.20%。

2、主营业务毛利构成分析

报告期内，公司主营业务毛利按班型分类如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例 %	金额	比例 %	金额	比例 %	金额	比例 %
美术班	长期班	4,329.65	76.97	12,642.45	80.87	10,134.08	84.79	8,291.01	88.51
	短期班	941.44	16.74	1,793.25	11.47	1,449.62	12.13	1,001.63	10.69
文化课班		191.84	3.41	834.46	5.34	187.95	1.57	50.32	0.54
其他		162.28	2.88	362.67	2.32	180.56	1.51	23.88	0.26
合计		**5,625.21**	**100.00**	**15,632.83**	**100.00**	**11,952.21**	**100.00**	**9,366.84**	**100.00**

2017 年至 2019 年，公司主营业务毛利主要来自美术班培训，该项产品毛利合计占主营业务毛利的比例均在 92%以上。其中，面向艺考培训的美术长期班占主营业务毛利的比例均在 80%以上，系公司的主要盈利点。2020 年 1-9 月，受考试时间安排影响，长期班收入存在一定季节性波动，公司前三季度收入主要为短期班中暑假班收入，故短期班收入及毛利占比有所增加；而由于文化课班中的重要组成部分选考文化课班本期尚未开课，故文化课班销售收入及毛利占比有所减少。

2017 年至 2019 年，公司主营业务毛利总额持续增长，2018 年度较 2017 年度增加 2,585.37 万元，增幅 27.60%，2019 年度较 2018 年度增加 3,680.62 万元，增幅 30.79%。

3、毛利率分析

报告期内，公司综合毛利率如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
综合毛利率	40.85%	55.03%	51.66%	54.39%
主营毛利率	40.52%	54.78%	51.53%	54.29%

报告期内，公司综合毛利率 2018 年度较 2017 年度下降 2.73 个百分点，2019 年度较 2018 年度上升 3.37 个百分点，主营毛利率 2018 年度较 2017 年度下降 2.76 个百分点，2019 年度较 2018 年度上升 3.25 个百分点，毛利率总体保持在较为稳定的水平。受主营毛利率影响，综合毛利率呈现一定波动。2020 年 1-9 月，由于受新冠疫情影响，无法正常开展美术培训业务，以及艺考美术培训的季节性因素，发行的毛利率水平有所下降。

报告期内各月销售收入毛利率具体情况如下：

单位：%

月份	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1 月	51.00	65.76	67.25	67.37
2 月	40.33	56.91	64.04	66.59
3 月	47.76	-47.38	-408.96	-720.54
4 月	-9,130.76	-153.13	-117.63	-251.82
5 月	-150.00	-94.18	0.41	-19.52
6 月	-40.31	-68.40	18.25	10.40
7 月	27.78	61.86	59.24	62.69
8 月	61.59	65.12	60.46	64.34
9 月	68.14	64.65	60.02	64.06
10 月	/	65.33	57.10	65.14
11 月	/	58.96	52.85	63.58
12 月	/	62.79	60.01	62.17
合计	**40.85**	**55.03**	**51.66**	**54.39**

报告期内，发行人的毛利率呈现一定的季节性特征。受美术联考及校考时间安排影响，参加美术艺考的学员培训时间通常集中在 7 月份直至次年 2 月校考结束，因此，第三、四季度通常是发行人进行招生和培训的高峰期，毛利率相对较高，而每年 3 月至 6 月为培训淡季，销售收入极低，由于季节性影响，毛利率出现负数。毛利率的分布与学员参加培训的时间相匹配。

2020 年 1-9 月，受“新冠疫情”影响，各高校美术校考时间推迟，发行人以线上网课等教学方式提供培训，校考冲刺培训时间有所延长，预收剩余的培训费大部分在 2-3 月确认收入，导致 3 月毛利率水平相较往年同期较高；而 4 月处于停课阶段，基本无培训收入，故 4 月毛利率极低。

（1）主营业务毛利率构成及变动分析

报告期内，公司各班型主营业务毛利率情况如下：

单位：%

项目		2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		毛利率	变动（百分点）	毛利率	变动（百分点）	毛利率	变动（百分点）	毛利率
美术班	长期班	38.76	-14.81	53.57	2.47	51.10	-2.85	53.95
	短期班	48.55	-10.05	58.60	1.03	57.57	-4.40	61.97
文化课班		33.69	-22.40	56.09	27.64	28.44	8.00	20.44
其他		79.82	-13.25	93.07	-4.69	97.76	-0.43	98.19
合计		**40.52**	**-14.26**	**54.78**	**3.25**	**51.53**	**-2.76**	**54.29**

2017 年度、2018 年度及 2019 年度，公司主营业务毛利率分别为 54.29%、51.53%及 54.78%，主营业务毛利率整体保持在较高水平。2020 年 1-9 月，受新冠疫情无法正常开展培训业务影响，以及每年 3 月-6 月为艺考培训淡季的季节性因素影响，公司主营业务毛利率下降幅度较大。

具体班型毛利率变动原因如下：

①长期班毛利率分析

报告期内，长期班单位课时收入和单位课时成本情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	变动幅度（%）	金额	变动幅度（%）	金额
单位课时收入（元/天）	182.01	230.00	22.90	187.15	9.49	170.93
单位课时成本（元/天）	111.47	106.79	16.69	91.52	16.26	78.71
其中：单位课时人工成本（元/天）	55.69	57.83	20.21	48.10	13.07	42.54
单位课时折旧与摊销成本（元/天）	19.85	13.51	36.47	9.90	66.39	5.95

2017 年度、2018 年度及 2019 年度，长期班毛利率分别为 53.95%、51.10%和 53.37%。2018 年度长期班毛利率较 2017 年下降 2.85 个百分点，主要是受培训成本上升影响，单位课时成本的增长幅度高于单位课时收入的增长幅度所致。具体原因包括以下方面：A、公司自建校区银湖校区于 2018 年 5 月达到预定可使用状态并开始招生工作，出于未来储备师资的考虑及对业务规模扩大的合理预期，公司 2018 年度大量招聘授课教师，师资配比下降，单位课时人工成本上升，由此导致人工成本增加较大；B、校区折旧摊销及租金成本增长，由于银湖校区

达到预定可使用状态，相关折旧成本增加较大，且其他校区房租成本根据当地市场行情存在一定幅度的上涨。2019 年度长期班毛利率相较 2018 年度上升 2.47 个百分点，主要是发行人根据美术艺考的市场情况，综合考虑物价上涨、师资薪酬水平和摊销成本上升等因素，大幅提高长期班的收费标准，由此导致长期班的单位课时收入增长较快，单位课时收入上涨幅度大于单位课时成本上涨幅度，故 2019 年度毛利率有所提升。

2020 年 1-9 月长期班毛利率较 2019 年度下降 14.81 个百分点，主要系受新冠疫情影响，学员于 1 月底基本离校，按照入学协议公司需退还学员 2 月份生活费，长期班的收入减少；且由于美术校考推迟，校考培训周期延长，培训课时时长增加，故 2020 年 1-9 月长期班单位课时收入较 2019 年度下降 20.86%，单位课时收入大幅下降，在单位课时成本变动不大的情况下，长期班的毛利率大幅下降。

②短期班毛利率分析

报告期内，短期班单位课时收入和单位课时成本情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	变动幅度（%）	金额	变动幅度（%）	金额
单位课时收入（元/天）	331.31	245.21	4.42	234.82	11.43	210.73
单位课时成本（元/天）	170.45	101.51	1.89	99.64	24.33	80.14
其中：单位课时人工成本（元/天）	79.77	44.76	-5.25	47.24	24.86	37.83
单位课时折旧与摊销成本（元/天）	29.58	15.59	23.06	12.67	48.04	8.56

2017 年度、2018 年度及 2019 年度，美术短期班毛利率分别为 61.97%、57.57%及 58.60%。2018 年度短期班毛利率相较 2017 年度下降 4.40 个百分点，主要系人工成本及折旧摊销成本上升，单位课时成本的增长幅度高于单位课时收入的增长幅度所致。相关分析详见长期班毛利率分析。2019 年度短期班毛利率相较 2018 年度上升 1.03 个百分点，毛利率略有增长，主要系 2019 年度招生规模有所扩大，参培学员人次数相应增加，短期班的单位课时收入小幅上升所致。2019 年度短期班的单位课时成本保持基本稳定，主要是招生规模扩大，单位课时人工成本下降，基本抵消了折旧与摊销成本上升带来的影响。

2020 年 1-9 月短期班毛利率较 2019 年下降 10.05 个百分点，主要系受新冠疫情影响，短期班的课程时间大幅减少，单位课时人工成本和折旧与摊销成本大幅提升，短期班单位课时成本较 2019 年上升 67.92%。虽然发行人提高了短期班的单日收费标准，单位课时收入较 2019 年上升 35.11%，但由于单位课时成本的上升幅度远高于单位课时收入上升幅度，导致短期班的毛利率出现大幅下降。

③文化课班毛利率分析

报告期内，文化课班单位课时收入情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	金额	变动幅度（%）	金额	变动幅度（%）	金额
单位课时收入（元/天）	599.48	385.55	83.35	210.28	-1.87	214.28
单位课时成本（元/天）	397.52	169.31	12.52	150.47	-11.74	170.48
其中：单位课时人工成本（元/天）	315.93	127.69	14.68	111.34	-17.20	134.47
单位课时折旧与摊销成本（元/天）	49.36	14.70	45.99	10.07	55.70	6.47

2017 年度、2018 年度及 2019 年度，文化课班毛利率分别为 20.44%、28.44%及 56.09%，毛利率逐年上升。公司配备专职的文化课教师，主要针对有文化课培训需求的艺考学员提供服务。2018 年度毛利率较 2017 年度增加 8.00 个百分点，主要系 2018 年度文化课参与学员人数增多，月平均人数从 2017 年度的 47 人上升至 2018 年度的 118 人，师资配比较 2017 年度上升，单位课时人工成本下降，导致 2018 年度文化课毛利率上升。2019 年文化课毛利率较 2018 年大幅上升，主要原因是 2019 年文化课班的单位课时收入较 2018 年度上升 83.35%，受学员对文化课培训需求的增加和浙江文化课选考政策的影响，文化课收费标准有所提高，且公司 2019 年度文化课班推出“1 对 2”等小班教学课程，单位课时收入增幅较大。文化班 2019 年度单位课时成本较 2018 年上升 12.52%，主要系文化班教师人数增多，教师平均薪酬上升，单位课时人工成本上升所致。文化课班的单位课时收入增长幅度远高于单位课时成本的增长幅度，导致 2019 年文化课班的毛利率大幅上升。

2020 年 1-9 月文化课班的毛利率较 2019 年度下降 22.40 个百分点，受新冠疫情影响，文化班培训时间减少，单位课时人工成本和折旧与摊销成本大幅提升，

文化课班的单位课时成本较 2019 年上升 134.79%。单位课时成本的增长幅度高于单位课时收入的增长幅度，导致 2020 年 1-9 月文化课的毛利率下降较多。

综上，报告期各期，发行人主营毛利率的变动，主要与各班型销售单价和单位成本的变动以及各班型的销售占比变动相关，具有合理性。

报告期内，美术课和文化课毛利率情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
美术课	40.21	54.15	51.83	54.71
文化课	33.69	56.09	28.44	20.44

由上表可见，2017 年度、2018 年度文化课的毛利率远低于美术课的毛利率，主要原因是公司的文化课班是为美术艺考学员提供的配套服务，文化课班的业务规模整体较小，月均学员人数较少，远低于美术课的月均学员人数；另外，文化课的师资配比明显低于美术课，业务规模效应尚未形成，其单位课时人工成本较高，2017 年度、2018 年度文化课班的单位课时人工成本显著高于美术班分别为 99.96 元/天、80.86 元/天，由此导致文化课 2017 年度、2018 年度毛利率远低于美术课毛利率。2019 年文化课班参培人数的增长较快，月均学员人数从 2018 年度的 118 人增加至 2019 年度的 220 人，月均学员人数上升，师资配比上升至 8.8，与美术班的师资配比基本持平，业务规模效应初显，2019 年度毛利率与美术课毛利率基本持平。2020 年 1-9 月，受疫情和考试安排等因素影响，公司本年度高考文化课开课时间较短，且本届选考文化课本期尚未开课（计划于 12 月初开课），故文化课班学员当期培训总课时较低，单位课时人工成本显著高于美术班，故毛利率相较美术班较低。

2019 年度文化课毛利率较 2018 年度大幅上升，主要原因是受学员对文化课培训需求的增加和浙江文化课选考政策的影响，文化课收费标准有所提高，且公司 2019 年度文化课班推出“1 对 2”等小班教学课程，单位课时收入增幅较大。同时，2019 年度文化课班参培人数的增长较快，月均学员人数从 2018 年度的 118 人增加至 2019 年度的 220 人，月均学员人数上升，师资配比由 2018 年度的 4.54 上升至 2019 年度的 8.8，师资配比上升较快，业务规模效益显现，2019 年度文化课班的课时时长总数大幅增长，抵消文化课班老师平均薪酬上涨的影响，单位课时人工成本有所下降；由此导致 2019 年度文化课班的毛利率大幅上升。

报告期内，文化课与美术课师资配备及薪酬情况如下：

①美术课

项目	公式	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期月均教师人数（人）	a	326	394	340	238
教师薪酬成本（万元）	b	3,885.25	6,447.29	5,446.04	4,040.43
教师平均薪酬（万元/人）	c=b/a	11.93	16.36	16.02	16.98
学员当期培训总课时（天）	d	672,300	1,150,943	1,166,885	975,792
单位课时人工成本（元/天）	e=b*10000/d	57.79	56.02	46.67	41.41
当期月均学员人次数（人）	f	1,126	3,114	3,093	2,396
师资配比	g=f/a	3.46	7.90	9.10	10.07

注：包括教师工资、社会保险费及公积金，不包括福利及其他薪酬，下同

② 文化课

项目	公式	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期月均教师人数（人）	A	20	25	26	11
教师薪酬成本（万元）	B	300.11	463.25	400.74	162.39
教师平均薪酬（万元/人）	c=b/a	14.76	18.53	15.41	14.76
学员当期培训总课时（天）	d	9,499	38,589	31,423	11,487
单位课时人工成本（元/天）	e=b*10000/d	315.93	120.05	127.53	141.37
当期月均学员人次数（人）	F	92	220	118	47
师资配比	g=f/a	4.54	8.80	4.54	4.27

（2）主营业务毛利率贡献度分析

报告期内，各班型对公司主营业务毛利率的贡献度如下表所示：

项目		2020 年 1-9 月			2019 年度			2018 年度			2017 年度		
		各班型销售收入占比（%）	毛利率（%）	分班型毛利贡献度（%）	各班型销售收入占比（%）	毛利率（%）	分班型毛利贡献度（%）	各班型销售收入占比（%）	毛利率（%）	分班型毛利贡献度（%）	各班型销售收入占比（%）	毛利率（%）	分班型毛利贡献度（%）
美术班	长期班	80.47	38.76	31.19	82.70	53.57	44.30	85.50	51.10	43.69	89.07	53.95	48.05
	短期班	13.97	48.55	6.78	10.72	58.60	6.28	10.86	57.57	6.25	9.36	61.97	5.80
文化课班		4.10	33.69	1.38	5.21	56.09	2.92	2.85	28.44	0.81	1.43	20.44	0.29

其他	1.46	79.82	1.17	1.37	93.07	1.27	0.80	97.76	0.78	0.14	98.19	0.14
合计	**100.00**	**40.52**	**40.52**	**100.00**	**54.78**	**54.78**	**100.00**	**51.53**	**51.53**	**100.00**	**54.29**	**54.28**

注：分班型贡献度＝各班型销售收入占比×班型毛利率；主营毛利率＝各分班型贡献度之和。

美术班属于公司的主导产品，美术班下的长期班和短期班为公司的主要收入及毛利来源。2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，美术长期班毛利贡献度分别为 48.05%、43.69%、44.30%及 31.19%，销售收入占营业收入的比例在所有班型中最高且比重较大，因此毛利贡献度最大。公司其他班型由于各自的销售收入占比较低，因此，毛利贡献度也相对较低。

报告期内，各班型对主营业务毛利率贡献度的变化情况如下表所示：

单位：百分点

项目		2019 年度与 2018 年度比较			2018 年度与 2017 年度比较		
		毛利率变动影响	收入占比变动影响	分班型毛利率贡献变动	毛利率变动影响	收入占比变动影响	分班型毛利率贡献变动
美术班	长期班	2.04	-1.43	0.61	-2.44	-1.92	-4.36
	短期班	0.11	-0.08	0.03	-0.48	0.93	0.45
文化课班		1.44	0.67	2.11	0.23	0.29	0.52
其他		-0.06	0.56	0.49	-0.00	0.64	0.64
合计		**3.53**	**-0.28**	**3.25**	**-2.69**	**-0.06**	**-2.76**

注：毛利率变动影响，是指各班型本年毛利率较上年毛利率的变动额×各班型本年销售收入占本年主营业务收入的比；收入占比变动影响，是指各班型本年销售收入占本年主营业务收入比较上年销售收入占上年主营业务收入比的变动额×各班型上年的毛利率

由上表分析可知，公司 2018 年度较 2017 年度主营业务毛利率下降 2.76 个百分点，主要受到美术长期班的影响，美术长期班在毛利率下降拉低毛利率 2.44 个百分点、销售收入占比下降拉低毛利率 1.92 个百分点的综合影响下，总体拉低了公司 2018 年度主营毛利率 4.36 个百分点；2019 年较 2018 年主营业务毛利率上升 3.25 个百分点，主要受到文化课班的影响，文化课班在毛利率增加拉升 1.44 百分点、销售收入占比也增加拉升 0.67 个百分点的综合影响下，总体提升了公司 2019 年主营毛利率 2.11 个百分点。

（3）发行人与同行业可比公司毛利率比较

报告期内，发行人综合毛利率与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中公教育	58.71	58.45	59.08	59.58
东方时尚	40.54	51.54	48.98	53.69
龙门教育	未披露	52.29	52.18	55.08
传智播客	未披露	未披露	45.62	47.21
昂立教育	31.37	41.13	41.14	43.39
均值	43.54	50.85	49.40	51.79
发行人	**40.85**	**55.03**	**51.66**	**54.39**

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书（申报稿）

注：龙门教育已被上市公司苏州科斯伍德油墨股份有限公司并购，2019 年相关数据摘自科斯伍德 2019 年报中教育培训相关内容；传智播客于 2019 年 4 月首次申报 IPO，目前仍在审；下同

发行人与可比公司在业务领域、经营模式和培训模式等方面的对比情况如下：

项目	业务领域	经营模式		培训模式	地域性	营业收入（万元）
中公教育	非学历职业就业培训服务，涵盖公务员招录、事业单位招录、教师招录及教师资格和其他面授及线上培训服务	线上/线下兼有线下为主	直营，截至 2019 年 12 月下设超过 1,000 个直营网点	封闭式/开放式兼有	全国	917,613.00
东方时尚	主营业务是驾驶员培训，提供驾培服务、陪练服务、汽车维修、汽车保险代理等汽车消费相关服务和产品	线下为主	直营	开放式	北京、云南、石家庄、荆州、山东	111,418.89
龙门教育	主营业务包括面向复读生、初高中应届生提供“两季三训”的全封闭培训、K12 课外培训、以及教学软件及课程销售	线下为主	直营，截至 2019 年 6 月下设 17 个校区	封闭式/开放式兼有	教育业务以西安为主	95,881.85
传智播客	致力于通过自主研发的优质课程内容、教学系统和自有教研团队为学员提供高水平的非学历、应用型计算机信息技	线上/线下兼有，线下为主	直营，约 18 个城市设立教学中心	开放式	北京、上海、广州、深圳、南京、杭州、重庆、成都、厦门、武汉、郑州、西安、	79,144.60

项目	业务领域	经营模式		培训模式	地域性	营业收入（万元）
	术（IT）等技术教育培训服务				长沙、济南、石家庄、合肥、太原、沈阳等地	
昂立教育	业务集中在 K12 教育、职业教育、国际教育及幼儿教育四大领域	线下为主	直营和加盟模式，截至 2019 年末共建有 302 个直营教学中心，1 千家左右的合作学校	开放式	上海、江浙等区域	239,132.33
发行人	主要以面授方式为学员提供美术培训服务，致力于培养学员的绘画技能、创意思维和审美旨趣，提升学员的综合美术素养	线下	直营，截至 2020 年 6 月底共设有 7 个校区	封闭式	杭州、义乌、深圳、温州、成都	28,734.81

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书（申报稿）

注：由于传智播客 2019 年度财务数据尚未披露，其营业收入为 2018 年度金额，其他同行业可比公司为 2019 年度营业收入金额。

公司综合毛利率与同行业可比公司平均毛利率水平差异不大，整体略高于同行业可比公司毛利率，其中，发行人的毛利率高于传智播客和昂立教育，低于中公教育，与龙门教育、东方时尚基本接近。主要受到以下因素影响：

①业务领域差异：上述可比公司中，中公教育以公务员及事业单位招录培训、教师招录及其他资格培训为主，东方时尚主要经营驾校培训业务，龙门教育以 K12 教育培训为主，传智播客以 IT 教育培训业务为主，昂立教育集中在 K12 教育、职业教育、国际教育及幼儿教育四大领域，而发行人以美术艺考培训为主，上述公司的业务领域与发行人存在一定差异。

②经营模式差异：上述可比公司中，昂立教育截至 2019 年末共建有 302 个直营教学中心，1 千家左右的合作学校；发行人与其他可比公司主要采用直营模式开展培训，通常合作加盟模式的毛利率低于直营模式，因此昂立教育的毛利率水平相对较低。

③培训模式差异：上述可比公司中，中公教育存在线上教学，其毛利率水平相对较高；其他可比公司基本以线下面授方式为主，与发行人不存在较大差异。发行人基本以封闭式培训为主，向学员提供食宿，培训收费包含一定的食宿费；

可比公司中龙门教育存在封闭式培训，故毛利率与发行人较为接近；其余可比公司除中公教育、昂立教育存在少量封闭式培训业务外，其它公司基本不存在封闭式培训业务。

④培训规模和地域性差异：上述可比公司中，龙门教育集中在西安地区，业务规模水平中等；昂立教育集中在上海、江浙地区，业务规模较大；中公教育已形成全国性市场，经营规模较大；其他可比公司东方时尚、传智播客，已布局各主要城市，业务规模水平中等；发行人集中在杭州地区，在义乌、深圳、温州、成都开设分校区，业务规模相对较低。

综上，龙门教育业务模式以线下为主，含封闭式培训模式，其业务主要集中在西安地区，在业务模式、培训模式及地域性上与公司较为接近，因此毛利率与公司较为接近。总体而言，可比公司的毛利率普遍较高，整个行业综合毛利率在50%左右，公司的毛利率处于相对合理水平。

4、各校区分析

各校区各期营业收入、净利润及其占比、毛利率情况及与各校区床位数量、参培学员数量、教师数量匹配关系如下：

（1）银湖校区

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	6,430.45	13,510.57	11,326.89	-
营业收入占比(%)	44.51	47.02	48.45	-
净利润(万元)	1,008.30	4,445.62	3,741.06	-
净利润占比(%)	107.17	55.56	64.32	-
毛利率(%)	49.78	59.04	56.16	-
床位数	2,600	2,600	2,600	-
参培学员数量	3,296	4,326	4,076	-
剔除 1-2 月参培学员后数量	1,480	2,354	2,525	
月均教师数量	154	211	177	-

注 1：银湖校区于 2018 年开始启用；

注 2：2018 年发行人启用银湖校区后，转塘校区停止运营。其他校区运营主体同步进行优化整合，具体为：银湖校区由富阳文创运营，富阳校区改由老鹰股份运营，象山校区改由杭州艺术运营。

注 3:同一学员在同一年度调换校区，各算一人，下同。

银湖校区系公司收入及净利润主要来源之一，其床位数达 2600 张，2018 年、

2019 年，该校区的营业收入及净利润随着参培学员人数的增加逐年增加，教师人数相应增加较多。该校区的师资配置和校区硬件环境较好，其毛利率保持较高水平，并随着学生人数增长摊薄固定成本而提高。同时参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，报告期内银湖校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均有所下滑。报告期内，银湖校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

（2）富阳/场口校区

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	4,352.87	6,511.93	5,085.57	8,777.97
营业收入占比(%)	30.13	22.66	21.75	50.73
净利润(万元)	202.53	1,576.60	759.37	3,115.50
净利润占比(%)	21.53	19.71	13.06	47.42
毛利率(%)	50.68	59.96	54.81	59.97
床位数	3,500	1,399	1,117	2,146
参培学员数量	2,393	2,946	2,200	4,342
剔除 1-2 月参培学员后数量	936	1,218	1,206	2,122
月均教师数量	80	86	76	128

注：富阳校区 2017 年由富阳文创运营；2018 年发行人启用银湖校区后，富阳校区改由老鹰股份运营；2020 年 6 月发行人启用场口新校区，富阳校区停止运营。

富阳/场口校区系公司收入及净利润主要来源之一，报告期前三年，富阳校区的营业收入、净利润和毛利率呈现先降后升的趋势，与该校区的参培学员数量、床位数和教师数量的变动趋势一致。报告期参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，富阳/场口校区参培学员数量与其床位数相匹配。其中，2018 年参培学员数量略超床位数，主要系少部分学员提前离校，其床位分配给后续入学的学员所致，具有合理性。报告期前三年富阳校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员数量和教师数量出现下滑，而床位数较 2019 年度大幅增加，主要系 2020 年 6 月公司从富阳校区搬入新建的场口

校区，场口校区床位数较富阳校区床位数增加较多。

（3）象山校区

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	1,422.21	3,254.56	3,877.73	2,985.30
营业收入占比(%)	9.84	11.33	16.59	17.25
净利润(万元)	326.44	949.45	1,137.67	2,269.85
净利润占比(%)	34.70	11.87	19.56	34.55
毛利率(%)	49.78	51.96	55.28	50.68
床位数	364	624	640	490
参培学员数量	672	1,133	1,479	794
剔除 1-2 月参培学员后数量	265	520	802	472
月均教师数量	29	47	57	41

注：象山校区 2017 年由老鹰股份运营。2018 年发行人启用银湖校区后，象山校区改由杭州艺术运营。

象山校区报告期前三年，营业收入、净利润和毛利率呈现先升后降的趋势，与该校区的参培学员数量、床位数和教师数量的变动趋势一致。报告期参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，象山校区参培学员数量与其床位数相匹配。其中，2018 年参培学员数量略超床位数，主要系少部分学员提前离校，其床位分配给后续入学的学员所致，具有合理性。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均有所下滑。报告期象山校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

（4）义乌校区

项　目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	651.53	2,174.01	1,533.62	1,121.65
营业收入占比(%)	4.51	7.57	6.56	6.48
净利润(万元)	-244.24	579.42	332.55	247.44
净利润占比(%)	-25.96	7.24	5.72	3.77
毛利率(%)	-18.01	50.78	45.06	45.59
床位数	300	300	214	148
参培学员数量	184	314	239	188

剔除 1-2 月参培学员后数量	141	230	153	133
月均教师数量	22	28	25	14

义乌校区报告期前三年，营业收入、净利润呈现上升趋势，与该校区的参培学员数量、床位数和教师数量的变动趋势一致，毛利率呈现先降后升的趋势，系 2018 年新租入场地，导致租赁成本上升；报告期参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，报告期内义乌校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均有所下滑。报告期义乌校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

（5）温州校区

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	283.54	815.18	427.71	221.03
营业收入占比(%)	1.96	2.84	1.83	1.28
净利润(万元)	-246.73	78.60	-88.84	-109.62
净利润占比(%)	-26.23	0.98	-1.53	-1.67
毛利率(%)	-82.60	24.77	-10.55	-25.35
床位数	274	274	120	120
参培学员数量	120	168	57	34
剔除 1-2 月参培学员后数量	73	150	39	34
月均教师数量	16	12	13	5

温州校区于 2017 年设立，报告期营业收入逐年增长，但业务规模较小，由于成立时间较晚，其开办费用较高，2017 年、2018 年该校区的毛利率、净利润出现亏损，2019 年随着参培学员数量增加，毛利率水平提升较快，该校区扭亏为盈。2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，该校区复课时间较晚，营业收入出现大幅下滑，毛利率和净利润均出现亏损。报告期内，温州校区的床位数、参培学员人数和教师数量均较少，尚未形成规模效应，与该校区的营业收入规模较少，毛利率和净利润水平低相匹配。

（6）深圳校区

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	224.60	853.04	826.78	773.93
营业收入占比(%)	1.55	2.97	3.54	4.47
净利润(万元)	-169.57	57.12	57.21	48.68
净利润占比(%)	-18.02	0.71	0.98	0.74
毛利率(%)	-39.06	33.54	30.38	33.26
床位数	300	300	300	210
参培学员数量	112	343	244	293
剔除 1-2 月参培学员后数量	45	123	140	124
月均教师数量	7	10	11	11

深圳校区于 2016 年设立，报告期内，该校区的床位数量为 300 张，报告期前三年，该校区的营业收入、毛利率和净利润保持相对稳定水平，其床位数和教师数量也基本保持稳定。报告期参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，报告期内深圳校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2018 年参培学员数量与 2017 年相比变动不大，2019 年较 2018 年增加 73 人，主要系 2019 年增加收费较低的金鹰班及高复班学生所致，由此导致 2019 年营业收入略有增长。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数和教师人数相比以前年度均大幅下降。报告期深圳校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

（7）成都校区

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	514.16	896.50	300.19	-
营业收入占比(%)	3.56	3.12	1.28	-
净利润(万元)	-44.41	71.30	-123.09	-
净利润占比(%)	-4.72	0.89	-2.12	-
毛利率(%)	7.52	26.58	-22.47	-
床位数	480	480	480	-
参培学员数量	604	496	302	-
剔除 1-2 月参培学员后数量	164	179	111	-
月均教师数量	16	14	7	-

成都校区于 2018 年设立，报告期内，该校区的床位数量为 480 张，报告期前两年，该校区的营业收入、毛利率和净利润保持增长，其参培人员和教师数量保持增长。报告期参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，报告期内成都校区参培学员数量均小于床位数，二者相匹配。2020 年 1-9 月，主要受新冠疫情和季节性因素影响，该校区的营业收入、净利润、毛利率、参培学员人数相比以前年度均大幅下降，教师人数较以年度增加，主要为成都校区业务的扩大，储备老师。报告期成都校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。

（8）转塘校区

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入(万元)	-	-	-	3,424.02
营业收入占比(%)	-	-	-	19.79
净利润(万元)	-	-	-	998.36
净利润占比(%)	-	-	-	15.20
毛利率(%)	-	-	-	52.56
床位数	-	-	-	702
参培学员数量	-	-	-	1,348
剔除 1-2 月参培学员后数量	-	-	-	813
月均教师数量	-	-	-	50

注：转塘校区 2017 年由杭州艺术运营。2018 年发行人启用银湖校区后，转塘校区停止运营。

转塘校区 2017 年由杭州艺术运营，2018 年发行人启用银湖校区后，转塘校区停止运营，其 2017 年营业收入、净利润、毛利率及床位、参培人数、教师数量基本与象山校区相近，报告期转塘校区营业收入、净利润、毛利率情况与校区床位数量、参培学员数量、教师数量相匹配。2017 年度参培学员数量包含 1-2 月参培的上一级学员，故参培学员数量大于床位数量。剔除 1-2 月上一级学员后，转塘校区参培学员数量略超床位数，主要系少部分学员提前离校，其床位分配给后续入学的学员所致，具有合理性。

公司在杭州的三个校区银湖校区、富阳校区和象山校区的毛利率水平高于外地校区义乌校区、深圳校区、温州校区和成都校区，存在部分校区如深圳校区、温州校区、成都校区毛利率与其他校区差异较大的情形，主要原因系：①深圳校

区于 2016 年成立，报告期前三年该校区的毛利率水平较低，主要是该校区的规模较小，每年参培学员人数不超过 500 人，尚未形成规模效应，其分摊的人均固定成本相对较高，由此导致毛利率水平维持在 30%-35%之间，毛利率水平远低于杭州三校区；②温州校区和成都校区分别于 2017 年、2018 年成立，运营时间较短，前期的房屋租赁、装修费用等固定支出较高，整体业务规模较小，参培学员人数较少，未达到饱和状态，由此导致温州校区 2017 年、2018 年的毛利率水平出现负值，成都校区 2018 年的毛利率水平出现负值，随着参培学员人数的增加，2019 年上述两个校区的毛利率水平提高至 25%左右的水平，但由于规模效应未显现，毛利率仍处于较低水平；③2020 年 1-9 月，由于受新冠疫情影响，发行人外地校区的参培学员人数大幅减少，营业收入相应大幅减少，而成本支出具有刚性，因此义乌校区、深圳校区和温州校区的毛利率出现负值，成都校区的毛利率仅为 7.52%，毛利率水平大幅下降。

（四）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 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
房产税	165.75	97.19	140.81	55.55	67.10	51.39	4.62	4.49
城市维护建设税	1.92	1.13	53.33	21.04	34.18	26.18	40.15	39.01
教育费附加	0.82	0.48	23.54	9.29	14.49	11.10	17.21	16.72
地方教育附加	0.50	0.29	15.37	6.06	9.66	7.40	11.47	11.14
印花税	1.55	0.91	11.77	4.64	3.27	2.50	10.77	10.46
城镇土地使用税	6.43	3.63	8.65	3.41	1.86	1.42	4.27	4.15
土地增值税	-	-	-	-	-	-	14.43	14.02
水利建设基金	-	-	-	-	0.02	0.02	-	-
合计	**176.96**	**100.00**	**253.47**	**100.00**	**130.58**	**100.00**	**102.92**	**100.00**

报告期内，公司税金及附加主要由房产税、城市维护建设税及教育费附加等构成。税金及附加金额逐年增加，主要系公司新增房产导致需缴纳的房产税有所增加。

（五）期间费用情况

报告期内，公司各项期间费用及占营业收入的比例情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
销售费用	517.82	3.58	903.43	3.14	658.92	2.82	433.76	2.51
管理费用	2,834.11	19.61	3,702.39	12.88	3,163.01	13.53	3,178.14	18.37
研发费用	194.03	1.34	252.89	0.88	196.56	0.84	160.80	0.93
财务费用	622.58	4.31	268.79	0.94	61.56	0.26	-15.85	-0.09
合计	**4,168.54**	**28.85**	**5,127.50**	**17.84**	**4,080.05**	**17.46**	**3,756.85**	**21.71**

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，发行人期间费用合计占营业收入的比例分别为 21.71%、17.46%及 17.84%，2017 年度期间费用剔除股权激励影响后占营业收入的比例为 16.80%，报告期内，年度期间费用率保持相对平稳，略微有所上涨。2020 年 1-9 月，发行人期间费用占营业收入的比例为 28.85%，主要系受新冠疫情影响，营业收入大幅减少而管理费用中的职工薪酬、折旧与摊销等固定费用支出保持相对稳定所致。

公司保存并定期更新关联方基本资料，包括实际控制人、董事和高管人员调查表；保荐人及申报会计师通过全国企业信用信息公示系统查询大额供应商的相关信息，询问大额供应商相关人员有关经营范围、业务情况、代付情况、与公司及其实际控制人、董监高或其他关联方是否存在关联关系或其他利益安排等信息；获取报告期内实际控制人及其配偶、实际控制人控制的其他企业、董监高及出纳等个人或企业流水，对大额交易及异常交易进行专项检查。经核查，报告期内不存在关联方或潜在关联方为发行人承担费用或输送利益的情形。

报告期内，期间费用具体变动及相关原因如下：

1、销售费用

报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
市场开拓费	304.83	58.87	605.32	67.00	478.66	72.64	299.57	69.06
职工薪酬	178.81	34.53	242.13	26.80	135.24	20.52	116.67	26.90

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
交通差旅费	31.71	6.12	51.49	5.70	42.95	6.52	17.52	4.04
其他	2.47	0.48	4.49	0.50	2.07	0.31	-	-
合计	**517.82**	**100.00**	**903.43**	**100.00**	**658.92**	**100.00**	**433.76**	**100.00**

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司销售费用分别为 433.76 万元、658.92 万元及 903.43 万元，总体金额随着营业收入的增长而增加。公司销售费用占营业收入的比例分别为 2.51%、2.82%及 3.14%，基本保持稳定，略有上升。

2020 年 1-9 月，公司销售费用金额为 517.82 万元，占营业收入的比例为 3.58%，主要系受新冠疫情影响，2020 年上半年无法正常开展培训业务，公司 1-9 月营业收入金额有所减少，而销售费用中职工薪酬等固定支出金额较为稳定。

报告期内，公司的销售费用主要由市场开拓费及职工薪酬构成，上述两项合计占各期公司销售费用的 92%以上。

（1）市场开拓费

2017 年度、2018 年度、2019 年度公司市场开拓费金额为 299.57 万元、478.66 万元及 605.32 万元，逐年递增。主要系公司为了实现业务规模的持续扩大，不断加强品牌宣传和市场营销的力度，提高各种推广活动的实施频率，使得市场开拓费有所增加。

报告期内，公司市场开拓费主要明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
线下推广费	81.71	221.32	255.30	227.00
合作推广费	135.68	201.55	100.69	-
学生活动费	14.28	126.73	78.69	39.97
线上推广费	73.16	55.72	43.97	32.61
小计	**304.83**	**605.32**	**478.66**	**299.57**
变动率-市场开拓费	-	26.46%	59.78%	-
营业收入	14,448.82	28,734.81	23,371.97	17,303.89
变动率-营业收入	-	22.95%	35.07%	-
占营业收入的比例	2.11%	2.11%	2.05%	1.73%

发行人的市场开拓费主要由线下推广费、合作推广费、学生活动费和线上推

广费组成。发行人销售工作围绕宣传和招生展开，主要通过官网、微信公众号、视频网站等线上渠道，以及站牌广告、道旗、宣传页、宣传书籍等线下途径，并与专业招生机构合作开展招生服务与宣传推广；此外，发行人举办音乐节等学生活动提升品牌文化形象。

报告期内，市场开拓费逐年增加与营业收入的变动趋势保持一致，市场开拓费占营业收入的比例保持相对稳定，略有上升。2018 年度市场开拓费较 2017 年度增长，主要原因是 2018 年 5 月自建的银湖校区落成，发行人为扩大招生规模，加大市场营销和品牌宣传的力度，线上、线下推广费用均有所增加；发行人开始与杭州艺侠客等专业招生机构合作，2018 年新增合作推广费 100.69 万元；同时，发行人积极开展学生活动提高品牌知名度，学生活动费增加较快。2019 年度市场开拓费较 2018 年度增长，主要原因是 2019 年发行人加强与杭州艺侠客等机构的招生合作，合作推广费增长较快；同时，发行人为丰富学生文化生活，提升行业品牌文化形象，举办老鹰音乐节，学生活动费用增加较多；此外，发行人还加大了线上推广的力度，其线上推广费用也有所增长。2020 年 1-9 月，受新冠疫情影响，公司的线下推广和合作推广活动锐减，其推广费用相对较少。发行人利用线上推广传播宽度广、传播速度快等优势，进一步加强线上推广力度，发生的线上推广费用较多。

报告期内，发行人采购所有招生服务对应的销售费用金额情况如下：

单位：万元

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司 A	34.76	141.35	15.69	-
公司 B	23.69	60.20	-	-
公司 C	42.01	-	-	-
公司 D	35.22	-	-	-
公司 E	-	-	85.00	-
合计	**135.68**	**201.55**	**100.69**	**-**

上述服务主要包括招生服务费和宣传推广费两方面，具体情况如下为：

① 招生服务费

宣传推广公司通过宣传推广触达意向学员，并将接洽的学员信息给予发行人，由发行人跟进学员招生，在学员缴费并完成入学后，发行人按其引荐的学员

收取的学费确认预收账款，按收取学费的一定比例支付给合作方招生服务费。宣传推广公司与发行人通常在学员入学后 1-2 个月内进行相关招生服务费的结算。针对这种模式，发行人支付给宣传推广公司服务费按照结算金额一次性计入当期销售费用。

报告期内，各机构推荐学员在各期确认的营业收入及占当期营业收入的比重情况如下：

单位：万元，%

公司名称	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
公司A	108.99	0.75	401.65	1.40	204.68	0.88	80.55	0.47
公司B	90.74	0.63	358.37	1.25	5.82	0.02	-	-
公司C	115.51	0.80	-	-	-	-	-	-
公司D	58.20	0.40	-	-	-	-	-	-
合计	**373.44**	**2.58**	**760.02**	**2.64**	**210.50**	**0.90**	**80.55**	**0.47**

由于招生服务费的结算基础系引荐学生预收的学费，而非当期确认的收入，因此，相关宣传推广公司各期推荐的生源数量、预收的学费金额及发生的招生服务费用匹配情况分析如下：

A、2020 年 1-9 月

公司名称	招生费支付比例	数量（人）	预收学费金额（万元）	销售费用金额（万元）
公司 A	**	17	99.31	34.76
公司 B	**	4	21.55	5.39
	**	35	146.39	18.30
公司 C	**	42	227.52	42.01
公司 D	**	20	128.06	35.22
合计		**118**	**605.35**	**135.68**

B、2019 年度

公司名称	招生费支付比例	数量（人）	预收学费金额（万元）	销售费用金额（万元）
公司 A	**	66	271.38	105.25

	**	39	161.05	36.10
公司 B	**	30	126.80	30.20
合计		**135**	**559.23**	**171.55**

C、2018 年度

公司名称	招生费支付比例	数量（人）	预收学费金额（万元）	销售费用金额（万元）
公司 A	**	24	86.42	15.69
合计		**24**	**86.42**	**15.69**

D、2017 年度

发行人未发生此类招生服务费。

由上述表格可知，除相关税费及零星结算优惠外，报告期内，相关宣传推广公司推荐生源情况与其各期发生的招生服务费用相匹配。

② 宣传推广费

宣传推广公司为发行人进行线上或者线下宣传推广，发行人支付相关宣传推广费。报告期内，相关宣传推广费明细如下：

公司名称	合作内容	合同期限	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司 B	线上推广，一次性付费	2019.5.10-2020.5.9	-	30.00	-	-
公司 E	品牌服务费全年 40 万元，品牌咨询每场 5 万元	2018.1.1-2018.12.31	-	-	85.00	-
小计			**-**	**30.00**	**85.00**	**-**

发行人线上、线下推广支出主要为公司自主进行的推广活动，主要内容如下：

渠道推广	主要推广方式	主要内容
线上推广	门户网站及第三方推广平台	门户网站(包含 pc 端及手机端)是公司主要的推广平台之一。公司通过网站向互联网用户展示公司部分主要信息及日常活动、专业资讯(高考美术相关)，通过内容展示吸引潜在客户的访问及报名；
		公司通过自行或聘请第三方协助提升自身所涉及的关键词在搜索引擎中的排名以及通过百度等竞价推广引入流量；

	自媒体矩阵(含公众微信、B站、抖音、微博、今日头条、微信小程序等)	①通过自媒体展示公司的相关信息及高考美术相关优质咨询，吸引潜在客户的浏览及报名； ②通过自媒体组织相关营销活动吸引客户，进行推广及招生；
线下推广	地推活动	①销售人员通过赠送宣传册和周边礼品等手段让客户了解公司情况，进行线下推广及招生活动。 ②策划线下画展及咨询会，提高品牌影响力，进行推广及招生。
	线下广告	通过道路广告牌、公交候车厅广告、公司校区广告标识等为主要载体，展示公司相关信息，让客户了解公司，提高品牌曝光量，加深品牌影响力；

报告期内，公司线上线下活动主要支出如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
线上推广费	73.16	55.72	43.97	32.61
其中：门户网站及第三方推广平台	56.19	43.24	32.10	30.45
自媒体矩阵	16.97	12.48	11.87	2.16
线下推广费	81.71	221.32	255.30	227.00
其中：地推活动	30.53	145.74	174.38	49.58
线下广告	51.17	75.58	80.92	177.42
小计	**154.87**	**277.05**	**299.27**	**259.60**

公司线上活动主要通过门户网站及第三方推广平台和自媒体推广：

①门户网站及第三方推广平台推广包括老鹰门户网站运行、宣传及活动视频制作、百度等关键字搜索及广告投放、QQ 空间广告投放及举办推广活动等，按年支付费用；举办推广活动次数与支出如下，随着线上宣传活动增长，门户网站及第三方推广平台支出增长；报告期门户网站及第三方推广平台推广次数与实际支出匹配。

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
门户网站及第三方推广平台支出(万元)	56.19	43.24	32.10	30.45
线上推广活动次数	23	20	17	15

②自媒体矩阵包括微信公众号、B 站、抖音等自媒体，自媒体的费用包括一

次性费用和按年付费费用，一次性费用包括自媒体认证费、自媒体推广制作费等，按年付费包括自媒体推广费，公司自媒体推广活动与实际支出如下表，报告期自媒体推广活动增加，自媒体矩阵支出增加；报告期自媒体矩阵推广频次与实际支出匹配。

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
自媒体矩阵支出(万元)	16.97	12.48	11.87	2.16
自媒体推广频次	平均每周 2-5 次	平均每周 2-4 次	平均每周 2-4 次	平均每周 1-3 次

公司线下活动主要通过地推活动及线下广告：

①地推活动主要包括组织宣讲、赠送宣传册及周边礼品、线下画展及咨询等，地推活动在高中学校附近的场地，针对学生及家长进行，频次为每月多次，视具体情况和需求而定。2018 年地推活动费用较 2017 年大幅上升，主要系公司银湖校区启用，公司通过地推方式扩大宣传面，在地推时大量赠送宣传册《老鹰十八年》及艺考指南等，剔除宣传册的影响，地推活动费用与地推活动次数如下，报告期 2017 年-2019 年地推活动次数增加，相对应的地推活动费用增加，2019 年 1-9 月因收新冠疫情影响，公司减少了地推活动，相应支出也减少；报告期地推活动次数与实际支出匹配：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年	2018 年	2017 年
剔除宣传册后地推活动支出（万元）	30.53	62.56	47.04	11.82
地推活动次数	35	65	50	15

②线下广告主要包括报纸广告、候车厅广告、校区及周边广告标识制作费等；2018 年线下广告费较 2017 年下降较大，主要系 2017 年新成立校区温州校区为扩大影响力在当地投放线下广告、制作校园及周边广告标识等费用较大，同时 2018 年公司停止了部分外地如南京、衢州等地的线下广告投放。

综上，公司推广的频次与相关推广费匹配。

（2）职工薪酬

2017 年度、2018 年度、2019 年度公司销售费用中职工薪酬金额为 116.67 万元、135.24 万元及 242.13 万元，呈现逐年上涨趋势。主要系随着公司市场推广力度增强，对销售团队配备提出了更高的要求，公司相应扩充了销售团队（即企

划部及市场推广部）的规模，销售人员人数有所增加，同时，为了提升员工的工作积极性，公司相应提高了销售人员的薪酬待遇水平，故职工薪酬金额有所增加。

报告期内，发行人销售费用率与同行业公司的对比情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中公教育	17.18	16.16	17.67	20.87
东方时尚	6.25	5.12	4.68	3.39
龙门教育	未披露	未披露	12.05	14.32
传智播客	未披露	未披露	9.42	7.99
昂立教育	27.55	24.95	26.15	24.25
均值	16.99	15.41	13.99	14.16
发行人	**3.58**	**3.14**	**2.82**	**2.51**

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书（申报稿）

公司的销售费用率远低于同行业可比公司平均水平，主要原因是公司虽与同行业可比公司同处培训行业，但各公司所在的细分领域、企业规模、营销模式、地域性等存在较大差异。

同行业可比公司中，中公教育主要进行公职类招录培训，作为国内相关领域的龙头企业，其下属的直营分支机构和网点众多，遍布全国范围，截至 2019 年 12 月下设超过 1,000 个直营网点，培训人次规模较大，配备的相关市场人员人数较多，因此销售费用中人员薪酬金额较大，且由于中公教育综合使用线上如通过广告代理公司在百度、360 等搜索引擎、网站投放广告与线下如户外媒体及各式宣传活动等相结合的方式开展销售推广，其广告宣传费用也较高；东方时尚主要从事驾校培训，以口碑营销为主，并且具有一定区域性，因此相关销售费用率也与发行人较为接近；龙门教育以 K12 教育培训为主，截至 2019 年 6 月下设 17 个校区，销售推广人员人数众多，因此销售费用中人工成本金额较高；传智播客主要从事非学历、应用型计算机信息技术教育培训，主要销售模式包括搜索率相关的线上推广、网络整合营销、依托院校进行线下平面宣传和线上视频宣传等，配备了一定数量的院校合作业务人员，故销售费用中职工薪酬和宣传推广费金额较高；昂立教育涉及 K12 教育、职业教育、国际教育和幼儿教育四大教育培训领域，全国地区分公司和教学中心众多，截至 2019 年 6 月其直营教学中心共 290

所，相关人工费用和市场推广费用金额较大。

而公司所处的美术艺考培训市场，以教学质量和往届学员成绩为依托，主要通过学员相互推广、口碑相传等进行宣传，不会仅依赖于完全市场化的广告投入和付费引流，而是需凭借师资团队、教研成果及行业口碑等方面获得学员和家长的认可，以获取相关生源。公司采用的微信、微博和视频网站等线上传播渠道，主要立足于通过直播、在线互动等低成本方式进行宣传推广。

此外，与中公教育上千个直营网点、昂立教育 290 所直营教学中心以及龙门教育 17 个校区相比，公司目前仅有 7 个校区，校区较少且主要集中在浙江省内，业务和生源相对稳定，因此市场推广人员需求较少。

综上，由于发行人与可比公司所处细分业务领域不同，业务地域上也存在一定差异，因此在销售人员的配置、获客方式以及相应采取的营销策略均存在较大差异，由此导致公司销售费用率低于同行业可比公司。但报告期内，公司的销售费用率保持相对稳定，与公司实际经营情况相符，具有合理性，故公司销售费用率不存在显著异常。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
职工薪酬	1,430.96	50.49	2,029.31	54.81	1,676.39	53.00	1,306.61	41.11
校区维护管理费	299.80	10.58	601.90	16.26	443.11	14.01	183.52	5.77
折旧与摊销	469.30	16.56	353.14	9.54	248.47	7.86	234.49	7.38
业务招待费	196.13	6.92	173.81	4.69	155.77	4.92	121.47	3.82
交通差旅费	161.04	5.68	151.61	4.09	148.42	4.69	114.26	3.60
办公费	98.05	3.46	172.07	4.65	261.79	8.28	172.72	5.43
中介机构服务费	111.67	3.94	144.61	3.91	114.40	3.62	106.17	3.34
其他	67.16	2.37	75.94	2.05	114.66	3.63	88.47	2.78
股权激励费	-	-	-	-	-	-	850.43	26.76
合计	**2,834.11**	**100.00**	**3,702.39**	**100.00**	**3,163.01**	**100.00**	**3,178.14**	**100.00**

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司管理费用分别为 3,178.14 万元、3,163.01 万元及 3,702.39 万元，剔除股权激励费用影响，总体金额随着报告期经

营规模的扩大而增加。公司管理费用占营业收入的比例分别为 18.37%、13.53%及 12.88%，报告期内整体呈现下降趋势。公司的管理费用主要由职工薪酬、校区维护管理费及折旧与摊销构成，剔除 2017 年股权激励费用的影响，各年度上述三项费用合计占管理费用比均超过 74%。

2020 年 1-9 月，公司管理费用金额为 2,834.11 万元，占营业收入的比例为 19.61%，主要系受新冠疫情影响，2020 年上半年无法正常开展培训业务，公司 1-9 月营业收入金额有所减少，而管理费用中职工薪酬、校区维护管理费、折旧与摊销等固定支出金额较为稳定。

（1）职工薪酬

报告期内，公司管理费用中职工薪酬金额持续增加，主要系随着公司经营规模的不断扩大，公司管理员工人数增加，整体薪酬水平有所提升，导致报告期内管理人员总体薪酬支出有所增加。

2018 年度管理费用中职工薪酬相较 2017 年度增加 369.78 万元，主要系随着 2018 年公司启用银湖校区及业务规模的扩大，管理员工中后勤保障人员及总务人员人数显著增加，相关正式员工从 2017 年度的 86 人增至 2018 年度的 145 人，相关薪酬整体增加 267.05 万元；2019 年度管理费用中职工薪酬相较 2018 年度增加 352.92 万元，主要系人均薪酬水平提升，管理人员当年度人均薪酬涨幅超过 30%。

（2）校区维护管理费

校区维护管理费主要系各校区的物业服务费、维修费等，自 2018 年起增加幅度较大，主要系银湖校区 2018 年 5 月启用，公司引入绿城物业，相关物业服务费及配套维护费金额增加。

报告期内，校区维护管理费主要核算校区管理物业费、校区道路墙面宿舍等日常修理费和校区垃圾清运费等，明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
物业费	199.68	356.09	149.82	35.70
修理费	79.11	213.67	274.83	123.47
校区垃圾清运费等	21.01	32.15	18.46	24.34
小计	**299.80**	**601.90**	**443.11**	**183.52**

报告期内，新校区投入使用时间及使用面积如下：

项目	场口校区	银湖校区	温州校区	成都校区
投入使用时间	2020 年 6 月	2018 年 5 月	2017 年 4 月	2018 年 4 月
校区总面积（平方米）	57,803.65	35,731.01	5,629.09	4,660.00
物业费收费标准	-	每月 3.66~4.47 元/平方米	-	-

2018 年度校区维护管理费较 2017 年度增加 259.59 万元，主要系 2018 年 5 月自建的银湖校区启用，发行人引入绿城物业进行校区管理，该校区面积达 3.57 万平方米，自建校区面积较大，新增的物业费及配套维护费支出较多；同时，发行人打造象山精品校区，对该校区的培训场地及学生宿舍进行翻新修缮，并同步引进物业管理；由此导致校区物业费和修理费大幅增加。

2019 年度校区维护管理费较 2018 年度增加 158.79 万元，主要系银湖校区和象山校区于 2018 年下半年引进绿城物业管理，而 2019 年度为绿城物业提供一整年的物业管理服务费，2019 年接受物业服务的时间较长；同时，义乌校区为优化校区管理，引入物业管理公司对校区内的保安、保洁等事务进行管理，导致物业费增加较多。

受新冠疫情影响，发行人在 2020 年 1 月底至 5 月初停课，无法正常开展美术培训，由此导致 2020 年 1-9 月发生的校区维护管理费较少。

报告期内，校区维护管理费用增加与自建校区投入使用，发行人为加强校区管理，引入第三方物业公司；同时为了打造良好的校区环境，对部分校区进行翻新改造和维护，故校区维护管理费用增加具有合理性。

报告期内，校区维护管理费主要核算校区管理物业费、校区道路墙面宿舍等日常修理费和校区垃圾清运费等，明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
物业费	199.68	356.09	149.82	35.70
修理费	79.11	213.67	274.83	123.47
校区垃圾清运费等	21.01	32.15	18.46	24.34
小计	**299.80**	**601.90**	**443.11**	**183.52**

报告期各期，校区维护管理费与发行人校区面积的关系如下：

项目	公式	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
校区维护管理费（万元）	a	299.80	601.90	443.11	183.52
校区面积（平方米）	b	141,187.29	84,543.64	96,003.58	48,338.59
每平米校区维护管理费（万元/平方米）	c=a/b*10000	21.23	71.19	46.16	37.97

注：2018 年度租赁面积中约 12,000 平方米为学校操场面积。

报告期每平方米校区维护管理费 2017 年-2019 年呈逐年上升趋势。

2018 年度每平方米校区维护管理费较 2017 年度增加，主要系 2018 年 5 月自建的银湖校区启用，发行人引入绿城物业进行校区管理，该校区面积达 3.57 万平方米，自建校区面积较大，新增的物业费及配套维护费支出较多；同时，发行人打造象山精品校区，对该校区的培训场地及学生宿舍进行翻新修缮，并同步引进物业管理；由此导致校区物业费和修理费大幅增加。

2019 年度每平方米校区维护管理费较 2018 年度大幅增加，主要系银湖校区和象山校区于 2018 年下半年引进绿城物业管理，而 2019 年度为绿城物业为发行人提供一整年的物业管理服务费，2019 年接受物业服务的时间较长；同时，义乌校区为优化校区管理，引入物业管理公司对校区内的保安、保洁等事务进行管理，导致物业费增加较多。

2020 年发行人场口校区正式启用，不再租赁富阳旅游学校校区，故原为维持富阳旅游学校校区正常运转的维修费本期发生大幅减少，同时因受疫情影响，发行人本期未对主要校区进行改造，相应的改造费用减少，故本期修理费大幅减少；2020 年 6 月起为更好地管理校区，银湖校区由外部物业公司管理改为公司自行管理物业后勤，由此物业费较 2019 年同期下降；综上，2020 年 1-9 月校区维护管理费大幅下降具有合理。

（3）折旧与摊销

折旧与摊销金额 2019 年度较 2018 年度增加 104.67 万元，主要系自建银湖校区2018年5月底达到预定可使用状态，2019年度全年计提折旧金额增加所致。2020 年 1-9 月折旧与摊销金额增幅较大，主要系发行人自建的场口新校区 2020 年 6 月完工达到预定可使用状态，原租赁的富阳校区停止使用，相关尚未摊销完毕的装修费一次性计入管理费用，金额为 214.32 万元。

报告期各期，折旧与摊销费用与发行人自有校区面积及租赁校区面积的匹配

性；

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
折旧与摊销费用（万元）	469.30	353.14	248.47	234.49
自有校区面积（平方米）	96,340.76	38,537.11	38,537.11	2,806.10
租赁校区面积（平方米）	44,846.53	46,006.53	57,466.47	45,532.49

注：2018 年度租赁面积中约 12,000 平方米为学校操场面积。

管理费用折旧摊销主要为公司管理用房屋折旧、办公设备后勤设备折旧、车辆折旧及管理用软件的摊销，折旧与摊销费用的增加主要系公司办公设备、后勤设备的增加，划入管理费用的房屋及建筑物主要为承担管理职能的银湖校区管理面积，2018 年-2020 年 1-9 月分别为 59.84 万元、106.94 万元、80.20 万元，与银湖校区自有面积相匹配。

（4）业务招待费

报告期内，发行人业务招待费构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
餐饮费	53.01	101.04	95.18	60.57
住宿费	29.82	27.75	17.95	15.05
礼品费用	15.23	45.01	42.64	45.86
小计	**98.05**	**173.81**	**155.77**	**121.47**

业务招待费主要包括餐费、住宿费、礼品费用及招待用品费用：

①餐费主要为招待参观调研人员及 IPO 尽调人员发生的餐饮费用，报告期 2018 年较 2017 年增长较大，主要系 2018 年新校区银湖校区启用，外部参观及调研人员增多，招待用餐费用增加；

②住宿费主要为接待 IPO 尽调人员及各地参观调研人员发生的住宿费用，报告期逐年增长，主要系 2019 年公司进入 IPO 申报辅导，招待中介机构住宿费增加；

③ 礼品费用主要为公司年会等活动准备的礼品，报告期支出较为稳定。

（5）交通差旅费

交通差旅费主要为差旅及车辆费用，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
差旅费	41.53	55.47	50.29	44.40
车辆费用	70.14	96.14	98.12	69.86
小计	**111.67**	**151.61**	**148.42**	**114.26**

报告期交通差旅费包括差旅费及车辆使用费，差旅费包括管理人员出差交通费，车辆使用费为公司车辆费用及接送培训及参观人员用车费用。报告期交通差旅费逐年增长，2018 年培训及参观人数较 2017 年大幅增加，对应车辆使用费增长较大。

（6）办公费

办公费主要包括办公用品费用、通讯邮寄费用及后勤费用，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
办公用品费	148.93	158.71	248.86	170.70
通讯邮寄费	6.41	7.77	9.06	0.89
后勤费用	5.70	5.59	3.87	1.13
小计	**161.04**	**172.07**	**261.79**	**172.72**

办公费包括办公用品费、通讯邮寄费及后勤费用，报告期办公费 2018 年较大，其他年份较为稳定，主要系 2018 年自建校区银湖校区启用，办公用品、价值较低的桌椅、装饰用品等支出大幅增加导致办公用品费大幅增加。

此外，2017 年 1 月，公司对主要董监高及核心员工实施股权激励计划，2017 年确认相关股权激励费用 850.43 万元。

报告期内，发行人管理费用率与同行业公司的对比情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中公教育	12.13	11.97	14.00	16.54
东方时尚	29.07	20.35	20.19	19.45

龙门教育	未披露	未披露	9.71	12.61
传智播客	未披露	未披露	10.59	11.46
昂立教育	15.94	15.75	15.07	15.21
均值	19.05	16.02	13.91	15.05
发行人	**19.61**	**12.88**	**13.53**	**18.37**
发行人（剔除股权激励）	**19.61**	**12.88**	**13.53**	**13.45**

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书（申报稿）

公司 2017 年管理费用率显著高于同行业公司平均水平，主要系公司于 2017 年对主要董监高及核心员工实施股权激励计划，确认相关股权激励费用。剔除股权激励费用后，2017 年度管理费用率为 13.45%，低于同行业可比公司平均水平，主要系发行人业务及人员规模小于可比公司，行政管理支出较少所致。2018 年度公司管理员工人数上涨，整体薪酬水平提升较大，管理人员总体薪酬支出增幅较大，公司的管理费用率与同行业可比公司平均水平基本相当，不存在显著差异。

3、研发费用

报告期内，公司研发费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
职工薪酬	194.03	100.00	252.89	100.00	196.56	100.00	160.80	100.00

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，公司研发费用分别为 160.80 万元、196.56 万元、252.89 万元及 194.03 万元，均为研发人员的薪酬，占营业收入的比例分别为 0.93%、0.84%、0.88%及 1.34%。

报告期内，研发费用分类明细具体如下所示：

单位：万元

项目	研发支出				实施进度
	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	
联考校考训练内容迭代	107.69	148.58	113.28	89.50	正在进行
全校区同频教学	59.66	72.16	68.62	71.30	正在进行
艺构微课堂	26.68	32.15	14.66	-	正在进行

公司主要业务为艺考培训，故公司的研发项目集中于联考校考训练内容迭代。

随着公司业务规模的逐步扩大，培训服务区域不断增加，为了优化管理水平，提高核心竞争力，公司加大了全校区同频教学及线上教学模块艺构微课堂的研发，相关研发费用金额有所增加。

报告期内，发行人研发费用率与同行业公司的对比情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中公教育	8.81	7.61	7.29	7.70
东方时尚	1.75	2.64	1.53	1.18
龙门教育	未披露	未披露	1.13	0.86
传智播客	未披露	未披露	5.27	5.62
昂立教育	0.86	0.85	1.12	0.82
均值	3.81	3.70	3.27	3.24
发行人	**1.34**	**0.88**	**0.84**	**0.93**

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书（申报稿）

报告期内，发行人的研发费用率低于可比公司，主要系发行人与可比公司在业务领域、培训方式、研发目的及所处的发展阶段不同所致。报告期内，发行人业务主要集中于美术艺考培训，培训方式为线下封闭式培训，与可比公司相比发行人公司规模相对而言较小，尚未达到大规模线上教学的发展阶段，故现阶段研发目的主要系为教学和管理服务，研发内容为授课内容的迭代及教学方式的总结优化，因此研发费用率较低。

4、财务费用

报告期内，公司的财务费用明细如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%	金额	比例%
利息费用	857.92	137.80	394.19	146.65	69.78	113.35	-	-
减：利息资本化	232.75	37.38	119.31	44.39	-	-	-	-
减：利息收入	8.11	1.30	8.81	3.28	13.41	21.78	19.76	-124.67
手续费支出	5.52	0.89	2.72	1.01	5.19	8.43	3.91	-24.67
合计	**622.58**	**100.00**	**268.79**	**100.00**	**61.56**	**100.00**	**-15.85**	**100.00**

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，公司财务费用分别为-15.85 万元、61.56

万元及 268.79 万元，总体金额随着报告期经营规模的扩大而增加。公司财务费用占营业收入的比例分别为-0.09%、0.26%及 0.94%，占比较低。2020 年 1-9 月，公司财务费用金额为 622.58 万元，占营业收入的比例为 4.31%，增幅较大，主要系近年来公司新建银湖校区和场口校区，且受新冠疫情无法正常开课影响，公司运营资金较为紧张，为缓解资金压力，公司短期借款及长期借款增幅较大，故财务费用增加金额较大。

2018 年起，财务费用主要系利息费用，为银行借款增加所致。2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月银行借款变动明细详见本招股说明书本节之“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债构成及其变化分析”之“2、流动负债变化分析”之“（1）短期借款”及“3、非流动负债变化分析”之“（1）长期借款”。

报告期内，发行人财务费用率与同行业公司的对比情况如下：

单位：%

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中公教育	4.66	2.23	-0.04	0.70
东方时尚	6.00	3.77	2.37	1.15
龙门教育	未披露	未披露	-0.37	-0.44
传智播客	未披露	未披露	-0.36	-0.08
昂立教育	0.36	0.01	-0.23	-0.13
均值	3.67	2.00	0.27	0.24
发行人	**4.31**	**0.94**	**0.26**	**-0.09**

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书（申报稿）

报告期内，公司 2017 年无银行借款，2018 年、2019 年度公司陆续投建自有校区银湖校区、场口校区，因建设工程项目投入较大，公司通过银行借款筹措部分资金，由此形成的利息支出较多，整体财务费用率有所提升。

可比公司东方时尚从事驾驶员培训业务，投建部分自有土地的培训场所，对资金需求较大，故借款金额较大，财务费用率较高。其他公司大多采取轻资产运营，长期资产投建较少，银行借款融资较少，以利息收入为主，故财务费用率为负。

综上，公司财务费用率与公司实际经营情况相符，具有合理性，不存在显著

异常。

5、归入期间费用的人员构成及薪酬分析

报告期内，公司费用支出中列入销售费用的主要有市场推广和企划人员；列入管理费用的主要有行政后勤及财务人员；列入研发费用的为研发人员。

（1）报告期内，按人员构成情况列示如下：

单位：人，%

费用类别	人员结构	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
销售费用	企划人员	7	41.18	7	35.00	12	66.67	11	100.00
	市场推广人员	10	58.82	13	65.00	6	33.33	-	-
	小计	**17**	**100.00**	**20**	**100.00**	**18**	**100.00**	**11**	**100.00**
管理费用	行政后勤人员	199	92.13	173	91.53	149	90.30	149	92.55
	财务人员	17	7.87	16	8.47	16	9.70	12	7.45
	小计	**216**	**100.00**	**189**	**100.00**	**165**	**100.00**	**161**	**100.00**
研发费用	研发人员	6	100.00	7	100.00	7	100.00	5	100.00
合计		**239**	**-**	**216**	**-**	**190**	**-**	**177**	**-**

注：行政后勤人员仅指计入管理费用的人员，不包含计入食堂成本的人员

（2）报告期内，按级别分布列示如下：

单位：人，%

费用类别	级别分布	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
销售费用	中层人员	3	17.65	3	15.00	3	16.67	2	18.18
	基层人员	14	82.35	17	85.00	15	83.33	9	81.82
	小计	**17**	**100.00**	**20**	**100.00**	**18**	**100.00**	**11**	**100.00**
管理费用	高层人员	13	6.02	13	6.88	9	5.45	9	5.59
	中层人员	14	6.48	22	11.64	15	9.09	11	6.83
	基层人员	189	87.50	154	81.48	141	85.45	141	87.58
	小计	**216**	**100.00**	**189**	**100.00**	**165**	**100.00**	**161**	**100.00**
研发费用	中层人员	6	100.00	7	100.00	7	100.00	5	100.00
合计		**239**	**-**	**216**	**-**	**190**	**-**	**177**	**-**

（3）报告期内，发行人销售费用、管理费用和研发费用的职工薪酬主要组

成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售费用				
工资	166.21	202.66	110.63	101.64
社会保险及公积金	7.00	38.83	23.98	14.47
福利费及其他	5.60	0.64	0.63	0.56
管理费用				
工资	1,206.92	1,569.40	1,335.32	1,081.88
社会保险及公积金	65.77	286.98	243.18	152.25
福利费及其他	158.26	172.93	97.89	72.48
研发费用				
工资	174.41	209.61	163.23	139.73
社会保险及公积金	19.62	43.28	33.33	21.07
福利费及其他	-	-	-	-

（4）报告期内，公司列入销售费用、管理费用和研发费用月平均工资情况如下：

人员类别	项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售人员	工资（万元）	166.21	202.66	110.63	101.64
	月平均人数（人）	19	19	14	11
	月平均工资（万元/人）	0.97	0.89	0.66	0.77
管理人员	工资（万元）	1,206.92	1,569.40	1,335.32	1,081.88
	月平均人数（人）	193	174	175	146
	月平均工资（万元/人）	0.69	0.75	0.64	0.62
教研人员	工资（万元）	174.41	209.61	163.23	139.73
	月平均人数（人）	7	7	6	5
	月平均工资（万元/人）	2.77	2.50	2.27	2.33
营业收入（万元）		14,448.82	28,734.81	23,371.97	17,303.89

销售人员 2018 年月平均工资较 2017 年下降 14.49%，主要原因是随着公司市场推广力度增强，公司扩充了销售团队的规模，成立市场推广部，招入新员工较多，新员工工资较低，拉低销售人员平均工资水平。2019 年月平均工资较 2018 年上升 34.99%，主要原因系美术艺考培训市场竞争加剧，为了增强市场推广力

度触达学员，提高员工的工作积极性，公司相应提高了销售人员的薪酬待遇水平。2020 年 1-9 月，销售人员月均工资上升 9.45%，主要原因是受疫情影响，为鼓励销售人员积极招生，公司本年度调整了销售人员绩效考核办法及考核指标，故本期销售人员绩效工资增加较多，月平均工资上升。

管理人员 2018 年月平均工资较 2017 年略有上升，基本保持平稳；2019 年月平均工资较 2018 年上涨较快，主要系近年来公司业务发展迅速，为激发员工的积极性，提高公司的管理水平，整体提升管理人员工资水平所致。管理人员月平均工资 2020 年 1-9 月较 2019 年下降 23.10%，主要原因是老鹰股份场口新校区于 2020 年 6 月投入使用，新增较多薪酬水平相对较低的基层管理人员，导致 2020 年 1-9 月的月平均工资下降。

教研人员 2018 年月平均工资与 2017 年变动不大，基本保持稳定。2019 年月平均工资较 2018 年上升 10.07%，主要系公司为激发研发人员工作积极性，加快课程内容的迭代更新，提高教研人员工资水平所致。教研人员 2020 年 1-9 月月平均工资较 2019 年上升 10.94%，主要系公司优化研发人员结构，研发人员有所变动，自 2020 年 8 月开始研发人员减少 1 人，目前留任研发人员工资水平较高。

综上，随着公司业务规模的扩大和业绩增长，销售人员、管理人员、研发人员的工资薪酬也逐年增长。上述人员的薪酬构成，与固定薪酬和个人工作绩效挂钩，与发行人的业绩匹配。

报告期内，公司各地区人员与同地区人员平均薪酬对比如下：

（1）2017 年

地区	年平均薪酬（万元/人）	地区平均薪酬（万元/人）
杭州	10.15	6.62
深圳	8.09	5.93
温州	4.01	4.49
义乌	8.80	5.47

（2）2018 年

地区	年平均薪酬（万元/人）	地区平均薪酬（万元/人）
杭州	10.20	7.37

深圳	7.38	6.36
温州	5.33	4.86
义乌	10.01	7.12
成都	7.39	7.13

（3）2019 年

地区	年平均薪酬（万元/人）	地区平均薪酬（万元/人）
杭州	12.59	8.20
深圳	7.77	7.02
温州	6.26	5.48
义乌	12.67	6.59
成都	7.30	7.79

注：杭州地区平均薪酬数据取自杭州市人力资源和社会保障局发布的《关于发布 2017 年杭州市区全社会单位在岗职工年平均工资的通知》、《关于发布 2018 年杭州市全社会单位在岗职工年平均工资的通知》、《关于发布 2019 年杭州市全社会单位在岗职工年平均工资的通知》中的杭州市全社会单位在岗职工年平均工资；
深圳地区平均薪酬数据取自深圳市统计局发布的《2017 年深圳市城镇单位从业人员年平均工资数据公报》、《2018 年深圳市城镇单位就业人员年平均工资数据公报》、《2019 年深圳市城镇单位就业人员年平均工资数据公报》中的深圳市城镇私营单位就业人员年平均工资；
温州地区平均薪酬数据取自温州市统计局发布的《2017 年温州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2018 年温州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2019 年温州市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》中的温州市私营单位就业人员年平均工资；
义乌地区平均薪酬数据取自金华市统计局发布的《2017 年金华市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2018 年金华市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》、《2019 年金华市全社会单位就业人员年平均工资统计公报》中的金华市全社会单位就业人员年平均工资；
成都地区平均薪酬数据取自成都市统计局发布的《成都市统计局关于 2018 年全市城镇全部单位就业人员平均工资的公告》、《成都市统计局关于 2019 年全市城镇全部单位就业人员平均工资的公告》中的成都市城镇全部单位就业人员平均工资。

由上表可见，除 2017 年温州老鹰因刚成立、2019 年成都老鹰刚成立，其平均薪酬略低于同地区工资水平外，报告期各年，发行人在其他地区的平均薪酬水平均高于同地区工资水平，与发行人实际经营情况相符。

（六）其他损益项目

1、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 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
2018 年度杭州银湖科技城入驻企业引才奖励	-	58.96	-	-	与收益相关
加计抵减增值税进项税额	1.29	42.02	-	-	与收益相关
外立面改造项目补贴	13.58	18.11	18.11	1.51	与资产相关
稳岗补贴	46.31	6.82	-	-	与收益相关
服务业专项资金补贴收入	-	5.00	-	-	与收益相关
人才引进资助资金	-	2.00	-	-	与收益相关
人才引进企业奖励	-	1.00	-	-	与收益相关
代扣个税手续费返还	5.50	2.16	2.69	1.00	与收益相关
就业补助	-	0.91	1.42	1.10	与收益相关
银湖街道办事处贡献奖	-	-	2.00	-	与收益相关
文化创意产业发展专项补助资金	-	-	-	6.25	与收益相关
中小企业扶持补助	0.32	-	-	-	与收益相关
产业项目人员返工补贴	7.30	-	-	-	与收益相关
合计	**75.22**	**136.99**	**24.21**	**9.86**	

根据财政部《关于印发修订<企业会计准则第 16 号—政府补助>的通知》（财会[2017]15 号）的规定，该规定自 2017 年 6 月 12 日起执行。该调整采用未来适用法，不涉及对以前年度列报的追溯调整。根据该准则的规定，2017 年度，公司列入“其他收益”的政府补助共计 9.86 万元；2018 年度，公司列入“其他收益”的政府补助共计 24.21 万元；2019 年度，公司列入“其他收益”的政府补助共计 136.99 万元；2020 年 1-9 月，公司列入“其他收益”的政府补助共计 75.22 万元。

相关与资产相关的其他收益情况详见本招股说明书本节之“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债构成及其变化分析”之“3、非流动负债变化分析”之“（2）递延收益”。

2、投资收益

报告期内，公司合并报表范围以外的投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银行理财产品收益	-	17.32	49.19	82.32

报告期内，公司投资收益均为购买银行理财产品产生的收益，金额较小。

3、信用减值损失

报告期内公司的信用减值损失系确认的应收账款、其他应收款的信用损失，情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款坏账损失	-1.82	0.35	-	-
其他应收款坏账损失	-7.86	-20.53	-	-
合计	**-9.68**	**-20.18**	**-**	**-**

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则。报告期内，公司信用减值损失主要系 2019 年计提的其他应收款项坏账损失，金额较小。具体政策详见本招股说明书本节之“五、报告期内采用的重要会计政策和会计估计”之“（六）应收款项减值”。

4、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账损失	-	-	-5.02	28.41

报告期内，公司资产减值损失主要系 2017 年度及 2018 年度应收款项（含应收账款及其他应收款）坏账准备当期计提与转回金额，详见本招股说明书本节之“十、资产质量分析”之“（一）资产构成及其变化分析”之“2、流动资产结构及其变化分析”之“（3）应收账款”及“（5）其他应收款”。

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则具体政策详见本招股说明书本节之“五、报告期内采用的重要会计政策和会计估计”之“（六）应收款项减值”。

5、资产处置收益

报告期内，公司的资产处置收益具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
处置未划分为持有待售的非流动资产时确认的收益	31.89	-1.61	0.66	-
其中：固定资产	31.89	-1.61	0.66	-

报告期内，公司资产处置收益均为处置固定资产确认的收益，金额较小。

6、营业外收支

报告期内，公司营业外收支情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业外收入：				
政府补助	210.00	178.31	196.57	28.00
各种奖励款	2.00	3.71	1.80	-
无法支付的应付款	24.90	22.01	-	2.22
其他	0.32	4.63	6.89	3.59
合计	**237.22**	**208.67**	**205.26**	**33.81**
营业外支出：				
对外捐赠	123.20	7.14	10.00	3.39
资产报废、毁损损失	2.77	11.69	6.91	-
其他	20.31	1.49	4.18	21.36
合计	**146.28**	**20.32**	**21.09**	**24.75**

报告期内，公司营业外收支净额很小，对利润不构成重大影响。

报告期内，公司的营业外收入主要系政府补助收益及无法支付的应付款，公司的营业外支出主要系对外捐赠及资产报废、毁损损失。

2020 年 1-9 月，公司营业外支出金额较大主要系向杭州市富阳区人民教育基金会捐赠 122.00 万元。

其中，公司计入营业外收入的政府补助明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	与资产相关/与收益相关
上市相关奖励补助	-	100.00	-	-	与收益相关
2018年度杭州银湖科技城入驻企业财政补助	-	78.18	-	-	与收益相关
2017年度杭州银湖科技城入驻企业财政补助	-	0.13	-	-	与收益相关
银湖街道办事处 2017 年招商引资专项补助	-	-	196.57	-	与收益相关
新三板挂牌补助	-	-	-	25.00	与收益相关
先进单位奖励	-	-	-	3.00	与收益相关
“凤凰行动”计划奖励	200.00				与收益相关
2019年度富阳区十佳服务业企业奖励	10.00	-	-	-	与收益相关
合计	**210.00**	**178.31**	**196.57**	**28.00**	

（七）非经常性损益及合并报表范围以外投资收益的影响

1、非经常性损益及其影响

经注册会计师审核的非经常性损益明细表的具体内容详见招股说明书本节之“六、非经常性损益的情况”之“（一）公司最近三年一期的非经常性损益表”。报告期内，2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月公司归属于发行人股东的非经常性损益（扣除所得税后）分别为-775.67 万元、193.11 万元、277.20 万元及 130.28 万元，占归属于发行人普通股股东净利润的比例分别为-20.88%、3.23%、3.54%及 9.91%。

报告期内，公司非经常性损益主要包括政府补助、购买银行理财产品产生的投资收益、非流动资产处置损益等，占净利润比例较低，对公司盈利能力影响较小。具体情况详见本招股说明书本节之“六、非经常性损益的情况”之“（二）非经常性损益对经营成果的影响”。

2、合并财务报表范围以外的投资收益

相关情况详见本招股说明书本节之“九、经营成果分析”之“（六）其他损益项目”之“2、投资收益”。

（八）纳税情况

报告期内，公司主要缴纳增值税和企业所得税，具体情况如下：

单位：万元

年度	项目	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
2020 年 1-9 月	企业所得税	1,555.30	680.83	1,558.30	677.83
	增值税	-1,151.61	126.48	46.93	-1,072.05
2019 年度	企业所得税	1,476.81	2,671.23	2,592.74	1,555.30
	增值税	-418.28	96.57	829.89	-1,151.61
2018 年度	企业所得税	1,376.00	2,163.74	2,062.93	1,476.81
	增值税	-168.17	162.61	412.72	-418.28
2017 年度	企业所得税	730.75	1,871.50	1,226.25	1,376.00
	增值税	119.36	300.34	587.86	-168.17

1、纳税情况与收入和净利润的匹配性分析

报告期内，发行人纳税情况与收入和净利润的匹配性情况如下：

（1）增值税与营业收入的匹配性

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	433.01	1,709.69	1,142.16	836.85
营业收入	14,448.82	28,734.81	23,371.97	17,303.89
增值税占营业收入的比例	3.00%	5.95%	4.89%	4.84%

注：增值税系当期销项税及简易征收金额之和

2017 年度、2018 年度和 2019 年度，发行人增值税金额占营业收入的比例分别为 4.84%、4.89%和 5.95%，介于发行人税率 3%-6%的合理范围内，2020 年 1-9 月增值税占营业收入的比例为 3.00%，主要系受疫情影响，除单体老鹰股份外其他单体均免征增值税，故增值税与营业收入具有匹配性。

（2）企业所得税与净利润的匹配性

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	1,745.63	10,752.28	8,127.36	5,624.67
企业所得税	680.83	2,671.23	2,163.74	1,871.50
净利润	1,223.07	8,023.34	6,030.16	3,788.50
企业所得税占利润总额比例	39.00%	24.84%	26.62%	33.27%

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，发行人企业所得税金额

占利润总额的比例分别为 33.27%、26.62%、24.84%及 39.00%。2017 年度，公司所得税费用占利润总额比重较高，主要系当年度不可抵扣的成本、费用和损失的金额较大，该部分金额主要为当年度确认的股权激励成本；2018 年度、2019 年度，企业所得税占利润总额比例较为稳定；2020 年 1-9 月，企业所得税占利润总额比例较大，主要系受疫情影响，发行人下属部分子公司出现亏损，利润总额有所影响。

综上，报告期内，发行人企业所得税与利润总额及净利润具有匹配性。

2、各主体纳税情况

（1）杭州老鹰教育科技股份有限公司

①主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	13%、9%、6%、3%[注 1]	16%、13%、10%、9%、6%、3%[注 2]	16%、11%、10%、6%、3%[注 3]	11%、6%、3%[注 4]
房产税	从价计征，按房产原值一次减除 30%后余值的 1.2%计缴	1.2%	1.2%	1.2%	1.2%
	从租计征，按租赁收入的 12%计缴	12%	-	-	-
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	7%	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%	2%
印花税	购销合同的购销金额、借款合同的借款金额、建筑安装工程承包合同的总价	0.005%	0.03%、0.005%[注 5]	0.03%、0.005%[注 5]	0.03%
土地使用税	土地使用面积	5、6、9 元/平方米[注 6]	5、6、9 元/平方米[注 6]	5、9 元/平方米	-
企业所得税	应纳税所得额	25%	25%	25%	25%

注 1：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,产品销售（废品、水电、家纺）的增值税税率 13%、9%、3%，不动产租赁收入的增值税税率为 9%；

注 2：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,产品销售（废品、水电、家纺）的增值税税率 16%、13%、10%、9%、3%，不动产租赁收入的增值税税率为 9%；

注 3：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,产品销售（废品）的增值税税率 16%，不动产租赁收入的增值税税率为 11%、10%；

注 4：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,不动产租赁收入的增值税税率为 11%；

注5：购销合同、建筑安装合同的印花税税率为0.03%，借款合同的印花税税率为0.005%；

注 6：三级土地的土地使用税税率为 9 元/平方米，四级土地的土地使用税税率为 6 元/平方米，五级土地的土地使用税税率为 5 元/平方米。

②税收优惠及批文

根据杭州市富阳区人民政府办公室下发的《关于进一步调整城镇土地使用税政策，促进土地集约节约利用工作的通知》（富政办[2016]47 号）的规定，对于亩产税收达到行业亩产税收平均值 300%（含）以上的企业，给予减免城镇土地使用税 80%。

（2）杭州富阳老鹰文化创意有限公司

①主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	6%、13%[注 1]	16%、13%、10%、9%、6%[注 2]	17%、16%、11%、10%、6%[注 3]	17%、11%、6%[注 4]
房产税	从价计征，按房产原值一次减除 30%后余值的 1.2%计缴	1.2%	1.2%	1.2%	-
	从租计征，按租赁收入的 12%计缴	12%	12%	12%	-
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	7%	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%	2%
印花税	购销合同的购销金额、财产租赁合同的租赁金额、建筑安装工程承包合同的总价、其他营业账簿的数量	0.005%	0.005%、5 元/件[注 5]	0.005%	0.03%、0.1%、5 元/件[注 6]
土地使用税	土地使用面积	9 元/平方米	9 元/平方米	9 元/平方米	-
企业所得税	应纳税所得额	25%	25%	25%	25%

注 1：提供服务收入的增值税税率为 6%,产品销售（家纺）的增值税税率 13%；

注 2：提供服务收入的增值税税率为 6%,产品销售（废品、水电）的增值税税率 16%、13%、10%、9%，不动产租赁收入的增值税税率为 10%、9%；

注 3：提供服务收入的增值税税率为 6%,产品销售（废品、水电）的增值税税率 17%、16%、11%，不动产租赁收入的增值税税率为 11%、10%；

注 4：提供服务收入的增值税税率为 6%,产品销售（废品、水电）的增值税税率 17%、11%，不动产租赁收入的增值税税率为 11%；

注 5：借款合同的印花税税率为 0.005%，其他营业账簿的印花税税率为 5 元/件；

注 6：购销合同、建筑安装工程承包合同的印花税税率为 0.03%,财产租赁合同的印花税税率为 0.1%，营业账簿的印花税税率为 5 元/件；

②税收优惠及批文

根据杭州市富阳区人民政府办公室下发的《关于进一步调整城镇土地使用税政策，促进土地集约节约利用工作的通知》（富政办[2016]47 号）的规定，对于亩产税收达到行业亩产税收平均值 300%（含）以上的企业，给予减免城镇土地使用税 80%。

根据财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》(财政部、税务总局公告 2020 年第 8 号)的规定，自 2020 年 1 月 1 日起，对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。

（3）杭州老鹰文化艺术有限公司

①主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	13%、6%、3%[注 1]	13%、10%、6%、3%[注 2]	10%、6%、3%[注 3]	13%、10%、6%、3%[注 4]
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	7%	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%	2%
印花税	财产租赁合同的租赁金额、其他营业账簿的数量	0.005%	-	0.005%	0.1%、5 元/件[注 5]
企业所得税	应纳税所得额	25%	25%	25%	25%

注 1：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,产品销售（家纺）的增值税税率 13%；

注 2：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,产品销售（家纺）的增值税税率 13%，不动产租赁收入的增值税税率为 10%；

注 3：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,处置资产的增值税税率 3%，不动产租赁收入的增值税税率为 10%；

注 4：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,不动产租赁收入的增值税税率为 11%；

注 5：财产租赁合同的印花税税率为 0.1%，其他营业账簿的印花税税率为 5 元/件。

②税收优惠及批文

根据财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税

收政策的公告》(财政部、税务总局公告 2020 年第 8 号)的规定，自 2020 年 1 月 1 日起，对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。

（4）义乌市老鹰文化创意有限公司

①主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	6%、3%	9%、6%、3%[注 1]	6%、3%[注 2]	6%、3%[注 2]
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	7%	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%	2%
印花税	其他营业账簿的数量	-	-	-	5 元/件
企业所得税	应纳税所得额	25%	25%	25%	25%

注 1：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,处置资产的增值税税率 3%，不动产租赁收入的增值税税率为 9%;

注 2：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%。

②税收优惠及批文

根据财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》(财政部、税务总局公告 2020 年第 8 号)的规定，自 2020 年 1 月 1 日起，对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。

（5）深圳老鹰艺术创意有限公司

①主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	6%、3%	16%、13%、6%、3%[注 1]	16%、6%、3%[注 2]	17%、11%、6%、3%[注 3]

城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	7%	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%	2%
企业所得税	应纳税所得额	20%	20%	20%	25%

注 1：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,产品销售（废品）的增值税税率 16%、13%；

注 2：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,产品销售（废品）的增值税税率 16%；

注 3：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,产品销售（废品）的增值税税率 17%,不动产租赁收入的增值税税率为 11%。

②税收优惠及批文

根据财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》(财政部、税务总局公告 2020 年第 8 号)的规定，自 2020 年 1 月 1 日起，对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。

（6）温州瓯海区老鹰艺术培训有限公司

①主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	6%、3%	13%、9%、6%、3%[注 1]	3%	3%
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	7%	7%
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%	3%
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%	2%
印花税	资金账簿记载的资金		-	-	0.05%
企业所得税	应纳税所得额	25%	25%	25%	25%

注 1：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,产品销售(家纺)的增值税税率 13%，不动产租赁收入的增值税税率为 9%。

②税收优惠及批文

根据财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》(财政部、税务总局公告 2020 年第 8 号)的规定，自 2020 年 1 月 1 日起，对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活

物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。

（7）四川老鹰文化创意有限公司

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	13%、6%、3%[注 1]	13%、6%、3%[注 1]	3%	-
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	7%	-
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	3%	-
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	2%	-
企业所得税	应纳税所得额	25%	25%	25%	-

注 1：提供服务收入的增值税税率为 6%、3%,产品销售（家纺）的增值税税率 13%、3%。

②税收优惠及批文

根据财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》(财政部、税务总局公告 2020 年第 8 号)的规定，自 2020 年 1 月 1 日起，对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。

（8）杭州老鹰教育培训有限公司

①主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	6%、3%	3%	-	-
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	-	-
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	-	-
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	-	-
企业所得税	应纳税所得额	25%	25%	-	-

②税收优惠及批文

根据财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》(财政部、税务总局公告 2020 年第 8 号)的规定，自 2020 年 1 月

1 日起，对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。

（9）成都市成华区老鹰文化艺术培训学校有限公司

①主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	销售货物或提供应税劳务过程中产生的增值额	3%	3%	-	-
城市维护建设税	应缴流转税税额	7%	7%	-	-
教育费附加	应缴流转税税额	3%	3%	-	-
地方教育附加	应缴流转税税额	2%	2%	-	-
企业所得税	应纳税所得额	20%	20%	-	-

②税收优惠及批文

根据财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》(财政部、税务总局公告 2020 年第 8 号)的规定，自 2020 年 1 月 1 日起，对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税。

（10）应交税费的百分比构成

报告期各期末，发行人的应交税费明细如下：

单位：万元

税种	2020 年 1-9 月	占比	2019 年度	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比
企业所得税	677.83	79.57%	1,555.30	89.17%	1,476.81	93.54%	1,376.00	95.69%
房产税	165.75	19.46%	140.81	8.07%	58.53	3.71%	1.17	0.08%
增值税	0.02	0.00%	31.24	1.79%	30.06	1.90%	41.96	2.92%
印花税	-	-	10.15	0.58%	0.74	0.05%	5.30	0.37%
残疾人保障金	-	-	2.30	0.13%	6.32	0.40%	5.44	0.38%
城市维护建设税	0.93	0.11%	2.16	0.12%	1.82	0.12%	3.41	0.24%
教育费附加	0.40	0.05%	0.91	0.05%	0.78	0.05%	1.47	0.10%
地方教育附加	0.27	0.03%	0.65	0.04%	0.52	0.03%	1.02	0.07%

税种	2020 年 1-9 月	占比	2019 年度	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比
代扣代缴个人所得税	0.20	0.02%	0.63	0.04%	2.25	0.14%	-	-
土地使用税	6.43	0.75%	0.03	0.00%	0.93	0.06%	2.14	0.15%
合计	**851.83**	**100.00%**	**1,744.18**	**100.00%**	**1,578.76**	**100.00%**	**1,437.91**	**100.00%**

3、税收勾稽情况

（1）增值税

报告期内，发行人增值税计算依据、纳税申报与会计核算勾稽如下：

单位：万元

增值税明细	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初应交税金-增值税①	-1,151.61	-418.28	-168.17	119.36
当期销项税②	430.89	1,305.78	854.08	653.00
当期简易征收③	2.12	403.91	288.08	183.84
当期进项税（负数表示:④）	-1,172.57	-2,157.19	-1,007.15	-545.29
多交及增量留抵退回⑤	861.73	506.63	-	-
其他（减免、进项税转出等:⑥）	4.32	37.44	27.60	8.78
当期应交增值税（⑦=②+③+④+⑤+⑥）	126.48	96.57	162.61	300.33
实际缴纳增值税（⑧）	46.93	829.89	412.72	587.86
期末应交税金-增值税（⑨=①+⑦-⑧）	-1,072.05	-1,151.61	-418.28	-168.17

公司将期末应交税金-增值税中待抵扣进项税重分类至其他流动资产，纳税申报表与会计核算勾稽相符。

报告期内，销售收入与销项税关系如下：

①2020 年 1-9 月

单位：万元

类别	项目	金额	税率	销项税
主营业务收入	提供服务收入	2.21	3.00%	0.07
		29.91	6.00%	1.80
	其他	587.42	6.00%	35.25
		7.56	13.00%	0.98
	小计	**627.10**	-	**38.09**

类别	项目	金额	税率	销项税
其他业务收入	提供服务收入	100.15	6.00%	6.01
	不动产租赁收入	72.73	9.00%	6.55
	其他	22.80	6.00%/13.00%	2.53
	小计	**195.68**	**-**	**15.09**
预收账款	提供服务收入	109.05	3.00%	3.27
		6,255.75	6.00%	375.34
	其他	5.90	9.00%/13.00%	0.73
	小计	**6,370.70**	**-**	**379.34**
其他		4.50	6.00%/13.00%	0.49
合计		**7,197.97**	**-**	**433.00**

②2019 年度

单位：万元

类别	项目	金额	税率	销项税
主营业务收入	提供服务收入	2,820.61	3.00%	84.62
		4,296.33	6.00%	257.78
	其他	10.21	3.00%/13.00%/16.00%	1.19
	小计	**7,127.15**	**-**	**343.59**
其他业务收入	提供服务收入	122.36	6.00%	7.34
	不动产租赁收入	51.39	9.00%	4.63
		20.26	10.00%	2.03
	其他	21.32	3.00%/9.00%/10.00%/13.00%/16.00%	2.92
	小计	**215.33**	**-**	**16.92**
预收账款	提供服务收入	9,918.58	3.00%	297.56
		17,412.98	6.00%	1,044.78
	其他	4.80	13.00%	0.62
	小计	**27,336.36**	**-**	**1,342.96**
其他		54.38	3.00%/6.00%/9.00%/10.00%/13.00%/16.00%	6.22
合计		**34,733.22**	**-**	**1,709.69**

③2018 年度

单位：万元

类别	项目	金额	税率	销项税
主营业务收入	提供服务收入	8,879.52	3.00%	266.39
		14,061.23	6.00%	843.67
	写生费净额影响	64.03	6.00%	3.84
	小计	**23,004.78**	**-**	**1,113.90**
其他业务收入	提供服务收入	131.62	6.00%	7.89
		3.18	10.00%	0.32
		19.68	11.00%	2.17
	不动产租赁收入	14.40	10.00%	1.44
		3.00	11.00%	0.33
	其他	44.84	3.00%/11.00%/16.00%/17.00%	3.68
	小计	**216.73**	**-**	**15.82**
预收账款	提供服务收入	414.46	3.00%	12.43
合计		**23,635.97**	**-**	**1,142.16**

④2017 年度

单位：万元

类别	项目	金额	税率	销项税
主营业务收入	提供服务收入	6,799.60	3.00%	203.99
		10,456.31	6.00%	627.38
其他业务收入	提供服务收入	27.77	6.00%	1.66
	不动产租赁收入	17.40	11.00%	1.91
	其他	14.97	11.00%/17.00%	2.39
	小计	**60.15**	**-**	**5.97**
合计		**17,307.79**	**-**	**836.84**

报告期内，进项税与材料采购、固定资产采购之间的关系如下：

单位：万元

进项税	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
长期资产开票结算采购额	12,055.87	23,160.98	8,251.23	4,897.36
长期资产开票结算对应进项税额①	1,117.85	2,085.25	951.10	520.51
其他成本费用采购额	635.05	761.30	453.47	216.66

进项税	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其他成本费用采购对应进项税额②	54.72	71.93	56.04	24.78
采购额合计③	12,690.92	23,922.28	8,704.70	5,114.02
进项税额合计④=①+②	1,172.57	2,157.19	1,007.15	545.29
进项税额占采购比⑤=④/③	9.24%	9.02%	11.57%	10.66%

报告期各期，进项税额占采购额比例与增值税率基本一致，公司进项税额与采购金额相匹配。

（2）所得税

报告期内，所得税计算依据、纳税申报表与会计核算勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	1,463.37	10,752.28	8,127.36	5,624.67
加：合并抵消金额	282.26	-22.48	-214.17	2,781.69
合并抵消前利润总额①	1,745.63	10,729.80	7,913.18	8,406.36
纳税调增项②：	469.92	160.82	523.26	1,940.28
1）不可抵扣的费用支出-业务招待费	58.23	90.68	81.53	58.51
2）不可抵扣的费用支出-其他	118.75	25.49	230.78	1,636.24
3）可抵扣暂时性差异-应收账款坏账	1.82	-0.35	0.53	1.99
4）可抵扣暂时性差异-其他应收款坏账	291.12	45.00	210.42	243.54
纳税调减项③：	13.58	119.43	-	3,000.00
1）投资收益--子公司分红	-	-	-	3,000.00
2）其他	13.58	119.43	-	-
应纳所得税额④=①+②-③	1,919.71	10,771.19	8,436.45	7,346.64
其中：适用 15%税率应纳税所得额⑤	-	-	-	-
适用 25%税率应纳税所得额⑥	2,080.40	10,639.01	8,358.05	7,346.64
适用小微纳税人税率应纳税所得额⑦	-160.69	132.18	78.40	-
应纳所得税额⑧	680.83	2,667.97	2,163.74	1,871.50
补交以前年度税金（“-”为退回以前年度所得税）	-	3.26	-	-
本期所得税费用	680.83	2,671.23	2,163.74	1,871.50

当期所得税费用纳税申报表与会计核算相符。

（3）公司经营成果是否对税收优惠存在依赖

报告期内，公司税收优惠占当期利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
税收优惠金额	409.77	21.37	12.82	-
当期利润总额	1,745.63	10,752.28	8,127.36	5,624.67
税收优惠占利润总额的比例	23.47%	0.20%	0.16%	-

由上表可知，报告期内 2017 年-2019 年发行人税收优惠金额占利润总额的比例较低，2020 年 1-9 月发行人根据财政部、税务总局《关于支持新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控有关税收政策的公告》(财政部、税务总局公告 2020 年第 8 号)的规定，自 2020 年 1 月 1 日起，对纳税人提供公共交通运输服务、生活服务，以及为居民提供必需生活物资快递收派服务取得的收入，免征增值税，发行人子公司 2020 年 1-9 月享受上述优惠政策总计 384.06 万元，占公司 2020 年 1-9 月利润总额的比例高于报告期其他年份，但该政策为阶段性政策且优惠金额占当期利润总额比例并不是特别高，故发行人对税收优惠不存在依赖。

十、资产质量分析

（一）资产构成及其变化分析

1、资产构成分析

报告期各期末，公司资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30		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%
流动资产	4,997.11	7.73	3,479.85	6.45	7,718.09	23.06	6,689.87	33.45
非流动资产	59,667.88	92.27	50,464.04	93.55	25,758.20	76.94	13,310.34	66.55
资产总计	**64,664.99**	**100.00**	**53,943.89**	**100.00**	**33,476.29**	**100.00**	**20,000.21**	**100.00**

报告期内，公司总资产从 2017 年末的 20,000.21 万元增至 2020 年 9 月末的 64,664.99 万元，增长较快。其中，2018 年末总资产较 2017 年末增加 13,476.08 万元，增幅为 67.38%，2019 年末总资产较 2018 年末增加 20,467.60 万元，增幅为 61.14%，2020 年 9 月末总资产较 2019 年末增加 10,721.10 万元，增幅 19.87%。

公司资产规模保持持续增长趋势，主要系非流动资产增长所致。公司于 2016 年底开始陆续投资建设银湖新校区及场口新校区，自建校区的投入规模较大，因此非流动资产规模增长明显。

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司非流动资产占总资产比例分别为 66.55%、76.94%、93.55%及 92.27%，是公司资产的主要组成部分，主要系固定资产、在建工程、无形资产及长期待摊费用等，资产使用情况良好。2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司流动资产占总资产比例分别为 33.45%、23.06%、6.45%及 7.73%，主要系货币资金、其他应收款和其他流动资产等，资产流动性较好。

2、流动资产结构及其变化分析

报告期内，公司的流动资产呈现波动趋势，主要原因是随着公司经营规模的扩大，公司 2018 年末流动资产总额较 2017 年末有所增加；同时，公司用经营积累产生的流动资金，投资建设自有校区等长期资产，由此导致 2019 年流动资产总额较上年末出现下降；2020 年 9 月末流动资产相较 2019 年末增长，主要系货币资金有所增长所致。公司流动资产中，货币资金、其他应收款和其他流动资产占比较高，报告期各期末公司主要流动资产的具体情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30		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 %
货币资金	2,748.28	55.00	1,261.00	36.24	3,897.64	50.50	2,981.65	44.57
应收账款	86.97	1.74	52.43	1.51	59.04	0.76	48.94	0.73
预付款项	50.63	1.01	72.11	2.07	65.04	0.84	24.92	0.37
其他应收款	130.13	2.60	82.96	2.38	77.89	1.01	376.38	5.63
存货	54.79	1.10	62.85	1.81	61.42	0.80	31.09	0.46
其他流动资产	1,926.31	38.55	1,948.50	55.99	3,557.06	46.09	3,226.89	48.24
流动资产合计	**4,997.11**	**100.00**	**3,479.85**	**100.00**	**7,718.09**	**100.00**	**6,689.87**	**100.00**

（1）货币资金

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
银行存款	2,748.28	1,261.00	3,897.64	2,981.65

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司货币资金余额分别为 2,981.65 万元、3,897.64 万元、1,261.00 万元及 2,748.28 万元，占流动资产的比例分别为 44.57%、50.50%、36.24%及 55.00%。报告期各期末，公司货币资金余额均为银行存款。

2018 年末货币资金较 2017 年末增加 915.99 万元，增幅为 30.72%，主要系经营活动产生的现金流量净额和筹资活动产生的现金流量净额增加所致；2019 年末货币资金较 2018 年末减少 2,636.64 万元，降幅为 67.65%，主要受投资活动产生的现金流量净额减少影响；2020 年 9 月末货币资金较 2019 年末增加 1,487.28 万元，增幅为 117.94%，主要系筹资活动产生的现金流量净额增加所致。

现金流量变动具体分析详见本招股说明书本节之“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（四）现金流量情况分析”。

截至报告期末，公司货币资金不存在其他受限制情形，且均有明确用途，不存在资金闲置的情形。

（2）应收账款

①应收账款变动分析

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司的应收账款账面价值分别为 48.94 万元、59.04 万元、52.43 万元及 86.97 万元，占各期末流动资产的比例分别为 0.73%、0.76%、1.51%及 1.74%，金额较小，占比较低。

报告期各期末，公司应收账款账面余额及坏账准备情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应收账款账面余额	91.55	55.18	62.15	51.52
应收账款坏账准备	4.58	2.76	3.11	2.58
应收账款账面价值	86.97	52.43	59.04	48.94

公司应收账款均属于按组合计提坏账准备的应收账款，账龄均在 1 年以内，按照应收账款账面余额的 5%计提相关坏账准备。报告期内，公司不存在单项计提坏账准备的应收款项。

②应收账款坏账准备变动

报告期内，公司应收账款坏账准备变动情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
期初	2.76	3.11	2.58	0.59
计提坏账准备	1.82	-0.35	0.53	3.18
收回或转回坏账准备	-	-	-	-
转销或核销坏账准备	-	-	-	1.18
期末	4.58	2.76	3.11	2.58

2017 年末，公司核销的应收账款情况如下：

单位名称	应收账款性质	核销金额（万元）	核销原因	履行的核销程序	是否因关联交易产生
李**	培训费	1.18	无法收回	管理层审批	否

③应收账款客户分析

报告期各期末，公司应收账款余额前五名单位情况如下：

A、2020年9月末

客户	余额（万元）	账龄	占应收账款账面余额比例（%）
杭州理高文化艺术有限公司	15.00	1 年以内	16.39
杨**	4.05	1 年以内	4.43
陈**	3.13	1 年以内	3.42
刘**	3.13	1 年以内	3.42
郭**	3.06	1 年以内	3.35
合计	**28.37**		**31.01**

B、2019 年末

客户	余额（万元）	账龄	占应收账款账面余额比例（%）
刘**	5.08	1 年以内	9.20
闻**	1.74	1 年以内	3.15
杜**	1.41	1 年以内	2.55
陈***	1.34	1 年以内	2.42
杭州市临安区职业教育中心	1.32	1 年以内	2.39
合计	**10.88**		**19.71**

C、2018 年末

客户	余额（万元）	账龄	占应收账款账面余额比例（%）
杭州之江度假区三和书社	3.22	1 年以内	5.18
张**	2.50	1 年以内	4.01
刘**	1.75	1 年以内	2.82
梁**	1.47	1 年以内	2.36
杨**	1.36	1 年以内	2.19
合计	**10.29**		**16.56**

D、2017 年末

客户	余额（万元）	账龄	占应收账款账面余额比例（%）
衢州市达盛文化艺术培训学校	21.25	1 年以内	41.25
覃**	2.30	1 年以内	4.47
尹***	2.10	1 年以内	4.09
徐**	1.51	1 年以内	2.93
赵**	1.18	1 年以内	2.29
合计	**28.35**		**55.02**

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司应收账款前五名欠款单位占期末应收账款总额的比例分别为55.02%、16.56%、19.71%及31.01%。应收账款整体金额较小，且均属于 1 年以内，应收账款无法回收风险较小。

2020年9月末应收杭州理高文化艺术有限公司的余额系其租赁本公司房产银湖街道紫云山庄云屏阁北楼的房屋租赁费。

报告期各期末，公司无应收关联方的款项情况。

（3）预付款项

公司的预付款项主要系预付未使用的电费、燃气费等，2017年末、2018年末、2019年末及2020年9月末，公司预付款项余额分别为24.92万元、65.04万元、72.11万元及50.63万元，金额较小，占流动资产的比例分别为0.37%、0.84%、2.07%及1.01%，占比较低。公司预付款项账龄均在一年以内，风险较小，未发现预付款项存在明显减值迹象，故未计提坏账准备。

截至2020年9月30日，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	账龄	比例	性质
国网浙江杭州市富阳区供电有限公司	28.20	1 年以内	55.70%	预付未使用电费
杭州草桥亭文化创意有限公司	13.41	1 年以内	26.49%	预付货款
中国联合网络通信有限公司杭州市分公司	6.91	1 年以内	13.65%	预付未使用宽带费
中国电信股份有限公司杭州分公司	1.03	1 年以内	2.03%	预付未使用话费
中国石化销售有限公司浙江杭州石油分公司	0.93	1 年以内	1.84%	预缴未使用油卡充值款
合计	**50.48**		**99.70%**	

截至2019年12月31日，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	金额	账龄	比例	性质
国网浙江杭州市富阳区供电有限公司	39.23	1 年以内	54.40%	预付未使用电费
富阳华润燃气有限公司	19.79	1 年以内	27.44%	预付未使用燃气费
杭州市富阳区总工会	3.96	1 年以内	5.50%	预付医疗补助
中国联合网络通信有限公司杭州市分公司	3.89	1 年以内	5.40%	预付未使用宽带费
中国石化销售有限公司浙江杭州石油分公司	1.88	1 年以内	2.61%	预缴未使用油卡充值款
合计	**68.76**		**95.35%**	

报告期内各期末，公司不存在预付关联方相关款项。

（4）其他应收款

2017年末、2018年末、2019年末及2020年9月末其他应收款账面价值分别为376.38万元、77.89万元、82.96万元及130.13万元，占各期末流动资产比例分别为5.63%、1.01%、2.38%及2.60%，占比较小。

报告期内，公司其他应收款项明细如下：

单位：万元

项目	2020-09-30		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%
其他应收款	130.13	100.00	82.96	100.00	77.89	100.00	372.71	99.02
应收利息	-	-	-	-	-	-	3.67	0.98

项目	2020-09-30		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%
合计	**130.13**	**100.00**	**82.96**	**100.00**	**77.89**	**100.00**	**376.38**	**100.00**

2017年末，应收利息系理财产品产生的利息，金额较小。

报告期各期末，公司其他应收款账面余额及坏账准备情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
其他应收款账面余额	184.22	129.19	103.60	403.97
其他应收款坏账准备	54.10	46.23	25.71	31.26
其他应收款账面价值	130.13	82.96	77.89	372.71

①其他应收款性质分析

报告期内，公司其他应收款账面余额按性质分类如下：

单位：万元

项目	2020-09-30		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%
押金保证金	93.74	50.88	109.32	84.62	97.83	94.43	144.48	35.77
应收代垫款	54.56	29.62	19.87	15.38	5.69	5.49	-	-
应收暂借款	-	-	-	-	-	-	259.49	64.23
其他	35.92	19.50	-	-	0.08	0.08	-	-
合计	**184.22**	**100.00**	**129.19**	**100.00**	**103.60**	**100.00**	**403.97**	**100.00**

报告期内，公司其他应收款主要系押金保证金、应收代垫款及应收暂借款。

2017年末其他应收款账面余额较大，主要系应收关联方应伟明的暂借款259.49万元，该笔款项已于2018年归还。

②其他应收款账龄分析

报告期各期末，公司其他应收款的账龄结构如下：

单位：万元

账龄	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
1 年以内	106.90	34.86	44.52	370.26
1-2 年	24.00	39.25	36.87	13.70
2-3 年	18.75	36.87	12.20	20.01

账龄	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
3 年以上	34.58	18.21	10.01	-
账面余额小计	**184.23**	**129.19**	**103.60**	**403.97**
减：信用损失准备/坏账准备	54.10	46.23	25.71	31.26
账面价值小计	**130.13**	**82.96**	**77.89**	**372.71**

2020年9月末，公司1年以内的其他应收款余额占比为58.30%，1年以上的其他应收款主要为押金保证金。

报告期内，公司其他应收款均属于按组合计提坏账准备的其他应收款，不存在单项计提坏账准备的其他应收款。

③其他应收款坏账计提情况

公司自2019年1月1日起采用新金融工具准则按照预期信用损失法计提损失准备。公司2018年度、2017年度采用原金融工具准则按照历史损失率法计提坏账准备。

A、2020年9月30日

公司采用新金融工具准则计提的信用损失准备情况如下：

单位：万元

项目	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	
2020 年 1 月 1 日余额	1.74	26.29	18.21	46.23
2020 年 1 月 1 日余额在本期	-	-	-	-
--转入第二阶段	-1.20	1.20	-	-
--转入第三阶段	-	-14.69	14.69	-
--转回第二阶段	-	-	-	-
--转回第一阶段	-	-	-	-
本期计提	4.80	1.38	1.68	7.86
本期收回或转回	-	-	-	-
本期转销或核销	-	-	-	-
其他变动	-	-	-	-
2020 年 9 月 30 日余额	5.34	14.18	34.58	54.10

2020年9月30日，公司按组合计提坏账准备明细如下：

单位：万元

账龄	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	106.90	5.34	5.00
1-2 年	24.00	4.80	20.00
2-3 年	18.75	9.38	50.00
3 年以上	34.58	34.58	100.00
小计	184.23	54.10	29.36

B、2019年末

公司采用新金融工具准则计提的信用损失准备情况如下：

单位：万元

项目	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来 12 个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	
2019 年 1 月 1 日余额	2.23	13.47	10.01	25.71
2019 年 1 月 1 日余额在本期	-	-	-	-
--转入第二阶段	-1.96	1.96	-	-
--转入第三阶段	-	-	-	-
--转回第二阶段	-	-	-	-
--转回第一阶段	-	-	-	-
本期计提	1.48	10.85	8.20	20.53
本期收回或转回	-	-	-	-
本期转销或核销	-	-	-	-
其他变动	-	-	-	-
2019 年 12 月 31 日余额	**1.74**	**26.29**	**18.21**	**46.23**

2019年12月31日，公司按组合计提坏账准备明细如下：

单位：万元

账龄	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	34.86	1.74	5.00
1-2 年	39.25	7.85	20.00
2-3 年	36.87	18.44	50.00
3 年以上	18.21	18.21	100.00

账龄	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
小计	**129.19**	**46.23**	**35.79**

C、2018年末及2017年末

报告期内，账龄组合坏账准备计提情况如下：

单位：万元

账龄	2018-12-31			2017-12-31		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
1 年以内	44.52	2.23	5.00	370.26	18.52	5.00
1-2 年	36.87	7.37	20.00	13.70	2.74	20.00
2-3 年	12.20	6.10	50.00	20.01	10.00	50.00
3 年以上	10.01	10.01	100.00	-	-	100.00
合计	**103.60**	**25.71**	**24.81**	**403.97**	**31.26**	**7.74**

④其他应收款前五名情况

A、2020年9月30日

单位：万元，%

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	比例
金莉莉	非关联方	押金保证金	22.00	1-2 年	11.94
			15.00	2-3 年	8.14
			5.00	3 年以上	2.71
杭州国联教育科技有限公司	非关联方	应收资产处置款	35.92	1 年以内	19.50
温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司	非关联方	押金保证金	28.37	3 年以上	15.40
陈文科	非关联方	应收代垫款	10.00	1 年以内	5.43
四川文翔酒店管理有限责任公司	非关联方	押金保证金	10.00	1 年以内	5.43
合计			**126.29**		**68.55**

B、2019年末

单位：万元，%

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	比例
金莉莉	非关联方	押金保证金	12.00	1 年以内	9.29

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	比例
			25.00	1-2 年	19.35
			5.00	3 年以上	3.87
温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司	非关联方	押金保证金	28.37	2-3 年	21.96
杭州富阳旅游学校	非关联方	押金保证金	7.00	2-3 年	5.42
			12.00	3 年以上	9.29
陈文科	非关联方	应收代垫款	12.61	1 年以内	9.76
四川文翔酒店管理有限责任公司	非关联方	押金保证金	10.00	1-2 年	7.74
合计			**111.98**		**86.68**

C、2018年末

单位：万元，%

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	比例
金莉莉	非关联方	押金保证金	25.00	1 年以内	24.13
			5.00	2-3 年	4.83
温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司	非关联方	押金保证金	28.37	1-2 年	27.39
杭州富阳旅游学校	非关联方	押金保证金	7.00	1-2 年	6.76
			6.00	2-3 年	5.79
			9.00	3 年以上	8.69
四川文翔酒店管理有限责任公司	非关联方	押金保证金	10.00	1 年以内	9.65
陈文科	非关联方	应收代垫款	4.33	1 年以内	4.18
合计			**94.70**		**91.42**

D、2017年末

单位：万元，%

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	比例
应伟明	关联方	应付暂借款	259.49	1 年以内	64.24
四川文翔酒店管理有限责任公司	非关联方	押金保证金	55.00	1 年以内	13.62
温州市瓯海经济开发区建设投资有限公司	非关联方	押金保证金	28.37	1 年以内	7.02
杭州富阳旅游学校	非关联方	押金保证金	7.00	1 年以内	1.73

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	比例
			6.00	1-2 年	1.49
			9.00	2-3 年	2.23
国网浙江杭州市富阳区供电公司	非关联方	押金保证金	14.40	1 年以内	3.56
合计			**379.26**		**93.89**

报告期各期末，其他应收关联方的款项仅2017年末存在应收应伟明259.49万元，其余各年末不存在应收关联方款项情况。具体交易情况详见本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（三）关联交易简要汇总表”。

（5）存货

报告期各期末，公司存货构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30			2019-12-31			2018-12-31			2017-12-31		
	账面余额	比例%	跌价准备	账面余额	比例%	跌价准备	账面余额	比例%	跌价准备	账面余额	比例%	跌价准备
原材料	11.66	21.28	-	21.14	33.64	-	9.91	16.13	-	8.33	26.79	-
库存商品	43.14	78.73	-	41.71	66.36	-	51.51	83.87	-	22.76	73.21	-
合计	**54.79**	**100.00**	**-**	**62.85**	**100.00**	**-**	**61.42**	**100.00**	**-**	**31.09**	**100.00**	**-**

2017年末、2018年末、2019年末及2020年9月末，公司存货账面价值分别为31.09万元、61.42万元、62.85万元及54.79万元，占各期末流动资产比例分别为0.46%、0.80%、1.81%及1.10%，金额及占比均较小。

公司原材料主要为食堂的食材储备，库存商品为静物、图书等教学资料、及家纺、校服等生活用品，期末均未发生减值，故未计提跌价准备。

（6）其他流动资产

2017年末、2018年末、2019年末及2020年9月末，公司其他流动资产为3,226.89万元、3,557.06万元、1,948.50万元及1,926.31万元，占各期末流动资产比例分别为48.24%、46.09%、55.99%及38.55%，报告期内，公司其他流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30		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%
待抵扣进项税	1,031.35	53.54	1,146.14	58.82	436.68	12.28	199.13	6.17
房屋租赁费	511.69	26.56	714.30	36.66	665.37	18.71	475.54	14.74
中介机构费用	300.00	15.57	-	-	-	-	-	-
预付待摊费用	42.23	2.19	51.35	2.64	43.28	1.22	41.23	1.28
预交税金	41.04	2.13	36.71	1.88	11.73	0.33	10.99	0.34
理财产品	-	-	-	-	2,400.00	67.47	2,500.00	77.47
合计	**1,926.31**	**100.00**	**1,948.50**	**100.00**	**3,557.06**	**100.00**	**3,226.89**	**100.00**

报告期内，公司其他流动资产主要系待抵扣增值税进项税、房屋租赁费、预缴所得税及公司利用暂时闲置的流动资金购买的银行理财产品等。2019年末公司待抵扣进项税金额大幅增加，主要系2019年新增大额在建工程产生的待抵扣进项税。2019年末理财产品较2018年末减少2,400.00万元，主要系公司近年来自建银湖校区及场口校区，公司所需项目资金大幅增加，故可用于购买理财的闲置流动资金减少。

①待抵扣进项税

“待抵扣进项税额”明细科目，核算一般纳税人已取得增值税扣税凭证并经税务机关认证，按照现行增值税制度规定准予以后期间从销项税额中抵扣的进项税额。包括：一般纳税人自 2016 年 5 月 1 日后取得并按固定资产核算的不动产或者 2016 年 5 月 1 日后取得的不动产在建工程，按现行增值税制度规定准予以后期间从销项税额中抵扣的进项税额。

报告期内，待抵扣增值税进项税主要是发行人销项税额小于进项税额所产生。报告期内，发行人陆续投建银湖校区和场口校区，校区工程投入金额较大，投资额分别为 14,561.48 万元、37,111.48 万元，因工程结算采购金额产生较多的进项税额，而投建校区的各单体公司的销项税额小于进项税额产生较多的留抵税额。

报告期内，待抵扣增值税进项税情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初待抵扣进项税	1,146.14	436.68	199.13	-
本期采购增加进项税	1,172.57	2,157.19	1,007.15	545.29
其中：长期资产开票结算增加进项税	1,117.85	2,085.25	951.10	520.51
本期抵扣等减少进项税	1,287.36	1,447.73	769.60	346.16
期末待抵扣进项税	1,031.35	1,146.14	436.68	199.13

报告期内，进项税和长期资产结算金额和进项税情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
长期资产开票结算金额	12,055.87	23,160.98	8,251.23	4,897.36
长期资产开票结算对应进项税	1,117.85	2,085.25	951.10	520.51
进项税占结算金额的比例（%）	9.27	9.00	11.53	10.63

报告期各期，长期资产结算金额产生的进项税占结算金额的比例与增值税率基本一致，故进项税额与长期资产结算金额相匹配。

报告期各期末，待抵扣增值税进项税额分别为 199.13 万元、436.68 万元、1,146.14 万元及 1,031.35 万元，主要是报告期内银湖校区、场口校区陆续投建并达到可使用状态，固定资产、在建工程和无形资产等长期资产的采购结算金额大幅增长，产生可抵扣的进项税金额较大；而投建校区的单体公司当年销项税额较小，导致可抵扣的进项税额金额较大。随着长期资产结算金额增加，待抵扣增值税进项税额逐年增加，待抵扣增值税进项税额与长期资产规模相匹配。

2019 年末待抵扣进项税大幅增长，主要系场口新校区建设工程于 2018 年 11 月开工建设，2019 年该工程投资建设金额较大，当年新增结算金额 23,160.98 万元，由此产生的可抵扣增值税进项税金额较大，而投建校区的单体公司当年销项税额较小，导致 2019 年末待抵扣进项税大幅增长，其变动与 2019 年发行人工程建设投入大幅增长相关，具有合理性。

②理财产品

A、报告期内，购买的银行理财产品名称、类型、金额、购买日、期限、到期日、利率、利息情况如下：

产品名称	类型	金额（万元）	购买日	期限	到期日	预期收益率	利息（万元）			
							2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
“乐惠”2017 年第 323 期人民币理财	保本浮动收益型	300.00	2017-08-07	36 天	2017-09-12	3.7%-3.8%	-	-	-	1.12
“乐惠”2017 年第 371 期人民币理财	非保本浮动收益型	600.00	2017-08-07	35 天	2017-09-11	4.45%-4.5%	-	-	-	2.58
“乐惠”2017 年第 460 期人民币理财	保本浮动收益型	300.00	2017-09-18	37 天	2017-10-25	3.7%-3.8%	-	-	-	1.16
	保本浮动收益型	600.00	2017-09-18	37 天	2017-10-25	3.7%-3.8%	-	-	-	2.31
“添利宝”结构性存款	结构保本型	2,000.00	2018-12-06	31 天	2018-12-07	1.00%-3.00%	-	-	0.04	-
	结构保本型	2,000.00	2018-12-07	31 天	2019-01-09	1.00%-3.00%	-	0.86	-	-
“幸福 99”卓越稳盈（小企业专属）开放式银行理财	开放式保本浮动收益型	1,200.00	2017-08-11	35 天	2017-09-15	3.90%	-	-	-	4.49
杭州联合农村商业银行股份有限公司“乐惠”2017 年第 323 期人民币理财	保本浮动收益型	500.00	2017-08-07	36 天	2017-09-12	预期最高税前年化收益率 3.7%	-	-	-	1.87
杭州联合农村商业银行股份有限公司“乐惠”2017 年第 460 期人民币理财	保本浮动收益型	500.00	2017-09-18	37 天	2017-10-25	预期最高税前年化收益率 3.7%	-	-	-	1.93
杭州联合农村商业银行股份有限公司“乐惠 日日升”（T+1）2017 年第 2 期	非保本浮动收益型	50.00	2017-06-05	156 天	2017-11-08	3.10%	-	-	-	0.63
杭州联合农村商业银行股份有限公司“乐惠 日日升”（T+1）2017 年第 2 期	非保本浮动收益型	1,000.00	2017-07-03	156 天	2017-11-08	3.10%	-	-	-	10.87
杭州银行“幸福 99”金钱包开	非保本浮动收益型	2,000.00	2019-01-10	无固定存续期限	2019-01-16	未说明	-	1.71	-	-

产品名称	类型	金额（万元）	购买日	期限	到期日	预期收益率	利息（万元）			
							2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
放式银行理财计划（201501 期）	非保本浮动收益型	2,000.00	2019-01-16	无固定存续期限	2019-01-25	未说明	-	5.27	-	-
	非保本浮动收益型	1.00	2020-06-29	无固定存续期限	2020-07-14	未说明	-	-	-	-
乐惠日日升 2017 年第 2 期开放式理财	非保本浮动收益型	550.00	2017-06-13	156 天	2017-06-16	3.10%	-	-	-	0.17
联合银行购买“乐享”2018 年第 330 期理财	保本浮动收益型	2,000.00	2018-07-11	92 天	2018-10-11	4.05%-4.1%	-	-	20.68	-
投融资平台收益权转让	非保本浮动收益型	1,500.00	2017-02-09	无固定存续期限	2017-03-24	未说明	-	-	-	7.35
无固定期限超短期人民币理财产品-0701CDQB	非保本浮动收益型	100.00	2018-06-11	无固定存续期限	2018-07-20	2.00%-3.00%	-	-	0.26	-
	非保本浮动收益型	100.00	2018-07-20	无固定存续期限	2018-12-25	2.00%-3.00%	-	-	1.59	-
增盈策略保本型 34 号机构理财产品 6 个月（代码 1710714001804）	本金策略保护型	200.00	2017-08-09	183 天	2018-02-08	4.65%	-	-	0.99	3.67
招行购买理财“聚益生金系列公司 35 天 B 款”	非保本浮动收益型	500.00	2018-10-22	35 天	2018-11-26	3.90%	-	-	1.87	-
招商银行 0105 卡 30 天结构性存款	保本结构性	3,000.00	2017-07-19	30 天	2017-08-18	2.15%	-	-	-	8.14
招商银行 0105 卡 90 天结构性存款	保本结构性	1,500.00	2017-08-30	30 天	2017-11-28	2.15%	-	-	-	14.72
招商银行单位结构性存款协议	结构保本型	2,000.00	2017-10-11	90 天	2018-01-09	1.35%-3.85%	-	-	18.99	-
	保本结构性	2,000.00	2017-07-19	30 天	2017-08-18	1.15%-3.13%	-	-	-	5.15
	保本结构性	2,000.00	2017-08-30	30 天	2017-09-29	1.15%-3.34%	-	-	-	5.49

产品名称	类型	金额（万元）	购买日	期限	到期日	预期收益率	利息（万元）			
							2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
招商银行点金公司理财之步步生金 8688 号保本理财计划	非保本浮动收益型	100.00	2017-10-12	无固定存续期限	2018-01-16	2.6%-4.35%	-	-	0.97	-
	非保本浮动收益型	200.00	2017-10-12	无固定存续期限	2018-02-28	2.6%-4.35%	-	-	2.80	-
	非保本浮动收益型	100.00	2018-08-01	无固定存续期限	2018-12-19	2.6%-4.35%	-	-	1.00	-
	非保本浮动收益型	100.00	2018-08-01	无固定存续期限	2019-02-11	2.6%-4.35%	-	1.41	-	-
	非保本浮动收益型	50.00	2018-08-01	无固定存续期限	2019-03-29	2.6%-4.35%	-	0.98	-	-
	非保本浮动收益型	50.00	2018-08-01	无固定存续期限	2019-04-10	2.6%-4.35%	-	1.03	-	-
	非保本浮动收益型	200.00	2018-08-20	无固定存续期限	2019-02-11	2.6%-4.35%	-	3.21	-	-
	非保本浮动收益型	200.00	2019-07-17	无固定存续期限	2019-10-10	2.6%-4.35%	-	1.18	-	-
	保本结构性	500.00	2019-07-23	31 天	2019-09-11	3.00%	-	1.67	-	-
招商银行日益月鑫理财计划 A 款	非保本浮动收益型	300.00	2017-05-05	7、14 和 21 天	2017-05-26	0.30%	-	-	-	0.59
招商银行日益月鑫理财计划 A 款	非保本浮动收益型	500.00	2017-05-05	7、14 和 21 天	2017-05-26	0.30%	-	-	-	0.99
浙商银行“永乐 3 号”人民币理财产品 i 天型理财产品 35 天型 CA1053	非保本浮动收益型	500.00	2017-09-28	35 天	2017-11-02	4.80%	-	-	-	2.30
中国银行按期开放理财	保证收益型	500.00	2017-07-19	无固定存续期限	2017-08-16	3.50%	-	-	-	1.34
	保证收益型	500.00	2017-08-16	无固定存续期限	2017-09-13	3.50%	-	-	-	1.34
	保证收益型	500.00	2017-09-13	无固定存续期限	2017-10-19	3.40%	-	-	-	1.68

产品名称	类型	金额（万元）	购买日	期限	到期日	预期收益率	利息（万元）			
							2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
中银日积月累-日计划	非保本浮动收益型	1,000.00	2016-07-08	无固定存续期限	2017-01-05	2.90%	-	-	-	0.40
	非保本浮动收益型	500.00	2017-09-01	无固定存续期限	2017-09-05	2.90%	-	-	-	0.16
	非保本浮动收益型	300.00	2017-09-01	无固定存续期限	2017-09-12	2.90%	-	-	-	0.27
	非保本浮动收益型	200.00	2017-09-01	无固定存续期限	2017-09-30	2.90%	-	-	-	0.48
	非保本浮动收益型	100.00	2017-09-20	无固定存续期限	2017-09-25	2.90%	-	-	-	0.04
	非保本浮动收益型	200.00	2017-09-20	无固定存续期限	2017-10-12	2.90%	-	-	-	0.36
	非保本浮动收益型	300.00	2017-09-20	无固定存续期限	2017-10-19	2.90%	-	-	-	0.72
合计		**35,401.00**					**-**	**17.32**	**49.19**	**82.32**

注：合同约定理财收益率为区间收益率的理财产品，由于收益率不固定，公司于期末未对该等理财产品计提利息，均在理财产品到期时一次性确认理财存续期内的投资收益。

报告期内，发行人购买、赎回理财产品及投资收益的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
购买理财产品支付的金额	1.00	4,700.00	7,200.00	22,500.00
赎回理财产品收回的金额	1.00	7,100.00	7,300.00	21,000.00
理财产品投资收益	-	17.32	49.19	82.32

B、银行理财产品与其他投资活动有关的现金流及财务费用中利息收入的勾稽关系

（a）报告期内，理财产品与其他投资活动有关的现金流的勾稽关系

报告期内，公司现金流量表中“支付的其他与投资活动有关的现金”和“收到的其他与投资活动有关的现金”情况如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
支付的其他与投资活动有关的现金	1.00	4,700.00	7,210.00	22,776.00
其中：购买理财产品	1.00	4,700.00	7,200.00	22,500.00
收到的其他与投资活动有关的现金	1.00	7,117.32	7,628.86	21,102.64
其中：赎回理财产品本金	1.00	7,100.00	7,300.00	21,000.00
收到理财产品收益	-	17.32	52.86	92.64

理财产品的购买和赎回，与现金流量表中“支付的其他与投资活动有关的现金”和“收到的其他与投资活动有关的现金”勾稽相符。

（b）银行理财产品与利息收入的勾稽关系

报告期内，现金流量表“收到的其他与投资活动有关的现金”中的收到理财产品收益与利润表中投资收益及资产负债表中应收利息科目勾稽相符，具体勾稽情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
投资收益	-	17.32	49.19	82.32
其中：理财产品利息	-	17.32	49.19	82.32
期初应收利息	-	-	3.67	13.99

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期末应收利息	-	-	-	3.67
收到理财产品收益[注]	-	17.32	52.86	92.64

注：收到理财产品收益=理财产品利息+期初应收利息-期末应收利息

3、非流动资产结构及其变化分析

报告期内，发行人的非流动资产构成如下表所示：

单位：万元

项目	2020-09-30		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%
投资性房地产	2,229.62	3.74	218.80	0.43	228.06	0.89	-	-
固定资产	50,581.52	84.77	16,466.90	32.63	16,002.32	62.13	2,848.98	21.40
在建工程	46.54	0.08	26,592.27	52.70	2,359.92	9.16	5,522.83	41.49
无形资产	5,363.13	8.99	5,266.28	10.44	5,364.50	20.83	3,330.26	25.02
长期待摊费用	1,191.96	2.00	1,869.77	3.71	1,684.48	6.54	1,459.14	10.96
递延所得税资产	202.59	0.34	44.32	0.09	102.02	0.40	35.48	0.27
其他非流动资产	52.52	0.09	5.70	0.01	16.90	0.07	113.65	0.85
非流动资产合计	**59,667.88**	**100.00**	**50,464.04**	**100.00**	**25,758.20**	**100.00**	**13,310.34**	**100.00**

报告期各期末，发行人非流动资产主要由固定资产、在建工程、无形资产和长期待摊费用组成。

（1）投资性房地产

报告期各期末，公司投资性房地产的基本情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
账面原值	2,472.05	232.65	232.65	-
累计折旧和摊销	242.43	13.85	4.58	-
减值准备	-	-	-	
账面净值	2,229.62	218.80	228.06	-

2018年起，公司新增的投资性房地产系银湖校区用于出租的超市等配套服务设施房产，金额较小，占比较低。

2020年，公司新增的投资性房地产主要系：①杭州富阳区银湖街道紫云山庄

云屏阁北楼，该处房产自2020年5月起不再作为本公司教学培训场所转为对外出租；②场口校区1号楼及地下室部分，系场口校区用于出租的超市等配套服务设施房产。

（2）固定资产

公司2017年末、2018年末、2019年末及2020年9月末固定资产账面价值分别为2,848.98万元、16,002.32万元、16,466.90万元及50,581.52万元，占非流动资产总额的比例分别为21.40%、62.13%、32.63%及84.77%。

①固定资产总体分析

报告期内，发行人固定资产情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
一、固定资产原价合计	**53,976.08**	**18,946.33**	**17,278.76**	**3,308.15**
其中：房屋建筑物	49,048.96	16,023.87	14,727.95	2,041.50
运输工具	268.97	257.73	213.15	178.97
电子及其他设备	4,658.15	2,664.73	2,337.66	1,087.68
二、累计折旧合计	**3,394.57**	**2,479.43**	**1,276.44**	**459.17**
其中：房屋建筑物	1,839.05	1,199.38	470.97	19.47
运输工具	156.38	120.29	92.20	54.79
电子及其他设备	1,399.14	1,159.76	713.27	384.91
三、减值准备累计金额	-	-	-	-
四、固定资产账面价值	**50,581.52**	**16,466.90**	**16,002.32**	**2,848.98**
其中：房屋建筑物	47,209.91	14,824.49	14,256.98	2,022.03
运输工具	112.59	137.44	120.95	124.18
电子及其他设备	3,259.01	1,504.97	1,624.39	702.77

2018 年末房屋及建筑物的账面价值较 2017 年末增加 12,234.95 万元，增幅达 605.08%，主要系 2018 年 5 月公司自建银湖校区达到预定可使用状态转入固定资产，该校区位于杭州市富阳区，建筑面积达 35,731 平方米，固定资产投资规模较大。此外，2018 年末电子及其他设备账面价值较 2017 年增加 921.62 万元，增幅 131.14%，主要系启用自建银湖校区所购入的空调及学生宿舍高低床等。

2019 年末房屋及建筑物的账面价值较 2018 年末增加 567.51 万元，增幅 3.98%，主要系银湖校区建设工程于 2019 年完成工程决算，根据工程结算审核报告，核

增相关原值 1,295.92 万元；其余减少变动系正常折旧所致。

2020 年 9 月末房屋及建筑物的账面价值较 2019 年末增加 32,385.42 万元，增幅 218.46%，主要系 2020 年 6 月公司自建场口校区达到预定可使用状态转入固定资产，原值 34,669.97 万元，该校区位于杭州市富阳区场口镇场口新街，建筑面积达 57,803 平方米，规模较大。

报告期内，公司固定资产主要系房屋建筑物，均处于良好状态，可以满足公司目前生产经营活动的需要，未出现大幅减值迹象，未计提固定资产减值准备。

各报告期末，公司固定资产成新率情况如下：

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
房屋建筑物	96.25%	92.52%	96.80%	99.05%
运输工具	41.86%	53.33%	56.74%	69.39%
电子及其他设备	69.96%	56.48%	69.49%	64.61%

注：固定资产成新率=期末固定资产账面价值/期末固定资产账面原值

报告期内，公司无融资租赁租入的固定资产。

截至2020年9月30日，公司固定资产抵押的情况，详见本招股说明书之“第十一节其他重要事项”之“一、重要合同”之“（三）抵押合同”。

②固定资产折旧年限

报告期内，公司各类固定资产折旧年限和折旧率如下：

固定资产类别	折旧方法	折旧年限（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	平均年限法	20-30	5.00	3.17-4.75
运输工具	平均年限法	5	5.00	19.00
电子及其他设备	平均年限法	3-5	5.00	19.00-31.67

同行业可比公司各类固定资产折旧政策情况如下：

可比公司	固定资产类别	折旧年限（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
中公教育	房屋及建筑物	20-40	5.00	4.75-2.38
	固定资产装修	10	-	10.00
	运输工具	4	5	23.75
	电子设备	3-5	5	31.67-19.00
	办公设备	3-5	5	31.67-19.00
东方时尚	房屋建筑物	10-40	5	9.5-2.38

可比公司	固定资产类别	折旧年限（年）	预计净残值率（%）	年折旧率（%）
	驾驶培训设备及运输设备	5-10	5	19-9.5
	电子设备及其他	3-10	5	31.67-9.5
龙门教育	房屋建筑物	30	5	3.17
	电子设备	3	5	31.67
	运输设备	5	5	19.00
	办公家具及其他设备	3-5	5	31.67-19.00
传智播客	电子设备	3	5	31.67
	家具及器具	5	5	19.00
昂立教育	房屋及建筑物	5-50	5.00、10.00	19.00-1.80
	通用设备	4-12	5.00、10.00	23.75-7.50
	专用设备	4-10	5.00、10.00	23.75-9.00
	运输设备	5-6	5.00、10.00	19.00-15.00
	其他设备	5-10	5.00、10.00	19.00-9.00

由上表可知，公司固定资产折旧年限与同行业可比上市公司不存在重大差异。

A、主要房屋建筑物

公司主要房屋建筑物的折旧依据、折旧方法、折旧年限、残值率明细如下：

建筑名称	依据	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)
场口校区房屋建筑物	预计可使用年限	年限平均法	30	5.00
银湖校区房屋建筑物		年限平均法	20	5.00

从上表可见，公司两处房屋建筑物折旧年限略有差异，主要是两处房屋建筑物的人均空间利用率不同导致房屋建筑物损耗期限有所差异。场口校区建筑面积约 71,000 平方米，能同时容纳的学生数量约为 3,500 人，人均建筑面积约为 20.29 平米；银湖校区建筑面积约 41,000 平方米，能同时容纳的学生数量约为 2,600 人，人均建筑面积约为 15.77 平方米，银湖校区的空间利用率高于场口校区，从而引起建筑物的折旧速度较快，所以银湖校区房屋建筑物折旧年限低于场口校区具有合理性。

同行业公司的房屋建筑物的折旧政策如下：

公司名称	折旧方法	折旧年限(年)	残值率(%)
中公教育	年限平均法	20-40	5.00

东方时尚	年限平均法	10-40	5.00
龙门教育	年限平均法	30	5.00
昂立教育	年限平均法	5-50	5.00、10.00

上表可以看出，在房屋建筑物方面，与同行业相比，公司的折旧政策无明显异常。

B、电子及其他设备

报告期内，电子及其他设备的主要明细构成、数量、价值、折旧年限及年折旧率明细如下：

（a）2020 年 1-9 月

分类	数量(台)	价值(万元)	折旧年限(年)	年折旧率(%)
办公设备	2,921	2,356.30	3-5	19.00-31.67
生活设备	12,477	1,447.93	3-5	19.00-31.67
后勤设备	2,531	430.14	3-5	19.00-31.67
教学设备	4,327	298.43	3-5	19.00-31.67
其他	37	125.36	3-5	19.00-31.67
合计	22,293	4,658.15	-	-

（b）2019 年度

分类	数量(台)	价值(万元)	折旧年限(年)	年折旧率(%)
办公设备	2,544	1,184.24	3-5	19.00-31.67
生活设备	7,966	800.10	3-5	19.00-31.67
后勤设备	957	366.18	3-5	19.00-31.67
教学设备	3,107	221.43	3-5	19.00-31.67
其他	20	92.78	3-5	19.00-31.67
合计	14,594	2,664.73	-	-

（c）2018 年度

分类	数量(台)	价值(万元)	折旧年限(年)	年折旧率(%)
办公设备	2,202	1,081.33	3-5	19.00-31.67
生活设备	6,379	716.11	3-5	19.00-31.67
后勤设备	623	303.70	3-5	19.00-31.67
教学设备	1,735	212.91	3-5	19.00-31.67
其他	17	22.34	3-5	19.00-31.67

合计	10,956	2,337.66	-	-

（d）2017 年度

分类	数量(台)	价值(万元)	折旧年限(年)	年折旧率(%)
办公设备	904	532.89	3-5	19.00-31.67
生活设备	2,510	243.66	3-5	19.00-31.67
后勤设备	580	189.76	3-5	19.00-31.67
教学设备	533	103.28	3-5	19.00-31.67
其他	6	18.09	3-5	19.00-31.67
合计	4,533	1,087.68	-	-

[注]生活设备主要系学员宿舍床、衣柜等住宿配套设施；后勤设备主要系发行人食堂内设备。

从上表可见，报告期内，公司的电子设备数量与价值逐年增加，与公司参培学员数量逐年增加的趋势相符。其中2018年度较2017年度、2020年1-9月较2019年度的电子设备的数量和价值增加较快，主要系2018年银湖校区投入使用，2020年场口校区投入使用，在新校区投入使用的当年，公司新增了较多的电子设备，从而造成了2020年1-9月、2018年度的电子设备数量和价值增长较快，与经营业务规模相符，具有合理性。

③大额在建工程转入情况

报告期内，公司在建工程新增及转固情况如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期转固	本期转入长期待摊费用/其他	期末余额
2020 年 1-9 月					
杭州老鹰教育科技股份有公司场口新校区建设工程	26,592.27	10,533.35	37,105.89	19.73	-
杭州老鹰教育科技股份有公司场口新校区装修工程	-	46.54	-		46.54
小计	**26,592.27**	**10,579.89**	**37,105.89**	**19.73**	**46.54**
2019 年度					
杭州老鹰教育科技股份有公司场口新校区建设工程	2,359.92	24,232.35	-	-	26,592.27
杭州富阳老鹰文化	-	1,295.92	1,295.92	-	-

项目	期初余额	本期增加	本期转固	本期转入长期待摊费用/其他	期末余额
创意有限公司银湖新校区建设工程					
义乌市老鹰文化创意有限公司装修	-	698.84	-	698.84	-
温州瓯海区老鹰艺术培训有限公司装修	-	90.97	-	90.97	-
小计	**2,359.92**	**26,318.08**	**1,295.92**	**789.81**	**26,592.27**
2018 年度					
杭州老鹰教育科技股份有公司场口新校区建设工程	-	2,359.92	-	-	2,359.92
杭州富阳老鹰文化创意有限公司银湖新校区建设工程	5,522.83	7,742.72	13,032.91	232.65	-
紫云山庄校区装修	-	283.97	-	283.97	-
四川老鹰文化创意有限公司校区装修	-	483.77	-	483.77	-
温州瓯海区老鹰艺术培训有限公司装修	-	27.13	-	27.13	-
小计	**5,522.83**	**10,897.51**	**13,032.91**	**1,027.52**	**2,359.92**
2017 年度					
杭州富阳老鹰文化创意有限公司银湖新校区建设工程	76.14	5,446.69	-	-	5,522.83
温州老鹰文化创意有限公司校区装修	-	532.39	-	532.39	-
杭州富阳老鹰文化创意有限公司校区装修	-	296.43	-	296.43	-
杭州老鹰文化艺术有限公司校区装修	-	44.50	-	44.50	-
小计	**76.14**	**6,320.02**	**-**	**873.32**	**5,522.83**

④报告期各期新增固定资产情况如下：

单位：万元

固定资产账面原值	2020 年 1-9 月				2019 年度			
	购置	在建工程转入	小计	占比（%）	购置	在建工程转入	小计	占比（%）
房屋及建筑物	-	35,264.49	35,264.49	94.03	-	1,295.92	1,295.92	74.92

运输工具	11.63	-	11.63	0.03	61.57	-	61.57	3.56
电子及其他设备	387.13	1,841.41	2,228.53	5.94	372.20	-	372.20	21.52
小计	**398.76**	**37,105.89**	**37,504.65**	**100.00**	**433.77**	**1,295.92**	**1,729.70**	**100.00**
固定资产账面原值	**2018 年度**				**2017 年度**			
	购置	**在建工程转入**	**小计**	**占比（%）**	**购置**	**在建工程转入**	**小计**	**占比（%）**
房屋及建筑物	11.71	12,674.73	12,686.45	90.44	1,631.50	-	1,631.50	78.12
运输工具	34.18	-	34.18	0.24	87.02	-	87.02	4.17
电子及其他设备	949.36	358.18	1,307.54	9.32	369.88	-	369.88	17.71
小计	**995.25**	**13,032.91**	**14,028.16**	**100.00**	**2,088.40**	**-**	**2,088.40**	**100.00**

报告期各期重大在建工程转入固定资产情况如下：

单位：万元

工程名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
老鹰股份场口新校区建设工程	37,105.89	-	-	-
富阳文创银湖新校区建设工程	-	1,295.92	13,032.91	-
小计	**37,105.89**	**1,295.92**	**13,032.91**	**-**

⑤报告期新增固定资产入账价值的确定依据

发行人报告期新增固定资产，其中，购置的不需要经过建造过程即可使用的固定资产，按实际支付的买价、包装费、运输费安装成本、缴纳的有关税金等作为入账价值；自行建造的固定资产，按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出作为入账价值。

⑥发行人各项资产的具体用途及达到可使用状态的时间：

资产名称	具体用途	达到可使用状态的时间
房屋及建筑物	用作培训、宿舍和办公场所	工程验收和消防验收完成后
运输设备	用于日常办公用途	验收完成后
电子及其他设备	用于培训、宿舍和办公的电子设备、家具等	验收完成后

⑦新增固定资产与新校区营业收入的产生时点是否匹配

A、自建的房屋建筑物

自建的房屋建筑物当整体完工，进行消防备案，施工方与公司进行完工验收时达到预定可使用状态，按工程实际成本转入固定资产。已达到预定可使用状态

但尚未办理竣工结算的，先按已结算金额与尚未结算的暂估金额之和转入固定资产，待办理竣工决算后再按实际成本调整原暂估价值，计提折旧按未来适用法不再调整原已计提的折旧。对于可直接归属于符合资本化条件资产购建的借款费用，公司予以资本化，计入自建的房屋建筑物成本。

2020 年 1-9 月，公司新增房屋建筑物原值 35,264.49 万元，系老鹰股份场口新校区建设工程于 2020 年 6 月 16 日整体完工，进行消防备案，施工方与公司进行完工验收时达到预定可使用状态转入固定资产。老鹰股份场口新校区于 2020 年 6 月开始招生，2020 年 6 月开始确认收入，与新校区营业收入的产生时点匹配。

2019 年度，公司新增房屋建筑物原值 1,295.92 万元，系富阳文创银湖新校区建设工程办理竣工决算，按实际结算成本调整原暂估价值。

2018 年度，公司新增房屋建筑物原值 12,674.73 万元，系富阳文创银湖新校区建设工程于 2018 年 5 月 31 日整体完工，进行消防备案，施工方与公司进行完工验收时达到预定可使用状态转入固定资产。富阳文创银湖校区于 2018 年 5 月开始招生，2018 年 6 月开始确认收入，与新校区营业收入的产生时点匹配。

B、外购的房屋建筑物

外购的房屋建筑物当交付并办妥房屋所有权证变更手续时达到预定可使用状态，按实际支付的购买对价及允许计入房屋建筑物原值的相关税金转入固定资产。

2018 年度，公司新增房屋建筑物原值 11.71 万元，系前期取得老鹰股份银湖街道紫云山庄云屏阁北楼相关可直接归属于房屋建筑物成本的税金调整。

2017 年度，公司新增房屋建筑物原值 1,631.50 万元，系老鹰股份通过司法拍卖形式购入银湖街道紫云山庄云屏阁北楼，该处房产于 2017 年 12 月 5 日办妥房产证。老鹰股份紫云教学点于 2018 年 1 月开始招生，2018 年 1 月开始确认收入，与新教学点营业收入的产生时点匹配。

C、运输工具

公司外购运输工具主要系小轿车、乘用车，用于日常办公用途。运输工具当交付并办妥相关保险时达到预定可使用状态，根据实际支付的购买对价及与运输工具原值相关的税金转入固定资产。

D、电子及其他设备

公司外购电子及其他设备主要系宿舍家具、空调、日常办公用品、教学用品等。电子及其他设备当设备到货、经安装调试、验收合格后时达到预定可使用状态，根据实际支付的购买对价及相关安装调试费用转入固定资产。

由在建工程转入的电子及其他设备主要系新校区建设工程中需要安装的空调、家具等。2020 年 1-9 月，公司新增由在建工程转入的电子及其他设备 1,841.41 万元，系老鹰股份场口新校区建设工程于 2020 年 6 月 16 日达到预定可使用状态转入固定资产，建设工程中的空调、家具达到预定可使用状态一并转入固定资产。2018 年，公司新增由在建工程转入的电子及其他设备 358.18 万元，富阳文创银湖新校区建设工程于 2018 年 5 月 31 日达到预定可使用状态转入固定资产，建设工程中的空调、家具达到预定可使用状态一并转入固定资产。

综上，新增固定资产入账价值的确定主要依据竣工结算报告、采购合同、发票、转账凭证等相关单据入账，入账价值准确；达到可使用状态为工程完工验收、消防验收完成、实物资产验收完成后的时点，具有合理性；新增固定资产通常在当月或者下月开始产生收入，与新校区营业收入的产生时点匹配。

（3）在建工程

公司2017年末、2018年末、2019年末和2020年9月末在建工程账面价值分别为5,522.83万元、2,359.92万元、26,592.27万元和46.54万元，占非流动资产总额的比例分别为41.49%、9.16%、52.70%和0.08%。

报告期内，公司在建工程具体明细如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
银湖新校区建设工程	-	-	-	5,522.83
场口新校区建设工程	-	26,592.27	2,359.92	-
场口新校区装修工程	46.54	-	-	-
合计	**46.54**	**26,592.27**	**2,359.92**	**5,522.83**

2017 年末在建工程余额主要系自建银湖校区发生的建设工程支出，该校区于 2018 年 5 月达到预定可使用状态转入固定资产；2018 年末及 2019 年末在建工程余额主要系自建场口校区发生的建设工程支出，公司 2018 年以出让方式获取该校区的土地使用权，2018 年底该工程进入正式施工建设阶段，截至 2019 年 12 月末尚未完工。该工程为本次募投项目，于 2020 年 6 月达到预定可使用状态，

2020 年 7 月开始正式投入使用。2020 年 9 月末，在建工程余额主要系场口校区后续零星装修工程发生的支出。

2020 年 9 月末，公司在建工程不存在计提减值准备的情形。

截至 2020 年 9 月 30 日，公司在建工程抵押的情况，详见本招股说明书之“第十一节其他重要事项”之“一、重要合同”之“（三）抵押合同”。

报告期内，重大在建工程主要系银湖校区建设工程和场口新校区建设工程。银湖校区建设工程于 2018 年 5 月 31 日整体完工，进行消防备案，施工方与公司进行完工验收时达到预定可使用状态转入固定资产。场口新校区建设工程于 2020 年 6 月 16 日整体完工，进行消防备案，施工方与公司进行完工验收时达到预定可使用状态转入固定资产。报告期内不存在已达到预定可使用状态但未转固的在建工程；

公司保存并定期更新关联方基本资料，包括实际控制人、董事和高管人员调查表；保荐人及申报会计师通过全国企业信用信息公示系统查询大额供应商的相关信息，询问大额供应商相关人员有关经营范围、业务情况、代付情况、与公司及其实际控制人、董监高或其他关联方是否存在关联关系或其他利益安排等信息；获取报告期内实际控制人及其配偶、实际控制人控制的其他企业、董监高及出纳等个人或企业流水，对大额交易及异常交易进行专项检查。经核查，报告期内不存在关联方或潜在关联方替发行人承担成本的情况。

（4）无形资产

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司无形资产账面价值分别为 3,330.26 万元、5,364.50 万元、5,266.28 万元及 5,363.13 万元，占非流动资产的比例分别为 25.02%、20.83%、10.44%及 8.99%。

报告期内，本公司无形资产情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
一、无形资产原价合计	**5,751.41**	**5,567.14**	**5,552.14**	**3,416.58**
其中：土地使用权	5,724.41	5,540.14	5,540.14	3,404.58
软件	27.00	27.00	12.00	12.00
二、累计摊销合计	**388.28**	**300.85**	**187.64**	**86.31**
其中：土地使用权	381.09	296.04	185.24	85.11

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
软件	7.19	4.81	2.40	1.20
三、减值准备累计金额	-	-	-	-
四、无形资产账面价值	**5,363.13**	**5,266.28**	**5,364.50**	**3,330.26**
其中：土地使用权	5,343.32	5,244.09	5,354.90	3,319.46
软件	19.81	22.19	9.60	10.80

报告期末，公司无形资产主要系外购的土地使用权。

2017 年末土地使用权系银湖校区的土地使用权，该地块位于杭州市富阳区银湖街道受降村，原值金额为 3,404.58 万元；2018 年末土地使用权的增加金额系取得场口校区的土地使用权，该地块位于杭州市富阳区场口镇场口村，该地块原值金额为 2,135.56 万元；2020 年 9 月末土地使用权的增加金额系取得场口校区周边土地使用权，该地块位于杭州市富阳区场口新街 128 号，该地块原值金额为 184.27 万元。

报告期各期末，公司无形资产不存在需计提减值准备的情形。

（5）长期待摊费用

报告期内，公司的长期待摊费用明细如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
杭州富阳老鹰文化创意有限公司校区装修	-	282.78	447.09	611.40
温州老鹰文化创意有限公司校区装修	261.22	358.80	387.31	470.27
杭州老鹰教育科技股份有限公司校区装修	11.21	37.28	92.27	166.15
深圳老鹰艺术创意有限公司校区装修	-	14.32	70.18	126.03
义乌市老鹰文化创意有限公司校区装修	504.72	621.19	-	64.11
杭州老鹰文化艺术有限公司校区装修	-	-	-	21.18
杭州老鹰教育科技股份有限公司紫云教学点装修	167.27	211.55	260.30	-
四川老鹰文化创意有限公司校区装修	247.53	343.86	427.33	-
合计	**1,191.96**	**1,869.77**	**1,684.48**	**1,459.14**

公司的长期待摊费用均系各校区的装修费。报告期各期末，长期待摊费用账面余额分别为 1,459.14 万元、1,684.48 万元、1,869.77 万元及 1,191.96 万元，占非流动资产的比例分别为 10.96%、6.54%、3.71%及 2.00%。

报告期各期各校区装修的具体内容、费用构成、摊销期限等如下：

①2020 年 1-9 月

单位：万元

项目	具体内容	初始成本	初始入账日期	摊销期限（月）	2020.1.1	本期增加	本期摊销	2020.9.30
象山校区装修	教学楼 2、3 楼装修	151.09	2014 年 7 月	60.00	-	-	-	-
	教学楼 8 楼装修	105.33	2015 年 7 月	60.00	10.53	-	10.53	-
	教学楼装修	25.91	2015 年 12 月	60.00	4.75	-	3.89	0.86
	教学楼 3、8、9 楼装修	77.62	2016 年 6 月	60.00	21.99	-	11.64	10.35
紫云教学点装修	开办装修	283.97	2018 年 8 月	60.00	211.55	-	44.28	167.27
	二期装修	10.29	2019 年 2 月	54.00				
富阳校区装修	开办装修	128.38	2015 年 7 月	60.00	12.84	-	12.84	-
	二期装修	24.97	2015 年 7 月	60.00	2.50	-	2.50	-
	办公楼、宿舍楼装修	367.33	2016 年 7 月	60.00	112.66	-	112.66	-
	精品班餐厅装修	4.49	2016 年 11 月	60.00	1.64	-	1.64	-
	宿舍楼装修	44.56	2017 年 6 月	55.00	23.01	-	23.01	-
	精品班教学楼、宿舍楼装修	180.76	2017 年 7 月	60.00	130.13	-	130.13	-
	精品班教学楼、宿舍楼装修	71.11	2017 年 8 月	60.00				
义乌校区装修	校区翻新装修	698.84	2019 年 7 月	54.00	621.19	-	116.47	504.72
深圳校区装修	开办装修	193.39	2016 年 7 月	45.00	12.89	-	12.89	-
	垃圾房、景观等装修	15.35	2016 年 10 月	43.00	1.43	-	1.43	-

项目	具体内容	初始成本	初始入账日期	摊销期限（月）	2020.1.1	本期增加	本期摊销	2020.9.30
温州校区装修	开办装修	532.39	2017 年 6 月	60.00	257.32	-	79.86	177.46
	楼顶花园装修	27.13	2018 年 5 月	60.00	18.09	-	4.07	14.02
	消防装修	90.97	2019 年 8 月	60.00	83.39	-	13.65	69.74
成都校区装修	开办装修	483.77	2018 年 6 月	60.00	330.58	-	93.41	237.16
	二期装修	19.44	2019 年 3 月	60.00	13.28	-	2.92	10.37
合计		**3,537.09**	-	-	**1,869.77**	-	**677.82**	**1,191.96**

②2019 年度

单位：万元

项目	具体内容	初始成本	初始入账日期	摊销期限（月）	2019.1.1	本期增加	本期摊销	2019.12.31
象山校区装修	教学楼 2、3 楼装修	151.09	2014 年 7 月	60.00	13.22	-	13.22	-
	教学楼 8 楼装修	105.33	2015 年 7 月	60.00	31.60	-	21.07	10.53
	教学楼装修	25.91	2015 年 12 月	60.00	9.93	-	5.18	4.75
	教学楼 3、8、9 楼装修	77.62	2016 年 6 月	60.00	37.52	-	15.52	21.99
紫云教学点装修	开办装修	283.97	2018 年 8 月	60.00	260.30	-	59.04	211.55
	二期装修	10.29	2019 年 2 月	54.00	-	10.29		
富阳校区装修	开办装修	128.38	2015 年 7 月	60.00	38.51	-	25.68	12.84
	二期装修	24.97	2015 年 7 月	60.00	7.49	-	4.99	2.50
	办公楼、宿舍楼装修	367.33	2016 年 7 月	60.00	186.12	-	73.47	112.66

项目	具体内容	初始成本	初始入账日期	摊销期限（月）	2019.1.1	本期增加	本期摊销	2019.12.31
	精品班餐厅装修	4.49	2016 年 11 月	60.00	2.54	-	0.90	1.64
	宿舍楼装修	44.56	2017 年 6 月	55.00	31.92	-	8.91	23.01
	精品班教学楼、宿舍楼装修	180.76	2017 年 7 月	60.00	180.51	-	50.37	130.13
	精品班教学楼、宿舍楼装修	71.11	2017 年 8 月	60.00				
义乌校区装修	校区翻新装修	698.84	2019 年 7 月	54.00	-	698.84	77.65	621.19
深圳校区装修	开办装修	193.39	2016 年 7 月	45.00	64.46	-	51.57	12.89
	垃圾房、景观等装修	15.35	2016 年 10 月	43.00	5.71	-	4.28	1.43
温州校区装修	开办装修	532.39	2017 年 6 月	60.00	363.80	-	106.48	257.32
	楼顶花园装修	27.13	2018 年 5 月	60.00	23.51	-	5.43	18.09
	消防装修	90.97	2019 年 8 月	60.00	-	90.97	7.58	83.39
成都校区装修	开办装修	483.77	2018 年 6 月	60.00	427.33	-	96.75	330.58
	二期装修	19.44	2019 年 3 月	60.00	-	19.44	6.16	13.28
合计		**3,537.09**	-	-	**1,684.48**	**819.53**	**634.24**	**1,869.77**

③2018 年度

单位：万元

项目	具体内容	初始成本	初始入账日期	摊销期限（月）	2018.1.1	本期增加	本期摊销	2018.12.31
象山校区装修	开办装修	85.59	2013 年 8 月	60.00	2.85	-	2.85	-
	6 楼楼顶装修	15.65	2015 年 12 月	60.00	0.52	-	0.52	-

项目	具体内容	初始成本	初始入账日期	摊销期限（月）	2018.1.1	本期增加	本期摊销	2018.12.31
	浙工大校区装修	44.50	2017 年 10 月	5.00	17.80	-	17.80	-
	教学楼 2、3 楼装修	151.09	2014 年 7 月	60.00	45.33	-	32.11	13.22
	教学楼 8 楼装修	105.33	2015 年 7 月	60.00	52.66	-	21.07	31.60
	教学楼装修	25.91	2015 年 12 月	60.00	15.11	-	5.18	9.93
	教学楼 3、8、9 楼装修	77.62	2016 年 6 月	60.00	53.04	-	15.52	37.52
紫云教学点装修	开办装修	283.97	2018 年 8 月	60.00	-	283.97	23.66	260.30
富阳校区装修	开办装修	128.38	2015 年 7 月	60.00	64.19	-	25.68	38.51
	二期装修	24.97	2015 年 7 月	60.00	12.48	-	4.99	7.49
	办公楼、宿舍楼装修	367.33	2016 年 7 月	60.00	259.59	-	73.47	186.12
	精品班餐厅装修	4.49	2016 年 11 月	60.00	3.44	-	0.90	2.54
	宿舍楼装修	44.56	2017 年 6 月	55.00	40.82	-	8.91	31.92
	精品班教学楼、宿舍楼装修	180.76	2017 年 7 月	60.00	230.88	-	50.37	180.51
	精品班教学楼、宿舍楼装修	71.11	2017 年 8 月	60.00				
义乌校区装修	画室 3 楼装修	48.60	2016 年 6 月	31.00	18.81	-	18.81	-
	开办装修	102.64	2016 年 7 月	30.00	41.05	-	41.05	-
	二期改造装修	10.26	2016 年 8 月	29.00	4.24	-	4.24	-
深圳校区装修	开办装修	193.39	2016 年 7 月	45.00	116.03	-	51.57	64.46
	垃圾房、景观等装修	15.35	2016 年 10 月	43.00	9.99	-	4.28	5.71

项目	具体内容	初始成本	初始入账日期	摊销期限（月）	2018.1.1	本期增加	本期摊销	2018.12.31
温州校区装修	开办装修	532.39	2017 年 6 月	60.00	470.27	-	106.48	363.80
	楼顶花园装修	27.13	2018 年 5 月	60.00	-	27.13	3.62	23.51
成都校区装修	开办装修	483.77	2018 年 6 月	60.00	-	483.77	56.44	427.33
合计		**3,024.79**	-	-	**1,459.14**	**794.87**	**569.53**	**1,684.48**

④2017 年度

单位：万元

项目	具体内容	初始成本	初始入账日期	摊销期限（月）	2017.1.1	本期增加	本期摊销	2017.12.31
象山校区装修	开办装修	85.59	2013 年 8 月	60.00	26.84	-	23.99	2.85
	6 楼楼顶装修	15.65	2015 年 12 月	60.00	12.52	-	11.99	0.52
	月朦胧校区装修	127.22	2016 年 6 月	60.00	112.38	-	112.38	-
	浙工大校区装修	44.50	2017 年 10 月	5.00	-	44.50	26.70	17.80
	教学楼 2、3 楼装修	151.09	2014 年 7 月	60.00	75.54	-	30.22	45.33
	教学楼 8 楼装修	105.33	2015 年 7 月	60.00	73.73	-	21.07	52.66
	教学楼装修	25.91	2015 年 12 月	60.00	20.30	-	5.18	15.11
	教学楼 3、8、9 楼装修	77.62	2016 年 6 月	60.00	68.57	-	15.52	53.04
富阳校区装修	开办装修	128.38	2015 年 7 月	60.00	89.86	-	25.68	64.19
	二期装修	24.97	2015 年 7 月	60.00	17.48	-	4.99	12.48

项目	具体内容	初始成本	初始入账日期	摊销期限（月）	2017.1.1	本期增加	本期摊销	2017.12.31
	办公楼、宿舍楼装修	367.33	2016 年 7 月	60.00	333.05	-	73.47	259.59
	精品班餐厅装修	4.49	2016 年 11 月	60.00	4.34	-	0.90	3.44
	宿舍楼装修	44.56	2017 年 6 月	55.00	-	44.56	3.74	40.82
	精品班教学楼、宿舍楼装修	180.76	2017 年 7 月	60.00	-	251.87	20.99	230.88
	精品班教学楼、宿舍楼装修	71.11	2017 年 8 月	60.00				
义乌校区装修	画室 3 楼装修	48.60	2016 年 6 月	31.00	37.63	-	18.81	18.81
	开办装修	102.64	2016 年 7 月	30.00	82.11	-	41.05	41.05
	二期改造装修	10.26	2016 年 8 月	29.00	8.49	-	4.24	4.24
深圳校区装修	开办装修	193.39	2016 年 7 月	45.00	167.60	-	51.57	116.03
	垃圾房、景观等装修	15.35	2016 年 10 月	43.00	14.28	-	4.28	9.99
温州校区装修	开办装修	532.39	2017 年 6 月	60.00	-	532.39	62.11	470.27
合计		**2,357.14**	-	-	**1,144.71**	**873.32**	**558.89**	**1,459.14**

报告期内，各校区发生的装修费属于经营租赁方式租入的固定资产改良支出，根据会计准则的要求，符合资本化的条件。长期待摊费用按剩余租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期限平均摊销，摊销期限合理。

报告期内摊销费用逐年增长，主要系报告期内公司先后增设温州校区、成都新校区、紫云教学点，新增校区及教学点的开办装修费增加；同时，发行人根据校区使用情况，对义乌校区进行整体翻新改造，对其他部分校区进行一定范围内的翻新装修，也导致长期待摊费用增加。具体情况如下：

2017 年度，公司新设温州校区，自 2017 年 6 月起新增 532.39 万元的温州校区开办装修摊销；公司对富阳校区宿舍楼及新租赁精品班教学楼、宿舍楼进行装修，自 2017 年 6 月、7 月、8 月分别新增 44.56 万元、180.76 万元、71.11 万元的装修摊销；公司对象山校区浙工大校区进行装修，自 2017 年 10 月新增 44.50 万元的装修摊销。

2018 年度，公司新设成都校区，自 2018 年 6 月起新增 483.77 万元的成都校区开办装修摊销；公司新增股份紫云教学点，自 2018 年 8 月起新增 283.97 万元的紫云教学点开办装修摊销；公司对温州校区楼顶花园进行装修，自 2018 年 5 月起新增 27.13 万元的装修摊销。

2019 年度，公司对义乌校区进行整体翻新改造，自 2019 年 7 月起新增 698.84 万元的义乌校区翻新装修摊销；公司对温州校区进行消防装修，自 2019 年 8 月新增 90.97 万元的装修摊销；公司对成都校区进行二期装修，自 2019 年 3 月新增 19.44 万元的装修摊销。

2020 年 1-9 月，公司本期无新增需待摊的费用，而本期摊销金额大幅增长，主要系富阳校区搬迁至场口校区，富阳校区装修摊销剩余金额一次性计入当期损益所致。

综上，报告期内长期待摊费用摊销期限合理，长期待摊费用增长主要是各校区开办装修和翻新改造支出增加所致，费用增长具有合理性。

（6）递延所得税资产

报告期内，公司的递延所得税资产如下：

单位：万元

项目	2020-09-30		2019-12-31		2018-12-31		2017-12-31	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
坏账准备的所得税影响	4.58	1.13	2.76	0.68	3.11	0.77	2.58	0.64
未弥补亏损的所得税影响	937.74	193.92	130.88	32.69	343.14	85.79	59.37	14.84
递延收益的所得税影响	30.18	7.55	43.76	10.94	61.87	15.47	79.98	19.99
合计	**972.50**	**202.59**	**177.40**	**44.32**	**408.12**	**102.02**	**141.92**	**35.48**

2017年末、2018年末、2019年末及2020年9月末公司递延所得税资产账面价值分别为35.48万元、102.02万元、44.32万元及202.59万元，占非流动资产总额的比例分别为0.27%、0.40%、0.09%及0.34%。报告期内，公司递延所得税资产主要系未弥补亏损、递延收益和坏账准备所引起的可抵扣暂时性差异形成。其中，未弥补亏损产生的可抵扣暂时性差异2018年较上一年增加283.77万元，主要系温州老鹰及四川老鹰成立初期产生的亏损，根据公司管理层管理目标及目前经营状况，温州老鹰及四川老鹰未来期间能实现盈利弥补上述亏损，因此确认相关递延所得税资产；2020年9月末未弥补亏损产生的可抵扣暂时性差异较2019年增加806.86万元，主要系上半年受新冠疫情影响，部分子公司出现亏损，但根据截至2020年10月31日公司培训业务开展情况及公司对未来业务发展的良好预期，预计2020年度整体能实现盈利，弥补上述亏损，因此确认相关递延所得税资产。

截至2020年9月30日，公司已确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异金额为972.50万元。公司预计未来三年将保持较强的持续盈利能力，可抵扣暂时性差异所隐含的潜在税收利益可以在未来期间实现，故递延所得税资产不存在减值迹象。

（7）其他非流动资产

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末公司其他非流动资产金额分别为 113.65 万元、16.90 万元、5.70 万元及 52.52 万元，主要系尚未达到结算条件的预付设计费及预付工程款，金额较小，占非流动资产总额的比例分别为 0.85%、0.07%、0.01%及 0.09%，占比较低。

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	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
预付软件款	49.84	-	-	-
预付设计费	-	-	13.90	106.00
预付工程款	2.68	5.70	3.00	7.65
合计	**52.52**	**5.70**	**16.90**	**113.65**

2020 年 9 月末，公司其他非流动资产金额主要系预付的学生管理系统软件款项。

（二）资产周转能力分析

1、资产周转能力指标

报告期内，公司的资产周转能力指标如下：

财务指标	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次/年）	196.94	489.80	411.23	547.38
存货周转率（次/年）	145.29	207.98	244.24	355.42
总资产周转率（次/年）	0.24	0.66	0.87	1.10

报告期内，公司的应收账款、存货金额较小，因此应收账款周转率、存货周转率整体水平较高。

公司应收账款主要系授权其他地区画室使用“老鹰画室”品牌产生的管理咨询费，及少量尚未收到的学员培训费用。2019年，公司加强学员应收款项的催收力度，应收账款期末金额下降，故2019年度应收账款周转率有所上升。

公司存货主要为食堂的食材储备、教学资料及生活用品，报告期内存货周转率有所下降，主要是随着在校学生人数增加，为保证食材的及时供应，食堂的食材储备有所增加，因此存货周转率略有下降。2017年末、2018年末、2019年末及2020年1-9月，公司的存货周转天数分别为1.01天、1.47天、1.73天及1.86天，整体而言存货周转仍然较快，且属于食材周转正常范围之内。

2017年末、2018年末、2019年末及2020年9月末，公司的总资产周转率分别为1.10次/年、0.87次/年、0.66次/年及0.24次/年，报告期内有所下降，主要系报告期内公司新建银湖校区和场口校区，固定资产及在建工程余额增长较快，总资产规模增幅较大，而场口校区尚未完工未投入使用，故报告期内总资产周转率有所下降。

2、同行业上市公司比较

报告期内，发行人主要资产周转指标与同行业可比公司对比情况如下：

项目	应收账款周转率（次/年）				存货周转率（次/年）				总资产周转率（次/年）			
	2020-09-30	2019年末	2018年末	2017年末	2020-09-30	2019年末	2018年末	2017年末	2020-09-30	2019年末	2018年末	2017年末
中公教育	未披露	1,852.39	1,771.25	1,467.51	未披露	380,072.47	254,440.65	-	0.59	1.07	1.20	1.43
东方时尚	未披露	306.20	11,345.90	9,997.12	未披露	0.69	1.41	54,293.80	0.13	0.26	0.29	0.41
龙门教育	未披露	未披露	490.70	422.68	未披露	未披露	250.89	226.95	未披露	未披露	1.14	1.12
传智播客	未披露	未披露	75.06	43.56	未披露	未披露	3,763.29	1,979.23	未披露	未披露	0.95	1.27
昂立教育	未披露	21.95	27.28	28.61	未披露	15.06	14.46	12.77	0.50	0.81	0.66	0.64
均值	**未披露**	**726.85**	**2,742.04**	**2,391.90**	**未披露**	**126,696.07**	**51,694.14**	**14,128.19**	**0.41**	**0.72**	**0.85**	**0.97**
发行人	**196.94**	**489.80**	**411.23**	**547.38**	**145.29**	**207.98**	**244.24**	**355.42**	**0.24**	**0.66**	**0.87**	**1.10**

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书（申报稿）

注：由于可比上市公司三季报只披露应收账款、存货净额而无总额数据，故无法计算相关周转率

教育培训行业公司通常采用“先收款、后入学”的预收款模式收取培训费，通常不存在较大金额的应收账款，应收账款周转率普遍较高。此外，教育培训行业公司主业经营产生的存货通常较少或不产生存货，存货周转率普遍较高。东方时尚2018年末存货周转率较2017年末下降明显，主要系东方时尚在2018年通过晋中置业公司购置土地计入存货，导致存货金额增加，存货周转率下降，与其主业经营无关。昂立教育存货周转率较低主要是由于其还存在少量非教育培训业务。报告期内，公司与同行业可比公司的应收账款周转率、存货周转率均较高，资产周转能力较强。

报告期内，公司的总资产周转率与同行业可比公司平均水平不存在较大差异。

十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

（一）负债构成及其变化分析

1、负债结构分析

报告期各期末，公司负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30		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%
流动负债	25,921.55	68.36	19,879.94	69.94	15,917.58	99.61	8,663.55	99.09
非流动负债	12,000.18	31.64	8,543.76	30.06	61.87	0.39	79.98	0.91
负债总计	**37,921.73**	**100.00**	**28,423.70**	**100.00**	**15,979.45**	**100.00**	**8,743.53**	**100.00**

报告期各期末，公司负债主要以流动负债为主。2017年末、2018年末、2019年末及2020年9月末，流动负债占负债总额的比重分别为99.09%、99.61%、69.94%及68.36%。流动负债主要由短期借款、应付账款、预收款项构成。非流动负债的变动主要系2019年及2020年1-9月新增长期借款所致。

2、流动负债变化分析

报告期内，公司流动负债构成如下：

单位：万元

项目	2020-09-30		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%
短期借款	4,506.31	17.38	3,605.04	18.13	2,570.00	16.15	-	-
应付账款	5,282.80	20.38	5,669.02	28.52	3,265.13	20.51	966.01	11.15
预收款项	-	-	5,076.93	25.54	6,103.51	38.34	4,661.96	53.81
合同负债	12,361.48	47.69	-	-	-	-	-	-
应付职工薪酬	909.54	3.51	1,235.53	6.21	1,644.72	10.33	1,378.40	15.91
应交税费	851.83	3.29	1,744.18	8.77	1,578.76	9.92	1,437.91	16.60
其他应付款	662.04	2.55	1,035.39	5.21	755.46	4.75	219.27	2.53
一年内到期的流动负债	1,347.55	5.20	1,513.85	7.61	-	-	-	-
流动负债合计	**25,921.55**	**100.00**	**19,879.94**	**100.00**	**15,917.58**	**100.00**	**8,663.55**	**100.00**

各项流动负债构成具体分析如下：

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款明细如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
保证、抵押借款	4,000.00	2,500.00	-	-

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
抵押借款	-	1,050.00	-	-
保证借款	500.00	50.00	2,570.00	-
未到期应付利息	6.31	5.04	-	-
合计	**4,506.31**	**3,605.04**	**2,570.00**	**-**

2017 年末公司无短期借款，2018 年末、2019 年末及 2020 年 1-9 月，公司短期借款分别为 2,570.00 万元、3,605.04 万元及 4,506.31 万元，占公司流动负债的比例分别为 16.15%、18.13%及 17.38%。

2018 年末短期借款相较 2017 年末增加 2,570.00 万元，2019 年末短期借款相较 2018 年末增加 1,035.04 万元，主要系由于近年来自建银湖校区及场口校区，公司所需项目资金大幅增加，公司将流动资金用于项目投资建设，营运资金较为紧张，为缓解资金压力及满足经营性流动资金需求，公司向银行借入的短期借款增加较快。2020 年 9 月末短期借款相较 2019 年末增加 901.27 万元，除上述原因外，主要系受新冠疫情无法正常开展培训业务影响，公司经营活动产生的现金流入金额有所减少，故公司 2020 年 1-9 月短期借款增幅较大。

（2）应付账款

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司应付账款分别为 966.01 万元、3,265.13 万元、5,669.02 万元及 5,282.80 万元，占公司流动负债的比例分别为 11.15%、20.51%、28.52%及 20.38%。

报告期各期末，公司应付账款构成如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应付长期资产款	4,587.31	5,169.70	2,900.24	786.64
应付货款	200.37	277.75	184.91	90.67
应付其他成本费用	495.12	221.57	179.98	88.70
合计	**5,282.80**	**5,669.02**	**3,265.13**	**966.01**

公司应付账款主要系应付长期资产款。2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，应付长期资产款金额分别为 786.64 万元、2,900.24 万元、5,169.70 万元及 4,587.31 万元，占应付账款余额的比例分别为 81.43%、88.82%、91.19%及 86.83%。2018 年末应付长期资产款余额较 2017 年末增加 2,113.60 万元，主要

系银湖校区于 2018 年 5 月建设完工并投入使用，但在 2018 年底尚未完成工程决算而形成金额较大的应付工程款所致。该工程已于 2019 年 7 月完成决算，公司已支付相关工程款项。2019 年末应付长期资产款余额较 2018 年末增加 2,269.46 万元，主要系公司场口新校区于 2018 年底开始投入建设，随着在建工程投入增大，应付工程款也相应增加所致。

报告期各期末，公司应付账款账龄均在 1 年以内。

报告期各期末，应付关联方的款项仅 2020 年 9 月末存在应付应伟明房屋租赁费 29.17 万元，其余各年末不存在应付关联方款项情况。具体交易情况详见本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（三）关联交易简要汇总表”。

①结合工程建设的进度分析应付账款增长的合理性

报告期各期末，发行人的应付账款主要为应付工程款，其中应付浙江海大建设有限公司及应付浙江大同建设工程有限公司的工程款占应付账款余额的比例较高，具体构成如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应付账款	5,282.80	5,669.02	3,265.13	966.01
其中：浙江海大建设有限公司	4,102.72	4,274.39	630.45	-
浙江大同建设工程有限公司	42.34	641.63	2,009.75	768.37

建设项目合同约定如下：

供应商名称	款项内容	付款周期
浙江海大建设有限公司	场口新校区建设工程	工程监理签发工程款支付证书，按月支付已完成工程量价款的 80%；工程完工验收合格后付至已完成工程量价款的 90%；竣工结算审计定案后付至核定工程造价的 97%，剩下的 3%作为质量保修金；保修金自竣工验收合格之日起一年支付 2%，两年期满后付清，保修金不计利息。
浙江大同建设工程有限公司	银湖校区建设工程	在工程监理签发工程款支付证书后 28 天内,按每月支付已完成工程量价款的 80%；工程完工竣工验收合格并完成竣工验收备案后付至合同价款内已完工程（不含暂列金、暂估价）的 85%；因变更发生的工程造价增减预算，经发包人同意后适当支付，支付比例另行商定；承包人提供的竣工结算报告通过审计部门核定后，付至核定工程造价的 95%，余款作为质量保证金，质量保证金待保修期（缺陷责任期）结束后清算（无息）。

报告期各期项目工程进度如下：

A、2020 年 1-9 月

单位：万元

供应商名称	期初未结算工程进度金额	本期确认工程进度金额	代收水电费	本期支付工程进度款金额	累计支付比例（%）	期末未结算工程进度金额
浙江海大建设有限公司	4,274.39	11,201.34	-12.25	11,385.25	88.05	4,102.72
浙江大同建设工程有限公司	641.63	-	-	599.28	99.64	42.34
小计	**4,916.02**	**11,201.34**	**-12.25**	**11,984.53**	**91.20**	**4,145.06**

注:代收水电费系向施工方收取施工水电费，冲减在建工程，下同

B、2019 年度

单位：万元

供应商名称	期初未结算工程进度金额	本期确认工程进度金额	代收水电费	本期支付工程进度款金额	累计支付比例（%）	期末未结算工程进度金额
浙江海大建设有限公司	630.45	21,658.93	12.25	18,002.75	81.47	4,274.39
浙江大同建设工程有限公司	2,009.75	1,338.66	3.59	2,703.20	94.97	641.63
小计	**2,640.20**	**22,997.59**	**15.84**	**20,705.95**	**-**	**4,916.02**

C、2018 年度

单位：万元

供应商名称	期初未结算工程进度金额	本期确认工程进度金额	代收水电费	本期支付工程进度款金额	累计支付比例（%）	期末未结算工程进度金额
浙江海大建设有限公司	-	1,469.45	-	839.00	57.10	630.45
浙江大同建设工程有限公司	768.37	6,735.85	-10.32	5,504.78	82.51	2,009.75
小计	**768.37**	**8,205.30**	**-10.32**	**6,343.78**	**-**	**2,640.20**

D、2017 年度

单位：万元

供应商名称	期初未结算工程进度金额	本期确认工程进度金额	代收水电费	本期支付工程进度款金额	累计支付比例（%）	期末未结算工程进度金额
浙江海大建设有限公司	-	-	-	-		-
浙江大同建设工程有限公司	-	4,758.04	10.32	3,979.35	83.63	768.37
小计	**-**	**4,758.04**	**10.32**	**3,979.35**		**768.37**

浙江海大建设有限公司系场口新校区建设工程主体工程建设供应商。每月工

程监理审核工程进度，出具工程款支付证书。公司根据工程监理签发工程款支付证书，按月支付已完成工程量价款的 80%。场口新校区建设工程于 2018 年底开始投工建设，2019 年该工程的支付比例为本期工程结算金额的 81.47%、2020 年 1-9 月该工程的支付比例为 88.05%，2020 年 6 月 16 日整体完工，进行消防备案，达到预定可使用状态转入固定资产。根据合同约定场口新校区建设工程于 2020 年 4 月之前竣工验收，但由于受新冠疫情的影响，工程实际于 2020 年 6 月完工，截至本招股说明书签署日，该项目尚未办理完成工程竣工结算。

浙江大同建设工程有限公司系富阳文创银湖新校区建设工程主体工程建设供应商，每月工程监理审核工程进度，出具工程款支付证书。公司根据工程监理签发工程款支付证书后 28 天内，按每月支付已完成工程量价款的 80%。2017 年该工程的支付比例为本期工程结算金额的 83.63%，2018 年该工程的支付比例为 82.51%；该工程已于 2018 年 5 月完工，但办理竣工结算时间较长，于 2019 年 7 月完成该主体建设工程竣工结算，该工程核定工程总造价为 12,832.55 万元，2019 年发行人按合同约定，支付至核定工程造价的 95%，2019 年末应付账款余款 641.63 万元，作为质量保证金。

综上，场口新校区、银湖校区建设工程项目已完工，基本与合同约定一致，支付的应付工程款系根据监理签发的工程款支付证书，金额真实准确。

公司根据经工程监理审核的实际工程进度确认或支付应付工程款，随着各期工程量的增加，报告期各期末应付账款余额增长。其中：2018 年末应付长期资产款余额较 2017 年末增加 2,113.60 万元，主要系根据工程施工进度，2018 年银湖校区建设主体工程发生的工程结算金额较 2017 年增加 1,977.81 万元，导致 2018 年末应付长期资产款增长。

2019 年末应付长期资产款余额较 2018 年末增加 2,269.46 万元，主要系公司场口新校区于 2018 年底开始投入建设，2019 年根据实际工程进度确认的工程量大幅增加，应付浙江海大建设有限公司工程款 2019 年末较 2018 年末增加 3,643.94 万元。另外，发行人于 2019 年 7 月完成银湖校区主体建设工程竣工结算，按合同约定支付至核定工程造价的 95%，应付浙江大同建设工程有限公司工程款 2019 年末较 2018 年末减少 1,368.12 万元。综上导致 2019 年末应付账款余额增长较快。

②报告期各期末应付账款余额前五大供应商名称、款项内容情况

A、2020 年 1-9 月

单位：万元

供应商名称	期末余额	占比（%）	账龄	款项内容	截至 2020 年 10 月 20 日付款金额	未付款金额
浙江海大建设有限公司	4,102.72	77.66	1 年以内	工程建设	-	4,102.72
中汇会计师事务所（特殊普通合伙）	170.00	3.22	1 年以内	IPO 审计费	170.00	-
浙江大华系统工程有限公司	141.59	2.68	1 年以内	弱电安装、监控安装	-	141.59
杭州新晨客运有限公司	82.36	1.56	1 年以内	车辆费用	-	82.36
杭州宝宁电器工程有限公司	73.89	1.40	1 年以内	电器	-	73.89
小计	**4,570.56**	**86.52**	**-**	**-**	**170.00**	**4,400.56**

B、2019 年度

单位：万元

供应商名称	期末余额	占比（%）	账龄	款项内容	截至 2020 年 10 月 20 日付款金额	未付款金额
浙江海大建设有限公司	4,274.39	75.40	1 年以内	工程建设	4,274.39	-
浙江大同建设工程有限公司	641.63	11.32	1 年以内	工程建设	599.28	42.34
四川馨旺建筑工程有限公司	107.12	1.89	1 年以内	房屋装修	107.12	-
四川文翔酒店管理有限责任公司	50.19	0.89	1 年以内	房屋租赁	50.19	-
杭州仙熠餐饮有限公司	43.24	0.76	1 年以内	食材	43.24	-
小计	**5,116.57**	**90.26**	**-**	**-**	**5,074.22**	**641.63**

C、2018 年度

单位：万元

供应商名称	期末余额	占比（%）	账龄	款项内容	截至 2020 年 10 月 20 日付款金额	未付款金额
浙江大同建设工程有限公司	2,009.75	61.55	1 年以内	工程建设	2,009.75	-
浙江海大建设有限公司	630.45	19.31	1 年以内	工程建设	630.45	-
四川馨旺建筑工程有限公司	207.12	6.34	1 年以内	房屋装修	207.12	-
杭州富阳禾泰生态农业开发有限公司	37.09	1.14	1 年以内	食材	37.09	-
杭州大瑶食品有限公司	23.06	0.71	1 年以内	食材	23.06	-

供应商名称	期末余额	占比（%）	账龄	款项内容	截至2020年10月20日付款金额	未付款金额
小计	**2,907.47**	**89.05**	**-**	**-**	**2,907.47**	**-**

D、2017 年度

单位：万元

供应商名称	期末余额	占比（%）	账龄	款项内容	截至2020年10月20日付款金额	未付款金额
浙江大同建设工程有限公司	768.37	79.54	1 年以内	工程建设	768.37	-
杭州富阳禾泰生态农业开发有限公司	39.37	4.08	1 年以内	食材	39.37	-
杭州富阳城东综合市场陈林丰肉摊	13.81	1.43	1 年以内	食材	13.81	-
国网浙江杭州市富阳区供电公司	19.43	2.01	1 年以内	电费	19.43	-
何国良	10.25	1.06	1 年以内	食材	10.25	-
小计	**851.23**	**88.12**	**-**	**-**	**851.23**	**-**

报告期各期末，应付账款前五大供应商的款项内容为工程建设、家具、电器、房屋装修、租赁及食材款等。对于工程类的供应商，公司按工程监理签发的工程款支付证书，按月支付已完成工程量价款的 80%，工程竣工结算后一定的质保金或保修金；对于食材、劳务供应商，公司当月按实际采购量、劳务量暂估，下月到票支付；对于其他供应商，公司按合同条款约定与供应商结算，公司不存在逾期应付账款。

2017 年末、2018 年末，应付浙江大同建设工程有限公司的工程款均在下一年度结算支付，2019 年末应付账款余额 641.63 万元系银湖校区工程建设项目的质量保证金。截至 2020 年 7 月质量保证金到期，公司与浙江大同建设工程有限公司签订补充协议，发行人支付保修金 599.28 万元，室内水管、室内灯源延长一年保修期，剩余 42.34 万元作为保修金。除浙江大同建设工程有限公司之外，报告期各期末应付其他前五大供应商的款项，均在下一年度全部支付结算。

③与发行人是否存在关联关系以及其他利益往来

报告期各期末，应付账款前五大供应商的基本情况如下：

类型	供应商名称	是否为关联方	成立时间	注册资本	注册地址	主营业务	股权结构
有限公司	浙江海大建设有限公司	否	2007-07-03	11,000 万元人民币	浙江省杭州市富阳区富春街道富春街185号第二层	许可项目：房屋建筑和市政基础设施项目工程总承包；住宅室内装饰装修；电力设施承装、承修、承试；消防设施工程；文物保护工程施工；施工专业作业；建筑劳务分包；房地产开发经营；各类工程建设活动（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，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：工程管理服务；土石方工程施工；园林绿化工程施工；金属门窗工程施工；体育场地设施工程施工;建筑物拆除作业(爆破作业除外);固体废物治理；建筑材料销售；建筑用金属配件销售；建筑装饰材料销售（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）。	上海旦庭投资咨询有限公司55%；上海同人投资有限公司45%
特殊普通合伙企业	中汇会计师事务所（特殊普通合伙）	否	2013-12-19	1,620万人民币	浙江省杭州市江干区新业路8号华联时代大厦A幢601室	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；基本建设年度决算审计；代理记帐；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。	余强12.3457%；杨端平、罗毅彪、袁小强、李勉、杨建平、李宁、高峰3.0864%；潘晓姿、余亚进、章归鸿、陈颖轩、李会英、于薇薇、周密、王其超、况永宏、朱广明、沈大智、孔令江、路春霞、任成、胡琳波、鲁立、潘高峰、徐殷鹏、陈达华、黄继佳、吴成航、赵安琪、郭文令、钱潇、刘元锁、王甫荣、周贵人、周海斌、肖强光、何海燕、潘玉忠、严海锋、

类型	供应商名称	是否为关联方	成立时间	注册资本	注册地址	主营业务	股权结构
							薛伟、谢贤庆、赵亦飞、刘彬文、李虹、章祥、林鹏飞、费洁、吴岳、束哲民、阮喆、赵书阳 1.2346%；翟晓宁、洪烨、邵明亮、汤洋、时斌、许菊萍、胡海波、汪轶民、陆炜炜、曹建军、金刚锋、吴聚秀、韩坚、熊树蓉、刘琼、黄平、孙玉霞 0.6173%
有限公司	浙江大华系统工程有限公司	否	2009-11-19	50,000 万元人民币	杭州市滨江区滨安路 1187 号 3 号楼 3、4、5 楼	许可项目：建设工程设计；各类工程建设活动；建筑智能化系统设计；建筑智能化工程施工；电力设施承装、承修、承试；货物进出口；技术进出口(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：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；软件销售；数字视频监控系统制造；数字视频监控系统销售；安防设备制造；安防设备销售；物联网设备制造；物联网设备销售；通信设备制造；通信设备销售；通用设备制造（不含特种设备制造）；显示器件制造；显示器件销售；电子专用设备制造；电子专用设备销售；电子产品销售；计算机软硬件及外围设备制造；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；电气信号设备装置制造；电气信号设备装置销售；输配电及控制设备制造；智能输配电及控制设备销售；工	傅利泉 35.03%；其余未披露

类型	供应商名称	是否为关联方	成立时间	注册资本	注册地址	主营业务	股权结构
						业自动控制系统装置制造；工业自动控制系统装置销售；照明器具制造；照明器具销售；灯具销售；教学用模型及教具制造；教学用模型及教具销售；信息系统集成服务；计算机系统服务；大数据服务；互联网数据服务；物联网技术服务；物联网应用服务；信息技术咨询服务(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。	
有限公司	杭州新晨客运有限公司	否	2004-10-28	318 万人民币	杭州市江干区三里亭苑一区 5 幢一层 101 室	许可项目：道路旅客运输经营(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。	郭美雅 90%；张晓 10%
有限公司	杭州宝宁电器工程有限公司	否	2012-09-10	100 万元人民币	浙江省杭州市西湖区转塘街道霞鸣街 155 号（之江商务中心）2 号楼 127 号商铺	服务：家庭装潢装饰、家用商用中央空调、电器、元器件、五金水暖和暖通设备的安装、维修、保养；批发零售：家庭装潢装饰材料、家用商用中央空调、电器、元器件、五金水暖和暖通设备。（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）	方传宝 60%；李宁 40%
有限公司	浙江大同建设工程有限公司	否	1998-07-03	8,000 万元人民币	浙江省杭州市富阳区大源镇大桥南 631 号	许可项目：房屋建筑和市政基础设施项目工程总承包；消防设施工程；各类工程建设活动；建筑劳务分包；城市建筑垃圾处置（清运）；文物保护工程施工；地质灾害治理工程施工；施工专业作业；建设工程设计；城市生活垃圾经营性服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。一般项目：园林绿化工程施工；建筑工程机械与设备租赁；金属结构制造；建筑物拆除作业（爆破作业除外）；建筑信息模型技术开发、技术咨询、技术服务；土石方工程施工；对外承包工程；工程管	蒋渭渔 28.09%；程位根 17.19%；董秀梅 16.54%；骆宗明 13.75%；洪利平 10.75%；程关茂 8.31%；夏时金 5.38%

类型	供应商名称	是否为关联方	成立时间	注册资本	注册地址	主营业务	股权结构
						理服务；城乡市容管理；建筑废弃物再生技术研发（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）。	
有限公司	浙江金鹭家具有限公司	否	2015-02-26	10,000 万元人民币	萧山区临浦镇通二村	设计、研发、生产、加工、销售：家具、办公家具；设计、研发、销售：第一类、第二类医疗器械；货物及技术的进出口业务**（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）	浙江鹭铭投资有限公司 90%；杨凤英 10%
有限公司	四川馨旺建筑工程有限公司	否	2017-01-11	1,000 万元人民币	成都市青羊区清江西路 51 号 1 栋 1 单元 12 层 1203 号	建筑工程，施工劳务作业，公路工程，市政公用工程，水利水电工程，港口与航道工程，通信工程，电力工程，铁路工程，消防设施工程，桥梁工程，隧道工程，地基基础工程，建筑装修装饰工程，钢结构工程，环保工程，防水防腐保温工程，建筑幕墙工程，机电工程，城市及道路照明工程，土石方工程服务，河湖整治工程，园林绿化工程，公路路基工程，公路路面工程，公路交通工程，房地产开发经营，土地整理，地质灾害治理服务，社会经济咨询，广告业；工程管理服务。（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）。	衡杨先 89.10%；陈格顺 10%；谢培艳 0.90%
有限公司	四川文翔酒店管理有限责任公司	否	2017-03-20	200 万元人民币	成都市成华区崔家店路 209 号 1 幢	酒店管理；物业管理；歌舞娱乐（取得相关行政许可后方可开展经营活动）；互联网上网服务（取得相关行政许可后方可开展经营活动）；汽车美容；停车场管理；销售：预包装食品兼散装食品、酒类（取得相关行政许可后方可开展经营活动）、蔬菜水果、农副产品。（依法须经相关部门批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营）。	白珊 40%；白宗文 40%；张琼华 20%

类型	供应商名称	是否为关联方	成立时间	注册资本	注册地址	主营业务	股权结构
有限公司	杭州仙熠餐饮有限公司	否	2019-07-22	20 万元人民币	浙江省杭州市西湖区转塘街道美院南街 89 号 1 号楼 B08-1	一般项目：餐饮管理；企业管理咨询；会议及展览服务；市场营销策划；日用百货销售；劳动保护用品销售(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：餐饮服务；烟草制品零售(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，具体经营项目以审批结果为准)。	王卫星 100%
有限公司	杭州富阳禾泰生态农业开发有限公司	否	2016-10-13	50 万元人民币	杭州富阳区春建乡春建村	农业技术开发，生态农业观光服务；中草药、苗木、水果、蔬菜、花卉、茶叶种植；淡水动物养殖；食用农产品销售；会务服务。	陆军 100%
有限公司	杭州大瑶食品有限公司	否	2014-05-14	100 万元人民币	浙江省杭州市西湖区杭州转塘农贸市场 39 号营业房	预包装食品（含冷藏冷冻食品）销售，散装食品（含冷藏冷冻食品）销售，销售：初级食用农产品（除食品、药品），日用百货，蔬菜，水果，禽蛋类，净膛杀白禽，鲜畜肉，鲜活水产品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	李尧尧 90%；张利利 10%
个体工商户	杭州富阳城东综合市场陈林丰肉摊	否	2003-07-30	-	浙江省杭州市富阳区富春街道恩波大道 556 号（杭州富阳城东综合市场内）	鲜猪肉零售。（上述经营范围应在《市场名称登记证》有效的营业期限内经营）	陈林丰 100%
有限公司	国网浙江杭州市富阳区供电有限公司	否	1990-02-12	58,478.81 万元人民币	浙江省杭州市富阳区鹿山街道江波街 218 号	供电（杭州市富阳区行政区域）。（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）	国网浙江省电力有限公司 100%
自然人	何国良（3301231963********）	否	-	-	浙江省杭州市富阳市高桥镇新桥村东浦路—号	-	-

报告期各期末应付账款前五大供应商与公司不存在关联关系以及其他利益往来。

（3）预收款项及合同负债

①会计处理

发行人各项业务的收款模式如下：

班型	班级	收款模式	预收款比例与时点
美术班	长期班	预收费用	一般为报名时缴纳全部学费，如遇学员确实家庭困难等情况经管理层审批后可延迟付款
	短期班		
文化课班			

收款模式在报告期内未发生变化。

公司主要以面授方式，向学员提供美术培训服务，并收取相应的培训费用。学员入学时填写入学登记表并标注约定的培训服务期间、签订入学协议后至财务部缴费并将相关学员信息及培训费金额录入管理系统。公司为单个学员配有独立的电子档案，包括其入学登记表、入学协议、银行水单、POS 单（若有）、退费审批单及退费回单（若有）、平时画作、准考证及成绩单（若有）等资料。

公司一般在学员入学时全额收取培训费，财务部门根据管理系统学生缴费清单记录与银行收款流水进行核对，确认无误后，计入预收账款；每月底将培训费在培训服务期间内以直线法分摊确认收入。发行人财务部根据学员月度收入分摊明细表，确认预收款项结转金额。

综上，发行人预收账款结转营业收入的会计处理符合《企业会计准则》相关规定。

总体而言，同行业公司通常采用预收培训费的方式，针对预收的培训费，通常采用按月直线法摊销、按实际消耗课时、按已上课时数占总课时的比例等方式进行收入确认，发行人与同行业公司比较，收入确认方式和时点不存在重大差异，具有合理性。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，根据新收入准则规定，将公司预收款项在资产负债表中增加列示合同负债。

②报告期内变动情况分析

2017 年末、2018 年末及 2019 年末，公司预收款项分别为 4,661.96 万元、6,103.51 万元及 5,076.93 万元，占公司流动负债的比例分别为 53.81%、38.34%及 25.54%。2020 年 9 月末，公司合同负债为 12,361.48 万元，占公司流动负债的

比例为 47.69%。

公司的预收款项及合同负债主要系预收的学员培训费用等款项。公司于收到学员培训费用等款项时确认预收款项，并在学员的培训期间按直线法摊销相关的预收款项并确认营业收入，故相关期末余额为预收学员款项尚未确认收入的金额。

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
预收款项/合同负债余额	12,361.48	5,076.93	6,103.51	4,661.96
占流动负债比例	47.69%	25.54%	38.34%	53.81%
占总负债比例	6.39%	17.86%	38.20%	53.32%
占营业收入比例	85.55%	17.67%	26.11%	26.94%

报告期内，公司预收款项余额增长幅度与营业收入增长幅度的对比如下：

项目	2019 年较 2018 年	2018 年较 2017 年
预收款项余额同比增长率	-16.82%	30.92%
营业收入同比增长率	22.95%	35.07%

2018 年末，预收款项余额较 2017 年末增加 1,441.55 万元，增幅 30.92%，主要系 2018 年银湖校区投入使用，公司招生规模扩大，预收学员的费用增加所致。预收款项余额增幅与营业收入当年度增幅 35.07%基本保持一致。

2019 年末，预收款项余额较 2018 年末减少 1,026.58 万元，降幅 16.82%，主要受两方面影响，一是受当地税务局政策影响，2019 年末公司预收款项余额系不含税金额，相关增值税已于收到款项当月全额缴纳，而往年年末预收款项余额系含税金额；二是根据《教育部办公厅关于做好 2019 年普通高等学校部分特殊类型招生工作的通知》（教学厅[2018]13 号），2020 年开始全国高校（除 45 所独立艺术院校）全面取消美术校考，故 2019 年末参加校考人数有所减少，相关校考预收款余额减少。

2020 年 9 月末，合同负债余额主要系公司 7 月下旬正常开展培训业务后，预收尚未分摊的培训费。

报告期各期末，公司重要预收款项账龄均在 1 年以内。

报告期各期末，公司不存在预收关联方款项的情况。

③预收账款与营业收入对应情况

发行人报告期内各月末预收账款余额明细如下：

单位：万元

月份	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1 月	3,528.05	3,044.67	2,272.02	1,811.91
2 月	2,331.84	568.27	171.34	135.55
3 月	1,013.67	670.47	250.31	120.12
4 月	1,153.60	601.51	4,627.55	2,858.01
5 月	1,908.33	1,617.67	6,210.43	4,236.13
6 月	3,166.94	5,217.15	9,845.22	7,484.99
7 月	15,126.49	17,049.45	13,994.63	10,883.83
8 月	14,221.25	15,304.26	12,928.34	10,070.24
9 月	12,361.48	12,723.85	11,167.92	8,991.95
10 月	/	9,484.49	8,774.07	7,210.78
11 月	/	7,434.86	7,033.72	5,743.59
12 月	/	5,076.93	6,103.51	4,661.96

报告期各期末，预收款项余额呈现季节性波动的特征，受美术联考及校考时间安排影响，参加美术艺考的学员培训时间通常集中在 7 月份直至次年 2 月校考结束，每年 7 月为报名的高峰期，因此从月度分布来看预收款项 7 月末的余额达到峰值，此后，从 8 月末至次年的 2 月末期间，随着学员接受培训，按直线法摊销确认每月收入，导致各个月末的预收款项逐月减少，因此校考结束后各年 2 月末、3 月末预收款项的金额较低。每年的 3 月至 6 月系培训淡季，营业收入相对较低。一般每年 4 月，发行人会开始招生和宣传工作，为下一届学员的招生准备，并集中在第二季度大力开展招生推广活动，因此第二季度随着学员预报名缴费人数增加，每年 4 月末至 6 月末的预收款项会逐月增长。

发行人报告期内各月营业收入明细如下：

单位：万元

月份	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1 月	2,421.50	3,631.49	2,525.81	1,888.87
2 月	1,202.13	2,711.29	2,233.73	1,659.28
3 月	1,269.96	472.36	125.46	52.38
4 月	7.26	266.69	295.53	165.90
5 月	256.74	373.31	718.05	480.00

月份	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
6 月	488.53	448.80	993.19	721.51
7 月	1,747.58	3,596.55	2,838.41	2,102.77
8 月	3,508.87	3,839.60	2,808.30	2,074.85
9 月	3,546.25	3,407.63	2,596.50	1,858.81
10 月	/	3,486.46	2,594.29	1,994.99
11 月	/	3,025.78	2,556.93	2,025.94
12 月	/	3,474.85	3,085.79	2,278.60

报告期内各期，公司的预收账款余额与营业收入呈现一定的季节性特征。受美术联考及校考时间安排影响，参加美术艺考的学员培训时间通常集中在 7 月份直至次年 2 月校考结束，因此，第三、四季度通常是公司进行培训的高峰期，预收账款余额与销售收入相对较高；而第二季度为美术培训淡季，销售收入相对较低；招生活动进入大力推广阶段，预收款项增长较快。预收账款余额与营业收入具有匹配性，不存在异常情况。

此外，公司存在极少数的学员由于家庭困难等原因需要延期支付培训费的情况。在学员提出正式申请并提交申请单后，相关负责人会进行审核，对审核通过的学员，公司视情况允许其延期支付相关费用。

（4）应付职工薪酬

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司应付职工薪酬金额分别为 1,378.40 万元、1,644.72 万元、1,235.53 万元及 909.54 万元，占公司流动负债的比例分别为 15.91%、10.33%、6.21%及 3.51%。

报告期各期末，应付职工薪酬构成情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应付短期薪酬	909.40	1,156.55	1,535.12	1,252.49
应付设定提存计划	0.14	78.98	109.60	125.91
合计	**909.54**	**1,235.53**	**1,644.72**	**1,378.40**

应付职工薪酬主要由应付短期薪酬构成，应付短期薪酬主要包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、社会保险费和住房公积金等。期末余额主要为报告期末计提尚未发放的奖金及最后一个月的工资。

2018 年末，公司应付职工薪酬余额较 2017 年末增加 266.32 万元，主要系公司员工人数增加、薪酬规模提高所致。2019 年末，公司应付职工薪酬余额较 2018 年末减少 409.19 万元，主要系 2019 年公司在员工月度薪酬和年终奖的结构上进行了薪酬优化，提高了月度薪酬，故应付年终奖金额有所减少，2019 年末应付职工薪酬余额相应减少。2020 年 9 月末，公司应付职工薪酬余额较 2019 年末减少 325.99 万元，主要受两方面影响：一是根据国家税务总局等关于阶段性减免企业社会保险费的相关政策规定，公司本年度无需缴纳除医疗保险外的其他社保（即基本养老保险、失业保险、工伤保险），故应付职工社保金额相较上年度有所减少；二是本期公司优化教师结构，严格控制师生配比，部分教师课时支出有所减少。

报告期内，应付职工薪酬变动明细如下：

单位：万元

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2017 年				
短期薪酬	291.52	5,698.46	4,737.49	1,252.49
设定提存计划	10.02	347.03	231.14	125.91
合计	**301.54**	**6,045.49**	**4,968.63**	**1,378.40**
2018 年				
短期薪酬	1,252.49	7,756.29	7,473.65	1,535.12
设定提存计划	125.91	511.08	527.39	109.60
合计	**1,378.40**	**8,267.37**	**8,001.05**	**1,644.72**
2019 年				
短期薪酬	1,535.12	9,267.95	9,646.52	1,156.55
设定提存计划	109.60	592.36	622.98	78.98
合计	**1,644.72**	**9,860.31**	**10,269.50**	**1,235.53**
2020 年 1-9 月				
短期薪酬	1,156.55	6,149.55	6,396.73	909.40
设定提存计划	78.98	60.58	139.39	0.14
合计	**1,235.53**	**6,210.13**	**6,536.13**	**909.54**

报告期内，公司不存在拖欠员工薪酬的情况。

（5）应交税费

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司应交税费分别为

1,437.91 万元、1,578.76 万元、1,744.18 万元及 851.83 万元，占公司流动负债的比例分别为 16.60%、9.92%、8.77%及 3.29%。

报告期各期末，公司应交税费构成情况如下表：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
企业所得税	677.83	1,555.30	1,476.81	1,376.00
房产税	165.75	140.81	58.53	1.17
增值税	0.02	31.24	30.06	41.96
印花税	-	10.15	0.74	5.30
残疾人保障金	-	2.30	6.32	5.44
城市维护建设税	0.93	2.16	1.82	3.41
教育费附加	0.40	0.91	0.78	1.47
地方教育附加	0.27	0.65	0.52	1.02
代扣代缴个人所得税	0.20	0.63	2.25	-
城镇土地使用税	6.43	0.03	0.93	2.14
合计	**851.83**	**1,744.18**	**1,578.76**	**1,437.91**

报告期内，公司应交税费主要为企业所得税、房产税和增值税，此三种税费期末应交金额占比均达到期末应交税费总额的 90%以上。报告期内，应交税费期末余额逐年增加，主要系应交企业所得税金额逐年增加所致，随着公司经营规模的扩大，利润水平大幅增加，由此导致应交企业所得税逐年增加。

（6）其他应付款

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司其他应付款余额分别为 219.27 万元、755.46 万元、1,035.39 万元及 662.04 万元，占流动负债的比例分别为 2.53%、4.75%、5.21%及 2.55%。

报告期各期末，公司其他应付款明细如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
其他应付款				
其中：应付暂收款	638.98	1,029.51	745.46	204.31
押金保证金	14.40	5.75	4.67	14.72
其他	8.66	0.13	1.69	0.24

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
小计	**662.04**	**1,035.39**	**751.82**	**219.27**
应付利息	**-**	**-**	**3.64**	**-**
合计	**662.04**	**1,035.39**	**755.46**	**219.27**

报告期内，公司其他应付款主要为应付暂收款、押金保证金等，其中应付暂收款主要系学员的培训费定金。

2018 年末，其他应付款余额较 2017 年末增加 536.19 万元，增幅 244.53%，主要系应付暂收款中培训费定金金额增加所致。2018 年末，公司新推出“缴纳 5000 元定金寒假免费学”活动，参加该活动的学员人数众多，2018 年末收到该活动的新增定金金额较大，导致其他应付款中应付暂收款大幅增长。

2019 年末，其他应付款余额较 2018 年末增加 279.93 万元，增幅 37.05%，主要系 2019 年联考退费金额有所增加，2019 年末尚未支付所致。

2020 年 9 月末，其他应付款余额较 2019 年末减少 390.53 万元，降幅 37.93%，主要系 2019 年末参加定金活动的学员，在 2020 年 1-9 月入学比例较高，相关定金转入预收账款所致。

报告期各期末，其他应付关联方的款项仅 2018 年末存在应付应伟明 2.18 万元，其余各年末不存在应付关联方款项情况。具体交易情况详见本招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（三）关联交易简要汇总表”。

报告期内，其他应付款具体明细如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
应付暂收款	638.98	1,029.51	745.46	204.31
其中：定金	170.90	758.61	703.13	98.36
联考退费	39.00	235.22	40.00	87.45
培训费	9.90	25.14	-	-
生活费	412.03	-	-	
其他	7.16	10.54	2.33	18.50
押金保证金	14.40	5.75	4.67	14.72
其他	8.66	0.13	1.69	0.24
合计	**662.04**	**1,035.39**	**751.82**	**219.27**

公司其他应付款主要系应付暂收款，押金保证金主要系应付少量供应商的押

金保证金，其他主要系应付报销款等零星事项。

报告期各期末，应付暂收款大幅增加主要与促销活动定金增加和 2019 年联考退费增加相关。具体分析如下：

①定金

部分存在明确意向的学员会提前缴纳定金，缴款方式一般为汇款至发行人指定银行账户。发行人收到定金后，计入其他应付款。若学员后续入学，相关定金转为预收款；若学员后续要求退定金，则直接将相关定金退至学员指定账户。

报告期内，定金变动情况如下所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初余额	758.61	703.13	98.36	13.60
本期收到定金	1,186.19	2,379.41	1,503.53	698.10
学员后续入学转入预收账款	1,480.98	1,907.33	739.60	494.44
学员未入学退定金	292.92	416.60	159.16	118.90
尚未支付金额（期末余额）	170.90	758.61	703.13	98.36

2018 年末，其他应付款中定金余额较 2017 年末增加 604.77 万元，主要系 2018 年公司自建银湖校区启动使用，为了扩大招生规模，扩展长期班的生源基础，新推出“缴纳 5000 元定金寒假免费学”活动，由于参加该活动的学员人数众多，2018 年末收到该活动的新增定金金额较大，导致其他应付款中应付暂收款大幅增长。

2019 年末，其他应付款中定金余额较 2018 年末增加 55.48 万元，增幅不大，主要原因是虽然 2019 年促销活动收取的定金较 2018 年增加较多，但 2018 年、2019 年参加定金活动并入学的比例保持基本稳定，故 2019 年末的定金余额较 2018 年末变动不大。

截至 2020 年 9 月 30 日，发行人定金余额 170.90 万元，相关缴款情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
缴纳人数（人）	377	213	106	24
缴纳金额（万元）	103.10	38.80	24.20	4.80
期末定金余额（万元）				170.90

由上表可知，发行人 2020 年 9 月末定金余额主要系 2019 年度及 2020 年 1-9

月的定金活动收款，由于发行人主要定金活动的参与对象通常覆盖三届学员，期末定金余额具有合理性。

报告期内，定金活动情况介绍如下：

A、2018 年末“缴纳 5,000 元定金寒假免费学”活动介绍

（a）活动内容

该活动的具体情况为：针对 2020 届-2022 届学生，缴纳 5,000 元定金，可抵扣 2019 年暑期班或高三长期班学费，同时获得寒假班免费最高 20 天学习时长（食宿自理）。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，后续报名长期班，平行班可抵培训费 6,000 元，精品班或校长班可抵培训费 7,000 元。

（b）参与活动人数

该活动各校区参与人数情况如下：

公司	人数（人）
老鹰股份	377
富阳文创	431
杭州艺术	72
义乌老鹰	8
深圳老鹰	71
温州老鹰	168
四川老鹰	17
合计	**1,144**

（c）相关会计处理

对于参加该活动的学员，公司在收到定金时计入其他应付款。若学员前来参加寒假班，定金 5,000 元作为该学员的寒假班培训费收入，在寒假班培训期内进行摊销确认为收入；该学员后期前来参加暑期班或长期班，按照扣除 5,000 元定金后的收费金额作为培训费总额进行摊销并确认为收入。若学员未参加寒假班，直接来参加暑期班或长期班，则按照实际收费金额加上定金 5,000 元作为培训费总额进行摊销并确认为收入。

B、2019 年以来类似促销活动

2019 年以来，类似促销活动情况如下：

活动名称	活动内容	活动期间	参与人次（人次）（截至 2020-09-30）
2019 年预缴定金抵学费活动	预交 5,000 元定金，报名平行班可抵 6,000 元学费，报名精品班、校长班可抵 7,000 元学费	2019 年	2,481
国庆节活动	截至 2019 年 10 月 7 日前，报名 10 月份入学的校考整期的 2020 届美术高考生，缴纳 5,000 元定金可享受首月学费 7 折优惠	2019 年 9 月底 - 2019 年 10 月	2
文化课选考活动	截至 2019 年 9 月 30 日前，文化课选考冲刺班交 3,000 元定金可抵扣 5,000 元；2019 年 10 月 1 日至 11 月 1 日，文化课选考冲刺班交 3,000 元定金可抵扣 4,000 元；文化课选考冲刺班预交定金即免费送 6 节小班文化课	2019 年 8 月 - 2019 年 11 月	572
2019 年末缴纳 6000 元定金寒假免费学	针对 2021 届-2023 届学生，缴纳 6,000 元定金，可抵扣 2020 年暑期班或高三长期班学费，同时获得寒假班免费最高 20 天学习时长（食宿自理）。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，后续报名长期班，平行班可抵培训费 7,000 元，精品班或校长班可抵培训费 8,000 元	2019 年 12 月 - 2020 年 2 月	1,274
2020 年预缴定金抵学费活动	缴纳 6,000 元定金可抵扣 8,000 元学费，福建、江苏两省美术生缴纳 6,000 元定金可抵扣 10,000 元学费	2020 年	1,347
2020 年文化课预缴定金抵学费活动	文化课交 4,000 元定金可抵扣学费 8,000 元	2020 年	4
2020 年末缴纳 6800 元定金寒假免费学	针对高三以下学生，缴纳 6,800 元定金，可抵扣高三长期班学费，并获得寒假班免学费（不包含食宿）。对于缴纳定金但未参加寒假班的学员，可另获赠学费抵用券 3,800 元。	2020 年 10 月 - 2021 年 1 月	92

上述活动的会计处理一致，即公司在收到定金时计入其他应付款，学员后续入学时，按照实际收费金额加上定金作为培训费总额进行摊销并确认为收入。

②联考退费

根据入学协议，相关联考退费条款为：“如报名浙江省联考班并全额缴费，若浙江省联考成绩未达 80 分者退返 1 万元学费”。发行人期末根据已获取的学员联考成绩信息及相关退费政策，计提相关退费金额并冲减当期收入，具体账务处理为：借：主营业务收入，贷：其他应付款。

2019 年末，其他应付款中联考退费余额较 2018 年末增加 195.22 万元，主要系 2019 年度联考未达标人数增多所致，2019 年度参加公司联考培训人数大幅增加，基数扩大导致生源质量参差不齐，故 2019 年末联考学员退费人数及金额有

所增加。

截至 2020 年 9 月 30 日，公司联考退费支付情况如下：

单位：万元

项目	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
期末联考应退费余额	235.22	40.00	87.45
后续实际退费金额	209.22	27.00	87.45
尚未支付金额	26.00	13.00	-
截至 2020-09-30 尚未支付金额合计			**39.00**

发行人联考退费相关流程为：学员填写退费申请单，并提供联考成绩截图，注明退费原因及相关收款账户，经公司相关经办人和审核人经办审核后银行转账付款。截至 2020 年 9 月 30 日发行人尚未支付的联考退费金额较小，主要系少部分退费学员尚未前来填写退费申请单或未提供联考成绩截图，故公司无法办理退费打款所致。

③培训费

2019 年发行人文化课班根据学员需求开设小班教学，按课时收费。其中有三种班型可供学员选择：5 人小班每人每课时 300 元，一对二每人每课时 600 元，一对二每人每课时 480 元。学员根据自身情况决定缴费课时数、所报班型及上课时间。至学期结束，尚未学习完的课程可选择全额退费。

当年度参加文化课小班教学人数为 239 人，至学期结束，尚未学习课时金额总额为 30.12 万元，2019 年当年度学员选择退费并实际退费金额为 4.98 万元，故 2019 年末其他应付款中培训费余额增加 25.14 万元。截至 2020 年 9 月 30 日，后续退费 15.24 万元，尚未支付金额为 9.90 万元。

④生活费

2020 年 1 月以来，国内新冠疫情开始爆发，发行人于 2020 年 1 月底停止线下面授培训业务，大部分学员于 1 月底请假离校，公司通过网络授课为该部分学员提供后续培训服务。根据入学协议相关条款，“1 月 15 日后离校不再退学费，生活费剩余天数超过十天的按实际退费”，故发行人将相关应退还学员的 2 月份生活费计入其他应付款，相关金额为 668.82 万元。由于涉及学员较多，相关剩余款项正在陆续支付中，截至 2020 年 9 月 30 日，公司尚未支付余额为 412.03 万元。

⑤其他

报告期内，发行人其他应付款中的其他系代收代付学员的考务费、学员多打的培训费等零星待支付款项。

（7）一年内到期的非流动负债

2019 年末，公司借入长期借款本金共 10,000.00 万元，按照长期借款合同约定，其中 1,500.00 万元本金将在一年内到期，13.85 万元利息将在一年内支付，故按照流动性将其重分类至流动负债，列报为一年内到期的非流动负债。

2020 年 9 月末，公司借入长期借款本金共 13,300.00 万元，按照长期借款合同约定，其中 1,330.00 万元本金将在一年内到期，17.55 万元利息将在一年内支付，故按照流动性将其重分类至流动负债，列报为一年内到期的非流动负债。

具体情况详见本招股说明书本节之“十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（一）负债构成及其变化分析”之“3、非流动负债变化分析”之“（1）长期借款”。

报告期内，一年内到期的非流动负债具体情况如下：

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
一年内到期的长期借款	1,330.00	1,500.00	-	-
未到期应付利息	17.55	13.85	-	-
合计	**1,347.55**	**1,513.85**	**-**	**-**

其中，一年内到期的长期借款明细如下：

① 2020 年 9 月 30 日

贷款单位	借款起始日	借款到期日	借款金额（万元）	年利率（%）
中信银行股份有限公司杭州富阳支行	2020-06-30	2020-12-24	555.56	4.7500
中信银行股份有限公司杭州富阳支行	2020-06-30	2021-06-24	444.44	4.7500
中信银行股份有限公司杭州富阳支行	2020-07-17	2020-12-24	44.44	4.7500
中信银行股份有限公司杭州富阳支行	2020-07-17	2021-06-24	55.56	4.7500
中信银行股份有限公司杭州富阳支行	2020-08-12	2020-12-24	57.78	4.7500
中信银行股份有限公司杭州富阳支行	2020-08-12	2021-06-24	72.22	4.7500
中信银行股份有限公司杭州富阳支行	2020-09-02	2020-12-24	44.44	4.7500
中信银行股份有限公司杭州富阳支行	2020-09-02	2021-06-24	55.56	4.7500
合计			**1,330.00**	

②2019 年 12 月 31 日

贷款单位	借款起始日	借款到期日	借款金额（万元）	年利率（%）
杭州银行股份有限公司富阳支行	2019-12-5	2020-6-30	500.00	4.9850
杭州银行股份有限公司富阳支行	2019-12-5	2020-12-31	1,000.00	4.9850
合计			**1,500.00**	

2019 年末、2020 年 9 月末，一年内到期的非流动负债分别为 1,513.85 万元、1,347.55 万元。2019 年末金额主要系发行人向杭州银行富阳支行贷款 10,000.00 万元，根据合同约定，其中 1,500.00 万元的借款将在一年内到期。发行人于 2020 年 6 月 30 日变更贷款银行，并已于 2020 年 7 月 6 日归还杭州银行富阳支行全部贷款。截至 2020 年 9 月 30 日，发行人向中信银行长期贷款 13,300.00 万元，根据合同约定，其中 1,330.00 万元的借款将在一年内到期。上述贷款均用于场口校区项目建设。

综上，报告期各期末，一年内到期的非流动负债金额与发行人实际借款情况及合同约定情况一致，金额变动具有合理性。

3、非流动负债变化分析

报告期内，公司流动负债构成如下：

单位：万元

项目	2020-09-30		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%
长期借款	11,970.00	99.75	8,500.00	99.49	-	-	-	-
递延收益	30.18	0.25	43.76	0.51	61.87	100.00	79.98	100.00
非流动负债合计	**12,000.18**	**100.00**	**8,543.76**	**100.00**	**61.87**	**100.00**	**79.98**	**100.00**

（1）长期借款

截至 2020 年 9 月末，发行人长期借款余额系向中信银行杭州富阳支行贷款 13,300.00 万元，用于置换杭州银行已投放场口校区项目贷款及支付项目建设支出，抵押物为新建场口“老鹰”培训基地，担保人为应伟明，借款期限为 2020 年 6 月 30 日至 2026 年 6 月 24 日，固定年利率 4.7500%。截至 2020 年 9 月 30 日，按照合同约定，其中 1,330.00 万元将在一年内到期，故按照流动性将其重分类至流动负债，列报为一年内到期的非流动负债，故 2020 年 9 月末公司长期借

款余额 11,970.00 万元。

根据借款合同及场口项目建设时间，2019 年度公司确认相关利息资本化金额为 119.31 万元，2020 年 1-9 月公司确认相关利息资本化金额为 232.75 万元。

（2）递延收益

公司递延收益主要系与资产相关的政府补助。

单位：万元

项目	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
外立面改造补助资金	30.18	43.76	61.87	79.98

2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司的递延收益余额为 79.98 万元、61.87 万元、43.76 万元及 30.18 万元。根据温州市瓯海区人民政府办公室下发的《温州市瓯海区人民政府办公室关于印发温州市智创小镇核心区与大学科技园启动区拓展提升实施方案的通知》（温殴政办发[2015]140 号），公司 2017 年收到外立面改造项目补贴 814,880.00 元，系与资产相关的政府补助，且与公司日常活动相关，按装修的剩余使用期限进行摊销。

（二）偿债能力分析

1、偿债能力指标

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

财务指标	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
资产负债率（合并）（%）	58.64	52.69	47.73	43.72
资产负债率（母公司）（%）	80.88	75.00	50.87	30.31
流动比率（倍）	0.19	0.18	0.48	0.77
速动比率（倍）	0.19	0.17	0.48	0.77
财务指标	**2020 年 1-9 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	4,469.79	12,986.98	9,702.80	6,471.40
利息保障倍数（倍）	3.03	28.28	117.47	不适用
每股经营活动产生的现金流量（元）	2.44	2.92	2.77	2.23

报告期内，2017 年末、2018 年末、2019 年末及 2020 年 9 月末，公司合并资产负债率分别为 43.72%、47.73%、52.69%及 58.64%，报告期内有所上升，主要是因为公司逐步适度增加负债，运用短期借款、长期借款等融资手段以保持融资的持续性与财务的灵活性，但总体而言公司的资产负债率处于稳定的合理水平，

财务风险较小。

公司流动比率、速动比率整体偏低，主要系公司于收到学员培训费用等款项时确认预收款项，并在学员的培训期间按直线法摊销相关的预收款项并确认营业收入，同时受美术艺考培训的季节性影响，故流动负债中预收账款金额较大。另外，报告期内，公司用盈利滚存的资金和银行借款等流动资金用于自建校区，导致公司货币资金余额相对较低，流动负债中银行借款和应付账款的余额相对较高，综上因素使得公司的流动比率、速动比率较低。根据以往历史经验，公司预收账款退款比例较低，预收款项的质量较高；并且随着公司新校区的建成，将逐步减少对流动资金的占用。整体而言，公司的偿债压力和偿债风险较小。

此外，报告期内随着公司经营业绩不断向好，盈利能力逐步增强，息税折旧摊销前利润和每股经营活动产生的现金流量逐年增加，公司具有较好的偿债能力。

综上，公司的偿债能力较强，不存在重大偿债风险。

2、可预见的未来需偿还的负债金额及利息金额

截至 2020 年 10 月 20 日，公司可预见的未来需偿还的负债为中信银行股份有限公司杭州富阳支行和杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行尚未到期的借款余额 17,800.00 万元，其中，2020 年待偿还本金 591.10 万元，2021 年待偿还本金 5,830.00 万元，2022 年及以后待偿还本金 11,378.90 万元，待偿还利息将按照实际借款期限和合同约定的利率予以计算。

3、同行业公司比较

报告期内，发行人主要偿债指标与同行业可比公司等对比情况如下：

项目	资产负债率（合并）（%）				流动比率（倍）				速动比率（倍）			
	2020-09-30	2019年末	2018年末	2017年末	2020-09-30	2019年末	2018年末	2017年末	2020-09-30	2019年末	2018年末	2017年末
中公教育	78.51	65.55	58.98	69.08	0.97	0.75	0.74	1.09	0.97	0.75	0.74	1.09
东方时尚	53.37	51.74	48.49	30.59	0.69	0.80	0.99	1.38	0.68	0.35	0.46	1.38
龙门教育	未披露	未披露	30.12	27.41	未披露	未披露	2.56	2.67	未披露	未披露	2.56	2.66
传智播客	未披露	未披露	36.12	35.22	未披露	未披露	2.30	2.58	未披露	未披露	2.30	2.58
昂立教育	67.09	63.10	58.85	48.89	0.84	0.93	1.26	1.37	0.79	0.87	1.21	1.32
均值	**66.32**	**60.13**	**46.51**	**42.24**	**0.83**	**0.83**	**1.57**	**1.82**	**0.82**	**0.66**	**1.45**	**1.80**
发行人	**58.64**	**52.69**	**47.73**	**43.72**	**0.19**	**0.18**	**0.48**	**0.77**	**0.19**	**0.17**	**0.48**	**0.77**

资料来源：上市公司定期报告、相关重组报告书、预披露招股说明书（申报稿）

通过对上述主要偿债能力指标进行对比分析可知，报告期内公司的流动比率和速动比率低于可比公司的相应平均指标，2017 年末及 2018 年末资产负债率略高于行业平均水平，主要原因在于公司与可比公司的经营模式存在较大差异，公司对学员采取封闭式教学管理（寄宿）模式，且办公教学场地及宿舍采取自建方式以确保经营活动的长期稳定发展，而同行业可比公司通常采取的开放式教学管理（走读）模式以及经营场所多为租赁，因此公司资产结构以固定资产、无形资产等长期资产为主，流动资产占比较低；而可比公司流动资产占比较高。报告期内，公司新建银湖校区和场口校区，固定资产投资规模较大，资金需求较大，流动负债中应付工程款的金额增长较快，并且经营积累的流动资金用于工程建设，运营资金较为紧张，为缓解资金压力，公司短期借款及长期借款增加较快，导致公司的流动负债及总负债增长较快。由于公司的流动资产占比较低，流动负债占负债总额的比例较高，导致公司流动比率、速动比率低于同行业可比公司。而借款金额的快速增加，导致公司资产负债率略高于行业平均水平。

未来随着新校区的建成及投入使用，公司获取现金能力将得到进一步提升，将有助于改善公司的资本结构，增强公司长期、短期偿债能力，促进公司良性发展。

综上，公司的各项偿债指标较为合理，负债结构与公司的资产结构相匹配，同时，公司经营现金流状况良好，公司偿债压力和偿债风险较小。

4、结合盈利水平、现金流量状况量化分析偿债能力

（1）报告期内，公司各类短期、长期借款发生额明细情况如下：

①2018 年度

类型	借款人	贷款银行	贷款金额（万元）	贷款起始日	贷款到期日	实际归还日	利率	利息金额（万元）	贷款方式	与贷款卡信息核对
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	1,000.00	2018-3-9	2019-1-8	2018-7-4	5.4375%	17.67	保证	一致
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	950.00	2018-3-30	2019-3-29	2018-8-3	5.4375%	18.93	保证	一致
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	50.00	2018-3-30	2019-3-29	2019-3-29	5.4375%	1.16	保证	一致
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	500.00	2018-12-10	2019-7-10	2019-7-8	5.2200%	0.80	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	1,000.00	2018-4-10	2018-9-20	2018-7-2	6.6480%	15.33	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2018-5-10	2018-9-20	2018-5-14	6.6480%	0.37	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2018-5-10	2018-9-20	2018-6-14	6.6480%	3.23	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	20.00	2018-7-30	2019-1-25	2019-1-25	6.6480%	0.57	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	1,000.00	2018-11-29	2019-5-20	2019-4-2	6.6480%	5.86	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	1,000.00	2018-11-29	2019-5-20	2019-4-2	6.6480%	5.86	保证	一致
合计			**6,520.00**					**69.78**		

②2019 年度

类型	借款人	贷款银行	贷款金额（万元）	贷款起始日	贷款到期日	实际归还日	利率	利息金额（万元）	贷款方式	与贷款卡信息核对
上期结存										
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	50.00	2018-3-30	2019-3-29	2019-3-29	5.4375%	0.74	保证	一致
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	500.00	2018-12-10	2019-7-10	2019-7-8	5.2200%	14.43	保证	一致

类型	借款人	贷款银行	贷款金额（万元）	贷款起始日	贷款到期日	实际归还日	利率	利息金额（万元）	贷款方式	与贷款卡信息核对
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	20.00	2018-7-30	2019-1-25	2019-1-25	6.6480%	0.09	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	1,000.00	2018-11-29	2019-5-20	2019-4-2	6.6480%	17.04	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	1,000.00	2018-11-29	2019-5-20	2019-4-2	6.6480%	17.04	保证	一致
		小计						**49.34**		
本期新增										
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	900.00	2019-1-10	2019-7-10	2019-7-8	5.2200%	23.36	保证	一致
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	450.00	2019-3-11	2020-3-10	2019-7-8	5.2200%	8.50	保证	一致
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	50.00	2019-3-11	2020-3-10	2020-3-10	5.2200%	1.40	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	1,000.00	2019-2-1	2019-5-20	2019-4-2	6.6480%	11.08	保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	5,000.00	2019-3-28	2020-3-20	2019-7-11	5.0025%	72.95	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	1,000.00	2019-4-11	2020-4-10	2019-7-4	5.0025%	11.67	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	1,000.00	2019-4-19	2020-4-15	2019-7-4	5.0025%	10.56	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2019-4-24	2020-4-5	2020-4-5	5.0025%	17.44	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	350.00	2019-4-24	2020-4-5	2020-4-5	5.0025%	12.21	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	1,150.00	2019-5-9	2020-5-5	2019-7-3	5.6550%	9.94	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	200.00	2019-12-13	2020-10-11	2020-3-30	5.6000%	0.56	保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	1,000.00	2019-5-9	2020-5-8	2020-5-8	5.0025%	32.67	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	1,000.00	2019-10-22	2020-9-18	2020-9-1	5.0025%	9.73	抵押、保证	一致

类型	借款人	贷款银行	贷款金额（万元）	贷款起始日	贷款到期日	实际归还日	利率	利息金额（万元）	贷款方式	与贷款卡信息核对
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	500.00	2019-11-11	2020-9-11	2020-9-1	5.0025%	3.47	抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,200.00	2019-5-31	2022-12-31	2020-7-6	4.9874%	35.58	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,600.00	2019-8-26	2022-6-30	2020-7-6	4.9874%	28.15	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,642.50	2019-9-30	2021-12-15	2020-7-6	4.9874%	20.93	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	200.00	2019-10-22	2022-6-15	2020-7-6	4.9874%	1.94	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,300.00	2019-10-22	2022-12-15	2020-7-6	4.9874%	12.61	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,885.80	2019-11-14	2021-6-30	2020-7-6	4.9874%	12.28	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	500.00	2019-12-5	2020-6-30	2020-6-30	4.9874%	1.80	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,000.00	2019-12-5	2020-12-31	2020-7-6	4.9874%	3.60	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	114.20	2019-12-5	2021-6-30	2020-7-6	4.9874%	0.41	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	357.50	2019-12-5	2021-12-31	2020-7-6	4.9874%	1.29	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	200.00	2019-12-5	2022-6-30	2020-7-6	4.9874%	0.72	在建工程抵押、保证	一致
		小计	**24,100.00**					**344.85**		
合计								**394.19**		

③2020 年 1-9 月

类型	借款人	贷款银行	贷款金额（万元）	贷款起始日	贷款到期日	实际归还日	利率	利息金额（万元）	贷款方式	与贷款卡信息核对
上期结存										
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	50.00	2019-3-11	2020-3-10	2020-3-10	5.2200%	0.51	保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2019-4-24	2020-4-5	2020-4-5	5.0025%	6.67	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	350.00	2019-4-24	2020-4-5	2020-4-5	5.0025%	4.67	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	200.00	2019-12-13	2020-10-11	2020-3-30	5.6000%	2.80	保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	1,000.00	2019-5-9	2020-5-8	2020-5-8	5.0025%	17.38	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	1,000.00	2019-10-22	2020-9-18	2020-9-1	5.0025%	25.29	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	500.00	2019-11-11	2020-9-11	2020-9-1	5.0025%	12.64	抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,200.00	2019-5-31	2022-12-31	2020-7-6	4.9874%	30.26	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,600.00	2019-8-26	2022-6-30	2020-7-6	4.9874%	40.56	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,642.50	2019-9-30	2021-12-15	2020-7-6	4.9874%	41.64	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	200.00	2019-10-22	2022-6-15	2020-7-6	4.9874%	5.07	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,300.00	2019-10-22	2022-12-15	2020-7-6	4.9874%	32.96	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,885.80	2019-11-14	2021-6-30	2020-7-6	4.9874%	47.81	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	500.00	2019-12-5	2020-6-30	2020-6-30	4.9874%	12.61	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	1,000.00	2019-12-5	2020-12-31	2020-7-6	4.9874%	25.35	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	114.20	2019-12-5	2021-6-30	2020-7-6	4.9874%	2.90	在建工程抵押、保证	一致

类型	借款人	贷款银行	贷款金额（万元）	贷款起始日	贷款到期日	实际归还日	利率	利息金额（万元）	贷款方式	与贷款卡信息核对
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	357.50	2019-12-5	2021-12-31	2020-7-6	4.9874%	9.06	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	杭州银行富阳支行	200.00	2019-12-5	2022-6-30	2020-7-6	4.9874%	5.07	在建工程抵押、保证	一致
		小计						**323.25**		
本期新增										
短期借款	杭州艺术	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2020/3/30	2020/6/27	2020/6/22	5.88%	6.86	保证	一致
短期借款	杭州艺术	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2020/6/22	2021/3/5	2020/7/27	5.88%	2.86	保证	一致
短期借款	杭州艺术	杭州联合银行龙坞支行	250.00	2020/7/28	2020/8/3	2020/8/3	5.88%	0.25	保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	4,000.00	2020/1/6	2020/9/18	2020/8/3	5.00%	116.84	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	1,500.00	2020/1/6	2020/9/18	2020/9/1	5.00%	49.82	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	中信银行富阳支行	2,000.00	2020/5/9	2021/3/8	尚未归还	5.00%	40.30	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2020/1/19	2020/10/11	2020/4/2	5.60%	5.76	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	450.00	2020/2/10	2020/10/11	2020/4/13	5.60%	4.41	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	400.00	2020/3/12	2020/10/11	2020/5/31	5.01%	4.45	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	600.00	2020/3/12	2020/10/11	2020/7/22	5.01%	11.02	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	1,000.00	2020/4/14	2021/3/15	尚未归还	4.85%	22.90	抵押、保证	一致
短期借款	富阳文创	杭州联合银行龙坞支行	1,000.00	2020/4/17	2021/3/15	尚未归还	4.85%	22.50	抵押、保证	一致
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	975.00	2020/1/10	2020/8/10	2020/7/27	5.25%	28.30	保证	一致
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	400.00	2020/2/14	2020/8/14	2020/7/27	5.25%	9.57	保证	一致

类型	借款人	贷款银行	贷款金额（万元）	贷款起始日	贷款到期日	实际归还日	利率	利息金额（万元）	贷款方式	与贷款卡信息核对
短期借款	老鹰股份	招商银行杭州滨江支行	625.00	2020/4/13	2020/10/12	2020/7/14	5.65%	9.02	保证	一致
短期借款	老鹰股份	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2020/3/30	2020/4/30	2020/4/27	6.09%	2.37	保证	一致
短期借款	老鹰股份	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2020/4/5	2021/3/5	2020/4/28	6.09%	1.95	保证	一致
短期借款	老鹰股份	杭州联合银行龙坞支行	1,000.00	2020/4/14	2021/3/15	2020/7/20	5.66%	15.04	保证	一致
短期借款	老鹰股份	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2020/4/17	2021/3/15	尚未归还	5.66%	12.93	保证	一致
短期借款	老鹰股份	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2020/5/6	2021/3/5	2020/5/14	6.09%	0.67	保证	一致
短期借款	老鹰股份	杭州联合银行龙坞支行	500.00	2020/6/19	2021/3/5	2020/7/14	6.09%	2.09	保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	444.44	2020/6/30	2020/12/24	尚未归还	4.75%	5.45	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	555.56	2020/6/30	2021/6/24	尚未归还	4.75%	6.82	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	444.44	2020/6/30	2021/12/24	尚未归还	4.75%	5.45	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	555.56	2020/6/30	2022/6/24	尚未归还	4.75%	6.82	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	444.44	2020/6/30	2022/12/24	尚未归还	4.75%	5.45	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	555.56	2020/6/30	2023/6/24	尚未归还	4.75%	6.82	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	444.44	2020/6/30	2023/12/24	尚未归还	4.75%	5.45	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	555.56	2020/6/30	2024/6/24	尚未归还	4.75%	6.82	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	222.22	2020/6/30	2024/12/24	尚未归还	4.75%	2.73	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	2,777.78	2020/6/30	2025/6/24	尚未归还	4.75%	34.09	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	222.22	2020/6/30	2025/12/24	尚未归还	4.75%	2.73	在建工程抵押、保证	一致

类型	借款人	贷款银行	贷款金额（万元）	贷款起始日	贷款到期日	实际归还日	利率	利息金额（万元）	贷款方式	与贷款卡信息核对
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	2,777.78	2020/6/30	2026/6/24	尚未归还	4.75%	34.09	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	44.44	2020/7/17	2020/12/24	尚未归还	4.75%	0.45	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	55.56	2020/7/17	2021/6/24	尚未归还	4.75%	0.56	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	44.44	2020/7/17	2021/12/24	尚未归还	4.75%	0.45	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	55.56	2020/7/17	2022/6/24	尚未归还	4.75%	0.56	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	44.44	2020/7/17	2022/12/24	尚未归还	4.75%	0.45	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	55.56	2020/7/17	2023/6/24	尚未归还	4.75%	0.56	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	44.44	2020/7/17	2023/12/24	尚未归还	4.75%	0.45	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	55.56	2020/7/17	2024/6/24	尚未归还	4.75%	0.56	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	22.22	2020/7/17	2024/12/24	尚未归还	4.75%	0.22	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	277.78	2020/7/17	2025/6/24	尚未归还	4.75%	2.79	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	22.22	2020/7/17	2025/12/24	尚未归还	4.75%	0.22	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	277.78	2020/7/17	2026/6/24	尚未归还	4.75%	2.79	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	57.78	2020/8/12	2020/12/24	尚未归还	4.75%	0.37	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	72.22	2020/8/12	2021/6/24	尚未归还	4.75%	0.47	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	57.78	2020/8/12	2021/12/24	尚未归还	4.75%	0.37	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	72.22	2020/8/12	2022/6/24	尚未归还	4.75%	0.47	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	57.78	2020/8/12	2022/12/24	尚未归还	4.75%	0.37	在建工程抵押、保证	一致

类型	借款人	贷款银行	贷款金额（万元）	贷款起始日	贷款到期日	实际归还日	利率	利息金额（万元）	贷款方式	与贷款卡信息核对
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	72.22	2020/8/12	2023/6/24	尚未归还	4.75%	0.47	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	57.78	2020/8/12	2023/12/24	尚未归还	4.75%	0.37	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	72.22	2020/8/12	2024/6/24	尚未归还	4.75%	0.47	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	28.89	2020/8/12	2024/12/24	尚未归还	4.75%	0.19	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	361.11	2020/8/12	2025/6/24	尚未归还	4.75%	2.33	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	28.89	2020/8/12	2025/12/24	尚未归还	4.75%	0.19	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	361.11	2020/8/12	2026/6/24	尚未归还	4.75%	2.33	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	44.44	2020/9/2	2020/12/24	尚未归还	4.75%	0.18	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	55.56	2020/9/2	2021/6/24	尚未归还	4.75%	0.22	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	44.44	2020/9/2	2021/12/24	尚未归还	4.75%	0.18	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	55.56	2020/9/2	2022/6/24	尚未归还	4.75%	0.22	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	44.44	2020/9/2	2022/12/24	尚未归还	4.75%	0.18	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	55.56	2020/9/2	2023/6/24	尚未归还	4.75%	0.22	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	44.44	2020/9/2	2023/12/24	尚未归还	4.75%	0.18	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	55.56	2020/9/2	2024/6/24	尚未归还	4.75%	0.22	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	22.22	2020/9/2	2024/12/24	尚未归还	4.75%	0.09	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	277.78	2020/9/2	2025/6/24	尚未归还	4.75%	1.10	在建工程抵押、保证	一致
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	22.22	2020/9/2	2025/12/24	尚未归还	4.75%	0.09	在建工程抵押、保证	一致

类型	借款人	贷款银行	贷款金额（万元）	贷款起始日	贷款到期日	实际归还日	利率	利息金额（万元）	贷款方式	与贷款卡信息核对
长期借款	老鹰股份	中信银行富阳支行	277.78	2020/9/2	2026/6/24	尚未归还	4.75%	1.10	在建工程抵押、保证	一致
		小计	**31,500.00**					**514.98**		
合计								**857.91**		

报告期内，发行人的短期借款用于补充日常运营资金周转。长期借款为项目贷款，用于场口校区的在建工程投资建设。发行人严格按照贷款合同约定使用银行借款，不存在短债长用的情况。

根据发行人借款银行出具的《资信证明》，发行人的借款用途符合银行的相关规定，不存在违规使用银行借款的行为。

（2）公司短期借款与筹资活动现金流、财务费用等科目的勾稽关系列示如下：

单位：万元

项目	2018-12-31/ 2018 年度	2019-12-31/ 2019 年度	2020-09-30/ 2020 年 1-9 月
短期借款			
期初余额	-	2,570.00	3,605.04
本期借款	6,520.00	14,105.04	18,206.31
本期还款	3,950.00	13,070.00	17,305.04
期末余额	2,570.00	3,605.04	4,506.31
长期借款			
期初余额	-	-	10,013.85
本期借款	-	10,013.85	13,317.55
本期还款	-	-	10,013.85
期末余额	-	10,013.85	13,317.55
其中：一年内到期的长期借款	-	1,513.85	1,347.55
筹资活动现金流量			
取得借款收到的现金	6,520.00	24,100.00	31,500.00
归还借款支付的现金	3,950.00	13,070.00	27,300.00
应付利息			
期初金额	-	3.64	18.90
本期计提	69.78	394.19	857.91
其中：费用化	69.78	274.88	603.92
资本化	-	119.31	253.99
本期支付	66.14	378.93	852.95
期末金额	3.64	18.90	23.86

由上表可见，公司短期借款的借款金额和还款金额与筹资活动现金流中“取

得借款收到的现金”和“归还借款收到的现金”勾稽一致。利息计提金额与财务费用中利息费用、在建工程的利息资本化勾稽一致，利息支出费用化和资本化的划分准确，其财务核算准确。

根据公司合作相关银行机构所出具的资信证明，报告期内，公司银行借款均符合各银行的相关规定，不存在违规使用银行借款的行为。根据贷款卡信息，报告期内发行人的借款情况与贷款卡信息一致，发行人不存在未入账、未披露的银行借款。

（3）量化分析公司偿债能力

报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

财务指标	2020-09-30	2019-12-31	2018-12-31	2017-12-31
资产负债率（合并）（%）	58.64	52.69	47.73	43.72
资产负债率（母公司）（%）	80.88	75.00	50.87	30.31
流动比率（倍）	0.19	0.18	0.48	0.77
速动比率（倍）	0.19	0.17	0.48	0.77
财务指标	**2020 年 1-9 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
息税折旧摊销前利润（万元）	4,469.79	12,986.98	9,702.80	6,471.40
利息保障倍数（倍）	3.04	28.28	117.47	不适用
每股经营活动产生的现金流量（元）	2.44	2.92	2.77	2.23

报告期各期末，公司合并资产负债率分别为 43.72%、47.73%、52.69%及58.64%，公司流动比率、速动比率整体偏低。主要系报告期内，公司新建银湖校区和场口校区，固定资产投资规模较大，资金需求较大，流动负债中应付工程款的金额增长较快，并且经营积累的流动资金用于工程建设，运营资金较为紧张，为缓解资金压力，公司短期借款及长期借款增加较快，导致公司的流动负债及总负债增长较快。

截至 2020 年 10 月 20 日，公司可预见的未来需偿还的负债为中信银行股份有限公司杭州富阳支行和杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行尚未到期的借款余额 17,800.00 万元，其中，2020 年待偿还本金 591.10 万元，2021 年待偿还本金 5,830.00 万元，2022 年及以后待偿还本金 11,378.90 万元，待偿还利息将按照实际借款期限和合同约定的利率予以计算。

报告期内，公司现金流量状况和盈利水平如下表所示：

单位：万元

项目	2020-09-30/ 2020 年 1-9 月	2019-12-31/ 2019 年度	2018-12-31/ 2018 年度	2017-12-31/ 2017 年度
预收学员培训费	25,339.41	29,662.36	26,544.61	19,383.10
经营活动产生现金流量净额	9,161.33	10,962.15	10,405.95	8,376.77
净利润	1,223.07	8,023.34	6,030.16	3,788.50
短期借款	4,506.31	3,605.04	2,570.00	-
一年内到期的非流动负债	1,347.55	1,513.85	-	-
长期借款	11,970.00	8,500.00	-	-

2017 年、2018 年及 2019 年，公司主营业务收入分别 17,254.92 万元、23,195.21 万元和 28,538.57 万元，净利润分别为 3,788.50 万元、6,030.16 万元和 8,023.34 万元，公司的业务规模不断扩张，经营业绩不断向好，盈利能力逐步增强。

公司货币资金较为充足，截至 2020 年 9 月 30 日货币资金账面余额为 2,748.28 万元。2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，预收培训费金额分别为 19,383.10 万元、26,544.61 万元、29,662.36 万元及 25,339.41 万元，公司从事美术培训业务，预收款项余额水平较高，能为公司带来充沛的可用现金流。2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，产生的经营活动现金流量净额分别为 8,376.77 万元、10,405.95 万元、10,962.15 万元及 9,161.33 万元，公司经营活动现金流情况良好，且 2017 至 2019 年度随着公司经营规模扩大，经营活动产生的现金流量净额逐年增加，2020 年 1-9 月因受疫情影响公司招生人数略有下降导致预收学费略有下降。

报告期内，公司自身的盈利能力及经营性现金流良好，年平均经营性现金流完全能覆盖短期借款金额，公司的短期偿债能力较好。公司的长期借款主要用于场口新校区建设，场口新校区已于 2020 年 6 月建成并投入使用，该校区建设面积 71,301.87 平方米，场地面积较大，可以容纳近 3 千学员培训，随着场口新校区的启用，获取现金能力进一步提升，将有助于改善公司的资本结构，增强公司长期、短期偿债能力，促进公司良性发展。

另外，公司积极开拓相关授信合作银行，并与相关银行建立了良好的合作关系，银行授信额度较高，截至 2020 年 10 月 20 日，公司已获取银行授信额度共计 36,850.00 万元，尚未使用额度为 23,250.00 万元，可以满足公司短期内的流动资金需求。

综上，公司的盈利能力较强和经营现金流状况良好，公司偿债压力和偿债风险较小。

（4）发行人是否存在履约风险情形说明

发行人的资信状况良好，信用等级为 2A 级，具备充足的融资额度。根据发行人贷款银行的资信证明，发行人不存在延迟支付借款本息的情况，也不存在违约未偿还贷款的情况。

报告期内，发行人抵押贷款合同和抵押物情况如下：

抵押贷款银行	抵押物	抵押物编号	面积	抵押期限	授信额度（万元）	备注
中信银行杭州富阳支行	土地及房产	浙（2018）富阳区不动产权第 0020471 号	土地使用权面积 13,747 ㎡，房屋建筑物面积 35,731.01 ㎡	2019-3-26 至 2024-3-25	9,000.00	
中信银行杭州富阳支行	土地及在建工程	浙（2017）富阳区不动产权第 0021343 号	土地使用权面积 31,947 ㎡	2020-6-24 至 2026-6-24	18,000.00	[注]
杭州银行富阳支行	土地及在建工程	浙（2017）富阳区不动产权第 0021343 号	土地使用权面积 31,947 ㎡	2019-5-27 至 2022-5-6	10,000.00	相关借款已还清
杭州联合银行龙坞支行	土地及房产	浙（2018）杭州市不动产权第 0174187 号 浙（2018）杭州市不动产权第 0174414 号 浙（2018）杭州市不动产权第 0174282 号	土地使用权面积 63.94 ㎡，房屋建筑物面积 414.55 ㎡	2019-4-19 至 2029-4-18	850.00	相关借款已还清
杭州联合银行龙坞支行	土地及房产	浙（2017）富阳区不动产权第 0032214 号	土地使用权面积 2,069.74 ㎡，房屋建筑物面积 2,391.55 ㎡	2020-2-20 至 2030-2-19	3,000.00	

注：抵押时系场口校区土地及在建工程，抵押物编号为浙（2017）富阳区不动产权第 0021343 号， 2020 年 7 月 31 日已办理不动产权证，编号为浙（2020）富阳区不动产权第 0021545 号，其中土地使用权面积 31,947 ㎡，房产建筑面积 57,803.65 ㎡。

发行人的贷款抵押物为银湖校区、象山校区、场口校区土地及房产，抵押物仍正常使用，发行人不存在因未偿还贷款导致抵押物、质押物被处置的情形。发行人与银行的借款及抵质押合同均在正常履行中，不存在履约风险。

（三）报告期股利分配情况

报告期内，公司仅进行了一次股利分配，具体情况如下：

2017 年，根据公司 2017 年 9 月 15 日第七次临时股东大会通过的 2017 半年度利润分配方案，以 2017 年 6 月 30 日的总股本 11,002,200.00 股为基数，每 10 股派发股票股利 24.084093 元（含税），合计派发股票股利 26,497,800.00 元。该项利润分配方案已于 2017 年 9 月实施完毕。

（四）现金流量情况分析

报告期内，公司的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动现金流入小计	21,810.76	29,964.75	26,874.55	19,581.57
经营活动现金流出小计	12,649.43	19,002.60	16,468.60	11,204.80
经营活动产生的现金流量净额	**9,161.33**	**10,962.15**	**10,405.95**	**8,376.77**
投资活动现金流入小计	18.56	7,123.32	7,632.87	21,102.64
投资活动现金流出小计	11,039.66	31,373.18	19,836.69	31,005.24
投资活动产生的现金流量净额	**-11,021.10**	**-24,249.86**	**-12,203.82**	**-9,902.60**
筹资活动现金流入小计	31,500.00	24,100.00	6,730.00	189.23
筹资活动现金流出小计	28,152.96	13,448.93	4,016.14	34.00
筹资活动产生的现金流量净额	**3,347.04**	**10,651.07**	**2,713.86**	**155.23**
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
现金及现金等价物净增加额	**1,487.28**	**-2,636.63**	**915.99**	**-1,370.61**
净利润	1,223.07	8,023.34	6,030.16	3,788.50
经营性现金流量净额/净利润	**749.04%**	**136.63%**	**172.57%**	**221.11%**

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	21,477.39	29,662.36	26,544.61	19,383.10
收到其他与经营活动有关的现金	333.37	302.39	329.94	198.47
经营活动现金流入小计	**21,810.76**	**29,964.75**	**26,874.55**	**19,581.57**
购买商品、接受劳务支付的现金	2,867.23	3,272.36	3,843.68	2,942.22
支付给职工以及为职工支付的现金	6,545.25	10,271.13	7,998.79	4,968.63
支付的各项税费	1,771.54	3,620.25	2,667.86	1,908.50
支付其他与经营活动有关的现金	1,465.41	1,838.86	1,958.27	1,385.45
经营活动现金流出小计	**12,649.43**	**19,002.60**	**16,468.60**	**11,204.80**
经营活动产生的现金流量净额	**9,161.33**	**10,962.15**	**10,405.95**	**8,376.77**

2017 年度、2018 年度及 2019 年度产生的经营活动现金流量净额分别为

8,376.77 万元、10,405.95 万元及 10,962.15 万元，公司经营活动现金流情况良好，且随着公司经营规模扩大，经营活动产生的现金流量净额逐年增加。

（1）经营活动产生的现金流量净额与净利润匹配情况

报告期内，公司将净利润调节为经营活动现金流量净额过程如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	1,227.99	8,023.34	6,030.16	3,788.50
加：资产减值准备	-	-	-5.02	28.41
信用减值损失	9.68	20.18	-	-
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	1,355.28	1,255.09	870.29	252.60
无形资产摊销	65.90	70.50	65.83	35.25
长期待摊费用摊销	677.82	634.24	569.53	558.89
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）	-31.89	1.61	-0.66	-
固定资产报废损失	2.77	11.69	6.91	-
财务费用（收益以“－”号填列）	625.17	274.87	69.78	-
投资损失（收益以“－”号填列）	-	-17.32	-49.19	-82.32
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-158.27	57.71	-66.54	-35.33
存货的减少（增加以“－”号填列）	8.05	-1.43	-30.32	-28.74
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-12.22	49.07	-323.09	-362.42
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	5,404.65	600.71	3,286.37	3,375.24
其他	-13.58	-18.11	-18.11	846.70
经营活动产生的现金流量净额	**9,161.33**	**10,962.15**	**10,405.95**	**8,376.77**

报告期内，经营活动产生的现金流量净额与净利润增长趋势基本一致。报告期内，影响经营活动产生的现金流量净额与净利润之间差异的主要因素系经营性应付项目的增减变化。

（2）经营活动产生的现金流入与营业收入匹配情况

报告期内，公司的现金流量情况如下表所示：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动现金流入（万元）	21,810.76	29,964.75	26,874.55	19,581.57
营业收入（万元）	14,448.82	28,734.81	23,371.97	17,303.89
经营活动现金流入占营业收入的比例	150.95%	104.28%	114.99%	113.16%

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，公司经营活动现金流入与营业收入的比例分别为 113.16%、114.99%、104.28%及 150.95%，均超过 100%，主要系公司采取预收账款为主的业务，现金流状况良好。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	17.56	6.00	4.01	-
收到其他与投资活动有关的现金	1.00	7,117.32	7,628.86	21,102.64
投资活动现金流入小计	**18.56**	**7,123.32**	**7,632.87**	**21,102.64**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	11,038.66	26,673.18	12,626.69	8,229.24
支付其他与投资活动有关的现金	1.00	4,700.00	7,210.00	22,776.00
投资活动现金流出小计	**11,039.66**	**31,373.18**	**19,836.69**	**31,005.24**
投资活动产生的现金流量净额	**-11,021.10**	**-24,249.86**	**-12,203.82**	**-9,902.60**

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-9,902.60 万元、-12,203.82 万元、-24,249.86 万元及-11,021.10 万元。

报告期内，公司收到其他与投资活动有关的现金主要系赎回理财产品本金，支付其他与投资活动有关的现金主要系购买理财产品。

报告期内，公司投资活动现金净流出的主要原因是固定资产、无形资产和其他长期资产支出，主要系银湖校区和场口校区两大校区建设工程项目支出较大。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
吸收投资收到的现金	-	-	210.00	189.23
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	210.00	-
取得借款收到的现金	31,500.00	24,100.00	6,520.00	-
筹资活动现金流入小计	**31,500.00**	**24,100.00**	**6,730.00**	**189.23**
偿还债务支付的现金	27,300.00	13,070.00	3,950.00	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	852.96	378.93	66.14	-
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	34.00
筹资活动现金流出小计	**28,152.96**	**13,448.93**	**4,016.14**	**34.00**
筹资活动产生的现金流量净额	**3,347.04**	**10,651.07**	**2,713.86**	**155.23**

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 155.23 万元、2,713.86 万元、10,651.07 万元及 3,347.04 万元。报告期内各年度筹资活动现金流入主要系取得银行借款收到的现金，筹资活动现金流出主要系偿还银行借款支付的现金。

（五）资本性支出情况分析

1、报告期内重大资本性支出

2017 年度、2018 年度、2019 年度及 2020 年 1-9 月，公司购建固定资产、无形资产及其他长期资产所支付的现金分别为 8,229.24 万元、12,626.69 万元、26,673.18 万元及 11,038.66 万元。公司报告期内资本性支出主要用于购买建设生产经营所需的土地、房产及校区配套设施等长期资产。

2、未来可预期的重大资本性支出

公司未来可预见的重大资本性支出为本次募集资金投资项目，具体计划和资金需求见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”。

除本次发行募集资金有关投资外，公司无可预见的其他重大资本性支出。

（六）流动性风险及应对措施

报告期内，公司负债以流动负债为主，报告期各期末，公司流动比率分别为

0.77 倍、0.48 倍、0.18 倍和 0.19 倍，速动比率分别为 0.77 倍、0.48 倍、0.17 倍和 0.19 倍，公司的合并资产负债率分别为 43.72%、47.73%、52.69%和 58.64%，公司流动比率和速动比率相对较低，资产负债率较高，公司存在一定的流动性风险，主要是由于公司在报告期内新建银湖校区和场口校区，固定资产投资规模较大，资金需求较大，流动负债中应付工程款的金额增长较快，并且经营积累的流动资金用于工程建设，运营资金较为紧张，为缓解资金压力，公司短期借款及长期借款增加较快，导致公司的流动负债及总负债增长较快。

针对流动性风险，公司积极开拓相关授信合作银行，并与相关银行建立了良好的合作关系，银行授信额度较高，截至 2020 年 10 月 31 日，公司已获取银行授信额度共计 36,850.00 万元，尚未使用额度为 23,250.00 万元，可以满足公司短期内的流动资金需求；在资金使用上，提前进行资金筹划，合理安排资金，避免出现流动性不足风险。未来随着新校区的建成及投入使用，公司营业收入规模扩大，获取现金能力将得到进一步提升，将有助于改善公司的资本结构，增强公司长期、短期偿债能力，促进公司良性发展。此外，本次发行上市后，公司资产负债率将进一步降低，偿债能力相应提升，且融资方式将更加多样、灵活，有利于公司保持良好的资本结构，进一步降低流动性风险。

（七）持续经营能力分析

结合发行人的业务和市场定位、报告期经营以及未来经营计划，管理层认为公司在持续经营能力方面不存在重大不利变化，相关风险因素请参见招股说明书“第四节风险因素”。

十二、重大事项

报告期内，公司重大资本性支出主要为用于购建固定资产、无形资产和其他长期资产。

报告期内，公司重大资产业务重组情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“三、发行人重大资产重组情况”。

十三、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保、诉讼

（一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在重大的资产负债表日后非调整事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

1、新冠疫情对发行人的影响及发行人采取的应对措施

2020 年 1 月以来，新冠疫情开始爆发，全国各地陆续启动重大突发公共卫生事件一级响应，采取延迟企业复工、减少人员聚集等措施，对以线下面授为主流教学场景的美术艺考培训行业产生一定冲击。受此影响，预计公司 2020 年度营业收入有所下滑，但下滑幅度有限，仍能保持较好的收入和盈利水平，不会对公司持续盈利能力产生重大不利影响。具体情况详见本招股说明书之“第十一节 其他重要事项”之“七、新冠疫情对发行人的影响及发行人采取的应对措施”。

2、发行人 2020 年 10-12 月主要财务数据情况与以前年度同期对比情况

发行人 2020 年 10-12 月主要财务数据情况与以前年度同期对比情况如下：

（1）10 月主要财务数据情况

单位：万元、%

项目	2020 年 10 月 31 日 /2020 年 10 月	2019 年 10 月 31 日 /2019 年 10 月
合同负债/预收款项	9,761.07	9,484.49
营业收入	3,577.61	3,486.46
营业成本	1,262.80	1,208.71
净利润	1,535.15	1,537.80
毛利率	64.70	65.33

注：以上数据未经审计，下同

（2）11 月主要财务数据情况

单位：万元、%

项目	2020 年 11 月 31 日 /2020 年 11 月	2019 年 11 月 31 日 /2019 年 11 月
合同负债/预收款项	7,483.28	7,434.86
营业收入	3,155.97	3,025.78
营业成本	1,248.32	1,241.74

项目	2020 年 11 月 31 日 /2020 年 11 月	2019 年 11 月 31 日 /2019 年 11 月
净利润	1,223.51	1,023.68
毛利率	60.45	58.96

（3）12 月主要财务数据情况

单位：万元、%

项目	2020 年 12 月 31 日 /2020 年 12 月	2019 年 12 月 31 日 /2019 年 12 月
合同负债/预收款项	4,931.18	5,076.93
营业收入	3,568.57	3,474.85
营业成本	1,318.87	1,292.95
净利润	1,187.89	1,113.98
毛利率	63.35	62.79

从上表可以看出，2020 年 10-12 月发行人营业收入、营业成本、毛利率、净利润和合同负债较 2019 年同期数据变动基本平稳，其中：

（1）2020 年 10-12 月营业成本较同期略有上升，主要原因是 2020 年 6 月发行人自建的场口校区达到预定可使用状态，导致折旧成本上升；

（2）2020 年 10-12 月营业收入较同期略有上升，主要原因是发行人自建的场口校区达到预定可使用状态，出于折旧及教师薪酬等运营成本增加的考虑，发行人适度提高了收费标准；

（3）2020 年 10 月净利润较 2019 年 10 月略有下降，主要原因是 2019 年 10 月发行人收到 100 万元上市奖励；

（4）2020 年 12 月净利润较 2019 年 12 月略有上升，主要原因是 2020 年 12 月发行人收到 83.34 万元成都市成华区政府优质企业入驻租房补贴。

（四）重大担保、诉讼

截至本招股说明书签署日，公司不存在重大担保、诉讼。

（五）财务报告截止日后主要信息及经营情况

公司财务报告审计截止日为 2020 年 9 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基准日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》，中汇会计师事务所（特殊普通合伙）对公司截至 2020 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表、2020 年全年及 2020 年 10-12

月的合并及母公司利润表等报表数据进行了审阅，并出具了审阅报告（中汇会阅[2021]0193 号）。

1、2020 年第四季度与 2019 年第四季度主要财务信息

（1）主要财务数据对比如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 12 月 31 日/2020 年第四季度	2019 年 12 月 31 日/2019 年第四季度	变动金额	变动比例
资产总额	62,439.31	53,943.89	8,495.42	15.75
所有者权益	30,834.24	25,520.19	5,314.05	20.82
营业收入	10,333.33	9,987.09	346.24	3.47
营业利润	5,376.13	4,634.18	741.95	16.01
利润总额	5,376.16	4,894.89	481.27	9.83
净利润	4,090.98	3,675.46	415.52	11.31
归属于母公司股东的净利润	3,952.33	3,567.45	384.88	10.79
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	3,839.10	3,371.35	467.74	13.87
经营活动产生的现金流量净额	-93.59	-1,786.39	1,692.80	94.76

2020 年第四季度，公司实现营业收入 10,333.33 万元，同比增长 3.47%，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 3,839.10 万元，同比增长 13.87%。得益于下半年疫情防控的良好态势，自 2020 年第三季度开始，发行人招生和教学迅速恢复，与上年同期相比差距逐步缩小，主营业务表现出较强韧性。具体变动情况分析如下：

①2020 年末资产总额较 2019 年末增加 8,495.42 万元，增幅 15.75%，主要系公司于 2020 年上半年对自建的场口新校区持续投入，2020 年 6 月达到预定可使用状态并转入固定资产，因此非流动资产增幅较大；

②2020 年末所有者权益较 2019 年末上升 5,314.05 万元，主要系公司盈利增长导致的盈余增加；

③2020 年第四季度营业利润较同期上升 16.01%，主要系销售费用和管理费用减少所致：A、受新冠疫情影响，公司减少线下推广活动，相关推广费用相较上年同期发生金额有所减少；B、2020 年 6 月起为更好地管理校区，银湖校区由外部物业公司管理改为公司自行管理物业后勤，由此物业费较 2019 年同期下降

较大；

④发行人第四季度经营活动产生的现金流量净额为负，主要系公司采取预收账款为主的业务，根据考试时间安排，美术长期班课程设置一般为每年 7 月至次年 2 月，短期班暑假班为每年 7 月至 8 月暑假期间，寒假班为每年 1 月至 2 月寒假期间，因此全年培训费的预收时点主要集中于第三季度，故第四季度发行人经营活动现金流入金额较小。

2020 年第四季度经营活动产生的现金流量净额较同期大幅上升，主要系 2020 年第四季度经营活动现金流出减少所致，受前三季度发行人业绩相较上年同期下降较大影响，2020 年第四季度支付的各项税费金额减少较多。

（2）纳入非经常性损益的主要项目和金额如下：

单位：万元

项目	2020 年第四季度	2019 年第四季度
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)	149.20	251.39
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	0.03	10.79
小计	149.22	262.18
减：所得税影响数(所得税费用减少以“-”表示)	2.09	66.09
非经常性损益净额	147.14	196.09
其中：归属于母公司股东的非经常性损益	113.23	196.09
归属于少数股东的非经常性损益	33.91	-

2、2020 年度与 2019 年度主要财务信息

（1）主要财务数据对比如下：

单位：万元、%

项目	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	变动金额	变动比例
资产总额	62,439.31	53,943.89	8,495.42	15.75
所有者权益总额	30,834.24	25,520.19	5,314.05	20.82
营业收入	24,782.15	28,734.81	-3,952.66	-13.76
营业利润	7,030.82	10,563.93	-3,533.11	-33.45
利润总额	7,121.79	10,752.28	-3,630.49	-33.76
净利润	5,314.05	8,023.34	-2,709.30	-33.77

归属于母公司股东的净利润	5,267.30	7,819.57	-2,552.27	-32.64
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	5,023.79	7,542.37	-2,518.58	-33.39
经营活动产生的现金流量净额	9,067.75	10,962.15	-1,894.40	-17.28

2020 年度，公司实现营业收入 24,782.15 万元，较 2019 年度金额减少 3,952.66 万元，降幅 13.76%，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 5,023.79 万元，较上年度减少 2,518.58 万元，下降 33.39%，主要系受新冠疫情影响，发行人 2020 年上半年无法正常开展线下培训业务，2020 年 1-2 月大部分校考培训学员及寒假班学员于 1 月下旬提前离校，文化课延期开班，因此 2020 年上半年营业收入锐减，2020 年上半年处于亏损状态。

2020 年度经营活动产生的现金流量净额较 2019 年度金额减少 1,894.40 万元，降幅 17.28%，主要系受新冠疫情影响，当年度参培学员人数减少，故收到的培训费用有所减少，从而销售商品、提供劳务收到的现金减少所致。

（2）纳入非经常性损益的主要项目和金额如下：

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
非流动资产处置损益	29.12	-13.29
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)	428.92	313.14
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	17.32
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-116.27	21.72
其他符合非经常性损益定义的损益项目[注]	5.5	2.16
小计	347.28	341.05
减：所得税影响数(所得税费用减少以“-”表示)	72.56	65.08
非经常性损益净额	274.72	275.97
其中：归属于母公司股东的非经常性损益	243.51	277.2

归属于少数股东的非经常性损益	31.21	-1.23

[注]主要系个税手续费返还

3、财务报告审计基准日后主要经营情况

财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，公司招生、教学和采购等业务正常运作。公司主要经营模式、主要招生和教学情况、主要客户和供应商构成、培训收费标准、原材料价格、税收政策和其他公司经营的内外部环境以及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，公司整体经营情况良好。

十四、盈利预测

报告期内，公司未编制盈利预测报告。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、募集资金运用概况

（一）募集资金的投资方向和使用安排

2019年9月19日，公司召开2019年第二次临时股东大会审议批准本次IPO相关事项，会议同意公司发行不超过1,250万股人民币普通股（A股）股票，占发行后总股本的比例不低于25%，实际募集资金扣除发行费用后投资于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目总投资	募集资金投资额	项目备案
1	新建场口“老鹰”培训基地项目	47,024.08	30,000.00	2018-330111-82-02-010704-000
2	体验中心建设和品牌推广项目	10,601.29	10,601.29	富发改产业[2020]1 号
3	信息化建设项目	6,895.20	6,895.20	富发改产业[2020]2 号
	合计	**64,520.57**	**47,496.49**	

本次发行上市募集资金到位前，公司可根据各项目的实际进度，以自筹资金支付项目所需款项。本次发行上市募集资金到位后，公司将严格按照有关的制度使用募集资金，募集资金可用于置换前期投入募集资金投资项目的自筹资金以及支付项目剩余款项。若本次发行实际募集资金低于募集资金项目投资额，不足部分由公司自筹资金解决；若本次募集资金总额超过项目资金的需要，超募资金将用于与主营业务相关的业务。

（二）募集资金使用管理制度以及募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

公司于2019年度股东大会审议通过了《募集资金管理制度》，公司募集资金应当存放于董事会决定的专户集中管理；该专项账户不得存放非募集资金或用作其他用途；公司应当在募集资金到账后与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议。

本次募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用详见本招股说明书本节“二、本次募集资金投资项目的具体情况”。

（三）募集资金投资项目与现有主要业务、核心技术之间的关系

本次募集资金投资项目均围绕公司主营业务开展，其中：

1、新建场口“老鹰”培训基地项目将在杭州市富阳区场口镇购置场地新建培训校区，建设内容主要包括主体教学大楼建设、宿舍楼建设、校区绿化、房屋装修及幕墙安装、设备软件购置及安装、教职人员招聘及培训等。项目投入运营后，公司自有校区面积进一步扩大，教学、办公和住宿环境更加完善，有利于进一步发挥公司的师资、教学体系、品牌和教学管理资源优势，满足招生规模扩张对教学场地的要求，提高公司在美术培训市场的竞争力，切实增强公司适应市场变化的能力和可持续发展能力。

2、体验中心建设和品牌推广项目将在现有市场推广和品牌建设的基础上，拟在全国32个城市租赁场地布局体验中心，满足当地品牌形象宣传、教学成果展示、教学互动体验、美术素养传播的需要；同时在杭州租赁场地作为公司总部营销服务团队办公场所。项目建设完成后将增强公司获取生源能力，提升学生和家长对公司品牌、课程服务的认知和认同程度，拓展公司的营销推广渠道，促进公司经营业绩进一步提升。

3、信息化建设项目将打造企业管理平台、智慧校园平台和IT基础支持平台。项目的实施将提升公司信息技术软硬件环境和支持能力，为公司的业务发展提供保障，有利于巩固行业地位并提高公司的综合竞争力。

综上，本次募集资金投资项目的实施不会改变公司现有的生产经营和商业模式，项目之间围绕公司主营业务紧密结合，互相支撑，可以从教学服务环境、市场布局、信息化水平等方面持续提升公司的核心竞争力，完成公司的战略布局，实现公司长期可持续发展。

（四）公司董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司于2019年9月4日召开第二届董事会第六次会议，对募集资金投资项目的可行性进行了充分的研究、分析，认为本次募集资金投资项目具备可行性。

公司本次募集资金投资项目是公司在现有的业务基础上，对公司现有业务结构进行支持以及对业务规模进行扩大，有利于提高公司主营业务能力，增强公司持续发展能力和核心竞争力，募集资金数额和投资项目与公司现有经营规模、财务状况、教学水平和管理能力等相适应，具体分析如下：

1、经营规模

公司作为一家营利性民办美术培训机构，近年来经营业绩稳步增长，盈利能力较强。2017年、2018年及2019年，公司主营业务收入分别17,254.92万元、23,195.21万元和28,538.57万元，净利润分别为3,788.50万元、6,030.16万元和8,023.34万元。目前公司需要进一步增加投资扩张培训规模以满足快速增长的市场需求。本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模相适应。

2、财务状况

公司资产质量良好，资产规模持续增长。截至报告期末，公司总资产64,664.99万元、净资产26,743.26万元。公司本次募集资金投资项目的总投资额为47,496.49万元，占公司报告期末总资产和净资产的比重分别为73.45%和177.60%。本次募集资金到位后公司资本实力将大幅增强，资产结构将进一步优化，盈利能力及抵御风险能力也将随之提升。

3、教学水平

公司拥有国内优秀的教学团队，核心业务人员拥有十分扎实的艺术功底，并长期从事教育培训工作，多数教师来自于全国各大专业美术院校，具有较高的综合专业技能、教学能力和沟通能力。经过多年发展，公司形成了一个专业专攻、教学精准、体系缜密、师资雄厚的团队，能够深刻理解素质教育理念，把握美术教学规律和青少年成长规律，建立严密科学的教学体系、严谨务实的管理制度。凭借强大的师资和扎实的教学，公司每年有众多学员被九大美院录取。以 2019 年为例，公司学员参加浙江省联考取得 90 分（含）以上成绩的有 224 名；共取得九大美院合格证 2,891 张；2,866 人被本科院校正式录取，其中 730 人被九大美院录取（含中国美院 312 人）。公司目前的教学水平和教学成绩能有效支撑未来业务发展及募集资金投资项目的实施。

4、管理能力

公司经营管理团队稳定，主要管理层均具有丰富的美术培训行业管理、教学经验，对美术培训行业有着深刻的认知。随着公司的发展和业务规模的不断扩大，公司形成了一套较为完整的公司治理制度。公司在内部控制建立过程中，结合多年管理经验，充分考虑行业特点，内部控制制度符合公司生产经营的需要，各项

制度得到有效执行。公司将严格按照上市公司要求规范运作，进一步完善公司治理结构，加强内控管理、强化规范运作意识，充分发挥股东大会、董事会、监事会在重大决策、经营管理和监督方面的作用，为公司的不断壮大发展奠定坚实的基础，促进公司经营业绩的稳健增长。

综上，公司董事会认为，本次募集资金数额和投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、教学水平和管理能力等相适应，投资项目具备良好的实施背景和市场前景，有利于公司保持良好的盈利能力，公司能够有效使用募集资金，提高公司经济效益。

二、本次募集资金投资项目的具体情况

（一）新建场口“老鹰”培训基地项目

1、项目概况

根据公司发展战略的需要，本项目以产业政策为导向，市场趋势为动力，客户需求为基础，拟购置场地新建场口“老鹰”培训基地，建设内容主要包括主体教学大楼建设、宿舍楼建设、校区绿化、房屋装修及幕墙安装、设备软件购置及安装、教职人员招聘及培训等。通过本次项目新建，扩大公司自有校区教学面积，完善教学、办公和住宿环境，满足招生规模扩张对教学场地的要求。

2、项目必要性分析

（1）抓住行业发展机遇，满足客户需求的必然要求

近年来，随着国家政策的进一步推动，人们对素质教育的重视逐渐加强，以美术绘画为代表的艺术培训持续升温。由于行业的特殊性，目前市场上艺考美术培训机构众多，据统计，全国范围内有数千家画室参与美术艺考培训。面对日趋激烈的竞争形势，如何全面提升综合竞争力，提升教学质量、扩展培训内容、提供安全舒适的教学环境成为各美术培训企业所面临的共同问题。

在美术艺考的专业课培训过程中，稳定的教师资源、成熟的教学体系和完善的场所对保证教学质量，提升学员美术专业素养至关重要。当前，公司的自有校区尚不能满足所有学员培训需求，在美术艺考培训市场日益扩张及学生家长对教学质量要求愈严的背景下，公司必须新建一个规模化的、现代化的、专业化的美术培训校区，提供高标准专业教学服务、生活服务，培养稳定的师资队伍，才能

顺应市场趋势满足各地美术艺考生群体的学习需求。

（2）扩大招生规模，提升品牌知名度的必然趋势

作为面授培训的典型场景，美术培训的招生规模受限于教学场地。租赁场地在面积、设施、消防、安全等诸方面均不能完全满足大规模现场培训的要求，随着招生规模不断扩大，建设自有校区成为必然趋势。因此，公司也迫切需要新建培训基地扩大教学规模，吸纳更多优秀美术专业生源，不断增加营收规模，并不断投入到美术教学探索和艺术交流分享中，使公司的目标不仅是带领学生在美术艺考的专业课考试上取得优异成绩，更是培养学生整体的美术素养，加强公司与过往学生之间的关联性，让公司的品牌在更大范围内传播，形成口碑创收、持续投入、持续提升口碑的良性循环。

（3）规范化发展，应对行业变革实现长远发展的现实需要

短期来看，市场需求不断增长会导致美术培训机构的数量和营收规模持续增加。但长期来看，随着部分知名机构的扩张和规范化运营以及相关法律法规的健全，资本市场资金流必将大规模流入美术艺考培训行业，形成一批行业龙头。大型培训机构更容易形成规模优势和品牌效应，小型画室将会逐渐退出市场，转型其他业务或者被收购。因此公司必须通过新建现代化校区做大规模，做强品牌影响力，并借助资本力量，充分应对整个艺术培训行业即将出现的竞争格局变革。

3、项目可行性分析

（1）良好的市场前景为新增招生容量的消化奠定基础

艺术教育是学校实施美育的重要途径和内容，是素质教育的有机组成部分。近年来随着生活水平和文化意识的提高，大众对文化艺术的追求和认识发生了重大变化，艺考招生规模近年来也不断扩大，报名人数逐年上升，2019年美术联考的报名人数更是创历史新高，达到56万余人。市场也敏锐捕捉到大众需求，根据Analysys易观的数据，我国美术艺考培训市场规模从2015年的162.30亿元不断提升至2019年的259.90亿元，年均复合增速为12.49%，预计2022年美术艺考培训市场规模为351.70亿元。美术艺考培训广阔的市场前景，为项目新增招生容量的消化奠定坚实的经济可行性基础。

（2）充分的人才考核与激励有利于项目的实施

目前，公司拥有一支专业的教学团队，核心骨干均拥有多年教育教学经验，依托对教育教学理念的深刻理解和把握，不断将技术创新和团队管理紧密相结合。公司向来重视人才的招纳、培养与激励，陆续招纳来自于专业美术院校毕业的优秀教师，建立教师竞争和培训机制，激励教师持续改进和完善教学方式。截至2019年12月，公司共有专业课教师337名，其中核心骨干均直接或间接持有公司股份，为公司的发展和本项目的实施奠定人才基础。

（3）较高的品牌认可度为项目实施提供市场支撑

通过在业内的多年发展和积累，公司凭借优异的培训成绩取得了良好的口碑，在业内拥有较高的知名度。经过长期的品牌积淀和客户口碑传播，形成了公司的品牌优势，使公司获得了众多青少年和家长的认可。以 2019 年为例，公司学员参加浙江省联考取得 90 分（含）以上成绩的有 224 名；共取得九大美院合格证 2,891 张；2,866 人被本科院校正式录取，其中 730 人被九大美院录取（含中国美院 312 人）。长期品牌积淀与客户口碑形成公司的品牌优势，有助于获得消费者和其他培训机构的认同，进一步拓展市场，为本项目的实施提供市场支撑。

4、项目投资概算

本项目新建场口校区，包括主体教学大楼建设、宿舍楼建设、校区绿化、房屋装修及幕墙安装、设备软件购置及安装、教职人员招聘及培训等。预计项目总投资47,024.08万元，其中建设投资39,281.55万元，土地购置费2,516.00万元，预备费1,964.08万元，铺底流动资金3,262.45万元。具体投资规模见下表：

序号	工程或费用名称	投资金额（万元）		合计	占比
		T+1	T+2		
一	**建设投资**	**25,989.53**	**13,292.03**	**39,281.55**	**83.53%**
1.1	建筑工程及设备	24,478.57	12,519.27	36,997.84	78.68%
1.1.1	设备购置及安装费	-	3,630.66	3,630.66	7.72%
1.1.2	软件购置及安装费	-	13.00	13.00	0.03%
1.1.3	土建及装修工程费	24,478.57	8,875.61	33,354.18	70.93%
1.2	建设工程其它费用	1,510.96	772.76	2,283.72	4.86%
二	**土地购置费**	**2,516.00**	**-**	**2,516.00**	**5.35%**

序号	工程或费用名称	投资金额（万元）		合计	占比
		T+1	T+2		
三	预备费	1,299.48	664.60	1,964.08	4.18%
四	铺底流动资金		3,262.45	3,262.45	6.94%
五	项目总投资	29,805.00	17,219.07	47,024.08	100.00%

5、项目实施进度情况

本项目预计建设期为 18 个月，建设完成后即投入运营，达产后预计新增销售收入 22,237.82 万元。其中，土建工程、幕墙和装修计划 12 个月完成，再用 6 个月时间完成人才招聘与培训、设备购置与安装调试。

项目实施进度安排（月）

序号	建设项目	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	土地平整及规划设计																		
2	主体工程建设																		
3	装修工程																		
4	人才招聘与培训																		
5	设备购置																		
6	安装调试																		
7	试运营与验收																		

6、项目建设方案

（1）项目实施主体和地点

本项目实施主体为杭州老鹰教育科技股份有限公司，实施地点浙江省杭州市富阳区场口镇场口新区，占地面积47.9亩。

（2）项目主要内容

本项目利用公司新购场地，通过新建主体教学大楼、宿舍楼、实施校区绿化、房屋装修及幕墙安装、购置及安装设备软件、招聘及培训教职人员等，新增 5,300 人次教学培训能力。项目完成后预计新增年销售收入 22,237.82 万元。

（3）项目主要工艺设备选型

本项目选用设备明细如下：

设备安装区	设备名称	数量	拟选设备商	单价（元）	设备投入金额（万元）
画室(标配)	桌椅（套）	4,600	定制	500.00	230.00
	画板（套）	4,600	定制	50.00	23.00
	多媒体系统	36	东芝	15,000.00	54.00
文化课教室（标配）	桌椅（套）	500	定制	300.00	15.00
	多媒体系统（套）	5	东芝	15,000.00	7.50
宿舍	床位（套）	4,600	定制	2,800.00	1,288.00
	卫生淋浴（套）	829	科勒	500.00	41.45
	衣柜（套）	4,600	定制	2,300.00	1,058.00
	沙发（套）	829	定制	1,500.00	124.35
	晾衣架（个）	829	定制	450.00	37.31
	窗帘（套）	829	定制	500.00	41.45
	宿管办公室家具（套）	24	定制	23,500.00	56.40
展厅	展示柜（套）	80	定制	11,800.00	94.40
	展示框（套）	80	定制	400.00	3.20
	多媒体屏幕（块）	5	华为	23,000.00	11.50
办公设备	办公家具（套）	135	定制	15,000.00	202.50
	电脑（台）	50	联想	6,500.00	32.50
	打印设备（台）	5	三星	32,000.00	16.00
	会议多媒体设备（套）	2	东芝	150,000.00	30.00
食堂设备	就餐设施桌椅（套）	800	定制	1,800.00	144.00
	厨房设备（套）	1	方太	300,000.00	30.00
其他	公车（辆）	3	别克	200,000.00	60.00
	跑步机（台）	10		20,000.00	20.00
	椭圆机（台）	5		15,000.00	7.50
	三人站力量综合训练套装（套）	2		13,000.00	2.60
合计					**3,630.66**

本项目软件投入明细如下：

序号	软件名称	软件类别	品牌	单位	数量	单价（万元）	软件购置成本（万元）
1	Office 办公软件	办公软件	微软	套	50	0.10	5.00

序号	软件名称	软件类别	品牌	单位	数量	单价（万元）	软件购置成本（万元）
2	设计软件	教学软件	绘画了	套	50	0.16	8.00
	合计	-	-	-	**100**	-	**13.00**

7、项目环保情况

本项目建设期主要涉及土建及装修工程，将产生少量废气、废水、噪声、固体废弃物等，运营期间会有学员、工作人员的生活污水、生活垃圾排放。公司将设置专人全权负责该项目环保措施的落实、日常管理和监测工作，严格按照相关法规与政策的要求采取必要的环保措施。对于废水排放，通过经过污水处理设施处理达标后排入市政污水管网；对于固体废弃物，通过分类收集并集中处理。

本项目已经杭州市富阳区环评备案，备案项目编号为：201933011100000506。

8、项目的核准或备案情况

本项目已经杭州市富阳区发展和改革局核准，核准项目代码为2018-330111-82-02-010704-000。

9、项目效益分析

本项目预计建设期为18个月，建成后第4年满负荷运转，预计新增年均收入22,237.82万元，新增年均净利润5,379.36万元。本项目动态税前投资回收期为6.14年（含建设期），动态税后投资回收期为8.53年（含建设期）；税前内部收益率为21.86%，税后内部收益率为17.10%。

10、项目投资进度

2019 年 9 月 4 日，发行人召开第二届董事会第六次会议，审议通过了《关于公司首次公开发行股票并上市的议案》、《关于公司首次公开发行股票募集资金投资项目及其可行性的议案》，同意本次发行募集资金用于“新建场口‘老鹰’培训基地项目”（以下简称“新建场口校区项目”）、“体验中心建设和品牌推广项目”以及“信息化建设项目”。其中，新建场口校区项目总投资 47,024.08 万元，募集资金投资金额 30,000.00 万元，发行人于 2019 年 9 月 14 日董事会召开日已经通过自筹资金实际支出 15,659.12 万元。

为加快建设场口校区，解决自有校区不足问题，发行人先行通过银行借款等

自筹资金支付场口校区项目建设所需款项。场口校区工程于 2020 年 6 月建成达到预定可使用状态，截至本招股说明书签署日，相关建设、装修费用投入完毕。本次发行上市募集资金到位后，发行人将用募集资金置换前期投入的自筹资金。

发行人本次募集资金到位实际晚于工程进度，主要因为募集资金到位日期难以预计且场口校区对于发行人整体发展战略实施具有重要意义，需要加快建设以满足新一届学员对教学场地的需求。因此，发行人以自筹资金先行投入，待本次发行上市募集资金到位后予以置换。上述募集资金投资项目投资、置换及其可行性已经发行人第二届董事会第六次会议、2019年第二次临时股东大会审议通过。

（二）体验中心建设和品牌推广项目

1、项目概况

本项目是根据公司的发展战略及业务拓展的需要，在现有市场推广和品牌建设的基础上，拟在全国32个城市租赁场地布局体验中心，满足当地品牌形象宣传、教学成果展示、教学互动体验、美术素养传播的需要；同时在杭州租赁场地作为公司总部营销服务团队办公场所。项目建设完成后将增强公司获取生源能力，提升学员和家长对公司品牌、课程服务的认知和认同程度，拓展公司的营销推广渠道，促进公司经营业绩的进一步提升。

2、项目必要性分析

（1）有利于提升营销推广能力，满足公司快速增长的业务需求

公司现阶段的宣传策略倾向于学员推广、口碑相传，通过保证教学质量建立品牌口碑。现有营销推广体系依靠在校学生和家长的群体效应，但朋友、亲戚、同事、同学等关系较为密切的群体受地域限制较大，品牌效应存在传播瓶颈。未来，随着场口校区的投入使用，公司招生容量进一步扩大，为保持业绩高速增长，必然需要通过更有效的宣传推广策略来满足新校区的生源需求。

本项目将在全国范围内建设体验中心，形成覆盖全国主要城市的较为完善的营销服务网络体系，通过优质的教学服务、科学的课程设计、舒适的艺术环境体验，为青少年打造家门口的专业化美术学习体验中心。体验中心的建立，有利于通过近距离的客户服务，提升学生、家长对公司品牌的认知度和认同度，能有效扩大学员的辐射范围，扩大口碑推广群体，并结合公司线上线下的宣传推广，提

高公司的品牌知名度和影响力，以此为公司带来持续的增长动力。

（2）有利于巩固并提升市场地位，实现公司业务战略布局

公司是“全国十佳画室”和“杭州十大品牌画室”，凭借着“老鹰画室”良好的品牌影响力和教学实力，深耕于浙江本地，并向国内其他省市有序扩张。经过多年的发展与布局，已拥有**场口**、银湖、象山、义乌、深圳、温州、成都七个校区。目前生源大部分来源于浙江，占到公司生源总数的 50%左右。为了持续获取全国范围内的生源，巩固并提升市场占有率，公司必须加快全国范围的营销网络推广布局，加大浙江以外地区市场的拓展力度。

本项目将基于公司未来的发展战略目标，在全国 32 个城市布局体验中心。体验中心主要通过课程体验、咨询选课、讲座交流和课程服务等模式来进行宣传引导和体验，将潜在学员引流至公司的校区。项目的建设将会极大提升公司在全国范围内获取生源的能力，有助于保证公司业绩的高速增长，进而巩固并提升公司的市场地位，实现全国范围内的战略布局目标。

3、项目可行性分析

（1）美术培训市场前景广阔，发展空间巨大

艺术教育是学校实施美育的重要途径和内容，是素质教育的有机组成部分。近年来随着生活水平和文化意识的提高，大众对文化艺术的追求和认识发生了重大改变，艺考招生规模近年来也不断扩大，报名人数逐年上升，2019 年美术联考的报名人数更是创历史新高，达到 56 万余人。市场也敏锐捕捉到大众需求，根据 Analysys 易观的数据，我国美术艺考培训市场规模从 2015 年的 162.30 亿元不断提升至 2019 年的 259.90 亿元，年均复合增速为 12.49%，预计 2022 年美术艺考培训市场规模为 351.70 亿元。美术艺考培训广阔的市场前景，为本项目的实施奠定坚实的经济可行性基础。

（2）公司教学能力和教学质量突出，市场认可度高

自成立以来，公司始终坚持以提升教学质量为业务发展重中之重，凭借突出的教学能力和教学质量，在业内树立了良好的品牌形象，竞争优势明显。以 2019 年为例，公司学员参加浙江省联考取得 90 分（含）以上成绩的有 224 名；共取得九大美院合格证 2,891 张；2,866 人被本科院校正式录取，其中 730 人被九大

美院录取（含中国美院 312 人）。良好的口碑和优异的教学质量，有助于获得学员和家长的认可并形成市场影响力，为本项目的实施奠定了市场可行性基础。

（3）公司拥有完善的考核培训体系，具备强大的教研和管理师资力量

公司拥有一套明确的专业课教师选择标准和入职培训及后续培训体系。教师选择标准严格，首先考核专业教师的综合实力，包括综合专业技能、教学能力和沟通能力，优中选优；其次要求教师形象谈吐好、心理素质优。公司不断招纳来自于专业美术院校毕业的优秀教师，并针对新入职教师开展 3~6 个月的在职培训，对全体教师每年定期开展专业技能、美术教育等方面培训，以保证教学质量。截至 2019 年 12 月底，公司拥有一支 337 人的专业教学团队，核心骨干均拥有多年教育教学经验，依托对教育教学理念的深刻理解和把握，将技术创新和团队管理紧密相结合。教学团队能够根据美术艺考改革的变化以及学生的个人能力在不断变化中制定个性高效的教学模式。强大的教研和管理师资力量为本项目的实施提供了人力资源保障。

4、项目投资概算

本项目预计投资总额为10,601.29万元，其中场地建设投资4,510.68万元，主要用于场地的租赁与装修，占总投资额的42.55%；设备购置费986.85万元，占总投资额的9.31%；宣传推广费3,358.00万元，占比31.68%；项目人员招聘与培训费用1,745.76万元，占总投资额的16.47%。具体投资规模见下表：

序号	工程或费用名称	投资金额（万元）				占比
		T+1	T+2	T+3	合计	
1	场地建设	1,492.95	1,738.35	1,279.38	4,510.68	42.55%
1.1	场地租赁	377.27	519.71	381.54	1,278.52	12.06%
1.2	场地装修	1,115.68	1,218.64	897.84	3,232.16	30.49%
2	设备购置	301.05	324.50	361.30	986.85	9.31%
3	宣传推广费	941.00	1,425.00	992.00	3,358.00	31.68%
3.1	广告投放费	184.00	193.00	181.00	558.00	5.26%
3.2	线上推广费	660.00	1,110.00	700.00	2,470.00	23.30%
3.3	线下活动	58.00	77.00	77.00	212.00	2.00%
3.4	其他	39.00	45.00	34.00	118.00	1.11%
4	人员工资	563.10	600.72	581.94	1,745.76	16.47%

序号	工程或费用名称	投资金额（万元）				占比
		T+1	T+2	T+3	合计	
5	项目总投资	3,298.10	4,088.57	3,214.62	10,601.29	100.00%

5、项目实施进度情况

本项目体验中心分三年建设，总部营销推广中心和单个体验中心建设周期为1年。建设期内，公司将根据体验中心所在区域的实际情况和公司业务拓展情况，对相应体验中心进行具体规划和建设，同期购置相关设备并进行人员招聘。单个体验中心和总部营销推广中心实施进度如下图所示：

单个体验中心和总部营销推广中心实施进度安排（月）

工作阶段	2	4	6	8	10	12
选址及租赁						
装修						
设备采购及安装						
人员招聘及培训						
试运行						

6、项目建设方案

（1）项目实施主体和地点

本项目实施主体为杭州老鹰教育科技股份有限公司，公司拟投入人力、物力在全国范围内 32 个城市建设 32 个体验中心和杭州总部营销服务中心，完善整个营销推广体系的建设。

（2）项目主要内容

①场地建设规划

为了把握市场机遇，快速占领更多的区域市场，公司计划未来三年在全国范围内布局体验中心。体验中心的建设主要是扩大公司业务推广的覆盖区域，加大品牌推广和营销渠道建设的深度。具体建设内容为在全国范围内 32 个城市建设 32 个体验中心。根据各城市的经济水平、潜在学员市场规模等因素，将体验中心分为三类：I 类体验中心、II 类体验中心、III 类体验中心。未来三年，体验中心建设的数量规划和地点规划如下所示：

体验中心建设数量规划

体验中心类型	单个体验中心面积规划（平方米）	建设数量规划（个）		
		T+1	T+2	T+3
I 类体验中心	675	6	8	2
II 类体验中心	492	3	1	2
III 类体验中心	313	0	1	9

体验中心建设地点规划

体验中心类型	建设地点规划		
	T+1	T+2	T+3
I 类体验中心	福州、南京、青岛、郑州、南昌、广州	兰州、沈阳、哈尔滨、长春、武汉、成都、昆明、长沙	上海、南宁
II 类体验中心	苏州、厦门、济南	大连	宁波、温州
III 类体验中心		徐州	湖州、嘉兴、绍兴、衢州、余姚、海宁、诸暨、瑞安、乐清

同时，根据公司发展战略需求和市场推广计划，在杭州租赁 200 平方米作为总部营销推广中心。

②设备配置方案

根据体验中心类型的不同，分别配置不同规格的设备，其中单个 I 类体验中心配置 33.6 万元设备，单个 II 类体验中心配置 29.6 万元设备，单个 III 类体验中心配置 26.1 万元设备；另外，总部营销推广办公室配置 10.65 万元设备。项目设备具体明细如下图所示：

项目设备清单

序号	设备类别	名称	产地/型号	单位	数量	单价(元）	金额（万元）
1	多媒体一体机	德芝	65 寸/I5/4G	台	98	15,000	147.00
2	投影仪	索尼	VPL-EX575	台	97	10,000	97.00
3	幕布	宏联	250 英寸	张	97	5,000	48.50
4	电脑	联想	i5-8250U1366X768 HD 屏 8G 内存 +256G 固态	台	301	6,000	180.60
5	复印扫描机	佳能	MF635cx	台	65	5,000	32.50
6	办公桌椅			张	301	1,000	30.10

序号	设备类别	名称	产地/型号	单位	数量	单价(元）	金额（万元）
7	接待沙发			套	70	20,000	140.00
8	学生椅子			张	2680	150	40.20
9	电视机	索尼	KDL-50W660F	台	64	3,000	19.20
10	广播			套	32	25,000	80.00
11	监控			套	32	30,000	96.00
12	文件柜			组	1185	500	59.25
13	茶水设备			套	33	5,000	16.50
	合计						**986.85**

③人员设置方案

根据体验中心类型的不同，分别配置不同人员规模，其中单个 I 类体验中心配备 10 人，单个 II 类体验中心配备 9 人，单个 III 类体验中心配备 8 人；另外，总部营销推广办公室新增 7 人。具体如下所示：

单个体验中心人员配备

岗位类别	单个体验中心项目定员（人）		
	I 类体验中心	**II 类体验中心**	**III 类体验中心**
总负责人	1	1	1
专业老师	3	3	3
学生管理老师	2	1	1
前台接待	1	1	1
市场推广	2	2	1
后勤	1	1	1
合计	**10**	**9**	**8**

体验中心人员引进计划

岗位类别	T+1（人）	T+2（人）	T+3（人）	合计（人）
总负责人	9	10	13	32
专业老师	27	30	39	96
学生管理老师	15	18	15	48
前台接待	9	10	13	32
市场推广	18	19	17	54

岗位类别	T+1（人）	T+2（人）	T+3（人）	合计（人）
后勤	9	10	13	32
合计	**87**	**97**	**110**	**294**

总部营销服务中心人员规划

岗位类别	岗位名称	现有人员（人）	新增人员（人）
运营	策划	0	1
运营	文案	0	2
运营	设计	2	1
品牌	PR	1	0
品牌	BD	1	0
运营	编辑	2	0
运营	视频	2	1
运营	摄影	0	2
合计		**8**	**7**

④线上推广和活动投入

线上推广主要包括微博、广点通、今日头条、抖音等，活动投入主要包括沙龙、公益活动、竞赛活动、地推活动等。公司线上推广和活动投入计划具体如下：

项目线上推广和活动投入计划

序号	渠道/活动类型	投入规划（万元）		
		T+1	T+2	T+3
1	微博	100.00	300.00	100.00
2	广点通	80.00	150.00	50.00
3	头条	150.00	350.00	200.00
4	抖音	100.00	100.00	150.00
5	b 站	50.00	50.00	50.00
6	百度 SEM	50.00	30.00	20.00
7	360	30.00	30.00	30.00
8	公众号	50.00	50.00	50.00
9	网红 KOL	50.00	50.00	50.00
10	地推	1.00	1.00	1.00
11	沙龙	5.00	5.00	5.00

序号	渠道/活动类型	投入规划（万元）		
		T+1	T+2	T+3
12	公益	2.00	3.00	5.00
13	竞赛	10.00	20.00	20.00
14	公开课	1.00	2.00	3.00
15	广告投放	184.00	193.00	181.00
16	其他投入	78.00	91.00	77.00
17	**合计**	**941.00**	**1,425.00**	**992.00**

7、项目环保情况

本项目以办公为主，不属于固定资产投资项目，不存在环境污染问题。本项目不需要进行环境影响评价。

8、项目的核准或备案情况

本项目已经杭州市富阳区发展与改革局备案，备案项目编号：富发改产业〔2020〕1号。

（三）信息化建设项目

1、项目概况

本项目主要建设内容为企业管理平台、智慧校园平台和IT基础支持平台建设。通过本项目的实施，有助于提升公司信息技术软硬件环境和支持能力，为公司的业务发展提供保障，巩固行业地位并提高公司的综合竞争力。

2、项目必要性分析

（1）顺应美术艺考培训行业信息化发展趋势的要求

当前中国美术艺考专业课培训仍以小型独立画室为主，专业化、体系化教学的程度比较低，行业发展正处于成长期。随着行业整合及行业成熟度的提高，行业利润向规模化、企业化的画室迅速集中，行业知名企业将担当起行业资源整合的重任。传统的美术艺考培训企业内部势必也会进行自身的进化。由从前的小画室到如今用信息化层层武装的现代化企业，美术艺考培训企业的进化突出地表现在如何强化教学、学工管理、校园管理等诸多模块，由此迫切需要一套先进的信息化管理系统转变原有经营管理方式。

本项目的实施不仅符合国家十三五提出的“教育和信息化融合发展”的政策导向，也是国内艺术培训行业的大势所趋。

（2）作为规模化企业提升整体管理水平的需要

通过建立全面、完整的业务管理平台，公司将形成一套操作性强的标准管理流程，使管理标准固定化、业务处理一站化，实现控制标准与业务处理的一体化，促进企业基础管理的法制化。教育培训企业的信息化建设还有利于促进公司各部门、工作流程各环节配合得更加紧密，使公司在教学管理、学生管理、财务管理、人力资源管理、市场推广运营以及办公自动化等方面更加有效率，促进对整个企业管理的系统化和规范化。另外，信息化建设还将促进公司与各校区的沟通与协作，提高公司对外部环境的管理能力。借助数据分析与决策支持平台，公司决策层能及时、准确的掌握各经营要素的配置状况及与教学需求的匹配程度。

因此，企业的信息化建设是提高公司管理水平，为企业领导层和管理层决策提供依据，促进公司管理信息度集成和管理方法科学化的重要措施。

（3）作为培训机构提升教学水平及学习体验的需要

随着互联网数字信息技术和人工智能技术的不断发展，各行各业都在规划智能升级改造。在教育行业，“智慧校园”早已从概念化和政策鼓励引导，广泛渗透到高职教育中，也吸引基础教育积极参与实施。智慧校园通过智能硬件和信息平台搭建实施，能够帮助规模化、企业化经营的教育培训机构参与学校各种环境控制、学生安全管理、教学管理、家校互动管理，具体包括目标学生学习生活数据采集、安全定位、教学生活环境的实时监控报警，对教学满意度、生活服务水平、学生老师表现进行评估分析等。尤其是在大数据驱动下，信息技术能帮助企业对历史数据进行挖掘，通过对学生行为例如购物频次、学科偏好、地域及季节性特点等方面进行分析，帮助企业更好地把握学生需求动态，针对性地提升教学品质和学生生活服务质量。

因此，随着场口校区的投入使用及全国各地区教学体验中心的正式运营，公司的经营规模将上一个新台阶，面对日益复杂的人、物、环境和数据信息，以及教职工、学生和家长互动体验需求，公司迫切需要完善加强智慧信息系统和智能硬件的投入使用。

3、项目可行性分析

（1）国家行业规划及产业政策支持项目实施

随着国民经济的不断发展、人们对艺术爱好追求日益提高，艺术培训体系不断发展成熟，行业规模及艺考群体不断扩大。作为高中教育和艺术高等教育之间的重要衔接，艺考培训企业需不断强化运用信息化技术巩固教学培训和经营管理能力。近年来，国家出台的教育信息化相关发展规划和支持政策鼓励教育行业的信息化建设，这些政策直接促进了教育信息化行业和教育行业快速发展，也为本项目建设提供了重要的政策支持。

（2）教育信息化行业发展完善为项目实施提供坚实技术保证

近年来，信息技术的迭代发展不断推动着教育培训的变革创新，随着计算机、互联网等基础设施建设日趋完善，大数据、物联网、VR、人工智能、云平台等技术在教育培训领域得到越来越多的应用，我国教育体制从教学对象、教学资源、教学环境、学习理论、教学模式、教师能力、教育理念等多维度发生一系列变化，教育信息化供给情况也出现新趋势。

首先，教育信息化产品种类丰富度不断提高。我国教育信息化硬件从最初的投影仪，到现在的电子白板，再到未来的 AR/VR 设备，技术的进步带来硬件设备的更迭，带来教学体验和教学工具的改善。软件及服务产品随着服务场景的深化，数据分析技术优化，与 AI 技术的深度融合而有更多可供挖掘的个性化的、定制化的服务类型。

其次，教育信息化公司产品线不断延伸。经过多年发展，教育信息化市场形成参与者众多，但又高度离散的市场格局，具有一定实力的教育信息化企业开始拓展业务产品线，逐渐发展成集硬件、软件、解决方案于一体的教育信息化整体解决方案供应商，为客户提供一站式产品服务，有助于整合数据信息、提高产品的兼容性，提高用户体验，增强客户粘性。

中国教育信息化行业的发展日趋完善，为项目的实施奠定坚实的技术可行性基础。

（3）公司持续稳定增长的经营规模为项目实施奠定重要基础

教育信息化解决方案涉及系统规划、技术架构和应用软件开发设计、系统的

实施以及后期的技术服务，技术复杂度高，对业务协同、数据处理、信息安全等技术要求较高。需要公司先期投入软硬件设施，并组织专业技术人员长期运维和二次开发，具有较高的资金门槛且项目实施周期较长，短期内不能直接体现出经济效益。因此需要教育培训企业具有一定的经营规模和持续稳定的营利能力，摊薄成本。

通过在业内的多年发展和积累，公司凭借高于同行的培训成绩取得了良好的口碑，在业内拥有较高的知名度。经过长期的品牌积淀和客户口碑传播，形成了公司的品牌优势和市场优势。在校学习人数持续增长，公司营业收入也从 2017 年的 1.73 亿元增长到 2019 年的 2.87 亿元，保持持续稳定的发展趋势，为项目的实施提供了充分的实施条件。

4、项目投资概算

本项目总投资 6,895.20 万元，其中主要投资包括：设备购置及安装费用 2,463.87 万元，占比 35.73%；软件购置、实施及开发等费用 3,913.00 万元，占比 56.75%；预备费 193.36 万元，占比 2.80%；项目实施费用 256.50 万元，占比 3.72%。各项明细及占比情况如下：

序号	工程或费用名称	投资金额（万元）			投资估算（万元）	占比
		T+1	T+2	T+3		
一	**建设投资**	**3,393.15**	**1,906.20**	**1,146.00**	**6,445.35**	**93.48%**
1.1	设备购置及安装费用	1,385.67	726.20	352.00	2,463.87	35.73%
1.2	软件购置费用	1,939.00	1,180.00	794.00	3,913.00	56.75%
1.3	机房改造装修费用	68.48			68.48	0.99%
二	**预备费**	**101.79**	**57.19**	**34.38**	**193.36**	**2.80%**
三	**项目实施费用**	**48.70**	**97.02**	**110.78**	**256.50**	**3.72%**
3.1	人员工资及福利	38.40	76.80	80.64	195.84	2.84%
3.2	能耗	10.30	20.22	30.14	60.66	0.88%
四	**项目总投资**	**3,543.64**	**2,060.41**	**1,291.16**	**6,895.20**	**100.00%**

5、项目实施进度情况

本项目建设期为 36 个月。募集资金到位后，30 个月内陆续完成机房设备购置及安装工程（包括 UPS 配电系统、气动消防系统、动力环境监控系统等）和硬件设备购置及安装工程（云平台服务器、SAN 交换机、FC 存储等）。在项目

建设期内完成软件开发的商务谈判、需求调研、软硬件需求确认、硬件安装、软件开发、系统集成、人员培训等。

项目进度安排（季）	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12
开发商务谈判												
需求调研/修改												
中心机房装修												
硬件购置及安装												
软件代码编写与测试												
系统集成整体测试												
试运行与验收												

6、项目建设方案

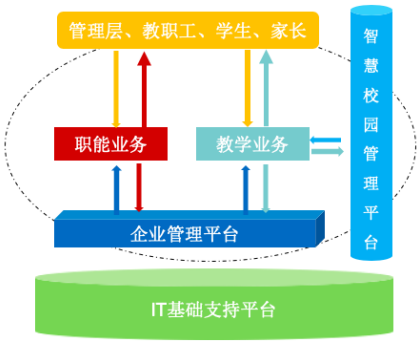
（1）项目实施主体和地点

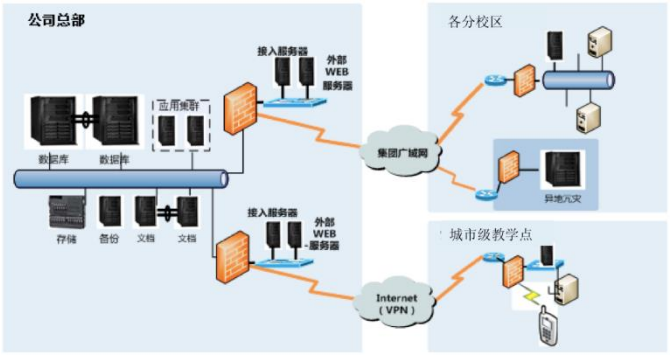
本项目实施主体为杭州老鹰教育科技股份有限公司，实施地点为位于浙江省富阳区场口镇新区公司自有土地内。

（2）项目主要内容

本项目拟通过企业信息硬件设施和网络系统建设以及有效的资金保障和制度保障，构造一个由企业管理平台、智慧校园平台、IT 基础支持平台三大部分的建设组成的综合协同管理平台，实现各种企业管理信息和教学业务数据信息的管理以及数据分析与决策支持的共享。

企业管理信息化建设方案构架及技术方案





公司信息化整体构架包括三方面内容，即企业管理平台，智慧校园平台、IT基础支持平台。其中，其中企业管理平台是公司日常管理业务的支撑平台，将办

公自动化管理、财务管理、教学管理、学生管理、营销推广管理等各职能部门的电子信息采集处理，形成标准化数据库，实现部门间数据信息的互联共享。

智慧校园平台，作为教育培训类企业，小班级的教室信息化管理或大校区的智慧校区信息管理，按传统理解本身也是企业管理平台中教学、教务业务模块的一部分。但是由于学校管理工作的独特性和复杂性，在环境安全、心理安全、个性化评测等方面都有高于一般企业的标准，有其特有的运行模式。因此本次信息化建设智慧校园平台将作为核心层，主要通过智能硬件和配套软件系统，在保障学生安全、提供便捷后勤服务、全方位服务教育教学、统计分析数据等方面为教学决策提供依据。

IT 基础支持平台是企业信息化的基础和纽带，为公司提供稳定网络环境和数据信息存储、处理设备设施，作为企业管理、智慧校园管理平台的后台运行支持。

信息化系统组成模块及其功能内容

系统名称	模块名称	主要功能内容
企业管理平台	门户	实现通知、公告、新闻、提醒，各业务系统统一入口等功能
	企业流程管理系统	实现流程审批、协同工作、公文管理沟通工具、以及基于整个管理系统实现的行政管理、计划管理、报销管理、会议管理、关联人员、系统集成、门户定制、通讯录、工作便签、问卷调查、常用工具(计算器、万年历等)等功能
	HR 人力资源管理	人力资源规划、岗位分析与设计、招聘、薪酬、培训、绩效等
	财务管理	企业资金来源和资金使用进行计划、控制、监督、考核等；企业内部各部门、各单位的各种财务及非财务资源进行分配、考核、控制等
	市场推广管理	艺考的最新动态、老鹰画室的成绩展示、授课展示、线上线下活动推广、老鹰教师团队风采、学校人文生活
	教务管理	企业管理平台设置接口和界面供职能人员直接使用，主要通过智慧校园平台实现原始数据采集、处理和分析
	学工管理	
	后勤管理	
	课程研发管理	
智慧校园平台	智慧校区管理	校园监控系统，校园一卡通、人脸识别系统、访客管理系统、智能周界系统、智能巡更系统、智能消防管理系统、人行管理系统、人员定位系统、视频会议系统、指挥中心管理调度系统等
	智慧教学	智能排课系统、选课管理系统、成绩管理系统、教

系统名称	模块名称	主要功能内容
		学科研管理系统、教学评测系统、平台直播系统、作品管理系统、迟课督导系统等
	智慧学工	智能宿舍系统、学生信息管理系统、迎新管理系统、写生管理系统、报考信息管理系统、学生成长档案系统等
	智慧教室	环境控制系统、多媒体教学系统、教学互动系统、电子班牌、智能点名系统等
	家校通	学生在校情况查询系统、家校沟通记录系统等
	BI 数据可视化系统	班级学习统计分析、学生行为分析、课程偏好分析、财务管理分析、后勤保修分析等
IT 基础支持平台	网络管理	提供统一的身份认证与权限管理，在信息安全的基础下，实现合法用户能在有、无线环境下能访问公司核心应用，同时针对不同级别的应用采用多种容灾、备份方式，保证 IT 服务的高可用。综合管理企业经营所需的内外部数据，多种角度和形式的数据展示分析，多种预警与指标分析工具，针对决策的数据模拟工具
	CA 认证	
	统一管理权限	
	容灾备份管理	
	服务性能管理	

7、项目环保情况

本项目为公司信息化建设项目，不会对自然环境造成污染。本项目不需要进行环境影响评价。

8、项目的核准或备案情况

本项目已经杭州市富阳区发展和改革局备案，核准项目编号为富发改产业〔2020〕2号。

（四）新建场口“老鹰”培训基地项目中是否包括该校区未来教职员工费用，与其他 2 个项目分别列支人员费用存在差异的原因，发行人杭州地区师资发展情况是否能够满足场口校区的实际运营需要

新建场口“老鹰”培训基地项目投资总额中包括该校区运营期第一年招聘教职员工部分工资及福利费用，该部分投入计入了铺底流动资金中。铺底流动资金是保证经营性项目建成运营后，能进行正常经营所需要的最基本的周转资金数额，本项目将运营期第一年（计算期第二年 T+2）发生的教职员工工资福利费用和营业成本（食堂成本、培训成本、运行成本）合计数的 80%作为铺底流动资金计入总投资。其他两个项目属于非经营性项目，一般不存在铺底流动资金行列，故将建设期当年招聘教职工发生费用作为单独行列计入项目实施费用。

场口项目计划招聘专职教师 305 人，T+5 年（运营期第四年）人员全部到位，具体如下：

单位：人

序号	岗位类别	岗位名称	项目定员	T+2	T+3	T+4	T+5
1	教学部	素描老师	92	66	78	86	92
2		速写老师	92	66	78	86	92
3		色彩画老师	92	66	78	86	92
4		设计老师	9	6	7	8	9
5		文化课老师	20	14	16	18	20
合计			**305**	**218**	**257**	**284**	**305**

发行人师资主要来源于九大美院、师范类院校及其他艺术院校，以本科毕业生为主。近年来，九大美院及全国艺术学毕业生数量充足，通过校园招聘、社会招聘及内部培养，发行人杭州地区的师资发展能够满足场口校区的实际运营需要。

2017-2019 年艺术学毕业生数量

单位：人

毕业年份	普通本科	硕士研究生	博士研究生
2019	378,169	20,342	609
2018	373,131	19,108	586
2017	364,609	18,359	558

资料来源：教育部

2017-2019 年九大美院本科毕业生数量

单位：人

序号	院校	2017 届	2018 届	2019 届
1	中国美术学院	1,767	1,691	1,679
2	中央美术学院	790	794	805
3	清华大学美术学院	219	233	232
4	天津美术学院	1,051	1,093	1,092
5	四川美术学院	1,752	1,937	1,756
6	广州美术学院	1,246	1,116	1,310
7	西安美术学院	1,545	1,413	1,437
8	湖北美术学院	1,707	1,693	1,717

序号	院校	2017 届	2018 届	2019 届
9	鲁迅美术学院	1,788	1,792	1,632
	合计	**11,865**	**11,762**	**11,660**

资料来源：九大美院官网

2017-2019 年中国美术学院毕业生数量

单位：人

学历	2017 届	2018 届	2019 届
博士	14	18	13
硕士	323	338	338
本科	1,767	1,691	1,679
合计	**2,104**	**2,047**	**2,030**

资料来源：中国美术学院

三、募集资金运用对公司财务状况及经营成果的影响

（一）对财务状况的影响

本次发行完成后，公司的净资产规模和每股净资产将大幅提高，公司资产规模扩大，资产结构进一步得到优化，资金实力及偿债能力将大幅提升，抗风险能力也随之大幅增强。由于募集资金投资项目实施存在建设期，短期内公司的净资产收益率可能因净资产增加而有所下降，但随着投资项目效益的逐渐显现，公司的营业收入和营业利润将大幅增长，盈利能力持续提高，净资产收益率将随之回升。

（二）对经营成果的影响

本次募集资金投资项目建成后，将显著增强公司的核心竞争力，其中新建场口“老鹰”培训基地项目大幅提升公司招生教学规模、提高教学效率和质量，体验中心建设和品牌推广项目进一步增强公司销售服务能力，信息化建设项目进一步提升公司信息技术软硬件环境和支持能力。本次募集资金投资项目有利于公司更好地参与市场竞争，巩固公司市场地位，为公司的可持续发展和战略目标的实现提供可靠的保证，不断增强公司持续盈利能力。

四、未来发展与规划

（一）战略规划与目标

公司成立以来一直专注于青少年的素描、速写、色彩等美术专业科目培训。未来公司将继续专注于美术艺考领域，关注政策动向，完善课程体系，紧抓培训质量，进一步提升公司的市场品牌价值；整合公司现有培训资源和行业经验，逐步向少儿美术培养和美术职业培训领域扩张，延伸美术培训面向群体。

此外，公司在继续加强浙江地区品牌推广的同时布局全国重点省会城市和一二线城市，深入区域市场，通过体验课、各种形式的线上线下联合推广活动来提高公司在当地的品牌形象和影响力，为以后进一步在当地建立学习中心或者新的校区做战略储备。

（二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

1、扩大自建校区，提高招生容纳能力

美术培训行业对教学场地要求较高，公司几年来不断投入资金自建校区，2018 年建成启用“银湖校区”，并将于 2020 年 7 月启用“场口校区”。银湖和场口两大中心校区提高了公司招生容纳能力和硬件实力，为巩固公司在美术艺考领域的品牌优势和市场影响力发挥了重要作用。

2、加快线上产品研发，推动“线上+线下”联动发展

公司依托现有线下培训优势，投入开发“艺构微课堂”、“全校区同频教学”等适应线上教学和多校区异地协同产品，将互联网技术应用于美术培训领域，最大程度结合线下内容创制和线上快速传播的优势，同时也为公司向少儿美术培养和美术职业培训方向发展探寻道路。“线上+线下”联动发展完善了公司的核心产品链，形成了多方位、全天候、广覆盖的培训服务体系。

3、健全培训网络，布局国内市场，提高市场覆盖面

公司在杭州中心校区的基础上，陆续开设深圳、义乌、温州、成都等外地校区，稳步布局国内市场，提高在主要城市的覆盖面。美术培训行业具有一定的区域性，大型美术培训机构的成长发展必须实施“走出去”战略，通过增加网点覆盖实现快速扩张。外地校区营运提高了公司培训网络覆盖，为进一步外地扩张积累了管理经验和人才基础。

（三）未来规划采取的措施

1、加大线下线上推广力度，提升品牌形象

根据公司战略发展目标，未来三年内，公司拟在杭州总部建立营销推广中心，并在福州、南京、苏州、厦门、济南、郑州、南昌、青岛、广州、徐州、兰州、沈阳、大连、哈尔滨、长春、武汉、成都、昆明、长沙、上海、南宁、宁波、湖州、嘉兴、绍兴、衢州、温州、余姚、海宁、诸暨、瑞安、乐清全国 32 个城市分阶段、分步骤建立体验中心，形成覆盖全国主要城市的较为完善的营销服务网络体系。

各体验中心向辐射半径内美术初高中学员和美术爱好者面对面宣传老鹰画室美学理念、品牌形象、培训成果，向更多的全国学员输出老鹰画室专业的美术培训服务、美学素养培养，提升学员和家长对公司品牌的认知度和认同度。

杭州总部营销推广中心统一负责全国各校区和筹建下的 32 个体验中心的营销推广和市场拓展工作。加强当地市场推广的同时，加大线上推广力度，通过付费微博、广点通、头条、抖音、b 站、百度 SEM、360、公众号、网红 KOL 等热门平台，获取流量。

2、加大新产品研发力度，搭建全龄段美术培训教研体系

公司将加大新产品的研发力度。一方面，公司将坚持以市场需求为导向，积极开展已有课程的改进和新课程的研发工作，大幅度提高公司原有主营业务教学质量，丰富公司课程品类。另一方面，根据目前少儿及成人美术培训市场特点，实践探索少儿美术培训和成人职业教育，搭建全龄段美术培训教学研发系统，并形成标准化体系。此外，公司还将根据新技术、新商业模式带来的新的市场需求状况，开发线上课程体系，并不断丰富在线课程的内容和形式。

3、推动信息化建设，提升软硬件教学管理环境

公司一贯重视信息化管理的应用，随着业务的发展和校区的扩建，各校区、各部门之间的信息交流、互联互通越来越频繁。未来三年，公司拟建立一套完整的、一体化的信息化系统。信息化系统建设主要围绕企业管理平台、智慧校园平台、IT基础支持平台三个部分进行，实现企业所有的管理、教学经营、决策分析等业务均有相应的信息系统支撑，同时平台之间数据相互融合，构成公司完整的

信息化生态链，使公司各校区、各部门之间能紧密地形成一个完整的信息整体，提升软硬件教学管理环境，从而提高公司的经营管理水平，最终提升公司的效益，增强公司自身竞争力。

4、吸引优秀人才，加强人才储备

未来两年，公司将结合业务发展需要，一方面不断吸引优秀人才加盟，尤其是具备一定专业素质的核心教职人员和管理人才；另一方面通过各种途径加快提升线上和线下推广人员的业务素质，整体快速提升员工的专业能力和服务水平；同时，积极探索对各类人才有吸引力的激励机制，以丰富公司人才资源，积蓄成长力量。

5、借助资本平台，保障可持续发展

公司将根据自身实际情况和发展需要，采用法律法规允许的各种直接、间接融资方式，力求以最优的筹资组合及最低的筹资成本，为公司的持续发展筹措所需资金，同时提高资金的使用效率，保持良好的经营业绩。

本次发行上市后，公司将根据业务发展需要，利用好募集资金实现公司主营业务的发展规划，推动公司长远发展，实现公司整体发展目标。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

为保护投资者特别是中小投资者的合法权益，提高公司的规范运作水平，公司制定了与投资者保护相关的制度和措施，充分保障投资者依法享有的获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策等相关权益。

（一）信息披露制度和流程

为规范发行人的信息披露行为，确保公司的信息披露真实、准确、完整，切实保护公司股东的合法权益，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》等相关法律、法规和规范性文件，公司制定了《信息披露管理制度》。

《信息披露管理制度》对信息披露的基本原则，招股说明书、募集说明书与上市公告书，定期报告，临时报告，信息披露的程序，信息披露的媒体，以及信息披露豁免、暂缓披露等作出了规定。

公司的对外信息披露由公司董事会负责，公司董事长为信息披露的第一责任人，董事会秘书为信息披露工作的具体执行人和联络人，负责协调和组织公司的信息披露事项，确保公司真实、准确、完整、及时地进行信息披露。

（二）投资者沟通渠道的建立

负责信息披露和投资者关系的部门	证券投资部
董事会秘书	夏亚芳
联系地址	杭州市富阳区通政路 1 号
电话号码	0571-63321839
传真	0571-63321839
互联网地址	www.hzlyhs.com
电子邮箱	zhengquan@hzlyhs.com

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格遵守《公司法》、《证券法》、《上市公司信息披露管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》等法律、法规、规章

以及《公司章程》、《信息披露管理制度》等制度规定，认真履行信息披露义务，保证信息披露的真实、准确、完整，进一步提升公司规范运作水平和透明度，保障投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策与选择管理者的相关权利，切实维护全体股东，尤其是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

二、发行上市后的股利分配政策和决策程序，以及本次发行前后股利分配政策的差异情况

（一）发行上市后的股利分配政策和决策程序

根据公司于 2020 年 4 月 28 日召开的 2019 年度股东大会审议通过的《公司章程（草案）》，公司利润分配政策如下：

“（1）利润分配的原则：公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性、稳定性和合理性并兼顾公司的可持续发展，公司利润分配不得超过累计可分配利润的范围。

（2）利润分配的形式和期间间隔：公司的利润分配方案由董事会根据公司业务发展情况、经营业绩情况拟定并提请股东大会审议批准。公司可以采取现金、股票或现金股票相结合的方式分配利润；公司一般按照年度进行利润分配，在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红方式分配利润；在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。

（3）利润分配的条件和现金分红政策

公司实施现金分红时须同时满足如下条件：①公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；②审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；③公司累计可供分配利润为正值。

公司进行利润分配时，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，并按照本章程规定的程序，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。

重大资金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%且超过 3,000 万元；或者公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（4）现金分红的比例：在满足公司现金分红条件时，公司每年以现金方式分配的利润原则上不少于当年实现的可供分配利润的百分之十；公司在确定现金分配利润的具体金额时，应充分考虑未来经营活动和投资活动的影响以及公司现金存量情况，并充分关注社会资金成本、银行信贷和债权融资环境，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

（5）股票股利分配条件：如以现金方式分配利润后仍有可供分配的利润且董事会认为以股票方式分配利润符合全体股东的整体利益时，公司可以股票方式分配利润；采用股票方式进行利润分配的，应当考虑公司的成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素；充分考虑以股票方式分配利润后的总股本是否与公司目前的经营规模相适应，并考虑对未来债权融资成本的影响，以确保分配方案符合全体股东的整体利益。

（6）利润分配方案的实施：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。

（7）利润分配的信息披露：公司董事会未作出现金股利分配预案的，应当在年度报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。公司应在年度报告中详细披露现金分红政策的制定及执行情况；对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（8）其他事项：存在股东违规占用公司资金情况的，公司在进行利润分配时，应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

（9）利润分配政策的调整：公司因外部经营环境或自身经营状况发生较大变化，确有必要对本章程规定的利润分配政策进行调整或变更的，需事先征求独立董事及监事会意见，经过详细论证后，由公司董事会审议并提请股东大会批准；股东大会在审议该项议案时，需经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过；调整或变更后的利润分配政策不得违反中国证券监督管理委员会和证券交易所的有关规定。”

（二）本次发行前后，发行人股利分配政策的差异情况

1、发行人目前的股利分配政策

发行人现行《公司章程》第一百三十六条规定：公司分配当年税后利润时，应当提取利润的10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

发行人现行《公司章程》第一百三十七条规定：公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转为增加公司资本。但是，资本公积金将不用于弥补公司的亏损。法定公积金转为资本时，所留存的该项公积金将不少于转增前公司注册资本的25%。

发行人现行《公司章程》第一百三十八条规定：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。

发行人现行《公司章程》第一百三十九条规定：公司的利润分配政策为：公司应当执行稳定、持续的利润分配原则，公司利润分配不得超过累计可分配利润范围。

2、本次发行前后，发行人股利分配政策的差异情况

根据中国证监会、深交所相关法律法规的规定，本次发行后，公司股利分配政策在利润分配的原则、利润分配的形式和期间间隔、利润分配的条件和现金分红政策、现金分红的比例、股票股利分配条件、利润分配方案的实施、利润分配的信息披露、利润分配政策的调整方面进行了补充和完善。

三、本次发行完成前滚存利润的分配

根据公司于 2020 年 4 月 28 日召开的 2019 年度股东大会决议，公司本次发行前滚存的未分配利润，将由发行前公司的老股东和发行完成后公司新增加的社会公众股东共同享有。

四、股东投票机制的建立

（一）累积投票制

根据《公司章程（草案）》，股东大会就选举董事、监事进行表决时，采用累积投票制。前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东既可以用所有的投票权集中投票选举一人，也可以分散投票选举数人，按得票多少依次决定董事、监事入选的表决权制度。采用累积投票制选举董事时，独立董事与其他董事应分别选举，以保证独立董事在公司董事会中的比例。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票制度

根据《公司章程（草案）》的规定，股东大会设置会场，以现场会议形式召开。根据法律、行政法规的强制性规定或者中国证监会、证券交易所公布的强制性规范文件，应当采用网络或者其他方式为股东参加股东大会提供便利的情形的，从其规定，股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

（四）征集投票权

根据《公司章程（草案）》的规定，公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者国务院证券监督管理机构的规定设立的投资者保护机构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、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人董监高、核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺

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

1、限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺

（1）公司控股股东、实际控制人并任公司董事长应伟明承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的首发前股份，也不由发行人回购该等股份。

2、发行人首次公开发行股票上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后 6 个月期末收盘价低于首次公开发行价格，本人持有首发前股份的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长 6 个月。

3、本承诺函第 1、2 项所述锁定期届满后，本人在发行人担任董事、监事、高级管理人员期间每年转让的发行人股份不超过本人直接或间接持有发行人股份总数的 25%；离职后半年内，本人不转让所直接或间接持有发行人的股份。

4、本承诺函第 1、2 项所述锁定期届满后，本人在发行人担任董事任期届满前离职的，应当在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，遵守下列限制性规定：

（1）每年转让的股份不得超过本人所持发行人股份总数的 25%；

（2）离职后半年内，不得转让本人所持发行人股份。

（3）法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及深圳证券交易所业务规则对董事、监事、高级管理人员股份转让的其他规定。

5、本人直接或间接持有的发行人股份在锁定期满后两年内减持的，减持价格不低于发行价。

6、自发行人股票上市至本人减持期间，发行人如有权益分派、公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整。

7、本人承诺遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及深圳证券交易所业务规则关于股份转让的规定。

8、若因发行人进行权益分派等导致本人持有的发行人股份发生变化的，本人及本人所持股份仍适用上述承诺。

9、本承诺函所述股份流通限制及自愿锁定的承诺不因本人职务变更或离职等原因而终止。”

（2）公司股东老鹰投资承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的首发前股份，也不由发行人回购该等股份。

2、发行人首次公开发行股票上市后 6 个月内，如发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于首次公开发行价格，或者上市后 6 个月期末收盘价低于首次公开发行价格，本企业持有首发前股份的锁定期限在原有锁定期限基础上自动延长 6 个月。

3、自发行人股票上市至本企业减持期间，发行人如有权益分派、公积金转增股本、配股等除权除息事项，减持底价下限和股份数将相应进行调整。

4、本企业承诺遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及深圳证券交易所业务规则关于股份转让的规定。

5、若因发行人进行权益分派等导致本企业持有的发行人股份发生变化的，本企业及本企业所持股份仍适用上述承诺。”

（3）持有公司 5%以下股份的其他股东承诺：

“1、自发行人首次公开发行股票上市之日起 12 个月内，本人/本企业不转让或者委托他人管理所直接或间接持有的首发前股份，也不由发行人回购该部分股份。

2、本人/本企业承诺遵守法律、行政法规、部门规章、规范性文件以及深圳证券交易所业务规则关于股份转让的规定。

3、若因发行人进行权益分派等导致本企业持有的发行人股份发生变化的，

本人/本企业及本人/本企业所持股份仍适用上述承诺。”

2、股东持股及减持意向

（1）公司公开发行前控股股东、实际控制人应伟明持股意向及减持意向如下：

“1、本人拟长期持有公司股票。

2、若本人在锁定期满后拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、深圳证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持，且不违反本人在发行人首次公开发行时所作出的公开承诺。

3、本人将按照相关法律、法规、规章规定的方式减持发行人股份，包括但不限于交易所集中竞价交易、大宗交易、协议转让等方式。

4、如果在锁定期满后两年内，本人拟减持股票的，减持价格不低于发行价。若本次发行后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将进行相应的除权、除息调整。

5、本人承诺将按照《公司法》《证券法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定办理减持事宜，并及时履行信息披露义务。

6、本人在锁定期（包括延长的锁定期（如有））届满后拟减持股份的，将严格遵守法律、法规和规范性文件的相关规定。如相关法律、法规和规范性文件届时对减持股份相关事项的规定发生变化时，按照相关规定执行。

7、如未履行上述承诺，本人将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承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，因未履行或未及时履行上述承诺所获得的收益归发行人所有；本人未履行或未及时履行上述承诺导致发行人或投资者损失的，依法赔偿发行人或投资者的损失；本人所持有的公司股份自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。”

（2）公司公开发行前其他持股 5%以上的股东老鹰投资持股意向及减持意向如下：

“1、若本企业在锁定期满后拟减持股票的，将认真遵守中国证监会、深圳

证券交易所关于股东减持的相关规定，结合发行人稳定股价、开展经营、资本运作的需要，审慎制定股票减持计划，在股票锁定期满后逐步减持，且不违反本企业在发行人首次公开发行时所作出的公开承诺。

2、本企业将按照相关法律、法规、规章规定的方式减持发行人股份，包括但不限于交易所集中竞价交易、大宗交易、协议转让等方式。

3、如果在锁定期满后两年内，本企业拟减持股票的，减持价格不低于发行价。若本次发行后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，则发行价格将进行相应的除权、除息调整。

4、本企业承诺将按照《公司法》《证券法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定办理减持事宜，并及时履行信息披露义务。

5、本企业在锁定期（包括延长的锁定期（如有））届满后拟减持股份的，将严格遵守法律、法规和规范性文件的相关规定。如相关法律、法规和规范性文件届时对减持股份相关事项的规定发生变化时，按照相关规定执行。

6、如未履行上述承诺，本企业将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承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉，因未履行或未及时履行上述承诺所获得的收益归发行人所有；本企业未履行或未及时履行上述承诺导致发行人或投资者损失的，依法赔偿发行人或投资者的损失；本企业所持有的公司股份自未履行上述承诺之日起 6 个月内不得减持。”

（二）稳定股价的措施及承诺

为在公司上市后保持公司股价稳定，公司制定了《股票上市后三年内公司股价稳定预案》，具体内容如下：

公司上市（以公司股票在深圳证券交易所挂牌交易之日为准）后三年内，若公司股价持续低于每股净资产，公司将通过回购公司股票或控股股东、董事（不含独立董事，下同）、高级管理人员增持公司股票的方式启动股价稳定措施。

1、稳定公司股价措施的启动条件及停止条件

（1）启动条件

公司上市后三年内，公司股票连续20个交易日的收盘价均低于公司最近一个

会计年度经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司所有者权益÷年末公司股份总数，下同）。（如果公司因派发现金红利、送股、转增股本等原因进行除权、除息的，则相关的计算对比方法按照深圳证券交易所的有关规定作除权除息处理，下同）

（2）停止条件

除法律、法规以及规范性文件另有规定外，出现以下情形之一的，相关主体将停止实施稳定公司股价措施：

①在稳定公司股价措施的具体方案尚未正式实施前，公司股票连续 5 个交易日收盘价高于公司最近一个会计年度经审计的每股净资产的；

②在稳定公司股价措施的实施期间内，公司股票连续 5 个交易日收盘价高于公司最近一个会计年度经审计的每股净资产的；

③继续回购或增持公司股份将导致公司不满足法定上市条件。

2、稳定公司股价的措施及实施顺序

稳定公司股价的措施包括：（1）公司回购股票；（2）控股股东增持公司股票；（3）董事（不含独立董事，下同）、高级管理人员增持公司股票等方式。选用前述方式时应考虑：（1）不能导致公司不满足法定上市条件；（2）不能迫使控股股东、董事及高级管理人员履行要约收购义务；（3）不能违反法律、法规以及证券监督管理部门、证券交易所等主管部门颁布的规范性文件（以下简称“法律、法规以及规范性文件”）的相关规定。

稳定公司股价措施的实施顺序如下：

（1）第一选择为公司回购股票，但如不符合公司进行股票回购的条件，则第一选择为控股股东增持公司股票。

（2）第二选择为控股股东增持公司股票。在下列情形之一出现时将启动第二选择：

①公司无法实施回购股票，或回购股票议案未根据公司章程的规定获得公司董事会及/或股东大会的必要批准，且控股股东增持公司股票将不会致使公司不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务；或

②公司虽实施股票回购计划，但仍未满足公司股票连续5个交易日收盘价高

于公司最近一个会计年度经审计的每股净资产之条件，且控股股东增持公司股票将不会致使公司不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务。

（3）第三选择为董事、高级管理人员增持公司股票。启动该选择的条件为：在控股股东增持公司股票方案实施完成后，如公司股票仍未满足连续5个交易日收盘价高于公司最近一个会计年度经审计的每股净资产之条件，并且董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务。

自实施完毕一次稳定股价措施之日起90个交易日内，公司的回购义务或控股股东、董事、高级管理人员的增持义务自动暂时解除。自实施完毕一次稳定股价措施后的第91个交易日起，如稳定股价措施的启动条件再次触发，公司、控股股东、董事、高级管理人员将继续按照本稳定股价预案执行。

3、公司回购股票的实施程序

当触发前述稳定公司股价措施的启动条件时，公司应根据法律、法规以及规范性文件和公司章程的规定，制定稳定公司股价措施的具体方案，回购公司部分股票。公司应在上述条件成就之日起 10 个交易日内召开董事会，依法做出实施回购股票的决议，并在 30 个交易日内提交股东大会审议（如需）。在回购股票议案根据公司章程的规定获得公司董事会及/或股东大会的必要批准后，公司将根据法律、法规以及规范性文件的规定，相应通知债权人，向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料，办理审批或备案等程序及手续。

公司为稳定股价之目的进行股票回购的，除应符合相关法律、行政法规和规范性文件之要求外，还应符合下列各项条件：

（1）公司回购股票不会导致公司不满足法定上市条件；

（2）公司用于回购股票的资金总额累计不超过公司首次公开发行人民币普通股（A 股）所募集资金的总额；；

（3）回购股票的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产；

（4）单个会计年度内公司回购股票的数量累计不超过公司总股本的 2%。

除非出现稳定公司股价措施的停止条件，公司将在股东大会审议通过之日起 3 个月内回购股票。单次实施回购股票完毕或终止后，本次回购的公司股票应在

披露回购结果暨股份变动公告后 3 年内转让或者注销。

公司以现金为对价，采用要约方式、集中竞价方式回购公司股票的，视同公司现金分红，纳入现金分红的相关比例计算。

4、实施控股股东增持公司股票的程序

（1）启动程序

①公司未实施股票回购计划

在触发前述稳定股价措施的启动条件时，如公司无法实施回购股票或回购股票议案未根据公司章程的规定获得公司董事会及/或股东大会的必要批准，且控股股东增持公司股票将不会致使公司不满足法定上市条件或触发控股股东的要约收购义务，则公司控股股东将在触发稳定股价措施的启动条件或公司董事会及/或股东大会做出不实施回购股票计划的决议之日起 30 日内向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

②公司已实施股票回购计划

公司虽实施股票回购计划但仍未满足公司股票连续 5 个交易日的收盘价高于公司最近一个会计年度经审计的每股净资产之条件，公司控股股东将在公司股票回购计划实施完毕或终止之日起 30 日内向公司提交增持公司股票的方案并由公司公告。

（2）控股股东增持公司股票的计划

在履行相应的公告等义务后，控股股东将在满足法定条件下依照方案中所规定的价格区间、期限实施增持。

控股股东单次用于增持股份的资金金额不低于其最近一个会计年度自公司所获得的现金分红税后金额（扣除历次已增持金额）的 30%，且单一会计年度用于增持公司股票的资金金额累计不超过其最近一个会计年度自公司所获得的现金分红税后金额的 100%，控股股东增持公司股票的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。公司不得为控股股东实施增持公司股票提供资金支持。

除非出现稳定公司股价措施的停止条件，或继续增持股票将导致控股股东需要履行要约收购义务且控股股东未计划实施要约收购，控股股东将在增持方案公

告之日起 6 个月内实施增持公司股票计划。

5、董事、高级管理人员增持公司股票的程序

如在控股股东增持公司股票方案实施完成后，仍未满足公司股票连续 5 个交易日收盘价高于公司最近一个会计年度经审计的每股净资产之条件，于董事、高级管理人员增持公司股票不会致使公司将不满足法定上市条件或触发董事、高级管理人员的要约收购义务的前提下，董事、高级管理人员将在控股股东增持公司股票方案实施完成后 90 日内增持公司股票，且用于增持公司股份的金额不少于该等董事、高级管理人员上年度自公司领取薪酬或津贴总和的 20%，但不超过该等董事、高级管理人员上年度自公司领取的薪酬或津贴的 100%，且增持公司股票的价格不超过最近一个会计年度经审计的每股净资产。具体增持股票的数量等事项按照将由公司按照法律、法规以及规范性文件的有关规定提前公告。

董事、高级管理人员应按本稳定股价预案增持公司股票，至出现稳定公司股价措施的停止条件或继续增持股票将导致其需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购时方可终止。

6、相关责任人的承诺

（1）发行人承诺

“公司上市后三年内，如收盘价连续二十个交易日低于上一会计年度经审计的每股净资产（因利润分配、公积金转增股本、增发、配股等除权除息事项导致公司净资产或股份总数发生变化的，每股净资产进行相应调整），即触及启动稳定股价措施的条件，公司将在上述情形发生后严格按照《公司股票上市后三年内稳定股价预案》的规定启动稳定股价措施，向社会公众股东回购股票。

若本公司新聘任董事（不包括独立董事）、高级管理人员的，本公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行本公司上市时董事、高级管理人员已作出的关于稳定股价措施的相应承诺。

本公司将积极采取合法措施履行就本次发行上市所做的所有承诺，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。本公司若违反相关承诺，将在股东大会及中国证监会指定报刊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；如果因未履行相关公开承诺事项给投资者造成损失的，

将依法向投资者赔偿相关损失。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本公司将严格依法执行该等裁判、决定。”

（2）发行人控股股东、实际控制人承诺

“公司上市后三年内，如收盘价连续二十个交易日低于上一会计年度经审计的每股净资产（因利润分配、公积金转增股本、增发、配股等除权除息事项导致公司净资产或股份总数发生变化的，每股净资产进行相应调整），即触及启动稳定股价措施的条件，本人将在上述情形发生后严格按照《公司股票上市后三年内稳定股价预案》的规定启动稳定股价措施，增持公司股份，并将根据公司股东大会批准的《公司股票上市后三年内稳定股价预案》中的相关规定，在公司就稳定股价回购股份事宜召开的股东大会上，本人对回购股份的相关决议投赞成票。

本人将积极采取合法措施履行就稳定公司股价所做的承诺，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。若本人违反就稳定公司股价所做的承诺，本公司/本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人的股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起5个工作日内，停止在发行人处获得薪酬、津贴及领取股东分红，同时本人直接或间接持有的发行人股份将不得转让，直至本人按承诺采取相应的措施并实施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本人将严格依法执行该等裁判、决定。”

（3）发行人董事（独立董事除外）、高级管理人员承诺

“公司上市后三年内，如收盘价连续二十个交易日低于上一会计年度经审计的每股净资产（因利润分配、公积金转增股本、增发、配股等除权除息事项导致公司净资产或股份总数发生变化的，每股净资产进行相应调整），即触及启动稳定股价措施的条件，本人将在发生上述情形后严格按照《公司股票上市后三年内稳定股价预案》的规定启动稳定股价措施，增持公司股份。

本人将积极采取合法措施履行就稳定公司股价所做的承诺，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。若本人违反就稳定公司股价所做的承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向发行人的股东和社会公众投资者道歉，并在违反承诺发生之日起 5 个工作日内，停止在发行人处获得薪酬、津贴及领取股东分红，同时本人直接或间接持有的股份公司股份将不得转让，直至本人按承诺采取相应的措施并实

施完毕时为止。若因违反上述承诺而被司法机关和/或行政机关作出相应裁判、决定，本人将严格依法执行该等裁判、决定。”

（三）股份回购和股份购回的措施和承诺

有关股份回购和股份回购的措施和承诺详见本招股说明书本节之“五、发行人、发行人股东、实际控制人、发行人董监高、核心技术人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺”之“（二）稳定股价的措施及承诺”、“（四）对欺诈发行上市的股份购回承诺”、“（七）依法承担赔偿或赔偿责任的承诺”。

（四）对欺诈发行上市的股份购回承诺

发行人、控股股东及实际控制人现对欺诈发行上市的股份回购及购回事项出具承诺如下：

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。

（五）填补被摊薄即期回报措施及承诺

1、填补被摊薄即期回报的措施

公司本次拟公开发行股票 1,250 万股，募集资金到位后公司总股本、净资产将会随之大幅增加，预计本次融资募集资金到位当年公司每股收益（扣除非经常性损益）相对上年度每股收益有所下降，导致公司即期回报被摊薄。由于本次募集资金投资项目建设周期较长，从项目实施到实现效益需要一定的时间，在上述期间内，公司每股收益、净资产收益率等指标在短期内会出现一定幅度的下降，公司短期内存在每股收益被摊薄的风险。公司拟通过加强市场开拓、推进服务创新、加快募投项目投资进度、提高募集资金使用效益、加强经营管理与内部控制等措施，从而提高销售收入，增厚未来收益，实现可持续发展，以填补被摊薄的即期回报。具体如下：

（1）加强市场开拓，提升公司收入水平

公司将在现有销售服务网络的基础上完善并扩大业务布局，致力于为更多客户提供优质高效的服务。公司将不断改进和完善教学服务体系，扩大销售渠道和服务网络的覆盖面，凭借一流的服务促进市场拓展，从而优化公司的战略布局，提升公司整体的收入水平，以增厚未来收益。

（2）推进服务创新，保持竞争优势

本次发行完成后，公司财务结构将更加稳健合理，经营抗风险能力将进一步加强。公司将积极进行服务创新，加强服务链延伸，提升服务技术含量，持续扩大美术艺考的市场占有率，保持美术艺考培训领域的竞争优势，形成规模效益，实现良好的现金流回报。

（3）积极稳妥实施募集资金投资项目

本次募集资金到位后，公司将积极稳妥地实施募集资金投资项目，争取募投项目早日达产并实现预期效益。从中长期来看，本次募集资金投资项目具有较高的投资回报率，若募集资金项目能按时顺利实施，将进一步丰富公司的产品结构，显著提升运营能力、市场推广能力、信息化水平和中长期的盈利能力及对投资者的回报能力。

（4）加强经营管理和内部控制，提升经营效率和盈利能力

公司已根据法律、法规以及规范性文件的规定建立健全了股东大会、董事会及其各专门委员会、监事会、独立董事、董事会秘书和高级管理层的管理结构，夯实了公司经营管理和内部控制的基础。未来几年，公司将进一步提高经营管理水平、加快项目建设周期，提升公司的整体盈利能力。

另外，公司将努力提高资金的使用效率，完善并强化投资决策程序，设计更为合理的资金使用方案，合理运用各种融资工具和渠道，控制公司资金成本，节省财务费用支出。同时，公司也将继续加强企业内部控制，全面推进预算管理，优化预算管理流程，加强成本管理并强化预算执行监督，全面有效地控制公司经营和管控风险。

（5）进一步完善利润分配制度，强化投资者回报机制

为完善公司利润分配政策，增强利润分配的透明度，保护公众投资者的合法权益，公司已根据中国证监会下发的《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》（证监会公告[2013]43 号），对公司上市后适用的《公司章程（草案）》

中关于利润分配政策条款进行了相应规定。

公司股东大会已对《关于公司上市后三年股东分红回报规划的议案》进行了审议，强化对投资者的收益回报，建立了对股东持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性。

上述各项措施为公司为本次发行募集资金有效使用的保障措施及防范本次发行摊薄即期回报风险的措施，不代表公司对未来利润做出的保证。

2、公司董事、高级管理人员对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

（1）本人承诺不以无偿或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；

（2）本人承诺对本人的职务消费行为进行约束；

（3）本人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；

（4）本人承诺由董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（5）本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

（6）作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件的要求承担相关责任，包括但不限于承担解释、道歉等责任；若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

3、公司控股股东、实际控制人对上述填补回报措施能够得到切实履行作出的承诺

（1）任何情形下，本人均不会滥用实际控制人地位，均不会越权干预公司经营管理活动，不会侵占公司利益。

（2）本人将督促公司切实履行填补回报措施；

（3）本承诺出具日后至公司本次发行完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

（4）作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人同意按照证券监管机构、自律机构及证券交易所等有权部门颁布的相关法律法规及规范性文件的要求承担相关责任，包括但不限于承担解释、道歉等责任；若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

（六）利润分配政策的承诺

1、公司于 2020 年 4 月 28 日召开的 2019 年度股东大会审议通过了《未来三年股东回报规划（2020-2022 年）》，具体内容如下：

（1）股东分红回报规划的制定原则

公司董事会根据以下原则制定利润分配的具体规划和计划安排：

①应重视对投资者的合理投资回报，不损害投资者的合法权益；

②保持利润分配政策的连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远和可持续发展；

③优先采用现金分红的利润分配方式；

④充分听取和考虑中小股东的要求；

⑤充分考虑货币政策环境。

（2）上市后三年股东分红回报规划

①利润的分配形式：公司采取现金、股票或者现金、股票相结合的方式分配股利。利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。在有条件的情况下，公司可以进行中期现金分红。

②利润分配的顺序：公司在具备现金分红条件下，应当优先采用现金分红进行利润分配。

③现金分红的具体条件和比例：

公司拟实施现金分红时应同时满足以下条件：

A.公司该年度或半年度实现的可供分配的净利润（即公司弥补亏损、提取公积金后剩余的净利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

B.公司累计可供分配利润为正值；

C.审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

D.公司无重大投资计划或重大资金支出等事项发生（募集资金项目除外）。

重大投资计划或重大资金支出是指：

A.公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%（募集资金投资的项目除外）；

B.公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 15%（募集资金投资的项目除外）；

C.分红年度净现金流量为负数，且年底货币资金余额不足以支付现金分红金额的。

公司在弥补亏损（如有）、提取法定公积金、提取任意公积金（如需）后，除特殊情况外，在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，原则上每年度进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司盈利情况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红，最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。

④公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，提出具体现金分红政策：

A.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%；

B.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%；

C.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。

⑤以股票方式进行利润分配的条件：如不满足现金分红条件，公司可采取股票方式进行利润分配。采用股票方式进行利润分配的，公司董事会应综合考虑公司成长性及每股净资产的摊薄因素制定分配方案。

（3）规划的制定周期

公司拟以每三年为一个周期，根据公司章程规定的利润分配政策及公司经营的实际情况，结合股东（尤其是中小股东）和独立董事的意见，制定股东分红回报规划，经公司董事会审议通过后提交股东大会审批。

因公司外部经营环境或者自身经营情况发生较大变化，公司可以对股东分红回报规划进行调整，调整时应以股东权益保护为出发点，且不得与公司章程的相关规定相抵触。

2、发行人承诺

为维护中小投资者的利益，本公司承诺将严格按照《杭州老鹰教育科技股份有限公司（草案）》规定的利润分配政策（包括现金分红政策）履行公司利润分配决策程序，并实施利润分配。

3、发行人控股股东、实际控制人承诺

为维护中小投资者的利益，本人承诺将严格按照《杭州老鹰教育科技股份有限公司（草案）》规定的利润分配政策（包括现金分红政策）履行公司利润分配决策程序，并实施利润分配。本人承诺根据《杭州老鹰教育科技股份有限公司章程（草案）》规定的利润分配政策（包括现金分红政策）在公司相关股东大会/董事会会议进行投票表决，并督促公司根据相关决议实施利润分配。

（七）依法承担赔偿或赔偿责任的承诺

1、发行人承诺

公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司对其真实性、准确性、完整性、及时性承担法律责任。

如因公司招股说明书被中国证监会、证券交易所或司法机关等相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在欺诈发行上市情形的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股。公司董事会将在上述违法事实被监管机构认定后的两个交易日进行公告，并在上述事项认定后三个月内提出股份回购预案，预案内容包括回购股份数量、价格区间、完成时间等信息，在提交股东大会审议通过，并经相关主管部门批准/核准/备案后启动股份回购措施。公司已发行尚未上市的，

回购价格为发行价并加算银行同期存款利息；公司已上市的，回购价格参照二级市场价格确定，但不低于原发行价格及依据相关法律法规及监管规则确定的价格，并根据相关法律、法规和规范性文件规定的程序实施；上市公司期间如发生派发股利、转增股本等除息、除权行为的，上述发行价格亦将作相应调整。

如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，或存在欺诈发行上市情形的，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和证券交易所的相关规定以及《公司章程》的规定执行。

2、发行人控股股东、实际控制人承诺

公司首次公开发行股票招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，公司对其真实性、准确性、完整性、及时性承担法律责任。

如公司本次发行上市相关申报文件被中国证监会、证券交易所或司法机关等相关监管机构认定存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，或存在欺诈发行上市情形的，公司将依法回购首次公开发行的全部新股。本人将督促公司在上述违法事实被监管机构认定后的两个交易日内进行公告，并在上述事项认定后三个月内启动回购事项。公司已发行尚未上市的，回购价格为发行价并加算银行同期存款利息；公司已上市的，回购价格参照二级市场价格确定，但不低于原发行价格及依据相关法律法规及监管规则确定的价格，并根据相关法律、法规和规范性文件规定的程序实施；上市公司期间如发生派发股利、转增股本等除息、除权行为的，上述发行价格亦将作相应调整。

如公司因本次发行上市招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，或存在欺诈发行上市情形被证券主管部门或司法机关立案调查的，本人承诺暂停转让本人拥有权益的发行人股份。

如公司本次发行上市招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，或存在欺诈发行上市情形的，致使投资者在证券交易中遭受损失，且本人被监管机构认定不能免责的，本人将依法赔偿投资者的损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《公司法》、

《证券法》、中国证监会和证券交易所的相关规定以及《公司章程》的规定执行。

3、发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺

本人已经阅读了公司为本次首次公开发行股票并上市编制的招股说明书，本人确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性、及时性承担法律责任。

如公司本次发行上市招股说明书被中国证监会、证券交易所或司法机关等监管机构认定有虚假记载、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，或存在欺诈发行上市情形的，且本人被监管机构认定不能免责的，本人将依法赔偿投资者损失。有权获得赔偿的投资者资格、投资者损失的范围认定、赔偿主体之间的责任划分和免责事由按照《公司法》、《证券法》、中国证监会和证券交易所的相关规定以及《公司章程》的规定执行。

4、发行人保荐机构承诺

若因本保荐机构为发行人首次公开发行制作、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，本保荐机构将依法赔偿投资者的损失。

5、发行人会计师事务所承诺

若因本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者的损失。

6、发行人律师事务所承诺

若因本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者的损失。

（八）其他承诺

1、避免同业竞争的承诺

相关的具体承诺内容详见本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“六、同业竞争”之“（二）控股股东、实际控制人作出的避免同业竞争的承诺”。

2、规范关联交易的承诺

相关的具体承诺内容详见本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“八、关联交易”之“（六）规范关联交易的承诺”。

3、避免占用资金的承诺

发行人实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员承诺：

截至本承诺函出具日，本人/本企业及本人/本企业控制的企业和其他经济组织不存在占用发行人及其子公司资金的情况，也不存在发行人及其子公司为本人/本企业及本人/本企业控制的企业和其他经济组织提供担保的情况。

本人/本企业及本人/本企业控制的企业和其他经济组织自本承诺函出具之日将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用发行人及其子公司之资金，且将严格遵守中国证监会及证券交易所关于上市公司法人治理的有关规定，避免本人/本企业、本人/本企业控制的企业和其他经济组织与发行人及其子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

若发行人及其子公司因历史上存在的与本人/本企业及本人/本企业控制的企业和其他经济组织的资金往来行为而遭受任何损失的，由本人/本企业承担赔偿责任。

若本人/本企业及本人/本企业控制的企业和其他经济组织违反上述承诺，与发行人及其子公司发生除正常业务外的任何资金往来而使得发行人或其子公司受到处罚的，由本人/本企业承担赔偿责任。

4、社保及公积金的承诺

相关的具体承诺内容详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“十六、发行人员工情况”之“（三）发行人执行社会保险和住房公积金制度的情况”。

（九）对于未能履行承诺的约束措施

发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员将切实履行已做出的公开承诺，如未能履行承诺的，则接受以下约束措施：

1、本公司/本人将严格履行招股说明书披露的在首次公开发行股票并在创业板上市过程中所作出的全部公开承诺事项中的各项义务和责任。

2、如本公司/本人未能履行、无法按期履行或确已无法履行招股说明书披露

的承诺事项，本公司/本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行承诺的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉，并向发行人投资者提出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的权益。

3、若因本公司/本人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，将依法向投资者赔偿相关损失。

此外，控股股东、实际控制人承诺：

如本人违反股份锁定、持股意向及减持意向的承诺进行减持的，自愿将减持所得收益上缴发行人；本人因未履行或未及时履行相关承诺所获得的收益归发行人所有。

董事、监事、高级管理人员承诺：

如果因本人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失，并承诺所获得的收益归发行人所有。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

发行人的客户为参加培训的学员。发行人在学员入学时与其签订《入学协议》，由于单个学员培训费不高，占销售收入比例极低，因此发行人不存在对公司生产经营活动、未来发展及财务状况具有重要影响的销售合同。

截至本招股说明书签署日，发行人已经履行和正在履行的对公司报告期经营活动、财务状况或未来发展具有重要影响的合同主要包括采购合同、借款合同、抵押合同及保证合同，具体情况如下：

（一）采购合同

截至本招股说明书签署日，发行人已履行和正在履行的合同金额 2,000 万元人民币以上的重要采购合同如下：

1、2017 年 6 月 28 日至 2018 年 3 月 5 日，发行人与浙江大同建设工程有限公司签订《建设工程施工合同》及其补充协议，约定由浙江大同建设工程有限公司承包发行人银湖校区工程施工，合同金额为 12,800 万元。

2、2018 年 10 月 26 日，发行人与浙江海大建设有限公司签订的《建设工程施工合同》，此后于 2020 年 1 月 2 日签订补充协议，约定由浙江海大建设有限公司承包发行人场口校区工程施工，合同金额为 39,450 万元。

（二）借款合同

截至本招股说明书签署日，发行人已履行和正在履行的借款金额 2,000 万元以上的借款合同如下：

序号	借款人	贷款人	合同编号	借款金额（万元）	借款期限	借款利率	实际履行情况
1	老鹰股份	杭州银行股份有限公司富阳支行	027C212201900001	10,000.00	2019.05.13-2022.12.31	月利率 4.1562‰，按季度结息	履行完毕
2	富阳文创	中信银行股份有限公司杭州富阳支行	（2019）信银杭富贷字第 811088179722 号	5,000.00	2019.03.28-2020.03.20	实际提款日的定价基础利率上浮 69.25BPs	履行完毕

序号	借款人	贷款人	合同编号	借款金额（万元）	借款期限	借款利率	实际履行情况
3	富阳文创	中信银行股份有限公司杭州富阳支行	（2020）信银杭富贷字第811088213520号	5,500.00	2020.01.06-2020.09.18	实际提款日的定价基础利率上浮85.25BPs	履行完毕
4	富阳文创	中信银行股份有限公司杭州富阳支行	（2020）信银杭富贷字第811088231570号	2,000.00	2020.05.09-2021.03.08	合同签订日的定价基础利率上浮115.25BPs	正在履行
5	老鹰股份	中信银行股份有限公司杭州富阳支行	（2020）信银杭富固贷字第811088242212号	18,000.00	2020.06.24-2026.06.24	合同签订日的定价基础利率上浮10BPs	正在履行

（三）抵押合同

1、2019 年 3 月 26 日，富阳文创与中信银行股份有限公司杭州富阳支行签订了《最高额抵押合同》（合同编号：（2019）信杭富银最抵字第 811088179722 号），约定富阳文创以其不动产权（权证号：浙（2018）富阳区不动产权第 0020471 号）设定抵押，对自 2019 年 3 月 26 日至 2024 年 3 月 25 日期间中信银行股份有限公司杭州富阳支行对富阳文创享有的债权提供最高限额为 165,500,000 元的抵押担保。

2、2019 年 4 月 19 日，发行人与杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行签订了《最高额抵押合同》（合同编号：杭联银（龙坞）最抵字第 8011320190006135 号），约定发行人以其不动产权（权证号：浙（2018）杭州市不动产权第 0174187 号、浙（2018）杭州市不动产权第 0174414号、浙（2018）杭州市不动产权第 0174282 号）设定抵押，对自 2019 年 4 月 19 日至 2029 年 4 月 18 日期间富阳老鹰与杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行所形成的债权提供最高限额为 20,000,000 元的抵押担保。

3、2019 年 5 月 28 日，发行人与杭州银行股份有限公司富阳支行签订了《最高额抵押合同》（合同编号：027C2122019000012），约定发行人以其在建工程（新建场口“老鹰”培训基地项目）设定抵押，对自 2019 年 5 月 27 日至 2022 年 5 月 6 日期间发行人与杭州银行股份有限公司富阳支行所形成的债权提供最高限额为 101,230,000 元的抵押担保。截至本招股说明书签署日，发行人已偿付有关借款，该笔抵押已注销。

4、2019 年 11 月 11 日，发行人与杭州银行股份有限公司富阳支行签订了《最高额抵押合同》（合同编号：027C2122019000014），约定发行人以其在建工程（新建场口‘老鹰’培训基地项目）设定抵押，对自 2019 年 11 月 11 日至 2022 年 5 月 6 日期间杭州银行股份有限公司富阳支行对发行人享有的债权提供最高限额为 98,900,000 元的抵押担保。截至本招股说明书签署日，发行人已偿付有关借款，该笔抵押已注销。

5、2020 年 2 月 20 日，发行人与杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行签订了《最高额抵押合同》（合同编号：杭联银（龙坞）最抵字第 8011320200001579 号），约定发行人以其不动产权（权证号：浙（2017）富阳区不动产权第 0032214 号）设定抵押，对自 2020 年 2 月 20 日至 2030 年 2 月 19 日期间富阳文创与杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行所形成的债权提供最高限额为 41,500,000 元的抵押担保。

6、2020 年 6 月 24 日，发行人与中信银行股份有限公司杭州富阳支行签订了《抵押合同》（合同编号：（2020）信杭富银抵字第 811088242212 号），约定发行人以其位于富阳区场口镇场口新街 128 号的“新建场口‘老鹰’培训基地”在建工程（建设工程规划许可证编号：建字第 330183201800192 号）设定抵押，对合同编号为“（2020）信银杭富固贷字第 811088242212 号”的《固定资产贷款合同》项下债权提供抵押担保。

（四）保证合同

2019 年 3 月 26 日，发行人与中信银行股份有限公司杭州富阳支行签订了《最高额保证合同》（合同编号：（2019）信杭富银最保字第 811088179722-1 号），约定发行人为自 2019 年 3 月 26 日至 2020 年 3 月 25 日期间富阳文创与中信银行股份有限公司杭州富阳支行所形成的债权提供最高限额为 80,000,000 元的连带责任保证担保。保证期间为主合同项下债务履行期限届满之日起 3 年。截至本招股说明书签署日，富阳文创已偿付有关借款，发行人的保证义务已履行完毕。

2019 年 5 月 28 日，富阳文创与杭州银行股份有限公司富阳支行签订了《保证合同》（合同编号：027C2122019000011），约定富阳文创为发行人与杭州银行股份有限公司富阳支行签订的编号为“027C212201900001”的《借款合同》提供连带责任保证担保，担保期限为债务人履行期限届满之日起 2 年。截至本招

股说明书签署日，发行人已偿付有关借款，富阳文创的保证义务已履行完毕。

2020 年 3 月 11 日，杭州艺术、富阳文创、老鹰培训分别出具《保证函》，同意为杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行对发行人享有的债权提供最高限额为 25,000,000 元的连带责任保证担保。保证期间为 2020 年 3 月 11 日至 2023 年 3 月 10 日。

2020 年 3 月 11 日，发行人、杭州艺术、老鹰培训分别出具《保证函》，同意为杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行对富阳文创享有的债权提供最高限额为 38,500,000 元的连带责任保证担保。保证期间为 2020 年 3 月 11 日至 2023 年 3 月 10 日。

2020 年 3 月 11 日，发行人、富阳文创、老鹰培训分别出具《保证函》，同意为杭州联合农村商业银行股份有限公司龙坞支行对杭州艺术享有的债权提供最高限额为 5,000,000 元的连带责任保证担保。保证期间为 2020 年 3 月 11 日至 2023 年 3 月 10 日。

2020 年 5 月 8 日，发行人与中信银行股份有限公司杭州富阳支行签订了《最高额保证合同》（合同编号：（2020）信杭富银最保字第 811088231570-1 号），约定发行人为自 2020 年 5 月 8 日至 2022 年 5 月 8 日期间中信银行股份有限公司杭州富阳支行对富阳文创享有的债权提供最高限额为 90,000,000 元的连带责任保证担保。保证期间为相关债务履行期限届满之日起 3 年。

二、对外担保

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对外担保的情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在任何可能对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，不存在发行人控股股东、实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员作为一方当事人可能对发行人产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

截至本招股说明书签署日，董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近 3 年不存在行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

四、控股股东、实际控制人报告期内是否存在重大违法行为

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人报告期内不存在重大违法行为。

五、发行人挂牌期间信息披露情况

（一）发行人挂牌期间未披露 2016 年和 2017 年年报的原因，是否符合新三板相关规定

发行人挂牌期间已按要求披露 2016 年年报。

根据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则》的规定，挂牌公司应当在规定的期限内编制并披露定期报告，在每个会计年度结束之日起四个月内编制并披露年度报告。根据《关于做好挂牌公司 2017 年年度报告披露相关工作的通知》（股转系统发〔2017〕1734 号）的要求，挂牌公司应当在 2018 年 4 月 30 日前完成年度报告的披露。发行人已于 2018 年 3 月 19 日从新三板摘牌，因此无需披露 2017 年年报，不违反新三板相关规定。具体摘牌过程如下：

发行人于2018年1月8日召开第一届董事会第二十一次会议，并于2018年1月26日召开2018年第一次临时股东大会，审议通过了《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》等相关议案，为配合未来发展及战略规划的需要，发行人决定向股转公司申请股票终止挂牌。该次会议表决中，同意股份数为37,500,000股，占老鹰股份总股本100%；反对和弃权股数均为零，不存在异议股东。

就终止挂牌事宜，发行人按照相应的法律法规切实履行了信息披露义务，于2018年1月9日披露了《第一届董事会第二十一次会议决议公告》；于2018年1月22日披露了《关于公司股票暂停转让的公告》；于2018年1月26日披露了《2018年第一次临时股东大会决议公告》；于2018年2月5日公开披露《关于收到全国中小企业股份转让系统有限责任公司终止挂牌申请受理通知书的公告》；分别于2018年2月5日、2月26日披露了《关于股票暂停转让的进展公告》；于2018年3月19日披露了《关于公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的公告》等相关公告。2018年3月19日，发行人股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌。

发行人申请终止挂牌符合终止挂牌的规定情形，且已履行相应决策程序和信

息披露义务，并对股东权益保护采取了适当措施，符合《公司法》、《证券法》、《非上市公众公司监督管理办法》及《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》等相关规定，本次主动申请股票终止挂牌合法合规。

经查询全国中小企业股份转让系统官方网站的监管公开信息，确认发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌过程中以及挂牌期间，信息披露、股权交易、董事会或股东大会决策及摘牌等事项合法合规，无重大违法违规行为，未被采取自律监管措施或受到纪律处分，不存在受到处罚的情形。

（二）报告期内相关信息是否与发行人的申报文件提供的信息一致

报告期内相关信息与发行人的申报文件提供的信息之间存在的差异情况及差异产生的原因列示如下：

序号	内容	报告期内相关信息	本次申报文件	差异原因
1	所属行业	P8293 文化艺术培训《国民经济行业分类代码表（GB/T4754-2011）》	根据《国民经济行业分类和代码表》（GB/T4754-2017），公司所属行业为“P83 教育业”下的“P8393 文化艺术培训”	国民经济行业分类代码表更新为2017版
2	主营业务	针对美术高考的绘画培训	公司是一家营利性民办美术培训机构，主要以面授方式为学员提供美术培训服务	本次申报对发行人主营业务作了更全面的表述
3	行业主管部门	工商行政管理部门	教育部	本次申报文件根据行业监管情况对该部分进行了更新
4	董事、监事、高级管理人员与其他核心人员情况	披露当时董监高及核心人员的简历	调整了部分董事、高级管理人员的简历	本次申请文件根据发行人的最新情况进行更新，并对部分信息进行了修正

由上表可见，新三板挂牌期间及报告期内公开披露信息与本次 IPO 申报文件的差异主要体现在行业和业务方面。本次 IPO 申报的财务数据与公开披露信息不存在差异。

六、富阳文创购置国有建设用地的基本情况，是否履行法定程序

富阳文创购置的国有建设用地系杭州市富阳区银湖街道受降村 018300030（2015）0296 地块，土地总面积为 23,854 平方米，土地用途为其他服务设施用

地（业余学校、其他培训机构设施用地）。

2016 年 10 月 27 日，杭州市国土资源局富阳分局与富阳文创签订编号为“3301832016A22014”的《国有建设用地使用权出让合同》（以下简称“《出让合同》”），并签署《备忘函》约定《出让合同》的生效时间为本次交易经发行人股东大会审议批准之日。2016 年 12 月 18 日，发行人召开股东大会并审议通过上述交易。

因该地块只有一个意向用地者，根据《协议出让国有土地使用权规定》（国土资源部 21 号令）第九条规定，本次交易采取协议转让方式，转让价格以交易对方内部履行的土地协议出让估价程序出具的《土地估价技术报告》为依据定价，最终交易价格为 3,273.9615 万元。富阳文创已签订《国有建设用地使用权出让合同》并已付清上述土地使用权出让金。

根据杭州市规划和自然资源局富阳分局出具的证明，富阳文创不存在违反国家及地方国有土地管理和规划相关法律、法规、规章和规范性文件的情形，未受到过国有土地管理和规划方面的处罚。

综上，富阳文创购置上述国有建设用地使用权已履行了法定程序。

七、新冠疫情对发行人的影响及发行人采取的应对措施

（一）新冠疫情对发行人的影响，发行人防疫措施准备情况，是否制定应急预案，各校区学员承载能力是否受到影响

1、新冠疫情对发行人的影响

（1）新冠疫情爆发对发行人 2020 年经营的影响

2020 年 1 月下旬，新冠疫情爆发，全国多地陆续启动重大突发公共卫生事件一级响应，餐饮、旅游、影视娱乐、校外培训等消费及服务类行业的企业运营大多数受到了冲击。**但随着国内疫情总体得到有效控制，疫情防控进入常态化阶段，全国低风险地区餐饮、商场、图书馆等已全面开放，中小学校及大学均已进入正常教学管理状态。**浙江省的校外培训机构，继 2020 年 4 月 26 日浙江省内中小学生全面有序分批开学之后，经过当地有关政府部门核验通过已可正常开展培训活动。

新冠疫情对整个校外培训市场产生冲击，导致 2020 年 1-5 月整个行业停课

无法经营，美术培训行业整体面临上半年亏损、全年业绩下滑境况。但同时，疫情也加速行业优胜劣汰，进一步提升行业集中度。

对各类不同美术培训机构而言，疫情的影响程度各不相同，小型画室硬件条件达不到封闭式管理和政府防疫要求，北京、广东等疫情防控形势趋严的地区画室受到的影响也更大，因此新冠肺炎疫情造成的短期冲击将加速行业洗牌。未来，政策层面对办学场地和规范管理的要求更高，美术培训行业将更加重视自有校区建设，不断加大资本性投入以改善办学条件。因此，一部分硬件设施较差、防疫能力不足或疫情防控趋严地区的画室学员将被引流至其他大型培训机构，以发行人为代表的头部机构的市场占有率也将进一步提高。

公司主要竞争对手荷马教育、白塔岭画室、水木源画室和小泽画室等大型美术艺考培训机构面临同样的现状，其中位于北京的同行受到的影响更大。受北京疫情管控限制以及当地培训场地规范性要求等因素影响，水木源画室等培训机构在疫情防控升级期间将人员转移到北京以外的校区开展经营。发行人在北京、广州、新疆、大连、青岛等地暂未设置分校，主要校区所在的杭州地区疫情防控形势良好。凭借自建校区优势，发行人在中小学复课后第一时间通过当地政府部门验收，迅速复课。

此外，新冠疫情爆发让在线教育的热度快速上升，美术艺考培训机构也开始加大线上培训重视程度和投入力度，但线下面授仍然是学员和家长可以接受的主流教学场景。在疫情爆发之前，各家大型培训机构都已经开始规划和尝试线上模式，如荷马教育的艾艺直播、小泽画室的小泽网课以及发行人的艺构微课堂等，但主要还是为线下引流。疫情爆发后，线上培训作为应急和替代措施的迫切性有所加强，未来行业将进一步探索线下面授为主、线上教学为辅的双向结合模式，以提高自身应对疫情的能力。发行人疫情期间不断加大课程内容创制和传播等方面的师资、技术储备，制定线上教学预案，为教学和疫情防控提供充分保障，做到政府放心、家长安心。上述优势和应对措施使得发行人复课之后能够迅速恢复招生和正常教学，减缓疫情冲击影响。

综上所述，新冠疫情爆发对整个美术艺考培训行业造成冲击，各培训机构均面临业绩下滑的境况，但各家受到影响的程度不均衡，疫情导致行业加速向头部机构集中。此外，在线培训模式开始引起重视，但线下面授仍然是主流培训模式。

与同行业公司相比，发行人凭借自建校区和规模化、规范化办学优势以及积极有效的应对措施，主营业务受到疫情冲击相对缓和，招生和教学在复课后迅速恢复。

（2）2021 年初疫情反弹对发行人经营的影响

2021 年初，随着境外输入型病例增多，境内部分地区疫情有所反弹。本轮疫情反弹具有自身的特点，对公司经营的具体影响分析如下：

①从区域看，疫情反弹主要集中在北方，公司主要校区所在的杭州地区疫情防控形势良好。截至 2021 年 1 月 28 日，本土病例主要集中在黑龙江省、吉林省以及河北省。全国共有 9 个高风险地区（河北 3 个、黑龙江 4 个、吉林 1 个、北京 1 个）、72 个中风险地区（北京 2 个、上海 4 个、河北 13 个、黑龙江 49 个、吉林 4 个）[11]。虽然杭州周边的上海市出现本土病例，但防控工作井然有序、精准有效，疫情反弹基本得到控制。截至本招股说明书签署日，发行人校区所在地均为低风险地区，防控形势良好，未出现疫情反弹。除进出公共场所加强查体温、登记人员信息、出示健康码等常态管控措施外，其他生产生活秩序未受较大影响，中小学校及校外培训机构按照防疫要求正常上课上学。

②从程度看，本轮疫情反弹幅度较小，且预计能够很快被控制住，不会造成中小学校及校外培训机构大面积停课。与一年前不同，人类对新冠病毒的认识更进一步，面对本轮反弹的应对措施更充分，民众和政府防控意识也不断加强，防疫物资和医疗资源准备更加充足。虽然今冬明春疫情防控形势依然严峻复杂，特别是春节即将到来，境外回国人员增多，境内人员流动性大，聚集性活动特别是室内活动多，进口冷链食品和货物的流量增大，将加大疫情传播的风险。但是，党中央、国务院及各地政府高度重视，通过中央统一部署、地方精心防控、全民积极参与，严格落实“外防输入、内防反弹”，多项措施并举，疫情反弹势头很快得到遏制，预计各地能够守住冬春季节疫情防控防线，不会造成中小学校及校外培训机构大面积停课。

③从趋势看，随着疫苗进展顺利，将构建起免疫屏障，阻断新冠病毒传播。疫苗接种是控制传染病大流行的最有力武器，2020 年 12 月 15 日以来，我国正式开展了重点人群的新冠疫苗接种工作。迄今为止，全国重点人群接种量已近 750 万剂次，加上之前针对高风险人群接种的 160 余万剂次，我国已累计开展新

[11] 国家卫生健康委员会官网、澎湃新闻网

冠病毒疫苗接种 900 多万剂次[12]。随着新冠病毒疫苗附条件上市，特别是随着生产供应保障能力逐步提升，将全面有序地推进高感染风险人群、高危人群和普通人群的接种工作，并实施全民免费接种。通过有序开展接种，符合条件的群众都能实现“应接尽接”，从而构建起免疫屏障，阻断新冠病毒的传播。

我国在世界范围内最早控制住疫情，率先恢复社会经济发展。习近平主席在二〇二一年新年贺词中指出：“我国在世界主要经济体中率先实现正增长，预计 2020 年国内生产总值迈上百万亿元新台阶。”2020 年 1 月 5 日世界银行发布的最新一期《世界经济展望》显示，基于对新冠疫苗大规模接种和疫情有效控制的预估，预测 2021 年世界经济预期增长率为 4%，中国经济预期增长率为 7.9%。世行报告再次展现了世界对中国疫情防控以及经济增长的良好预期。2021 年，随着新冠疫苗的广泛接种，以及全社会对抗疫关注度的进一步提高，防范措施的进一步加强，疫情的负面影响会逐渐降低。

综上所述，本轮疫情反弹集中在北方，未对发行人校区所在地产生重大影响；且反弹幅度较小，预计能够很快被控制住，不会造成中小学校及校外培训机构大面积停课；长期来看，随着疫苗进展顺利，将构建起免疫屏障，阻断新冠病毒传播，疫情的负面影响会逐渐降低。因此，本轮疫情反弹预计不会对发行人生产经营造成重大不利影响。

2、防疫措施准备情况，是否制定应急预案，各校区学员承载能力是否受到影响

自 2020 年 5 月 9 日以来，发行人所有校区已陆续正常复课。由于发行人提供的美术培训服务采用现场面授方式，且新冠疫情防控仍可能出现反复，为积极有效应对可能突发的疫情，发行人根据政府部门防疫要求制定了全方位的防疫措施和疫情防控应急处置预案。

（1）日常防控。公司近年来持续不断投入建设新校区，自建的银湖校区和场口校区能够满足疫情期间封闭式管理和防疫要求，家长和主管部门也更为认可和放心。日常防控主要是储备充足防疫物资，对学员在课堂、就餐、寝室、出入校等场景进行全面管理，加强对校园卫生消杀、对学员体温晨午检、学员饮用水安全管理及学员心理健康干预，通过在疫情平稳期间疫情防控应急演练、防疫措

12 国务院联防联控机制 2021 年 1 月 9 日举行的疫情防控和疫苗接种有关情况发布会

施宣传培训等举措，力保做到如遇疫情能够有序应对。**面对冬季疫情局部反弹，公司进一步细化防疫措施，具体如下：**

①加强宣传引导教育。随着 12 月各地联考和 1 月初浙江省选考结束，低风险区的省内外学员为备战校考返校，公司重点加强对全体学员、教师疫情防控知识的宣传，教育引导提高自我防护意识。

②切实摸排，掌握学员最近 7/14 天行踪信息。针对外地返杭的学员，公司重点加强了对其往返交通工具、停留地市的信息询问摸排，最大程度保障公司全体教师和学员安全。

③进一步明确疫情防控领导小组职责，积极配合地方教育局等有关部门做好各校区疫情防控工作。加强各校区内部日常消杀、常通风、戴口罩、勤洗手、一米线、吃饭间隔、减少或控制大型聚集活动、进出亮码测温登记等日常防疫工作，必要时禁止外来人员进入校区，倡议教师上下班两点一线点对点进出等。

④对于中高风险地区学员，公司婉拒对方返校。对于中高风险地区的外来人员，公司一律要求对方持有相应的核算检测报告方可进入公司特定区域。

（2）应急预案。在教学方面，发行人总结 2020 年校考期间线上教学经验，优选人人讲、小小签到等教学软件，加大课程内容创制和传播等方面的师资、技术储备，规划制定线上教学预案，如遇疫情爆发将第一时间启动应急教学预案，保证教学活动持续开展。

如遇疫情严重，发行人将启动线上教学，按照学员在校期间的班级建立线上教学群，以网络大课模式进行知识点的讲解，结合课下学生练习与教师点评来保障教学顺利进行。同时，发行人与学员和家长签订《入学协议》，约定：“如遇重大疫情防控等特殊情形导致乙方无法正常开展线下面授，乙方可采取线上培训等方式作为替代，甲方同意并接受乙方在特殊情形下采取前述替代性方式提供培训，并对乙方根据相应方式实际提供的培训课时和培训期间予以确认和认可”。

如遇疫情局部爆发，其他省份仍可进行线下学习的情形，发行人将按省份、地区重新进行班级设置，分散安排学员到指定教学合作点继续进行线下学习。指派专业及行政老师，下沉到当地校区或教学点，负责学员日常管理及学习活动。为保障教学质量，仍采用线上线下相结合的教学方式，由全校统一安排教学大纲

和课程内容，全国教学点每天统一时间段由各教学组长统一讲解示范新课，讲解示范后由各地辅导老师跟进线下作业练习。同时设置教学督导组，巡查全国教学点以保证教学执行力度。

在学员承载能力方面，截至本招股说明书签署日，各校区所在地政府对校外培训机构招生人数及参培人员密度均未进行限制，因此各校区学员承载能力未受到防疫措施和应急预案的影响。发行人在主要经营地杭州拥有银湖、场口两大自建校区，合计房屋建筑面积 93,534.66 ㎡，按往年长期班在校人数测算，人均建筑面积将近 20 ㎡，场地资源充足，学员承载能力较强。外地校区如遇疫情将根据当地政府要求进行必要的人员疏散，学员承载能力可能受到一定的影响。但外地校区收入占发行人营业收入比重不大，相应后续服务可通过在线课程替代，不会对发行人主营业务经营造成重大不利影响。

（二）各校区复工复学情况，2020 年上半年课程销量、主要财务数据情况以及发行人管理层对市场和经营情况的评估及依据

1、各校区复工复学情况

自 2020 年 5 月 9 日以来，公司所有校区已陆续正常复课，具体情况如下：

所属地区	校区	复工复课时间	是否对招生人数及参培人员密度进行限制
杭州市富阳区	银湖校区	2020 年 5 月 9 日	否
	场口校区	2020 年 7 月 1 日[注]	否
杭州市西湖区	象山校区	2020 年 6 月 2 日	否
义乌市	义乌校区	2020 年 5 月 11 日	否
温州市	温州校区	2020 年 7 月 13 日	否
深圳市	深圳校区	2020 年 6 月 15 日	否
成都市	成都校区	2020 年 5 月 20 日	否

注：场口校区为新建校区，2020 年 6 月正式启用。

2、2020 年上半年课程销量、主要财务数据情况，与上年同期相比是否发生重大变化

受新冠肺炎疫情影响，发行人 2020 年上半年培训人数较上年同期下降 16.15%，其中长期班下降 17.78%、短期班下降 31.12%。文化课班同比大幅上升

138.02%。具体如下：

班型	培训人数（人）[注]		
	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动幅度
长期班	4,119	5,010	-17.78%
短期班	1,339	1,944	-31.12%
文化课班	576	242	138.02%
合计	**6,034**	**7,196**	**-16.15%**

注：2020 年 1-6 月培训人数包含 2019 年 12 月联考后继续参加培训的学员

相应营业收入和扣非前后净利润情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年 1-6 月	变动幅度
营业收入	5,646.12	8,160.89	-30.81%
净利润	-1,235.73	448.64	-
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润	-1,033.43	486.93	-

发行人 2020 年 1-6 月份实现收入 5,646.12 万元，同比下降 30.81%；净利润亏损 1,235.73 万元，上年同期盈利 448.64 万元。发行人美术艺考培训业务具有明显的季节性特征，主要经营期在每年的 7 月至次年 2 月，上半年是淡季，收入相对较少，主要为 12 月以后的校考培训、文化课和寒假班培训收入。受新冠肺炎影响，发行人 2020 年 1-2 月校考培训学员大部分于 1 月下旬提前离校，寒假班取消、文化课延期开班，因此上半年营业收入下降较多，而上半年相应的人员、场地成本费用较上年同期并未同步下降，因此导致 2020 年上半年处于亏损状态。

3、发行人管理层对市场和经营情况的评估及依据

发行人管理层经评估后认为：

新冠疫情对整个校外培训市场产生冲击，导致 2020 年 1-5 月整个行业停课无法经营，校外培训机构普遍面临业绩下滑的境况。受此影响，公司 2020 年上半年亏损，预计全年实现收入 24,838.36 万元，实现净利润 5,018.33 万元，同比分别下降 13.56%和 37.45%。

疫情影响主要体现在上半年。公司 2020 年 1-6 月份实现收入 5,646.12 万元，

较去年同期下降 30.81%；净利润亏损 1,235.73 万元，较去年同期下降 1,684.37 万元，下降规模占 2019 年全年净利润的 20.99%。公司全年预计净利润下降幅度大于预计收入下降幅度，主要是因为场口校区建成投入使用、各地校区装修改造导致折旧摊销等固定成本开支较大，以及银行借款利息费用增加的影响所致。

自 2020 年第三季度开始，公司招生和教学迅速恢复，与上年同期相比差距逐步缩小。疫情爆发后，公司管理层积极应对，按照当地政府的要求准备防疫物资，制定防疫措施。经主管部门批准，各校区于 2020 年 5 月 9 日后陆续复课。复课前后，公司加大招生力度，着力宣传公司自建校区在封闭式管理和防疫方面的优势，吸引学员报名。一般每年的 3 月后公司新学员开始陆续入学，自 2020 年 3 月 1 日至 2020 年 10 月 25 日，公司已招收新学员 5,435 名，该届学员预计将实现收入 22,715.74 万元，分别比上年同期下降 18.28%和 9.13%。

班型	招生人数（人）			预计实现收入（万元）		
	2020.3.1-10.25	2019.3.1-10.25	变动幅度	2020.3.1-10.25	2019.3.1-10.25	变动幅度
长期班	3,210	3,596	-10.73%	20,694.35	22,291.75	-7.17%
短期班	1,912	2,658	-28.07%	1,507.75	2,391.31	-36.95%
文化课班	313	397	-21.16%	513.64	313.94	63.61%
合计	**5,435**	**6,651**	**-18.28%**	**22,715.74**	**24,997.00**	**-9.13%**

公司预计实现收入下降幅度小于招生人数下降幅度，主要是因为疫情对寒假班、暑期班等短期班招生影响较大，短期班招生人数同比下降 28.07%，但是短期班人均收费较低，对整体收入的下拉作用较小。另外，2020 年长期班收费较 2019 年有所上涨，文化课班收费也同比大幅上升，上述正向拉动作用抵消了部分长期班招生人数下降的影响。

目前，除个别地区外，全国疫情趋于平稳，公司主校区所在的杭州市疫情防控形势良好，各行各业生产经营已经恢复常态。为应对疫情再次爆发，公司制定了应急预案，确保教学活动不致中断。因此，从目前入学报名情况和应对措施看，新冠疫情对公司 2020 年业绩的影响处于合理可控范围，预计全年仍将实现收入 24,838.36 万元，实现净利润 5,018.33 万元。

（三）因疫情影响客户推迟入学或退课情况，与上年同期相比的变化情况

发行人长期班培训期间一般为每年的 7 月到次年 2 月，往年入学高峰在高考

结束后一个月左右，即七月上旬。受 2020 年高考时间推迟影响，2020 年学员入学高峰期延迟至 7 月下旬。

发行人短期班主要包括寒假班和暑期班，其中寒假班培训时间为每年 1 月至 2 月寒假期间，暑期班为每年 7 月至 8 月暑假期间。2020 年上半年文化课培训原计划为当年的 2 月至 6 月。新冠疫情发生后，寒假班取消，暑期班比往年推迟一个月入学，文化课班推迟到 5 月以后入学。

由于发行人提供 2019 年学员的主要培训课程在 1 月 15 日前基本结束，根据入学协议相关条款，学员 1 月 15 日后离校不再退学费，生活费剩余天数超过十天的按实际退费。新冠疫情发生后，大部分校考学员于 1 月底请假离校，同时发行人通过网络途径为该部分学员提供后续服务，因此不存在退课退费情况，但需退还 2 月份生活费，相应金额约为 668.82 万元。

总体而言，因疫情影响导致学员较往年推迟入学，相应培训人数和实现收入与上年同期相比的变化情况参见本小节之“（二）各校区复工复学情况，2020 年上半年课程销量、主要财务数据情况以及发行人管理层对市场和经营情况的评估及依据”之详述。

（四）新冠疫情是否会对公司全年经营业绩及持续经营能力产生重大不利影响，发行人采取的具体应对措施

上述情况显示，新冠疫情对发行人的影响主要体现在2020年上半年，预计全年收入虽有下滑，但仍能保持较好的收入和盈利水平，发行人主营业务表现出较强的韧性，新冠疫情不会对发行人全年经营业绩及持续经营能力产生重大不利影响。

首先，新冠疫情爆发的上半年恰好是美术艺考培训的淡季，国内多数地区自5月以后已开始陆续复课，因此疫情对下半年的美术长期班影响有限。新冠疫情主要影响发行人寒假班、暑假班和文化课班的招生和教学，但这部分收入占发行人全年收入比重较小。占发行人主营业务收入比重超过80%的美术长期班这一全年业绩的基本盘没有发生重大不利变化。

其次，从市场需求来看，美术艺考培训具备刚性需求特征，因此总体保持稳定。即使受到疫情影响，学员和家长的报名意向依然积极明确，复课后艺考培训

市场迅速回暖。随着新学员陆续入学，发行人招生和预计收入实现情况与上年同期相比的差距逐步缩小。自2020年3月1日至2020年10月25日，公司已招收新学员5,435名，该届学员预计实现收入22,715.74万元，分别比上年同期下降18.28%和9.13%，下降幅度有限。

再次，从行业竞争角度看，疫情对各类培训机构的影响也不均衡。小型画室硬件条件达不到封闭式管理和政府防疫要求，北京等疫情防控形势趋严的地区画室受到的影响也更大，因此新冠肺炎疫情造成的短期冲击将加速行业洗牌。公司近年来持续不断投入建设新校区，自建的银湖校区和场口校区能够满足疫情期间封闭式管理和防疫要求，家长和主管部门也更为认可和放心，因此预计其他硬件设施较差、防疫能力不足以及疫情防控趋严地区的画室学员将被引流至发行人，发行人的市场占有率也将进一步提高。

最后，在应对措施方面，发行人将继续投入开发多种线上培训方式作为线下场景的辅助和替代。目前，发行人在课程内容创制和传播等方面的师资、技术储备充足，已经具备网上授课的基础条件，各直播平台活跃度更是屡创新高，能够快速调整以提供在线培训服务。

发行人已制定线上教学预案。如遇疫情严重，发行人将启动线上教学，按照学员在校期间的班级建立线上教学群，以网络大课模式进行知识点的讲解，结合课下学生练习与教师点评来保障教学顺利进行。同时，发行人与学员和家长签订《入学协议》，约定：“如遇重大疫情防控等特殊情形导致乙方无法正常开展线下面授，乙方可采取线上培训等方式作为替代，甲方同意并接受乙方在特殊情形下采取前述替代性方式提供培训，并对乙方根据相应方式实际提供的培训课时和培训期间予以确认和认可”。

如遇疫情局部爆发，其他省份仍可进行线下学习的情形，发行人将按省份、地区重新进行班级设置，分散安排学员到指定教学合作点继续进行线下学习。指派专业及行政老师，下沉到当地校区或教学点，负责学员日常管理及学习活动。为保障教学质量，仍采用线上线下相结合的教学方式，由全校统一安排教学大纲和课程内容，全国教学点每天统一时间段由各教学组长统一讲解示范新课，讲解示范后由各地辅导老师跟进线下作业练习。同时设置教学督导组，巡查全国教学点以保证教学执行力度。

综上所述，新冠疫情不会影响发行人的长期经营能力。新冠疫情对发行人的影响主要体现在 2020 年上半年，随着国内疫情防控进入常态化阶段，美术艺考培训的刚性需求将持续保持稳定，且近年来美术艺考招生规模保持增长的态势，行业集中度也在逐步提高，因此发行人能够迅速恢复并保持较好的收入及盈利水平。发行人针对疫情再次爆发制定了应对预案，相关措施能够保证教学活动持续开展。因此，新冠疫情不会对发行人全年经营业绩及持续经营能力产生重大不利影响。

（五）2020 年疫情期间发行人是否确认停工损失

2020 年 1 月疫情爆发后，公司依照政府政策停止线下培训，并以线上培训替代线下培训。在疫情得到有效控制后，2020 年 5 月 9 日起陆续恢复线下培训。由于公司美术培训业务存在季节性，培训时间通常集中在每年 7 月至次年 2 月，3 月至 6 月为美术艺考培训淡季，因疫情停止的线下教学时间段与公司线下培训淡季基本重合，公司遵循一贯性原则，按照以往淡季时的会计处理方式，将疫情期间的成本、费用计入当期营业成本及相关费用，不确认停工损失，相关成本费用也不计入当期非经常性损益，符合企业会计准则的相关规定。

第十二节 有关声明

一、发行人及全体董事、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。

发行人全体董事签字：

应伟明　陈　萌　张文龙　徐　银　戴文涛

张立民　夏立安

发行人全体监事签字：

徐国华　应良煜　李盼磊

发行人全体高级管理人员签字：

陈　萌　张文龙　孔金龙　孙立堂　蒋铭科

方砂砂　张玲丽　夏亚芳

杭州老鹰教育科技股份有限公司

2021 年 1 月 31 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，并承担相应的的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人签字：

应伟明

杭州老鹰教育科技股份有限公司

2021 年 1 月 31 日

三、保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认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：

唐 唯

保荐代表人：

廖妍华 张兴忠

保荐机构总经理：

朱春明

保荐机构执行董事：

张 剑

法定代表人：

张 剑

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2021 年 1 月 3 日

保荐机构申万宏源证券承销保荐有限责任公司

执行董事、总经理声明

本人已认真阅读杭州老鹰教育科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

保荐机构总经理：

朱春明

保荐机构执行董事：

张　剑

申万宏源证券承销保荐有限责任公司

2021 年 1 月 31 日

四、发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：

章靖忠

经办律师：

傅羽韬　　熊　琦

浙江天册律师事务所

2021年 1月 31日

五、会计师事务所声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

会计师事务所负责人：

余 强

签字注册会计师：

章 祥　　银雪姣　　王佶恺

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 1 月 31 日

六、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。

评估机构负责人：

钱幽燕

签字资产评估师：

顾桂贤 陆学南

天源资产评估有限公司

2021年 1月 31日

七、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。

会计师事务所负责人：

余 强

签字注册会计师：

周海斌 银雪姣

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 1 月 31 日

说 明

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“本机构”）为杭州老鹰教育科技股份有限公司（以下简称“发行人”）首次公开发行股票并在创业板上市（以下简称“本次发行”）相关申报文件的验资机构和审计机构。

2015 年 10 月 26 日，本机构为发行人股改出具了“中汇会验[2015]3891 号”《验资报告》，签字注册会计师为周海斌、王倩恺。

2017 年 5 月 12 日，本机构为发行人增资出具了“中汇会验[2017]3411 号”《验资报告》，签字会计师为周海斌、银雪姣。

周海斌于 2017 年 10 月起任中国证券监督管理委员会第十七届、第十八届发行审核委员会委员，根据相关规定，其任职期间应与本机构业务进行脱离。

基于上述原因，周海斌未能在本次发行的招股说明书之验资机构声明页中签字。周海斌未能签字不影响本机构对招股说明书引用内容的声明和确认。

特此说明。

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 1 月 31 日

七、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。

会计师事务所负责人：

余 强

签字注册会计师：

银雪姣 王佶恺

中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

2021 年 1 月 31 日

第十三节 附件

一、附件目录

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（五）公司章程（草案）；

（六）与投资者保护相关的承诺；

（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、查阅时间和地点

查阅时间：工作日上午 9:00-11:30，下午 2:00-5:00

查阅地点：公司及保荐机构（主承销商）的住所

除以上查阅地点外，投资者可以登录证监会和证券交易所指定网站，查阅《招股说明书》正文及相关附录。