中信证券股份有限公司

关于

易点天下网络科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市

之

上市保荐书

保荐人（主承销商）

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

广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座

二〇二一年三月

声　明

中信证券股份有限公司（以下简称“中信证券”、“保荐人”或“保荐机构”）及其保荐代表人已根据《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》等法律法规和中国证监会及深圳证券交易所的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制定的业务规则和行业自律规范出具上市保荐书，并保证所出具文件真实、准确、完整。

如无特别说明，本上市保荐书中的简称与《易点天下网络科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》中的简称具有相同含义。

目　录

一、本次证券发行基本情况.....3

二、本次发行情况.....16

三、保荐代表人、项目协办人及项目组其他成员情况.....16

四、保荐人与发行人的关联关系、保荐人及其保荐代表人是否存在可能影响公正履行保荐职责情形的说明.....19

五、保荐机构按照有关规定应当承诺的事项.....20

六、保荐人对发行人是否就本次证券发行上市履行相关决策程序的说明...21

七、保荐人对公司是否符合上市条件的说明.....21

八、对公司持续督导期间的工作安排.....22

九、保荐机构认为应当说明的其他事项.....24

一、本次证券发行基本情况

（一）发行人基本情况概览

公司名称：易点天下网络科技股份有限公司

注册资本：396,384,160 元人民币

法定代表人：邹小武

有限公司成立日期：2005 年 4 月 6 日

股份公司成立日期：2013 年 2 月 6 日

公司住所：西安市高新区天谷八路 156 号软件新城研发基地二期 A3-1 西 101 室

邮政编码：710077

电话号码：029-85221569

传真号码：029-88248317

互联网网址：http://www.yeahmobi.com

电子信箱：ir@yeahmobi.com

本次证券发行类型：首次公开发行股票并在创业板上市

（二）主营业务

公司作为企业国际化智能营销服务商，致力于为客户提供全球营销推广服务，帮助其高效地获取用户、提升品牌知名度、实现商业化变现。目前，公司的主营业务包括效果广告服务、品牌广告服务以及头部媒体账户管理服务。

报告期内，公司坚持“技术驱动发展”的战略定位，掌握了大数据、机器学习和人工智能算法等前沿互联网广告技术。在我国“一带一路”倡议的背景下，

公司凭借深厚的行业积累以及技术优势，为跨境电商、工具应用和游戏等各行业2,000 余家广告主客户提供了全面、专业的出海营销解决方案，助力企业快速实现国际化布局，也为中国企业践行“走出去”的发展战略添砖加瓦。

凭借优质的服务能力与良好的行业口碑，公司积累了多元的互联网媒体资源以及优质的广告主客户资源。在互联网媒体资源方面，公司与 Google、Facebook、Twitter、字节跳动、Pinterest 等媒体或其代理商建立了稳定的合作关系；在广告主客户方面，公司赢得了阿里巴巴、腾讯、网易、字节跳动、快手、爱奇艺等知名企业的信赖。同时，公司的效果广告服务积累了丰富的业务实践经验，累计实现应用安装、用户注册、商品销售等商业效果转化超过 5 亿次，覆盖独立设备超过 70 亿台，遍及全球 238 个国家和地区，单日最高有效转化达到百万量级。

（三）核心技术

目前，公司掌握的核心技术及用途、特点等情况如下：

序号	技术名称	技术用途	核心技术特点	应用领域	技术来源
1	实时及离线海量数据计算框架	用于核心数据统计，以及全维度数据的交互式查询分析	采用基于流式处理和离线分析的大数据框架实现展示、点击、转化等全链路事件追踪，依托全球部署的分布式架构体系，提供支撑百亿级数据流量的高性能、易扩展的移动广告追踪技术。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	集成创新
2	全球网络加速技术	用于实现全球多区域分布式部署的最优网络拓扑设计	通过对网络传输过程中数据包的探测分析，以及对网络响应的实时监控，调整不同流量区域和系统之间的网络拓扑结构，实现高性能、低时延的广告分发。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
3	分布式消息	用于实现全球多区域分布式部署的数据同步	基于 Apache RocketMQ 开源框架并进行改造，实现了跨区域消息同步、多个大数据产品的消息扩展插件，以及事务型消息在系统中的应用。	应用于效果广告服务。	引进消化吸收再创新
4	Yeah-Anti Fraud 系统	通过全方位的反作弊检测，实现对流量的质量控制	建立集合了渠道流量、安装激活、用户行为等 20 多个维度数据的反作弊平台，并基于模型的综合评定，对流量质量进行综合评估。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
5	自动对账、结账系统	用于与广告主及媒体的对账和结账流程	实现对账流程自动化操作，并根据核查明细，自动生成结账单据。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
6	渠道客户智能评级	用于综合多维度数据对互联网媒体渠道进行综合的等级评定	根据行业经验和历史数据对各数据维度设置合理区间，通过多指标综合评价确定每个数据维度的权重，判定渠道的整体等级评分。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
7	广告排序技术	选择最优广告	通过广告的历史 CTR，结合广告针对目标受众，广告形态，出价因素等，	应用于效果广告服务中的中	集成创新

序号	技术名称	技术用途	核心技术特点	应用领域	技术来源
			使用模型和算法预测 eCPM，选择转化机会最大的广告进行展示。	长尾媒体效果营销服务。	
8	数据可视化	为广告主及公司广告运营人员提供数据报告，进行数据分析	利用 ES、Kibana 等技术，展示每日实时请求量、DAU、点击数等执行过程中各项数据；通过多维度的数据分析数据结果，提升运营效率。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	集成创新
9	算法测试框架	对各种广告排序算法进行测试	从多维度对比不同广告排序算法的效果，得出针对具体场景下的最优算法。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	自主创新
10	高效动态 API 网关技术	承接海量的广告请求	在提升资源使用率、QPS 的基础上，同时具备高扩展性和高可用性。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	自主创新
11	自动化视频技术	自动化生成广告投放所需要的视频，提升广告效果	通过研究不同格式视频生成技术，将不同元素，图片，文字，音频等组装成不同的帧流，并通过 AE 技术合成视频，具有模板可重复利用，一次批量生成批量下载等特点。	应用于效果广告服务及品牌广告服务。	原创创新
12	个性化广告推荐技术	通过学习用户历史网站行为提升广告主 ROI	通过收集用户在电商网站的历史浏览、购买等记录，提取对用户转化有帮助的特征，通过机器学习算法为每个用户推荐感兴趣的商品。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
13	全球流量承载技术	承载全球流量，并同步收集多节点数据，通过数据库路由技术实现中心化查询	通过 GeoDns 技术，用以承接任意地区国家的流量实现数据实时落地，利用异步数据传输实现多数据中心建设高可用、低延迟、集中化管理、中心化查询。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
14	机器学习统一模型技术	用于公司所有算法项目的快速开发、调试和部署	实现机器学习训练模型和线上模型的特征一致化，并归纳了行业中常用算法的最优实践。项目使用统一模型框架技术，可快速的完成模型训练以及线上实验，并确保实现模型的准确性。	应用于效果广告服务。	原创创新
15	算法 debug 白板技术	用于算法模型特征选择，通过可视化的方式对每个特征的影响权重，以及算法效果进行观察和调试	自研算法特征白板技术，具有模型特征可视化、手动特征权重调整、单一特征权重比对等特点，帮助开发人员可快速的进行算法模型的开发和调试，提高算法开发、试验效率。	应用于效果广告服务。	原创创新
16	流量分割技术	在进行流量试验时，可以对流量进行不同维度的流量分流	根据广告行业中的特性，自研流量分层框架技术，开发人员只需要进行流量分割的维度配置，该技术就可以对流量进行预设的分割到不同的算法模型上去，并进行同组的 AB 测试试验，验证模型的最终效果。该技术是新模型线上测试，以及最终效果比对中必要技术。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	原创创新
17	网关统一接入技术	用于对接不同平台、不同协议的技术框架	根据广告行业通用 Open RTB 协议规范，自研可以适配 Open RTB、API、OEM 等方式的流量接入，并在接入后转化为统一的协议，具有内外部通用特性，减低开发成本和开发风险。	应用于效果广告服务中的中长尾媒体效果营销服务。	引进消化吸收再创新

（四）研发水平

1、研发人员占比

报告期各期末，公司研发人员占比情况如下：

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
研发人员数量	**134**	108	99
员工总人数	**551**	445	460
占总人数比例	**24. 32%**	**24.27%**	**21.52%**

2、在研项目情况

序号	项目名称	拟达到目的	所处阶段及进展	预算	主要研发人员
1	实时智能化投放系统	实时智能化投放系统，利用机器学习和深度学习算法，结合全方位用户标签体系，提升点击率和转化率的预测能力，以及广告投放效果。	项目研究阶段。目前已进入算法试验和线下调试阶段。	1000 万元	芦康平等 6 人
2	Yeah-Anti Fraud 系统	基于渠道流量、实时安装数据、用户行为数据的智能反作弊平台，提升整体平台的质量等级以及对广告主的交付效果。	项目迭代阶段。目前项目已经完成一期的功能。	500 万元	秦鹏，芦康平等 5 人
3	自动化运营管理平台	分析运营管理人员日常操作活动，进行自动化、精细化的流程优化，并结合大数据分析，实现智能化的业务管理操作，最大限度提升人效比和平台系统化优势。	项目研发阶段。进行全方面的分析调研，并进行项目分解。	500 万元	芦康平等 7 人
4	全方位新一代广告追踪平台	在现有广告点击追踪平台的基础上，实现展示上报和展示追踪，并兼具实时、离线分析高性能查询能力。	项目迭代阶段。目前系统已经可以实现展示上报和追踪等功能。	500 万元	芦康平等 6 人
5	AI 智能化流量网关系统	在现有的流量网关上，引入 AI 算法，在广告流量对内部各个系统分配时能够自动优化，提升竞价成功率和 eCPM。	项目研发阶段。在现有网关基础上投入 AI 算法研究。	800 万元	秦鹏等 6 人
6	基于深度学习的预	在原有的算法平台和行业通用的分类预估算法的基	项目研究阶段。从人才储备、理论结	500 万元	秦鹏等 4 人

序号	项目名称	拟达到目的	所处阶段及进展	预算	主要研发人员
	估框系统	础上引入深度学习的算法理论，提升各个产品在不同业务场景下的预估准确度和实际效果。	合实现场景进行突破。		
7	基于人工智能技术的创意平台系统	拟在原有的创意平台上引入人工智能算法，用来解决广告投放时创意创作匮乏、创意发现的问题，在海量的广告创意库中进行创意挖掘，形成有效的广告创意再生平台。	项目开发阶段。创意平台的基础工作已经初步上线，在数据积累到一定阶段后，可有效的进行数据挖掘和推荐。	600 万元	秦鹏，杨豪等 5 人
8	全球数据匹配管理系统	拟在原有的大数据平台上，研发全球数据管理系统，将公司现有业务的所有数据以及相关数据资产有效地纳入到该平台，可以对数据进行有效的匹配和线上管理。	项目研发阶段。在今年完成拟研发中的目标任务，并能投入正式线上使用。	600 万元	秦鹏等 4 人
9	下一代基于区块链的广告交易技术	通过提前调研及投入资源在下一代的区块链广告交易技术，抢占先发优势，取得行业话语权。	项目研究阶段。目前处于全面调研和分析阶段。	500 万元	秦鹏等 4 人

3、公司核心技术的科研实力和核心技术人员

公司坚持“技术驱动发展”的战略定位，掌握了大数据、机器学习和人工智能算法等领域的前沿互联网广告技术，2018 年和 2019 年连续两年入选中国软件百强企业。

公司核心技术人员的获得奖项情况和对公司研发的具体贡献情况如下：

序号	核心技术人员	获得奖项及对公司研发的具体贡献
1	邹小武	邹小武作为公司技术发展的战略决策者，负责公司大数据、人工智能为驱动的移动广告技术研发与创新工作，同时负责组织管理开发资源、培养和组建优秀技术梯队，传递公司的战略思想、企业文化与价值观，提升开发人员的技术、效率及团队凝聚力。2020 年 5 月，邹小武获得共青团西安市委、西安市青年联合会颁发的“西安青年五四奖章”；2020 年 8 月，邹小武获得中共西安市委、西安市人民政府颁发的“市长特别奖”。
2	王一舟	王一舟负责所有公司业务系统的应用架构设计和技术方向规划，在技术层面保障公司的战略推进，并主持制定技术发展战略，全面监督推进战略实施，同时负责规划产品发展路线、产品技术架构，带领技术团队做好构架、研发、设计方面的工作，完成平台

序号	核心技术人员	获得奖项及对公司研发的具体贡献
		整体搭建，并对系统安全性、稳定性负责，保障各系统的开发、协作及持续优化。
3	秦鹏	秦鹏负责公司业务类研发项目的通用技术框架、人工智能创意平台、大数据平台、全球数据匹配管理系统等项目的研发管理和技术架构搭建，支撑各个业务研发团队得以高效，快速地进行业务开发交付。秦鹏曾获得 2019 年第三届全球程序员节“十佳新锐程序员”（省部级）。
4	芦康平	芦康平负责广告平台业务系统的研发管理和核心业务系统的开发工作，设计研发一系列具有分布式、高流量、高并发特性的核心系统。

（五）主要经营和财务数据及财务指标

报告期内，公司主要经营和财务数据及财务指标如下：

项目	2020 年度/2020-12-31	2019 年度/2019-12-31	2018 年度/2018-12-31
资产总额（万元）	**276,133.19**	204,357.23	167,244.08
归属于母公司所有者权益（万元）	**143,797.24**	123,466.63	112,653.29
资产负债率（母公司）	**0.33%**	2.44%	0.24%
营业收入（万元）	**247,840.06**	249,312.26	197,862.39
净利润（万元）	**23,470.65**	24,074.47	19,132.12
归属于母公司所有者的净利润（万元）	**23,470.65**	24,074.47	19,258.56
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	**21,807.16**	20,716.26	17,890.98
基本每股收益（元）	**0.59**	0.61	0.49
稀释每股收益（元）	**0.59**	0.61	0.49
加权平均净资产收益率	**17.56%**	19.17%	17.97%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	**30,246.77**	24,152.95	-3,479.31
现金分红（万元）	**-**	15,062.60	5,945.76
研发投入占营业收入比例	**1.86%**	1.60%	1.82%

（六）发行人存在的主要风险

1、创新风险

互联网广告行业系新兴成长型产业，创新的商业模式及技术手段层出不穷。为了顺应和把握产业发展的浪潮，公司积极探索新的业务领域和商业模式，不断

探索前沿的互联网广告技术，始终保持对新技术、新模式和新业态的敏锐度。由于创新性业务和技术具有一定前瞻性和不确定性，受公司技术水平、运营能力、管理能力、资金实力等方面因素的影响，可能出现创新业务和技术未能适应市场需求或满足客户需要，并产生损失的可能性。如果公司不能及时根据市场趋势调整战略方向，或将影响公司的长期业务发展，对公司的经营业绩产生不利影响。

2、行业风险

（1）市场竞争风险

报告期内，公司凭借丰富的客户资源、全球化的互联网媒体资源以及优质的服务能力获得了市场竞争优势。但随着互联网广告行业的高速发展以及新的商业模式不断出现，综合型的互联网广告服务商不断增多，行业竞争或将持续加剧。虽然目前公司业务规模较大、业务体系健全，但由于移动互联网行业技术发展更新较快，同时互联网广告行业市场结构复杂，若公司不能持续有效地制定并实施业务发展规划，始终保持服务能力及技术水平的竞争优势，则可能丧失前期积累的客户资源、媒体资源及服务能力优势，使公司在激烈的市场竞争环境中处于不利地位，进而影响公司的盈利能力和长期发展潜力。

（2）海外国家市场环境和政策变动风险

公司核心业务包括效果广告服务、品牌广告服务以及头部媒体账户管理服务。公司在各个国家和地区开展业务的过程中严格遵循当地相关法律、法规、相关政策及市场规则。但由于各个国家和地区的市场环境及政策存在变动的可能性，如果公司不能及时根据当地市场环境和政策变动调整自身的产品及业务，可能对公司的业务开展产生不利影响。

（3）Facebook 相关互联网营销业务可能下滑的风险

中美关系紧张形势加剧，Facebook 创始人马克扎克伯格在美国国会听证会上对中国进行无端指责，致使 Facebook 在中国民众的口碑进一步下降，与中国企业的关系也趋于紧张。**2020 年**，公司通过代理商采购的 Facebook 流量金额相较去年仍有所上涨，尚未受到两国关系紧张或相关言论的影响，但如果中美关系持续紧张，或 Facebook 创始人不当言论持续发酵，抑或其不断发表新的不当言

论，可能造成部分公司下游广告主弃用 Facebook，从而导致公司 Facebook 互联网营销业务下滑。

3、经营风险

（1）因广告信息违反相关法律法规而遭受损失的风险

公司在业务开展过程中严格执行互联网广告信息审查制度，广告信息在发布之前均根据互联网媒体要求、公司广告审查制度对投放广告的内容、信息来源、表现形式、是否存在禁止性内容等方面进行审查，全部通过后方可投放。尽管公司执行了严格的广告审核流程，报告期内亦未发生因广告内容违规而遭受处罚的情形。但是随着公司业务规模的扩大，仍可能存在因少数客户刻意隐瞒信息等原因导致的广告信息审核失误，致使广告信息违反相关法律法规，公司可能面临因发布虚假广告信息而遭受处罚的风险。

（2）不当使用互联网信息的风险

公司在进行营销推广时，覆盖了大量移动终端和活跃用户。公司需对终端设备的部分与服务内容相关的数据信息进行记录与分析，不会收集或存储终端用户的个人隐私数据，例如姓名、身份证号码、家庭住址等信息。公司会对用户信息进行匿名化和去标识化处理，使其无法重新识别个人信息主体。虽然公司一贯重视信息数据的保护并建立了完善的信息保密制度和操作流程，但在业务开展过程中，一旦公司员工或数据合作方、客户基于自身原因造成了信息的不当使用，将会对公司声誉造成不利影响，甚至可能会对公司的业务开展造成不利影响，进而影响公司的经营业绩。

（3）数据资源获取受限和存储安全风险

公司在进行营销推广时，为有效规划及优化营销推广服务，公司需要收集和分析相关数据。如果广告主、媒体等合作方禁止或限制公司采集和使用有关数据，或者公司业务所在国家或地区出台有关数据保护及隐私的法律法规，则公司合规风险可能增加，从而对公司经营业绩造成不利影响。

公司采用了防火墙、数据加密等技术，以保障数据资源存储、使用的安全性、可靠性。但如果公司受到互联网上的恶意软件、病毒的影响，或者受到黑客攻击，

将会影响公司信息系统正常运行，或者导致公司信息数据资源泄露、损失，从而可能会损害公司的市场声誉，对公司经营业绩造成不利影响。

（4）供应商较为集中的风险

公司作为致力于推进我国企业国际化进程的互联网营销服务商，与 Google、Facebook、Twitter、字节跳动、Pinterest 等全球主流互联网媒体或其代理商建立了稳定良好的合作关系。但由于全球互联网市场呈现显著的马太效应，头部媒体用户规模较大、市场份额占比较高，导致报告期内公司用户流量采购集中度较高。报告期内，公司向前五名供应商采购额占当年总采购额比例分别为 73.68%、80.76%和 90.72%。尽管在日常业务开展过程中，公司制定了严格的规范制度，恪守与供应商签署的商务协议的相关要求，同时积极开拓市场，保障较大的业务规模，与头部媒体及其代理商保持了稳定良好的合作关系，但若公司自身经营管理出现瑕疵，如违反平台规则，发行人存在账号被永久封禁或被平台取消合作伙伴资格的可能性。公司对直接流量供应商 Google 存在一定依赖。报告期内，公司向 Google 直接采购头部媒体流量占报告期各期总流量采购金额的比例分别为 31.19%、54.77%和 55.42%，占比较高且呈上升趋势。由于公司与 Google 签署的合作协议中存在 Google 终止合作的相关条款，存在被 Google 取消平台合作资质的可能性，如被 Google 取消合作资质，虽然公司仍可向其他 Google 合作伙伴采购流量，但仍将对公司业务经营产生不利影响。

若主要供应商/头部媒体流平台变更合作政策，可能导致无法持续采购头部媒体用户流量，进而对公司日常经营产生不利影响：如极端情况下，由于中美两国政策出现较大变化，致使中资公司不能够采购 Google、Facebook 等美国公司的流量，则公司亦将不能采购相关流量，进而对公司日常经营产生不利影响。

（5）知识产权保护风险

互联网广告行业属于技术密集型行业，业务经营中所涉及的互联网及其他领域的软件著作权等知识产权数量较多、范围较广。公司所拥有的知识产权是公司核心竞争力的重要体现。公司一贯遵守知识产权相关的法律法规，积极申请各类必须的知识产权、设置了完善的代码隔离、权限控制等流程，与员工及合作伙伴签订了保密协议或在合作协议中确定了明确的知识产权保护条款，以保障公司的

知识产权得到全面的法律保护。但若公司自身知识产权受到不法侵害而无法及时有效解决的极端情况下，可能会影响公司的市场声誉，并对公司经营产生不利影响。

（6）技术风险

互联网广告行业系技术密集型产业，公司依托大数据、人工智能、云计算等互联网广告技术开展智能化的营销服务业务，涉及较多的软件著作权等知识产权。尽管公司已经在互联网营销领域具备一定的技术实力，自主研发了一系列智能化业务系统，同时仍持续加大技术研发方面的资金投入、不断引进优秀技术人才，但如果未来公司的研发方向不符合行业发展趋势，或者研发速度落后于其他竞争者，或者互联网广告行业发生根本性的技术变革，则公司将无法继续保持现有的技术竞争优势，进而将对公司的服务能力及经营业绩产生不利影响。

（7）公司规模扩大带来的管理风险

随着业务的稳步发展，公司规模不断扩大。本次发行后，公司的资产规模将持续增长，且随着募集资金投资项目的逐步实施，公司的人员、采购规模、销售规模将逐渐扩大，客户和服务领域将更加广泛，技术创新要求将进一步加快。如果公司的资源配置和管理体系无法及时进行调整或相关调整不能完全满足公司规模扩张后的相关要求，将导致公司现有的管理架构和流程无法完全适应规模扩张带来的变化，对公司的经营业绩产生不利影响。

（8）房屋租赁风险

公司为轻资产的互联网企业，固定资产较少，主要固定资产为办公设备。报告期内，公司的经营场所均通过租赁方式取得。截至招股说明书签署日，公司部分办公场所租赁房屋未取得产权证书。公司承租的该等房产可能因产权手续不完善而存在租赁合同被认定无效、租赁房屋及所在土地因地方城市规划等原因被政府征用、拆迁等潜在风险。同时，若公司的房屋租赁合同到期无法续租，公司面临因搬迁、装修带来的潜在风险，并可能对公司的业务经营造成一定影响。

（9）核心技术人员和技术人才流失的风险

公司自成立以来一直重视技术开拓、产品研发以及研发团队的建设，通过不

断实践和积累，公司已经研发并储备了多项核心技术和自主知识产权，培养、积累了一批高素质研发人员。当前公司多项产品和技术处于研发阶段，核心人员稳定对公司的发展尤为重要，如果未来在人才的市场竞争中公司出现核心技术人员和技术人才大量流失的情况，将对公司经营产生不利影响。

（10）新冠病毒疫情对公司经营业绩影响的风险

2020 年 1 月以来，国内外先后爆发了新冠病毒疫情。目前国内新冠病毒疫情形势好转，企业生产经营陆续恢复正常，但海外疫情形势较为严峻，且存在进一步大范围扩散的可能。虽然目前公司已恢复现场办公，**2020 年收入相比 2019 年下降 0.59%，影响较小**，但如果疫情持续较长时间，可能对公司经营业绩产生不利影响。

（11）国际贸易摩擦和国际形势变动对公司经营业绩影响的风险

随着我国经济实力的增强、国际环境的变化以及越来越多的国家融入经济全球化，国际贸易竞争日渐激烈，国际贸易摩擦不断增加。公司作为企业国际化智能营销服务商，致力于为客户提供全球营销推广服务，经营区域涵盖全球多个国家和地区。若未来我国与这些国家或地区之间发生重大贸易摩擦或争端或国际形势出现重大紧张局面，可能对公司经营业绩产生不利影响。

近年来，中美两国在经济、科技领域展开了深层次的竞争，中美贸易摩擦不断升级，全球化进程受阻。公司下游客户主要集中在电商类、娱乐类、应用类等互联网企业，其中电商类占比最大。根据美国自身的生产力结构，在几年内对生活消费品领域进行深度脱钩的可行性较低，公司来自美国的最主要收入来源是销售服饰、日用品等轻生活消费品为主的电商客户，相较于高科技核心领域以及意识形态相关的媒体领域，影响较小。后续若双边关系持续恶化，美国对我国互联网企业进一步打压，可能导致公司客户尤其是 APP 开发者客户经营情况恶化以及对外广告投放需求下降，从而对公司业绩产生一定不利影响。

2020 年 6 月 29 日以来，印度电子信息技术部连续多次对拥有中国背景的手机应用程序采用禁用措施，禁用的 APP 主要为娱乐类、应用类和少量电商类 APP，其中作为广告主与公司进行广告投放业务合作的主要包括 QQ Music、QQ Player、

Shein、Tik Tok、Xender、Bigo Live、UC Browser 等，作为媒体投放平台与公司进行合作的主要包括 Tik Tok 等。受该政策影响，公司上述客户将不再在印度地区进行广告投放，另一方面，Tik Tok 等媒体投放平台被禁用，广告主无法通过上述 APP 在印度地区进行广告推广，也会对公司营业收入产生一定的影响。**2020 年，公司印度地区收入 12,517.97 万元，相比 2019 年减少了 4.38%，其中来自中国客户的收入金额为 6,488.39 万元，占公司 2020 年主营业务收入比为 2.62%，对应的毛利金额 970.99 万元。**若印度政府未来对中国 APP 加大限制，可能对公司在印度地区的营业收入产生进一步不利影响。

4、财务风险

（1）毛利率下滑风险

2018 年、2019 年和 **2020 年**，公司综合毛利率分别为 22.05%、18.74%和 **20.42%，毛利率先降后升**。报告期内，由于我国互联网广告行业的市场业务竞争加剧，公司业务结构发生变化且拓展的部分新客户毛利率相对较低，导致公司综合毛利率下降，如果公司不能采取有效措施应对，公司经营业绩将受到不利影响。

（2）应收账款余额较大的风险

报告期各期末，公司应收账款余额分别为 69,488.41 万元、95,573.82 万元和 **73,732.13 万元**，占当期营业收入的比重分别为 35.12%、38.33%和 **29.75%**，应收账款规模较大。公司主要客户均为实力强、信誉好的大型优质客户，最近三年，账龄在 1 年以内的应收账款比例平均超过 90%，且公司已按照谨慎性原则对应收账款计提了充足的坏账准备。但如果主要客户因自身经营状况或外部经营环境严重恶化以致影响偿付能力，则公司将面临应收账款部分甚至全部无法收回的风险。

（3）税收优惠政策变动风险

公司 2018 年、2019 年及 **2020 年**符合《财政部国家税务总局海关总署关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58 号）对西部地区鼓励类产业企业税收优惠的相关规定，按 15%的优惠税率计缴企业所得税。

西安点告于 2017 年 12 月被认定为高新技术企业，获得陕西省科学技术厅、陕西省财政厅、陕西省国家税务局和陕西省地方税务局颁发《高新技术企业证书》，有效期三年，**西安点告于 2020 年 12 月 1 日通过高新技术企业复审，证书编号为 GR202061000205，有效期 3 年。据此，西安点告 2018 年度、2019 年度及 2020 年度企业所得税税率减按 15%税率征收。**

西安广知符合《财政部国家税务总局海关总署关于深入实施西部大开发战略有关税收政策问题的通知》（财税〔2011〕58 号）对西部地区鼓励类产业企业税收优惠的相关规定，**2018 年至 2020 年**按 15%的优惠税率计缴企业所得税。

根据《财政部国家税务总局关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》财税〔2016〕36 号附件 4 第一条第（三）款，向境外单位提供的完全在境外消费的研发服务适用增值税零税率。西安点告向境外公司提供信息技术外包服务适用增值税零税率。

根据 2018 年 6 月 15 日国家税务总局印发的《国家税务总局关于修改部分税收规范性文件的公告》（国家税务总局公告 2018 年第 31 号），明确境内单位向境外单位提供技术咨询服务、信息技术服务的跨境服务，免征增值税。公司、西安广知及星合之星获得相关政府部门的审核批准，并于 2018 年度、2019 年度及 **2020 年度**适用上述跨境免征增值税的优惠政策。

如果国家调整上述税收优惠政策或其他原因导致公司未来不能持续享受上述税收优惠，都将对公司的经营业绩产生一定的影响。

（4）公司经营业绩季节性波动风险

受主要客户年度营销投入计划及网络流量波动的影响，互联网广告行业呈现一定的季节性波动特征。由于全球市场受到下半年感恩节、圣诞节、新年等节假日带动下半年消费需求上升，客户对出海营销服务的需求增加，公司下半年营业收入占全年营业收入的比例较高。**2018 年至 2020 年**，公司下半年营业收入占比为六成左右，因此公司的经营业绩存在季节性波动风险。

（5）外汇相关风险

在互联网大数据营销出海领域，Facebook、Google 等头部媒体掌握了全球互

联网营销大部分媒体资源，这些供应商采用美元结算。出于结算方便及保持结算一致的考虑，出海大数据营销企业与客户一般采用美元进行结算。因此，人民币对美元的汇率变动将对公司的经营业绩产生一定影响。

5、募集资金投资项目风险

本次募集资金投资项目围绕公司现有的主营业务进行，是公司依据未来发展规划作出的战略性安排，以进一步增强公司的核心竞争力和持续盈利能力。在确定募集资金投资项目时，公司已综合审慎地考虑了自身技术实力、市场发展状况、客户实际需求，并对产业政策、投资环境、项目进度等因素进行了充分的调研和分析。但是，本次募集资金投资项目的建设计划、实施过程和实施效果仍可能因技术研发障碍、投资成本变化、市场环境突变、项目管理不善等因素而增加不确定性，从而影响公司的经营业绩。

此外，募集资金投资项目建设和运营初期，固定资产折旧、人工等成本及费用上升，将会给公司经营业绩带来一定影响。

6、发行后净资产收益率下降与即期回报被摊薄的风险

本次发行完成后，随着募集资金到位，公司资金实力将显著增强，同时公司总股本和净资产将有较大幅度的增长。本次募集资金到位后，公司将合理有效的利用募集资金，提升运营能力，降低财务费用，从而提高公司长期盈利能力。但由于募集资金投资项目的实施需要一定的周期，相关效益的实现也需要一定的过程，因此短期内公司的每股收益和净资产收益率等指标存在被摊薄的风险。

7、发行失败的风险

本次发行的发行结果将受到证券市场整体情况、发行人经营业绩、投资者对本次发行的认可程度等多种内外部因素决定。存在投资者认购不足的情形，发行人将面临发行失败的风险。

二、本次发行情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元

发行股数	本次发行股数不低于发行后总股本的 10%，发行股数不超过 75,501,745 股，本次发行不涉及老股转让
每股发行价格	【】元（由公司和主承销商根据询价结果确定）
发行人高管、员工拟参与战略配售情况	不适用
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	不适用
发行后每股收益	【】元（按经审计截至【】年【】月【】日期间扣除非经常损益前后孰低的归属于母公司所有者净利润除以本次发行后总股本）
发行市盈率	【】倍（按发行后每股收益为基础计算）
发行前每股净资产	3.37 元（按发行前一期经审计的归属于母公司所有者权益除以发行前总股本计算）
发行后每股净资产	3.63 元（按本次发行后归属于母公司所有者的净资产除以发行后总股本计算，其中，发行后归属于母公司所有者的净资产按经审计截至【】年【】月【】日归属于母公司所有者的净资产和本次募集资金净额之和计算）
发行市净率	【】倍（按发行后每股净资产为基础计算）
发行方式	采用网下向配售对象询价发行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	符合资格的网下投资者和在深圳证券交易所开户并开通创业板市场交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规、中国证监会及深圳证券交易所规范性文件规定的禁止购买者除外）
承销方式	余额包销方式
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，其中主要包括承销及保荐费【】万元、审计及验资费【】万元、律师费【】万元；发行手续费及其他【】万元

三、保荐代表人、项目协办人及项目组其他成员情况

（一）保荐代表人

中信证券指定李亦中、杨腾作为本次发行的项目保荐代表人。

李亦中，男，现任中信证券投资银行管理委员会信息传媒行业组总监，保荐代表人，硕士研究生学历，自保荐制度执行以来，作为项目负责人或项目成员参与了贵州水城矿业集团重组改制项目、中国石油 A 股 IPO 发行项目、中国石化 300 亿分离交易可转债项目、北京昊华能源股份有限公司 A 股 IPO 项目、上海石化股权分置改革项目、创业慧康再融资项目等。

杨腾，男，现任中信证券投资银行管理委员会信息传媒行业组副总裁，保荐代表人，硕士研究生学历。自保荐制度执行以来，曾主持或参与过圣邦股份 IPO、朗科智能 IPO、大博医疗 IPO、英利汽车 IPO、冠昊生物重大资产重组、中文传

媒重大资产重组等众多项目。

（二）项目协办人

中信证券指定单新生作为本次发行的项目协办人。

单新生，男，现任中信证券投资银行管理委员会（河南）分部高级副总裁，本科学历，作为项目负责人或项目成员参与了中原出版传媒投资控股集团有限公司借壳焦作鑫安上市项目、同力水泥非公开发行股份购买资产暨重大资产重组项目、河南银金达新材料股份有限公司 A 股 IPO 改制辅导项目、河南赛诺特生物技术有限公司 A 股 IPO 改制辅导项目等。

（三）项目组其他成员

中信证券指定李占杰、刘岩、焦大伟、汤颖达作为本次发行的项目组其他成员。

李占杰，男，现任中信证券投资银行管理委员会信息传媒行业组副总裁，非执业注册会计师，本科学历，自保荐制度执行以来，作为项目负责人或项目组成员参与过首都在线 A 股 IPO、石头科技科创板 IPO 等项目。

刘岩，男，现任中信证券投资银行管理委员会信息传媒行业组高级经理，硕士研究生学历，自保荐制度执行以来，作为项目组成员参与过楚天龙 A 股 IPO、广联达非公开、小米集团港股 IPO 等项目。

焦大伟，男，现任中信证券投资银行管理委员会信息传媒行业组高级经理，硕士研究生学历，自保荐制度执行以来，作为项目组成员参与过创业慧康非公开、英利汽车 IPO、东华软件非公开、华录百纳非公开等项目。

汤颖达，男，现任中信证券投资银行管理委员会信息传媒行业组高级经理，硕士研究生学历，自保荐制度执行以来，作为项目组成员参与过某半导体公司科创板 IPO、某互联网公司 Pre-IPO 轮投资买方财务顾问等项目。

四、保荐人与发行人的关联关系、保荐人及其保荐代表人是否存在可能影响公正履行保荐职责情形的说明

（一）保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人有或者通过参与本次发行战略配售持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况

截至本上市保荐书签署日，金石灏汭持有公司 1.01%的股份，金石灏汭系公司保荐人中信证券通过其全资子公司金石投资有限公司 100%持股的二级子公司。除上述事宜，本保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方未持有发行人或其控股股东、重要关联方股份。

（二）发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况

截至本上市保荐书签署日，发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。

（三）保荐人的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员，持有发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方股份，以及在发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况

截至本上市保荐书签署日，本保荐人的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员不存在持有发行人权益及在发行人处任职等情况。

（四）保荐人的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况

截至本上市保荐书签署日，本保荐人的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方不存在相互提供担保或者融资等情况。

（五）保荐人与发行人之间的其他关联关系

截至本上市保荐书签署日，本保荐人与发行人之间不存在其他关联关系。

五、保荐机构按照有关规定应当承诺的事项

保荐机构通过尽职调查和对申报文件的审慎核查，做出如下承诺：

（一）保荐机构已按照法律法规和中国证监会及深交所的相关规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序。

本保荐机构同意推荐发行人本次证券发行上市，并据此出具本上市保荐书，相关结论具备相应的保荐工作底稿支持。

（二）保荐机构有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会和深交所有关证券发行上市的相关规定。

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

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

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

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

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

（八）保荐机构保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会的规定和行业规范。

（九）保荐机构自愿接受中国证监会依照《证券发行上市保荐业务管理办法》

采取的监管措施。

（十）保荐机构自愿接受深交所的自律监管。

六、保荐人对发行人是否就本次证券发行上市履行相关决策程序的说明

（一）董事会决策程序

2020 年 3 月 15 日，发行人召开了第三届董事会第六次会议，全体董事出席会议，审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的议案》等相关议案。

（二）股东大会决策程序

2020 年 4 月 3 日，发行人召开了 2020 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于公司申请首次公开发行股票并在创业板上市的议案》等相关议案。

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

七、保荐人对公司是否符合上市条件的说明

发行人股票上市符合《公司法》《证券法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》以及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的上市条件：

（一）发行后股本总额不低于 3,000 万元

本次发行前发行人股本总额为 39,638.4160 万元，本次发行预计不超过 7,550.1745 万股，发行后总股本不超过 47,188.5905 万股。

经核查，本次发行后，发行人股本总额不低于人民币 3,000 万元。

（二）公司股本总额超过 4 亿元的，公开发行股份的比例为 10%以上

本次发行前发行人总股本为 39,638.4160 万股，本次发行拟公开发行新股数量不超过 7,550.1745 万股，占本次发行后总股本的比例不低于 10%。

经核查，本次公开发行的股份达到公司股份总数的 10%以上。

（三）市值及财务指标符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的标准

依据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》，发行人选择具体上市标准如下：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元。

发行人 2018 年度及 **2020 年度**净利润分别为 20,716.26 万元和 **21,807.16 万元**（净利润以扣除非经常性损益前后的孰低者为准），最近两年净利润均为正且累计净利润不低于人民币 5,000 万元。

经核查，发行人财务指标符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的标准。

（四）发行人符合深圳证券交易所要求的其他上市条件

综上所述，本保荐人认为，发行人符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的上市条件。

八、对公司持续督导期间的工作安排

事项	工作安排
（一）持续督导事项	在本次发行股票上市当年的剩余时间及其后三个完整会计年度内对发行人进行持续督导
1、督导发行人有效执行并完善防止大股东、实际控制人、其他关联机构违规占用发行人资源的制度	强化发行人严格执行中国证监会相关规定的意识，进一步完善各项管理制度和发行人的决策机制，协助发行人执行相关制度；通过《承销保荐协议》约定确保保荐人对发行人关联交易事项的知情权，与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行人相关制度的执行情况及履行信息披露义务的情况

事项	工作安排
2、督导发行人有效执行并完善防止高管人员利用职务之便损害发行人利益的内控制度	督导发行人有效执行并进一步完善内部控制制度；与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行人相关制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
3、督导发行人有效执行并完善保障关联交易公允性和合规性的制度，并对关联交易发表意见	督导发行人尽可能避免和减少关联交易，若有关的关联交易为发行人日常经营所必须或者无法避免，督导发行人按照《公司章程》、《关联交易决策制度》等规定执行，对重大的关联交易本机构将按照公平、独立的原则发表意见
4、督导发行人履行信息披露的义务，审阅信息披露文件及向中国证监会、证券交易所提交的其他文件	与发行人建立经常性信息沟通机制，督促发行人负责信息披露的人员学习有关信息披露的规定
5、持续关注发行人募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项	督导发行人按照《募集资金管理及使用制度》管理和使用募集资金；定期跟踪了解项目进展情况，通过列席发行人董事会、股东大会，对发行人募集资金项目的实施、变更发表意见
6、持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	督导发行人遵守《公司章程》、《对外担保制度》以及中国证监会关于对外担保行为的相关规定
7、持续关注发行人经营环境和业务状况、股权变动和管理状况、市场营销、核心技术以及财务状况	与发行人建立经常性信息沟通机制，及时获取发行人的相关信息
8、根据监管规定，在必要时对发行人进行现场检查	定期或者不定期对发行人进行回访，查阅所需的相关材料并进行实地专项核查
（二）保荐协议对保荐人的权利、履行持续督导职责的其他主要约定	有权要求发行人按照证券发行上市保荐有关规定和保荐协议约定的方式，及时通报与保荐工作相关的信息；在持续督导期间内，保荐人有充分理由确信发行人可能存在违法违规行为以及其他不当行为的，督促发行人做出说明并限期纠正，情节严重的，向中国证监会、深圳证券交易所报告；按照中国证监会、深圳证券交易所信息披露规定，对发行人违法违规的事项发表公开声明
（三）发行人和其他中介机构配合保荐人履行保荐职责的相关约定	发行人及其高管人员以及为发行人本次发行与上市提供专业服务的各中介机构及其签名人员将全力支持、配合保荐人履行保荐工作，为保荐人的保荐工作提供必要的条件和便利，亦依照法律及其它监管规则的规定，承担相应的责任；保荐人对发行人聘请的与本次发行与上市相关的中介机构及其签名人员所出具的专业意见存有疑义时，可以与该中介机构进行协商，并可要求其做出解释或者出具依据
（四）其他安排	无

九、保荐机构认为应当说明的其他事项

无其他需要说明的事项。

（本页无正文，为《中信证券股份有限公司关于易点天下网络科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之上市保荐书》之签字盖章页）

保荐代表人：

李亦中

杨　腾

项目协办人：

单新生

内核负责人：

朱　洁

保荐业务负责人：

马　尧

董事长、法定代表人：

张佑君

保荐机构：中信证券股份有限公司

2021 年 3 月 5 日