卓创资讯
SCI99.COM

山东卓创资讯股份有限公司

SUBLIME CHINA INFORMATION CO., LTD.

（山东省淄博市张店区北北京路 186 号）

首次公开发行股票并在创业板上市
招股说明书
（上会稿）

保荐机构（主承销商）

民生证券股份有限公司
MINSHENG SECURITIES CO.,LTD.

中国（上海）自由贸易试验区浦明路 8 号

发行人声明

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

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

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

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、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。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次公开发行股票的数量不超过 1,500 万股，且本次公开发行股票数量占发行后总股本的比例不低于 25%。本次公开发行股票预计全部采用公开发行新股方式，不涉及公司股东公开发售股份事项。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【 】元
预计发行日期	【 】年【 】月【 】日
拟上市的交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 6,000 万股
保荐人（主承销商）	民生证券股份有限公司
招股说明书签署日期	【 】年【 】月【 】日

重大事项提示

本公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书“第四节 风险因素”章节的全部内容，并特别注意下列重大事项：

一、本次发行前股东所持股份的流通限制及自愿锁定的承诺

（一）控股股东、实际控制人姜虎林关于股份锁定的承诺

1、自公司首次公开发行的股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人在首次公开发行股票前所直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；本人持有公司股份在锁定期届满后两年内进行减持的，减持价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（若公司股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将进行除权、除息调整，下同）；若公司股票上市后六个月内连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股份的锁定期将自动延长六个月。

2、在本人担任公司董事期间每年转让的股份数量不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%，在买入后 6 个月内卖出，或者在卖出后 6 个月内又买入，由此所得收益归公司所有；且在离职后的半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。

如本人在董事任期届满前离职，本人在就任时确定的任期内，每年转让的股份数量不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；在离职至任期届满后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。

3、上述股份锁定承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。若违反上述股份锁定承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股份锁定期承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉，同时将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，并自回购完成之日起自动延长持有股份的锁定期三个月。若本人因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，本人将在获得收入的五日内将前述

收入支付给公司指定账户。

（二）直接或间接持有发行人股份的董事、监事和高级管理人员关于股份锁定的承诺

宋杨、李学强、蔡俊、崔科增、董士慧（原董事）、叶秋菊、鲁华、吕春江共 8 人承诺：

1、自公司首次公开发行的股票在深圳证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在首次公开发行股票前所直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；本人持有公司股份在锁定期届满后两年内进行减持的，减持价格不低于公司首次公开发行股票的发行价（若公司股票有派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项的，上述发行价将进行除权、除息调整，下同）；若公司股票上市后六个月内连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行价，本人直接或间接持有公司股份的锁定期将自动延长六个月。

2、在本人担任公司董事、高级管理人员期间每年转让的股份数量不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%，在买入后 6 个月内卖出，或者在卖出后 6 个月内又买入，由此所得收益归公司所有；且在离职后的半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。

如本人在董事、高级管理人员任期届满前离职，本人在就任时确定的任期内，每年转让的股份数量不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；在离职至任期届满后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。

3、上述股份锁定承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。若违反上述股份锁定承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股份锁定期承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉，同时将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，并自回购完成之日起自动延长持有股份的锁定期三个月。若本人因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，本人将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户。

侯安全、齐玉芹、刘锋承诺：

1、自公司首次公开发行的股票在深圳证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人在首次公开发行股票前所直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

2、在本人担任公司监事期间每年转让的股份数量不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%，在买入后 6 个月内卖出，或者在卖出后 6 个月内又买入，由此所得收益归公司所有；且在离职后的半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。

如本人在监事任期届满前离职，本人在就任时确定的任期内，每年转让的股份数量不超过本人直接或间接持有公司股份总数的 25%；在离职至任期届满后半年内，不转让本人直接或间接持有的公司股份。

3、上述股份锁定承诺为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，不因职务变更、离职等原因而放弃履行上述承诺。若违反上述股份锁定承诺，本人将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股份锁定期承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉，同时将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，并自回购完成之日起自动延长持有股份的锁定期三个月。若本人因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，本人将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户。

（三）实际控制人控制的其他企业关于股份锁定的承诺

网之翼投资关于股份锁定的承诺：

1、自公司首次公开发行的股票在深圳证券交易所上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本企业在首次公开发行股票前所直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

2、上述股份锁定承诺为本企业真实意思表示，本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述股份锁定承诺，本企业将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股份锁定期承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉，同时将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，并自回购完成之日起自动延长持有股份的锁

定期三个月。若本企业因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，本企业将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户。

3、如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本企业上述承诺事项有更严格规定或要求，本企业将按照相关规定或要求执行。

（四）马吉庆、彭立颖等 6 名股东关于股份锁定的承诺

马吉庆、彭立颖、顾晓明、山东多盈、蓝基金投资、蓝色云海共 6 名股东承诺：

1、自公司首次公开发行的股票在深圳证券交易所上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人/本企业在首次公开发行股票前所直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

2、上述股份锁定承诺为本人/本企业真实意思表示，本人/本企业自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督。若违反上述股份锁定承诺，本人/本企业将在发行人股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行股份锁定期承诺向发行人股东和社会公众投资者道歉，同时将在符合法律、法规及规范性文件规定的情况下十个交易日内回购违规卖出的股票，并自回购完成之日起自动延长持有股份的锁定期三个月。若本人/本企业因未履行上述承诺而获得收入的，所得收入归公司所有，本人/本企业将在获得收入的五日内将前述收入支付给公司指定账户。

3、如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人/本企业上述承诺事项有更严格规定或要求，本人/本企业将按照相关规定或要求执行。

二、持股 5%以上股东持股意向以及减持意向的承诺

公司发行前持股 5%以上的主要股东姜虎林、崔科增、网之翼投资、吕春江、侯安全关于持股意向及减持意向做出如下的承诺：

1、本次公开发行前持有的公司股份，本人/本企业将严格遵守已作出的关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺。所持公司股份锁定期满后，本人/本企业将视财务情况和资金需求对公司股份进行增持或减持。

2、在本人/本企业所持发行人股份锁定期届满后，本人/本企业减持股份应符合相关法律法规及证券交易所规则要求，减持方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

3、本人/本企业减持股份的价格根据当时的二级市场价格确定，并应符合相关法律、法规及深圳证券交易所规则的要求。

4、若公司或本人/本企业因涉嫌证券期货违法犯罪，在被中国证监会立案调查或者被司法机关立案侦查期间，在行政处罚决定、刑事判决作出之后未满六个月的以及因违反证券交易所业务规则，被证券交易所公开谴责未满三个月等触发法律、法规、规范性文件、中国证监会、证券交易所规定的不得减持股份的情形的，本人/本企业不得进行股份减持。

5、若本人/本企业未履行上述承诺，本人/本企业将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉；本人/本企业持有的公司股份自本人/本企业违反上述承诺之日起六个月不得减持；若本人/本企业因违反上述减持承诺给公司或其他投资者造成损失的，本人/本企业将向发行人或者其他投资者依法承担赔偿责任。

如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人/本企业上述承诺事项有更严格规定或要求，本人/本企业将按照相关规定或要求执行。

三、发行人上市后的稳定股价预案

为保护投资者的合法权益，进一步明确公司首次公开发行股票并上市后三年内公司股票价格连续 20 个交易日收盘价低于最近一期末经审计的每股净资产时稳定公司股价的措施，公司制定了《山东卓创资讯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内稳定股价的预案》（以下简称“本预案”或“稳定股价预案”），具体内容如下：

（一）启动稳定股价措施的条件

公司上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增、增发新股等原因进行除权、除息的须按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于公司最近一期末经审计的每股净资产时，公司应按照本预案规定启动稳定股价措施，并依法履行信息披露义务。

（二）稳定股价的具体措施和程序

1、公司回购股份

（1）公司为稳定股价的目的回购股份，应符合《上市公司回购社会公众股

份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股份分布不符合上市条件。

（2）公司董事会应在公司回购启动条件触发之日起的 10 个交易日内做出回购股份的决议。本公司全体董事，在本公司就因稳定公司股价措施涉及回购股份事宜召开的董事会上，对公司承诺的回购股份方案的相关决议投赞成票。

（3）公司董事会应当在做出回购股份决议后的 2 个工作日内公告董事会决议、回购股份预案，并发布召开股东大会的通知。

（4）公司董事会公告回购股份预案后，若公司股票连续 10 个交易日的收盘价超过公司最近一期末经审计的每股净资产值，公司董事会应作出决议终止回购股份事宜，且未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

（5）公司股东大会对回购股份作出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司持股 5%以上的股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。

（6）公司为稳定股价的目的进行股份回购的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：

①公司单次用于回购股份的资金不得低于人民币 1,000 万元；

②公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%，当本项与第①项冲突时，以本项为准；

③单一会计年度用以稳定股价的股份回购资金合计不超过最近一年经审计的归属于母公司股东的净利润，当本项与第①项冲突时，以第①项为准；

④公司用于回购股份的资金总额累积不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额；

⑤回购股份的价格不高于公告日前最近一期末公司经审计的每股净资产值。

（7）公司回购股份的方案应在履行内部决策和外部审批、备案等手续（如需要）后的 6 个月内实施完毕。

（8）在实施上述回购计划的过程中，若公司股票连续 10 个交易日的收盘价均高于公司经审计的最近一期末每股净资产值，则公司可终止实施股票回购计划。

（9）公司回购方案实施完毕后，应在 2 个工作日内公告公司股份变动报

告，并在 10 日内依法注销所回购的股份，办理工商变更登记手续。

2、控股股东、实际控制人增持公司股票

（1）公司控股股东、实际控制人在下列条件满足时应依照法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，对公司股票进行增持：

①公司回购股份方案实施期限届满之日后连续 10 个交易日的公司股票收盘价低于公司最近一期末经审计的每股净资产值；

②公司回购股份方案实施完毕之日起的 3 个月内启动条件再次触发。

（2）公司董事会应在有义务增持的控股股东、实际控制人增持启动条件触发之日起 2 个交易日内作出控股股东、实际控制人增持公告；

（3）控股股东、实际控制人为稳定股价的目的增持公司股票的，除应符合相关法律法规之要求之外，还应符合下列各项：

①单次增持总金额不应少于人民币 500 万元；

②单次或连续 12 个月内合计增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%；

③增持股票的价格不高于公告日前最近一期末经审计的每股净资产。

（4）有义务增持的控股股东、实际控制人应在增持公告做出之日起 3 个月内以合法方式完成增持计划；

（5）公司控股股东、实际控制人公告增持计划后，若公司股票连续 10 个交易日收盘价超过公司最近一期末经审计的每股净资产值的，控股股东、实际控制人将终止增持股份事宜。增持行为严格遵守《证券法》、《公司法》以及其他法律法规的相关规定，在增持期间及法定期限内不减持其所持有的公司股票。

3、董事（不包括姜虎林、独立董事以及未在公司领取薪酬的董事）、高级管理人员增持公司股票

（1）在公司任职并领取薪酬的董事（不包括独立董事）、高级管理人员在下列条件满足时应依照法律、法规、规范性文件和公司章程的规定，对公司股票进行增持：

①控股股东、实际控制人增持方案实施期限届满之日后的连续 10 个交易日内公司股票收盘价均低于公司最近一期末经审计的每股净资产值。

②公司回购及控股股东、实际控制人增持股份方案实施完毕之日起 3 个月内启动条件再次被触发。

（2）公司董事会应在有义务增持的董事、高级管理人员增持启动条件触发之日起 2 个交易日内做出增持公告；

（3）有义务增持的公司董事、高级管理人员承诺，其用于增持公司股份的货币资金不少于该等董事、高级管理人员上年度从公司领取的直接或间接税后现金分红和税后薪酬或津贴总和的 30%，但不超过该等董事、高级管理人员上年度从公司领取的直接或间接税后现金分红和税后薪酬或津贴总和的 100%；

（4）有义务增持的董事、高级管理人员应在增持公告做出之日起 3 个月内完成股票增持计划；

（5）公司董事、高级管理人员公告增持计划后，若公司股票连续 10 个交易日收盘价超过公司最近一期末经审计的每股净资产值的，公司董事、高级管理人员将终止增持股份事宜；

（6）触发前述股价稳定措施的启动条件时，有义务增持的董事、高级管理人员不因职务变更、离职等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施；

（7）公司在未来聘任新的董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已做出的稳定股价承诺，并要求其按照公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员的承诺提出未履行承诺的约束措施；

（8）在公司有义务增持的董事、高级管理人员增持完成后，如果公司股票价格再次出现连续 20 个交易日收盘价均低于公司最近一期末经审计的每股净资产值，则公司应依照本预案的规定，依次开展公司回购，控股股东、实际控制人及董事、高级管理人员增持工作。

（三）股价稳定方案的保障措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；公司董事会未在回购条件满足后 10 个交易日内作出回购股份决议的，公司将延期向董事发放 50%的薪酬（津贴），董事同时担任公司其他职务的，公司延期向其发放除基本工资外的其他奖金或津贴，直至董事会审议通过稳定股价方案之日止。

公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员负有增持股票义务，但

未按本议案的规定提出增持计划或未实际实施增持计划的，公司有权责令控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员在限期内履行增持股票义务。控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员仍不履行，未履行增持义务的控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员所持的公司股票的锁定期限自动延长六个月；且公司延期向控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员支付分红、以及除基本工资外的薪酬（津贴），直至控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员履行完毕增持股票义务。

公司董事、高级管理人员拒不履行本预案规定的股票增持义务情节严重的，控股股东或董事会、监事会、半数以上的独立董事有权提请股东大会同意更换相关董事，公司董事会有权解聘相关高级管理人员。

（四）公司及其控股股东、公司董事（不包含独立董事）、高级管理人员关于公司上市后三年内稳定公司股价的承诺

1、发行人承诺

公司上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增、增发新股等原因进行除权、除息的须按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于公司最近一期末经审计的每股净资产时，本公司将依据法律、法规、规范性文件及公司股东大会审议通过的稳定股价预案的相关规定履行回购公司股票的义务。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；公司董事会未在回购条件满足后 10 个交易日内作出回购股份决议的，公司将延期向董事发放 50%的薪酬（津贴），董事同时担任公司其他职务的，公司延期向其发放除基本工资外的其他奖金或津贴，直至董事会审议通过稳定股价方案之日止。

公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员负有增持股票义务，但未按本议案的规定提出增持计划或未实际实施增持计划的，公司有权责令控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员在限期内履行增持股票义务。控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员仍不履行，未履行增持义务的控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员所持的公司股票的锁定期限自动延长六

个月；且公司延期向控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员支付分红以及除基本工资外的薪酬（津贴），直至控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员履行完毕增持股票义务。

公司董事、高级管理人员拒不履行本预案规定的股票增持义务情节严重的，控股股东或董事会、监事会、半数以上的独立董事有权提请股东大会同意更换相关董事，公司董事会有权解聘相关高级管理人员。

2、控股股东、实际控制人姜虎林承诺

公司上市后三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增、增发新股等原因进行除权、除息的须按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于公司最近一期末经审计的每股净资产时，本人将依据法律、法规、规范性文件及公司股东大会审议通过的稳定股价预案的相关规定履行增持公司股票的义务。在公司就因稳定公司股价措施涉及回购股份事宜召开的股东大会上，本人对公司回购股份方案的相关决议投赞成票。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果本人未履行上述承诺的，自未履行承诺之日起，本人所持公司股票的锁定期自动延长六个月；且同意公司延期向本人支付分红，直至本人按上述预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

3、公司董事（不包含独立董事）、高级管理人员承诺

公司股票上市之日起三年内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增、增发新股等原因进行除权、除息的须按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于公司最近一期末经审计的每股净资产时，本人将依据法律、法规、规范性文件及公司股东大会审议通过的稳定股价预案的相关规定履行增持公司股票的义务。在公司就因稳定公司股价措施涉及回购股份事宜召开的董事会上，本人对公司回购股份方案的相关决议投赞成票。

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本人未按照上述预案采取稳定股价的具体措施，本人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未

采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果本人未履行上述承诺的，自未履行承诺之日起，本人所持公司股票的锁定期自动延长六个月；且同意公司延期向本人支付现金分红以及除基本工资外的薪酬（津贴），直至本人按上述方案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕时为止。

四、关于信息披露的承诺

（一）关于回购股份的承诺

1、发行人的承诺

本公司承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，公司对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带法律责任。如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股。本公司将在相关部门依法对上述事实作出认定或处罚决定当日进行公告，并在 30 日内根据相关法律、法规及公司章程的规定召开董事会制定股份回购方案，并发出召开临时股东大会通知，在召开临时股东大会并经相关主管部门批准、核准、备案后启动股份回购措施。公司股票已发行但尚未上市的，回购价格为发行价并加算银行同期存款利息；公司股票已上市的，回购价格不低于相关董事会决议公告日前 10 个交易日公司股票交易均价及首次公开发行股票时的发行价格（公司发生派发股利、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）。

若本公司违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并按中国证监会及有关司法机关认定的实际损失向投资者进行赔偿。

2、控股股东、实际控制人姜虎林的承诺

本人承诺公司的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带法律责任。如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人作为公司的控股股东将促使公司依法回购首次公开发行的全部新股，同时本人将依法购回已转让的原限售股份

（如有）。回购价格不低于下列两者中的孰高者：（1）新股发行价加新股上市日至回购或购回要约发出日期间的同期银行活期存款利息；或（2）监管部门或有关司法机关认定公司招股说明书存在前述违法违规情形之日公司股票二级市场的收盘价格。公司上市后如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，上述发行价及回购股份数量相应进行调整。

若本人违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述回购措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起停止在公司领取薪酬（津贴）及股东分红，同时本人持有的公司股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应回购措施并实施完毕时为止。

（二）关于赔偿投资者损失的承诺

1、发行人的承诺

公司承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，公司对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带法律责任。如公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。本公司将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着简化程序、积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

自领取批文日至公司完成上市日期间，如发生影响投资者判断的重大事项，公司将及时向中国证监会报告。

若本公司违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并按中国证监会及有关司法机关认定的实际损失向投资者进行赔偿。

2、控股股东、实际控制人以及持股董事、监事、高级管理人员的承诺

本公司控股股东、实际控制人姜虎林，以及持股董事、监事、高级管理人员蔡俊、崔科增、李学强、宋杨、侯安全、刘锋、齐玉芹、鲁华、叶秋菊、吕春江承诺：

本人承诺公司的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，

并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带法律责任。若公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着简化程序、积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

若本人违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起停止在公司领取薪酬（津贴）及股东分红，同时本人持有的公司股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应赔偿措施并实施完毕时为止。

3、未持股董事、监事、高级管理人员的承诺

本公司未持股董事、监事、高级管理人员马卫锋、黄方亮、赵彧非、庞锡平、王双、江晓、路永军承诺：

本人承诺公司的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带法律责任。若公司招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着简化程序、积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

若本人违反上述承诺，则将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开就未履行上述赔偿措施向公司股东和社会公众投资者道歉，并在违反上述承诺发生之日起停止在公司领取薪酬（津贴）（如有），直至本人按上述承诺采取相应赔偿措施并实施完毕时为止。

（三）关于股东相关事项及信息披露的承诺

1. 本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形。本次发行的中介机构或其负

责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形。本公司股东不存在以本公司股权/股份进行不当利益输送的情形。

2.本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。

五、中介机构关于依法赔偿投资者损失的承诺

保荐机构民生证券股份有限公司承诺，因其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，将依法赔偿投资者损失。

发行人律师国浩律师（北京）事务所承诺，因其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，将依法赔偿投资者损失。

发行人会计师及验资机构信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）承诺，因其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，将依法赔偿投资者损失。

发行人评估机构上海东洲资产评估有限公司承诺，因其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，将依法赔偿投资者损失。

六、利润分配政策

（一）发行前滚存利润的分配

根据公司 2020 年第二次临时股东大会决议，公司在本次发行上市前实现的滚存未分配利润由本次发行上市后的新老股东共享。

（二）本次发行上市后的股利分配政策

1、股东分红回报规划考虑的因素

利润分配规划应当着眼于公司的战略发展规划及可持续经营情况，在综合考虑公司经营发展实际状况、股东要求和意愿、外部融资环境、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

的基础上，积极、稳妥和合理制定的，旨在保证公司的未来可持续发展，进一步增强公司盈利能力，为股东创造更多的收益。

2、公司股东分红回报规划原则

公司股东分红回报规划重视对股东的合理投资回报，以可持续发展和维护股东权益为宗旨，充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，在符合利润分配原则、保证正常经营和长远发展的前提下，公司应保持利润分配政策的连续性和稳定性，在公司盈利、现金流满足公司正常经营和中长期发展战略需要的前提下，公司优先选择现金分红方式，具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，不得损害公司持续经营能力。

公司可以进行中期现金分红。公司董事会可以根据当期的盈利规模、现金流量状况、发展阶段及资金需求情况，提议公司进行中期分红。

3、上市后三年股东分红回报具体计划

综合考虑公司营运资金需求、融资环境、未来业务规划、资金筹措能力、对股东利益兼顾等因素，公司上市后三年计划为股东提供以下投资回报：

（1）上市后三年，在满足该年度净利润为正、审计机构出具标准无保留意见的审计报告、公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）时，公司实施现金分红，每年现金分红不少于当年实现的可供分配利润的 20%。

下列情况为所称的重大投资计划或者重大现金支付：

①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产绝对值的 50%，且绝对金额超过 5,000 万元；

②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或者超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

（2）除上述必须以现金方式进行股利分配以外，公司还可以进行股票分红。

公司在制定现金分红政策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，由董事会根据下列情形，提出差异化的现金分红方案，并提交股东大会批准：

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，按照前项规定处理。

（3）在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红预案，并交付股东大会审议表决。公司将接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

公司当年盈利但董事会未做出现金分红预案的，公司除召开股东大会现场会议时向股东提供网络形式的投票平台外，公司应在定期报告中披露未做出现金分红预案的原因及未用于分红的资金留存公司的用途和使用计划。

（4）存在股东违规占用公司资金情况的，公司有权扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其占用的资金。

4、股东分红回报规划制定与修改的具体程序

（1）公司董事会应根据《公司章程》规定的利润分配政策以及公司未来发展计划，在充分考虑和听取股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事的意见基础上，每三年制定一次具体的股东分红回报规划。董事会制定的股东分红回报规划应经全体董事过半数同意且经独立董事过半数同意方能通过。

（2）若因公司利润分配政策进行修改或公司经营环境或者自身经营状况发生较大变化而需要调整股东回报规划的，股东回报规划的调整应限定在利润分配政策规定的范围内，该等调整应经全体董事过半数同意并经独立董事过半数同意方能通过。

5、股东分红回报规划制定周期和相关决策机制

公司董事会应根据《公司章程》规定的利润分配政策，至少每三年重新审阅一次《股东分红回报规划》，根据股东（特别是公众投资者）、独立董事和外部监事的意见对公司正在实施的利润分配政策作出适当且必要的修改，确定该时段的股东分红回报规划，并确保调整后的股东分红回报规划不违反利润分配政策的有关规定。董事会制定的股东分红回报规划应经全体董事过半数并经独

立董事过半数同意方可通过。

6、上市后三年未分配利润的使用计划

公司留存的未分配利润主要用于流动资金周转、购买设备、收购资产等与主营业务有关的事项，以逐步扩大生产经营规模，优化财务结构，促进公司的快速发展，有计划有步骤地实现公司未来发展规划目标，最终实现股东利益最大化。

7、股东分红回报规划执行情况的监督

董事会和管理层执行公司分红政策和股东回报规划的情况及决策程序接受公司股东（特别是公众投资者）、独立董事及监事会的监督。

（三）公司关于利润分配政策的承诺

公司将严格按照公司章程和《山东卓创资讯股份有限公司股票上市后三年内股东分红回报规划》规定的利润分配政策向股东分配利润，严格履行利润分配方案的审议程序。如违法承诺给投资者造成损失的，本公司将依法向投资者承担赔偿责任。

七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）公司关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

本次公开发行可能导致投资者的即期回报被摊薄，考虑上述情况，公司拟通过多种措施防范即期回报被摊薄的风险，积极应对外部环境变化，增厚未来收益，实现公司业务的可持续发展，以填补股东回报，充分保护中小股东的利益，具体措施如下：

1、运用大数据技术不断优化产品结构，加大市场开拓力度，提升盈利水平

近几年随着互联网技术的高速发展，客户对高质量、高附加值的信息和数据类产品的需求越来越高，公司将不断加深对产品的理解和研发，强化产品创新和提升产品质量。在此基础上，公司积极加大市场开拓力度，灵活运用多种营销方式，实施有效的销售激励机制，继续加强新客户的开发和老客户的增值。公司将充分利用现有的技术基础和品牌优势，发挥现有业务的规模优势，通过提供优质高效的信息产品及服务提高客户忠诚度和满意度，巩固并扩大公司市场份额，进一步提升公司的收入规模和盈利能力。

2、加快募投项目投资进度，争取早日实现项目预期效益

大宗商品大数据平台项目将对公司现有的数据平台进行升级改造，结合大数据采集的特点，利用新的信息技术，规范和优化信息和数据采集方法和手段，通过对数据抓取、分析清洗、备份存储、建模和计算等相关的软硬件升级，打造国内领先的大宗商品领域大数据、云计算、深度挖掘、人工智能云服务平台，扩大公司现有的数据资产规模，提升公司产品和服务的质量，实现公司客户数量的增长；大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目将推进优化和完善公司现有价格评估体系，逐步建立卓创价格标杆的市场影响力，提升公司在大宗商品信息服务领域的核心竞争力，从而提高公司的综合效益，进一步提高竞争优势。

本次募投项目的实施能够实现公司从数据资产到客户资源再到服务模式的全面优化和升级，募集资金到位后，公司将加快上述募投项目的建设，努力提高对股东的回报。

3、完善组织结构，提升管理能力

公司将继续推进制度建设，实施管理提升工程。以岗位规范化和业务流程标准化为重点，形成规范化、标准化、现代化、高效化的管理体系；根据企业发展需要，不断完善组织架构，促进员工职业发展规划和专业化建设，优化包括薪酬体系在内的绩效评价和激励制度，强化人力资源管理、投资管理、营销管理、企业文化建设等方面的组织功能。在公司治理结构上，按照现代企业制度要求，着力构建规范高效的现代公司治理模式。

4、优化回报机制

为建立对投资者持续、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，公司根据中国证监会《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》的相关要求，修订了《公司章程》。《公司章程》进一步明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例、分配形式和股票股利分配条件等，完善了公司利润分配的决策程序和机制以及利润分配政策的调整原则。

上述填补被摊薄即期回报措施的实施，有利于增强公司的核心竞争力和持续盈利能力，增厚未来收益，填补股东回报。然而，由于公司经营面临的内外部风险客观存在，上述措施的实施不等于对公司未来利润做出保证。

（二）公司控股股东、实际控制人关于摊薄即期回报采取填补措施的承诺

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主要承诺如下：

1、不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益；

2、自本承诺出具之日至公司首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市之日前，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。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人应在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉并同意按照中国证监会和证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则接受相关监管措施，若给公司或投资者造成损失的，则本人将依法承担补偿责任。

（三）公司董事、高级管理人员关于摊薄即期回报采取填补措施的承诺

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主要承诺如下：

1、承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益；

2、承诺对本人的职务消费行为进行约束；

3、承诺不动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、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、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、自本承诺出具之日至公司本次公开发行人民币普通股股票并在深圳证券交易所创业板上市之日前，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。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上

述承诺，本人应在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉并同意按照中国证监会和证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则接受相关监管措施，若给公司或投资者造成损失的，则本人将依法承担补偿责任。

八、关于欺诈发行上市的股份购回承诺

（一）公司关于欺诈发行上市的股份购回承诺

1、公司保证本公司在首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市事项不存在任何欺诈发行的情形；

2、若公司首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市事项被证券监管机构或司法机关认定存在欺诈发行情形的，则本公司应在前述违法违规行为被证券监管机构认定或司法机关判决生效后 5 个工作日内启动股票购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。

（二）控股股东、实际控制人姜虎林关于欺诈发行上市的股份购回承诺

1、本人保证公司在首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市事项不存在任何欺诈发行的情形；

2、若公司首次公开发行人民币普通股股票并在创业板上市事项被证券监管机构或司法机关认定存在欺诈发行情形的，则本人应在前述违法违规行为被证券监管机构认定或司法机关判决生效后 5 个工作日内启动股票购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。

九、关于未履行承诺有关事宜的承诺

（一）发行人承诺

公司承诺除个别承诺中提到的约束措施外，还遵守如下约束措施：

1、如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

（2）不得进行公开再融资；

（3）对本公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

（4）不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

（5）给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

2、本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，本公司将充分、及时披露，并向投资者提出替代承诺或补充承诺，以尽可能保护投资者的合法权益。

如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本公司上述承诺事项有更严格规定或要求，本公司将按照相关规定或要求执行。

（二）控股股东、实际控制人承诺

公司控股股东、实际控制人承诺除个别承诺中提到的约束措施外，还遵守如下约束措施：

1、如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）不得转让公司股份。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

（2）暂不领取公司分配利润中归属于本人的部分；

（3）主动申请调减或停发薪酬或津贴；

（4）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给公司指定账户；

（5）本人未履行相关承诺，给投资者造成损失的，本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着简化程序、积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

2、如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，本人将及时向公司告知未能履行承诺的具体原因，由公司充分、及时披露，并向投资者提出替

代承诺或补充承诺，以尽可能保护投资者的合法权益。

如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人上述承诺事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

（三）发行人董事、监事和高级管理人员承诺

公司董事、监事和高级管理人员承诺除个别承诺中提到的约束措施外，还遵守如下约束措施：

1、如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

（1）不得转让公司股份（如有）。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

（2）暂不领取公司分配利润中归属于本人的部分（如有）；

（3）主动申请调减或停发薪酬或津贴（如有）；

（4）如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给公司指定账户；

（5）本人未履行相关承诺，给投资者造成损失的，本人将在该等违法事实被中国证监会、证券交易所或司法机关认定后，本着简化程序、积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失选择与投资者和解、通过第三方与投资者调解及设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。

2、如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，本人将及时向公司告知未能履行承诺的具体原因，由公司充分、及时披露，并向投资者提出替代承诺或补充承诺，以尽可能保护投资者的合法权益。

如中国证监会、深圳证券交易所届时对于本人上述承诺事项有更严格规定或要求，本人将按照相关规定或要求执行。

十、提醒投资者关注风险

本公司特别提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容。

十一、发行人财务报告审计截止日后的主要经营状况

（一）审计截止日后的主要经营状况以及2021年业绩情况

财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，公司的行业地位或所处行业的经营环境未发生重大不利变化，经营内容和业务模式未发生重大变化，公司在用的商标、专利等重要资产或技术的取得及使用未发生重大不利变化，税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均未发生重大变化，不存在将导致公司业绩异常波动的重大不利因素。

公司2021年主要经营指标如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	变动比例
营业收入	25,052.84	21,833.79	14.74%
归属于母公司所有者的净利润	5,000.98	5,185.87	-3.57%
扣除非经营性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,640.45	4,509.32	2.91%

公司2021年营业收入为25,052.84万元，同比增长14.74%，主要原因为公司聚焦大客户需求，持续优化客户和业务结构，大客户数量及其贡献值逐步增长，从而带动公司营业收入逐年稳定增长。2021年扣除非经营性损益后归属于母公司所有者的净利润为4,640.45万元，同比增长2.91%。2021年归属于母公司所有者的净利润为5,000.98万元，同比减少3.57%，主要原因为上年存在社保减免优惠以及本年生产人员薪酬水平提高使得公司本年人工成本相比上年有所增长。

（二）2022年第一季度业绩预计情况及变动原因

公司预计2022年第一季度经营业绩较上年同期有所增长，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年第一季度	2021年第一季度	变动比例
营业收入	7,400.00至7,800.00	6,200.86	19.34%至25.79%
归属于母公司所有者的净利润	2,250.00至2,450.00	1,616.08	39.22%至51.60%
扣除非经营性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,200.00至2,400.00	1,544.98	42.40%至55.34%

预计公司2022年第一季度营业收入约为7,400.00万元至7,800.00万元，同比增长19.34%至25.79%；预计实现归属于母公司股东的净利润约为

2,250.00 万元至 2,450.00 万元，同比增长 39.22%至 51.60%；预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润约为 2,200.00 万元至 2,400.00 万元，同比增长 42.40%至 55.34%。

2022 年第一季度营业收入相比上年同期增长主要原因为公司聚焦大客户需求，优化客户结构，大客户数量及贡献值持续提高，带动营业收入持续增长。2022 年第一季度净利润增幅高于营业收入增幅主要系由于公司业务特点，营业成本主要为人工成本，人工成本增长具有阶段性，规模经济效益明显，本期营业收入增长速度快于营业成本增长速度。

上述 2022 年第一季度业绩预计系公司财务部门初步估算的结果，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

目 录

发行人声明 1
本次发行概况 2
重大事项提示 3
一、本次发行前股东所持股份的流通限制及自愿锁定的承诺 3
二、持股 5%以上股东持股意向以及减持意向的承诺 6
三、发行人上市后的稳定股价预案 7
四、关于信息披露的承诺 13
五、中介机构关于依法赔偿投资者损失的承诺 16
六、利润分配政策 16
七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺 19
八、关于欺诈发行上市的股份购回承诺 22
九、关于未履行承诺有关事宜的承诺 22
十、提醒投资者关注风险 24
十一、发行人财务报告审计截止日后的主要经营状况 25
目 录 27
第一节 释 义 32
第二节 概 览 35
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况 35
二、本次发行概况 35
三、发行人报告期的主要财务数据及财务指标 36
四、发行人主营业务经营情况 37
五、公司自身创新、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 38
六、发行人选择的具体上市标准 39
七、公司治理特殊安排等重要事项 39
八、募集资金用途 39
第三节 本次发行概况 41
一、本次发行基本情况 41

二、本次发行有关当事人 42
三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况 43
四、与本次发行上市有关的重要日期 44
第四节 风险因素 45
一、产品创新风险 45
二、经营风险 45
三、财务风险 46
四、技术风险 47
五、税收优惠的风险 48
六、实际控制人不当控制的风险 49
七、发行失败的风险 49
八、募集资金投资项目相关的风险 49
九、股市风险 50
十、新冠肺炎疫情的风险 50
十一、业务合规性的风险 50
十二、诉讼败诉的风险 51
第五节 发行人基本情况 52
一、发行人基本情况 52
二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况 52
三、发行人报告期内的重大资产重组情况 59
四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况 59
五、发行人的股权结构和组织结构 59
六、发行人的控股子公司、分公司和参股公司情况 61
七、持有发行人 5%以上股份股东及实际控制人的基本情况 64
八、发行人股本情况 66
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介 73
十、发行人股权激励情况 85
十一、发行人员工情况 86
第六节 业务与技术 89
一、发行人主营业务及变化情况 89

二、发行人所处行业的基本情况及其竞争情况 132
三、发行人销售情况和主要客户 166
四、发行人采购情况和主要供应商 183
五、主要固定资产、无形资产等资源要素 188
六、发行人与经营活动相关的资质和许可 197
七、发行人研发和技术情况 198
八、境外经营情况 206
第七节 公司治理与独立性 207
一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况 207
二、发行人特别表决权股份情况 211
三、发行人协议控制架构情况 211
四、内部控制制度有效性的自我评估和鉴证意见 211
五、发行人最近三年违法违规行为的情况 214
六、报告期内资金被控股股东、实际控制人及其控制企业占用或者为控股股东、实际控制人及其控制企业担保的情况 214
七、资金管理、对外投资、担保制度及其执行情况 215
八、发行人独立运营情况 217
九、同业竞争 219
十、关联交易 221
第八节 财务会计信息与管理层分析 230
一、财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准 230
二、影响发行人未来盈利（经营）能力或财务状况的主要因素及相关财务或非财务指标分析 231
三、分部信息 233
四、报告期内主要财务报表 233
五、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况 237
六、注册会计师的审计意见 238
七、报告期内主要的会计政策和会计估计 238
八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表 256

九、税项 257
十、发行人的主要财务指标 259
十一、经营成果分析 261
十二、资产质量分析 312
十三、偿债能力、流动性与持续经营能力 324
十四、报告期内重大投资或资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并等事项 338
十五、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项 339
十六、发行人的盈利预测情况 339
第九节 募集资金运用与未来发展规划 340
一、本次募集资金投资项目概况 340
二、募集资金投资项目与公司现有业务的关系 342
三、募集资金投资项目可行性分析 342
四、募集资金投资项目情况 344
五、发行人未来三年的发展规划与发展目标 350
第十节 投资者保护 353
一、信息披露和投资者关系的安排 353
二、股利分配政策 353
三、发行前滚存利润的分配安排 354
四、股东投票机制建立情况 354
五、发行人、实际控制人、主要股东以及董事、监事、高级管理人员等相关责任主体作出的重要承诺 354
第十一节 其他重要事项 358
一、重要合同 358
二、对外担保情况 362
三、重大诉讼或仲裁事项 362
第十二节 有关声明 370
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明 370
二、发行人控股股东、实际控制人的声明 371
三、保荐人（主承销商）声明 372

四、发行人律师声明 375
五、审计机构声明 376
六、资产评估机构声明 377
七、验资机构声明 379
第十三节 附件 380
一、备查文件 380
二、查阅时间和查阅地点 380

第一节 释 义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列简称、名称或术语具有如下涵义：

一、普通术语

发行人、卓创资讯、本公司、公司、卓创股份	指	山东卓创资讯股份有限公司
卓创有限	指	淄博卓创资讯有限公司（2004 年 4 月-2006 年 5 月）或山东卓创资讯有限公司（2006 年 5 月-2013 年 7 月）或山东卓创资讯集团有限公司（2013 年 7 月-2017 年 6 月）
卓创化工	指	淄博卓创化工资讯有限公司
厦门我地	指	厦门我地资讯有限公司
卓创信息	指	山东卓创信息技术有限公司
卓创数据	指	山东卓创项目数据分析师事务所有限公司
北京卓创	指	北京卓创资讯有限公司
美国卓创	指	发行人在美国的全资子公司：Eminent Creation,Inc.
上海分公司	指	山东卓创资讯股份有限公司上海分公司
临淄分公司	指	山东卓创资讯股份有限公司临淄分公司
淄博新商机	指	淄博新商机电子商务有限公司
网之翼投资	指	淄博网之翼投资有限公司
蓝基金投资	指	蓝色经济区产业投资基金（有限合伙）
蓝色云海	指	山东蓝色云海创业投资合伙企业（有限合伙）
山东多盈	指	山东多盈节能环保产业创业投资有限公司
网为资讯	指	淄博网为资讯有限公司
临淄隆众	指	淄博市临淄隆众信息技术有限公司
上海隆众	指	上海隆众信息技术有限公司
保荐人、保荐机构	指	民生证券股份有限公司
国浩律师	指	国浩律师（北京）事务所
信永中和会计师	指	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
东洲评估	指	上海东洲资产评估有限公司
通商律师	指	北京市通商律师事务所上海分所
《公司章程》	指	《山东卓创资讯股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《山东卓创资讯股份有限公司章程（上市草案）》，自公司首次公开发行股票并上市后实施

标普全球	指	S&P Global Inc.，该公司向全球范围内的资本和商品市场提供透明独立的评级、基准、分析和数据
普氏能源资讯	指	S&P Global Platts，该公司隶属于标普全球，是独立资讯提供商和大宗商品与能源市场基准价格提供商
彭博资讯	指	Bloomberg Finance L.P.，该公司是全球商业、金融信息和财经资讯的提供商
伍德麦肯兹	指	Wood Mackenzie，该公司是全球能源和金属行业的资讯和专业顾问服务提供商
ICIS	指	ICIS 是励德商讯（Reed Business Information）旗下品牌，是全球大宗商品市场信息服务提供商
阿格斯	指	Argus Media，是全球独立能源报价及市场分析的专业机构
睿也德	指	睿也德资讯（上海）有限公司，**现已更名为泛亚律商信息服务（上海）有限公司，**其前身为易贸资讯（上海）有限公司
上海钢联	指	上海钢联电子商务股份有限公司
生意宝	指	浙江网盛生意宝股份有限公司
华瑞信息	指	浙江华瑞信息资讯股份有限公司
齐鲁石化	指	中国石化集团齐鲁石油化工公司
金联创	指	金联创网络科技有限公司
百川资讯	指	北京百讯汇川科技有限公司
中宇信息	指	淄博中宇信息技术有限公司
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
国家发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
国家统计局	指	中华人民共和国国家统计局
农业农村部	指	中华人民共和国农业农村部
商务部	指	中华人民共和国商务部
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
香港联交所	指	香港联合交易所有限公司
新三板	指	全国中小企业股份转让系统
《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》
本次发行	指	发行人首次公开发行不超过 1,500 万股且不低于发行后总股本 25%的 A 股股票发行行为
本招股说明书、本招股书、招股说明书	指	《山东卓创资讯股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》
报告期、报告期各期、报告期各期间	指	2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月
报告期各期末	指	2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日和 2021 年 6 月 30 日
元/万元	指	人民币元/万元

二、专业术语

大宗商品	指	可进入流通领域，但非零售环节，具有商品属性用于工农业生产与消费使用的大批量买卖的物质商品。在金融投资市场，大宗商品指同质化、可交易、被广泛作为工业基础原材料的商品，如原油及化工产品、有色金属、农副产品、铁矿石及钢材、煤炭、合成及新材料等。
信息服务业	指	利用计算机和通信网络等现代科学技术对信息进行生产、收集、处理、加工、存储、传输、检索和加工利用，并以信息产品为社会提供服务的专门行业的综合体，是服务者以独特的策略和内容帮助信息用户解决问题的社会经济行为。信息服务业是信息资源开发利用，实现商品化、市场化、社会化和专业化的关键。
价格评估	指	基于市场的实际交易情况及相关信息，按照价格评估方法论，通过科学、客观的分析评估，以期真实反映市场价格的过程。
价格评估方法论	指	专注于具体商品的价格评估的方法、原则及规范。方法论中明确阐述该商品的基本概念、规格牌号、物性指标等相关信息，同时基于对该商品的价格形成机制以及驱动因素的深刻研究，将影响该商品价格的具体规格、成交量、交付期限及方式、付款方式及条件、时间、地点等诸多因素加以考量。
价格标杆	指	或称标杆价格、基准价、标杆价，是指在特定商品的交易领域，由具有一定影响力的中立第三方机构按照符合本商品市场的价格评估方法论，向本商品市场参与者及时准确地采集价格并进行科学评估后定期对外发布的一个被市场广泛认可的市场参考价格。
数据清洗	指	对数据进行重新审查和校验的过程，目的在于删除重复、无效信息、纠正存在的错误，并提供数据一致性。
数据挖掘	指	从大量的数据中通过算法找出隐藏于其中信息的过程。
数据集成	指	把不同来源、格式、特点性质的数据在逻辑上或物理上有机地集中，从而为客户提供全面的数据共享和服务。
API	指	Application Programming Interface，即应用程序接口，是一组定义、程序及协议的集合，通过 API 接口实现计算机软件之间的相互通信。

敬请注意：本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异，这些差异是由于四舍五入造成的。

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			
发行人名称	山东卓创资讯股份有限公司	成立日期	2004 年 4 月 22 日
注册资本	4,500.00 万元	法定代表人	姜虎林
注册地址	山东省淄博市张店区北北京路 186 号	主要经营地址	山东省淄博市张店区北北京路 186 号
控股股东	姜虎林	实际控制人	姜虎林
行业分类	软件和信息技术服务业（I65）	在其他交易场所挂牌或上市情况	无
（二）本次发行的有关中介机构			
保荐人	民生证券股份有限公司	主承销商	民生证券股份有限公司
发行人律师	国浩律师（北京）事务所	其他承销机构	无
审计机构及验资机构	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）	评估机构	上海东洲资产评估有限公司

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 元人民币		
发行股数	不超过 1,500 万股	占发行后总股本比例	25.00%
其中：发行新股数量	不超过 1,500 万股	占发行后总股本比例	25.00%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	6,000 万股		
每股发行价格	【 】元		
发行市盈率	【 】		
发行前每股净资产	【 】	发行前每股收益	【 】
发行后每股净资产	【 】	发行后每股收益	【 】
发行市净率	【 】		
发行方式	采用网下向询价对象询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式。		

发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户的境内自然人、法人、证券投资基金及符合法律规定的其他投资者等（中华人民共和国法律或法规禁止购买者除外）或中国证监会规定的其他对象。
承销方式	采用余额包销的方式
拟公开发售股份股东名称	-
发行费用的分摊原则	-
募集资金总额	【】
募集资金净额	【】
募集资金投资项目	大宗商品大数据平台项目
	大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目
发行费用概算	【】
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】
开始询价推介日期	【】
刊登定价公告日期	【】
申购日期和缴款日期	【】
股票上市日期	【】

三、发行人报告期的主要财务数据及财务指标

项 目	2021.6.30/ 2021 年 1-6 月	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
资产总额（万元）	48,666.99	44,383.77	36,662.84	33,256.78
归属于母公司所有者权益（万元）	21,905.07	18,868.53	13,682.66	10,744.59
资产负债率（母公司）（%）	54.83	57.24	62.15	67.75
营业收入（万元）	12,387.88	21,833.79	22,012.55	20,327.44
净利润（万元）	3,036.54	5,185.87	5,875.75	4,506.36
归属于母公司所有者的净利润（万元）	3,036.54	5,185.87	5,875.75	4,506.36
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	2,909.59	4,509.32	5,192.45	3,921.64
基本每股收益（元）	0.67	1.15	1.31	1.07
稀释每股收益（元）	0.67	1.15	1.31	1.07
加权平均净资产收益率（%）	14.89	31.86	49.00	51.26
经营活动产生的现金流量净额（万元）	3,689.85	7,750.10	6,423.49	8,665.08
现金分红（万元）	-	-	2,898.00	975.00
研发投入占营业收入的比例（%）	6.39	6.46	6.90	6.76

四、发行人主营业务经营情况

（一）主营业务及主要产品

公司是国内领先的大宗商品信息服务企业，是专注于大宗商品市场数据监测、交易价格评估及行业数据分析的专业服务提供商。公司恪守“中立、专业、专注”的原则，对大宗商品现货市场进行监测、记录、分析、评估和研究，为客户提供能源、化工、农业、金属等行业的大宗商品资讯、咨询、会务调研等服务，提高大宗商品现货市场透明度和交易效率。公司的发展战略是建立适合中国经济和市场规模的大宗商品价格标杆体系，让大宗商品交易有据可依，提升中国市场在全球大宗商品领域的影响力。

公司拥有庞大的用户群体和良好的品牌知名度。公司累计注册客户数量超过 200 万个，累计服务的全球 500 强企业及其下属企业超过 150 家。公司客户涵盖大宗商品产业客户、贸易流通客户、期货及商品交易所、金融机构、政府机构、科研院所和媒体等。凭借优质的产品和专业的服务能力，公司为广大客户在价格监测、政策制定、经营决策、投资决策、行业研究等方面持续提供必要的决策依据和数据支持。公司与国家统计局、国家发改委、农业农村部、新华通讯社、中央电视台保持了良好的业务合作关系，公司是“国家统计局大数据合作平台企业”、“山东省大数据重点骨干企业”，“卓创资讯”被国家工商行政管理总局评定为中国驰名商标。

报告期内，发行人销售收入主要来源于资讯服务和咨询服务，呈现持续增长趋势，公司主营业务收入构成情况如下：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
资讯服务	10,482.69	84.65	17,888.64	81.95	17,869.95	81.20	16,009.68	78.77
咨询服务	1,035.48	8.36	2,600.19	11.91	2,414.29	10.97	2,342.79	11.53
会务调研	751.04	6.07	1,102.81	5.05	1,541.83	7.01	1,802.06	8.87
广告服务	113.76	0.92	235.80	1.08	181.83	0.83	171.12	0.84
主营业务收入	**12,382.97**	**100.00**	**21,827.45**	**100.00**	**22,007.91**	**100.00**	**20,325.65**	**100.00**

（二）主要经营模式

1、服务模式

公司通过对大宗商品现货市场进行监测、记录、分析、评估和研究，为客户提供能源、化工、农业、金属等行业的大宗商品资讯、咨询、会务调研等服务。

2、销售模式

公司销售模式为直接销售。一般情况下，公司在提供服务前一次性向客户收取服务期的全部费用。对于咨询服务和部分数据服务的大客户，公司根据双方签署的业务合同中约定的付款条件，按阶段收取服务费用。

3、信息采集模式

公司通过信息授权、政府合作、信息交流及公开信息收集等方式获得业务发展所需要的数据。除上述方式之外，对于经济基本面及有关产业的行业数据，公司也会对外采购。

4、采购模式

公司不同于生产制造企业，没有原辅料的采购需求。目前公司采购的主要内容为短信发布、电话、网络宽带等通讯服务，电脑软硬件、网络设备等常用设备，以及办公用品、耗材、低值易耗品等日常物资。

（三）竞争地位

大宗商品信息服务企业的关键业务为资讯服务和咨询服务，这是国外同行业公司最具有竞争优势、利润率最高的业务，也是客户衡量大宗商品信息服务提供商服务能力和水平的关注重点。在大宗商品资讯与咨询服务领域，发行人具有较强的竞争优势。

五、公司自身创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、公司所处行业属于新兴行业，为企业经营和政府宏观调控提供助力

公司通过对大宗商品现货市场进行监测、记录、分析、评估和研究，为客户提供专业、高效、便捷的信息产品和服务，从而提高大宗商品现货市场透明

度和交易效率，为企业客户经营决策和政府部门宏观经济调控提供科学的决策依据和数据支持。

公司所属的大宗商品信息服务行业，是知识密集型、技术密集型、人才密集型行业，符合国家统计局 2018 年发布的《战略性新兴产业分类（2018）》定位，受到国家政策的大力支持和鼓励。

2、公司自主创新能力突出，拥有业务所需的核心技术

公司自主创新能力突出，通过多年持续的研发投入，已形成全面系统的技术体系，且拥有与自身经营相关的核心技术。经过多年的业务实践和经验积累，公司逐步探索并研发出了大宗商品价格评估方法论，形成了卓创资讯大宗商品价格评估体系，据此得出的大宗商品评估价格，能够准确的反映某时某地某种大宗商品的主流交易价格。

公司按照大宗商品上下游产业关系，将具有较强相关性的不同大宗商品组合为产业链，按照产业链进行产品的监测和分析，有利于加强产业链内部各分析师之间的沟通和协作，从而更加高效的进行相关产品的分析、评估和研究。

公司除通过短信方式为客户提供服务外，还结合先进的互联网和电信技术相继开发出手机客户端、红桃 3、数据集成及指数定制等信息服务形式，满足客户不同办公场景、不同维度的数据和信息需求。

公司凭借在大宗商品价格监测、数据分析及行业研究等方面的优势，积极与政府部门和商品交易所联合发布相关大宗商品的价格指数，为政府实施宏观经济调控、引导相关行业健康、可持续发展提供专业服务。

六、发行人选择的具体上市标准

公司选择的上市标准为：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元。

七、公司治理特殊安排等重要事项

公司不存在特殊治理结构安排等重要事项。

八、募集资金用途

经公司 2020 年第二次临时股东大会批准，本次拟公开发行股票不超过 1,500 万股且不低于发行后总股本的 25%，公司本次公开发行新股募集资金扣除

发行费用后，将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	预计投资总额	拟使用募集资金金额
1	大宗商品大数据平台项目	22,567.65	22,567.65
2	大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目	5,725.05	5,725.05
合计		**28,292.70**	**28,292.70**

公司将本着统筹安排的原则，结合项目轻重缓急、募集资金到位时间以及项目进展情况进行募集资金投资项目建设。募集资金到位后，若募集资金数额（扣除发行费用后）不足以满足以上项目的投资需要，不足部分本公司将通过自有资金解决；若有剩余，则超出部分将用于补充公司流动资金。如本次募集资金到位时间与项目进度要求不一致，本公司将根据实际情况以自有资金先行投入，募集资金到位后予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行基本情况

（一）股票种类：人民币普通股（A 股）

（二）每股面值：1.00 元

（三）发行股数及占发行后总股本的比例：本次公开发行股票的数量不超过 1,500 万股，且本次公开发行股票数量占发行后总股本的比例不低于 25%。本次公开发行股票预计全部采用公开发行新股方式，不涉及公司股东公开发售股份事项。

（四）每股发行价格：【 】元/股

（五）发行市盈率：【 】倍（每股收益按照【 】经审计的扣除非经常损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算）

（六）发行前每股净资产：【 】元/股（按照【 】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）

（七）发行后每股净资产：【 】元/股（按照【 】年【 】月【 】日经审计的归属于母公司所有者权益加上本次发行筹资净额除以本次发行后总股本计算）

（八）发行市净率：【 】倍（按发行价格除以发行后每股净资产）

（九）发行方式：采用网下向询价对象询价配售与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式。

（十）发行对象：符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并符合投资者适当性管理要求的境内自然人、法人等投资者（中华人民共和国法律或法规禁止购买者除外）。

（十一）承销方式：余额包销

（十二）发行费用概算：

项目	金额

承销及保荐费用	【 】万元
审计及验资费用	【 】万元
律师费用	【 】万元
评估费	【 】万元
发行手续费用	【 】万元
本次发行费用合计	【 】万元

二、本次发行有关当事人

（一）发行人：山东卓创资讯股份有限公司

法定代表人：姜虎林

住所：山东省淄博市张店区北北京路 186 号

电话：0533-6091220

传真：0533-6099899

联系人：崔科增、郎威、欧丽娟

（二）保荐机构、主承销商：民生证券股份有限公司

法定代表人：冯鹤年

住所：**中国（上海）自由贸易试验区浦明路 8 号**

电话：0531-82596870

传真：0531-81287370

保荐代表人：周巍、阙雯磊

项目协办人：杨桂清

项目经办人：林来飞、李晓东、田凯、李浩然、王小凡

（三）律师事务所：国浩律师（北京）事务所

负责人：刘继

住所：北京市朝阳区东三环北路 38 号泰康金融大厦 9 层

电话：010-65890699

传真：010-65176800

经办律师：冯翠玺、毛海龙

（四）会计师事务所：信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

执行事务合伙人：谭小青

住所：北京市东城区朝阳门北大街 8 号富华大厦 A 座 9 层

电话：010-65542288

传真：010-65547190

经办注册会计师：毕强、刘玉显

（五）资产评估机构：上海东洲资产评估有限公司

法定代表人：王小敏

住所：上海市延安西路 889 号太平洋企业中心 19 楼

电话：021-52402166

传真：021-62252086

经办注册资产评估师：李崇、章曙诚

（六）股票登记机构：中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司

住所：深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼

电话：0755-21899999

传真：0755-21899000

（七）拟申请上市的交易所：深圳证券交易所

住所：深圳市福田区深南大道 2012 号

电话：0755-88668888

传真：0755-82083295

（八）保荐机构（主承销商）收款银行

户名：民生证券股份有限公司

账号：03003460974

开户行：上海银行北京金融街支行

三、发行人与本次发行有关中介机构关系等情况

发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

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

第四节 风险因素

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

一、产品创新风险

随着大宗商品市场竞争的日趋激烈及大数据技术的不断发展，客户对信息的需求更加多样化和精细化，对高质量的信息和数据类产品的需求越来越高。尽管公司对客户需求具备良好的前瞻性、快速响应能力及新产品开发能力，但未来可能存在新产品不能符合市场需求，无法获得市场认可的风险，对公司未来发展经营造成不利影响。

二、经营风险

（一）成长性风险

公司在未来发展过程中将面临成长性风险。公司未来能否持续稳定成长受到宏观经济环境、产业政策、行业技术创新、行业竞争格局以及自身创新能力、产品服务质量、营销能力、内部控制水平等多种因素的综合影响。若未来出现对公司发展不利的因素，将可能导致公司盈利能力出现波动，存在经营业绩增长放缓或成长性不及预期的风险。

（二）市场竞争加剧的风险

近年来随着大宗商品市场的发展以及大数据信息技术水平的提高，公司所属行业总体规模不断扩大。行业景气度的提升使得行业内原有竞争对手规模和竞争力不断提高，同时市场新进入的竞争者也会逐步增加。若公司不能紧跟行业发展趋势，满足客户需求变化，在产品研发、技术创新和客户服务等方面进一步增强实力，则公司未来将面临市场竞争加剧和被超越的风险。

（三）数据安全及信息系统风险

公司主要通过网站、手机客户端、电脑客户端、短信息和电子邮件的方式为客户提供服务，因此计算机系统和数据的安全性对公司运营至关重要。如果

出现设备故障、软件漏洞、网络恶意攻击、电力供应故障、自然灾害等不可控因素，可能会导致公司出现系统崩溃、数据丢失、服务中断等严重后果，给公司的正常运作和市场声誉造成较大的损失。

（四）规模扩张带来的管理风险

随着公司业务规模的增长，公司规模不断扩张。本次发行后，随着募集资金到位、投资项目陆续开展，公司经营规模将会进一步扩大。若未来公司的组织管理体系不能满足公司业务规模快速扩张后对管理制度和发展战略的要求，将可能对公司的日常运营管理带来不利影响，公司将存在一定的管理风险。

（五）信息数据获取的风险

大宗商品市场信息及数据是公司业务开展的基础，信息数据获取的及时性、准确性以及数据积累的持续性是公司核心竞争力的重要体现。若未来公司不能掌握信息数据收集的新技术、新方法，或相关信息授权方、合作方终止授权、合作，公司将面临不能及时、准确、持续的获取大宗商品市场信息及数据的风险。

（六）核心竞争力可持续性的风险

公司竞争优势体现在估价方法论、业务流程、产品创新能力、市场口碑、业务团队及行业覆盖等多个方面，若公司未来不能在上述方面取得持续性的竞争优势，公司将会面临经营业绩下降的风险。

（七）经营策略转换带来的风险

因国家经济结构调整以及公司经营策略转换，公司进一步优化客户结构和产品结构，提升客户贡献值，会导致客户数量和员工数量阶段性下降。若未来公司经营策略未能有效推进，公司将会面临经营业绩下降的风险。

三、财务风险

（一）业绩增速下滑的风险

2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，公司分别实现营业收入 20,327.44 万元、22,012.55 万元、21,833.79 万元和 12,387.88 万元，近三年复合增长率为 3.64%。随着公司业务规模不断扩大，营业收入基数持续增加，维持

现有增速的难度提高。公司营业收入与大宗商品行业景气度及自身经营策略与管理能力等具有相关性，如果未来大宗商品行业或公司经营出现重大不利变化，公司将面临营业收入增速放缓、业绩增速下滑的风险。

（二）毛利率下滑的风险

2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，公司主营业务毛利率分别为 65.48%、66.92%、66.64%和 67.52%，其中，占营业收入比重最大的资讯服务的毛利率分别为 69.20%、71.63%、70.08%和 71.42%，未来随着市场竞争的加剧、人工成本的上升以及公司产品服务结构的调整，公司存在主营业务毛利率下降的风险。

（三）人力成本上升的风险

公司的主要业务为大宗商品市场资讯和咨询服务，业务发展需要大量的专业技术人才，且主要经营成本为人工成本。2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，公司直接人工成本分别为 4,718.02 万元、5,456.10 万元、5,445.65 万元和 3,098.67 万元，占主营业务成本比重分别为 67.23%、74.95%、74.78%和 77.05%，呈现上升趋势。未来，随着我国劳动力成本的增加、城市生活成本的增加以及公司对高端人才的需求增加，公司人力成本存在持续上升的风险。如果公司的营业收入不能相应增长，则可能会导致公司的经营业绩出现下滑。

（四）发行后净资产收益率下降的风险

2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，公司加权平均净资产收益率分别为 51.26%、49.00%、31.86%和 14.89%；截至 2021 年 6 月 30 日，公司合并报表口径净资产为 21,905.07 万元。本次新股发行后，公司净资产将比发行前显著增加，由于募集资金投资项目有一定的建设期、达产期，预计本次发行后，短期内可能导致公司净资产收益率下降。

四、技术风险

（一）核心技术失密的风险

公司作为高新技术企业和大宗商品信息服务企业，数据采集、清洗、加工、分析以及公司主要产品的价格评估方法论等是公司的核心技术，也是公司

在行业内保持技术领先和市场竞争优势的关键。公司的核心技术一般由核心技术人员掌握，尽管公司与核心技术人员签订了《保密协议》，并严格执行研发过程的规范化管理、健全内部保密制度等措施，以保证核心技术的保密性。但公司不能排除技术人员违反职业操守、泄露公司机密的可能。一旦核心技术失密，将对公司的业务发展造成不利影响。

（二）技术人才流失的风险

随着行业竞争格局的不断演化，行业竞争程度的不断加剧，如果本公司未来不能在发展前景、薪酬、福利、工作环境等方面持续提供具有竞争力的待遇和激励机制，可能会造成人才队伍的不稳定以及核心技术人员的流失，从而对本公司的经营业绩及长远发展造成不利影响。

（三）技术不能持续创新的风险

大宗商品信息服务行业是基于对大宗商品行业的持续深入理解和长期经验积累，运用先进的互联网和电信技术，为客户提供及时、准确、有效的信息服务的行业，需要公司长期持续保持技术创新的能力。如果未来公司技术人员流失，或者技术创新不能符合市场需求，或者研发方向不能反映行业未来发展趋势，都将可能使公司失去技术优势，从而导致市场地位下降。

五、税收优惠的风险

2017 年 12 月，公司经山东省科学技术厅、山东省财政厅、山东省国家税务局和山东省地方税务局联合认定为高新技术企业并取得《高新技术企业证书》。2020 年，公司通过高新技术企业的认定和备案，现持有编号为 GR202037000532 的《高新技术企业证书》，证书有效期自 2020 年 8 月 17 日至 2023 年 8 月 17 日。按照税法的相关规定，公司在 2018 年至 2021 年度享受 15% 的所得税优惠税率。

公司所享受的所得税税收优惠符合国家高新技术企业所得税优惠的规定。如高新技术企业的税收优惠政策发生变化或公司未来无法被认定为高新技术企业，将会对公司经营业绩产生一定不利影响。

六、实际控制人不当控制的风险

公司董事长姜虎林先生直接持有公司 32.51%的股权，通过网之翼投资控制公司 14.29%的股权。姜虎林先生通过直接和间接方式共计控制公司 46.80%的股权，为公司实际控制人。虽然公司已经按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律法规及规范性文件的要求建立了相对完善的法人治理结构和关联交易回避表决制度、独立董事制度、三会议事规则等各项制度，从制度安排上避免实际控制人不当控制现象的发生，但实际控制人仍可能利用其控股地位，通过行使表决权以及其他方式对公司的财务决策、经营决策、人事任免等重要事项进行控制，从而存在侵犯公司和公众投资者利益的风险。

七、发行失败的风险

公司本次首次公开发行股票如顺利通过深圳证券交易所审核并取得证监会注册文件，公司将启动后续的股票发行工作。发行价格和发行结果将受到证券市场整体情况、投资者对本次发行方案的认可程度等多种内外部因素影响，是充分市场化行为，存在发行认购不足的风险。

此外，如果预计发行后不满足在招股说明书中明确选择的上市标准，本次发行应当中止。在中国证监会同意注册决定的有效期内，满足会后事项监管要求的前提下，公司经深圳证券交易所备案，可以重新启动发行。但是如果公司未能在上述有效期内完成发行，将面临股票发行失败的风险。

八、募集资金投资项目相关的风险

（一）募集资金投资项目无法实现预期收益的风险

公司本次公开发行股票募集资金拟投资于大宗商品大数据平台项目和大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目。尽管公司已对上述募集资金投资项目的市场前景进行了充分的调研和论证，但公司在项目建设、产品研发和销售过程中依然会面临一定的不确定性，存在着市场需求和产品推广低于预期的可能，导致项目投产后达不到预期效益的风险。

（二）固定资产折旧大幅增加的风险

募集资金投资项目建成后，公司固定资产规模将大幅增加，需要根据相关

财务政策计提相应折旧，每年固定资产折旧金额将大幅增加，如果项目效益不能充分发挥或未达预期，可能会影响公司总体经济效益。

九、股市风险

本次公开发行的股票将在深交所上市，股票市场存在价格波动的风险。股票价格不仅受公司盈利水平和发展前景的影响，还受到投资者的心理预期、股票供求关系、国内外宏观经济状况以及政治、经济、金融政策等诸多因素的影响。因此，本公司提醒投资者对股票市场的风险性要有充分的认识，在投资本公司股票时，除关注本公司情况外，还应综合考虑影响股票的各种因素和股票市场的风险，作出正确的投资决策。

十、新冠肺炎疫情的风险

2020 年 1 月起，我国及全球主要国家陆续出现新冠肺炎疫情。公司积极响应国家防控新冠肺炎疫情的工作要求，全面做好办公场所及公司员工的疫情防控工作。公司已于 2020 年 2 月 10 日复工，生产经营活动未受到重大不利影响，财务状况未发生重大不利变化，全体员工无确诊新冠肺炎的情形。新冠肺炎疫情的发展和防控具有不确定性，如公司办公场所出现确诊病例或新冠肺炎疫情导致全球及我国宏观经济的重大不利变化，将会对公司的生产经营产生不利影响。

受新冠肺炎疫情影响，公司 2020 年经营业绩同比出现一定程度下降，主要原因为新冠肺炎疫情导致的线下活动开展受到一定限制，导致本期会务调研收入大幅下降；同时，咨询服务的客户拜访、新业务开拓也受到一定影响，导致咨询服务收入同比也有所下降。

十一、业务合规性的风险

根据《金融信息服务管理规定》，公司提供的部分产品或服务属于金融信息服务。金融信息服务报备不具有强制性，不属于发行人生产经营所必要的资质及许可。目前，公司未完成金融信息服务备案工作。若国家相关部门对金融信息服务的有关政策作出调整，公司未能及时符合调整后的相关政策规定，则公司将面临经营业绩下降的风险。

公司生产经营活动中涉及收集个人信息、商业性短信息、商业性电话。目

前，公司生产经营活动符合相关法律法规的要求。如果未来法律、相关政策或规定调整带来不利影响，公司将会面临业务合规性的风险。

十二、诉讼败诉的风险

上海有色网以公司存在不正当竞争及商标侵权行为为由向人民法院提起诉讼。目前该案尚未了结。如果最终法院判定公司败诉，可能的诉讼不利后果将导致公司经济利益损失，公司将会面临经营业绩下降的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

公司名称	山东卓创资讯股份有限公司
英文名称	Sublime China Information Co., Ltd.
有限公司成立日期	2004 年 4 月 22 日
股份公司设立日期	2017 年 6 月 16 日
注册地址	山东省淄博市张店区北北京路 186 号
注册资本	4,500.00 万元
法定代表人	姜虎林
邮政编码	255095
传真号码	0533-6099899
互联网网址	http://www.sci99.com
电子邮箱	zczx@sci99.com
负责信息披露和投资者关系的部门	证券部
负责信息披露和投资者关系的负责人	崔科增
电话号码	0533-6091220

二、发行人设立情况和报告期内的股本和股东变化情况

（一）卓创有限成立情况

2004 年 4 月 12 日，李学强、赵莉、吕春江、孙凯、杨培昆共同签署了《淄博卓创资讯有限公司章程》，决定共同以货币资金出资成立卓创有限。根据山东博华有限责任会计师事务所出具的博华综验字（2004）第 105 号《验资报告》，截至 2004 年 4 月 15 日，卓创有限已收到全体股东缴纳的注册资本 10.00 万元。2004 年 4 月 22 日，卓创有限在淄博市工商行政管理局注册成立，并取得了注册号为 3703002806307 的《营业执照》。

卓创有限成立时的股权结构如下：

单位：万元；%

序号	股东姓名	出资形式	认缴出资	实缴出资	出资比例
1	李学强	货币	5.00	5.00	50.00
2	赵莉	货币	1.50	1.50	15.00
3	孙凯	货币	1.50	1.50	15.00

序号	股东姓名	出资形式	认缴出资	实缴出资	出资比例
4	吕春江	货币	1.50	1.50	15.00
5	杨培昆	货币	0.50	0.50	5.00
合计			**10.00**	**10.00**	**100.00**

（二）发行人整体变更设立情况

根据东洲评估出具的东洲评报字（2017）第 0435 号《评估报告》，卓创有限截至 2016 年 12 月 31 日净资产的评估价值为人民币 101,536,548.78 元。2017 年 5 月 22 日，卓创有限全体股东签署了《发起人协议书》，各发起人同意以截至 2016 年 12 月 31 日经信永中和会计师出具的 XYZH/2017JNA10189 号《审计报告》审计的净资产人民币 42,610,821.78 元，按 1.0926：1 的比例折合 3,900 万股，股本与净资产的差额人民币 3,610,821.78 元计入资本公积。2017 年 6 月 6 日，信永中和会计师出具 XYZH/2017JNA10195 号《验资报告》对上述出资进行了验证。2017 年 6 月 16 日，发行人就本次整体变更事宜在淄博市工商行政管理局办理了工商登记，并取得了注册号为 91370300761884832C 的《营业执照》。

卓创股份设立后，公司的股本结构如下：

单位：万股；%

序号	股东名称	持有股数	出资比例
1	姜虎林	1,267.97	32.51
2	网之翼投资	557.14	14.29
3	吕春江	402.54	10.32
4	侯安全	402.54	10.32
5	崔科增	297.24	7.62
6	李学强	179.90	4.61
7	马吉庆	172.10	4.41
8	蓝色云海	164.19	4.21
9	蓝基金投资	149.76	3.84
10	山东多盈	78.00	2.00
11	宋杨	78.00	2.00
12	蔡俊	78.00	2.00
13	鲁华	17.90	0.46
14	董士慧	17.33	0.44

序号	股东名称	持有股数	出资比例
15	叶秋菊	13.89	0.36
16	彭立颖	11.12	0.29
17	顾晓明	7.41	0.19
18	齐玉芹	4.98	0.13
合计		**3,900.00**	**100.00**

（三）发行人报告期内的股本和股东变化情况

1、报告期期初公司股本情况

报告期期初，公司注册资本为 1,000 万元，公司主要股东情况如下：

单位：万元；%

序号	股东名称	出资额	出资比例
1	姜虎林	384.44	38.45
2	网之翼投资	142.86	14.29
3	吕春江	110.31	11.03
4	侯安全	110.31	11.03
5	崔科增	81.71	8.17
6	李学强	49.03	4.90
7	马吉庆	49.03	4.90
8	山东多盈	20.00	2.00
9	宋杨	20.00	2.00
10	蔡俊	20.00	2.00
11	鲁华	3.00	0.30
12	董士慧	3.00	0.30
13	叶秋菊	2.00	0.20
14	彭立颖	2.00	0.20
15	顾晓明	1.90	0.19
16	齐玉芹	0.40	0.04
合计		**1,000.00**	**100.00**

2、2017 年 2 月，卓创有限股权转让

2017 年 1 月 13 日，卓创有限股东会通过决议，同意股东姜虎林、侯安全、吕春江、李学强、马吉庆、崔科增将其持有卓创有限的部分股权分别转让给股权受让方，具体如下：

单位：元

股权转让方	股权受让方	转让出资额	转让价格
姜虎林	蓝基金投资	384,000	36,480,000
	蓝色云海	146,000	13,870,000
	鲁华	15,904	167,000
	叶秋菊	15,619	164,000
	董士慧	14,428	151,500
	齐玉芹	8,761	92,000
	彭立颖	8,523	89,500
吕春江	蓝色云海	71,000	6,745,000
侯安全	蓝色云海	71,000	6,745,000
李学强	蓝色云海	29,000	2,755,000
马吉庆	蓝色云海	49,000	4,655,000
崔科增	蓝色云海	55,000	5,225,000

2017 年 1 月 13 日，姜虎林分别与蓝基金投资、鲁华、叶秋菊、董士慧、齐玉芹、彭立颖签订了股权转让协议。同日，姜虎林、侯安全、吕春江、崔科增、马吉庆、李学强分别与蓝色云海签订了股权转让协议。

2017 年 2 月 7 日，卓创有限就本次股权转让事宜完成了工商变更登记，本次变更后，卓创有限的股权结构如下：

单位：万元；%

序号	股东名称/姓名	认缴出资	实缴出资	出资比例
1	姜虎林	325.12	325.12	32.51
2	网之翼投资	142.87	142.87	14.29
3	吕春江	103.21	103.21	10.32
4	侯安全	103.21	103.21	10.32
5	崔科增	76.21	76.21	7.62
6	李学强	46.13	46.13	4.61
7	马吉庆	44.13	44.13	4.41
8	蓝色云海	42.10	42.10	4.21
9	蓝基金投资	38.40	38.40	3.84
10	山东多盈	20.00	20.00	2.00
11	宋杨	20.00	20.00	2.00
12	蔡俊	20.00	20.00	2.00

序号	股东名称/姓名	认缴出资	实缴出资	出资比例
13	鲁华	4.59	4.59	0.46
14	董士慧	4.44	4.44	0.44
15	叶秋菊	3.56	3.56	0.36
16	彭立颖	2.85	2.85	0.29
17	顾晓明	1.90	1.90	0.19
18	齐玉芹	1.28	1.28	0.13
合计		**1,000.00**	**1,000.00**	**100.00**

3、2017 年 6 月，卓创有限整体变更设立卓创股份

根据东洲评估出具的“东洲评报字（2017）第 0435 号”《评估报告》，卓创股份截至 2016 年 12 月 31 日净资产的评估价值为人民币 101,536,548.78 元。

2017 年 5 月 22 日，卓创有限全体股东签署了《发起人协议书》，各发起人同意以截至 2016 年 12 月 31 日经信永中和会计师出具的“XYZH/2017JNA10189 号”《审计报告》审计的净资产人民币 42,610,821.78 元，按 1.0926：1 的比例折合 3,900 万股，股本与净资产的差额 3,610,821.78 元人民币计入资本公积。

2017 年 6 月 6 日，信永中和会计师出具“XYZH/2017JNA10195 号”《验资报告》对上述出资进行验证。

2017 年 6 月 16 日，发行人就本次整体变更事宜取得了淄博市工商行政管理局核发的《营业执照》。卓创股份设立时的股权结构如下：

单位：股；%

序号	股东名称/姓名	持股数量	持股比例
1	姜虎林	12,679,652	32.51
2	网之翼投资	5,571,427	14.29
3	吕春江	4,025,358	10.32
4	侯安全	4,025,358	10.32
5	崔科增	2,972,358	7.62
6	李学强	1,799,015	4.61
7	马吉庆	1,721,015	4.41
8	蓝色云海	1,641,900	4.21
9	蓝基金投资	1,497,600	3.84
10	山东多盈	780,000	2.00

序号	股东名称/姓名	持股数量	持股比例
11	宋杨	780,000	2.00
12	蔡俊	780,000	2.00
13	鲁华	179,026	0.46
14	董士慧	173,269	0.44
15	叶秋菊	138,914	0.36
16	彭立颖	111,240	0.29
17	顾晓明	74,100	0.19
18	齐玉芹	49,768	0.13
合计		**39,000,000**	**100.00**

4、2018 年 6 月转增股本，公司注册资本增加至 4,200 万元

2018 年 4 月 28 日，卓创股份 2017 年年度股东大会通过决议，同意以截至 2017 年 12 月 31 日总股本 3,900.00 万元为基数，以截至 2017 年 12 月 31 日的资本公积向全体股东按每 10 股转增 0.77 股，共计增加股本 300.00 万元。

2018 年 6 月 7 日，卓创股份就本次增资事宜完成了工商变更登记。本次增资完成后，发行人的股权结构如下：

单位：股；%

序号	股东姓名/名称	持股数量	持股比例
1	姜虎林	13,655,012	32.51
2	网之翼投资	5,999,998	14.29
3	吕春江	4,335,000	10.32
4	侯安全	4,335,000	10.32
5	崔科增	3,201,000	7.62
6	李学强	1,937,402	4.61
7	马吉庆	1,853,402	4.41
8	蓝色云海	1,768,200	4.21
9	蓝基金投资	1,612,800	3.84
10	山东多盈	840,000	2.00
11	宋杨	840,000	2.00
12	蔡俊	840,000	2.00
13	鲁华	192,796	0.46
14	董士慧	186,598	0.44
15	叶秋菊	149,600	0.36

序号	股东姓名/名称	持股数量	持股比例
16	彭立颖	119,796	0.29
17	顾晓明	79,800	0.19
18	齐玉芹	53,596	0.13
合计		**42,000,000**	**100.00**

5、2019 年 5 月转增股本，公司注册资本增加至 4,500 万元

2019 年 5 月 16 日，卓创股份 2018 年度股东大会通过决议，同意以截至 2018 年 12 月 31 日的总股本 4,200.00 万元为基数，以截至 2018 年 12 月 31 日的未分配利润向全体股东按每 10 股转增 0.7143 股，共计增加股本 300.00 万元。

2019 年 5 月 27 日，发行人就本次增资事宜办理完毕工商变更登记手续。本次增资完成后，卓创股份的股权结构变更为：

单位：股；%

序号	股东姓名/名称	持股数量	持股比例
1	姜虎林	14,630,372	32.51
2	网之翼投资	6,428,569	14.29
3	吕春江	4,644,643	10.32
4	侯安全	4,644,643	10.32
5	崔科增	3,429,643	7.62
6	李学强	2,075,788	4.61
7	马吉庆	1,985,788	4.41
8	蓝色云海	1,894,499	4.21
9	蓝基金投资	1,727,999	3.84
10	山东多盈	900,000	2.00
11	宋杨	900,000	2.00
12	蔡俊	900,000	2.00
13	鲁华	206,567	0.46
14	董士慧	199,926	0.44
15	叶秋菊	160,286	0.36
16	彭立颖	128,353	0.29
17	顾晓明	85,500	0.19
18	齐玉芹	57,424	0.13
合计		**45,000,000**	**100.00**

本次增资完成后至本招股说明书签署日，卓创股份的股本总额及股权结构

未发生变化。

三、发行人报告期内的重大资产重组情况

报告期内，公司未发生重大资产重组情况。

四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

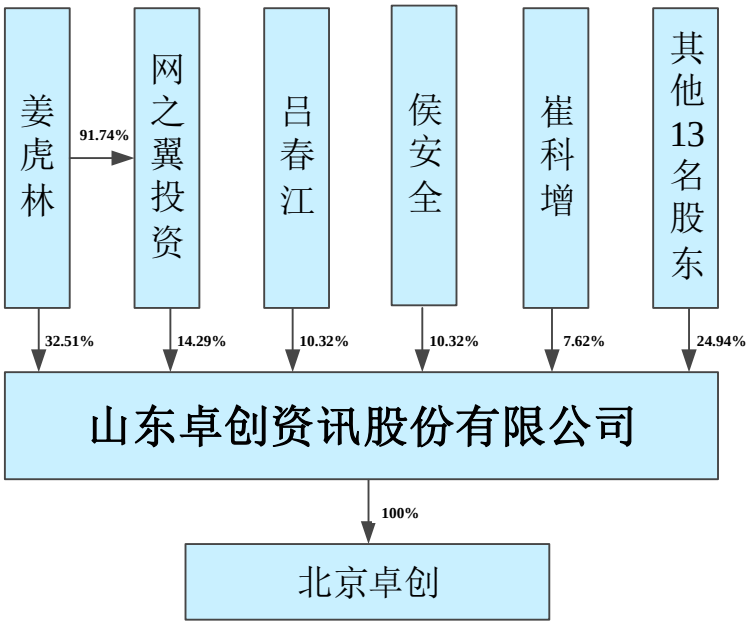
发行人自成立以来，未在其他证券市场上市/挂牌。

五、发行人的股权结构和组织结构

（一）发行人股权结构及组织结构图

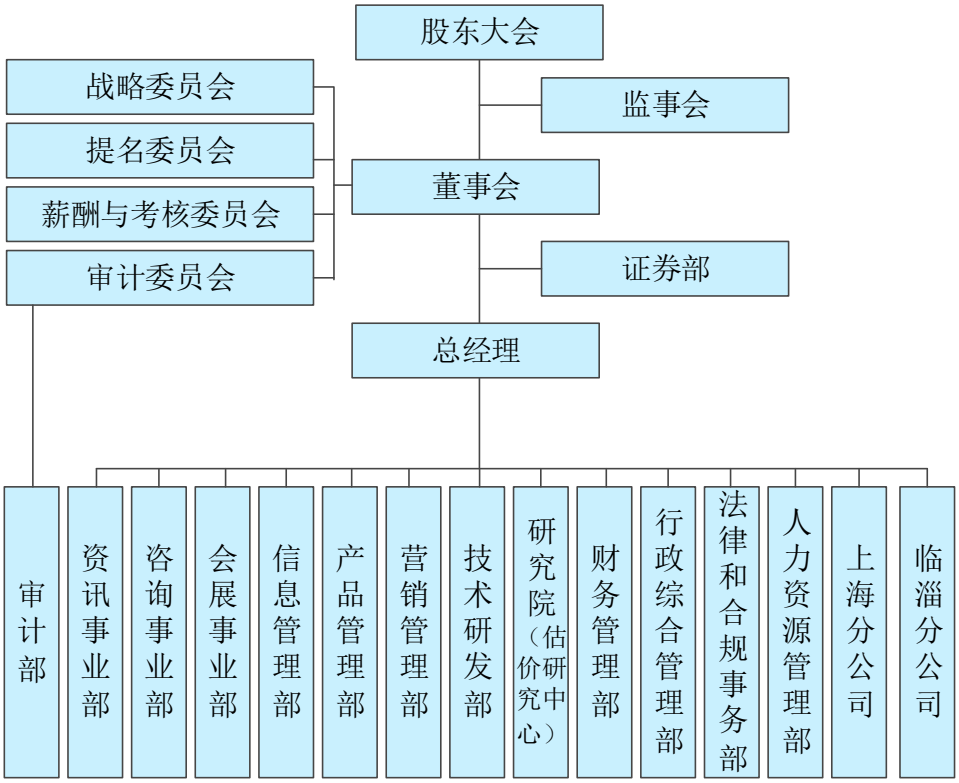
1、发行人股权结构图

截至本招股说明书签署日，发行人的股权结构图如下所示：



2、发行人组织结构图

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人的组织结构图如下所示：



（二）发行人职能部门的主要职责

发行人职能部门的主要职责如下：

部门	部门职责
证券部	负责筹备股东大会会议、董事会会议和监事会会议；跟踪和掌握股东大会、董事会、监事会有关决议的执行情况；参与并推动实施公司资本运作事项；负责处理信息披露、投资者关系管理等证券事务相关工作。
审计部	负责制定公司内部审计制度；审计公司及下属公司的财务状况、成本、费用开支情况；监督日常经营事项、重大合同、投资立项、融资决策等重大经济事项的决策程序；负责公司的资产、资金安全及内部控制、财务审计等工作。
资讯事业部	负责制定公司资讯业务制度；负责公司资讯产品的信息采集、生产、发布等工作（含能源、化工、塑料、聚合物、农业、造纸及农资、金属板块）；负责公司走访调研业务的组织、实施等工作。
咨询事业部	负责制定公司咨询业务制度；负责公司咨询类产品的生产、项目实施等工作。
会展事业部	负责制定公司会展类制度；负责公司会议会展产品的策划、组织、举办等工作。
信息管理部	负责制定公司信息管理相关制度；负责信息质量管理、分析师效率提升、信息安全与反抄袭、数据资产管理、分析师一体化工作平台建设等工作。
产品管理部	负责制定公司产品管理战略、管理流程和制度规范，对存量产品进行优化升级并组织新产品开发工作；制定周期性运营计划及目标，开展各项运营活动。
营销管理部	负责制定并实施营销计划，达成公司的收入增长目标；组织销售管理工作并持续优化销售流程，管理销售团队；负责客户关系管理，提升客户服务的水平及客户满意度；开展公司品牌的推广和经营，管理销售渠道。

部门	部门职责
技术研发部	负责制定IT相关制度；负责公司各类线上产品的开发、维护工作；负责公司新技术研究及技术路线选型；负责公司软硬件安全及质量保障；负责公司信息化办公的系统研发及维护工作。
研究院（估价研究中心）	研究院负责大宗商品分析方法论的研究及培训，以及在分析类产品中的应用等；负责大宗商品及其相关领域的产业研究、政策研究等工作。
	估价研究中心负责建立并完善卓创大宗商品价格评估体系，包括估价方法论、合规政策及工作流程等；负责管控价格评估工作的过程及结果；负责推动公司价格评估的商业化运作及价格标杆战略的达成。
财务管理部	全面统筹公司财务管理工作，建立健全财务管理体系；建立统一的会计政策、核算体系及工作规范，编制财务报表及会计报告；负责财务成本计划及财务预算、决算并监督执行；负责公司税收筹划及各种税金缴纳工作；负责对外投资核算及监督工作等。
行政综合管理部	负责印章、固定资产的日常管理、维护工作；负责办公用品的管理工作；负责公司安保、消防、保洁、绿化等管理工作。
法律和合规事务部	对重要经营决策和重大经济活动提出法律意见；参与公司重大合同的谈判、审核；负责公司诉讼、仲裁、复议、听证等事务；协助公司建立、完善各项规章制度；审查、修改、起草公司合同、协议，督促公司重大经济合同、协议的履行。
人力资源管理部	负责制定人力资源发展制度、规划，提供人力资源支撑；规划岗位编制及人员配置，制定部门和岗位职责；制定和完善绩效管理、薪酬福利体系；负责社会保险、公积金缴纳工作、人事档案管理工作等。

六、发行人的控股子公司、分公司和参股公司情况

截至 2021 年 6 月 30 日，发行人拥有一家全资子公司，两家分公司，无参股公司。报告期内，发行人注销了美国卓创和厦门我地两家子公司，具体情况如下：

（一）发行人控股子公司情况

1、北京卓创

公司名称	北京卓创资讯有限公司
注册资本	550.00万元
实收资本	550.00万元
法定代表人	崔科增
成立日期	2009年10月26日
注册地	北京市朝阳区南磨房平乐园甲5号二层2227
股东构成及控制情况	发行人持有其100%的股权
经营范围	经济信息咨询；图文设计、制作；会议服务；市场调查；企业形象策划；承办展览展示；技术开发、技术服务、技术转让。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目

	的经营活动。）				
员工数量（人）	2021.6.30	2020.12.31		2019.12.31	2018.12.31
	1	1		3	1
主要业务开展情况	主要从事大宗商品数据深入挖掘工作				
简要财务数据（万元）	项目	2021.6.30/ 2021年1-6月	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度
	总资产	215.43	208.59	142.08	30.80
	净资产	201.72	177.79	112.94	-193.35
	净利润	13.93	74.86	-193.71	-62.79
	上述数据经信永中和会计师审计				

北京卓创的主营业务与发行人业务的关系：从事大宗商品数据深入挖掘工作，借助人才、区位优势，为公司的数据采集提供人工智能支持。

2、厦门我地（已注销）

公司名称	厦门我地资讯有限公司			
注册资本	100.00万元			
实收资本	100.00万元			
法定代表人	马吉庆			
成立日期	2011年11月1日			
注销日期	2020年6月16日			
注册地	厦门火炬高新区软件园科讯楼3F-A			
股东构成及控制情况	发行人持有其100%的股权			
经营范围	商务信息咨询；软件开发；会议及展览服务；广告的设计、制作、代理、发布；企业管理咨询；其他未列明企业管理服务（不含须经审批许可的项目）。			
员工数量（人）	2020.5.31	2019.12.31		2018.12.31
	-	8		19
主要业务开展情况	主要从事大宗商品信息产品或服务的销售			
简要财务数据（万元）	项目	2020.5.31/ 2020年1-5月	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度
	总资产	88.60	147.06	143.08
	净资产	88.60	123.33	112.31
	净利润	-	11.02	17.26
	上述数据中2020年数据为未审数据，2018年至2019年数据经信永中和会计师审计			

3、美国卓创（已注销）

公司名称	Eminent Creation, Inc.
注册资本	0.05万美元
投资总额	55.00万美元
成立日期	2013年4月24日
注销日期	2019年5月29日
公司地址	美国密苏里州斯普林菲尔德市波特兰大街东1051号
股东构成及控制情况	发行人持有其100%的股权
经营范围	商务信息咨询，商品市场调查，数据挖掘，数据库开发及服务，进出口贸易。
主要从事的业务	主要从事大宗商品信息资讯销售业务
注销原因	2019年5月，美国卓创经营不如预期，公司根据经营发展需要将其解散。
存续期间是否存在违法违规行为	存续期内合法经营：根据美国律师事务所 HUSCH BLACKWELL LLP 出具的法律意见书，美国卓创于 2019 年 5 月 29 日依法完成注销手续，经营过程中不存在重大违法行为。
相关资产、人员、债务处置是否合法合规	美国卓创注销前，相关不动产、办公设备等资产均已对外出售，货币资金及投资款均已转至发行人，相关债权债务已清偿完毕；美国卓创注销前不涉及人员处置。因此，美国卓创相关资产、人员、债务处置合法合规。

（二）发行人分公司情况

截至 2021 年 6 月 30 日，除山东卓创资讯股份有限公司上海分公司、临淄分公司外，发行人无其他分公司。

山东卓创资讯股份有限公司上海分公司基本情况如下：

公司名称	山东卓创资讯股份有限公司上海分公司
负责人	崔科增
成立日期	2012年6月6日
公司地址	上海市长宁区金钟路968号7号楼805室（实际楼层7层）
经营范围	代理母公司委托的相关业务。（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）

山东卓创资讯股份有限公司临淄分公司基本情况如下：

公司名称	山东卓创资讯股份有限公司临淄分公司
负责人	李金忠
成立日期	2020年12月23日
公司地址	山东省淄博市临淄区稷下街道方正凤凰城西门57号沿街房
经营范围	一般项目：凭总公司授权开展经营活动（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（在总公司经营范围内从事经营活动）

（三）发行人的参股公司

报告期内，发行人无参股公司。

七、持有发行人 5%以上股份股东及实际控制人的基本情况

截至本招股书签署日，发行人的实际控制人为姜虎林先生，持有发行人 5%以上的股东为姜虎林、网之翼投资、吕春江、侯安全和崔科增。

（一）实际控制人基本情况

本公司董事长姜虎林先生直接持有本公司 32.51%的股权，通过网之翼投资控制本公司 14.29%的股权。姜虎林先生通过直接和间接方式共计控制本公司 46.80%的股权，为本公司实际控制人。

姜虎林，男，1974 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为 3725241974********，住所为山东省青岛市四方区，现担任发行人法定代表人、董事长。

报告期内，发行人控股股东、实际控制人一直为姜虎林，未发生变化。姜虎林的详细情况请见本招股说明书“第五节/九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”中所述。

（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东的基本情况

1、网之翼投资

截至本招股说明书签署日，网之翼投资持有发行人 642.86 万股，持股比例为 14.29%，实际控制人为姜虎林。网之翼投资为发行人员工持股企业，仅用于对发行人进行投资，其主营业务与发行人不存在同业竞争情形。网之翼投资基本情况如下：

公司名称	淄博网之翼投资有限公司
注册资本	1,500.00万元
实收资本	1,500.00万元
法定代表人	姜虎林
成立日期	2012年7月20日
注册地和主要生产经营地	临淄区辛化路2678号
经营范围	以企业自有资金对外投资（未经金融监管部门批准，不得从事吸收存款、融资担保、代客理财等金融业务）。（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）				
股权结构	姜虎林持有91.74%股权，李振华等19名自然人持有8.26%股权（其中任何一个自然人持股均未超过5%。）				
简要财务数据（万元）	项目	2021.6.30/2021年1-6月	2020.12.31/2020年度	2019.12.31/2019年度	2018.12.31/2018年度
	总资产	1,581.36	1,582.33	1,590.85	1,549.87
	净资产	1,581.36	1,582.33	1,590.85	1,549.87
	净利润	2.89	-8.50	430.96	151.88
	上述数据未经审计				

2、吕春江

吕春江为发行人发起人，直接持有发行人 464.46 万股，占发行人股本的10.32%。

吕春江，男，1978 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为2110041978********，住所为山东省青岛市四方区，现担任发行人副总经理。吕春江的详细情况请见本招股说明书“第五节/九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

3、侯安全

侯安全为发行人发起人，直接持有发行人 464.46 万股，占发行人股本的10.32%。

侯安全，男，1978 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为3703051978********，住所为山东省青岛市崂山区，现担任发行人监事会主席。侯安全的详细情况请见本招股说明书“第五节/九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

4、崔科增

崔科增为发行人发起人，直接持有发行人 342.96 万股，占发行人股本的7.62%。

崔科增，男，1967 年生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为3705021967********，住所为山东省淄博市临淄区，现担任发行人董事、副总经理、董事会秘书。崔科增的详细情况请见本招股说明书“第五节/九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介”。

（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东和实际控制人姜虎林除持有发行人和网之翼投资的股权外，不存在控制其他企业或经济组织的情形。

（四）发行人控股股东和实际控制人直接或间接持有发行人股份被质押或者其他争议情况

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

八、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本情况

本次发行前，发行人总股本为 4,500 万股，本次拟公开发行股票的数量不超过 1,500 万股，本次公开发行后的流通股股份占发行后总股本的比例不低于 25%。假设本次公开发行 1,500 万股，发行前后发行人股本结构变化情况如下：

单位：万股；%

股东名称		发行前		发行后	
		持有股数	持股比例	持有股数	持股比例
一、有限售条件股份		**4,500.00**	**100.00**	**4,500.00**	**75.00**
1	姜虎林	1,463.04	32.51	1,463.04	24.38
2	网之翼投资	642.86	14.29	642.86	10.71
3	吕春江	464.46	10.32	464.46	7.74
4	侯安全	464.46	10.32	464.46	7.74
5	崔科增	342.96	7.62	342.96	5.72
6	李学强	207.58	4.61	207.58	3.46
7	马吉庆	198.58	4.41	198.58	3.31
8	蓝色云海	189.45	4.21	189.45	3.16
9	蓝基金投资	172.80	3.84	172.80	2.88
10	山东多盈	90.00	2.00	90.00	1.50
11	宋杨	90.00	2.00	90.00	1.50
12	蔡俊	90.00	2.00	90.00	1.50
13	鲁华	20.66	0.46	20.66	0.34
14	董士慧	19.99	0.44	19.99	0.33

股东名称		发行前		发行后	
		持有股数	持股比例	持有股数	持股比例
15	叶秋菊	16.03	0.36	16.03	0.27
16	彭立颖	12.84	0.29	12.84	0.21
17	顾晓明	8.55	0.19	8.55	0.14
18	齐玉芹	5.74	0.13	5.74	0.10
二、本次发行流通股		**-**	**-**	**1,500.00**	**25.00**
合计		**4,500.00**	**100.00**	**6,000.00**	**100.00**

（二）本次发行前后发行人前十名股东情况

假设本次公开发行 1,500 万股，本次发行前发行人前十名股东在发行前后持股情况如下：

单位：万股；%

股东名称		发行前		发行后	
		持有股数	持股比例	持有股数	持股比例
1	姜虎林	1,463.04	32.51	1,463.04	24.38
2	网之翼投资	642.86	14.29	642.86	10.71
3	吕春江	464.46	10.32	464.46	7.74
4	侯安全	464.46	10.32	464.46	7.74
5	崔科增	342.96	7.62	342.96	5.72
6	李学强	207.58	4.61	207.58	3.46
7	马吉庆	198.58	4.41	198.58	3.31
8	蓝色云海	189.45	4.21	189.45	3.16
9	蓝基金投资	172.80	3.84	172.80	2.88
10	山东多盈	90.00	2.00	90.00	1.50
合计		**4,236.20**	**94.14**	**4,236.20**	**70.60**

（三）发行人前十名自然人股东及其在发行人处任职情况

本次发行前，发行人前十名自然人股东及其在发行人处任职情况如下：

单位：万股；%

股东名称		持有股数	持股比例	任职情况
1	姜虎林	1,463.04	32.51	董事长、法定代表人
2	吕春江	464.46	10.32	副总经理
3	侯安全	464.46	10.32	监事会主席

股东名称		持有股数	持股比例	任职情况
4	崔科增	342.96	7.62	董事、副总经理、董事会秘书
5	李学强	207.58	4.61	董事
6	马吉庆	198.58	4.41	董事长助理
7	宋杨	90.00	2.00	董事
8	蔡俊	90.00	2.00	副董事长、总经理
9	鲁华	20.66	0.46	副总经理
10	董士慧	19.99	0.44	-
合计		**3,361.73**	**74.69**	--

（四）最近一年发行人新增股东的持股数量及变化情况

最近一年，发行人不存在新增股东情况。

（五）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

本次发行前，各股东存在的关联关系如下：

单位：万股；%

股东名称	持有股数	持股比例	关联关系
姜虎林	1,463.04	32.51	姜虎林为网之翼投资的控股股东、董事长；顾晓明为姜虎林配偶的姐姐的配偶。
网之翼投资	642.86	14.29	
顾晓明	8.55	0.19	
蓝色云海	189.45	4.21	蓝基金投资持有蓝色云海 55%的出资额，为蓝色云海的有限合伙人。
蓝基金投资	172.80	3.84	

除上述关系外，发行人股东之间不存在亲属关系、一致行动关系或其他关联关系。

（六）本次股东公开发售股份事项对公司的影响

根据发行人本次公开发行股票的发行方案，本次发行不涉及股东公开发售股份。

（七）发行人历史上签署过的对赌协议及解除情况

公司历史上签署过的对赌协议基本情况如下：

协议名称	签订时间	终止协议签订时间	生效期间
《山东多盈节能环保产业创业投资有限公司对山东卓创资讯集团有限公司	2015.08.14	2019.05.30	2015.08.14-2019.05.30

协议名称	签订时间	终止协议签订时间	生效期间
之投资协议》			
《宋杨对山东卓创资讯集团有限公司之投资协议》	2015.08.14	2019.05.30	2015.08.14-2019.05.30
《姜虎林、李学强、马吉庆、吕春江、侯安全、崔科增与蓝色经济区产业投资基金（有限合伙）、山东蓝色云海创新股权投资基金合伙企业（有限合伙）与山东卓创资讯集团有限公司、淄博网之翼投资有限公司之投资协议》	2016.12.09	2019.05.10	2016.12.09-2019.10.24（注）

注：根据上述各方签署的《关于<投资协议>之补充协议》的约定，相关对赌协议条款将于公司向中国证监会报送首次公开发行股票申报材料之日起终止执行，公司于 2019 年 10 月 24 日向中国证监会报送申请材料并被接收，故上述含有业绩承诺和退出安排等涉及对赌性质的条款于 2019 年 10 月 24 日终止，对各方均无法律约束力。

1、卓创有限引入股东山东多盈时，卓创有限、姜虎林、吕春江、侯安全、崔科增、李学强、马吉庆、网之翼投资与山东多盈于 2015 年 8 月 14 日签订《山东多盈节能环保产业创业投资有限公司对山东卓创资讯集团有限公司之投资协议》，其中该协议含有业绩承诺和退出安排等涉及对赌性质的条款安排。2019 年 5 月 30 日，上述各方签订《关于<山东多盈节能环保产业创业投资有限公司对山东卓创资讯集团有限公司之投资协议>之补充协议》，约定原《投资协议》中含有业绩承诺和退出安排等涉及对赌性质的条款终止执行，对各方均无法律约束力。山东多盈已出具相关承诺，确认上述文件中涉及的对赌性质的条款已经不可撤销地终止且自始无效。

2、卓创有限引入股东宋杨时，卓创有限、姜虎林、吕春江、侯安全、崔科增、李学强、马吉庆、网之翼投资与宋杨于 2015 年 8 月 14 日签订《宋杨对山东卓创资讯集团有限公司之投资协议》，其中含有业绩承诺和退出安排等涉及对赌性质的条款安排。2019 年 5 月 30 日，上述各方签订《关于<宋杨对山东卓创资讯集团有限公司之投资协议>之补充协议》，约定原《投资协议》中含有业绩承诺和退出安排等涉及对赌性质的条款终止执行，对各方均无法律约束力。宋杨已出具相关承诺，确认上述文件中涉及的对赌性质的条款已经不可撤销地终止且自始无效。

3、卓创有限引入股东蓝基金投资、蓝色云海时，卓创有限、姜虎林、侯安全、吕春江、崔科增、马吉庆、李学强、网之翼投资与蓝基金投资及蓝色云海于 2016 年 12 月 9 日签订《姜虎林、李学强、马吉庆、吕春江、侯安全、崔科

增与蓝色经济区产业投资基金（有限合伙）、山东蓝色云海创新股权投资基金合伙企业（有限合伙）与山东卓创资讯集团有限公司、淄博网之翼投资有限公司之投资协议》，其中含有业绩承诺和退出安排等涉及对赌性质的条款安排。2019 年 5 月 10 日，上述各方签订《关于<投资协议>之补充协议》，约定原《投资协议》中含有业绩承诺和退出安排等涉及对赌性质的条款于公司向中国证监会报送首次公开发行股票申报材料之日起终止执行，对各方均无法律约束力。2019 年 10 月 24 日，发行人已经向中国证监会报送首次公开发行股票申报材料并被受理，故上述含有业绩承诺和退出安排等涉及对赌性质的条款已终止执行，对各方均无法律约束力。蓝基金投资、蓝色云海已出具相关承诺，确认上述文件中涉及的对赌性质的条款已经不可撤销地终止且自始无效。

在上述对赌协议生效期间内，公司作为相关协议签署方存在部分业绩承诺未实现的情形，但公司未实际履行业绩承诺涉及的回购或补偿义务，亦不存在其他实际履行对赌协议相关约定的情形，且投资方已经放弃行使相关权利并豁免相关主体的履约义务；上述相关对赌协议已经终止，公司已不存在履行的可能性。截至本招股说明书签署日，公司与上述对赌协议的相对方不存在因相关投资协议及补充协议的履行而产生的任何争议或纠纷。

经核查，保荐人、国浩律师认为截至本招股说明书签署日，山东多盈、宋杨、蓝基金投资、蓝色云海与发行人及相关股东之间不存在业绩对赌、股权回购及特殊公司治理安排等特殊约定，不存在违反《公司法》等相关法律法规的情形，符合《首发业务若干问题解答》、《创业板股票首次公开发行上市审核问答》的规定。

（八）发行人成立以来历次股权变动过程中存在的瑕疵或纠纷

李学强在卓创有限成立时出资的 5.00 万元以及 2004 年卓创有限增资时李学强出资的 45.00 万元均由姜虎林实际出资，李学强系替姜虎林代为持有其在卓创有限的该等出资。

2004 年 4 月 5 日，姜虎林与李学强签署《委托持股协议书》，对双方出资代持关系进行了约定。2017 年 8 月 1 日，姜虎林与李学强签署了《股权代持关系解除确认书》，对双方之间的代持关系进行解除。

除上述事项外，发行人历次股权变动过程中不存在瑕疵或纠纷。

（九）发行人私募基金股东情况

1、蓝色云海

截至本招股说明书签署日，蓝色云海持有公司4.21%的股份，蓝色云海基本信息如下：

公司名称	山东蓝色云海创业投资合伙企业（有限合伙）
执行事务合伙人	山东蓝色云海信息基金管理有限公司
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2015年12月1日
主要经营场所	中国（山东）自由贸易试验区济南片区经十路7000号汉峪金谷A4-5号楼21层2103-1室
经营范围	创业投资业务；代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务。（未经金融监管部门批准，不得从事向公众吸收存款、融资担保、代客理财等金融业务）（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）

截至本招股说明书签署日，蓝色云海的合伙人情况如下：

单位：万元；%

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额	出资比例
1	山东蓝色云海信息基金管理有限公司	普通合伙人	500.00	2.50
2	蓝色经济区产业投资基金（有限合伙）	有限合伙人	11,000.00	55.00
3	山东省新动能基金管理有限公司	有限合伙人	5,000.00	25.00
4	济南浪潮网络科技发展有限公司	有限合伙人	3,500.00	17.50
合计			**20,000.00**	**100.00**

蓝色云海属于股权投资基金，其基金管理人为山东蓝色经济产业基金管理有限公司。蓝色云海于 2016 年 9 月 5 日通过中国证券投资基金业协会备案，基金编号 SM2313。

2、蓝基金投资

截至本招股说明书签署日，蓝基金投资持有公司3.84%的股份，蓝基金投资基本信息如下：

公司名称	蓝色经济区产业投资基金（有限合伙）
执行事务合伙人	山东蓝色经济产业基金管理有限公司（委派代表：郭成俊）
企业类型	有限合伙企业
成立日期	2012年11月6日
主要经营场所	中国(山东)自由贸易试验区济南片区经十路7000号汉峪金谷A4地块5号楼基金大厦2102室

经营范围	股权投资，投资管理及投资咨询（不含证券和期货投资咨询）（未经金融监管部门批准，不得从事吸收存款，融资担保，代客理财等金融业务）。（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）

截至本招股说明书签署日，蓝基金投资的合伙人情况如下：

单位：万元；%

序号	合伙人名称	合伙人性质	认缴出资额	认缴出资比例
1	山东蓝色经济产业基金管理有限公司	普通合伙人	1,950.00	0.95
2	青岛昱林基金管理中心（有限合伙）	普通合伙人	1,208.00	0.59
3	山东捷瑞物流有限公司	有限合伙人	94,038.97	45.59
4	山东海洋集团有限公司	有限合伙人	68,970.00	33.44
5	日照港集团有限公司	有限合伙人	20,691.00	10.03
6	山东省财金投资集团有限公司	有限合伙人	10,000.00	4.85
7	利群商业集团股份有限公司	有限合伙人	2,000.00	0.97
8	上海十方生态园林股份有限公司	有限合伙人	2,000.00	0.97
9	山东黄河三角洲创业发展集团有限公司	有限合伙人	2,000.00	0.97
10	深圳市磐正投资有限公司	有限合伙人	2,000.00	0.97
11	山东海洋明石产业基金管理有限公司	有限合伙人	1,400.00	0.68
合计			**206,257.97**	**100.00**

蓝基金投资属于股权投资基金，其基金管理人为山东蓝色经济产业基金管理有限公司。蓝基金于 2015 年 1 月 30 日通过中国证券投资基金业协会备案，基金编号 SD4890。

3、山东多盈

截至本招股说明书签署日，山东多盈持有公司2%的股份，山东多盈基本信息如下：

公司名称	山东多盈节能环保产业创业投资有限公司
管理人	山东多盈股权投资管理有限公司
企业类型	其他有限责任公司
成立日期	2014年1月7日
主要经营场所	潍坊市坊子区凤凰路39号2号楼
经营范围	创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务。（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）

截至本招股说明书签署日，根据山东多盈的《公司章程》，其股权结构情况如下表所示：

单位：万元；%

序号	名称	认缴出资额	比例
1	邹方明	8,673.60	39.60
2	盈富泰克创业投资有限公司	3,614.00	16.50
3	山东省鲁信投资控股集团有限公司	3,614.00	16.50
4	潍坊市金融控股集团有限公司	3,614.00	16.50
5	李海英	1,446.44	6.59
6	张继勇	723.64	3.29
7	山东多盈股权投资管理有限公司	224.32	1.02
合 计		**21,910.00**	**100.00**

山东多盈属于创业投资基金，其基金管理人为山东多盈股权投资管理有限公司。山东多盈于 2014 年 8 月 14 日通过中国证券投资基金业协会备案，基金编号 SD3931。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员简介

（一）董事

公司本届（第二届）董事会设董事 9 名，其中独立董事 3 名，设董事长 1 名。公司现任第二届董事会成员基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期起止
1	姜虎林	董事长	姜虎林	2020.6.1-2023.5.31
2	蔡俊	董事/副董事长	姜虎林	2020.6.1-2023.5.31
3	李学强	董事	李学强	2020.6.1-2023.5.31
4	崔科增	董事	崔科增	2020.6.1-2023.5.31
5	鲁华	董事	姜虎林	2021.8.6-2023.5.31
6	宋杨	董事	姜虎林	2020.6.1-2023.5.31
7	马卫锋	独立董事	姜虎林	2020.6.1-2023.5.31
8	黄方亮	独立董事	姜虎林	2020.6.1-2023.5.31
9	赵彧非	独立董事	姜虎林	2020.6.1-2023.5.31

公司董事的简历如下：

1、姜虎林先生，中国国籍，无境外永久居留权，1974 年出生，体育教育专科学历，2016 年荣获山东省人民政府颁发的“泰山产业领军人才”。1996 年 7 月至 2000 年 1 月任中国石化销售股份有限公司山东聊城茌平石油分公司业务

科长；2000 年 2 月至 2002 年 3 月任华光集团山东淄博造纸厂人力资源部科员；2002 年 6 月至 2003 年 12 月任临淄隆众首席运营官；2004 年 1 月至 2004 年 3 月任上海隆众淄博分公司负责人；2004 年 4 月至 2005 年 12 月任淄博中威经贸有限公司业务员等职务。2005 年 12 月至 2016 年 1 月任卓创有限总经理，2005 年 12 月至 2017 年 6 月任卓创有限董事长、法定代表人；2017 年 6 月至今任公司董事长、法定代表人。

2、蔡俊先生，中国国籍，无境外永久居留权，1977 年出生，工商管理硕士研究生学历。1998 年 7 月至 2002 年 8 月任 United Gene Group（联合基因科技集团）总经理助理、知识产权部经理等职务；2002 年 9 月至 2005 年 3 月脱产学习；2005 年 5 月至 2009 年 3 月任柯莱恩（上海）管理咨询有限公司项目顾问、咨询项目经理等职务；2009 年 3 月至 2014 年 8 月任睿也德高级总监；2014 年 8 月至 2016 年 8 月任普氏信息咨询（上海）有限公司电力部中国区战略业务发展总监等职务。2016 年 10 月至 2017 年 6 月任卓创有限总经理；2017 年 6 月至 2018 年 12 月任公司董事、总经理；2018 年 12 月至今任公司副董事长、总经理。

3、李学强先生，中国国籍，无境外永久居留权，1978 年出生，工商管理硕士学历。2002 年 7 月至 2004 年 3 月任临淄隆众业务员；2004 年 1 月至 2004 年 3 月任上海隆众淄博分公司业务员。2004 年 5 月至 2017 年 6 月任职卓创有限，曾任卓创有限副总经理、总经理、董事、北京卓创监事等职务，其中 2016 年 1 月至 2016 年 10 月任卓创有限总经理；2011 年 11 月至 2020 年 6 月任厦门我地监事；2017 年 6 月至今任公司董事、北京卓创监事；2018 年 12 月至 2021 年 2 月任公司顾问委员会委员。

4、崔科增先生，中国国籍，无境外永久居留权，1967 年出生，化学工程硕士学历，高级工程师。1989 年 7 月至 2002 年 10 月任中国石化集团齐鲁石油化工公司助理工程师、信息中心工程师等职务；2002 年 10 月至 2005 年 9 月任中国石油化工股份有限公司齐鲁分公司市场部高级工程师；2005 年 9 月至 2007 年 12 月任淄博市派瑞国际贸易有限公司总经理。2008 年 1 月至 2017 年 6 月任职于卓创有限，曾任卓创有限副总经理、董事会秘书、北京卓创法定代表人、上海分公司负责人等职务；2017 年 6 月至今任公司董事、副总经理、董事会秘书、北京卓创法定代表人、上海分公司负责人等职务；2018 年 12 月至 2021 年

2月任公司顾问委员会委员。

5、鲁华先生，中国国籍，无境外永久居留权，1979 年出生，应用化学本科学历。2002 年 9 月至 2003 年 2 月任淄博新时代物资有限公司信息员；2003 年 4 月至 2004 年 4 月任上海隆众淄博分公司编辑。2004 年 5 月至 2017 年 6 月任职于卓创有限，曾任卓创有限分析师、部门经理、信息总监、副总经理等职务；2017 年 6 月至今任公司副总经理；2021 年 8 月至今任公司董事。

6、宋杨先生，中国国籍，无境外永久居留权，1982 年出生，工商管理硕士学历。2005 年 7 月至 2010 年 9 月任鲁证期货股份有限公司临沂营业部经理；2010 年 10 月至 2012 年 8 月任新纪元期货股份有限公司山东区域负责人；2012 年 8 月至 2013 年 8 月脱产学习；2013 年 10 月至 2017 年 2 月任山东多盈股权投资管理有限公司投资总监；2017 年 2 月至 2018 年 5 月任中融汇今资产管理有限公司股权投资部董事；2018 年 5 月至 2018 年 7 月任中融国际信托有限公司定息金融部董事；2018 年 7 月至 2021 年 3 月任豪迈资本管理有限公司副总裁，2021 年 3 月至今任北京国科兴和投资管理有限公司董事、执行总裁。2015 年 8 月至 2017 年 6 月任卓创有限董事；2017 年 6 月至今任公司董事。

7、马卫锋先生，中国国籍，无境外永久居留权，1973 年出生，管理科学与工程博士。2004 年 3 月至 2006 年 6 月在同济大学管理科学与工程博士后流动站工作；2006 年 6 月至 2008 年 6 月任同济大学经济与管理学院讲师；2008 年 7 月至今任同济大学经济与管理学院副教授、同济大学上海期货研究院副院长。2020 年 6 月至今任公司独立董事。

8、黄方亮先生，中国国籍，无境外永久居留权，1968 年出生，经济学博士。1991 年 7 月至 1999 年 1 月任原山东工业大学外语系助教；1997 年 6 月至 2007 年 5 月任原天同证券有限责任公司投资银行总部高级经理、总经理助理、执行董事等职务；2009 年 1 月至 2009 年 8 月为美国佛罗里达州立大学（Florida State University）商学院访问学者；2015 年 4 月任捷克布拉格经济大学（University of Economics, Prague）客座教授；2006 年 11 月至今任山东财经大学金融学院教授、博士生导师、数字经济研究院院长、资本管理研究所所长等职务。2017 年 6 月至今任公司独立董事。

9、赵彧非先生，中国国籍，无境外永久居留权，1976 年出生，审计大专学历，注册会计师。1996 年 7 月至今就职于上会会计师事务所（特殊普通合

伙），目前为上会会计师事务所（特殊普通合伙）合伙人。2017 年 9 月至今任公司独立董事。

（二）监事

公司本届监事会（第二届）设监事 5 名，其中职工代表监事 2 名，设监事会主席 1 名。发行人现任第二届监事会成员情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期起止
1	侯安全	监事会主席	姜虎林	2020.6.1-2023.5.31
2	刘锋	职工代表监事	职工代表大会	2020.6.1-2023.5.31
3	齐玉芹	职工代表监事	职工代表大会	2020.6.1-2023.5.31
4	庞锡平	监事	蓝色云海	2020.6.1-2023.5.31
5	王双	监事	蓝基金投资	2020.6.1-2023.5.31

公司监事的简历如下：

1、侯安全先生，中国国籍，无境外永久居留权，1978 年出生，计算机应用与维护专科学历。2001 年 1 月至 2003 年 12 月为临淄隆众员工；2004 年 1 月至 2004 年 8 月为上海隆众淄博分公司员工；2004 年 8 月至 2007 年 5 月为淄博中威经贸有限公司员工。2007 年 5 月至 2017 年 6 月任职于卓创有限，曾任卓创有限技术研发部经理、董事、监事等职务；2017 年 6 月至今任公司监事会主席；2018 年 12 月至 2021 年 2 月任公司顾问委员会委员。

2、刘锋先生，中国国籍，无境外永久居留权，1981 年出生，计算机科学与技术本科学历。2006 年 2 月至 2017 年 6 月任职于卓创有限，曾任卓创有限分析师、编辑经理、资讯事业部金属资讯总监、能源化工资讯总监等职务；2012 年 7 月至 2017 年 6 月任卓创有限董事；2017 年 6 月至今任公司资讯事业部信息总监、职工代表监事。

3、齐玉芹女士，中国国籍，无境外永久居留权，1980 年出生，人力资源本科学历。1999 年 7 月至 2001 年 2 月为淄博市临淄华鑫实业有限公司（现更名为山东华鑫弱电系统集成有限公司）职员；2001 年 3 月至 2004 年 1 月为临淄隆众职员；2004 年 1 月至 2004 年 4 月为上海隆众淄博分公司职员。2004 年 4 月至 2017 年 6 月任职于卓创有限，曾任卓创有限分析师、部门高级经理、资讯事业部化工资讯总监等职务；2015 年 8 月至 2017 年 6 月任卓创有限监事；2017 年 6 月至 2018 年 12 月任公司高级信息经理、产品管理部经理等职务；2017 年

6 月至今任公司职工代表监事；2019 年 1 月至 2019 年 12 月任公司数据管理部经理；2020 年 1 月至今任公司数据管理部总监。

4、庞锡平先生，中国国籍，无境外永久居留权，1982 年出生，工商管理硕士研究生学历。2010 年 3 月至 2013 年 10 月任山东省高新技术创业投资有限公司国际部副总经理；2013 年 10 月至 2016 年 3 月任山东多盈股权投资管理有限公司副总经理；2016 年 3 月至今任赛克赛斯生物科技股份有限公司董事会秘书。2017 年 6 月至今任公司监事。

5、王双女士，中国国籍，无境外永久居留权，1983 年出生，企业管理硕士研究生学历，注册会计师。2007 年 7 月至 2009 年 9 月任德勤华永会计师事务所（特殊普通合伙）深圳分所审计员；2009 年 9 月至 2015 年 2 月任中泰证券股份有限公司高级经理；2015 年 2 月至 2019 年 11 月任山东蓝色经济产业基金管理有限公司投资总监，2019 年 12 月至今任山东蓝色经济产业基金管理有限公司副总经理；2019 年 9 月至 2021 年 4 月任青岛蓝色鸿舟投资管理有限公司总经理。2017 年 1 月至 2017 年 6 月任卓创有限监事；2017 年 6 月至今任公司监事。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员包括总经理、副总经理、董事会秘书及财务总监。公司现有高级管理人员 7 名，基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期起止
1	蔡俊	总经理	姜虎林	2020.6.1-2023.5.31
2	崔科增	副总经理/董事会秘书	蔡俊/姜虎林	2020.6.1-2023.5.31
3	吕春江	副总经理	蔡俊	2020.6.1-2023.5.31
4	鲁华	副总经理	蔡俊	2020.6.1-2023.5.31
5	叶秋菊	副总经理	蔡俊	2020.6.1-2023.5.31
6	路永军	财务总监	蔡俊	2020.6.1-2023.5.31
7	江晓	副总经理	蔡俊	2020.6.1-2023.5.31

公司高级管理人员的简历如下：

1、蔡俊先生，简历情况详见“第五节/九/（一）董事”。

2、崔科增先生，简历情况详见“第五节/九/（一）董事”。

3、吕春江先生，中国国籍，无境外永久居留权，1978 年出生，化工工艺

本科学历。2001 年 11 月至 2003 年 12 月任临淄隆众部门经理；2004 年 5 月至 2017 年 6 月任职卓创有限，曾任经理、资讯事业部金属资讯总监、信息管理部副经理、总经理助理、战略研究室主任、监事、副总经理等职务；2017 年 6 月至 2018 年 12 月任发行人副总经理；2018 年 12 月至 2021 年 2 月任发行人顾问委员会委员；2020 年 6 月至今任发行人副总经理。

4、鲁华先生，简历情况详见“第五节/九/（一）董事”。

5、叶秋菊女士，中国国籍，无境外永久居留权，1981 年出生，工商管理硕士研究生学历。2003 年 9 月至 2005 年 12 月任山东中旭企业管理顾问有限公司区域经理。2005 年 12 月至 2017 年 6 月任职于卓创有限，曾任卓创有限业务员、业务主管、总经理助理兼高新区分公司总经理、副总经理等职务；2017 年 6 月至今任公司副总经理。

6、路永军先生，中国国籍，无境外永久居留权，1981 年出生，会计学本科学历，注册会计师、税务师。2004 年至 2010 年 12 月任淄博诚信税务师事务所有限责任公司代理记账部主任、副所长等职务；2011 年 1 月至 2016 年 12 月任山东开来资本管理股份有限公司业务部总经理；2015 年 12 月至 2019 年 10 月任山东开来资本管理股份有限公司监事。2017 年 4 月至 2017 年 6 月任卓创有限财务管理部经理；2017 年 6 月至 2018 年 11 月任公司财务管理部经理；2018 年 11 月至今任公司财务总监。

7、江晓先生，中国国籍，无境外永久居留权，1972 年出生，专门用途英语本科学历。1997 年 6 月至 2000 年 12 月任亚桥软件（中国）有限公司研发中心人事经理兼首席技术官助理；2001 年 1 月至 2004 年 4 月任西安卡思科技有限公司执行副总裁；2004 年 7 月至 2013 年 1 月任睿也德人力资源总监；2013 年 2 月至 2015 年 6 月任上海宝尊电子商务有限公司人力资源总监；2015 年 7 月至 2017 年 10 月任西安思玛特企业管理咨询有限公司人力资源管理部总监。2017 年 11 月至 2018 年 11 月任公司人力资源总监；2018 年 11 月至今任公司副总经理。

（四）其他核心人员

除上述董事、监事和高级管理人员外，本公司无其他核心人员。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况如下表所示：

序号	姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职职务	兼职单位与公司关系
1	姜虎林	法定代表人/董事长	网之翼投资	法定代表人/董事长	持有公司 5%以上股权的股东
			临淄隆众	经理	无
2	李学强	董事	北京卓创	监事	公司全资子公司
			山东理工大学	兼职教授	无
3	崔科增	董事/副总经理/董事会秘书	北京卓创	法定代表人/执行董事/总经理	公司全资子公司
			上海分公司	负责人	公司分公司
			对外经济贸易大学统计学院	硕士研究生导师	无
4	宋杨	董事	山东华美新材料有限公司	监事	无
			新华金侨（厦门）陶瓷材料技术有限公司	监事	无
			北京诺康达医药科技股份有限公司	董事	无
			北京国科兴和投资管理有限公司	董事	无
			国科领航（青岛）科技服务有限公司	监事	无
5	马卫锋	独立董事	同济大学经济与管理学院	副教授、同济大学上海期货研究院副院长	无
			上海大陆期货有限公司	独立董事	无
			恒泰期货股份有限公司	独立董事	无
			同济融金（北京）资产管理股份有限公司	董事	无
			上海衍联网络科技有限公司	首席商品资产专家、监事	无
6	黄方亮	独立董事	山东财经大学	教授、博士生导师、资本管理研究所所长	无
			济南仲裁委员会	仲裁员	无
			梦金园黄金珠宝集团股份有限公司	独立董事	无
			山东登海种业股份有限公司	独立董事	无
			山东潍坊润丰化工股份有限公司	独立董事	无
			山东联科科技股份有限公司	独立董事	无

7	赵彧非	独立董事	上海龙创汽车设计股份有限公司	独立董事	无
8	刘锋	职工代表监事	网之翼投资	董事	持有公司 5%以上股权的股东
9	齐玉芹	职工代表监事	网之翼投资	监事	持有公司 5%以上股权的股东
10	庞锡平	监事	北京世嘉景瑞投资管理顾问有限公司	监事	无
			山东多盈	监事	持有公司 2%股权的股东
			多盈投资管理股份有限公司	董事	无
			世纪金榜集团股份有限公司	董事	无
			山东碧水源环保科技有限公司	董事	无
			赛克赛斯生物科技股份有限公司	董事会秘书/副总经理	无
			潍坊福常在经贸有限公司	监事	无
			济南晶正电子科技有限公司	董事	无
11	王双	监事	山东蓝色经济产业基金管理有限公司	副总经理	无
			云潮金服（山东）供应链科技有限公司	监事	无
			山东健康医疗大数据有限公司	监事	无
12	鲁华	董事/副总经理	网之翼投资	监事	持有公司 5%以上股权的股东
13	叶秋菊	副总经理	网之翼投资	董事	持有公司 5%以上股权的股东
14	路永军	财务总监	山东金晶科技股份有限公司	独立董事	无

注：截至本招股书签署日，临淄隆众、北京世嘉景瑞投资管理顾问有限公司、潍坊福常在经贸有限公司处于吊销未注销状态。

除上述兼职情况外，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员不存在其他兼职情况。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间不存在配偶关系、三代以内直系和旁系亲属关系。

（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的重大协议及履行情况

本公司与在公司内部任职的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均签订了《劳动合同》，并签订了《保密协议》，对上述人员的权利和义务作了明

确的规定，截至本招股说明书签署日，合同和协议履约正常，不存在违约情形。

除此之外，本公司与董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未签订其他诸如借款、担保等方面的任何协议。

（八）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所持股份发生被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形

截至本招股说明书签署之日，发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员直接及间接持有的发行人股份不存在被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形。

（九）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的变动情况

截至本招股说明书签署日，公司历次董事、监事及高级管理人员变动均履行了《公司章程》所规定的程序。最近两年，公司董事、监事及高级管理人员的变动情况如下：

1、董事的变化情况

2018 年以来公司董事的变动情况如下：

变动前董事	变动时间	变动后董事	变动原因
姜虎林、蔡俊、李学强、崔科增、董士慧、宋杨、张宜生、黄方亮、赵彧非	2020.6.1	姜虎林、蔡俊、李学强、崔科增、董士慧、宋杨、马卫锋、黄方亮、赵彧非	第一届董事会任期届满，2020 年第一次临时股东大会选举产生第二届董事会
姜虎林、蔡俊、李学强、崔科增、董士慧、宋杨、马卫锋、黄方亮、赵彧非	2021.8.6	姜虎林、蔡俊、李学强、崔科增、鲁华、宋杨、马卫锋、黄方亮、赵彧非	董士慧因个人原因离职，辞任公司董事职务，2021 年第一次临时股东大会选举鲁华为公司董事

公司董事的上述变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和公司章程的规定，对公司的持续经营未造成不利影响。近两年内，董事会成员稳定，未发生重大变动。

2、监事的变化情况

2018 年以来公司监事未发生变化。

3、高级管理人员的变化情况

2018 年以来公司高级管理人员的变动情况如下：

变动前高管	变动时间	变动后高管	变动原因

蔡俊、崔科增、董士慧、鲁华、叶秋菊、彭立颖、吕春江	2018.11.29	蔡俊、崔科增、江晓、鲁华、叶秋菊、陈陈、路永军	董士慧、吕春江、彭立颖因个人原因辞任公司高级管理人员职务，第一届董事会第八次会议聘任江晓、陈陈、路永军为公司高级管理人员
蔡俊、崔科增、江晓、鲁华、叶秋菊、陈陈、路永军	2020.6.1	蔡俊、崔科增、江晓、鲁华、叶秋菊、吕春江、路永军	陈陈因个人原因离职，辞任公司高级管理人员职务，第二届董事会第一次会议聘任高级管理人员

公司高级管理人员的上述变动均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和公司章程的规定，对公司的持续经营未造成不利影响。近两年内，公司高级管理人员稳定，未发生重大变动。

（十）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的个人投资情况

1、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属持有本公司股份的情况

截至本招股书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员及其近亲属持有本公司股份的情况如下表所示：

单位：万股；%

序号	姓名	现任职务	持股数量	持股比例	质押/冻结情况	备注
1	姜虎林	法定代表人/董事长	2,105.90	46.80	无	直接持有公司 32.51%股权，通过网之翼投资间接控制公司 14.29%股份
2	吕春江	副总经理	464.46	10.32	无	直接持有公司 10.32%股份
3	侯安全	监事会主席	464.46	10.32	无	直接持有公司 10.32%股份
4	崔科增	董事/副总经理/董事会秘书	342.96	7.62	无	直接持有公司 7.62%股份
5	李学强	董事	207.58	4.61	无	直接持有公司 4.61%股份
6	蔡俊	副董事长/总经理	90.00	2.00	无	直接持有公司 2.00%股份
7	宋杨	董事	90.00	2.00	无	直接持有公司 2.00%股份
8	鲁华	董事/副总经理	20.66	0.46	无	直接持有公司 0.46%股份
9	叶秋菊	副总经理	16.03	0.36	无	直接持有公司 0.36%股份
10	齐玉芹	职工代表监事	5.74	0.13	无	直接持有公司 0.13%股份
11	刘锋	职工代表监事	5.31	0.12	无	通过网之翼投资间接持有公司 0.12%股份

截至本招股说明书签署日，除上表所列项目外，公司其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属均不存在通过其他渠道持有公司股份的

情况。

2、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况

截至本招股书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员对外投资情况如下表所示：

单位：万元；%

序号	姓名	投资企业	投资金额	持股比例
1	姜虎林	网之翼投资	1,376.55	91.74
		临淄隆众	2.50	5.00
2	李学强	淄博市新媒体人士联谊会	0.60	20.00
3	宋杨	山东华美新材料有限公司	490.00	49.00
		新华金侨（厦门）陶瓷材料技术有限公司	90.00	9.00
		国科启航（枣庄）股权投资合伙企业（有限合伙）	104.77	8.68
		济南普顺投资合伙企业（有限合伙）	30.00	10.00
		国科汇智（青岛）股权投资合伙企业（有限合伙）	300.00	6.00
		山东钰心睿声科技有限公司	280.00	28.00
		青岛领航浩淼企业管理合伙企业（有限合伙）	98.00	98.00
		青岛领航江河企业管理合伙企业（有限合伙）	12.50	16.23
		国科尚贤（青岛）创业投资基金合伙企业（有限合伙）	995.00	99.50
		国科领航（青岛）科技服务有限公司	24.50	49.00
		国科汇今（青岛）创业投资基金合伙企业（有限合伙）	1,500.00	30.00
4	马卫锋	上海湫水艮石网络科技合伙企业（有限合伙）	12.00	15.00
		上海衍联商务咨询有限公司	12.00	12.00
5	赵彧非	上会会计师事务所（特殊普通合伙）	30.00	1.33
		上海上会会计师事务所有限公司	2.00	0.95
6	刘锋	网之翼投资	12.40	0.83
7	侯安全	临淄隆众	1.00	2.00
8	庞锡平	济南宝赛企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	30.00	6.00
		中兴盛世投资有限公司	3,165.00	5.00
		济南赛氢企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	40.00	5.00
		济南金赛企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	300.00	15.00
		潍坊福常在经贸有限公司	19.80	30.00
9	王双	青岛蓝色汇金投资管理企业（有限合伙）	106.31	4.25
		青岛昱林明投资合伙企业（有限合伙）	250.00	25.00

		青岛昱林投资有限公司	50.00	10.00
		宁波梅山保税港区恒坤睿金投资合伙企业（有限合伙）	10.00	1.00

注：截至本招股书签署日，临淄隆众、潍坊福常在经贸有限公司、上海上会会计师事务所有限公司处于吊销状态。

公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的上述对外投资与发行人不存在利益冲突。

除此之外，截至本招股书说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员均不存在其他对外投资情况。

（十一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

1、薪酬的组成、确定依据、所履行的程序

在公司专职领薪的董事、监事、高级管理人员、其他核心人员的薪酬，根据《公司章程》及其他相关制度分别经股东大会或董事会决定。薪酬标准依据公司所处的行业及地区的薪酬水平，结合公司的实际经营情况制定。

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬主要由基本工资、奖金以及独立董事津贴组成，其中基本工资由上述人员的入司年限、个人能力、工作内容与强度、同行业平均水平等因素确定；奖金由公司业绩确定；独立董事领取独立董事津贴。

2、最近三年内薪酬总额占各期发行人利润总额的比重

公司独立董事每年领取固定津贴 5.00 万元（税前）。

报告期内，公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司领取薪酬金额（税前）占 2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，公司各期利润总额的比重分别为 9.84%、8.71%、10.62%和 13.52%。

3、最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

本公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员 2020 年在本公司及关联企业的领取薪酬情况如下：

单位：万元

序号	姓名	职务	2020 年薪酬（税前）	关联方领薪（税前）	其他待遇、退休金计划等
1	姜虎林	法定代表人/董事长	72.52	-	-
2	李学强	董事	15.26	-	-
3	蔡俊	副董事长/总经理	170.09	-	-
4	崔科增	董事/副总经理/董事会	29.45	-	-

		秘书			
5	董士慧	原董事	25.75	-	-
6	宋杨	董事	-	-	-
7	马卫锋	独立董事	2.40	-	-
8	黄方亮	独立董事	5.00	-	-
9	赵彧非	独立董事	5.00	-	-
10	侯安全	监事会主席	14.87	-	-
11	刘锋	职工代表监事	34.08	-	-
12	齐玉芹	职工代表监事	16.55	-	-
13	庞锡平	监事	-	-	-
14	王双	监事	-	-	-
15	江晓	副总经理	45.85	-	-
16	鲁华	董事/副总经理	49.73	-	-
17	吕春江	副总经理	18.73	-	-
18	叶秋菊	副总经理	55.98	-	-
19	路永军	财务总监	34.74	-	-
20	张宜生	原独立董事	-		
21	陈陈	原副总经理	31.88		
合计			**627.88**	-	-

注：2020 年 6 月 1 日，公司召开 2020 年第一次临时股东大会，张宜生不再担任公司独立董事，马卫锋被选举为公司独立董事；陈陈因个人原因离职，辞任公司副总经理职务，第二届董事会第一次会议聘任吕春江为公司副总经理；2021 年 7 月，董士慧因个人原因辞去董事职务，2021 年 8 月 6 日，公司召开 2021 年第一次临时股东大会，补选鲁华为公司董事。

除领取独立董事津贴外，独立董事在公司不享有其他福利待遇。公司董事宋杨未在公司担任管理职务，未在公司领取薪酬。

除上述薪酬外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在从公司其他关联企业领取薪酬的情况，未在公司及其关联企业享受其他待遇和退休金计划。

十、发行人股权激励情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在正在执行的股权激励及其他制度安排。

十一、发行人员工情况

（一）员工基本情况

1、员工人数

2018 年末、2019 年末、2020 年末和 2021 年 6 月末，公司在册员工人数分别为 1,232 人、1,140 人、1,111 人和 1,075 人。

2、员工构成情况

截至 2021 年 6 月 30 日，公司在册员工人数为 1,075 人，公司员工具体情况如下：

（1）按专业类别分类

单位：人；%

专业类别	人数	占员工总数的比例
生产人员	484	45.02
销售人员	367	34.14
技术研发人员	129	12.00
行政后勤与管理人员	95	8.84
合计	**1,075**	**100.00**

（2）按教育程度分类

单位：人；%

学历	人数	占员工总数的比例
本科及本科以上	640	59.54
大专	362	33.67
大专以下	73	6.79
合计	**1,075**	**100.00**

（3）按年龄分类

单位：人；%

年龄	人数	占员工总数的比例
50 岁以上	11	1.02
41－50 岁	43	4.00
31－40 岁	661	61.49
30 岁及以下	360	33.49
合计	**1,075**	**100.00**

（4）生产人员数量按业务条线分类及变动

单位：人

业务类型	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31
	人员数量	变动	人员数量	变动	人员数量	变动	人员数量
资讯业务	403	-6	409	-	409	-18	427
咨询业务	44	-12	56	1	55	4	51
会展业务	35	-2	37	-	37	-11	48
广告业务	2	-	2	-	2	-	2
合计	**484**	**-20**	**504**	**1**	**503**	**-25**	**528**

（5）资讯生产人员数量按所属行业分类及变动

单位：人

行业	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31
	人数	变动	人数	变动	人数	变动	人数
能源化工	210	1	209	-	209	-6	215
农业	137	-4	141	-1	142	-5	147
金属	56	-3	59	1	58	-7	65
合计	**403**	**-6**	**409**	**-**	**409**	**-18**	**427**

3、发行人销售人员、生产人员的职能设置情况

不同于上海钢联采用的生产、销售一体化的业务模式，公司销售部门与生产部门相互独立，销售人员、生产人员分属不同的部门，能够明确区分，公司报告期不存在同一人员既从事生产又从事销售这两种性质工作的情况，不存在职能混同的情形。

（二）员工社会保障情况

公司依据《中华人民共和国劳动法》、《中华人民共和国劳动合同法》和国家有关规定，与在册正式员工实行劳动合同制，员工按照与公司签订的劳动合同享受权利和承担相应的义务。

报告期内公司依据国家相关法律、法规及政策的规定，为员工办理了各项社会保险和其他保障，包括基本养老保险、基本医疗保险、失业保险、工伤保险和生育保险，为员工缴纳了住房公积金。

1、社会保险和住房公积金缴纳情况

报告期发行人为员工办理缴纳社会保险和住房公积金情况如下：

单位：人；%

日期	员工人数	缴纳社会保险人数	缴纳社会保险比例	缴纳住房公积金人数	缴纳住房公积金比例
2021.6.30	1,075	1,042	96.93	1,041	96.84
2020.12.31	1,111	1,075	96.76	1,074	96.67
2019.12.31	1,140	1,092	95.79	1,091	95.70
2018.12.31	1,232	1,167	94.72	1,167	94.72

报告期内，公司部分员工未办理缴纳社会保险和住房公积金的主要原因为新进员工尚处于试用期、退休返聘人员等。

2、主管机关对公司缴纳社会保险、住房公积金出具的守法证明

根据淄博市张店区人力资源和社会保障局 2021 年 7 月 15 日出具的证明，公司自 2018 年 1 月 1 日至证明出具日能够遵守劳动保障方面法律法规，依法与员工签订劳动合同，没有因违反有关劳动保障法律法规而受到处罚的记录。

根据淄博市住房公积金管理中心 2021 年 7 月 16 日出具的证明，公司自 2018 年 1 月在淄博市住房公积金管理中心缴存住房公积金，缴存至 2021 年 7 月。

3、发行人控股股东、实际控制人出具的承诺

发行人控股股东、实际控制人姜虎林出具承诺：如应有权部门的要求或决定，公司及其控股子公司被要求为其员工补缴欠缴的社会保险费和住房公积金，或公司及其控股子公司因未按照法律规定的缴纳基数缴纳社会保险费和住房公积金而承担任何罚款或损失，则本人将无条件全额承担公司及其控股子公司应补缴的社会保险费和住房公积金及由此产生的所有相关费用，保证公司及其控股子公司不会因此受到任何损失。

4、发行人社会保障制度的具体执行情况对本次发行人上市的影响

发行人已按照国家和地方的有关规定执行社会保障制度和住房公积金制度，为员工办理并缴纳了养老保险、医疗保险、失业保险、工伤保险、生育保险和住房公积金。虽然发行人报告期内因个别员工新入职或其他原因存在未为部分员工缴纳社会保险和住房公积金的情形，但所涉员工占发行人总员工人数的比例不高，涉及金额不大，且发行人控股股东、实际控制人姜虎林已承诺将无条件承担因该行为可能带来的费用与损失。因此，上述事项不会对发行人本次发行上市构成实质障碍。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务及变化情况

（一）发行人主营业务

公司是国内领先的大宗商品信息服务企业，是专注于大宗商品市场数据监测、交易价格评估及行业数据分析的专业服务提供商。公司恪守“中立、专业、专注”的原则，对大宗商品现货市场进行监测、记录、分析、评估和研究，为客户提供能源、化工、农业、金属等行业的大宗商品资讯、咨询、会务调研等服务，提高大宗商品现货市场透明度和交易效率。公司的发展战略是建立适合中国经济和市场规模的大宗商品价格标杆体系，让大宗商品交易有据可依，提升中国市场在全球大宗商品领域的影响力。

公司拥有庞大的用户群体和良好的品牌知名度。公司累计注册客户数量超过 200 万个，累计服务的全球 500 强企业及其下属企业超过 150 家。公司客户涵盖大宗商品产业客户、贸易流通客户、期货及商品交易所、金融机构、政府机构、科研院所和媒体等。凭借优质的产品和专业的服务能力，公司为广大客户在价格监测、政策制定、经营决策、投资决策、行业研究等方面持续提供必要的决策依据和数据支持。公司与国家统计局、国家发改委、农业农村部、新华通讯社、中央电视台保持了良好的业务合作关系，公司是“国家统计局大数据合作平台企业”、“山东省大数据重点骨干企业”，“卓创资讯”被国家工商行政管理总局评定为中国驰名商标。

公司自设立以来，主营业务没有发生重大变化。

（二）发行人主要产品或服务情况

根据业务类型，公司主要产品或服务分为：资讯服务、咨询服务和会务调研服务等。

序号	主营业务类型	产品名称
1	资讯服务	即时资讯
		时段报告
		数据服务
		大宗商品数据客户端

序号	主营业务类型	产品名称
2	咨询服务	定制报告
3	会务调研服务	会务服务
		走访调研服务

1、资讯服务

资讯服务是公司的核心业务，主要帮助客户全面了解能源、化工、农业、金属等大宗商品领域最新市场动态，洞悉市场变化，明确发展趋势，通过专业、及时的市场分析，为客户决策提供参考和依据。根据产品或服务形式，公司资讯服务主要包括即时资讯、时段报告、数据服务和大宗商品数据客户端。

（1）即时资讯

即时资讯是指公司提供的关于一定区域内各种大宗商品价格行情、供需态势、市场分析预测以及行业动态等实时信息，具有地域性和时效性的特点。公司主要通过网站、手机客户端、手机短信等方式向客户提供即时资讯服务。

①网站

客户可通过登陆公司的门户网站及各子网站进行大宗商品相关资讯信息的浏览、查询、收集，辅助客户更高效地完成商品结算、基本面分析、价格走势研判等商业经营活动。

以下是公司“化肥”网站的部分截图：



②手机客户端

手机客户端是指公司自主研发的智能手机应用软件，客户可通过手机客户端

随时随地的浏览及订阅大宗商品的资讯信息，以满足客户移动办公场景的资讯需求。手机客户端包括手机短讯和手机资讯两类客户端，手机短讯客户端界面简洁，产品内容简短，产品定价较低；手机资讯客户端内容丰富，相应的产品定价也高于手机短讯客户端。

以下是公司手机资讯客户端和手机短讯客户端部分截图：

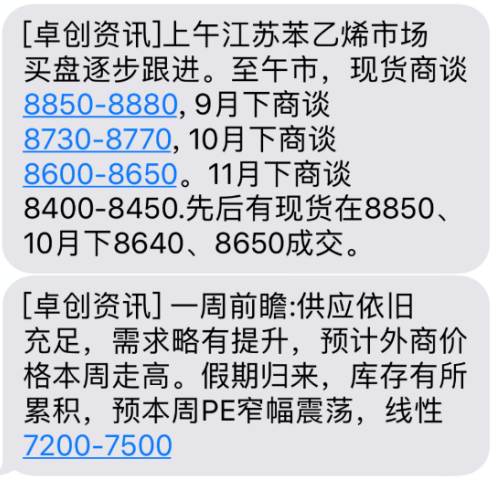




③手机短信

手机短信服务是公司根据客户的需求，将相关大宗商品的实时市场信息及简约评析以手机短信形式发送至客户，是一款辅助客户简单决策的产品。

以下是手机短信信息截图：



公司网上信息、手机客户端、手机短信在信息呈现方式、内容丰富程度、产品定价、客户群体等方面存在差异，可以给客户提供不同的体验效果，满足客户的差异化需求。客户订阅公司产品或服务时，会根据自己的实际需求选择产品或服务，部分客户为满足其不同部门或员工的使用需求，存在订阅公司两种及以上产品或服务的情况。

（2）时段报告

时段报告是以自然周度、月度及年度为周期，针对某一具体大宗商品或某一产业链大宗商品的分析报告。周度报告是提供大宗商品短期价格行情及影响因素分析与预测的周度总结报告；月度报告是围绕大宗商品行业的中短期行情进行监测和预测，并提供全面详实的市场宏观环境、供需、相关商品联动性及利润等权威数据解读的月度总结报告；年度报告是通过梳理中长期行业格局变化，深入剖析行业供需关系，系统解读市场发展变化，全面研判中长期价格驱动因素，并对未来趋势做出预测的年度总结报告。

以下是时段报告《2018-2019 中国氮气市场年度报告》部分截图：



（3）数据服务

数据服务是公司根据客户的需求以公司数据库中的海量大宗商品数据为基础，向客户直接提供数据或提供经过新增采集、清洗和加工形成的相关数据。有别于即时资讯中的即时数据，数据服务以跨多个时间段和大宗商品的历史数据信息为主。数据服务主要面向对大宗商品数据有大量需求的生产企业、贸易企业、金融机构及其他专业机构等，采用一单一谈方式定价。一般情况下，公司在提供数据服务前一次性向客户收取全部费用，对于部分大客户，公司根据双方签署的业务合同中约定的付款条件，按阶段收取服务费用。

数据服务主要类型包括数据集成、数据加工和指数定制等，具体情况如下：

①数据集成

根据客户的需求，公司将数据库中海量的大宗商品数据，通过 API 接口方式对接客户的内部信息系统，实现数据的即时传输，从而为客户的决策系统提供第三方数据支持。

②数据加工

根据客户的需求，公司以数据库中历史数据为基础，以价格数据和基本面

数据为主要内容，以一定期间内某一大宗商品、产业链或行业为维度，通过邮件发送、在线下载等方式为客户提供数据组合产品或定制化数据。

③指数定制

根据客户的需求，公司通过对大宗商品数据的分类整理及分析研究，依据科学分析方法，结合有关理论及数学模型为客户提供量身定制的商品指数服务。

依托海量的数据资源，公司积极推动与政府部门和商品交易所的合作，联合发布部分大宗商品的价格指数，如国家发改委价格监测中心与公司共同编制并联合发布“中价卓创钢材价格指数”、“卓创成品油批发价格指数”、“卓创有色金属价格指数”，联合发布“猪料、鸡料、蛋料”三项比价指标；大连商品交易所与公司联合编制、农业农村部信息中心与公司联合监测发布的“瘦肉型白条猪肉出厂价格指数”等。

（4）大宗商品数据客户端

大宗商品数据客户端是公司开发的大数据软件客户端，包括红桃 3 和红桃 3 期货端（以下简称“红期”）。红桃 3 是一款为大宗商品基本面研究提供决策支持的可视化大数据终端产品，涵盖能源化工、农业、钢铁、有色金属、建材和造纸六大业务板块，是为客户提供集价格数据、供需数据、行业分析及经营决策分析等多种类信息于一体的大宗商品综合性信息服务平台。在红桃 3 的基础上，公司开发出针对大宗商品期货相关产品基本面数据分析的模块，即红桃 3 期货端，为期货参与者提供相关资讯服务。以下是红桃 3 使用界面截图：



大宗商品数据客户端与即时资讯业务的产品定位、客户结构、产品内容及产品定价等对比情况如下：

序号	项目	大宗商品数据客户端	即时资讯
1	产品定位	为客户进行大宗商品行业研究和交易决策提供支持的可视化的数据终端产品，全面聚合行业、产品、企业、价格、供需等数据，助力客户轻松掌握基本面，让投资决策有据可依。	提供具有地域性和时效性的资讯信息，为客户经营管理提供参考和依据。
2	客户结构	产品面向付费能力较强的高端客户，客户群体以有行业研究需求为主的大型生产企业和金融投资机构为主。	客户群体范围较广，涵盖公司所有客户类型。
3	产品内容	产品系统地提供大宗商品价格及基本面数据，包括专业的研究框架和模型，同时搭载资讯和报告等综合内容，提供服务的方式主要为红桃 3 和红期。	公司提供的关于一定区域内各种大宗商品价格行情、供需态势、市场分析预测以及行业动态等信息，具有地域性和时效性的特点，提供服务的方式主要为网站、手机客户端、手机短信等。
4	产品定价	侧重系统化的数据展示、数据加工和模型挖掘，内容丰富，价值高。根据产品自身价值和市场接受程度等因素综合确定价格，定价一般高于即时资讯。	产品定价一般低于大宗产品数据客户端。

红桃 3 和红期在功能区分、销售定位、数据范围、产品定价等方面的差异情况如下：

序号	项目	红桃 3	红期
1	功能区分	是一款为大宗商品基本面研究提供决策支持的可视化大数据终端产品，是为各类型客户提供集价格数据、供需	主要针对大宗商品期货相关产品基本面数据分析，为期货参与者提供相关资讯服务。

		数据、行业分析及经营决策分析等多种类信息于一体的大宗商品综合性信息服务平台。	
2	销售定位	面向大型生产企业和金融投资机构为主。	面向从事期货投资的单位及个人。
3	数据范围	涵盖能源化工、农业、钢铁、有色金属、建材和造纸六大业务板块的市场数据，相关大宗商品数量为 700 多个。	涵盖 50 多种大宗商品。
4	产品定价	主要按行业板块和完整版两种方式报价：单板块报价为 22,000-78,000 元/年；完整版最高权限定价为 150,000 元/年。	主要按大宗商品品目、行业板块和完整版三种方式报价：单品目报价为 2,500-4,000 元/年；单板块报价为 4,000-55,000 元/年；完整版最高权限定价为 110,000 元/年。

整体来看，红桃 3 的产品定价明显高于红期，主要原因是红桃 3 主要是按照行业板块或完整版定价，每个行业板块包含几十种甚至上百种大宗商品的信息，因此定价较高。红期涵盖的大宗商品的品类较少，主要是按大宗商品品种、行业板块和完整版三种方式定价，且按大宗商品品种订阅的客户较多，因此平均销售价格较低。

同行业可比公司华瑞信息未推出同类产品，上海钢联推出的钢联数据终端与发行人大宗商品数据客户端比较类似。公司的红桃 3、红期与上海钢联

的钢联数据客户端的功能定位存在一定差异，钢联数据客户端同时包含大宗商品现货市场和期货市场数据，公司将大宗商品现货市场和期货市场的数据通过红桃 3、红期客户端分别进行展示。

2、咨询服务

咨询服务是指公司行业研究专家根据客户的个性化需求为客户提供高端定制报告服务，让客户更好的把握行业整体态势，为其生产经营和投资交易决策提供专业依据。

多年以来，公司深耕大宗商品市场服务领域，依托海量的大宗商品数据，结合公司研究人员丰富的大宗商品市场经验及分析能力，为客户提供主要包含市场版图和价值链分析、下游消费结构及细分市场研究、新市场进入及可行性研究、品牌及市场营销战略规划、产品组合及差异化规划、供应链优化、工业园区及工厂选址规划等一对一的定制化咨询服务。

3、会务调研服务

（1）会务服务

会务服务指公司举办行业会议，组织大宗商品生产企业、贸易企业、销售企业等以行业研讨、行业年会、供需对接、市场及价格分析预测、技术交流、产品推介等为主要内容的商务会议活动。

（2）走访调研服务

走访调研服务指公司根据客户需求，组织并带领客户对一定区域内大宗商品生产企业、贸易企业、销售企业等进行实地走访、调研，并在活动结束后向客户提供调研报告的商务活动。走访调研服务能使客户更加贴近市场、熟悉市场进而为自身的商业决策提供必要支持。

4、其他产品或服务

公司其他产品或服务主要是广告服务，业务收入规模较小。

5、发行人信息数据、分析报告及其他信息内容的法律属性，相关权利保护的具体措施

报告期内，发行人对外提供的信息产品为即时资讯、时段报告、数据服务、大宗商品数据客户端及定制报告。截至本招股说明书签署日，中国境内尚无具体法律、行政法规对单体数据本身的法律属性进行明确的规定并建立与之对应的规范体系。对于公司的即时资讯、时段报告及定制报告产品，其系经公司对数据进行清洗、分析、加工等智力活动而创作形成的作品，在发行人所从事业务领域内具有独创性，且可以以有形形式进行复制，故公司对其拥有著作权；对于公司的数据服务及大宗商品数据客户端产品，一方面，公司对其外在的软件载体具有当然的软件著作权，另一方面，该等产品依托于公司对法律属性不明确的单体数据通过相关工作流程（采集、清洗、加工、分析）制成的数据产品，该等数据产品属于经公司智力活动而创作形成的作品，具有独创性，可以以有形形式进行复制，故公司对其亦拥有著作权。

公司客户在使用公司相关产品和服务时，针对相关信息的权利主张，需受到《法律声明》、《用户协议》或业务合同等协议约定的约束。公司对于相关数据或权利的保护机制与行业惯例一致。

在中国境内尚无具体法律、行政法规对信息数据自身的法律属性进行明确的规定并建立与之对应的规范体系的背景下，公司与其同行业相关企业为保证自身生产经营正常进行，故均在信息数据可能涉及的法律规定及可能适用的权利类型范围内试图寻求最大范围的权利保护，属于正常的商业行为。

（三）发行人主营业务收入构成

报告期内，公司主营业务收入构成如下所示：

单位：万元；%

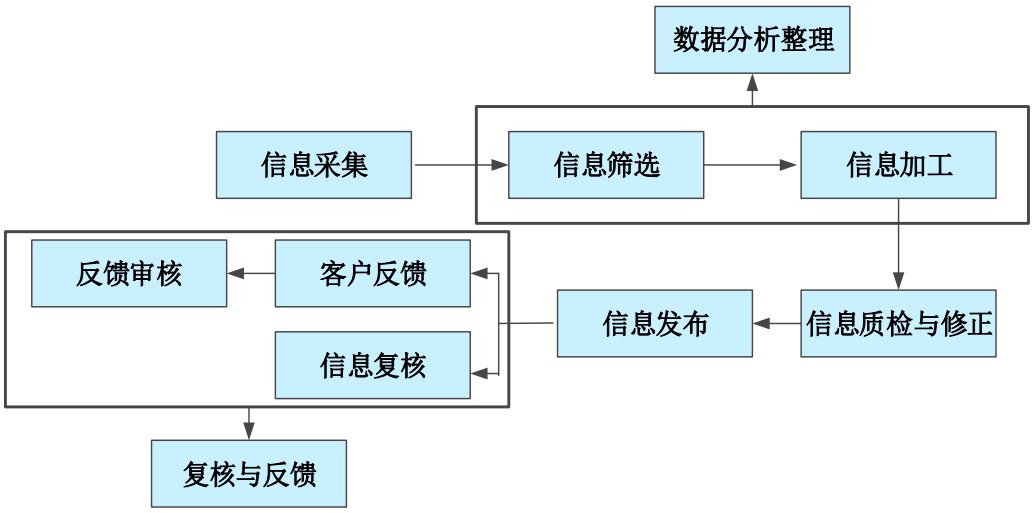
项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
资讯服务	10,482.69	84.65	17,888.64	81.95	17,869.95	81.20	16,009.68	78.77
咨询服务	1,035.48	8.36	2,600.19	11.91	2,414.29	10.97	2,342.79	11.53
会务调研	751.04	6.07	1,102.81	5.05	1,541.83	7.01	1,802.06	8.87
广告服务	113.76	0.92	235.80	1.08	181.83	0.83	171.12	0.84
主营业务收入	**12,382.97**	**100.00**	**21,827.45**	**100.00**	**22,007.91**	**100.00**	**20,325.65**	**100.00**

（四）发行人主要经营模式

1、服务模式

（1）资讯服务

①即时资讯流程图如下：



A.信息采集

分析师严格遵守公司合规政策中的各项要求和规范，依照公司信息采集管理制度和价格评估方法论的标准进行信息采集。

B.数据分析整理

分析师采集信息后，需严格按照公司信息标准化准则和信息规范对所获取的信息进行整理、筛选和分析，剔除有明显偏差的信息和数据，制作市场快讯和综合性分析文章等。

C.信息质检和修正

公司严格按照相关制度规定对信息进行质检及修正。

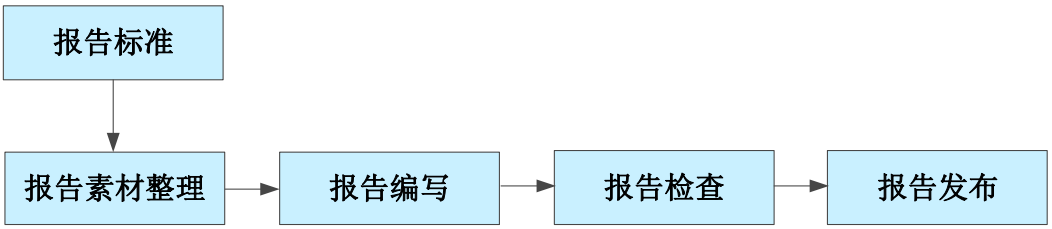
D.信息发布

分析师将质检和修正后的商品信息上传至分析师一体化工作平台并发布到各产品网站，或者将信息推送到客户的手机或客户端。

E.信息复核与客户反馈

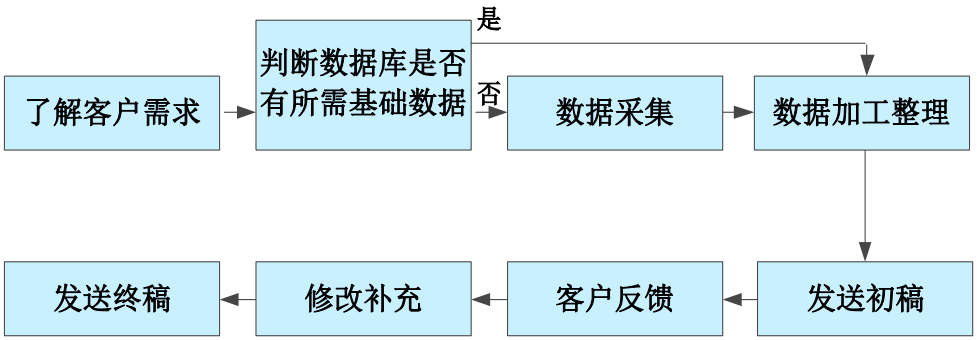
公司信息管理部定期对各板块资讯和数据信息进行复核，并结合用户对所发布信息准确性、及时性的反馈，对服务质量进行改进。

②时段报告流程图如下：



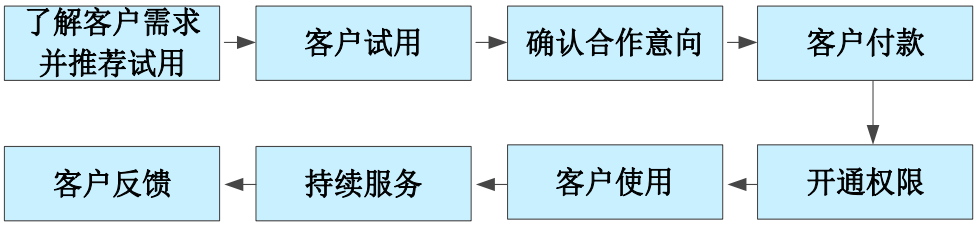
时段报告属于公司的标准化产品，由分析师负责编写。分析师按照公司制定的时段报告内容与格式标准整理报告素材，并进行时段报告的编写。编写完成后，由公司质检部门对报告进行检查和审核，检查完成后，分析师通过公司的分析师一体化工作平台公开发布或通过电子邮件发送给客户。

③数据服务流程图如下：



公司了解客户数据需求后，首先判断公司数据库中是否有所需基础数据，若有则直接从数据库提取数据，若没有则需要公司定向采集数据。取得数据后，根据客户需求对数据进行加工整理，完成该数据服务的产品初稿，并发送给客户。公司结合客户提出的意见与实际情况对产品初稿进行修改和完善后，向客户发送产品终稿。

④大宗商品数据客户端服务流程图如下：



根据客户的需求，公司向有意向的客户推荐试用大宗商品数据客户端，客户试用后，确定合作意向。待客户付款后，公司即为其开通正式使用权限。

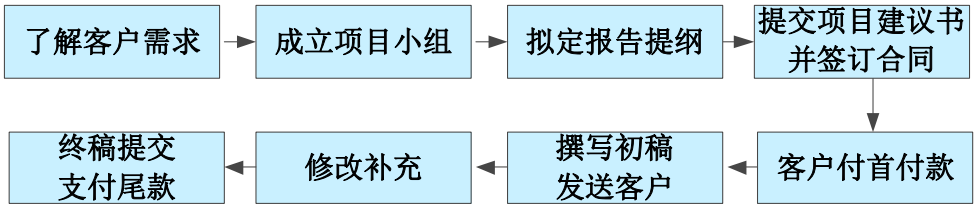
⑤发行人主要产品信息的形成方法、数据处理机制

发行人资讯服务主要包括即时资讯、时段报告、数据服务及大宗商品数据客户端，对应的信息内容主要为两类，分别为价格等数据和相关分析，相关分析包括定期市场评述、综合性分析文章或报告等。

主要产品信息	形成方法及数据处理机制
价格数据	（1）分析师按照信息采集管理制度和价格评估方法论的标准进行信息采集； （2）发行人分析师按照价格评估基本原则，去除不符合主流市场价格的数据后作为价格评估的依据； （3）分析师基于自身对市场的专业研究和经验，结合当前市场基本面情况和市场情绪等，综合评估出当日当地可以反映市场最有可能成交的价格或价格区间，并经过质检及修正等流程后予以发布。
相关分析	分析师按照大宗商品分析方法论的要求，基于自身对大宗商品现货市场的专业研究经验及分析能力，结合当前市场基本面情况和市场情绪等，通过对价格、供需等数据进行综合分析和解读，撰写定期市场评述、综合性分析文章或报告等。分析师需要充分考虑相关大宗商品的行业历史、现状以及未来可能影响其运行动态的各种因素，包括商品之间的联动性、同一产业链内基本面数据间的逻辑关系与相互影响程度等，并利用专业的数据模型和可视化的图表进行综合分析。分析师通过上述分析，找到行业的运行规律，解释行业现象，并对后市发展趋势进行研判。

（2）咨询服务

咨询服务流程图如下：



咨询服务由咨询事业部负责，内容主要为向客户提供定制咨询报告。公司根据客户需求，确定咨询报告的主要内容，由咨询事业部成立项目小组，与客户充分沟通后完成报告提纲。项目小组与客户商定报告的价格和完成时间等具体事项，提交项目建议书并签订合同。客户完成首付款后，项目小组撰写报告初稿并发送客户，根据客户的反馈经过数次补充修改后形成终稿，将终稿交付

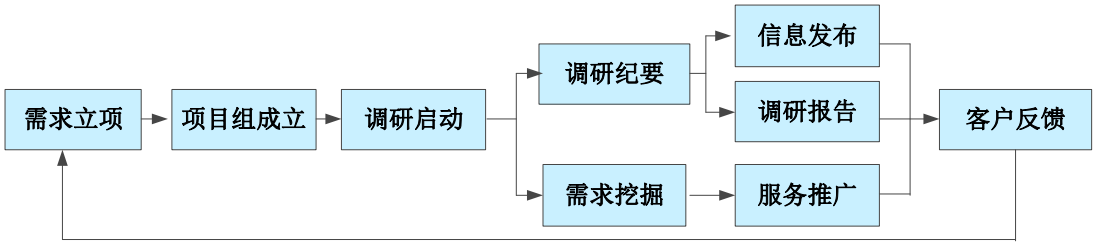
后，客户再按照合同约定支付尾款。

（3）会务调研服务

①会务服务流程图如下：



②走访调研服务的流程图如下：



2、销售模式

（1）营销体系

公司营销体系主要由新签部门、续签部门、营销管理中心、品牌管理部组成，其中新签部门主要负责引导注册非付费客户向付费客户转化以及潜在客户的开发工作，续签部门主要负责已付费客户的维护及到期续费工作，营销管理中心主要负责营销政策的制定以及营销人员日常管理、培训等工作，品牌管理部主要负责公司品牌规划、管理和推广工作。

（2）主要产品及服务的销售模式

公司的主要产品及服务为资讯服务、咨询服务和会务调研服务，销售模式为直接销售。一般情况下，公司在提供服务前一次性向客户收取服务期的全部费用。对于咨询服务和部分数据服务的大客户，公司根据双方签署的业务合同中约定的付款条件，按阶段收取服务费用。

①资讯服务

对于资讯服务，公司主要通过卓创资讯大宗商品门户网站、手机或电脑客户端、公众号、第三方推广平台等网络宣传和引导客户分享公司资讯信息等方式吸引潜在客户关注、注册，以及通过客户介绍和销售团队自主开发等方式获取潜在客户。销售人员基于对客户需求的充分理解，为客户推荐适合的产品及服务，积极引导潜在客户向正式客户转化。

②咨询服务

咨询事业部通过梳理公司海量客户资源，采取实地拜访、电话沟通等方式了解客户需求，为客户推介专业化的咨询服务。

③会务调研服务

根据大宗商品行业发展态势及行业热点，公司积极策划相关的行业主题会议，拟定会议相关议题，向客户推介商务会议及走访调研服务。

（3）销售活动开展的方式

①营销策略

一方面公司通过企业官网媒体合作、政府合作、估价研讨会议等方式扩大品牌知名度，吸引潜在客户注册成为公司免费客户，销售人员通过电话沟通的方式充分了解客户需求，制定满足客户需求的信息解决方案，将合适的产品推荐给客户，积极引导免费注册客户向付费客户转化；另一方面公司通过专业的销售团队积极开拓，主动寻求潜在客户，进而转化为公司的付费用户。

②具体营销方式

公司根据销售对象来源将客户分为三类：新增注册客户、未注册客户和续费老客户，针对不同类别客户采取不同的销售方式。

A.新增注册客户

潜在客户通过公司网站、手机客户端、微信平台等渠道注册成为免费客户后，业务系统自动将免费客户信息分配至销售人员，由销售人员进行电话联系，询问需求并向其介绍公司产品及服务，积极引导注册客户向付费客户转化。

对于注册后未能转化为付费用户的注册客户，销售人员定期进行梳理，筛选目标客户，通过电话沟通，及时了解客户的潜在需求并进行持续跟进。

B.未注册客户

公司重视未注册客户的开发工作，对于未注册客户，发行人主要通过自主开发和客户介绍方式开展，具体情况如下：

自主开发是指销售人员通过在个人领英、微信平台等发布资讯信息方式吸引潜在客户关注、注册和取得联系或者通过行业会议、查阅行业协会网站等公开信息获取销售线索。

客户介绍是指发行人付费客户基于对发行人所提供产品或服务的满意度向销售人员介绍潜在客户或向潜在客户推荐发行人的产品及服务，并由销售人员联系潜在客户或潜在客户主动联系发行人，通过沟通交流促使潜在客户成为公司注册用户并向付费用户转化。

C.续费老客户

由销售人员电话联系老客户提醒服务临近到期，并询问续费需求。老客户根据自身需要，基于对公司品牌的认可和良好的产品体验度续订公司产品。如老客户意愿续费，则由销售人员协助老客户完成续订工作。如老客户需求发生变化，也由销售人员协助完成订阅内容的变更、确认等工作。

（4）主要推广方式及获客情况

①主要推广方式

报告期内，公司推广方式主要包括品牌推广和渠道推广两类，其中品牌推广并不直接获取注册客户，主要为提升公司品牌知名度和影响力，吸引潜在客户关注并通过公司网站、手机客户端与微信平台等渠道进行注册，品牌推广方式主要包括政府合作、媒体合作和估价研讨会，具体情况如下：

品牌推广	主要内容	推广支出
政府合作	公司积极推动与政府部门和商品交易所的合作，联合发布部分大宗商品的价格指数，提升了公司的品牌形象、行业知名度及公信力。	无
媒体合作	公司通过安排分析师接受相关媒体及记者采访，借助媒体的平台进一步提升公司品牌知名度和影响力。公司与相关媒体合作过程中双方均不收取费用。 公司开设了企业官方微信公众号、企业官方微博，在雪球、今日头条、百家号等众多知名自媒体平台开设的专栏进行品牌推广，通过在自媒体平台发布资讯信息及行业热点分析文章等方式，吸引潜在客户关注，提升公司品牌知名度和影响力。	无
估价研讨会	公司通过组织召开估价研讨会，加强与客户、行业专家及其他合作伙伴的沟通交流，增强客户对公司价格评估体系在专业性、中立性、系统性方面的认可，提升公司的品牌知名度和影响力。	估价研讨会相关支出

报告期内，公司渠道推广方式包括线下推广和线上推广，公司推广渠道同时也是获取注册客户的渠道，具体情况如下：

渠道推广	主要推广方式	主要内容	推广支出
线上推广	门户网站及第三方推广平台	门户网站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产品部分信息及大宗商品市场的资讯信息，通过内容陈列吸引潜在客户的访问。	无

		公司通过自行或聘请第三方协助优化自身所涉及的关键词提高在搜索引擎中的排名以及通过百度等竞价推广实现流量的引入。	使用第三方推广平台产生的费用
	手机客户端与微信平台（含资讯分享）	在手机客户端方面，公司通过将手机客户端投放至应用市场及在网站等服务平台放置下载链接的方式进行推广，潜在客户可以通过前述方式下载手机客户端并成为注册客户。	无
		在微信平台方面，公司通过在“卓创资讯”、“卓创化工”、“卓创农业”、“卓创塑料”及“卓创钢铁”等自有公众号中发布资讯内容，吸引潜在客户关注、注册。	无
		手机客户端与微信平台还会采取联动措施，即客户通过手机客户端内的分享功能将相关资讯内容分享至微信好友或朋友圈，对资讯内容存在兴趣的相关方可通过分享链接中的注册入口进行账号注册，内容分享者通过分享以及分享产生的结果可在手机客户端内获得积分，该积分可换取实物礼品或微信现金红包。	兑换微信现金红包及实物礼品产生的支出
线下推广	自主开发	销售人员通过参加行业会议、查阅行业协会网站等公开信息获取销售线索，以及通过在个人领英、微信平台及直播平台等发布资讯信息方式吸引潜在客户关注、注册和取得联系。	无
	客户介绍	公司付费客户基于对公司所提供产品或服务的满意度向销售人员介绍潜在客户或向潜在客户推荐公司的产品及服务，并由销售人员联系潜在客户或相关客户主动联系公司，通过沟通交流促使潜在客户成为公司注册用户并向付费用户转化。	无

发行人业务宣传推广方式与同行业可比公司不存在明显差异。

②推广费用投入情况

报告期内，公司推广投入主要为组织召开估价研讨会以及通过百度等搜索引擎进行竞价推广和引导客户将相关资讯内容分享至微信好友或朋友圈等相关支出，具体情况如下：

单位：万元

类别	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
品牌推广	50.43	24.85	20.60	2.45
其中：估价研讨会	-	0.59	20.60	2.45
展会	50.43	24.26	--	
渠道推广	1.85	4.70	5.84	32.87
其中：第三方推广平台	-	-	-	28.51
资讯分享	1.85	4.70	5.84	4.36
合计	**52.29**	**29.55**	**26.44**	**35.32**

2019年，公司推广费用较2018年减少8.88万元，主要原因是由于通过第三方平台推广导流来的注册客户转化为付费客户的效果不理想，公司在2018年

末主动停止了百度等竞价推广投入，在 2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月未产生此类推广费用。

2020 年，公司推广费较 2019 年增长 3.11 万元，主要原因为本年开展展会推广活动，参与大宗商品行业相关展会，相应推广费用有所增长。

2021 年 1-6 月，公司展会推广费较 2020 年增长 26.18 万元，主要原因为公司本期开展的展会推广活动增多，展会推广投入增加所致。

报告期内，公司与第三方签署相关推广协议的情况如下：

合作方名称	合作内容	约定的合作年度
北京新米迪广告有限公司	谷歌广告推广	2018 年
山东寻声网络科技有限公司	搜索引擎搜索结果优化	2018 年
淄博开创盛世网络有限公司	百度搜索推广	2017 年、2018 年

注：淄博开创盛世网络有限公司于 2020 年 7 月更名为淄博开创云计算有限公司。

③推广费用较低的合理性

A、公司主要面向特定行业及客户群体

公司的营销方式与面向普通消费者日常购物、娱乐的互联网企业营销方式有所不同，后者主要针对具体产品通过投放大量广告或与第三方平台分成等方式进行推广，推广支出金额较大，占其营销费用的比重较高；公司产品和服务主要面向与大宗商品生产、贸易等相关的经营者，报告期主要收入来源于机构客户，机构客户更关注产品和服务的质量，大面积广告推广的效果并不明显，而且公司客户分散于各个不同的大宗商品行业，不同行业的客户对信息内容、服务形式等需求各不相同，需要有专业的销售人员进行持续跟踪服务。因此，公司主要针对公司品牌和整体形象进行推广，侧重于体现公司在大宗商品信息服务领域的专业性，通过提升公司品牌知名度和影响力以吸引潜在客户关注、注册，公司推广方式以免费推广为主，不针对具体的资讯产品或服务类型开展推广活动，公司报告期推广投入规模不大。

B、公司系大宗商品资讯内容提供者，可以实现免费推广

a. 如前文所述，公司作为大宗商品资讯内容提供者，通过与传统媒体、自媒体等平台以相互免费方式进行合作，并借助其平台进行品牌推广；

b.公司积极推动与政府部门和商品交易所的合作，联合开发、编制并发布部分大宗商品指标、指数，进一步提升了公司的品牌形象、行业知名度及公信力；

c.公司通过优化自身关键字及自有网络宣传等方式实现流量的引入。

综上所述，公司主要面向特定行业及客户群体，不需针对具体的资讯产品或服务类型开展推广活动，同时公司作为大宗商品资讯内容提供者，可以实现推广方式以免费推广为主，因此，报告期内，公司推广费用较低具有合理性。

C、推广费用较低符合行业惯例

同行业可比公司业务宣传费占其营业收入比例均较低，公司与同行业可比公司不存在明显差异。报告期内，公司营业收入的增长与各期推广费用支出无明显关联关系，同行业可比公司亦是如此，发行人与同行业可比公司相比不存在明显差异，符合行业惯例。

④获取注册客户及相应转化情况

报告期内，前文所述推广方式中的非付费推广方式是公司注册客户的主要来源，而付费推广作为注册客户来源的补充。报告期内，公司各类获客渠道获取注册客户及相应转化情况如下：

单位：个；%

年份	推广方式	新增注册客户数量	新增付费客户数量	付费客户转化率
2021年1-6月	线上推广	98,028	8,635	8.81
	线下推广	19,086	2,121	11.11
	合计	**117,114**	**10,756**	**9.18**
2020年	线上推广	177,415	16,134	9.09
	线下推广	30,045	3,666	12.20
	合计	**207,460**	**19,800**	**9.54**
2019年	线上推广	180,275	16,420	9.11
	线下推广	36,573	3,852	10.53
	合计	**216,848**	**20,272**	**9.35**
2018年	线上推广	222,702	21,212	9.52
	线下推广	61,324	6,108	9.96
	合计	**284,026**	**27,320**	**9.62**

报告期内，公司各类获客渠道新增注册客户数量分别为 284,026 个、216,848 个、207,460 个和 117,114 个，转化为付费客户的数量分别为 27,320

个、20,272 个、19,800 个和 10,756 个，付费客户转化率分别为 9.62%、9.35%、9.54%和 9.18%，2020 年、2019 年新增注册客户数量有所减少，2019 年和 2020 年转化为付费客户的数量及付费客户转化率略有下降，主要原因为随着“三去一降一补”及供给侧结构性改革的持续推进，大宗商品行业竞争激烈，市场集中度逐步提高，大型企业盈利能力逐步增强，风险承受能力低的小微型企业和个人从业者逐步退出市场；另一方面随着上下游生产企业直销力度的加强，中小型贸易商的数量也出现了一定萎缩。

报告期内，随着宏观经济的结构调整，公司的客户结构也发生相应变化，中小客户比例降低，大型优质客户比例提升，公司客户结构的变化与客户所处行业的变动趋势一致。大型客户为提高生产经营决策的科学性和前瞻性，对优质资讯服务的需求进一步提升。针对公司客户结构的变化，公司不断加深对大客户需求的分析和引导，大客户数量及其收入金额逐步增长，从而带动公司营业收入逐年稳定增长。

A、资讯分享

报告期内，发行人通过引导客户分享资讯信息新增注册客户数量分别为 55,781 个、36,914 个、22,511 个和 8,714 个，占各期新增注册客户数量的比例分别为 19.64%、17.02%、10.85%和 7.44%，2019 年和 2020 年，由于受宏观经济环境影响，部分中小微型企业和个人从业者逐步退出市场，2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月相比 2018 年，获客难度有所提升，获取注册客户数量及其占有所下降。

B、线下推广

报告期内，发行人通过自主开发和客户介绍等线下方式获取注册客户数量分别为 61,324 个、36,573 个、30,045 个和 19,086 个，占各期新增注册客户数量的比例分别为 21.59%、16.87%、14.48%和 11.11%。上述推广方式在 2019 年、2020 年的新增注册客户数量及其占比有所下降，主要原因为由于资讯事业部收集的潜在客户资源缺乏针对性，客户付费购买产品意愿较低，发行人回归到主要由销售人员自身进行针对性营销的经营策略，同时由于受宏观经济环境影响，风险承受能力低的小微型企业和个人从业者逐步退出市场，获客难度有所提升，获取注册客户数量及其占比较 2018 年有所下降。

（5）《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》（以下简称

“征求意见稿”）对公司业务宣传推广及日常业务经营的影响

公司在业务宣传推广过程中存在《征求意见稿》中提及的发送商业性短信息、拨打商业性电话的情形，涉及的推广方式主要为门户网站、手机客户端与微信平台（含资讯分享）、自主开发和客户介绍。公司上述行为不违反《征求意见稿》的相关规定，《征求意见稿》对公司上述推广方式及日常业务经营不会造成重大影响。

3、信息采集模式

公司通过信息授权、政府合作、信息交流及公开信息收集等方式获得业务发展所需要的数据。公司的信息获取方式如下：

（1）信息授权

截至 2021 年 6 月 30 日，公司与中国石化化工销售有限公司（含 44 家下属企业）、中国石化炼油销售有限公司、上海宝钢气体有限公司、万华化学（烟台）石化有限公司等 2,071 家大宗商品生产、贸易企业，以及中国淀粉工业协会等行业协会签订了《信息授权使用协议》。根据《信息授权使用协议》的约定，上述企业及组织授权公司在资讯服务、咨询服务以及相关数据库、软件及其他产品中使用、发布相关授权信息。发行人通过信息授权方式获取信息的过程中不存在免费或低价向信息授权方提供产品或报告以换取对方数据的情况。

信息授权系发行人基于自身业务发展需要进一步完善信息采集方式的手段。信息授权的相对方主要来源于与发行人建立并保持良好的信息交流合作关系的主体，为进一步明确双方的权利、义务，增强信息合作的持续性、稳定性及规范性，双方就信息交流合作相关事项签署信息授权协议。信息授权合作基于双方自愿、平等、免费的原则进行。在信息授权合作过程中，双方均可以从对方获取信息，双方相互均不需支付对价，具有商业合理性。行业内其他公司也存在针对信息交流情况签署书面协议、免费获取信息的情形。通过信息交流方式采集信息是大宗商品信息服务行业的通行做法，信息授权方式符合行业惯例。

① 《信息授权使用协议》的签署情况

截至 2021 年 6 月 30 日，与发行人签署信息授权使用协议的授权方共计 2,071 家（对应的有效协议数量为 2,097 份，因存在部分信息授权方针对不同大宗商品品种分别与发行人签署授权使用协议情况，故授权使用协议份数多于授

权方数量），该等授权方主要为能源化工、农业及金属行业生产企业、贸易企业。

②《信息授权使用协议》的主要内容

公司与相关方通过协商方式签署《信息授权使用协议》，其主要内容如下：

序号	主要条款名称	主要条款内容
1	授权范围及内容	（1）授权卓创资讯在其资讯、咨询等平台及相关数据库、软件、产品中使用授权方相关信息（包括价格及行业基本面信息） （2）授权卓创资讯使用授权方商标、商号等用于标明信息来源
2	是否授权其他主体使用、发布	卓创资讯为非独家发布
3	权利与义务关系	（1）双方互相视对方为优先合作的商业伙伴 （2）协议履行期间，卓创资讯可为授权方提供与授权方行业有关的信息咨询 （3）授权方应保证所提供信息的真实性、准确性，双方应保持及时有效沟通 （4）数据发布过程中如一方发现数据异常，应在发现后 24 小时内及时通知对方 （5）授权方对协议签订前卓创资讯发布授权方价格信息的行为予以认可 （6）本协议终止或解除后，原授权方授权发布的信息卓创资讯有权继续保留、使用，同时卓创资讯有权继续对该等信息进行整理、分析、加工、整合等商业活动 （7）未经一方书面同意，另一方不得将本协议下的权利与义务全部或部分转让给第三方
4	知识产权约定	卓创资讯有权依据自己具有独立知识产权的数据库呈现方式公布价格信息，数据库所有权归卓创资讯所有
5	保密约定	（1）双方对签署协议及协议的内容保守秘密 （2）除非协议另有约定，未经另一方事先书面同意，任何一方不得向第三方（有关法律、法规、政府部门或其他监管机构要求、双方的法律、会计和双方聘请的法律、会计、审计等机构除外）泄露、给予或转让本协议条款的任何内容以及本协议的签订及履行情况，以及通过签订和履行本协议而获知的对方及对方关联公司的任何信息 （3）双方按照协议规定的方式使用对方允许使用的信息内容，合理使用对方的商标、商号、商业信息、技术资料等 （4）协议项下的保密义务不因协议的无效、提前终止、解除而失效
6	授权期限	1 年、2 年、3 年、5 年等
7	续签情况	协议续签的约定存在以下几种情形： （1）到期双方无异议可自动顺延一年。如有异议，应在到期日前 60 日以书面形式提出 （2）如到期无异议，本协议可以续签。如有异议，应在到期日前 60 日以书面形式提出 （3）到期后续签 （4）如到期后双方无异议，本协议自动顺延一年，可连续顺延；如有异议，应在到期日前 60 日以书面形式提出

		（5）到期时经双方协商一致可另订下期协议 （6）未约定到期可续签
8	违约责任	涉及违约责任的约定如下： （1）违反保密约定应承担相应的违约责任 （2）若涉及协议对外公布、公告等事项，必须征得对方同意，否则任何一方有权单方终止本协议，并追究对方的法律责任
9	是否支付授权使用费	授权使用未约定费用。

注 1：上表中“双方互相视对方为优先合作的商业伙伴”中“合作”即为信息交流合作，该处“商业伙伴”并非指特定的、现时的商业利益伙伴关系，仅是对双方在信息交流合作中双方关系的称谓。

注 2：上表中“卓创资讯可为授权方提供与授权方行业有关的信息咨询” 是指发行人可以为授权方安排分析师与其对接和沟通，分析师可以为授权方提供与其行业相关的市场信息，为其答疑解惑，并与其分享分析师对市场行情的预判和见解等。“信息咨询”服务实质上是信息交流，是发行人收集信息的渠道，不属于发行人向其他客户有偿而提供的服务，市场上没有以“信息咨询”为具体形式或内容的产品出现。

注 3：发行人在与授权方签署协议时约定“授权方保证所提供信息的真实性、准确性”，主要原因为在双方合作的过程中，双方均可以从对方获取信息，保证所提供信息的真实、准确是双方能够长期合作的基础，符合双方合作的目的。

注 4：发行人在相关信息授权使用协议中采取“非独家”发布方式即表明信息授权方可与除发行人以外的相关主体签署与信息授权使用协议内容相似的协议。

除上述已经明确说明的情形外，公司与授权方签订的《信息授权使用协议》未对公司信息使用或信息处理存在其他额外限制性条款或保密规定。

发行人与相对方在协商签署协议时，会先行将发行人准备的合同提供给潜在信息授权方并以此作为协商的基础文本，鉴于签署授权协议系一项持续性的工作，信息授权协议内容的会根据协议版本修订或最终协商结果进行相应变动，除中国石化化工销售有限公司（含 44 家下属企业）签署的协议外，其他各授权使用协议之间，除授权期限、续签方式外的其他条款无实质性差异。

发行人与中国石化化工销售有限公司（含 44 家下属企业）签署的协议对相关信息传递方式和内容较其他信息授权协议进行了更为明确详细的约定，包括中石化销售公司授权信息的范围、发行人提供的信息范围及相关信息的发送时间及发送方式等，除此之外，发行人与中石化销售公司签署协议内容与发行人同其他信息授权方签署协议的内容无实质性差别，亦无特别约定。截至本招股说明书签署日，公司与相关信息授权方所签订的协议均正常履行，未发生任何争议或纠纷，公司与信息授权方就信息授权使用协议事项不存在纠纷或潜在纠纷。

③信息授权的连续性、稳定性

截至本招股说明书签署日，公司信息授权协议的签署具有连续性、稳定

性，出现的未续期情形不会对公司生产经营造成重大影响。

④信息授权方付费购买发行人产品或报告的情况

信息授权方在与发行人开展信息授权合作过程中，存在付费购买的发行人产品或报告的情形，主要原因为在信息授权合作过程中，授权方获得的信息系分析师采集的市场信息以及分析师对市场行情的预判和见解等，该等信息尚未经过清洗、加工和分析程序，是零散的，且具有一定时效性；授权方购买发行人产品后，可以获取更加丰富、全面、专业、持续的信息以及分析师对相关大宗商品的系统性分析文章或报告等。

发行人对客户执行统一的销售方案，没有给予信息授权方额外的销售优惠政策，授权方付费购买产品的价格公允。

⑤相关主体与发行人签署《信息授权使用协议》的必要性、合理性、合规性

A、信息授权方向发行人免费提供的信息基本为价格信息和行业基本面信息系在其商业活动过程中产生的可用于公开的客观信息；

B、大宗商品现货市场参与主体基于自身了解市场的需求以及对发行人品牌、作为中立第三方机构的信任和对分析师专业性的认可，愿意与发行人分析师进行信息交流，分享市场信息和讨论市场走势；

C、信息授权的相对方主要来源于与发行人建立并保持良好的信息交流合作关系的主体，双方基于共同提高大宗商品现货市场信息透明度和交易效率的初衷，本着平等、自愿、免费的原则，就信息交流合作相关事项签署信息授权使用协议，从而使信息交流方转变为信息授权方，增强信息合作的持续性、稳定性及规范性；

D、大宗商品现货市场参与者向发行人及类似的中立第三方机构报价，有利于中立第三方机构综合市场各种信息给出能反映市场实际情况的报价，进而有利于市场参与者在市场中更好的进行决策及获得成交；

E、通过信息交流方式采集信息是大宗商品信息服务行业的通行做法，信息授权方式符合行业惯例，发行人本着平等、自愿、免费的原则与大宗商品市场参与者协商签署信息授权协议，信息授权相对方在与发行人签署信息授权使用协议的同时，也可以其他主体签署信息授权等类似协议；

F、发行人与相关方签署的信息授权使用协议的相关条款约定清晰，不存在

违反法律、行政法规相关规定的情形，不存在导致合同无效的情形，不存在免除一方责任、加重一方责任、排除一方主要权利的情形。相关信息授权使用协议经双方平等协商并签字盖章后生效，双方已履行正常必要的审批流程，合法、合规。

（2）政府合作

近年来，公司积极开展与政府部门的合作。公司与国家发改委价格监测中心开展合作，共同编制并联合发布“中价卓创钢材价格指数”，“卓创成品油批发价格指数”，“卓创有色金属价格指数”，联合发布“猪料、鸡料、蛋料”三项比价指标；公司与国家统计局城市社会经济调查司合作，共同对 24 个省（区、市）化工产品、有色金属、煤炭、农产品等九大类重要生产资料的交易价格进行监测；公司与山东省价格监测中心合作，对山东省重点商品、山东煤炭市场价格等进行监测及分析；公司与淄博市价格监测中心合作，对淄博市重要生产资料价格、全国五大类 37 种重要生产资料价格等进行监测及分析。通过与上述政府部门的合作，公司整合了大量数据信息并不断完善自身的数据库，提升自身的研发能力，锻炼和培养了大量专业人才。在双方合作过程中，公司不存在免费或低价向合作方提供付费产品、数据或报告以换取对方数据的情况。

发行人政府合作模式及数据获取情况与同行业公司相比不存在实质差异。

①政府合作的具体内容

报告期内，公司涉及与相关政府部门合作的主要内容如下：

序号	合作对方	合作方式/双方主要分工	合作期限	工作成果和数据信息相关约定	特殊约定	是否涉及费用支付	到期后是否续期	发行人是否与其他方合作
1	国家统计局城市社会经济调查司	卓创资讯提供市场价格监测服务，包括《流通领域重要生产资料市场价格旬报监测》、《国际市场价格周报监测》；国家统计局城市社会经济调查司负责价格监测方案的制定、数据认定、相关信息的撰写与发布	2017.1.1-2019.12.31	卓创资讯有权在发布的信息中与国家统计局城市社会经济调查司联合署名，不再发布相类似的信息。经国家统计局城市社会经济调查司书面同意，卓创资讯可解读其已发布的该类信息	国家统计局城市社会经济调查司不得将卓创资讯提供的数据向社会第三方有偿提供。卓创资讯在数据发布前不能将相关价格监测资料提供给第三方	对方向发行人付费	是。详见本表第2项	否
2	国家统计局城市社会经济调查司	卓创资讯按照《流通领域重要生产资料市场价格旬报监测方案》进行数据的采集、汇总和加工，并向国家统计局城市社会经济调查司提供真实准确、完整及时的相关数据；国家统计局城市社会经济调查司负责价格监测方案的制定、数据认定、相关信息的撰写与发布	2020.1.1-2022.12.31	卓创资讯有权在发布的信息中与国家统计局城市社会经济调查司联合署名，不再发布相类似的信息。经国家统计局城市社会经济调查司书面同意，卓创资讯可解读其已发布的该类信息	国家统计局城市社会经济调查司不得将卓创资讯提供的数据向社会第三方有偿提供。卓创资讯不得将本协议的全部或部分转包或分包给任意第三方，在数据发布前不能将相关价格监测资料提供给第三方，亦不能以国家统计局的名义开展任何统计调查和有偿服务活动	对方向发行人付费	未到期	否
3	国家发展和改革委员会价格监测中心	双方联合进行“中价卓创钢材价格指数”、“中价钢材销售价格预期指数”、“猪料蛋料鸡料比价”的编制工作并联合署名对外发布相关指数及价	2019.10.10起三年	联合署名发布的指数及有关数据信息需经国家发展和改革委员会价格监测中心认可；双方对各自的价格监测数据享有产权，不经对方允	-	否	未到期	否

		格信息；双方按照现有数据采集、审核、汇总、指数编制、材料撰写、信息发布等内容继续开展合作		许不得用于合作之外其他目的使用；卓创资讯可以在公司内部使用对方提供的价格监测数据，在对外进行其他目的应用时，需经对方同意；国家发展和改革委员会价格监测中心可以在宏观调控、价格改革等重点工作中使用卓创资讯提供的数据信息				
4	山东省价格监测中心	山东省价格监测中心将卓创资讯纳入全省监测体系，为卓创资讯提供宣传并视情况给予经费；卓创资讯为其大宗商品领域相关产品提供行业数据及行业资讯等服务；双方建立联席会议并定期召开分析会议	2016.11.1-2019.9.30到期后经双方同意可自动延续一年	《山东省重点商品价格监测》月度定制服务、《山东煤炭市场价格监测》周数据定制服务；双方共同研发数据产品，共享产品成果，包括但不限于指数等的开发及应用	保守商业秘密	对方向发行人付费	发行人与山东省价格监测中心未就双方继续合作事项提出异议，双方的合作并未实际终止	否
5	淄博市价格监测中心	淄博市价格监测中心将卓创资讯纳入全市监测体系，为卓创资讯提供宣传并视情况给予经费；卓创资讯为其大宗商品领域相关产品提供行业数据及行业资讯等服务	2016.12.1-2019.11.30到期后经双方同意可自动延续一年	联合编制淄博化工产品价格指数和淄博新材料产品价格指数，共同运行和维护指数平台；卓创资讯提供淄博市价格监测及分析（周报）、异动产品分析、培训公开课	保守商业秘密	对方向发行人付费	是 详见本表第7项因淄博市事业单位整合事项，淄博市价格监测中心并入淄博市能源事业发展中心	否
6	淄博市能源事业发展中心	双方建立长期战略合作关系，在各自领域互视对方为主要战略合作伙伴；双方建立联席会议并定期召开分析	2019.11.1-2022.10.31	-	保守商业秘密	对方向发行人付费	未到期	否

		会议；双方在大宗商品服务领域开展深入合作，卓创资讯为对方相关需求提供行业资讯及大数据、指数编制等产品方面的支持，具体服务内容及收费标准以双方签订的合同为准。						
7	淄博市发展和改革委员会	双方在经济运行监测分析方面建立业务合作关系；卓创资讯为淄博市发展和改革委员会提供产业与市场动态及经济运行监测分析报告；卓创资讯对淄博市经济运行监测系统平台进行日常运营维护和后续模块开发，运营维护包括每月数据采集、催报、审核及技术运维与安全防护，模块开发重点为对系统平台监测数据深度分析及直观展示等	2020.1.1-2020.12.31	-	保守商业秘密	对方向发行人付费	未到期	否

②政府合作的连续性、稳定性

公司政府合作事项均处于有效状态或处于实际履行的情形。截至本招股说明书签署日，公司政府合作事项具有连续性、稳定性，亦未出现续期存在障碍的情形。未来，公司将积极维护与相关政府部门的合作，保持政府合作事项的连续性及稳定性。

③政府合作模式下，合作方向发行人支付费用、发行人确认收入的方式

在政府合作方式下，以对方向发行人支付费用为主，发行人向对方提供相关产品或报告。以山东省价格监测中心为例，发行人为其提供大宗商品领域相关产品的行业数据及行业资讯等服务。对方通过电汇方式向发行人支付费用，发行人根据向对方提供的产品类型，按照协议约定的期限按月分摊确认收入，每月确认的收入金额为合同金额除以合同约定服务期间的月份总数的平均额。

④在政府合作过程中对重要生产资料价格进行监测及分析的具体形式

发行人在政府合作过程中对重要生产资料价格进行监测及分析的具体形式和流程如下：

A、价格信息的采集：由发行人分析师进行价格信息的采集，采集后的数据经过清洗、加工、分析后录入数据库；

B、价格信息的审核：由发行人的价格预警机制及信息管理部的工作人员对入库的信息数据进行技术及人工审核；

C、报表生成及解读：由发行人报表专员将收集入库的数据整理并生成当期数据表，相关分析师对表格数据进行再次核对并对涨跌幅较大的产品进行分析解读；

D、分管责任人核对：由发行人相关分管责任人对拟报送的数据和解读进行核对确认；

E、报表最终形成及发送：由发行人报表专员按照固定格式最终进行报表的编制、检查、审核。最终成果由专人通过指定方式提供至相关政府部门。

⑤政府合作方式收集的信息相较于信息交流方式收集的信息的比较情况

在政府合作过程中，发行人在政府相关部门的指导下采集信息以及对原有数据进一步挖掘从而得到新的数据。发行人通过政府合作，自身被纳入到某地域的监测体系，扩展了信息收集渠道。无论信息收集通过何种方式进行，发行人收集的信息均作为价格评估的原始素材，需要履行发行人既定工作流程，且

信息的收集都是在大宗商品现货市场中进行，不存在通过政府合作收集的信息相较信息交流方式收集的信息更易于加工、清洗及分析的情形。

⑥通过政府合作方式收集的信息不具有独立的商业价值、不能直接对外销售的原因及合理性

发行人通过政府合作收集的信息多为某一具体时点的成交或与之相关的信息，数据离散程度大，时效性强，未经筛选、清洗、加工不能直接对外出售，发行人后续需对采集而来的数据进行清洗、加工及分析，形成满足自身经营需要的信息，进而形成终端产品或其组成部分才能对外销售，实现商业价值，具有合理性。

（3）信息交流

公司拥有专职信息采集人员（分析师）400 余人。公司的分析师每日（工作日）按照信息采集管理制度和价格评估方法论的标准，主要通过电话沟通、通讯软件交流等方式，向与发行人建立联系的万余家大宗商品行业的市场参与者进行信息交流并采集信息，该等市场参与者通常为大宗商品生产商、贸易商以及下游终端生产商。

信息交流活动基于双方自愿、平等、免费的原则进行。在信息交流的过程中，公司的分析师通常能从对方获取某类商品在特定市场的信息，而对方通常能通过交流了解到某类商品在更广泛区域内的信息或者分析师对某类商品价格走势的分析和预判，公司不存在免费或低价向信息交流方提供付费产品、数据或报告以换取对方数据的情况。

通过信息交流方式采集信息是大宗商品信息服务行业的通行做法。发行人开展信息交流活动的工作机制、核心工作方法、核心技术与国内外同行业公司不存在实质性差异。

①分析师在信息交流中的分工情况

公司按照大宗商品上下游产业关系，将具有较强相关性的不同种类大宗商品组合为产业链，并按照产业链进行大宗商品的监测和分析。在产业链小组内，每个分析师分别负责监测一种或若干种大宗商品的市场动态，对部分市场成交量大、成交活跃或规格型号众多的大宗商品如钢材、塑料等，由多个分析师共同负责监测，每个分析师负责监测一定的区域。分析师与单一信息交流方的交流过程较为简短，一般仅为几分钟，由分析师独立完成其负责的大宗商品

品种或相应区域信息的采集、清洗、加工等工作，不存在按照工作环节分配人员的情形。

在实际工作中基于信息交流的便利性和信息交流方的使用习惯，大部分分析师会同时使用电话沟通和通讯软件交流两种方式采集信息，发行人不存在按照信息交流渠道分配人员的情况。

②信息交流的具体流程、频率、时间以及双方联络方式

信息交流时间通常为法定工作日的 9:00 至 16:00。信息交流活动大致可以分为上午、下午两个时段，上午时段由于大宗商品市场中相关商品成交情况较少，分析师以采集买卖双方意向价格为主；下午时段由于大宗商品市场中相关商品当日成交已基本完成，分析师以采集市场中实际成交情况为主。公司与信息交流对方的沟通方式以电话沟通和即时通讯软件交流为主，交流过程较为简短，一般与某一个信息交流方的单次交流仅为几分钟，交流频率为每工作日 1-2 次。以苯乙烯江苏市场价格采集为例，通过信息交流方式采集信息的过程如下：

上午 9:00 至 12:00，分析师主要与卖方（大宗商品生产商、贸易商）交流其销售情况，包括意向销售价格以及具体成交情况（成交价格、成交数量、成交对象类型等信息）。如上午 10:30，分析师与江苏市场的贸易商 A 电话沟通，询问其当日意向销售价格是多少，市场情绪如何，是否已经成交，若有，会继续询问销售对象、数量等，之后相互交流其他市场情况等。

下午 13:00 至 16:00，分析师一方面对上午时段卖方意向销售价格下的最终成交情况进行确认，一方面与买方（主要为二级贸易商和下游生产企业）交流其采购情况（价格、数量、订单等）。如下午 14:30，分析师与某聚苯乙烯生产企业 B 电话沟通，询问其当日采购意向价格是多少，是否已经采购了，若有，会继续询问采购对象、数量等，之后相互交流其他市场情况等。

③对信息交流方的管理和筛选机制

在信息交流过程中，信息交流方因自身原因存在不方便接听电话或未及时回复等情况。为保证信息采集相关工作持续稳健运行，公司建立了信息交流方管理制度，经过多年的业务实践，公司针对监测的各类大宗商品均已积累了足够数量的信息交流方。分析师进行信息采集时，严格按照公司规定的样本规则从样本库选取一定数量的采集对象进行信息采集，通过多样本的采集可以避免

对单一信息交流方或单一信息的依赖。同时，公司为保证信息交流方的活跃度和有效性，对于不积极回复或不能提供真实反映市场情况的信息交流方进行定期替换和淘汰。

④市场主体愿意与发行人进行信息交流并将价格等数据告知发行人的合理性

市场主体基于自身了解市场的需求，以及对发行人品牌、作为中立第三方机构的信任和对分析师专业性的认可，愿意与分析师进行信息交流，分享市场信息和讨论市场走势。在信息交流过程中，双方均可从对方获取信息，双方从对方获取的信息有可能是自己已知的信息，也可能是自己未知的信息，双方也会通过与对方的交流来验证自己掌握信息的有效性。

大宗商品现货市场每天产生大量的现货交易信息，该等信息是大宗商品市场运行过程中客观产生且存在的公开信息，对市场主体自身而言并非核心数据。

因此，市场主体以获取信息从而了解市场为目的，愿意与发行人分析师进行信息交流并将自身客观产生且存在的公开信息告知发行人具有合理性。

⑤发行人主要通过信息交流方式获取信息如何保证产品、数据和报告的准确性和相关性

公司建立了严格的数据清洗、加工和分析相关内控体系，分析师采集信息后，需严格按照公司价格评估方法论和信息规范的要求，并结合自身专业经验，对所获取的信息进行整理、筛选和分析，剔除有明显偏差的信息后，制作市场快讯、综合性分析文章以及进行当日市场价格评估。上述信息产品在经过质检和修正后，上传至分析师一体化工作平台，并由平台发布到各产品网站，或者推送到客户的手机或客户端。

公司为保证评估依据的充分性，会根据各商品市场特点设定最低样本量，如清洗后作为评估依据的信息数量低于最低样本量，分析师需要补充采集信息。

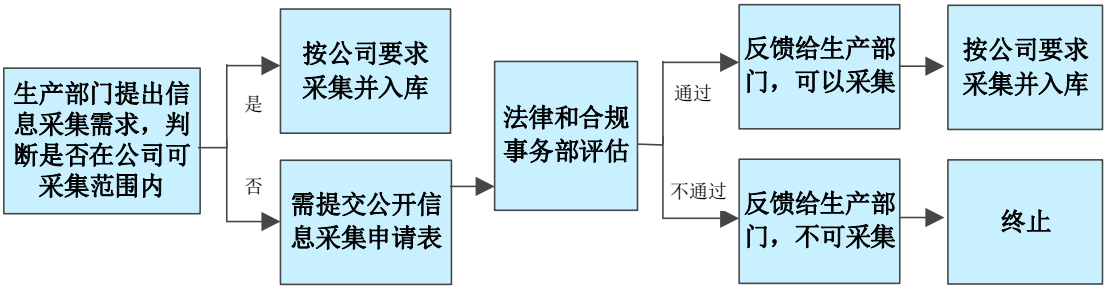
通过上述信息清洗及质检程序，可以保证公司对外发布的产品、数据和报告的准确性、可靠性和相关性，从而吸引客户付费购买相关产品、数据和报告。

（4）公开信息收集

公司根据业务的需要对公开披露的信息进行采集、整理和加工。公开披露的信息，主要包括政府类网站、行业协会网站、大宗商品企业门户网站及电商平台、上市公司公开披露的信息等，不存在大量从报刊、书籍或其他公开渠道采集信息的情形。

发行人通过公开信息收集方式收集的信息属于相关主体按其自身意愿公开披露的既往已经存在的市场信息，发行人获取相关原始信息后，将该等信息通过清洗、分析及加工等手段进行处理。该等采集方式不存在违反相关法律、法规强制性规定的情形。

公司针对公开信息采集事项制定了《卓创资讯公开信息采集及使用规范》，根据该制度，公司公开信息收集的工作机制和流程为：



除上述流程外，为确保信息的获取及发布合规，公司制定《卓创资讯信息获取及发布规范》，针对信息获取类型、信息获取模式、信息发布规范、信息发布流程、信息保密及安全等内容进行了规定。

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 65.48%、66.92%、66.64%和67.52%，华瑞信息的信息类业务毛利率分别为 86.44%、87.58%、86.11%和85.22%，上海钢联的信息类业务毛利率分别为 72.88%、64.56%、65.83%和60.38%，整体来看，发行人主营业务毛利率虽处于较高水平，但与同行业公司上海钢联、华瑞信息相比，仍有进一步提升的空间。

同行业可比公司上海钢联、华瑞信息也存在从政府类网站、行业协会网站等公开渠道获取信息的情况，发行人通过公开信息收集方式获取信息符合大宗商品信息服务行业的一致做法。

（5）对外采购数据

除上述方式之外，对于经济基本面及有关产业的行业数据，公司也会对外采购。报告期内，公司对外采购数据金额分别为 300.18 万元、130.16 万元、63.92 万元和 8.97 万元，占公司当期营业成本的比例分别为 4.28%、1.79%、

0.88%和 0.22%，占比较低。

由于公司对外采购数据的形式主要为产品及市场调研报告等，具有定制化的特点，不同类型数据内容和形式差异较大，无法按照统一口径进行数据统计。因此，公司对外采购数据未统计其在总体数据来源中的占比。

①对外采购数据的主要供应商情况

报告期内，公司对前五名数据供应商的采购情况如下表所示：

单位：万元；%

2021 年 1-6 月				
序号	**供应商名称**	**采购金额**	**占同类采购金额的比重**	**采购内容**
1	同济大学	4.00	44.61	产品及市场调研报告
2	北京枫叶博雅国际文化交流中心	3.88	43.29	产品及市场调研报告
3	广州威尔森信息科技有限公司	1.08	12.10	产品及市场调研报告
合计		**8.97**	**100.00**	-
2020 年度				
序号	**供应商名称**	**采购金额**	**占同类采购金额的比重**	**采购内容**
1	深圳市智合润管理咨询有限公司	20.92	32.73	产品及市场调研报告
2	北京枫叶博雅国际文化交流中心	12.81	20.04	产品及市场调研报告
3	翌燊（上海）商务咨询有限公司	8.41	13.15	产品及市场调研报告
4	上海桂宇科技信息技术有限公司	5.98	9.36	进出口数据报告
5	上海瓠策市场咨询有限公司	5.45	8.52	产品及市场调研报告
合计		**53.56**	**83.79**	-
2019 年度				
序号	**供应商名称**	**采购金额**	**占同类采购金额的比重**	**采购内容**
1	北京枫叶博雅国际文化交流中心	37.21	28.59	产品及市场调研报告
2	深圳市智合润管理咨询有限公司	36.62	28.13	产品及市场调研报告
3	翌燊（上海）商务咨询有限公司	25.47	19.57	产品及市场调研报告
4	上海桂宇科技信息技术有限公司	9.09	6.99	进出口数据报告
5	北京环商国际资讯有限公司	6.32	4.86	进出口分析及外贸信息报告
合计		**114.72**	**88.13**	-
2018 年度				
序号	**供应商名称**	**采购金额**	**占同类采购金额的比重**	**采购内容**

1	北京枫叶博雅国际文化交流中心	64.50	21.49	产品及市场调研报告
2	亿海蓝（北京）数据技术股份公司	46.23	15.40	全球原油航运数据服务系统软件
3	中国经济信息社有限公司山东分公司	43.24	14.40	行业信息及报告
4	翌燊（上海）商务咨询有限公司	40.08	13.35	产品及市场调研报告
5	深圳市智合润管理咨询有限公司	33.43	11.14	产品及市场调研报告
合计		**227.48**	**75.78**	-

②对外采购数据的合理性

公司所处大宗商品信息服务领域涉及行业领域广、产业链长、专业化程度强，经过多年的发展，各个细分领域均已产生了诸多资深的参与方。公司除自行采集相关数据信息外，还基于部分业务或项目需求对外采购相关数据或服务，可以提升公司工作效率，更好地服务于客户，此种方式系基于社会分工而进行的理性选择，属于正常、合理的商业行为。

③对外采购数据不具有依赖性

报告期内，公司对外采购数据非公司生产经营所主要依赖的核心数据，公司对外采购数据的成本及产生收入或利润对公司未构成重大影响，公司对数据供应商亦不存在依赖。

④公司与深圳市智合润管理咨询有限公司（以下简称“深圳智合润”）合作情况

公司基于既往与深圳智合润实际控制人的良好合作关系，在其所能提供的成果能够满足公司业务需求的前提下与深圳智合润开展业务合作；报告期内，公司向深圳智合润主要采购 C2、C3 产业链以及 LNG、LPG 等多种产品及市场的调研报告；公司选择深圳智合润作为供应商，符合《卓创资讯数据供应商选择标准及流程》的要求。深圳智合润与公司、控股股东、董事、监事、高级管理人员、持股 5%以上的股东及其近亲属不存在实质上的关联关系。

（6）信息采集的合法合规性

公司信息采集合法、合规，采集数据不存在需要获得原始数据来源的版权（著作权）许可的情形，公司信息采集及后续进行使用的相关制度完善，截至本招股说明书签署日，公司不存在侵犯专利、版权等知识产权及其他与信息采集相关的争议、纠纷或潜在纠纷。

（7）公司通过信息授权、信息交流和政府合作方式获取信息的过程中，向

对方提供信息和获取信息的具体内容

获取信息方式	公司向对方提供的信息内容	公司从对方获取的信息内容
信息授权	公司基于分析师对相关行业和市场的专业经验以及获取的相关信息，为对方提供宏观的市场信息或个人观点。	公司获取的信息主要为单体或一定区域内市场参与者的信息。
信息交流		
政府合作	在政府合作方式中，以对方向公司支付费用为主，公司向对方提供相关产品或报告。	公司在政府相关部门的指导下采集信息以及对原有数据进一步挖掘从而得到新的数据。

公司通过信息授权、政府合作和信息交流方式获取信息的相关成本准确、完整，不存在需要调整信息获取成本的情况。

（8）提供、获取的信息在公司业务开展中发挥的作用，体现出的商业价值

分析师从对方获取到的信息是对方提供的其单体或一定区域内市场参与者的相关信息，例如成交价格、成交意向等，但此类信息为较为零散，不能直接用来销售，本身不具备现实的商业价值。

公司在实际开展业务过程中，相关分析师是结合从市场上获取到的信息以及自身对市场的理解与判断，与对方就市场价格波动或成交意向进行信息的分享与交流。此类市场信息有助于对方对市场进行初步研判，但不能以定量的方式衡量其商业价值。

（9）信息在进行清洗、加工及分析前后的可利用性及商业价值的主要差异

公司收集到的样本数据多为零散的市场信息，而这些市场信息在经过清洗、加工及分析之前通常包含部分与市场主流价格差异过大的信息，如：成交量、成交价格或意向成交价格过高或过低，以及可能不符合当下主流交易习惯、特点等情况。而这部分信息并不能准确地反映出市场主流交易情况，不具有代表性，可利用性不强，无法被市场参与者所使用。

公司分析师会根据方法论将这部分信息进行剔除。分析师基于自身对市场的专业研究和经验，结合当前市场基本面情况和市场情绪等进行综合评估，最终评估出可反映当日买卖双方最有可能达成交易的价格或合理的区间。

发行人发布的价格可被市场参与者用作签订长期合约的基准价或定价参考，亦可用于金融机构研究、开发衍生品合约或被科研、学术机构用于指数开发和市场研判等。发行人基于上述价格、供需等数据，结合信息技术与专业分析方法以及深耕大宗商品行业多年的经验最终形成可对外销售的信息产品，满

足大宗商品市场各类客户对全面、及时、准确和可靠的信息产品和服务的需求，提高大宗商品现货市场透明度和交易效率。

（10）对商品价格进行评估并形成价格数据的具体过程、工作方法

分析师按照价格评估体系的标准和要求，将所有采集回来的信息进行清洗、筛选和加工，并最终得出评估价格，以江苏苯乙烯市场价格为例，价格评估的具体过程、工作方法如下：

2020 年 9 月某日，分析师采集的江苏苯乙烯市场价格样本共 13 个，其中卖方样本 10 个，买方样本 3 个；实际成交样本 12 个，意向报价样本 1 个，具体情况如下：

序号	交易方	交易价格（元）	交易数量（吨）	价格类型	备注
1	买方	5,220	500	成交价	-
2	卖方	5,220	300	成交价	-
3	卖方	5,200	500	成交价	-
4	卖方	5,220	500	成交价	-
5	买方	5,220	500	成交价	-
6	卖方	5,220	300	成交价	-
7	卖方	5,250	500	成交价	当日现货无成交，该笔交易将于 9 月下旬完成交易
8	买方	5,200	300	成交价	-
9	卖方	5,270	30	成交价	-
10	卖方	5,200	100	成交价	-
11	卖方	5,220	100	成交价	-
12	卖方	5,250	500	成交价	-
13	卖方	5,200	500	意向价格	-

①数据清洗

公司分析师按照价格评估基本原则，积极辨别异常市场信息，并将其从评估依据中剔除，将每日收集的通过多方验证的市场信息作为价格评估的依据。分析师采集信息后，首先，需要清洗掉明显不符合当前市场大部分参与者交易意向的价格，如买卖双方存在关联关系，并非通常意义上市场价格；某些成交数量过于大或过于小的情况，从而导致其成交价格过低或过高等。根据价格评估方法论，主流交易数量为 100-500 吨/批次，需剔除成交数量过小的样本 9。

②数据加工

分析师按照方法论确定的原则，同时基于自身对市场的专业研究和经验，结合当前市场基本面情况和市场情绪等，综合评估出当日当地可以反映市场最有可能成交的价格或价格区间。

分析师按照方法论的标准进行信息筛选，筛选出规格符合或高于国标 GB/T 3915-2011 中优等品的国产苯乙烯、符合或高于 ASTM D 2827 标准的进口苯乙烯，付款方式为现款现汇，提货方式为自提，交货期为 0-7 天，交易数量为 100-500 吨/批次，提货地为江阴、张家港、常州、南通等标准的样本。由于样本 7 的实际交货日期为 9 月下旬，不符合方法论中关于交货期限的要求需剔除。

对于清洗、筛选后的价格样本，分析师的采纳原则为成交价格优先、买卖意向价格为辅，由于本次采集样本中成交价格样本较为充足，因此剔除未实际成交的意向价格样本 13。之后分析师基于自身对市场的专业研究和经验，结合当前市场基本面情况和市场情绪等进行综合评估，最终评估出可反映当日买卖双方最有可能达成交易的价格或价格区间，当日发布价格为 5,200-5,220 元/吨。

（11）发行人对数据的存储

发行人将加工后的数据以数据项为单位归类存储，数据项是发行人存储数据的不可分割的最小单位，一般包含名称、地点（或地域）、时间周期、数据类型、单位等要素，每一个数据项下按照时间周期（通常为工作日）保存了众多数值。数据项的总量集合即为数据项总量。截至 2021 年 6 月 30 日，信息授权、政府合作、信息交流及公开信息收集方式对应的数据项数量占公司数据项总量的比例分别为 17.25%、0.47%、81.00%和 1.28%。

在实际工作中基于信息交流的便利性和信息交流方的使用习惯，大部分分析师会同时使用电话沟通和通讯软件交流两种方式采集信息，因此，难以准确区分两种方式各自获取信息的数量。

（12）通过信息授权方式收集的信息与通过政府合作、信息交流、公开信息收集方式收集的信息的差异

政府合作、信息交流、公开信息收集与信息授权均系发行人主要的信息收集渠道，发行人通过信息授权方式收集的信息与通过信息交流、政府合作方式收集的信息不存在明显差异，与公开信息收集方式获取信息在信息内容、来源、传递载体等方面存在一定差异，但发行人通过信息授权方式获取信息具有

必要性，具体如下：①同时采用多种方式收集信息，有利于增加信息获取数量并进行数据对比；②信息授权有利于增强双方信息合作的持续性、稳定性及规范性；③同行业其他公司也存在签署相关协议进行信息采集的情况。

（13）信息授权与信息交流方式收集的信息比较情况

发行人通过信息交流和信息授权收集的信息均作为价格评估的素材或参考，两种信息收集渠道收集的信息在市场角度并无实质区别。

就提供市场信息的主体而言，无论是信息授权方式或是信息交流方式，均存在大型企业和小型企业，发行人通过信息授权或信息交流获取的信息均为原始数据，需要履行发行人价格评估体系既定的工作流程进行加工、清洗及分析。故不存在信息授权方式收集的信息相较于信息交流收集的信息更易于加工、清洗及分析的情形，且各渠道采集的数据之间可以相互印证。虽然可能存在个别大规模市场参与主体所提供的数据在某些产品、某地域或者某领域相对具有权威性的情形，但单一市场参与主体的报价不能代表整个市场的主流价格，不能成为发行人进行市场价格评估的唯一依据，故不存在明显利于降低发行人数据清洗、加工、分析成本的情形。

发行人通过信息授权收集的信息多为某一大宗商品在具体时点的成交或与之相关的信息，数据离散程度大，时效性强，未经筛选、清洗、加工不能直接对外出售，发行人后续需对采集而来的数据进行清洗、加工及分析，才能够形成反映市场真实情况的价格等信息，进而形成终端产品或其组成部分才能对外销售，实现商业价值。

（14）信息授权和信息交流获取信息的相关成本准确、完整

发行人通过信息授权和信息交流获取信息的相关成本准确、完整，发行人与相对方进行信息交流不需要作为信息获取成本具有合理性，发行人信息获取成本计量准确、严谨，不存在需要调整的情况，具体原因如下：

①发行人通过信息授权和信息交流获取信息的成本主要为分析师的薪酬、电话费、办公费等，该等成本在发生时已完整计入当期营业成本，不存在应计入成本而实际未计入的情况。

②发行人通过信息授权和信息交流方式获取信息的过程中不存在免费或低价向信息交流方、授权方、合作方提供产品或报告以换取对方数据的情况。在信息交流、信息授权方式中，发行人不存在向对方提供产品或报告的情形，发

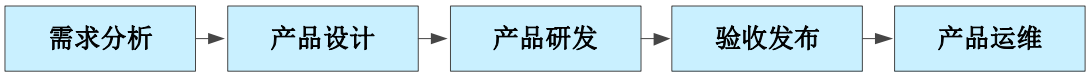
行人与对方交流的信息为分析师了解的部分市场信息，如市场成交情况、交易气氛等，以及分析师对市场行情的预判和见解等，该等信息并非发行人对外出售的最终产品或报告，也不构成发行人向对方提供的一项服务。

③发行人通过信息授权和信息交流方式获取的原始信息多为某一具体时点的成交或与之相关的信息，数据离散程度大，时效性强，未经筛选、清洗、加工不能直接对外出售，发行人后续需对采集而来的数据进行清洗、加工及分析，形成满足自身经营需要的信息，进而形成终端产品或其组成部分才能对外销售，实现商业价值。

4、研发模式

公司的模式为自主研发，主要研发内容为现有产品、信息系统的优化升级和新产品的研发，如网站开发项目、手机及电脑客户端开发项目等。同时，公司时刻关注世界前沿技术，跟踪国内外同行业公司最新研究发展动态，在大宗商品价格评估方法论、价格标杆的研究和信息资讯产品化方面进行了积极探索，并取得了一定的进展和成果。

公司研发工作流程如下：



（1）需求分析

需求方填写需求说明，产品管理部进行商业验证并编写项目立项建议书，进行项目立项评审。

（2）产品设计

项目立项评审通过后，确定项目经理，由项目经理制定项目管理计划并组建项目团队，召开项目启动会，组织原型评审和视觉效果设计，并撰写需求规格说明书。

（3）产品研发

技术研发部根据交付的原型、视觉效果图及需求规格说明书进行产品技术架构设计，制定实施计划，并组织研发工程师进行产品研发实施工作，技术研发工作完成后由测试工程师及需求方进行多轮产品测试及需求验证，确保产品达到上线发布标准。

（4）验收发布

项目测试工作完成后召开项目验收评审会，确认发布时间和发布流程，由

技术研发部执行上线工作。

（5）产品运维

产品管理部负责产品生命周期管理。产品上线后，产品管理部负责产品的运营及维护，统筹产品问题及需求，收集反馈等。

5、采购模式

公司不同于生产制造企业，没有原辅料的采购需求。目前公司采购的主要内容为短信发布、电话、网络宽带等通讯服务，电脑软硬件、网络设备等常用设备，以及办公用品、耗材、低值易耗品等日常物资。公司采购上述物资及服务时，对于有明确市场公开价格的，公司通过公开比价的方式确定供应商，并制定采购计划及仓库补货计划实行合约采购；对于没有明确市场公开价格的，公司在进行市场调查或招标的基础上确定供应商，制定采购计划实行集中采购。

6、公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、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

公司自成立以来，结合所处行业发展情况、行业市场竞争格局、产业链上下游发展情况、自身经验和技术积累及经营规模，以及国家产业政策等关键因素确定了目前的经营模式。报告期内，上述影响公司经营模式的关键因素未发生重大变化，且预计未来一定时期内公司的经营模式不会发生重大变化。

7、公司的业务及其模式的创新性和独特性，以及创新内容及持续创新机制

（1）公司的业务及其模式的创新性、独特性及创新内容

公司业务的独特性体现在将先进的信息技术与大宗商品行业的估价体系、专业分析方法相结合，形成综合业务服务能力，满足大宗商品市场各类客户的全面、及时、准确和可靠的信息产品和服务需求。

公司业务模式的创新性体现为按照大宗商品上下游产业关系，将具有较强相关性的不同大宗商品组合为产业链，按照产业链进行产品的监测和分析，有利于加强产业链内部各分析师之间的沟通和协作，从而更加高效的进行相关产品的分析、评估和研究。

（2）公司持续创新机制

为了保证公司业务的持续创新，公司构建了完善、高效的技术创新机制及研发管理体系，形成了基于客户需求与反馈的改进机制，具备较高的研发效率

以及快速的市场响应能力。另外，为保持研发团队的先进性和稳定性，公司通过外部招聘、内部挖掘的方式引入高水平人才充实研发队伍；加强人才的内部培养，定期安排学习交流与培训，激励员工提高自身能力素质和专业水平；建立研发人员绩效考核奖励制度，以岗位价值、工作成果和绩效作为薪酬分配的主要依据，将员工利益与公司利益紧密结合，确保公司未来发展的可持续性和稳定性。

（五）公司设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况

山东省是我国的工业大省，省内国有石化和地方炼化企业数量众多。始建于 1966 年的齐鲁石化坐落在山东省淄博市临淄区，经过多年的发展，齐鲁石化已成为一家集石油加工、石油化工、煤化工、天然气化工、盐化工为一体，配套齐全的大型炼油、化工、化纤联合企业。依托于齐鲁石化的强力辐射和带动，当地化工品贸易非常活跃，化工产业实现长足发展，淄博成为国内知名的工业强市。

上世纪 90 年代淄博市临淄区建立了全国首个化工专业交易市场-齐鲁化工商城，入驻的企业数量众多，交投非常活跃，市场中也聚集和培养了大量化工领域的专业人才。齐鲁化工商城一度成为全国石化产品的集散地和价格风向标，每天都会产生大量的交易信息。随着淄博当地化工产业的快速发展，服务于化工产业的信息服务企业应运而生。该等企业通过对市场中的交易信息进行收集、整理、加工和分析，以形成能够反映市场真实情况的信息，辅助企业进行经营决策。2000 年前后随着互联网的发展，互联网信息服务业蓬勃兴起，淄博地区出现了多家从事大宗商品信息服务业务的机构。随着时间的流逝，大浪淘沙，目前仅剩下卓创资讯、金联创、山东隆众、中宇信息、百川资讯等资讯企业或其分支机构仍在运营。当地大宗商品信息服务企业的诞生和发展，培育了众多优秀的分析师人才，而位于淄博的山东理工大学，也为当地大宗商品信息服务业的发展提供了有力的人才保障，因此，大宗商品信息服务业在淄博形成集聚效应。

公司地处山东省淄博市，系公司的业务发源地和主要经营地。公司成立之初，主要从事石油化工行业资讯服务，历经多年的发展，公司已经由最初的石

油化工行业资讯提供商，发展为可以提供能源、化工、农业、金属等多种类大宗商品资讯、咨询、会务调研等服务的综合性大宗商品信息服务企业。

报告期内公司主营业务、主要产品或服务、主要经营模式未发生重大变化。

（六）公司主要产品的工艺流程图或服务的流程图

公司主要产品的服务流程图参见本招股说明书“第六节/一/（四）/1、服务模式”。

（七）主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司在生产经营过程中不产生环境污染物。

（八）公司与其他金融产品信息服务商在销售及推广等方面的相同点及差异

目前国内主要金融产品信息服务商包括：上海大智慧股份有限公司（以下简称“大智慧”）、浙江核新同花顺网络信息股份有限公司（以下简称“同花顺”）、东方财富信息股份有限公司（以下简称“东方财富”）、北京指南针科技发展股份有限公司（以下简称“指南针”）等。鉴于公司的主要业务收入为大宗商品信息资讯服务，上述金融信息服务商的业务类别中，与公司信息资讯服务类似的业务类型如下：

公司	业务类别
卓创资讯	大宗商品资讯服务
大智慧	金融资讯及数据 PC 终端服务系统 港股服务系统 证券公司综合服务系统 金融资讯及数据移动终端服务系统
同花顺	增值电信服务：金融资讯及数据服务和手机金融信息服务
东方财富	金融数据服务：以金融数据终端服务平台为载体，通过 PC 端、移动端平台，向用户提供专业化金融数据服务
指南针	金融信息服务

就上述业务类型，公司与金融信息服务商的比较如下：

项目	卓创资讯	大智慧	同花顺	东方财富	指南针
获取数据类型及来源	获取数据类型为大宗商品市场资讯信息，获取数据方式主要通过信息交流等方式获取一手数据，少量数据对外付费采购	获取数据类型为证券市场行情数据，获取数据方式为向专业的数据信息提供商付费采购			
主要成本	需要投入大量生产人员从大宗商品市场采集数据，主要成本为生产人员的人工成本	需要付费购买数据以及租用服务器等，主要成本为信息服务费、服务器托管费等，生产人员人工成本占比较低			
客户类型	以大宗商品生产企业、贸易企业、终端制造企业及个人从业者等产业客户为主，金融机构及其他专业机构等非产业客户呈增长趋势，但整体占比仍较低	与证券市场相关的机构投资者、个人投资者等			侧重于与证券市场相关的专业个人投资者
销售及推广方式	直销模式。主要通过自有网站、公众号引流，通过电话营销方式开拓客户	直销模式。企业客户为线下直销模式；个人客户通过线上和线下两种方式进行	企业客户为线下直销模式；个人客户通过网络直销和与运营商合作方式进行	直销模式。主要通过自有网站引流，通过电话或网络在线交流方式开拓客户	直销模式。通过体验式营销实现产品最终销售
销售费用	广告推广投入较低，需要投入大量电话营销人员，费用主要为销售人员的人工成本	主要为职工薪酬、服务费、广告宣传费	主要为职工薪酬及附加费用	主要为职工薪酬、广告宣传费用、技术咨询服务费	主要为职工薪酬、广告宣传及网络推广费
产品类型	网页信息 手机 APP 手机短信 数据客户端	手机 APP 数据客户端	网页信息 手机 APP 手机短信 数据客户端	网页信息 手机 APP 数据客户端	数据客户端
用户获取信息方式	通过上述产品获取相关信息				
付费模式	一次性收取一定期限的信息使用费	初始化费用+后期维护运行费	企业客户：初始化费用+信息费； 个人客户：一次性收取一定期限的信息费	一次性收取一定期限的信息使用费	软件产品费用+后续运行服务费
付费期限	即时资讯产品价格以年度计算，客户订阅期限以 1-2 年为主	价格以年度计算，但付费期限未公开披露	1、金融资讯与数据服务：价格以年度计算，但付费期限未公开披露 2、手机金融信息服务：价格以月度计算，但付费期限未公开披露	终端使用期限为 3 个月、6 个月、9 个月和 1 年等几种，目前主要以 1 年为主	根据不同产品，期限分为 1 年至 4 年不等

注：上表中各公司相关信息来源于其公开披露的招股说明书以及定期报告等公开信息。

综上所述，公司与金融信息服务商从事的业务类型各不相同，在向客户提供相关行业资讯服务的业务中，产品服务形式、收费模式、用户获取信息的方式虽有相似之处，但在信息获取类型及来源、客户群体及推广方式等方面存在显著差异，从而导致公司与金融信息服务商在销售费用与成本构成方面存在较大差异。因此，公司与金融信息服务商之间不具备可比性。

二、发行人所处行业的基本情况及其竞争情况

根据国家统计局 2017 年修订并开始实施的《国民经济行业分类》（GB_T4754-2017），公司属于“I65 软件和信息技术服务业”。根据中国证监会颁布的《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司属于“I65 软件和信息技术服务业”。根据国家统计局 2018 发布和实施的《战略性新兴产业分类（2018）》，公司属于“1.4.4 互联网相关信息服务”。

（一）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规及政策及对发行人经营发展的影响

1、行业主管部门和监管体制

公司所处行业属于软件和信息技术服务业。该行业的主管部门是工信部和省、自治区、直辖市电信管理机构。工信部的主要职责是统筹推进信息化工作，制定信息化发展的总体规划，提出产业发展的相关政策建议，拟定具体政策、标准并实施监督，指导各地区和各行业的信息化工作，并对信息产业的发展方向进行宏观调控。各地电信管理机构，负责组织实施信息产业发展的具体工作，履行政府的监督管理职能。

2、主要法律法规、产业政策、行业标准

序号	政策法规名称	颁布部门	相关内容
电信业务相关	《中华人民共和国电信条例》	国务院	规范我国电信监管和电信运营相关活动。
	《电信业务经营许可管理办法》	工信部	规定了申请电信业务经营许可证的条件、所需文件及程序，并明确指出使用许可证的要求及电信业务经营者必须遵守的行为规范。
	《电信服务规范》	工信部	规范电信业务经营者提供电信服务活动，提高电信服务的质量。
网络安全相关	《中华人民共和国网络安全法》	全国人大常委会	规范网络行为，保障网络安全，保护公民、法人和其他组织的合法权益。

序号	政策法规名称	颁布部门	相关内容
大数据、云计算相关	《促进大数据发展行动纲要》	国务院	提出推动大数据与云计算等新一代信息技术融合发展，探索大数据与传统产业协同发展的新业态、新模式，促进传统产业转型升级和新兴产业发展，培育新的经济增长点。
	大数据产业发展规划（2016-2020年）	工信部	提出加快建设数据强国，有力支撑制造强国和网络强国建设。到2020年，技术先进、应用繁荣、保障有力的大数据产业体系基本形成。
	《山东省人民政府关于促进大数据发展的意见》	山东省人民政府	提出加快推动山东省大数据发展和应用，大力发展大数据产业，强化大数据对政府治理、经济转型、社会服务的支撑。
	《关于促进云计算创新发展培育信息产业新业态的意见》	国务院	提出促进云计算创新发展，培育信息产业新业态，使信息资源得到高效利用，为促进创业兴业、释放创新活力提供有力支持，为经济社会持续健康发展注入新的动力。
	《云计算发展三年行动计划（2017年-2019年）》	工信部	提出推动我国云计算产业向高端化、国际化方向发展，全面提升我国云计算产业实力和信息化应用水平。
互联网业务及管理	《电子商务法》	全国人大常委会	规范通过信息网络销售商品或者提供服务行为。
	《互联网信息服务管理办法》	国务院	规范互联网信息服务活动。
	《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》	国务院	规范互联网信息服务活动。
	《中国互联网域名管理办法》	工信部	规范中国互联网域名系统管理和域名注册服务。
发展规划与战略相关	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》	国务院	提出促进大数据产业健康发展。
	《2006-2020年国家信息化发展战略》	中共中央办公室、国务院办公厅	提出大力发展以数字化、网络化为主要特征的现代信息服务业，促进信息资源的开发利用。
	《信息产业发展指南（2016-2020年）》	工信部、国家发改委	提出加快建立具有全球竞争优势、安全可控的信息产业生态体系。
广告相关	《中华人民共和国广告法》	全国人大常委会	规范广告活动，保护消费者合法权益。
	《互联网广告管理暂行办法》	国家工商行政管理总局	规范互联网广告活动。
著作权相关	《中华人民共和国著作权法》	全国人大常委会	规定文学、艺术和科学作品作者的著作权，保护著作权及与著作权有关的权益。

序号	政策法规名称	颁布部门	相关内容
	《信息网络传播权保护条例》	国务院	规范著作权人、表演者、录音录像制作者的信息网络传播权。

3、行业监管体制及行业政策对发行人的影响

我国相关法律、法规及行业监管体制对行业内企业的资质提出了较高要求，使得行业有一定的进入壁垒。同时，公司所处软件和信息技术服务业受到了国家产业政策的大力支持和鼓励，有利于积极推动产业发展，加速技术升级。

（二）行业基本情况

大宗商品信息服务行业是基于对大宗商品行业的持续深入理解和经验积累，以及对先进的互联网和电信技术的应用，通过采集大宗商品交易数据和资讯信息，经过集中处理、深度挖掘和全面分析，制作出契合客户需求的信息产品，最终满足大宗商品市场各类客户的及时性、准确性、有效性的信息需求。大宗商品信息服务内容主要包括：资讯服务、行业深度研究及咨询、宣传推广、现场商务活动等。

1、我国大宗商品信息服务行业发展历程

我国大宗商品信息服务行业起步于 20 世纪 90 年代，主要经历了以下三个时期：

（1）市场萌芽期

20 世纪 90 年代初期中国大宗商品交易市场进入开放发展阶段，但由于机制不健全、信息传递条件局限等原因，大宗商品市场存在市场投机、恶性竞争、价格不透明、买卖双方信息不对称等诸多问题，很大程度上影响了大宗商品相关行业的健康发展，进而对国民经济的良性发展带来不利影响。

20 世纪 90 年代中期随着改革的深化，中国的市场经济体制基本完善，大量企业面临白热化、同质化、国际化的激烈市场竞争。大宗商品贸易体量大、货值高、价格波动和交易频繁，区别于普通的行业资讯信息，大宗商品资讯信息可以对企业的经营决策和利益造成重大影响。许多企业对于大宗商品信息的质量和数量的需求扩大，倾向于交纳一定的费用以便获得及时、准确的行情信息。

需求催生市场，自 20 世纪 90 代末期开始，陆续出现了一批主要以互联网

和移动电话等为媒介平台，服务于大宗商品市场的信息服务机构，如 2000 年成立的上海钢联、生意宝、睿也德等。但受制于信息量的匮乏和用户基础的薄弱，这个时期的大宗商品信息服务企业多处于市场培育和摸索阶段，尚未形成成熟的商业模式，品牌的市场影响力较小。

（2）快速发展期

进入 21 世纪，全球经济和市场一体化进程加快，中国经济持续高速发展，推动了大宗商品的巨大需求，国际贸易日趋活跃。伴随着大宗商品市场的繁荣，市场参与各方（生产商、贸易商、下游企业、证券及期货市场投资者）对大宗商品行情信息的及时性、准确性和专业性提出了更高的要求。近年来，政府部门、金融机构、咨询机构等非产业客户对数据和信息的需求也出现高速增长。相对于产业客户，非产业客户在信息的广度、深度方面要求更高。市场需求的快速增长促使了我国大宗商品信息服务行业进入快速发展期。

这一时期，我国大宗商品信息服务企业数量快速增加，其客户数量迅速增加，客户覆盖区域逐步扩大，覆盖大宗商品的种类逐步增多。同时，外资大宗商品信息服务企业也陆续进入中国市场。行业内公司的服务范围由单一的资讯服务扩展到资讯、咨询、会务会展、电商平台、供应链金融等多种模式。行业内公司的盈利模式也出现分化，部分公司坚持以高品质资讯服务为主，部分公司则逐步进入大宗商品在线交易服务和供应链金融服务领域。国内大宗商品信息服务行业出现了包括卓创资讯、上海钢联等在内的数个领先企业。

（3）行业整合期

2015 年，国家推进供给侧结构性改革，中国经济进入新常态，迎来了发展、转型、升级融合的时期，目前我国经济正在向高质量发展逐步迈进，农业、原材料工业、制造业等行业的产业整合和升级逐步展开，市场集中度进一步提升。

随着市场竞争的日趋激烈，各行各业都面临精细化管理和科学决策的问题，企业不仅要关注本行业的信息动态，还需要对相关行业进行分析研究，信息需求更加多样化和精细化。社会各方对于资讯信息的需求，从过去单一的、基础的资讯产品为主逐步发展为以综合的、高质量的资讯产品为主。客户需求的变化要求大宗商品信息服务企业能够对能源、化工、农业、金属等行业进行更广泛的覆盖，提供更专业的咨询服务。

大宗商品信息服务市场的巨大潜力，在推动行业内企业数量、规模等逐步增长的同时，也推动行业内出现整合重组的趋势。例如金银岛（北京）资讯有限公司收购山东中聚电子商务有限公司（拥有中国化学品交易网）后更名为金联创网络科技有限公司；上海钢联通过对山东隆众信息技术有限公司进行收购，进一步扩展能源、化工资讯服务领域。伴随行业竞争的深入及客户需求的变化，大宗商品信息服务企业间的整合重组将持续推进，更好的服务国民经济转型升级。

2、行业发展前景

（1）大宗商品信息服务市场潜力巨大

我国为全球第二大经济体，工业门类十分齐全。我国已成为大宗商品生产、消费、贸易大国。根据国家统计局数据显示，2020 年我国原煤产量 39.00 亿吨，进口煤及褐煤 3.04 亿吨；原油产量 1.95 亿吨，进口原油 5.42 亿吨；粗钢产量 10.65 亿吨，钢材产量 13.25 亿吨，出口钢材 5,367 万吨；天然气产量 1,925.00 亿立方米，进口天然气 10,166 万吨；进口铁矿砂及其精矿 11.70 亿吨；进口大豆 10,033 万吨。

由于大宗商品是工业生产的基础原材料，因此我国与大宗商品生产、加工、销售相关的企业数量十分庞大。以往，大宗商品相关企业多以了解自身产品及上下游行业有关信息为主，信息需求以产业链内的纵向需求为主。随着中国经济规模的不断增长以及全球经济一体化的不断深化，大宗商品相关企业对资讯的需求已逐步向跨行业、多维度发展。企业在生产经营以及投资决策等方面不仅需要考虑本行业的发展变化情况，还要考虑与本行业相关的其他行业甚至国内外的变动因素，从而催生大量的资讯服务需求。此外，有关政府部门、金融机构、科研院所等机构在进行宏观调控、客户服务、行业研究等方面也需要更全面，更多维度的资讯服务，为决策提供必要的数据支撑。

（2）大宗商品信息服务机构行业地位不断提升

从国际角度看，伴随发达国家工业化过程的发展，国外大宗商品信息服务企业起步较早，发展较为成熟，以普氏能源资讯、ICIS 为代表的大宗商品信息服务企业逐步发展成为有国际影响力的具有独立性、权威性的第三方价格评估机构。国外大宗商品信息服务企业制定了独立、严谨、透明的有关大宗商品现货市场价格评估的方法论，并逐步得到国际大宗商品相关企业的认可，根据该

等价格评估方法论，逐步形成了能源、矿产、农产品等一系列价格标杆体系，成为国际大宗商品定价的基准。

由于上述情况的存在，虽然我国已成为原油、天然气、铁矿石、大豆等多种大宗商品的主要消费国，但是该等大宗商品的价格话语权仍由国外大宗商品信息服务机构主导，并没有充分体现中国市场对全球大宗商品价格的影响因素。大宗商品定价话语权的缺失使得我国企业在原油、铁矿石、有色金属、农产品等原材料的国际贸易谈判中处于十分不利的地位。

随着我国工业化进程的不断推进，我国大宗商品信息服务行业不断发展壮大，国内大宗商品信息服务企业不断学习国外先进经验，逐步完善价格评估方法论，推出符合中国市场特点的大宗商品评估报价，在部分品种的大宗商品领域已逐步具备形成价格标杆的实力，行业地位不断提升。例如卓创资讯在能源、化工和农产品领域具备较强的竞争优势，上海钢联在钢铁领域具备较强的竞争优势。

我国大宗商品信息服务企业行业地位的提升有利于我国企业在国际大宗商品贸易谈判中争取更多定价主动权，有利于国民经济的健康、持续发展。

（3）大宗商品信息服务逐步向高端化迈进

从技术角度看，我国计算机技术不断提高，云计算、物联网、大数据及人工智能技术日趋成熟，网络和电信基础设施不断改善，以及智能手机性能不断提高和迅速普及，为我国大宗商品信息服务行业的发展奠定了良好的技术基础，大宗商品信息服务逐步向高端化迈进。例如大宗商品信息服务将能够满足客户移动办公的多场景应用需求；整合了海量数据的可视化决策终端系统将逐步推出和完善；大宗商品相关指数的金融化趋势也日趋明显。

3、行业的经营模式与盈利模式

行业内公司提供的服务内容主要包括：资讯服务、行业深度研究服务、咨询服务、会议会展服务、广告服务以及在线交易服务，不同的服务内容下盈利模式也不同。

服务模式	收入来源	提供该类服务的企业
资讯服务	数据等信息费用	卓创资讯、上海钢联、华瑞信息、普氏能源资讯、ICIS等
行业深度研究服务、咨询服务	向客户提供的付费研究报告或者咨询报告	卓创资讯、上海钢联、伍德麦肯兹、普氏能源资讯、ICIS等

会议会展服务	组织大宗商品相关会议及调研，收取一定的会务费等	卓创资讯、生意宝、上海钢联等
广告服务	利用网站上的文字链、图片或视频等的形式提供互联网广告服务	卓创资讯、上海钢联、生意宝等
在线交易服务	在线大宗商品交易佣金、供应链金融	上海钢联、生意宝、华瑞信息、慧聪集团等

大宗商品信息服务行业内各公司侧重的服务内容不同，如上海钢联收入主要来源于钢材交易服务，生意宝收入主要来源于化工贸易、网络信息推广服务及网络基础服务。卓创资讯专注于资讯服务和咨询服务。

目前，行业内大宗商品信息服务企业的业务发展模式主要分为两种类型：

（1）以信息服务为主

该类企业坚持做好大宗商品相关行业的价格监测和评估，强化数据分析和行业研究能力，为客户提供高质量的资讯和咨询服务，在此基础上，业务延伸至行业会议、调研、培训及广告服务。普氏能源资讯、安迅思、伍德麦肯兹通常采取这种发展方式，卓创资讯自成立以来也坚持了这种发展方式。

（2）以在线交易服务为主

这种业务发展方式目前在国内较为普遍，国内大宗商品信息服务企业在为客户提供信息服务的同时，借助互联网为客户提供大宗商品交易服务、物流服务以及供应链金融服务。例如上海钢联开展钢材交易服务、生意宝开展化工贸易、华瑞信息开展化纤纺织交易服务、金联创开展甲醇交易、慧聪集团则全面转型产业互联网，帮助客户提升交易效率和盈利能力。

上述两种发展模式是每个企业根据自己的发展理念、竞争优势和资源禀赋做出的选择，风险和机遇并存。作为大宗商品信息服务企业，中立、专业的原则和科学透明的价格评估方法论是资讯企业为客户提供高质量服务的基础和生命线。

4、与所处行业上、下游行业的关联性

大宗商品信息服务行业的下游客户涵盖大宗商品生产商、流通环节贸易商、下游加工端制造商、金融服务机构、大宗商品交易所、政府部门、媒体和科研院所等。

大宗商品信息服务行业的数据来源为有一定话语权的大宗商品生产商、流通环节贸易商、下游消费端制造商及流通企业，他们同时也是资讯信息的需求方。

（三）行业的竞争格局及市场化程度

大宗商品信息服务行业属于新兴行业，具有开放性和充分竞争的特点。行业内小微型资讯企业较多，多数企业通常在某一个领域具备较强市场竞争力，虽然少数综合性大型信息服务企业具备较强的市场竞争力，但整体行业集中度不高。

截至目前，国内大宗商品信息服务行业已经出现了包括卓创资讯、上海钢联等在内的数个领先企业。国外的大型信息服务企业如普氏能源资讯、ICIS 也通过在国内设立分部的方式参与国内大宗商品信息服务市场的竞争。

国外的大型信息服务企业在境内开展业务的竞争优势、劣势以及可能给国内大宗商品信息服务行业带来的影响如下：

1、竞争优势

普氏能源资讯、安迅思等国外同行多数是在全球范围经营多年的大宗商品信息服务提供商，数据积累丰富，品牌知名度高。因此国外同行在中国境内主要服务于大型高端客户，其资讯和咨询服务收费较高，可以为国内高端客户提供基于全球业务的资讯和咨询服务。

2、竞争劣势

首先，随着中国经济的快速发展，中国多种大宗商品的消费量和贸易量已处于全球领先地位。中国大宗商品市场品种丰富多元，产业链健全完善，国外同行在个别大宗商品行业具有竞争优势，但不可能在全部大宗商品行业都能取得竞争优势。其次，国外同行对国内大宗商品的数据积累不如国内企业丰富和完善。再次，采集大宗商品信息需要人数众多的业务团队并与客户长期保持良好的沟通交流，相比较而言，国内企业在这方面更有优势。

3、对国内大宗商品信息服务行业的影响

市场是开放的，竞争带来的既是挑战也是机遇，总体来看，国外同行的进入有利于促进我国大宗商品信息服务市场标准化、专业化和规范化发展。

（1）提升行业核心竞争力

国外同行较强的竞争优势源于其科学的价格评估方法论和较为规范的业务流程。国外同行的竞争可以促进国内企业加速推进自身业务标准化、规范化发展，进一步提高行业集中度，形成适合中国国情的大宗商品价格评估体系，提

升行业核心竞争力。

（2）提升行业收费水平

国外同行的进入，能够进一步提升客户对于大宗商品信息服务的认知和理解程度，提升客户科学决策的能力，认识到资讯和咨询的价值所在，促进国内大宗商品信息服务行业收费水平的进一步提升。

（3）提升行业管理水平

国外同行的进入，有利于促进国内外同行的交流和融合，有利于国内企业引进高端人才，借鉴国外同行先进管理经验，形成相互竞争、相互融合的局面，提升行业管理水平。

（四）公司自身的创新、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

1、公司自身创新特征

（1）公司所处行业属于新兴行业

公司所属的大宗商品信息服务行业，是知识密集型、技术密集型、人才密集型行业，符合国家统计局 2018 年发布和实施的《战略性新兴产业分类（2018）》定位，属于战略性新兴产业，受到了国家政策的大力支持和鼓励，如我国政府陆续出台了《2006-2020 年国家信息化发展战略》、《大数据产业发展规划（2016-2020 年）》等多个对信息服务、大数据行业有重大扶持作用的政策性文件。

（2）公司拥有业务所需的核心技术

公司通过多年持续的研发投入，已形成全面系统的技术体系，且拥有与自身经营相关的核心技术。经过多年的业务实践和经验积累，公司逐步探索并研发出了大宗商品价格评估方法论，形成了卓创资讯大宗商品价格评估体系，据此得出的大宗商品评估价格，能够准确的反映某时某地某种大宗商品的主流交易价格。

（3）公司自主创新能力突出

公司成立之初，主要从事石油化工行业资讯服务，对外提供服务的方式主要为手机短信和单一网站，历经多年的发展，公司自主研发了资讯信息分布式发送技术、行业深度搜索技术等核心技术和网站群、客户关系管理系统平台、

数据库系统平台、数据集成技术框架、红桃 3 客户端及多款手机客户端软件。公司开发的红桃 3 及红期是两款可视化大数据终端产品，可以系统地提供大宗商品价格及基本面数据，包括专业的研究框架和模型，同时搭载资讯和报告等综合内容，客户体验丰富，认可度较高。

公司依托海量的数据资源，通过大数据分析模型和方法，与政府部门和商品交易所联合发布大宗商品的价格指数，如国家发改委价格监测中心与公司共同编制并联合发布“中价卓创钢材价格指数”，“卓创成品油批发价格指数”，“卓创有色金属价格指数”，联合发布“猪料、鸡料、蛋料”三项比价指标；大连商品交易所与公司联合编制、农业农村部信息中心与公司联合监测发布的“瘦肉型白条猪肉出厂价格指数”等。

2、业务模式创新和新旧产业融合情况

（1）公司业务模式创新

公司业务的独特性体现在将先进的信息技术与大宗商品行业的估价体系、专业分析方法相结合，形成综合服务能力，满足大宗商品市场各类客户对全面、及时、准确和可靠的信息产品和服务的需求。

公司业务模式的创新性体现为按照大宗商品上下游产业关系，将具有较强相关性的不同大宗商品组合为产业链，按照产业链进行产品的监测和分析，有利于加强产业链内部各分析师之间的沟通和协作，从而更加高效的进行相关产品的分析、评估和研究。

（2）为企业经营和政府宏观调控提供助力

公司通过对大宗商品现货市场进行监测、记录、分析、评估和研究，为客户提供专业、高效、便捷的信息产品和服务，从而提高大宗商品现货市场透明度和交易效率，为企业客户经营决策和政府部门宏观经济调控提供科学的决策依据和数据支持。

①助力企业经营决策和转型升级

公司经过多年的发展，建立和完善了专业的数据库群，积累了大量的数据资产，并以此建立了大数据分析模型和方法。公司通过对积累的大量数据进行分析、挖掘，可以实现从海量数据中发现规律并提取新的知识，从而为企业提供包括即时信息和行业分析在内的多维度、多形式的服务，进而帮助企业提升经营效率、降低决策风险、优化经营成本，帮助传统工业企业转型升级。

②助力政府制定政策和宏观调控

我国政府高度重视大宗商品领域的宏观调控。宏观调控的前提是对大宗商品产供销以及宏观经济等各方面的关键数据有充分的掌握，把握其价格运行的基本规律，从而为制定有效的政策提供依据。公司通过持续的价格监测、数据挖掘、数据集成、分析研究为国家和部分地方政府部门的价格调控、宏观决策、产业结构调整及供给侧改革等方面提供真实、准确的专业数据和深入的分析，为国家重要政策的制定和宏观调控提供数据支持。

（五）行业内主要企业情况

1、普氏能源资讯

普氏能源资讯隶属于全球金融信息提供商标普全球，是目前信息服务行业当中成立较早、影响力较大的公司，其从 1909 年起一直为客户提供市场资讯和数据，并致力于价格标杆体系建设。普氏能源资讯是独立的信息服务提供商和大宗商品市场基准价格提供商，信息服务涵盖能源、石油化工、铁矿石、金属等方面，其服务形式是为客户提供商品信息和数据，其建立的原油和铁矿石价格指数已成为全球价格标杆，其产品和服务包括实时资讯和价格信息、分析以及行业会议等。

普氏能源资讯在中国境内设立了普氏信息咨询（上海）有限公司及其北京分公司，根据国家企业信用信息公示系统的公示信息，上述主体 2018 年、2019 年、2020 年社保缴费人数合计分别为 16 人、19 人和 20 人。

普氏能源资讯在中国境内的财务数据未单独披露，根据 S&P Global 披露的定期报告，普氏能源资讯的全球经营业绩情况如下所示：

单位：百万美元；%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	461	878	844	815
营业成本	102	195	197	212
毛利	359	683	647	603
毛利率	77.87	77.79	76.66	73.99

注：上表数据系原文引自 S&P Global 定期报告，未做保留小数点后两位处理。

2、ICIS

ICIS 是励德商讯（Reed Business Information）旗下品牌，是全球性大宗商品市场信息服务商，其中文注册商标名称为“安迅思”，主要服务于能源、石化

和化肥行业的买家、卖家、贸易商和分析师，向市场中的企业客户提供信息解决方案、分析报告以及独立专业的市场咨询服务，服务范围覆盖能源、化工、化肥和纸业等领域。励德商讯是英国励讯集团（RELX Group）旗下的子公司。

安迅思在中国境内开展业务的主要经营主体为睿也德资讯（上海）有限公司及其子公司和广州息旺能源咨询有限公司，根据国家企业信用信息公示系统的公示信息，上述主体 2018 年、2019 年、2020 年社保缴费人数合计分别为 118 人、109 人和 104 人。

安迅思近三年全球经营业绩并未在励讯集团（RELX Group）相关年度报告中单独披露，其中国业务的经营业绩情况亦没有披露。

3、伍德麦肯兹

伍德麦肯兹隶属于 Verisk Analytics,Inc.伍德麦肯兹主要向能源、化工、金属和矿业等大宗商品行业相关客户提供研究和咨询服务。伍德麦肯兹在中国境内开展业务的经营主体为伍德麦肯兹（北京）咨询有限公司及其上海分公司，根据国家企业信用信息公示系统的公示信息，上述主体在 2018 年、2019 年、2020 年社保缴费人数合计分别为 49 人、52 人和 55 人。

伍德麦肯兹在中国境内的财务数据未单独披露，Verisk Analytics,Inc.披露的定期报告中，关于伍德麦肯兹的全球经营业绩情况如下所示：

单位：百万美元；%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	318.5	641.6	563.9	504.3
营业成本	132.2	272.7	239.7	210.7
毛利	186.3	368.9	324.2	293.6
毛利率	58.49	57.50	57.49	58.22

注：上表数据系引自 Verisk Analytics,Inc.定期报告，未做保留小数点后两位处理。

4、上海钢联电子商务股份有限公司

上海钢联成立于 2000 年 4 月，注册地上海市，于 2011 年 5 月在深交所创业板上市。上海钢联是立足于黑色金属、有色金属、能源化工、农产品等大宗商品行业，向客户提供商业资讯服务、数据研究服务、电子商务服务及其增值服务的互联网平台综合运营商。

根据上海钢联的定期报告，其业务分类如下：

单位：万元；%

收入类型	2021 年 1-6 月		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比
信息服务	7,787.56	0.27	13,440.92	0.23
网页链接服务	7,898.20	0.28	15,086.39	0.26
会务培训服务	8,048.12	0.28	10,497.04	0.18
咨询服务	5,273.57	0.19	7,547.36	0.13
寄售交易服务	282,704.89	9.96	431,209.08	7.37
供应链服务	2,523,471.34	88.86	5,366,059.10	91.69
其他服务	4,411.63	0.16	7,794.98	0.13
其他业务收入	110.07	0.00	487.92	0.01
收入总额	**2,839,705.39**	**100.00**	**5,852,122.78**	**100.00**

（续）

收入类型	2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比
信息服务	12,634.05	0.10	10,622.80	0.11
网页链接服务	13,401.36	0.11	11,538.33	0.12
会务培训服务	10,027.06	0.08	7,244.07	0.08
咨询服务	5,979.25	0.05	3,711.42	0.04
寄售交易服务	8,262,878.31	67.41	6,652,730.89	69.26
供应链服务	3,947,332.44	32.20	2,918,561.54	30.38
其他服务	4,447.38	0.04	699.14	0.01
其他业务收入	475.32	0.00	401.00	0.00
收入总额	**12,257,175.17**	**100.00**	**9,605,509.19**	**100.00**

报告期内，上海钢联收入主要来源于寄售交易服务和供应链服务，相关收入占其总收入的比例达到 99%以上。

2018 年上海钢联控股山东隆众，山东隆众和公司在业务、人员等方面相似，公司与山东隆众净利润变动趋势不一致，具体情况如下：

（1）山东隆众和公司在业务构成方面的相同点及差异情况如下：

项目		山东隆众	卓创资讯
相同点	业务内容	双方均向客户提供能源、化工等行业的大宗商品资讯、咨询、会务调研、广告等服务。	
	服务形式	双方均通过网站、手机客户端、手机短信等向客户提供服务。	
不同点	业务内容	主要提供能源、化工行业的信息服务。	除提供能源、化工行业的信息服务外，还提供金属、农业等行业的信息服务。

	服务形式	未通过电脑客户端向客户提供服务。	还通过电脑客户端（红桃 3、红期）向客户提供服务。

注：山东隆众的业务情况来源于其官方网站及工商公示信息。

（2）报告期各期末，山东隆众和公司员工数量情况如下：

单位：人

公司名称	2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
山东隆众	-	588	484	393
卓创资讯	1,075	1,111	1,140	1,232

注：山东隆众的数据来源于国家企业信用信息公示系统查询的缴纳社保的人数；山东隆众未披露 2021 年 6 月末的人数。

报告期内，公司人员数量大于山东隆众的人员数量，公司人员数量略有下降；山东隆众被上海钢联收购后，加大人员投入，员工数量呈快速增长趋势。

（3）公司与山东隆众净利润变动趋势不一致的原因

报告期内，随着大宗商品市场的发展以及大数据信息技术水平的提高，大宗商品信息服务行业内企业经营规模不断扩大，盈利能力不断提升。山东隆众的净利润变动与同行业公司净利润变动趋势存在差异，主要原因为山东隆众被上海钢联控股后，在人员成本、研发费用等方面投入金额较大，山东隆众虽然实现了营业收入的快速增长，但仍处于亏损状态。

报告期内，公司与同行业公司的相关情况如下：

单位：万元；人

公司名称	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海钢联	营业收入	24,527.84	41,630.99	38,278.37	31,468.84
	员工数量	未披露	1,081	940	915
	人均创收	未披露	38.51	40.72	34.39
	净利润	5,300.10	11,027.24	8,389.18	6,069.53
山东隆众	营业收入	4,719.66	5,448.52	4,014.61	1,834.22
	员工数量	未披露	588	484	393
	人均创收	未披露	9.27	8.29	4.67
	净利润	-751.72	-2,237.66	-2,876.47	-1,356.60
华瑞信息	营业收入	2,402.75	4,715.66	4,946.36	8,705.49
	员工数量	153	158	163	173
	人均创收	15.70	29.85	30.35	50.32
	净利润	1,065.54	1,916.24	1,953.96	1,160.87
卓创资讯	营业收入	12,387.88	21,833.79	22,012.55	20,327.44

	员工数量	1,075	1,111	1,140	1,232
	人均创收	11.52	19.65	19.31	16.50
	净利润	3,036.54	5,185.87	5,875.75	4,506.36

注 1：上表中相关信息来源于公开披露的信息；山东隆众的人员数量来源于国家企业信用信息公示系统查询的缴纳社保的人数；山东隆众未披露 2021 年 6 月末的人数。

注 2：上海钢联部分子公司从事贸易业务，由于贸易业务与信息服务业务差别较大，可比性不强，因此上表中上海钢联相关指标均系按照其母公司数据口径计算。

注 3：人均创收=本年营业收入/年末人员数量。

从上表可知，2018 年、2019 年和 2020 年，山东隆众的人均创收分别为 4.67 万元、8.29 万元和 9.27 万元，远低于上海钢联、华瑞信息及卓创资讯的人均创收金额。山东隆众被上海钢联控股后，在人员成本、研发费用等方面投入金额较大，但由于其人均创收尚未达到同行业水平，从而导致山东隆众持续亏损，与同行业公司上海钢联、华瑞信息和公司净利润变动趋势不一致。

5、浙江网盛生意宝股份有限公司

生意宝成立于 2000 年 8 月，注册地浙江杭州，于 2006 年 12 月在深交所中小板上市，主要从事互联网信息服务、电子商务、专业搜索引擎和企业应用软件开发。生意宝拥有并经营中国化工网、全球化工网、中国纺织网、医药网等行业类专业网站，主要业务包括化工行业、纺织行业的商务资讯服务、网站建设和维护服务以及广告服务。

根据生意宝的定期报告，其业务分类如下：

单位：万元；%

收入类型	2021 年 1-6 月		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例
网络基础服务	1,207.64	4.24	3,827.53	10.15
网络信息推广服务	2,586.43	9.09	4,642.79	12.31
广告发布服务	176.10	0.62	854.40	2.27
化工贸易服务业	652.76	2.29	475.06	1.26
展会服务	2.36	0.01	33.77	0.09
化工贸易	23,836.44	83.74	27,874.68	73.90
房租收入	4.45	0.02	8.90	0.02
收入总额	**28,466.18**	**100.00**	**37,717.13**	**100.00**

（续）

收入类型	2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例

网络基础服务	6,865.52	19.22	7,338.62	17.49
网络信息推广服务	3,705.85	10.38	5,616.70	13.38
广告发布服务	582.59	1.63	811.81	1.93
化工贸易服务业	450.84	1.26	1,007.99	2.40
展会服务	1,978.30	5.54	1,533.56	3.65
化工贸易	22,120.48	61.95	25,647.13	61.12
房租收入	8.90	0.02	8.90	0.02
收入总额	**35,712.48**	**100.00**	**41,964.72**	**100.00**

生意宝向客户提供大宗商品资讯信息以免费方式为主，通过其他增值服务获取收入。报告期内，生意宝收入主要来源于化工贸易、网络信息推广服务及网络基础服务。

6、浙江华瑞信息资讯股份有限公司

华瑞信息成立于 2011 年 6 月，注册地浙江杭州，于 2016 年 1 月在新三板挂牌上市，主营业务为依托“中国化纤信息网、中国棉纺织信息网、石化资讯网、华瑞国际网”四大网络平台，从事化纤、棉纺织、石油化工行业的信息资讯服务、软件技术服务、撮合交易服务等业务。

根据华瑞信息的定期报告，其业务分类如下：

单位：万元；%

收入类型	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
咨询服务	2,072.46	86.25	3,894.16	82.58	4,020.76	81.29	3,845.49	44.17
化纤纺织交易服务	-	-	-	-	-	-	3,864.08	44.39
撮合服务	228.11	9.49	592.48	12.56	625.16	12.64	575.84	6.61
其他	102.19	4.26	229.02	4.86	300.44	6.07	420.08	4.83
收入总额	**2,402.75**	**100.00**	**4,715.66**	**100.00**	**4,946.36**	**100.00**	**8,705.49**	**100.00**

7、行业内企业与政府联合发布行业价格指数的情形

市场上存在发行人竞争对手或大宗生产及贸易企业与政府部门联合发布行业价格指数的情形，主要如下：

企业名称	企业类型	合作内容	合作对象
上海钢联	竞争对手	上海钢联价格指数（包括大宗商品、石油化工产品、原料、钢材、有色金属、建材产品等价格）	国家发改委价格监测中心

山东隆众	竞争对手	中国-淄博天然气价格指数	淄博市能源事业发展中心
金联创	竞争对手	山东港口商业原油库存指数、山东港口保税低硫船用燃料油估价	国家发改委价格监测中心、山东价格监测中心、山东港口集团、山东港口国际贸易集团
临沂新程金锣肉制品集团有限公司	大宗商品生产或贸易企业	金锣价格指数（猪肉价格指数）	临沂市发展和改革委员会、山东省价格监测中心等
寿光蔬菜产业控股集团	大宗商品生产或贸易企业	山东寿光蔬菜价格指数	山东省价格监测中心等

根据上述表格，联合发布指数模式属于行业惯例。政府联合发布指数的典型合作对象、合作模式、典型指数具体如下：

（1）典型合作对象

政府联合发布指数的典型合作对象为大宗商品信息服务领域的从业企业及在大宗商品领域规模较大的生产或贸易企业。

（2）合作模式

政府联合发布指数的典型模式为相关主体与政府联合或在政府的指导下开展相关指数的信息收集、编制及解读工作，最终指数成果于指数平台对外发布。

（3） 典型指数

政府联合发布的典型指数与发行人相关的“中价卓创钢材价格指数”和“卓创有色金属价格指数”、与上海钢联相关的“上海钢联价格指数”（包括大宗商品、石油化工产品、原料、钢材、有色金属、建材产品等价格）及与隆众资讯相关的“中国-淄博天然气价格指数”等。

（六）行业进入壁垒

国内大宗商品信息服务行业具有较高的进入壁垒，行业领先者的优势较为明显。

1、品牌及认可度壁垒

良好的企业品牌依赖于大宗商品信息服务企业长期不间断的提供优质产品及服务，并得到客户的认可。大宗商品信息服务企业需要持续投入大量人力、物力来强化信息采集的深度和广度，提高信息分析和发布的及时性和准确性，为客户提供高质量的产品和服务，满足客户对信息服务的需求。由于大宗商品

信息服务行业对产品或服务的质量要求较高，原有企业凭借自身的产品优势和多年积累的客户渠道，已建立了较大的品牌优势。行业新进入者在短期内难以与原有市场参与者竞争。

2、数据储备壁垒

经过多年的发展，行业内领先的大宗商品信息服务企业已积累了大量的数据资产，建立和完善了专业的数据库群，并以此建立了大数据分析模型和方法。专业数据资产的储备在一定程度上代表了企业的综合实力，行业新进入者难以在短期扭转数据储备上的劣势。

3、客户规模壁垒

大宗商品信息服务行业单客户平均收费水平不高，客户规模是信息服务企业正常运营的基本要求，只有突破客户规模的临界点，才能够取得良好的盈利能力，从而可以投入较多资源用于提升服务水平和创新能力并实现自身的可持续发展。要形成较大的客户规模，需要长时间的经营运作及客户口碑积累，行业新进入者无法短期突破客户规模壁垒。同时，企业只有具备较大的客户规模，才能形成较强的业务聚集效应，降低新产品研发、营销、服务等叠加的边际成本。

4、人才壁垒

大宗商品信息服务行业属于知识密集、技术密集、人才密集型行业，对专业知识、业务创新、产品研发、数据挖掘、市场营销、客户服务等人才的要求较高，行业内具备丰富经验的分析师、技术人员、营销人员和管理人员紧缺。随着大宗商品信息服务行业的不断发展，人才的缺乏已成为制约行业内公司发展的另一主要原因。目前，行业内领先的大宗商品信息服务企业已具有了一定的专业人才储备，行业新进入者难以在短期突破人才壁垒，建立一支具有足够规模、经验丰富、稳定的专业团队。

5、经营资质壁垒

根据《中华人民共和国电信条例》（国务院令第 291 号），国家对电信业务经营按照业务分类，实行许可制度。企业经营增值电信业务，需要满足一系列基础条件，并经电信管理机构审查批准，取得《增值电信业务经营许可证》。根据《互联网信息服务管理办法》，企业从事经营性互联网信息服务，除应当符合《中华人民共和国电信条例》规定的要求外，还应当具备一系列严

格的技术条件。中华人民共和国工业和信息化部于 2017 年 7 月 3 日颁布的《电信业务经营许可管理办法》也对电信及增值业务经营许可证的申请、审批、使用、变更、注销和年检事宜作出详细的规定。行业新进入者需要满足上述规范性条件，并获得相关许可证后，方可对外正式开展业务。

（七）发行人产品或服务的市场地位及其最近三年的变化情况及未来可预见的变化趋势

公司恪守“中立、专业、专注”原则，坚守“中立第三方”立场，不断加大研发力度，升级信息技术手段，通过已经建成的综合性信息服务平台和数据库群，为客户提供全面、及时、准确、可靠的信息服务，是国内领先的大宗商品信息服务企业。

大宗商品信息服务企业的关键业务为资讯服务和咨询服务，这是国外同行业公司最具有竞争优势、利润率最高的业务，也是客户衡量大宗商品信息服务提供商服务能力和水平的关注重点。

目前，大宗商品信息服务行业内有竞争力的国内公司主要包括上海钢联、卓创资讯、生意宝、华瑞信息等。在大宗商品资讯与咨询服务领域，发行人具有较强的竞争优势。报告期内，发行人与同行业公司的资讯与咨询服务收入合计金额如下：

单位：万元

公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
卓创资讯	11,518.16	20,488.84	20,284.24	18,352.47
上海钢联	13,061.13	20,988.28	18,613.30	14,334.21
华瑞信息	2,072.46	3,894.16	4,020.76	3,845.49

注：上海钢联和华瑞信息的有关数据来源于其公开披露的定期报告；上海钢联的数据为其信息服务和咨询服务收入的合计数；华瑞信息的数据为其咨询服务收入；因生意宝未单独披露其资讯与咨询服务收入规模，因此上表未列示生意宝。

公司本次公开发行并在创业板上市后，随着募集资金投资项目的投入，将有利于公司进一步巩固和扩大在大宗商品信息服务领域的领先优势，增加市场份额。同时公司在数据采集、数据处理、数据挖掘分析等方面将突破发展瓶颈，进一步提升核心竞争力和盈利能力，增强抗风险能力，为公司未来可持续发展奠定良好基础。

（八）发行人技术水平及特点以及最近三年的变化情况及未来可预见的变化趋势

从技术特点来看，大宗商品信息服务行业是基于对大宗商品行业的深入理解、数据积累和行业积淀，以及对先进的电信技术和计算机技术的应用研究，通过采集大宗商品交易数据和资讯信息，经过科学处理、深度挖掘和全面分析，提炼出可供用户方便、快捷使用的信息形式和信息产品，满足大宗商品市场各类客户的全面、及时、准确和可靠的信息产品和服务需求。

大宗商品信息服务行业涉及的先进技术主要包括两方面：一方面是产品技术，主要是关于数据采集、清洗、挖掘、分析等相关的核心准则，以保证产品或服务的准确性、可靠性，如大宗商品价格评估方法论；另一方面是信息技术，主要是与数据存储、传输、推送等相关的电信技术，以保证产品或服务的全面性、及时性，如大宗商品信息服务行业所需的数据库技术、网站开发及维护技术、资讯信息分布式发送技术、移动终端应用技术、行业深度搜索技术等。这些先进技术的应用使得大宗商品信息服务企业能够迅速开发出更多的产品和服务，满足各类用户的需要。

公司经过多年的业务实践和经验积累，逐步探索并研发出了大宗商品的价格评估方法论，形成卓创资讯价格评估体系，据此得出的评估价格，能够准确的反映某时某地某种大宗商品的交易价格；同时，公司已经掌握与大宗商品信息服务行业相关的核心信息技术，并且通过持续地研发投入已形成全面系统的技术体系。截至本招股说明书签署日，公司共取得软件著作权 89 项，取得专利权 2 项。作为国内领先的大宗商品信息服务企业，只有不断提升自身的技术水平及服务质量，提供配套的增值服务，满足客户日益增长的个性化需求，才能在激烈的市场竞争中保持竞争优势。

未来随着通信、计算机、云计算、大数据、物联网和人工智能的快速发展，发行人将加大研发投入，优化公司大数据服务系统，提升公司在数据采集、数据清洗、数据存储、数据挖掘、数据分析和创新营销等方面的能力，最大限度的满足客户对全面、及时、准确、可靠的信息产品和服务的需求。

（九）发行人竞争优势与劣势以及最近三年的变化情况及未来可预见的变化趋势

1、竞争优势

（1）品牌知名度优势

公司恪守“中立、专业、专注”的原则，对大宗商品现货市场进行监测、记录、分析、评估和研究，经过多年的稳健发展和持续的优质服务，公司的品牌知名度不断提高。公司拥有庞大的用户群体和良好的品牌知名度。公司累计注册客户数量超过 200 万个，累计服务的全球 500 强企业及其下属企业超过 150 家。公司客户涵盖大宗商品产业客户、贸易流通客户、期货及商品交易所、金融机构、政府机构、科研院所和媒体等。凭借优质的产品和专业的服务能力，公司为广大客户在价格监测、政策制定、经营决策、投资决策、行业研究等方面持续提供必要的决策依据和数据支持。公司与国家统计局、国家发改委、农业农村部、新华通讯社、中央电视台保持了良好的业务合作关系，公司是“国家统计局大数据合作平台企业”、“山东省大数据重点骨干企业”，“卓创资讯”被国家工商行政管理总局评定为中国驰名商标。近年来，公司多次与相关政府部门和大宗商品交易所展开合作，进一步提升了公司的品牌形象、行业知名度及公信力。以下是主要的合作情况：

①相关政府部门、交易所与公司联合开发、编制并公布相关大宗商品指标、指数

序号	指标、指数名称	联合发布方
1	“猪料、鸡料、蛋料比价”三项比价指标	国家发改委价格监测中心
2	“中价卓创钢材价格指数”、“中价钢材销售价格预期指数”	
3	“卓创成品油批发价格指数”	
4	“卓创有色金属价格指数”	
5	“中国电煤价格指数”	
6	“瘦肉型白条猪肉出厂价格指数”	农业农村部信息中心
7	“淄博市新材料产品价格指数”、“中国·淄博化工产品价格指数”	淄博市能源事业发展中心

A.“猪料、鸡料、蛋料”比价指标

自 2015 年开始，国家发改委价格监测中心与卓创资讯联合发布“猪料、鸡料、蛋料”三项比价指标。三项比价指标的发布，对我国肉类、蛋类等副食品

行业健康、稳定的发展具有重要的引导作用，随着三项比价指标在养殖行业的广泛应用，对养殖企业的生产和经营提供指导性参考，提高肉类、蛋类等副食品生产企业的盈利能力，助力副食品行业健康、稳定的发展。以下是国家发改委价格监测中心网站“2019 年 9 月第 3 周猪料、鸡料、蛋料比价”部分截图：



2019年9月第3周猪料、鸡料、蛋料比价

2019-09-20

生猪饲料价格信息

国家发展和改革委员会价格监测中心 卓创资讯

2019年9月18日

全国生猪出场价格及饲料市场价格

日期	生猪价格(元/公斤)	饲料价格(元/公斤)	猪料比价	猪料比价平衡点	预期盈利(元/头)
本周	27.27	2.55	10.69	5.42	1478.24
上周	26.95	2.54	10.61	5.42	1450.09
环比	1.19%	0.39%	0.75%	0.00	--

B.“中价卓创钢材价格指数”、“中价钢材销售价格预期指数”

国家发改委价格监测中心与公司签订合作协议，自 2014 年以来双方联合署名每周对外发布全国钢材交易市场价格监测数据信息；共同组织全国钢材市场预期指数编制工作，联合署名发布钢材市场预期指数，相关数据库由双方共享。全国钢材交易市场价格监测数据信息客观、真实的反映了钢材市场的现状和发展趋势，为国家重要政策的制定和宏观调控提供数据支持，并引导钢材市

场长期、健康、稳定发展。以下是国家发改委价格监测中心网站“9 月第 1 周中价卓创钢材价格指数小幅上涨”部分截图：


中华人民共和国国家发展和改革委员会 价格监测中心

首页 > 价格指数 > 中价·价格指数 > 中价钢材价格指数

9月第1周中价卓创钢材价格指数小幅上涨

2019-09-23

9月第1周，中价卓创钢材价格指数为95.26点（以2010年1月第1周为基期，基点为100点），比上周上涨0.11点。本周各钢材品种价格指数小幅涨跌互现，其中长材、板材、管材、棒材价格指数分别比上周上涨0.27点、0.02点、0.02点、0.15点；仅型材价格指数比上周下降0.13点。

过去一年中价卓创钢材价格指数变化情况图

（本指数由国家发展改革委价格监测中心、卓创资讯共同编制）

以下是国家发改委价格监测中心网站“中价钢材销售价格预期指数——8月份钢材价格看涨预期增强”部分截图：



首页 > 价格指数 > 中价-价格指数 > 中价钢材销售价格预期指数

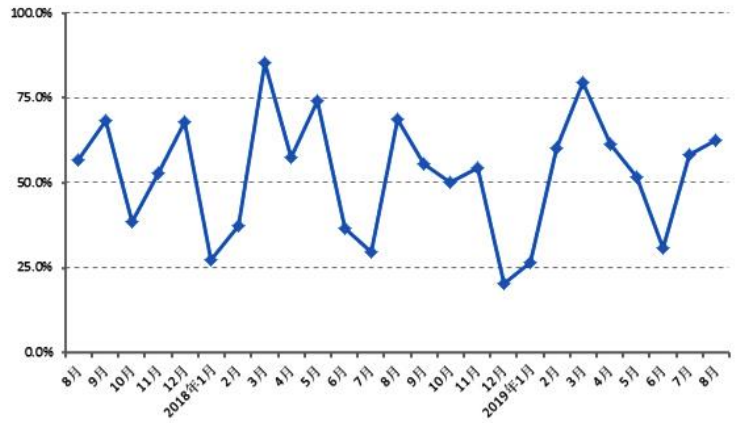
8月份钢材价格看涨预期增强

2019-08-27

据对全国重要钢材批发市场调查，8月钢材批发市场销售价格预期指数、购进价格预期指数分别为62.7%、66.7%，比上月分别上涨4.0和6.3个百分点，预示着市场对8月行情继续看好。

8月钢材批发市场销售量预期指数、库存量预期指数分别为57.9%、50.4%，分别上升6.1和下降9.2个百分点，反映出各方预计8月份钢材需求有所提振，库存累积速度放缓。

8月钢材批发市场单位销售成本预期指数、销售利润率预期指数分别为62.3%、52.6%，比上月分别下降2.6和上升3.1个百分点，市场预计8月钢材销售成本将继续有所上升，但销售利润率小幅上涨。



C.“卓创成品油批发价格指数”

2015 年以来，国家发改委价格监测中心与公司联合发布“卓创成品油批发价格指数”。“卓创成品油批发价格指数”是反映中国成品油批发市场交易价格总体水平、波动趋势和波动程度的指数体系总称，由主营汽油批发价格指数、地炼汽油批发价格指数、主营柴油批发价格指数和地炼柴油批发价格指数 4 个分指数按照不同的权重计算得出。“卓创成品油批发价格指数”向社会提供公正、透明的成品油价格信息，有效引导社会预期，促进成品油交易机制与价格机制发展与完善，推进成品油市场化进程。以下是国家发改委价格监测中心“9月第 3 周卓创成品油批发价格指数大幅上涨”部分截图：

中华人民共和国国家发展和改革委员会 价格监测中心

首页 > 价格指数 > 社会机构价格指数 > 成品油批发价格指数

9月第3周 卓创成品油批发价格指数大幅上涨

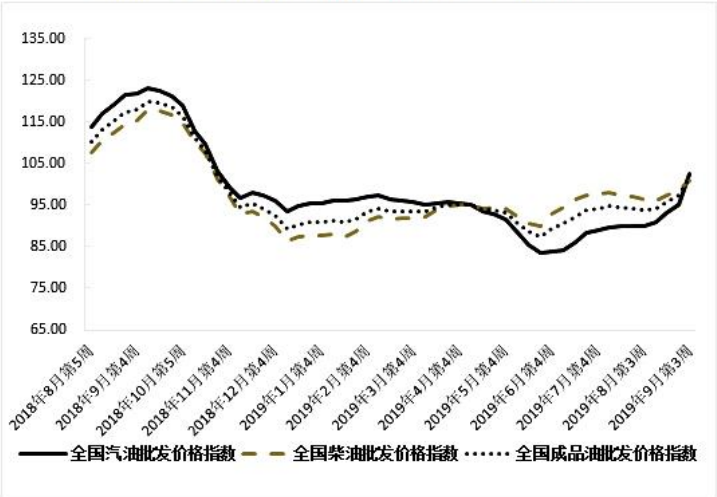
2019-09-23

据对全国70个地市成品油市场价格监测显示，9月第3周（9月16日-9月20日）全国成品油批发价格指数为101.61点（以2010年1月第1周为基期，基点为100点），环比上涨4.32点。其中，汽油批发价格指数为102.49点，环比上涨7.25点；柴油批发价格指数为101.04点，环比上涨2.43点。

国内成品油批发价格指数大幅上涨的主要原因：一、受沙特油田遇袭影响，国际原油价格大幅上涨，消息面极大地提振了国内成品油市场。二、9月18日24时，国内汽柴油限价上调，政策面亦利多市场。三、目前国内成品油供应呈现偏紧局面，尤其是西南等地区主营销售单位批发环节进行限量销售，加之当前正处于传统消费旺季，汽柴油批发价格易涨难跌。

在沙特稳步复产后，油价下跌，目前市场聚焦美国和沙特将如何对待本次油田遇袭事件。若美国加大对伊朗制裁，中东紧张局势再度升级，油价将获得较强支撑，但须警惕暴跌风险。国内原油变化率处于正值，10月8日24时国内汽柴油限价上调的预期较强。国庆长假将至，业者多进行节前补货，市场成交仍保持良好态势。综上所述，预计下一计价周期，国内成品油批发价格指数或继续上涨。

最近一年卓创成品油批发价格指数变化情况



D.“卓创有色金属价格指数”

2015 年以来，国家发改委价格监测中心与公司联合发布“卓创有色金属价

格指数”。“卓创有色金属价格指数”是反映中国有色金属市场交易价格总体水平、波动趋势和波动程度的产业经济指标，由铜、铝、铅、锌、锡、镍六种符合国产标准的有色金属产品指数，根据近 5 年市值份额的权重计算得出。“卓创有色金属价格指数”将向社会和企业提供公正、透明的有色金属价格信息，有效引导社会预期，对于促进我国有色金属行业健康、平稳的发展具有重要的意义。以下是“9 月第 1 周卓创有色金属价格指数上涨”部分截图：

中华人民共和国 国家发展和改革委员会 价格监测中心

首页 > 价格指数 > 社会机构价格指数 > 有色金属价格指数

9月第1周卓创有色金属价格指数上涨

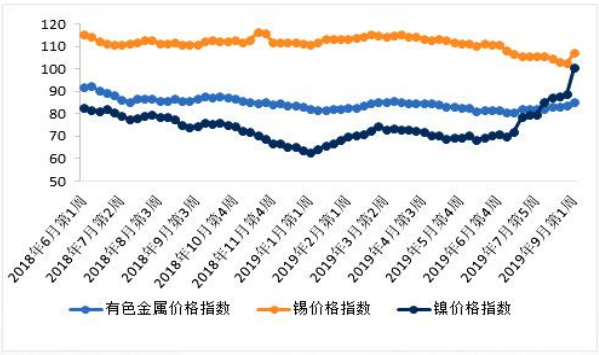
2019-09-18

据对全国主要有色金属市场价格监测显示，9月第1周卓创有色金属价格指数为85.46点（以2010年1月第1周为基期，基点为100点），比上周上涨1.96点。其中，铜、铝、铅、锌、锡、镍价格指数分别为77.45点、84.82点、105.29点、91.04点、107.36点和100.66点，与上周相比，铜、铝、铅、锌、锡、镍价格指数不同程度上涨，分别上涨0.59点、0.68点、0.94点、0.39点、5.01点、11.72点。其中镍、锡价格指数涨幅较大。

本周有色金属价格变化的主要原因为：一、宏观方面，中美贸易谈判即将重启，加之国内央行降准，增加现金流，以刺激市场需求增长，对市场释放较大的利多信号，推动有色金属市场向好发展；二、镍方面，印尼禁矿政策提前落地，国内可流通高镍铁现货有限，加之传统消费旺季到来，市场对镍需求增加预期犹存，多方因素叠加大幅推动镍价上涨；三、锡方面，中国及印尼锡冶炼厂陆续进行减产，全球锡市场供应量大幅缩紧，加之“金九银十”传统消费旺季的到来，需求预期增长，锡价大幅上扬。

进入“金九银十”传统消费旺季，有色金属各产品需求预期普遍向好，且部分金属运行产能因突发事件、政策等因素影响有所减少，部分有色金属产品价格继续上涨动力依然充足。预计下一计价周期，卓创有色金属价格指数或将偏强震荡。

最新一年卓创有色金属价格指数变化情况



E.“瘦肉型白条猪肉出厂价格指数”

2017 年，受大连商品交易所委托，在农业农村部信息中心指导下，公司研究编制的“瘦肉型白条猪肉出厂价格指数”正式发布。“瘦肉型白条猪肉出厂价格指数”是以整个生猪产业链中标准化程度最高、养殖量最大的瘦肉型白条猪为样本标的，以屠宰企业最为通用的背膘厚度 2.5-3cm 作为首要标准，在河南、山东、河北等二十余个采价区域中，选择国内屠宰行业内规模适中、有代表性的百余家屠宰企业组成采价样本集合，并借鉴当前国际上通用的指数编制经验编制而成。“瘦肉型白条猪肉出厂价格指数”作为生猪市场的风向标，将会更好地发挥价格信息指导作用，积极服务农业供给侧改革。以下是农业农村部网站“2019 年第 38 周瘦肉型白条猪肉出厂价格监测周报”部分截图：



当前位置：首页 > 数据 > 最新发布 > 详情

2019年第38周瘦肉型白条猪肉出厂价格监测周报

日期：2019-09-24 08:15:00　　来源：农业农村部信息中心 山东卓创资讯股份有限公司

据农业农村部信息中心和山东卓创资讯股份有限公司联合监测，2019年第38周（即9月16日-9月20日，以下简称本周），16省（直辖市）瘦肉型白条猪肉出厂价格总指数的周平均值为每公斤37.57元，环比涨1.2%，同比涨94.1%。

广西壮族自治区梧州市岑溪市排查出非洲猪瘟疫情。

本周国内瘦肉型白条猪肉出厂价格(以下简称猪肉价格)环比小幅上涨，区域间差异较明显。东北地区在周初延续猪肉价格上涨走势，后因猪肉消费需求回落，价格略有下降，总体看周均价环比微涨；华北地区供需双减，猪肉价格基本稳定；华中、华东地区和四川省因中秋节前适重生猪集中出栏，造成节后生猪存栏量下滑，带动生猪、猪肉价格不同程度上涨；广东省受流入生猪和猪肉增多，供应缺口缩小的影响，猪肉价格微涨。

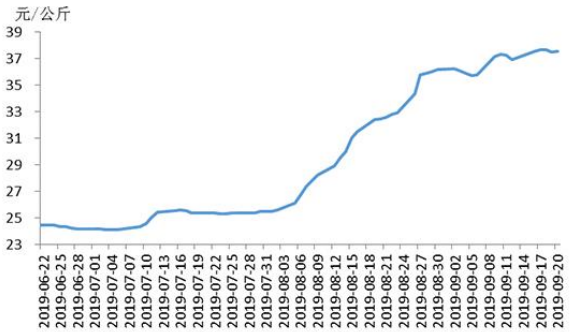


图1 瘦肉型白条猪肉出厂价格总指数运行走势图

表1 瘦肉型白条猪肉出厂价格总指数变化情况表

单位：元/公斤，公斤

	9月16日	9月17日	9月18日	9月19日	9月20日	宰后均重
16省	37.51	37.66	37.66	37.50	37.54	83.99

以下是农业农村部信息中心主办的中国农业信息网“2019 年 09 月 26 日瘦肉型白条猪肉出厂价格指数”部分截图：



F.其他指数

除上述合作外，国家发改委价格监测中心会同卓创资讯等机构编制并发布“中国电煤价格指数”；淄博市能源事业发展中心（原淄博市物价局部分职能并入淄博市能源事业发展中心）与公司共同编制并发布“中国·淄博化工产品价格指数”、“淄博市新材料产品价格指数”等。

相关政府部门、交易所与公司联合开发、编制并发布相关大宗商品的指数，对于分析复杂的大宗商品变动现象中各因素变动影响方向和程度具有重要意义。

②相关政府部门与公司合作共同对大宗商品相关价格信息进行监测

A.国家统计局与公司的合作

2013 年，国家统计局与公司签署《大数据战略合作框架协议》，共同研究探讨建立大数据应用的统计标准，共同研究确定利用企业数据完善、补充政府统计数据的内容、形式及实施步骤，国家统计局将公司纳入“国家统计局大数据合作平台企业”；国家统计局城市社会经济调查司与公司签署《流通领域重要生产资料市场价格监测合作协议》，公司为其提供市场价格监测服务，对 24 个省（区、市）九大类重要生产资料的交易价格进行监测，双方在发布的信息中联合署名。以下是国家统计局网站“2019 年 9 月下旬流通领域重要生产资料市场价格变动情况”部分截图：



2019年9月下旬流通领域重要生产资料市场价格变动情况

来源：国家统计局　　发布时间：2019-10-09 09:30　　关闭窗口 打印本页

国家统计局中国经济景气监测中心　卓创资讯

据对24个省（区、市）流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测显示，2019年9月下旬与9月中旬相比，18种产品价格上涨，22种下降，10种持平。

2019年9月下旬流通领域重要生产资料市场价格变动情况

产品名称	单位	本期价格（元）	比上期价格涨跌(元)	涨跌幅(%)
一、黑色金属				
螺纹钢（Φ16-25mm,HRB400）	吨	3813.7	5.3	0.1
线材（Φ6.5mm,HPB300）	吨	4024.0	-3.2	-0.1
普通中板（20mm,Q235）	吨	3841.9	-8.3	-0.2
热轧普通薄板（3mm,Q235）	吨	3804.0	-22.2	-0.6
无缝钢管（219*6,20#）	吨	4718.6	-25.6	-0.5
角钢（5#）	吨	4084.8	5.2	0.1
二、有色金属				
电解铜（1#）	吨	47194.5	-287.1	-0.6
铝锭（A00）	吨	14194.5	-189.9	-1.3
铅锭（1#）	吨	16907.9	-143.5	-0.8
锌锭（0#）	吨	18848.5	-388.5	-2.0
三、化工产品				
硫酸（98%）	吨	155.0	-3.6	-2.3
烧碱(液碱，32%)	吨	856.0	47.0	5.8
甲醇（优等品）	吨	2177.3	116.6	5.7
纯苯（石油苯，工业级）	吨	5836.7	-47.6	-0.8
苯乙烯（一级品）	吨	8779.5	-257.6	-2.9
聚乙烯（LLDPE，7042）	吨	7748.5	28.1	0.4
聚丙烯（T30S）	吨	9119.7	65.6	0.7
聚氯乙烯（SG5）	吨	6675.6	-37.7	-0.6
顺丁胶（BR9000）	吨	12820.0	1176.4	10.1
涤纶长丝（FDY150D/96F）	吨	7833.3	-127.4	-1.6

B.国家发改委价格司与公司的合作

国家发改委价格司与公司签订“重点大宗商品价格监测分析预警研究”项目合同书，公司为其提供大宗商品市场和价格监测、监测分析报告、专题分析报告等服务。

C.农业农村部信息中心与公司的合作

农业农村部信息中心与公司签署《信息采集协议》，公司为其提供粮食、棉花、油料、糖料等四类农作物的市场信息服务；农业农村部农村经济研究中心与公司签署《信息服务合同》，公司为其提供玉米、玉米淀粉、芝麻、葵花籽等农作物的相关数据信息服务等。

D.其他政府部门与公司的合作

除此之外，山东省价格监测中心、淄博市价格监测中心等政府部门与公司开展合作，共同对相关大宗商品价格信息进行监测。

通过以上政府部门与公司的合作，共同对大宗商品相关价格信息进行监测，不仅对大宗商品市场参与者具有重要意义，而且对引导大宗商品市场健康发展、促进产业结构调整具有重要作用。

（2）信息采集和数据积累优势

公司的信息采集和数据积累优势主要体现在以下几个方面：

①多样的信息采集来源

公司主要通过信息授权、政府合作、信息交流、公开信息收集等方式采集信息，采集范围广、采集深度大、信息完整性和准确性高。

②科学的信息采集体系

公司制定了科学、严格的数据采集、处理、审核和发布的工作标准和流程，不断提高数据的及时性、客观性和准确性。同时，公司承担的《山东卓创信息服务标准化试点》项目，被国家标准化管理委员会评定为国家级服务业标准化试点考核评估合格项目（国标委服务[2018]54 号）。

③丰富的数据积累资源

通过长期不间断的监测、记录、评估和研究大宗商品各个行业的企业经营活动及市场变动情况，公司建立了大宗商品行业有关市场规模、市场供应、市场成交、商贸物流、加工消费、商业库存、商家信心调查等相关数据库。

高质量的信息采集和海量的数据积累，为公司向客户提供高质量的服务提

供了有力的保证，有利于巩固和提升公司的市场竞争优势。

（3）技术优势

大宗商品信息服务行业涉及的先进技术主要包括两方面：一方面是产品技术，主要是与数据采集、清洗、挖掘、分析相关的核心准则；一方面是信息技术，主要是与数据存储、传输、推送等相关的电信技术。

在产品技术方面，公司对标国际同行业先进水平，参照国际证监会组织（IOSCO）对价格评估原则的指导意见，建立了一套科学有效的大宗商品价格评估体系，即“SPAS”。作为一家专注于大宗商品市场数据监测、交易价格评估及行业数据分析的专业服务机构，中立性是公司为客户创造更大价值和提升自身竞争优势的基本原则，而一套科学有效的大宗商品市场价格评估体系为公司保持中立原则提供了的必要的技术保证。公司依据科学有效的价格评估体系，通过严谨的方法论、严格的行为准则、细致的市场调研和系统的信息采集获得真实、客观的市场信息，并将相关信息传递至市场参与者，提升市场透明度，促进市场交易的公平和效率，公司通过定期召开估价研讨会，加强与客户、行业专家及其他合作伙伴的沟通交流，不断完善公司的价格评估方法论和价格评估体系，进一步提升了公司作为中立第三方的公信力和影响力。

在信息技术方面，公司的信息技术团队在深入了解客户需求的基础上，适应行业多维度发展方向，用信息技术支撑公司各项业务的发展和运营。目前，公司已经掌握大宗商品信息服务行业所需的数据库技术、网站开发及维护技术、资讯信息分布式发送技术、移动终端应用技术、行业深度搜索技术等。上述信息技术的研发及应用，极大提高了公司资讯产品和服务的数量及质量，从而满足客户对及时、准确、完整、可靠的信息产品及服务的需求。

（4）产品和服务优势

公司产品和服务优势主要体现在以下几个方面：

①公司恪守“中立、专业、专注”原则，坚守“中立第三方”立场

公司始终恪守“中立、专业、专注”原则，客观、公正、科学的对大宗商品现货市场进行监测、记录、分析、评估和研究。公司独立于大宗商品行业的上游供应企业、下游消费企业以及贸易流通企业，坚守大宗商品信息服务行业“中立第三方”立场，保证了公司的市场公信力。

②公司拥有完善的产业链布局，为客户提供全方位服务

公司专注的产品领域涵盖能源、化工、塑料、橡胶、有色金属、钢铁、建材、农产品、农副产品、农资、林业、畜牧业、渔业、再生资源等，包含大宗商品行业的绝大部分领域，能够满足客户对不同大宗商品领域的需求。

③公司拥有完整的产品服务线，充分满足各类客户需求

公司通过即时资讯、时段报告、数据服务和大宗商品数据客户端为客户提供大宗商品行业资讯的同时，还可以为客户提供咨询、会务调研等多样化、立体化的增值服务。完整的产品服务线，吸引了各类客户与公司建立业务关系，截至目前，公司的客户不仅包括大宗商品行业的产业客户，还包括与大宗商品行业相关的金融机构、商品期现货交易所、政府机关、媒体、科研院所等。

④公司拥有严格的产品服务体系，保证高质量的产品服务

公司建立了规范的数据采集流程和数据处理标准体系，确保产品及服务的原创性、准确性及可追溯性。公司培育了一支规模适中、经验丰富、分工明确的专业分析师团队，能够洞悉行业发展现状及变化，确保公司提供产品及服务的持续性及优质性。

（5）人才团队优势

公司始终秉承以人为本的理念，注重优秀人才的引进和培养。公司的高级管理人员、资深分析师及核心销售人员具有较强的稳定性及凝聚力，在长期的大宗商品信息服务运营过程中积累了丰富的经验，培育了专业的素质，对行业状况及发展趋势有着深刻的理解，对市场需求有敏锐的察觉能力，可以及时、准确的依照市场变化把握公司的战略方向，保障公司健康、稳定、持续发展。

公司的核心管理团队成员是国内较早认识到大宗商品服务行业巨大发展空间并积极介入的专业人士，凭借对该行业的深刻理解，在市场开拓、创新产品及服务、技术研发、质量控制等领域积累了丰富的经验并应用于实践。公司建立了系统的培训体系和晋级体系，能够持续提升员工的专业能力和行业认知，为员工提供专业的职业发展规划。

在加强内部团队培养的同时，公司在北京、上海设立分支机构，招募行业内专家和资深人士，一方面提高了公司专业实力和市场影响力，另一方面带动了本土团队的快速成长，为客户提供全方位的大宗商品信息服务。

2、竞争劣势

（1）公司规模有待扩大

尽管本公司目前在国内市场居于领先地位，但是考虑到市场竞争日趋激烈的状况，为保持公司的领先地位，公司规模有待扩大。公司进一步扩大规模依赖于数据信息的深入挖掘、产品服务的更新升级、营销手段的创新、专业人才数量的增加等，为此公司需要投入大量资金用于产品研发升级、数据平台的优化建设、新技术引进和设备购买、高端人才引进、市场开拓等。

（2）专业人才储备有待提升

随着公司规模的逐步扩大和市场竞争的日益加剧，公司目前的人才储备将不能完全满足未来需求，公司未来将需要更多行业分析、技术开发、市场拓展等各类优秀人才的加盟，专业人才储备的相对缺乏可能成为公司未来发展的瓶颈。

（十）影响发行人发展的有利和不利因素

大宗商品信息服务行业目前是机会与风险并存的时期，卓创资讯如能发挥自身优势，准确把握宏观及行业发展机遇，未来仍有较大提升空间。

1、有利因素

（1）国家政策的扶持和鼓励

近年来，我国政府大力支持信息服务、大数据和云计算及人工智能相关行业的发展，陆续出台了《2006-2020 年国家信息化发展战略》、《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》、《中国制造 2025》、《大数据产业发展规划（2016-2020 年）》、《云计算发展三年行动计划（2017 年-2019 年）》、《中国人工智能发展规划》等多个对信息服务、大数据和云计算行业有重大扶持作用的政策性文件。

（2）社会需求推动大宗商品信息服务行业创新发展

随着客户规模和综合性需求的提高，客户不再满足于单一、基础的资讯产品和服务，对综合性资讯产品和高端咨询服务的需求会明显上升，能够顺应市场、满足客户需求的产品和服务仍具有很大的拓展空间。客户的综合性需求将推动大宗商品信息服务行业的转型升级和创新发展。

（3）我国电信和计算机技术的快速发展

我国电信基础设施建设、计算机关键技术研究和应用从 20 世纪末 21 世纪初进入高速发展时期，截至目前我国已建成世界第一大基础电信网络，其容

量、传输速度、设备技术先进性等均居世界前列。同时我国计算机软硬件技术不断提升，量子计算机、区块链、边缘计算云技术、大数据和人工智能技术日趋成熟，特别是随着 5G 技术的推出和逐步普及，都将有利于物联网、人工智能的落地和实施。这将有利于大宗商品信息服务行业的快速发展。

2、不利因素

（1）人工成本持续上升

大宗商品信息服务行业在信息采集、营销环节有较大的人工需求。随着我国人口结构的变化，人工成本呈现刚性上涨的趋势。人工成本的持续上升，将对公司的未来的经营业绩增长带来一定压力。

（2）行业法律法规建设有待完善

大宗商品信息服务行业在我国属于新兴行业，相关方面的法制建设和行业法规尚不完善，缺乏强有力的法制约束和保障。

（3）知识产权保护意识有待加强

目前国内大宗商品信息服务行业内充斥着大量小微型企业，行业内存在大量抄袭信息数据和低价竞争的现象，在一定程度上影响了大宗商品信息服务行业的发展。

（十一）发行人与同行业上市公司的比较情况

1、注册用户数量

报告期各期末，发行人与同行业上市公司注册用户数量对比如下：

单位：万个

公司名称	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海钢联	资讯数据业务 PC 端	479.63	439.95	415.36	286.40
	移动端	未披露	未披露	未披露	未披露
卓创资讯		317.65	306.09	285.20	263.51
华瑞信息		13.22	12.80	12.19	12.53

注 1：上海钢联和华瑞信息的有关数据来源于其公开披露的定期报告，因生意宝未披露其注册用户数量，因此上表未列示生意宝。

注 2：上海钢联于 2018 年收购山东隆众，报告期各期末的注册用户数量中包括了原山东隆众的注册用户。

2、付费用户数量及 ARPU 值

报告期内，发行人与同行业上市公司付费用户数量及 ARPU 值对比如下：

单位：万个；元/个

公司	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	付费用户数量	ARPU 值	付费用户数量	ARPU 值	付费用户数量	ARPU 值	付费用户数量	ARPU 值
上海钢联	18.51	1,177.45	17.66	2,201.55	12.95	2,627.05	12.62	2,253.42
卓创资讯	12.94	957.32	14.89	1,466.30	15.90	1,383.77	17.00	1,195.66

注：上述客户数量为收入口径数据，ARPU 值统计口径为客户平均收入金额；因生意宝、华瑞信息未披露其付费用户数量及 ARPU 值，因此上表未列示生意宝、华瑞信息。

由上表可知，发行人报告期付费用户数量呈下降趋势，但 ARPU 值呈上升趋势，而上海钢联付费用户数量呈上升趋势，ARPU 值呈下降趋势，主要原因：

由于发行人客户中手机短信业务的客户数量较多，此类客户平均付费金额较低，受此影响，公司整体 ARPU 值低于上海钢联。随着手机短信业务收入的下降，手机短信业务的客户数量下降较多，但是随着公司不断加大对大客户的开拓力度，公司客户的 ARPU 值呈不断上升的趋势。

上海钢联 ARPU 值高于公司，主要原因一是上海钢联的广告业务收入金额及占比较高，广告业务客户平均收费金额较高，导致上海钢联的 ARPU 值较高；二是上海钢联的 PC 端客户较多，相比于手机端客户，PC 端客户的平均付款金额更高，因此导致上海钢联的 ARPU 值较高。

三、发行人销售情况和主要客户

（一）报告期内主要产品的产销情况

1、主要产品或服务规模

公司属于软件和信息技术服务业，公司提供的产品或服务主要受市场容量、市场开发能力及服务能力的限制，硬件设施和软件工具不构成公司发展的瓶颈。

服务器、网络设备、存储设备等是公司对外提供服务的主要硬件基础，公司可根据用户数量和服务量，适时增加硬件设施的投入，确保网络的稳定运行以及服务的正常提供。目前，公司的各类服务器、网络设备器等硬件设备的服务能力均能满足目前需要。

数据库、电子化管理软件、操作系统等是公司对外提供服务的主要软件工具，用于数据的采集、存储、分析、数据产品研发等环节。目前公司的数据库以及各类软件工具均能满足需要。

公司进一步扩大服务能力依赖于资讯产品的不断开发、升级以及销售人员销售能力的提高。公司现有分析师团队、咨询团队、销售团队和研发团队均能满足现有业务需要。

2、销售收入情况

报告期内公司主营业务收入构成如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
资讯服务	10,482.69	84.65	17,888.64	81.95	17,869.95	81.20	16,009.68	78.77
咨询服务	1,035.48	8.36	2,600.19	11.91	2,414.29	10.97	2,342.79	11.53
会务调研	751.04	6.07	1,102.81	5.05	1,541.83	7.01	1,802.06	8.87
广告服务	113.76	0.92	235.80	1.08	181.83	0.83	171.12	0.84
主营业务收入	**12,382.97**	**100.00**	**21,827.45**	**100.00**	**22,007.91**	**100.00**	**20,325.65**	**100.00**

3、主要产品的销售数量变动情况

报告期内，公司主要产品销量及变动情况如下:

单位：个

业务类别	主要产品	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资讯服务	即时资讯	136,529	274,282	293,477	300,889
	时段报告	18,664	29,984	29,370	26,832
	数据服务	3,434	4,366	4,434	3,016
	大宗商品数据客户端	792	1,008	716	460
咨询服务	咨询服务	88	172	170	145
会务调研	商务会议	1,155	2,012	2,116	2,553
	走访调研	168	306	662	862
广告服务	广告	214	304	219	188

注：上表中资讯服务和广告服务的销售数量为产品项数量；咨询服务的销售数量为定制报告数量；会务调研的销售数量为付费客户数量。

4、主要产品的销售价格变动情况

（1）公司各类明细产品与服务的价格形成机制

公司各类明细产品与服务的价格形成机制如下：

业务大类	产品名称	价格形成机制
资讯服务	即时资讯	均为标准报价，具体定价过程为选取基准商品，根据产品内容、成本投入、同行业竞品、市场接受程度等因素确定基准价，其他产品通过与基准产品进行比较定价。
	时段报告	均为标准报价，具体定价过程为选取基准商品，根据产品内容、成本投入、同行业竞品、报告撰写难易程度、公司品牌价值等因素确定基准价，其他产品通过与基准产品进行比较定价。
	数据服务	根据客户需求的数据类型、数据量、数据时间跨度及数据交付形式等因素确定产品报价，之后根据双方协商确定最终价格。
	大宗商品数据客户端	均为标准报价，具体定价过程为根据产品定位、服务内容、成本投入、市场接受程度等因素确定标准报价。
咨询服务	定制报告	根据投入人员的职级及工时测算人工成本，考虑差旅费、数据采集等成本后结合利润率确定产品报价，之后根据双方协商确定最终价格。
会务调研	商务会议	根据会议规格、举办地点、业内影响力度、预计参会人员规模及构成、预估成本投入等因素确定商务会议的价格。
	走访调研	根据走访调研行程安排、天数、走访企业质量及数量、产品成熟度、预估成本投入等因素评估确定走访调研的价格。
广告服务	广告	根据广告的投放位置、展示时间及效果、更新频率、成本投入等因素确定报价。

注：基准价，指某行业中一个标准的、基本的产品价格，其他产品都比较该基准价定价。

（2）公司主要产品销售价格变动情况

报告期内，公司主要产品销售价格及变动情况如下:

单位：元/个

业务类别	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资讯服务	即时资讯	453.09	431.45	409.89	382.79
	时段报告	1,154.03	1,013.41	1,006.31	936.88
	数据服务	3,383.11	3,871.82	3,723.00	3,611.05
	大宗商品数据客户端	11,989.72	12,662.98	14,853.70	16,503.59
咨询服务	咨询服务	117,667.95	151,173.93	142,016.85	161,571.80
会务调研	商务会议	4,609.62	3,883.46	4,770.31	4,467.08
	走访调研	6,126.26	5,321.37	6,685.94	6,804.75
广告服务	广告	5,315.82	7,756.54	8,302.90	9,102.17

报告期内，公司主要产品的销售价格未发生重大变化。

5、产品的主要消费群体

（1）公司的客户主要为以下七类：

①大宗商品生产企业，如中国石油化工股份有限公司、中国石油天然气股份有限公司、中海石油气电集团有限责任公司、壳牌（中国）有限公司、福建

联合石油化工有限公司等；

②大宗商品贸易企业，如中粮贸易有限公司、中铝国际贸易集团有限公司、英力士贸易（上海）有限公司、亨斯迈化工贸易（上海）有限公司、沙伯基础（上海）商贸有限公司等；

③终端制造企业，如一汽—大众汽车有限公司、青岛海尔零部件采购有限公司、奥克斯空调股份有限公司等；

④政府部门和大宗商品交易所，如国家统计局、国家发改委、农业农村部、山东省价格监测中心、淄博市人民政府、延安市人民政府、大连商品交易所、郑州商品交易所、上海期货交易所等；

⑤媒体、科研机构和院校，如新华通讯社、清华大学研究所、北京低碳清洁能源研究所、浙江大学等；

⑥金融机构及其他专业机构，如中信证券股份有限公司、海通证券股份有限公司等金融机构，普氏能源资讯、彭博资讯、麦肯锡（上海）咨询有限公司等信息服务企业；

⑦个人用户，如从事大宗商品贸易、期货投资的个人用户等。

上述七类客户中，第①至⑥类为机构客户，第⑦类为个人客户。

（2）报告期内付费客户数量、收入金额及单客户平均收入

报告期内，公司机构客户与个人客户的客户数量、收入金额及单客户平均收入如下：

①付费客户对应的收入金额及占比变动分析

报告期内，公司付费客户对应的收入金额及占比情况如下：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
机构客户	10,554.14	85.23	18,515.20	84.83	18,504.40	84.08	16,829.09	82.80
个人客户	1,828.82	14.77	3,312.25	15.17	3,503.51	15.92	3,496.56	17.20
主营业务收入	**12,382.97**	**100.00**	**21,827.45**	**100.00**	**22,007.91**	**100.00**	**20,325.65**	**100.00**

报告期内，机构客户对应收入金额及占比均呈增长趋势，个人客户对应收入金额有所增长，但增长速度慢于主营业务收入的增长，占主营业务收入的比例呈下降趋势。

②付费客户数量及占比变动分析

报告期内，公司付费客户数量及占比情况如下：

单位：个；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比
机构客户	62,398	48.24	70,130	47.11	74,332	46.74	78,856	46.39
个人客户	66,953	51.76	78,731	52.89	84,711	53.26	91,139	53.61
合 计	**129,351**	**100.00**	**148,861**	**100.00**	**159,043**	**100.00**	**169,995**	**100.00**

注：付费客户数量为本年度内有分摊收入的注册客户数量。

报告期内，随着“三去一降一补”及供给侧结构性改革的持续推进，大宗商品行业竞争激烈，市场集中度逐步提高，大型企业盈利能力逐步增强，风险承受能力低的小微型企业和个人从业者逐步退出市场。

报告期内，随着宏观经济的结构调整，公司的客户结构也发生相应变化，个人客户占比逐步下降，机构客户占比逐步上升。

③单客户平均收入及变动分析

报告期内，公司单客户平均收入金额及变动情况如下：

单位：元/个

单客户平均收入	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
机构客户	1,691.42	2,640.13	2,489.43	2,134.15
个人客户	273.15	420.70	413.58	383.65
全部客户	957.32	1,466.30	1,383.77	1,195.66

报告期内，公司通过提升服务质量和产品升级，带动客户的需求升级。同时，公司通过不断加深对大客户需求的分析和引导，大客户数量及其相关收入逐步增长，从而带动报告期单客户平均收入逐步增长。

（3）各类客户所需服务的主要类型，销售模式、服务模式、付款条件

①各类客户所需服务的主要类型

客户类型	服务类型
机构客户	客户需求较为全面，对公司全部产品均有需求。
个人客户	个人客户主要关注单一产品的市场价格信息，订阅产品以即时资讯中手机短信、手机客户端为主。

②各类客户的销售模式对比

报告期内，公司对各类客户的销售模式均为直接销售，不存在差异情况。公司的主要产品及服务为资讯服务、咨询服务和会务调研服务，各类业务销售

模式存在一定差异。公司针对各类业务的销售模式详见本招股说明书“第六节/一/（四）发行人主要经营模式”。

③各类客户的服务模式对比

报告期内，公司未按照客户类别设定不同的服务模式，各类别客户获取和使用公司不同类型产品或服务，具体服务模式上存在一定差异。公司按照产品类型划分的服务模式详见本招股说明书“第六节/一/（四）发行人主要经营模式”。

④各类客户的付款条件对比

报告期内，公司未按照客户类别设定不同的付款条件。一般情况下，公司在提供服务前一次性向客户收取服务期的全部费用，对于咨询服务和部分数据服务的大客户，公司根据双方签署的业务合同中约定的付款条件收取服务费用。

（4）客户续费及新客户开拓情况

①客户续费情况

报告期各期间，公司有至少 1 次付费记录的老客户数量分别为 61,330 个、50,010 个、49,154 个和 26,592 个，对应的收款金额分别为 18,842.09 万元、18,880.07 万元、21,281.05 万元和 11,759.16 万元，受宏观经济环境影响，公司报告期中小客户数量逐步下降，导致各期付费客户数量有所减少。公司报告期通过不断加深对大客户需求的分析和引导，强化产品创新和对公司现有产品的质量提升和服务升级，大客户数量逐步提升，带动报告期收款金额的逐步增长。

② 新客户开拓情况

报告期内，公司新增付费客户数量分别为 27,320 个、20,272 个、19,800 个和 10,756 个，对应的收款金额分别为 5,905.34 万元、4,524.04 万元、4,547.17 万元和 2,621.95 万元。受国内经济形势影响，大宗商品行业集中度提升，中小客户数量有所减少，2020 年和 2019 年新增付费客户数量减少，新增付费客户收款金额相比 2018 年有所下降。

③报告期新增付费客户、续费客户的平均付款金额、订单均值变动情况

报告期内，公司客户平均付款金额、续费客户订单均值均呈增长趋势，不存在“降价促销”以实现短期增收的行为，公司在经营中始终执行稳定的销售

定价政策，以实现公司长远、健康发展。

（5）各类别客户的注册、付费、活跃情况

①付费客户与非付费客户的权限区别

客户注册成为免费客户后，销售人员可根据注册客户的需求为其开通部分产品或服务的试用权限。相同产品或服务的试用权限与正式权限相比主要是信息浏览期限长短差异，客户可以获取和使用的产品或服务内容并无差异。在试用周期内，客户可获取和使用公司相应收费产品或服务。试用周期届满后，客户无法获取和使用公司收费产品或服务。

公司销售人员基于对客户需求的充分理解，为客户推荐适合的产品及服务，积极引导潜在客户向付费客户转化。客户订阅产品或服务并支付款项后，公司为其开通相应产品或服务的正式权限。

②各类注册客户中付费客户占比、活跃客户占比情况

A.付费客户占比

截至 2021 年 6 月 30 日，公司累计注册的客户数量为 317.65 万个，其中报告期内累计付费客户数量为 22.59 万个，占累计注册客户的比例为 7.11%，各类注册客户中付费客户占比情况如下：

单位：万个；%

客户类别	累计注册客户数量	报告期内累计付费客户数量	付费客户占比
个人客户	189.76	12.13	6.39
机构客户	127.89	10.45	8.17
合 计	**317.65**	**22.59**	**7.11**

注：付费客户数量是指报告期内有分摊收入的注册客户数量。

B.活跃客户占比情况

截至 2021 年 6 月 30 日，公司累计注册的客户数量为 317.65 万个，其中报告期内活跃客户数量为 76.78 万个，占累计注册客户的比例为 24.17%，各类注册客户中活跃客户占比情况如下:

单位：万个；%

客户类别	累计注册客户数量	报告期内活跃客户数量	活跃客户占比
个人客户	189.76	42.52	22.41
机构客户	127.89	34.26	26.79
合 计	**317.65**	**76.78**	**24.17**

（6）付费客户对应账户情况

公司报告期累计付费客户数量为 22.59 万个，对应的账户数量为 34.82 万个，各类付费客户数量及对应账户数量情况如下：

单位：万个；%

客户类别	报告期累计付费客户数量	客户占比	对应账户数量	账户占比
个人客户	12.13	53.72	14.22	40.84
机构客户	10.45	46.28	20.60	59.16
合 计	**22.59**	**100.00**	**34.82**	**100.00**

由上表可知，报告期内公司各类付费客户数量均小于相应的账户数量，公司同一客户拥有多个账户的情况比较普遍，符合公司实际情况和行业惯例。

（7）报告期内公司退款情况

①实际退款金额及允许退款情形

报告期内，公司产品退款金额分别为 42.58 万元、36.70 万元、22.14 万元和 23.72 万元，占营业收入的比例分别为 0.21%、0.17%、0.10%和 0.19%，客户订阅公司产品并支付款项后，通常情况下不可以办理产品退款，因此，公司报告期产品退款金额较小，占营业收入的比例较低。

公司允许退款的主要情形为：A.由于公司优化产品结构等原因将部分产品下线，无法继续向客户提供相应产品；B.客户预订会务调研并支付款项后，因故未能实际参加会议或走访调研活动，未实际获取发行人相关服务。

②退款相关会计政策

A.对于资讯服务、咨询服务及广告业务，客户在订阅产品并支付款项后，由于公司优化产品结构等原因将部分产品下线，无法继续向客户提供相应产品或服务，发行人向客户退回未提供产品或服务部分对应的款项；

B.对于会务调研服务，客户预订会务调研并支付款项后，因故未能实际参加会议或走访调研活动，未实际获取发行人相关服务，客户提出退款申请并经发行人内部审批后，发行人向其退还全部款项。

③退款会计处理的谨慎性、合理性

客户退款申请审批完成后，公司的会计处理如下：

借：预收账款

贷：其他应付款

客户退款办理完成后，公司的会计处理如下：

借：其他应付款

贷：银行存款

报告期内，公司退款金额较小，占营业收入的比例较低，因此未计提预计负债。

报告期内，公司关于产品退款相关会计处理是谨慎的、合理的，符合《企业会计准则》的规定。

6、销售模式的变化情况

报告期内公司的销售模式未发生重大变化。

（二）报告期内的主要客户情况

1、对前五名客户的销售情况

（1）报告期各期前五名客户的销售情况

报告期内，公司对前五名客户的销售情况如下表所示：

单位：万元；%

2021 年 1-6 月				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占营业收入比例**	**销售内容**
1	中国石油天然气股份有限公司	117.61	0.95	资讯服务、咨询服务、会务调研
2	上海亨斯迈聚氨酯有限公司	115.90	0.94	资讯服务、咨询服务
3	山东京博石油化工有限公司	87.35	0.71	资讯服务、咨询服务、会务调研
4	平安资产管理有限责任公司	79.54	0.64	资讯服务
5	如东县双甸镇人民政府	70.75	0.57	咨询服务
合 计		**471.15**	**3.81**	**-**
2020 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占营业收入比例**	**销售内容**
1	壳牌（中国）有限公司	201.44	0.92	资讯服务、咨询服务
2	中国石油天然气股份有限公司	193.05	0.88	资讯服务
3	山东京博石油化工有限公司	153.71	0.70	资讯服务、咨询服务、会务调研
4	大连商品交易所	149.95	0.69	资讯服务、会务调研、广告服务
5	陕西延长石油（集团）有限责任公司	148.41	0.68	资讯服务、咨询服务
合 计		**846.55**	**3.88**	**-**
2019 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占营业收**	**销售内容**

			入比例	
1	深圳平安通信科技有限公司	220.79	1.00	资讯服务
2	壳牌（中国）有限公司	209.28	0.95	资讯服务、咨询服务、会务调研
3	中国石油天然气股份有限公司	168.12	0.76	资讯服务、咨询服务、会务调研
4	大连商品交易所	157.49	0.72	资讯服务、会务调研
5	江苏扬农化工集团有限公司	130.45	0.59	资讯服务、咨询服务、会务调研、广告服务
合 计		**886.13**	**4.03**	**-**
2018 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占营业收入比例**	**销售内容**
1	壳牌（中国）有限公司	522.72	2.57	资讯服务、咨询服务、会务调研
2	延安市人民政府	188.68	0.93	会务调研
3	中国石油天然气股份有限公司	140.48	0.69	资讯服务、咨询服务、会务调研
4	大连商品交易所	123.81	0.61	资讯服务、会务调研
5	福建联合石油化工有限公司	123.24	0.61	资讯服务、咨询服务、会务调研
合 计		**1,098.93**	**5.41**	-

发行人报告期内不存在向单个客户的销售比例超过总额的 50%或严重依赖于少数客户的情况。公司不存在董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在上述客户中拥有权益的情况。公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述相关客户不存在关联关系，不存在前五大客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（2）发行人报告期内前五名客户相比上期的新增客户情况

年度	序号	公司名称	新增客户情况
2021 年 1-6 月	1	上海亨斯迈聚氨酯有限公司	上海亨斯迈聚氨酯有限公司成立于 2003 年，2019 年开始与公司合作，主要采购咨询服务。
	2	平安资产管理有限责任公司	平安资产管理有限责任公司成立于 2005 年，2020 年开始与公司合作，与公司签订了数据采购合同，涵盖化工、塑料、橡胶、畜牧业、化肥、种植业、农副产品加工、工业气体、造纸、化纤、农药、渔业和林业等行业。

	3	如东县双甸镇人民政府	如东县双甸镇人民政府自 2021 年开始与公司合作，主要采购咨询服务。
2020 年度	1	山东京博石油化工有限公司	山东京博石油化工有限公司成立于 2000 年，自 2010 年开始与公司合作，采购石油、化工行业相关的资讯服务、咨询服务。
	2	陕西延长石油（集团）有限责任公司	陕西延长石油（集团）有限责任公司成立于 1996 年，自 2012 年开始与公司合作，主要采购咨询服务、会务调研服务。
2019 年度	1	深圳平安通信科技有限公司	深圳平安通信科技有限公司成立于 2014 年，自 2018 年开始与公司合作，2018 年 12 月与公司签订了数据采购合同，涵盖能源、化工、农业、金属等 200 多个细分品种 2013 年以来的数据，2019 年成为发行人资讯服务第一大客户。
	2	江苏扬农化工集团有限公司	江苏扬农化工集团有限公司成立于 1990 年，自 2009 年开始与公司合作，报告期内一直订阅公司的手机短信、时段报告等资讯服务，在多年合作的基础上，2019 年开始订阅 C2 产业链研究定制报告、PDH（丙烷脱氢）产业链规划定制报告、丙烯定制报告等，成为咨询服务的第二大客户。
2018 年度	1	延安市人民政府	延安市人民政府自 2018 年开始与公司合作，公司为其策划了“2018 中国西部能源产业高峰论坛”和“2018 中国化工产业发展研讨会暨商贸洽谈会”，前述两场会议规模较大，延安市人民政府成为 2018 年会务调研的第一大客户。
	2	大连商品交易所	大连商品交易所自 2009 年开始与公司合作，报告期内一直为公司资讯服务的前十大客户之一，主要订阅网上信息、数据以及 LNG、PVC、苯乙烯、玉米等几十种品类的年度报告等。
	3	福建联合石油化工有限公司	福建联合石油化工有限公司自 2009 年开始与公司合作，报告期内一直采购公司的原油、石脑油、燃料油、丙烷、丁烷等石化产品的定制报告，在 2018 年成为公司咨询服务的第二大客户。

2、各类业务主要客户情况

（1）资讯服务

单位：万元；%

2021 年 1-6 月				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	中国石油天然气股份有限公司	90.25	0.86	即时资讯、时段报告、数据服务等
2	平安资产管理有限责任公司	79.54	0.76	数据服务、大宗商品数据客户端
3	大连商品交易所	54.61	0.52	即时资讯、时段报告、数据服务
4	彭博资讯	47.65	0.45	数据服务
5	山西德茂智能科技有限公司	39.08	0.37	数据服务

合 计		311.13	2.96	-
2020 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	中国石油天然气股份有限公司	170.92	0.96	即时资讯、时段报告、数据服务等
2	大连商品交易所	121.50	0.68	即时资讯、时段报告、数据服务
3	平安资产管理有限责任公司	114.18	0.64	数据服务
4	彭博资讯	87.32	0.49	数据服务
5	中国石油化工股份有限公司	57.13	0.32	即时资讯、时段报告、数据服务
合 计		**551.05**	**3.08**	-
2019 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	深圳平安通信科技有限公司	220.79	1.24	数据服务
2	中国石油天然气股份有限公司	148.24	0.83	即时资讯、时段报告、数据服务等
3	大连商品交易所	128.62	0.72	即时资讯、时段报告、数据服务
4	彭博资讯	87.44	0.49	数据服务
5	淄博市人民政府	69.42	0.39	时段报告等
合 计		**654.50**	**3.66**	-
2018 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	中国石油天然气股份有限公司	115.33	0.72	即时资讯、时段报告、数据服务
2	大连商品交易所	104.38	0.65	即时资讯、时段报告、数据服务
3	淄博市人民政府	84.34	0.53	时段报告
4	彭博资讯	79.25	0.49	数据服务
5	平安科技（深圳）有限公司	79.25	0.49	数据服务
合 计		**462.54**	**2.89**	-

（2）咨询服务

单位：万元；%

2021 年 1-6 月				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	上海亨斯迈聚氨酯有限公司	115.17	11.12	定制报告

2	山东京博石油化工有限公司	74.39	7.18	定制报告
3	如东县双甸镇人民政府	70.75	6.83	定制报告
4	Marubeni Corporation	38.00	3.67	定制报告
5	山西潞安煤基合成油有限公司	36.79	3.55	定制报告
合 计		**335.11**	**32.35**	**-**
2020 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	壳牌（中国）有限公司	191.84	7.38	定制报告
2	山东京博石油化工有限公司	134.25	5.16	定制报告
3	陕西延长石油（集团）有限责任公司	114.20	4.39	定制报告
4	福建联合石油化工有限公司	98.01	3.77	定制报告
5	惠生工程（中国）有限公司	94.34	3.63	定制报告
合 计		**632.64**	**24.33**	**-**
2019 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	壳牌（中国）有限公司	189.41	7.85	定制报告
2	江苏扬农化工集团有限公司	128.30	5.31	定制报告
3	麦肯锡（上海）咨询有限公司	118.60	4.91	定制报告
4	中石油大连液化天然气有限公司	84.72	3.51	定制报告
	中石油江苏液化天然气有限公司	30.91	1.28	定制报告
	小计	115.62	4.79	-
5	CJ CHEILJEDANG CORPORATION	94.85	3.93	定制报告
合 计		**646.80**	**26.79**	**-**
2018 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	壳牌(中国）有限公司	513.73	21.93	定制报告
2	福建联合石油化工有限公司	93.96	4.01	定制报告
3	北京信达嘉禾信息咨询有限公司	83.02	3.54	定制报告
4	中国石化化工销售有限公司	74.34	3.17	定制报告
5	国药控股股份有限公司	73.96	3.16	定制报告
合 计		**839.01**	**35.81**	**-**

（3）会务调研

单位：万元；%

2021 年 1-6 月				
序号	公司名称	销售额	占同类收入比例	销售内容
1	浙江卫星石化股份有限公司	13.27	1.77	商务会议
2	大连商品交易所	10.71	1.43	商务会议
3	唐山友发钢管制造有限公司	9.43	1.26	商务会议
4	海南概思商业管理有限公司	9.43	1.26	商务会议
5	中国国际期货股份有限公司	7.78	1.04	商务会议
合计		**50.62**	**6.76**	-
2020 年度				
序号	公司名称	销售额	占同类收入比例	销售内容
1	乾安弱碱食品开发有限责任公司	42.45	3.85	商务会议
2	江苏五城共聚网络科技有限公司	32.04	2.91	商务会议
3	车主邦（北京）科技有限公司	12.55	1.14	商务会议、培训
4	中天期货有限责任公司	11.32	1.03	走访调研、培训
5	大连商品交易所	10.62	0.96	商务会议、走访调研、培训
合计		**108.99**	**9.88**	-
2019 年度				
序号	公司名称	销售额	占同类收入比例	销售内容
1	乾安弱碱食品开发有限责任公司	44.34	2.88	商务会议
2	大连商品交易所	28.87	1.87	商务会议、走访调研
3	海通期货股份有限公司	27.92	1.81	商务会议
4	安粮期货股份有限公司	27.50	1.78	商务会议、培训
5	正和集团股份有限公司	17.20	1.12	商务会议
合 计		**145.83**	**9.46**	-
2018 年度				
序号	公司名称	销售额	占同类收入比例	销售内容
1	延安市人民政府	188.68	10.47	商务会议
2	乾安弱碱食品开发有限责任公司	45.28	2.51	走访调研
3	中粮期货有限公司郑州营业部	20.57	1.14	商务会议
4	大连商品交易所	19.43	1.08	商务会议、走访调研

5	东营港经济开发区管理委员会	14.15	0.79	商务会议
合 计		**288.11**	**15.99**	**-**

（4）广告业务

单位：万元；%

2021 年 1-6 月				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	唐山正元管业有限公司	10.84	9.53	网页宣传、立体化品牌推广
2	福建省福化工贸股份有限公司	10.02	8.81	网页宣传
3	中国淀粉工业协会	3.30	2.90	立体化品牌推广
4	建信基金管理有限责任公司	3.30	2.90	网页宣传
5	上海泛亚航运有限公司	2.83	2.49	立体化品牌推广
合计		**30.29**	**26.63**	**-**
2020 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	大连商品交易所	17.83	7.56	立体化品牌推广
2	邯郸市友发钢管有限公司	12.50	5.30	网页宣传、立体化品牌推广
3	荣科科技股份有限公司	11.20	4.75	网页宣传、立体化品牌推广
4	福建省福化工贸股份有限公司	9.91	4.20	网页宣传
5	唐山正元管业有限公司	8.81	3.74	网页宣传、立体化品牌推广
合计		**60.25**	**25.55**	**-**
2019 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**
1	荣科科技股份有限公司	15.68	8.63	网页宣传、立体化品牌推广
2	邯郸市友发钢管有限公司	13.53	7.44	网页宣传、立体化品牌推广
3	福建省福化工贸股份有限公司	9.91	5.45	网页宣传
4	山东京博石油化工有限公司	7.86	4.32	网页宣传
5	神州姜窖农业集团有限公司	7.55	4.15	立体化品牌推广
合 计		**54.52**	**29.99**	**-**
2018 年度				
序号	**公司名称**	**销售额**	**占同类收入比例**	**销售内容**

1	神州姜窖农业集团有限公司	34.91	20.40	网页宣传、立体化品牌推广
	山东神州姜窖电子商务有限公司	4.95	2.89	
	小计	39.86	23.29	
2	唐山友发钢管制造有限公司	14.84	8.67	网页宣传、立体化品牌推广
	邯郸市友发钢管有限公司	2.26	1.32	
	小计	17.11	10.00	
3	沈阳石化产品交易中心有限公司	7.37	4.30	网页宣传
4	上海摩库数据技术有限公司	6.68	3.91	网页宣传
5	山东得胜梯次能源科技有限公司	3.77	2.21	立体化品牌推广
合 计		**74.79**	**43.70**	**-**

3、发行人报告期内客户与供应商、客户与竞争对手重叠的情形

（1）客户与供应商重叠情况

报告期内，公司存在部分客户同时也是公司供应商，具体情况如下：

单位：万元；%

序号	交易单位		交易内容	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
				金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	新华通讯社及关联方	销售	数据服务	-	-	16.74	0.08	61.40	0.28	66.98	0.33
		采购	采购报告	-	-	-	-	-	-	43.24	0.62
2	中国化工经济技术发展中心及关联方	销售	网上信息、定制报告、走访调研	2.64	0.02	5.28	0.02	-	-	0.11	0.00
		采购	采购报告	-	-	-	-	4.72	0.06	4.72	0.07
3	山东津达线缆有限公司	销售	手机客户端	0.07	0.00	0.15	0.00	0.06	0.00	-	-
		采购	采购线缆	-	-	-	-	0.32	0.00	-	-
4	海南国际热带农产品交易中心有限公司	销售	网上信息	-	-	-	-	-	-	0.08	0.00
		采购	中橡电子竞买交易行情数据费用	-	-	0.09	0.00	-	-	0.09	0.00

注：上表中销售占比为相应的销售收入占同期营业收入的比例，采购占比为相应的采购金额占同期采购总额的比例。

① 新华通讯社及关联方

公司于 2017 年通过竞标方式中标新华通讯社的“国际能源信息服务系统一期天然气、石油行业数据采购子项”项目，在报告期内持续为其提供数据服务，各期确认的销售收入分别为 66.98 万元、61.40 万元、16.74 万元和 0.00 万元。

中国经济信息社有限公司为新华通讯社的全资子公司，公司曾向中国经济

信息社有限公司山东分公司采购部分行业专业报告，约定服务期限为 1 年，2018 年分别确认的采购金额为 43.24 万元。

② 中国化工经济技术发展中心及关联方

报告期内，中国化工经济技术发展中心及关联方向公司采购了有机硅网上信息、石油焦定制报告及走访调研等服务，2018 年、2020 年和 2021 年 1-6 月销售收入分别为 0.11 万元、5.28 万元和 2.64 万元。

2018 年和 2019 年，公司向中国化工经济技术发展中心采购行业分析报告，金额分别为 4.72 万元和 4.72 万元。

③山东津达线缆有限公司

2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，山东津达线缆有限公司向公司采购了 PE、PVC、铜等产品的手机客户端服务，收入金额为 0.06 万元、0.15 万元和 0.07 万元。

2019 年，公司向山东津达线缆有限公司采购线缆，用于日常维修和项目材料，采购金额为 0.32 万元。

④海南国际热带农产品交易中心有限公司

2018 年，海南国际热带农产品交易中心有限公司向公司采购了网上信息服务，对应收入金额为 0.08 万元。

海南国际热带农产品交易中心有限公司为公司提供中橡电子竞买交易行情的部分数据，2018 年和 2020 年发行人向其支付的金额为 0.09 万元、0.09 万元。

（2）客户与竞争对手重叠情况

报告期内，公司存在部分客户同时也是公司竞争对手，具体情况如下：

单位：万元；%

序号	交易单位	交易内容	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1	普氏能源资讯	数据服务、即时资讯	9.46	0.08	15.67	0.07	14.91	0.07	-	-
2	麦肯锡（上海）咨询有限公司	咨询服务、时段报告	-	-	-	-	118.71	0.54	0.57	0.01
3	阿格斯及关联方	即时资讯、商务会议	5.14	0.04	8.49	0.04	0.69	0.00	-	-

① 普氏能源资讯

普氏能源资讯隶属于标普全球，是一家独立资讯提供商和大宗商品与能源市场基准价格提供商，自 2016 年开始与公司合作，向发行人订阅化工网全网等即时资讯服务。

②麦肯锡（上海）咨询有限公司

麦肯锡（上海）咨询有限公司 2017 年开始与公司合作，其主要向大型企业开展战略规划、管理咨询等方面的服务，在涉及到行业专业数据方面，会向公司采购专业的定制报告。同时，麦肯锡（上海）咨询有限公司在开展业务时，一些大型客户也会向其推荐公司作为行业数据的提供方。2019 年向公司订阅了成品油定制报告、钢铁定制报告、天然气定制报告等，成为发行人咨询服务的第三大客户。

③阿格斯及关联方

阿格斯是一家能源报价及市场分析的专业机构，提供数据、资讯和见解以及会议和咨询服务。阿格斯自 2012 年开始与公司合作，向发行人订阅石油树脂、甲醇等即时资讯服务、时段报告。

四、发行人采购情况和主要供应商

（一）主营业务成本构成情况

报告期内，公司主营业务成本构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本	3,098.67	77.05	5,445.65	74.78	5,456.10	74.95	4,718.02	67.23
短信费	233.54	5.81	552.48	7.59	483.22	6.64	682.40	9.72
会议调研费	254.35	6.32	449.17	6.17	540.71	7.43	635.66	9.06
办公费	281.61	7.00	525.87	7.22	477.13	6.55	464.92	6.63
报告成本	68.86	1.71	134.40	1.85	170.14	2.34	244.06	3.48
其他	84.85	2.11	174.66	2.40	152.72	2.10	272.32	3.88
主营业务成本	**4,021.87**	**100.00**	**7,282.23**	**100.00**	**7,280.02**	**100.00**	**7,017.38**	**100.00**

公司的主营业务成本主要为人工成本、短信费、会议调研费、办公费和报告成本。前述五项成本在报告期内合计占主营业务成本的比例分别为 96.12%、97.90%、97.60%和 97.89%。详细情况如下：

1、人工成本

公司主营业务成本中的人工成本主要为资讯、咨询、会务调研等业务生产人员的工资、奖金、福利费和五险一金等费用。

2、短信费

报告期内，公司主营业务成本中的短信费主要为资讯服务中手机短信业务对应的短信发送成本。

3、会务调研费

报告期内，公司主营业务中的会议调研费主要为公司自办商务会议和走访调研的相关支出。

4、办公费

报告期内，公司主营业务中的办公费主要为与生产人员相关的电话费、水电费、印刷费、折旧费、租赁费等。

5、报告成本

报告期内，公司主营业务中的报告成本主要是咨询服务和资讯服务等业务开展中发生的报告制作、报告咨询及相关差旅费等支出。

6、其他

报告期内，公司主营业务中的其他主要包括差旅费、业务招待费、汽车费、咨询费及其他零星费用。

（二）主要供应商情况

由于本公司的经营特点，公司没有原辅料的供应商。报告期内，公司采购的主要内容为短信发布、电话、网络宽带等通讯服务以及租赁班车、租赁办公场所、电力供应等。

1、公司报告期内前五名供应商的采购情况

报告期各期，公司对前五名供应商的采购情况如下表所示：

单位：万元；%

2021 年 1-6 月				
序号	公司名称	采购额	占总采购额的比例	采购内容
1	深圳市梦网科技发展有限公司	122.79	15.20	短信发布服务
2	北京容联易通信息技术有限公司	109.16	13.51	短信发布服务

3	山东方正房地产开发有限公司	71.43	8.84	租赁房产
4	搜候（上海）投资有限公司	66.22	8.20	租赁房产
5	国网山东省电力公司淄博供电公司	48.05	5.95	电费
合计		**417.65**	**51.69**	**-**
2020 年度				
序号	**公司名称**	**采购额**	**占总采购额的比例**	**采购内容**
1	深圳市梦网科技发展有限公司	389.10	24.19	短信发布服务
2	山东方正建工有限公司	337.47	20.98	房产装修
3	搜候（上海）投资有限公司	130.21	8.10	租赁房产
4	北京容联易通信息技术有限公司	120.12	7.47	短信发布服务
5	淄博市临淄齐都旅游汽车客运有限公司	94.13	5.85	租赁班车
合计		**1,071.03**	**66.59**	**-**
2019 年度				
序号	**公司名称**	**采购额**	**占总采购额的比例**	**采购内容**
1	深圳市梦网科技发展有限公司	377.62	22.91	短信发布服务
2	淄博大润发商业有限公司	117.49	7.13	员工福利
3	搜候（上海）投资有限公司	113.45	6.88	租赁房产
4	国网山东省电力公司淄博供电公司	98.31	5.96	电费
5	淄博市临淄齐都旅游汽车客运有限公司	96.14	5.83	租赁班车
合 计		**803.01**	**48.72**	**-**
2018 年度				
序号	**公司名称**	**采购额**	**占总采购额的比例**	**采购内容**
1	深圳市梦网科技发展有限公司	427.04	20.94	短信发布服务
2	广州市玄武无线科技股份有限公司	194.36	9.53	短信发布服务
3	国网山东省电力公司淄博供电公司	133.52	6.55	电费
4	淄博市临淄齐都旅游汽车客运有限公司	101.31	4.97	租赁班车
5	搜候（上海）投资有限公司	98.75	4.84	租赁房产
合 计		**955.00**	**46.83**	**-**

报告期内，公司对单个供应商的采购金额均未超过当期采购总额的 50%，对前五大供应商的采购金额占当期采购总额均超过 40%，主要是由于公司从事大宗商品信息服务，物资采购需求较低，采购总额较小，供应商较少等多方面

因素所导致。

公司不存在董事、监事、高级管理人员、核心技术人员、主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在上述供应商中拥有权益的情况。公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述相关供应商不存在关联关系，不存在前五大供应商及其控股股东、实际控制人是公司前员工、前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

2、公司报告期内前五名供应商相比上期的新增前五名供应商情况

年度	序号	公司名称	新增供应商情况
2021 年 1-6 月	1	山东方正房地产开发有限公司	山东方正房地产开发有限公司成立于 2004 年，自 2020 年开始与公司合作，公司租赁其房产作为临淄分公司的办公场所。
	2	国网山东省电力公司淄博供电公司	国网山东省电力公司淄博供电公司成立于 2008 年，自 2008 年开始与公司合作，公司主要向其采购电力服务。
2020 年度	1	北京容联易通信息技术有限公司	北京容联易通信息技术有限公司成立于 2009 年，旗下品牌—容联云通讯是提供全通讯能力的开放平台，自 2020 年开始与公司合作，为公司提供短信发布服务。
	2	山东方正建工有限公司	山东方正建工有限公司成立于 2001 年，自 2020 年开始与公司合作，为公司提供房产装修服务。
2019 年度	1	淄博大润发商业有限公司	淄博大润发商业有限公司成立于 2009 年，经营大型连锁综合超市，自 2015 年开始与公司合作，公司主要向其采购商品作为员工福利。
2018 年度	1	广州市玄武无线科技股份有限公司	广州市玄武无线科技股份有限公司成立于 2010 年，最早于 2011 年与公司合作，2018 年开始重新合作，2019 年随着手机短信业务收入的下降，公司向其采购的短信数量、金额也有所减少。
	2	搜候（上海）投资有限公司	搜候（上海）投资有限公司成立于 2010 年，自 2016 年开始与公司合作，2017 年公司上海咨询团队组建，公司长期租赁其办公场所，随着咨询团队规模的扩大，公司租赁面积增加，相应的租赁费有所增长。

（三）公司主要采购内容计费标准

报告期内，公司主要采购内容为短信发布、电话、网络宽带和电力服务，相关计费标准如下表所示：

分类	计费标准
短信发布	供应商按照实际发送短信数量统计并收费。根据供应商不同、通道不同（例：中国移动、中国联通、中国电信）、合作年限不同，报告期各期短信发布单价有所变动
电话服务	电话服务分为固话和移动电话，用以满足日常工作沟通需求、营销人员开发和维护客户、分析师采价沟通以及其他部门与公司内外部沟通。固话按照通话分钟数收费，移动电话按照套餐费用收费；如超出套餐所包含的通话时间和上网流量，则超出部分需额外计价收费

网络宽带服务	网络宽带服务分为专线费用和 IP 地址费用，按照月租形式收费
电力服务	当地电力服务采取峰谷计价方式，按月收取

（四）短信发布、电话、网络宽带、电力服务的采购量、计费单价及变动趋势

报告期内短信发布、电话、网络宽带、电力服务的采购量、计费单价及变动趋势如下表所示：

1、短信发布

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
手机短信采购数量（万条）	8,928.64	21,289.59	27,498.93	33,193.07
手机短信采购单价（元/条）	0.0263	0.0261	0.0178	0.0209
手机短信采购金额（万元）	234.92	555.65	488.48	695.28

2、电话服务

项 目		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
移动电话	移动电话套餐数量（个）	1,059	1,060	1,068	1,086
	套餐平均话费（元/年/个）	505.95	538.77	588.03	677.46
	移动电话金额（万元）	26.79	57.11	62.80	73.57
固定电话	通话时长（万分钟）	256.03	506.55	504.48	621.20
	平均单价（元/分钟）	0.0864	0.1016	0.1059	0.1047
	固话金额（万元）	22.12	51.49	53.42	65.05

3、网络宽带服务

项 目		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
IP 地址	采购数量（个）	54	54	54	54
	平均单价（元/年/个）	1,174.24	1,203.70	1,182.22	1,264.15
	采购金额（万元）	3.17	6.50	6.38	6.83
专线收费	采购数量（个）	7	7	6	7
	平均单价（元/年/个）	5,671.43	4,971.43	6,801.79	13,520.22
	采购金额（万元）	1.99	3.48	4.08	9.46

4、电力服务

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
电力采购数量（万度）	82.92	162.04	158.06	160.15
电力采购单价（元/度）	0.58	0.55	0.62	0.69
电力采购金额（万元）	48.05	89.23	98.31	110.22

五、主要固定资产、无形资产等资源要素

（一）固定资产

本公司目前拥有与业务经营有关的固定资产主要为房屋及建筑物、运输工具、办公设备及其他。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元；%

项目	折旧年限	资产原值	累计折旧	资产净值	成新率
房屋及建筑物	10-35 年	18,841.58	2,558.46	16,283.12	86.42
运输设备	2-4 年	335.35	283.61	51.74	15.43
办公设备及其他	3-10 年	2,056.28	1,349.60	706.69	34.37
合 计		**21,233.21**	**4,191.66**	**17,041.55**	**80.26**

公司与生产经营有关的主要房屋建筑物具体情况如下表：

权利人	证书号	面积（m^2）	坐落	取得方式
卓创资讯	鲁（2020）淄博张店区不动产权第 0001083 号	53,838.92	张店区北北京路 186 号	自建

截至本招股说明书签署日，公司不存在尚未办理不动产权证的房屋建筑物。

（二）无形资产

截至 2021 年 6 月 30 日，公司无形资产原值、累计摊销及账面价值情况如下：

单位：万元

项 目	资产原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	2,984.94	550.61	2,434.33
软 件	819.06	432.85	386.21
合 计	**3,804.00**	**983.47**	**2,820.53**

1、土地使用权

公司拥有的土地使用权共 1 宗，具体情况如下表：

权利人	证书号	面积（m^2）	坐落	取得方式	使用权终止日期
卓创资讯	鲁（2020）淄博张店区不动产权第 0001083 号	66,972.00	张店区北北京路 186 号	出让	2062.6.11

截至本招股说明书签署日，公司不存在尚未办理不动产权证的土地使用权。

2、注册商标

公司拥有的国内注册商标均在国家知识产权局办理了相关的商标注册证。

截至本招股说明书签署日，公司作为权利人的境内注册商标情况如下：

序号	注册号	商标标识	类别	有效期限	取得方式
1	4522945	卓创	35 类	2018.9.21 至 2028.9.20	原始取得
2	4522754	卓创资讯	35 类	2018.9.21 至 2028.9.20	原始取得
3	4797560		35 类	2019.2.28 至 2029.2.27	原始取得
4	5996071	网為	16 类	2020.1.7 至 2030.1.6	原始取得
5	8582133	网为	35 类	2011.10.7 至 2031.10.6	受让取得
6	8582122	网为资讯	35 类	2011.10.7 至 2031.10.6	受让取得
7	10088448	卓创	38 类	2012.12.14 至 2022.12.13	原始取得
8	10088437	卓创资讯	38 类	2012.12.14 至 2022.12.13	原始取得
9	10088430		38 类	2012.12.14 至 2022.12.13	原始取得
10	10088544	卓创资讯	41 类	2012.12.14 至 2022.12.13	原始取得
11	10088516		41 类	2012.12.14 至 2022.12.13	原始取得
12	10093627	卓创	41 类	2012.12.14 至 2022.12.13	原始取得
13	10088605		42 类	2012.12.14 至 2022.12.13	原始取得
14	10088280	SCI99.COM	35 类	2012.12.28 至 2022.12.27	原始取得
15	9236581	卓创咨询	35 类	2012.4.7 至 2022.4.6	原始取得
16	11223551		36 类	2013.12.14 至 2023.12.13	原始取得
17	11217901	卓创	36 类	2013.12.7 至 2023.12.6	原始取得
18	11217914	卓创资讯	36 类	2013.12.7 至 2023.12.6	原始取得
19	10088575	SCI99.COM	42 类	2013.2.21 至 2023.2.20	原始取得
20	11879053		1 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
21	11879061	卓创资讯	1 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
22	11879052		6 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
23	11879060	卓创资讯	6 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
24	11879051		14 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
25	11879059	卓创资讯	14 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得

序号	注册号	商标标识	类别	有效期限	取得方式
26	11879050		17 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
27	11879058	卓创资讯	17 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
28	11879048		22 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
29	11879056	卓创资讯	22 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
30	11879047		23 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
31	11879055	卓创资讯	23 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
32	11879046		29 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
33	11879054	卓创资讯	29 类	2014.5.28 至 2024.5.27	原始取得
34	11879057	卓创资讯	19 类	2014.7.21 至 2024.7.20	原始取得
35	15776619	winhr	38 类	2016.1.21 至 2026.1.20	原始取得
36	15776988	winhr	45 类	2016.1.21 至 2026.1.20	原始取得
37	15777051	winhr	41 类	2016.4.7 至 2026.4.6	原始取得
38	15958539	WINHR	35 类	2016.6.21 至 2026.6.20	原始取得
39	15777113	SCI99.COM	45 类	2016.4.7 至 2026.4.6	原始取得
40	15778048		45 类	2016.1.14 至 2026.1.13	原始取得
41	15778258	卓 创	45 类	2016.6.7 至 2026.6.6	原始取得
42	15778336	卓创资讯	45 类	2016.8.14 至 2026.8.13	原始取得
43	16179069		35、36、38、41、42、45 类	2016.9.21 至 2026.9.20	原始取得
44	18474948	红桃3	41 类	2017.1.7 至 2027.1.6	原始取得
45	18475099	红桃3	45 类	2017.1.7 至 2027.1.6	原始取得
46	18475151	红桃3	42 类	2017.3.14 至 2027.3.13	原始取得
47	18474810	红桃3	35 类	2017.3.14 至 2027.3.13	原始取得
48	29272379	船期在线	35 类	2019.1.14 至 2029.1.13	原始取得
49	29276655	卓创船期	38 类	2018.12.28 至 2028.12.27	原始取得
50	29267785	卓创船期	41 类	2018.12.28 至 2028.12.27	原始取得
51	29272393	卓创船期	42 类	2018.12.28 至 2028.12.27	原始取得

序号	注册号	商标标识	类别	有效期限	取得方式
52	29272377	卓创船舶	35 类	2019.02.28 至 2029.02.27	原始取得
53	39693222		45 类	2020.05.14 至 2030.05.13	原始取得
54	50780550	红期	42 类	2021.8.28-2031.8.27	原始取得

截至本招股说明书签署日，公司作为权利人的境外注册商标共 1 项，具体情况如下：

序号	注册号	商标标识	类别	注册日	注册国家	取得方式
1	4849787	SCI	35、36、38、41、42 类	2015.11.10	美国	原始取得

截至本招股说明书签署日，公司注册商标部分核定使用服务存在被申请撤销的情形，具体如下：

序号	商标标识	注册号	类别	有效期限	决定书编号	核定使用服务异议情况	进度
1		15778048	45 类	2016.01.14-2026.01.13	《关于第 15778048 号图形商标撤销复审决定书》（商评字【2020】第 0000190258 号）	1.寻人调查；2.个人背景调查	复审商标在复审商品上的注册予以维持
2		11879051	14 类	2014.05.28-2024.05.27	《关于第 11879051 号图形商标撤销复审决定书》（商评字【2020】第 0000177517 号）	未加工或半加工贵重金属等全部核定使用商品	复审商标在复审商品上的注册予以撤销
3		10088605	42 类	2012.12.14-2022.12.13	《关于第 10088605 号图形商标撤销复审决定书》（商评字【2021】第 0000050103 号）	建设项目的开发	复审商标在复审商品上的注册予以撤销
4		11223551	36 类	2013.12.14-2023.12.13	《关于第 11223551 号图形商标撤销复审决定书》（商评字【2021】第 0000062472 号）	1.保险；2.艺术品估价；3.不动产经纪；4.经纪；5.担保；6.募集慈善基金；7.信托；8.典当经纪	复审商标在复审商品上的注册予以撤销
5	卓创	10093627	41 类	2012.12.14-2022.12.13	《关于第 10093627 号第 41 类“卓创”注册商标连续	教育等全部核定使用服务	复审商标在复审商品上的注

					三年不使用撤销申请的决定》（商标撤三字【2021】第Y014538号）		册不予撤销
6	卓创资讯	10088544	41类	2012.12.14-2022.12.13	-	教育等全部核定使用服务	受理
7	SCI99.COM	10088280	35类	2012.12.28-2022.12.27	-	1.广告；2.广告空间出租；3.商业惯例辅助；4.商业研究；5.经济预测；6.特许经营的商业惯例；7.进出口代理；8.计算机数据库信息编入	受理
8	SCI99.COM	15777113	45类	2016.04.07-2026.04.06	-	计划和安排婚礼服务等全部核定使用服务	受理

报告期内，公司上述注册商标存在异议的核定使用服务未产生收入。上述注册商标部分核定使用服务存在因连续三年不使用被申请撤销的情形不会对发行人的生产经营造成重大影响。

3、软件著作权

截至本招股说明书签署日，公司作为权利人的软件著作权情况如下：

序号	登记号	软件名称	版本号	首次发表日期	取得方式
1	2011SR029743	卓创资讯人力资源管理系统	V2.3	2009.7.17	原始取得
2	2011SR043451	卓创资讯视频转换播放系统	V1.6	2009.3.16	原始取得
3	2011SR043454	卓创资讯多功能网页自动生成系统	V1.3	2009.5.13	原始取得
4	2011SR043456	卓创资讯文件管理系统	V1.7	2008.8.4	原始取得
5	2011SR043458	卓创资讯信息发布系统	V1.9	2009.3.23	原始取得
6	2011SR043515	卓创资讯多表结构自动生成系统	V1.2	2008.1.25	原始取得
7	2011SR043518	卓创资讯客户关系管理系统	V3.3	2009.8.24	原始取得
8	2011SR043520	卓创资讯供求走势数据分析系统	V3.5	2009.1.20	原始取得
9	2012SR062482	卓创资讯能源手机客户端软件	V1.1	2012.4.19	原始取得

序号	登记号	软件名称	版本号	首次发表日期	取得方式
10	2013SR014733	卓创资讯农业手机客户端软件	V1.2	2012.8.10	原始取得
11	2013SR014737	卓创资讯化工手机客户端软件	V1.2	2012.8.10	原始取得
12	2013SR014780	卓创资讯惠农手机客户端软件	V1.2	2012.8.10	原始取得
13	2013SR014783	卓创资讯塑料手机客户端软件	V1.2	2012.8.10	原始取得
14	2014SR015192	卓创资讯能源（IOS 版）手机客户端软件	V1.4	2013.8.19	原始取得
15	2014SR015193	卓创资讯物资管理平台	V1.0	2013.10.15	原始取得
16	2014SR015194	卓创资讯用户行为分析系统	V1.0	2013.9.23	原始取得
17	2014SR015195	卓创资讯网站性能监测系统	V1.0	2013.9.16	原始取得
18	2014SR015223	卓创资讯能源（安卓版）手机客户端软件	V1.4	2013.8.19	原始取得
19	2014SR015226	卓创资讯价格展示平台	V2.0	2013.10.15	原始取得
20	2014SR015455	卓创智讯软件	V1.0	2013.8.19	原始取得
21	2014SR047615	卓创短讯（IOS 版）手机客户端软件	V0.2	2014.2.28	原始取得
22	2014SR047684	卓创短讯（安卓版）手机客户端软件	V0.3	2014.2.28	原始取得
23	2016SR032763	卓创资讯多平台自助评分系统	V1.0	2015.8.6	原始取得
24	2016SR032766	卓创资讯民生数据共享平台	V1.0	2015.9.4	原始取得
25	2016SR032738	卓创资讯化工（IOS 版）手机客户端软件	V3.0	2015.11.15	原始取得
26	2016SR033404	卓创资讯化工（安卓版）手机客户端软件	V3.0	2015.11.15	原始取得
27	2016SR033406	山东天工信息化管理系统	V1.0	2016.1.1	原始取得
28	2016SR142006	红桃 3 大宗商品智库平台	V1.3	2016.2.18	原始取得
29	2017SR106623	卓创资讯平板客户端（Android 版）	V1.0	2015.1.8	原始取得
30	2017SR106627	卓创金属手机客户端软件（IOS 版）	V3.2	2016.7.4	原始取得
31	2017SR107046	卓创资讯金属手机客户端（安卓版）	V2.0	2016.1.5	原始取得
32	2017SR107051	卓创资讯农业手机客户端（Iphone 版）	V2.0	2015.9.1	原始取得
33	2017SR107507	卓创资讯 EXCEL 数据展示平台	V1.4	2017.1.3	原始取得
34	2017SR107511	卓创金属手机客户端软件（安卓版）	V3.2	2016.7.1	原始取得
35	2017SR107514	卓创资讯项目管理系统	V1.0	2016.1.4	原始取得
36	2017SR110358	卓创资讯手机客户端（IPhone 版）	V2.0	2015.1.6	原始取得
37	2017SR110364	卓创资讯大宗商品数据分析系统-红桃 3	V1.5	2017.1.3	原始取得
38	2017SR110461	卓创资讯手机客户端（Andriod 版）	V2.0	2015.1.7	原始取得
39	2017SR110588	卓创资讯民生数据共享平台	V2.0	2017.1.4	原始取得
40	2017SR110934	卓创资讯用户行为分析平台	V2.0	2015.1.9	原始取得
41	2017SR110984	卓创资讯农业手机客户端（安卓版）	V2.0	2015.8.3	原始取得

序号	登记号	软件名称	版本号	首次发表日期	取得方式
42	2017SR110995	卓创化工手机客户端软件（安卓版）	V3.1	2017.1.5	原始取得
43	2017SR111005	卓创化工手机客户端软件（IOS 版）	V3.1	2017.1.5	原始取得
44	2017SR111112	卓创资讯大宗商品期货量化分析软件	V1.0	2015.1.8	原始取得
45	2017SR111116	卓创资讯手机客户端（WindowsPhone 版）	V2.0	2015.1.7	原始取得
46	2017SR111215	卓创资讯产能分布图线上系统	V1.0	2016.1.5	原始取得
47	2017SR113862	卓创资讯行政综合管理系统	V1.0	2016.1.7	原始取得
48	2017SR113866	卓创资讯农业电商平台	V1.0	2015.10.8	原始取得
49	2017SR136104	卓创短讯手机客户端（Iphone 版）软件	V2.0	2017.1.4	原始取得
50	2017SR139547	卓创资讯 API 数据市场平台	V1.0	2016.8.1	原始取得
51	2017SR139561	卓创资讯企业资源服务平台	V1.0	2015.1.5	原始取得
52	2017SR139570	卓创资讯广告管理系统	V1.0	2016.1.4	原始取得
53	2017SR139576	卓创资讯综合日志管理系统	V1.0	2015.6.2	原始取得
54	2017SR139592	卓创资讯大宗商品信息服务平台系统	V1.0	2015.1.5	原始取得
55	2017SR142609	卓创短讯手机客户端（安卓版）	V2.0	2017.1.5	原始取得
56	2017SR164919	卓创资讯平板客户端软件（IPhone 版）	V1.0	2015.1.12	原始取得
57	2017SR175822	卓创资讯金属手机客户端软件（Iphone 版）	V2.0	2016.1.6	原始取得
58	2019SR0495140	卓创资讯手机客户端软件（安卓版）	V1.0	未发表	原始取得
59	2019SR0495190	卓创资讯手机客户端软件（IOS 版）	V1.0	未发表	原始取得
60	2019SR1441761	卓创资讯用户行为数据分析系统	V3.0	2017.11.3	原始取得
61	2019SR1443441	卓创资讯企业号信息平台	V1.0	2018.1.5	原始取得
62	2019SR1444515	卓创资讯 CRM 客户管理系统	V3.0	2017.9.4	原始取得
63	2019SR1456674	卓创资讯化工手机客户端软件（IOS 版）[简称：卓创化工]	V4.2	2017.7.7	原始取得
64	2020SR0062377	卓创资讯报告中心系统[简称：报告中心]	V1.0	2019.1.2	原始取得
65	2020SR0062519	卓创资讯红桃 3 客户端系统[简称：红桃 3]	V2.0	2019.12.27	原始取得
66	2020SR0062595	卓创资讯价格中心系统[简称：价格库]	V3.0	2018.9.3	原始取得
67	2020SR0062950	卓创资讯红桃 3 期货客户端系统[简称：期货端]	V1.0	2018.12.3	原始取得
68	2020SR0484845	卓创资讯数据超市平台[简称：数据超市]	V1.0	2018.7.3	原始取得
69	2020SR0484852	卓创资讯数据湖存储平台[简称：数据湖存储平台]	V1.0	2019.12.27	原始取得
70	2020SR0484775	卓创资讯大宗商品数据可视化展板系统[简称：数据展板系统]	V1.0	2019.12.31	原始取得
71	2020SR0484586	卓创资讯产品运营数据分析系统[简称：	V1.0	2018.7.31	原始取得

序号	登记号	软件名称	版本号	首次发表日期	取得方式
		运营数据分析系统]			
72	2020SR0484782	卓创资讯肉鸡指数发布系统[简称：指数发布系统]	V1.0	2018.9.27	原始取得
73	2020SR0484859	卓创资讯信息自动化采集系统[简称：自动采集系统]	V1.0	2019.7.10	原始取得
74	2021SR0096013	卓创资讯大数据商业分析软件	V1.0	2020.7.31	原始取得
75	2021SR0094216	卓创资讯大宗商品石油行业资讯平台	V1.0	2020.5.16	原始取得
76	2021SR0094217	卓创资讯大宗商品指数发布平台	V1.0	2020.3.31	原始取得
77	2021SR0094215	卓创资讯短信发送中心系统	V1.0	2020.5.6	原始取得
78	2021SR0096017	卓创资讯手机短讯软件（IOS 版）	V4.0	2020.7.1	原始取得
79	2021SR0096019	卓创资讯手机短讯软件（安卓版）	V4.0	2020.7.1	原始取得
80	2021SR0096012	卓创资讯手机客户端软件（安卓版）	V1.1	2020.3.31	原始取得
81	2021SR0095970	卓创资讯手机客户端软件（IOS 版）	V1.1	2020.3.31	原始取得
82	2021SR0094218	卓创资讯营销资源分发系统（微信版）	V1.0	2020.9.1	原始取得
83	2021SR0461551	卓创资讯数据报表发布系统	V1.0	2021.1.4	原始取得
84	2021SR0458487	卓创资讯红桃三期货版软件	V3.0	2021.1.4	原始取得
85	2021SR0461472	卓创资讯数据异动预警系统	V1.0	2021.1.9	原始取得
86	2021SR0461548	卓创资讯统一支付平台	V1.0	2021.1.4	原始取得
87	2021SR0461549	卓创资讯线上会议预约支付系统	V1.0	2021.1.4	原始取得
88	2021SR0461550	卓创资讯日志收集分析系统	V2.0	2021.1.4	原始取得
89	2021SR0537986	卓创资讯红期手机客户端软件（安卓版）	V1.0	未发表	原始取得

上述软件著作权中 27 项软件著作权因应用领域、技术升级等原因不再使用，62 项软件著作权仍运用于公司现有主要业务。

4、主要域名

截至本招股说明书签署日，公司尚在使用的域名情况如下：

序号	域名	主办单位	网站备案/许可证号	审核时间	取得方式
1	chem99.mobi	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-1	2019.9.17	原始取得
2	sci99.cn	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-1	2019.9.17	原始取得
3	sci99.mobi	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-1	2019.9.17	原始取得
4	chem99.com	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-1	2019.9.17	原始取得
5	ccecn.cn	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-2	2019.9.17	原始取得
6	cnmig.com	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-3	2019.9.17	原始取得
7	sci99.com	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-4	2019.9.17	原始取得

8	huinong99.com	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-7	2019.9.17	原始取得
9	mining99.com	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-8	2019.9.17	原始取得
10	winhr.net	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-9	2019.9.17	原始取得
11	sciimg.com	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-10	2019.9.17	原始取得
12	sci99.net	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-11	2019.9.17	原始取得
13	ccecn.com	卓创资讯	鲁 ICP 备 09068464 号-12	2019.9.17	原始取得

上述域名中第 1 项、第 7 项和第 11 项为公司对外提供服务的主要域名，其余域名主要为资源储备。

5、专利

截至本招股说明书签署日，公司作为权利人的专利权情况如下：

序号	专利号	类 型	名 称	申请日	授权公告日
1	ZL201530012354.3	外观设计专利	带短讯软件界面的手机	2015.1.15	2015.7.29
2	ZL201510081194.7	发明专利	一种信息推送前推送列表的去重方法	2015.2.15	2017.11.24

上述专利中第一项为外观设计专利，因技术升级原因不再使用，第 2 项为发明专利，目前仍运用于公司现有主要业务。

（三）房屋、土地租赁情况

1、租赁土地情况

截至 2021 年 6 月 30 日，公司不存在租赁土地的情况。

2、租赁房产情况

截至 2021 年 6 月 30 日，公司租赁房产的情况如下：

序号	出租方	承租方	租赁面积（m^2）	租赁用途	租赁地址	租金	承租期
1	搜候（上海）投资有限公司	上海分公司	241.84	办公	上海市长宁区金钟路 968 号天会商务广场 7 号楼 805 室	38,618.83 元/月	2021.2.16-2022.2.15
2	搜候（上海）投资有限公司	上海分公司	376.47	办公	上海市长宁区金钟路 968 号天会商务广场 7 号楼 801 室	60,117.55 元/月	2021.2.16-2022.2.15
3	王玮	上海分公司	420.37	办公	烟台市芝罘区海港路 25 路 2012、2913、2914 号房屋	200,000 元/年	2021.2.10-2022.2.9
4	山东方正房地产开发有限公司	临淄分公司	4,508.04	办公	淄博市临淄区齐兴路方正凤凰城 57 号会所	第 1-3 年 150 万元/年；第 4-10 年 170 万元/年	2021.1.25-2030.11.08

5	赢地空间(北京)企业管理有限公司	北京卓创	25	办公	北京市朝阳区工体东路 18 号 2 号楼二层	8,800 元/年	2021.4.1-2024.3.31
6	司宝莹	卓创资讯	94.75	员工宿舍	淄博市张店区天悦轻奢云社区 5-1202	10,920 元/年	2021.1.1-2021.12.31

注：发行人、临淄分公司与山东方正房地产开发有限公司于 2021 年 2 月 23 日签署《补充协议》，约定发行人与山东方正房地产开发有限公司于 2020 年 5 月 8 日签署的《租赁合同》承租人主体于 2021 年 1 月 25 日由发行人变更为临淄分公司。

（1）公司租赁房产租金水平的公允性

结合所租赁房屋实际地理位置、办公环境、实际使用面积、地区房价变动趋势等因素，公司及其下属企业租赁房屋的租金价格与周边地区价格总体相当，租金水平处于合理的价格波动范围，价格公允。

（2）公司租赁房产是否存在续租障碍或搬迁的风险

截至 2021 年 6 月 30 日，公司及其下属企业各租赁房产协议均正常履行，不存在续租障碍或搬迁风险。

六、发行人与经营活动相关的资质和许可

（一）业务经营许可的情况

1、增值电信业务经营许可证

工信部向公司颁发了编号为 B2-20170350 号的《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》，该许可证允许业务种类为：信息服务业务（不含互联网信息服务）；业务覆盖范围为：全国；有效期至 2022 年 2 月 22 日。

山东省通信管理局向公司颁发了编号为鲁 B2-20050017 号的《中华人民共和国增值电信业务经营许可证》，该许可证允许业务种类为：信息服务业务（仅限互联网信息服务）。不含信息搜索查询服务、信息社区服务、信息即时交互服务和信息保护和加工处理服务[依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动]；有效期至 2024 年 8 月 26 日。

2、涉外调查许可证

国家统计局向公司颁发了编号为国统涉外证字第 1357 号的《涉外调查许可证》，准予公司从事涉外调查活动，有效期至 2022 年 7 月 27 日。

3、对外贸易经营者备案登记

对外贸易经营者备案登记机关向公司换发了编号为 03537999 号的《对外贸易经营者备案登记表》。

4、中华人民共和国海关报关单位注册登记证书

中华人民共和国淄博海关向公司颁发了海关注册登记编码为 3703965244 号的《中人民共和国海关报关单位注册登记证书》，证书有效期为长期。

5、信息系统安全等级保护备案证明

淄博市信息安全等级保护工作协调小组办公室向公司颁发编号为 37032013001-00001 号的《信息系统安全等级保护备案证明》，对公司的第 3 级“卓创资讯信息管理平台”系统予以备案。

6、食品经营许可证

淄博市张店区行政审批服务局向公司颁发了编号为“JY33703030234597”的《食品经营许可证》，有效期为 2021.8.25 至 2026.8.24。

公司已经取得的资质、许可不存在期限即将届满或已经届满并正在进行续展的情形，发行人的经营活动合法、合规，符合法律法规和相关监管政策，相关许可、资质不存在被撤销、撤回、吊销的重大法律风险，不存在到期无法延续的风险。

（二）公司认证情况

公司于 2017 年 12 月 28 日经山东省科学技术厅、山东省财政厅、山东省国家税务局和山东省地方税务局联合认定为高新技术企业并颁发《高新技术企业证书》，证书编号为 GR201737001045，有效期三年。

2020 年，公司通过高新技术企业的认定和备案，更新后的高新技术企业证书编号为 GR202037000532，发证日期为 2020 年 8 月 17 日，有效期三年。

七、发行人研发和技术情况

（一）主要产品核心技术情况

1、公司核心技术情况

公司的核心技术主要包括两方面：一方面是关于数据采集、清洗、挖掘、分析等相关的核心准则，主要包括卓创资讯价格评估体系、卓创资讯大宗商品分析体系；另一方面是与数据存储、传输、推送等相关的信息技术，如网站开发及维护技术、资讯信息分布式发送技术、移动终端应用开发技术、行业深度搜索技术等。

类别	序号	核心技术	来源	类别	已获取的主要技术成果	主要应用领域
大宗商品价格评估与分析方法	1	卓创资讯价格评估体系	自主研发	引进消化吸收再创新	价格评估方法论	资讯服务
	2	卓创资讯大宗商品分析体系	自主研发	引进消化吸收再创新	大宗商品分析方法论	资讯服务
信息技术	3	资讯信息分布式发送技术	自主研发	引进消化吸收再创新	短信发送平台与短讯客户端（软件著作权）	资讯服务中手机短信、手机客户端
	4	移动终端应用开发框架	自主研发	引进消化吸收再创新	手机客户端（软件著作权）	手机客户端
	5	移动服务应用程序接口框架	自主研发	引进消化吸收再创新	手机客户端（软件著作权）	手机客户端
	6	资讯网站开发及维护技术平台	自主研发	引进消化吸收再创新	网站群	资讯服务中网上信息业务
	7	数据准确性保障体系	自主研发	引进消化吸收再创新	大宗商品价格库平台（软件著作权）	资讯服务
	8	数据集成技术框架	自主研发	引进消化吸收再创新	数据集成项目（软件著作权）	资讯服务
	9	大宗商品行业信息深度搜索技术	自主研发	引进消化吸收再创新	网站群、数据超市、数据库	资讯服务中网上信息业务、数据业务

上述核心技术均为公司自主研发的成果，源自公司多年来在业务实践中的研发积累。

（1）卓创资讯价格评估体系

卓创资讯价格评估体系是公司开展业务的基石、准则。根据卓创资讯价格评估体系得出的大宗商品评估价格能够客观和准确地反映当前商品市场的价格变化及整体趋势；市场参与者可以将卓创资讯评估价格作为交易定价的参考依据或者价格标杆使用，在签订长期合同时，可以帮助买卖双方减少价格波动造成的经营与管理风险；依据卓创资讯评估价格可有效解决因时间、空间等不确定因素造成的价格不统一、核算复杂等问题，减少交易纠纷；此外，也可以根据卓创资讯评估价格开发金融衍生品合约或作为开盘基准及结算依据，进行科学研究及学术研究。

（2）卓创资讯大宗商品分析体系

卓创资讯大宗商品分析体系是公司开展行业分析的理论基础，由基本面数据方法论、行业分析方法论、报告应用方法论三部分构成。公司通过基本面数据方法论指导生产团队科学、系统地对数据进行采集与运用，确保数据一致性并提升可靠性。在此基础上，针对大宗商品行业结合宏观经济，侧重行业要素

及周期规律，分析预判未来行业发展趋势；在分析体系指导下所形成的分析研究报告，能够为市场参与者提供更加客观全面的行业理解维度，从而获得对行业现象和趋势判断的专业依据。除此之外，通过系统研究商品细分领域由中观到微观的发展、演变过程，可以为产业链不同环节的参与者提供决策参考。

（3）资讯信息分布式发送技术

资讯信息分布式发送技术是基于多线程、分布式的短信发送方式，能够根据信息发送设备的负载程度进行动态发送任务分配，提高信息发送效率，使信息及时送达用户终端。

（4）移动终端应用开发框架

移动终端应用开发框架的核心是将应用功能按模块拆分成功能包，根据项目需求可进行功能插拔，达到插件化开发的效果。该技术解决了实际开发过程中的功能重复开发问题，有效的提高了代码的复用率，使移动终端的研发质量和效率得到显著提升。

（5）移动服务应用程序接口框架

移动服务应用程序接口框架是基于开源的应用程序接口服务框架进行深度定制开发，打造的一套完整的数据接口系统，可以提高数据接口在高峰时间的响应速度和响应数量，有效提高服务器资源利用率。

（6）资讯网站开发及维护技术平台

根据大宗商品行业分类对石油、化工、塑料、橡胶、有色金属、钢铁、农产品等行业进行详细分类的网站群建设，形成一套完善的基础框架组件，能够高效、高质量的进行新网站开发及维护工作，能够快速响应客户需求，更好的服务客户。

（7）数据准确性保障体系

数据准确性保障体系即数据预警体系，公司根据每个产品的特性制定相应的数据预警规则，确保公司发布的各项数据准确无误。

（8）数据集成技术框架

基于大数据技术搭建的数据存储计算平台，不仅可以满足公司内部对数据计算及存储等应用的需求，而且可以对外提供数据接口及数据分析服务，实现数据增值。数据接口服务可以对接客户的内部信息系统，实现数据的即时传输，提高数据的使用效率。

（9）大宗商品行业信息深度搜索技术

基于弹性搜索技术以及大宗商品关系型数据库，公司构建了适用于信息资讯行业的深度搜索技术。该技术实现了通过动态内容、个性化的搜索机制向客户提供相关内容的功能，为客户提供信息、报告、数据一体化的深度个性化搜索。

2、核心技术产品收入占营业收入比例

公司的核心技术产品为资讯服务相关产品，主要包括即时资讯、时段报告、数据服务及大宗商品数据客户端等，报告期内，其收入占营业收入的比例如下：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资讯服务	10,482.69	17,888.64	17,869.95	16,009.68
营业收入	12,387.88	21,833.79	22,012.55	20,327.44
占比	84.62	81.93	81.18	78.76

（二）研究开发情况

1、在研发项目及进展情况

截至招股说明书签署日，公司正在从事的主要研发项目如下表所示：

序号	在研项目名称	进展阶段	参与人员	经费投入（万元）	研发目标	与行业技术水平的比较
1	卓创资讯大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目	进行中	姜虎林、蔡俊、邬芳、鲁华、刘新伟、崔川	5,725.05	优化和完善公司现有价格评估体系，逐步树立市场交易的标杆价格，提升公司大宗商品信息服务领域的核心竞争力。	在国内同行业中处于领先水平，与国外同行业企业仍存在一定距离
2	卓创资讯数据湖存储平台	第一阶段已完成	蔡俊、宋元超、赵通、张东亮、赵英静、翟丰兵、孙可蒙、岳明、宁瑜	885.00	运用大数据技术进行信息采集、清洗、分析后，将信息纳入数据湖存储平台，并进行分类计算、模型汇总，支撑大数据集成、数据预测、模型输出等应用场景。	在国内同行业中处于领先水平
3	卓创资讯红期客户端 V3.1	进行中	李超、王晗、于惠文、周蕊	138.00	在红桃 3 期货客户端 3.0 版本基础上，结合用户反馈，对客户端进行优化升级，提升用户体验，丰富	在国内同行业中处于领先水平

					产品内容等。	
4	卓创资讯大宗商品数据及分析 SAAS 平台	进行中	赵通、胡家骏、赵英静、翟丰兵、孙可蒙、岳明、张东亮	240.50	将大宗商品数据管理、传输、分析等功能打造为独立模块，通过不同模块组合满足客户个性化数据管理及分析需求。	在国内同行业中处于领先水平

2、研发费用投入情况

报告期内，公司研发费用投入的具体情况如下：

单位：万元；%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
研发费用	791.93	1,411.04	1,518.09	1,374.75
营业收入	12,387.88	21,833.79	22,012.55	20,327.44
占比	6.39	6.46	6.90	6.76

报告期内，公司研发费用不存在资本化的情况。

（三）公司研发体系及人员情况

1、研发体系

公司设立研究院，负责大宗商品分析方法论的研究以及应用等，研究院设立估价研究中心具体负责建立并完善卓创大宗商品价格评估体系，包括估价方法论、合规政策及工作流程等。同时，公司设立产品管理部和技术研发部，负责公司现有产品、系统的升级和新产品开发等工作。

2、研发模式

公司的研发模式为自主研发，主要研发内容为现有产品、信息系统的优化升级和新产品的研发，如网站开发项目、手机及电脑客户端开发项目等。同时，公司时刻关注世界前沿技术，跟踪国内外同行业公司最新研究发展动态，在大宗商品价格评估方法论、价格标杆的研究和信息资讯产品化方面进行了积极探索，并取得了一定的进展和成果。

3、核心技术人员、研发人员情况

公司重视技术队伍的培养与储备，形成了一支人员稳定、技术实力较强的技术团队。截至 2021 年 6 月 30 日，公司研发和技术人员 129 人，占员工总数的比例为 12.00%，核心技术人员 14 人，占员工总数的比例为 1.30%。

（1）核心技术人员分类

公司的核心技术人员主要分为两类，一类是利用丰富的从业经验，以及对

行业的深刻理解，通过对大宗商品价格评估及分析方法进行深入研究，优化公司现有价格评估体系，逐步树立市场交易的标杆价格，提升公司在大宗商品信息服务领域的核心竞争力，对应的核心技术人员分别为姜虎林、蔡俊、邬芳、刘新伟；一类是利用先进的互联网和电信技术，开展新产品的研发以及对现有产品、信息系统的优化升级，对应的核心技术人员分别为陈龙、赵通、宋元超等。

（2）核心技术人员的参与科研项目、取得专业资质及重要科研成果和获得奖项情况

分类	序号	姓名	从业背景、参与科研项目、取得专业资质及重要科研成果和获得奖项情况
大宗商品价格评估及分析方法	1	姜虎林	1974年出生，大专学历，现任公司董事长，是国内较早加入到大宗商品信息服务行业，并长期在大宗商品信息服务领域中从事经营管理、创新研发和市场开拓的资深人士，具有丰富的实践经验，主持公司大宗商品价格评估及分析方法、价格标杆项目的研发和升级工作，2016年荣获山东省人民政府颁发的“泰山产业领军人才”。姜虎林的简历情况参见本招股说明书“第五节/九/（一）董事”。
	2	蔡俊	1977年出生，工商管理硕士，现任公司副董事长、总经理，曾先后任职于United Gene Group（联合基因科技集团）、柯莱恩（上海）管理咨询有限公司、睿也德资讯（上海）有限公司及普氏信息咨询（上海）有限公司，具有丰富的从业经验，负责公司大宗商品估价体系以及价格标杆项目研发和升级工作，主持的卓创资讯大宗商品大数据高端研发应用平台项目、船期在线项目、大数据用户行为分析平台等。蔡俊在2018年入选淄博英才计划并获得人才专项奖励。蔡俊的简历情况参见本招股说明书“第五节/九/（一）董事”。
	3	邬芳	1978年出生，经济学本科学历，曾任职睿也德资讯（上海）有限公司，2017年12月入职公司，深入研究大宗商品交易及估价方法，理论知识丰富，现任公司估价研究中心高级总监，负责公司大宗商品估价方法论、价格评估体系及价格标杆的研发工作。
	4	刘新伟	1986年出生，政治学与经济学本科学历，2010年7月入职卓创有限，历任分析师、分析师主管、研究员等职务，现任公司政策理论组主管，负责大宗商品基本面研究方法论体系的搭建、宏观经济与大宗商品市场研究等方面的工作，曾主持《卓创资讯大宗商品分析方法论体系》、《卓创资讯基本面数据方法论》、《卓创资讯价格预测方法论》等项目的研发，曾参与红桃3产品的研发及迭代升级工作。
现有产品、系统的升级和新产品开发	1	陈龙	1985年出生，信息与电子科学类其他专业专科学历，2008年6月入职卓创有限，曾任设计部主管、首席设计师、移动终端发展部经理、无线产品部主管等职务，现任公司产品管理部经理，主要负责产品运营、优化以及组织新产品开发工作，曾主持线上支付系统、内外部营销工具、手机客户端产品的研发及运营工作、手机客户端产品的研发产品的研发工作，研发技术成果为取得1项外观设计专利。
	2	张彦杰	1986年出生，数学与应用数学本科学历，CPDA数据分析师、项目数据分析师，2010年11月入职卓创有限，历任公司分析师、行业研究员等职务，现任公司技术研发部数据分析师主管，主要负责数据的深度挖掘与分析工作，曾主持或参与分析师一体化平台、红桃3、红桃3期货端、数据超市等产品的研发。

	3	赵允贵	1982 年出生，电子信息工程本科学历，2008 年 2 月入职卓创有限，曾任分析师、项目经理、产品经理等职务，现任公司技术研发部数据产品线经理，主要负责数据的深度挖掘与分析以及数据产品研发工作，曾主持或参与数据超市、红桃 3、红桃 3 期货端等产品的研发。
	4	崔喆	1983 年出生，国际贸易专科学历，2007 年入职卓创有限，历任公司销售经理、部门经理、产业分析师、产品经理等职务，现任公司 PC 产品线经理，主要负责 PC 产品的商业策略、产品规划、设计和项目管理。曾主持惠农电商网站升级、网站管理优化和功能模块升级项目、红桃 3 期货端产品优化项目的研发。
	5	宋元超	1981 年出生，工商管理硕士，2008 年 8 月入职卓创有限，历任程序员、项目经理、部门主管、技术研发部经理等职务，有丰富的软件开发工作经验，现任公司技术研发部下网络信息安全部经理，主要负责网络、信息系统及数据安全。 曾主持卓创资讯大宗商品信息采集系统、卓创资讯大宗商品信息爬虫采集系统、卓创资讯企业号信息平台项目等，曾参与卓创资讯数据中心网站 3.0、卓创资讯肉鸡指数发布系统和卓创资讯年报产品中心网站等项目的研发工作，现主持卓创资讯数据湖存储平台的研发工作。研发技术成果为取得 3 项软件著作权。
	6	赵通	1989 年出生，计算机科学与技术本科学历，2012 年 5 月入职卓创有限，历任程序员、互联网安全、测试部主管、网络信息安全部经理等职务，现任公司技术研发部经理，主要负责公司各类线上产品及信息系统的开发、维护工作，曾主持卓创资讯大宗商品信息服务平台系统、卓创资讯产品运营数据分析系统、卓创资讯大宗商品数据分析系统、卓创资讯数据云平台、卓创资讯微服务管理平台等项目的研发工作，曾参与卓创资讯 CRM 3.0 项目、卓创资讯综合日志管理系统、卓创资讯产能分布图线上系统、卓创资讯物资管理系统，现主持企业大数据方面技术研究及应用转化相关项目。研发技术成果为取得 4 项软件著作权。
	7	徐鹏	1982 年出生，计算机科学与技术专科学历，2008 年 12 月入职卓创有限，历任程序员、主管等职务，现任公司软件研发一部主管，主要负责软件、信息系统开发，曾主持或参与信息发布平台开发、卓创资讯数据超市、用户行为分析系统、卓创资讯 EXCEL 数据展示平台、卓创资讯综合日志管理系统、卓创资讯产能分布图线上系统、红桃 3、内部系统运行状况监控系统等项目的研发工作。研发技术成果为取得 10 项软件著作权。
	8	陈亮	1984 年出生，计算机及应用专科学历，2012 年 6 月入职，历任程序员、主管等职务，现任公司软件研发二部主管，主要负责内部信息系统的关联、维护及新功能开发，曾主持或参与卓创资讯 CRM 3.0、卓创资讯基于图数据的权限管理系统、卓创资讯任务调度平台、卓创资讯数据云平台项目、卓创资讯产品运营数据分析系统等项目的研发工作，目前主要参与人力预算系统、财务预算系统、客户管理系统、综合审批中心等系统开发、升级。
	9	于磊	1986 年出生，法学本科学历，信息系统项目管理师，2011 年 4 月入职卓创有限，历任公司程序员、无线后端组组长、项目经理等职务，现任公司无线研发部主管，主要负责无线互联相关产品的开发和升级工作，曾主持或参与卓创资讯服务性能监控系统、卓创资讯工作流管理平台、多款手机客户端软件的开发及版本迭代升级工作，现主要负责卓创数据报表系统、微信端资讯发布系统的项目管理工作。研发技术成果为取得 1 项发明专利和 7 项软件著作权。
	10	宁瑜	1981 年出生，计算机信息管理本科学历，2008 年 12 月入职卓创有限，程序员、研发部主管、无线互联研发部主管等职务，现任公司网络信息安全测试部主管，主要负责信息系统及产品质量测试工作，如功能测试、

			安全性测试等。曾主持或参与卓创资讯微服务管理平台、卓创资讯信息自动化采集系统、卓创资讯多款手机客户端软件的开发及版本迭代升级工作。研发技术成果为取得 1 项发明专利和 7 项软件著作权。

4、公司对核心技术人员实施的约束激励措施情况

为培育和激励发行人技术人员，公司为其提供了较好的福利待遇，并且制定了明确的职业发展规划和薪酬激励政策，保证技术人员队伍的稳定性和工作的积极性。上述核心技术人员均与公司签订了《保密协议》，在上述协议约束的范围内开展研发活动。

5、报告期内核心技术人员的主要变动情况及发行人的影响

报告期内，公司核心技术人员未发生重大变化，不会对公司的生产经营产生不利影响。

（四）公司技术不断创新的机制及安排

1、技术创新机制

公司经过多年的发展，逐步形成了完善、高效的技术创新机制，具体如下：

（1）建立了完善的研发管理体系，制定并严格执行研发相关管理制度，在立项阶段重点审核项目的可行性、在研发阶段重点关注实施过程的可控性、在完成阶段及时总结，对形成的研发成果进行奖励并申请知识产权保护；

（2）形成了基于客户需求与反馈的改进机制，产品管理部人员会将存量产品的不足以及新的客户需求反馈给技术研发团队，研发团队在对产品进行迭代优化及新产品的研发时作为重要参考。公司的技术创新机制，使公司具备较高的研发效率以及快速的市场响应能力；

（3）保持研发团队的先进性和稳定性，通过外部招聘不断引入高水平人才充实研发队伍；定期筛选和发现内部的潜在人才；完善人才的内部培养机制，定期安排学习交流与培训，激励员工提高自身能力素质和专业水平；建立研发人员绩效考核奖励制度，以岗位价值、工作成果和绩效作为薪酬分配的主要依据，将员工利益与公司利益紧密结合，确保公司未来发展的可持续性和稳定性。

2、技术创新安排

公司将紧密围绕公司现有主营业务及核心技术，持续推进优化和完善公司

现有价格评估体系，逐步树立市场交易的标杆价格，从数据资产到客户资源再到服务模式进行全面优化和升级，提升公司大宗商品信息服务领域的核心竞争力。

八、境外经营情况

报告期内，除发行人全资子公司美国卓创外，发行人未在中华人民共和国境外设立其他任何性质的机构从事经营活动。截至本招股说明书签署日，美国卓创已完成注销手续，发行人已不存在在中华人民共和国境外经营的情况。

第七节 公司治理与独立性

一、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

（一）报告期内发行人公司治理建立健全情况

公司整体变更为股份公司前，依据《公司法》等法律法规的规定制定了《公司章程》和其他公司制度，并得到了有效执行。

公司整体变更为股份公司后，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引（2019 年修订）》和《上市公司治理准则》等相关法律法规、规范性文件的规定，逐步规范了内部组织结构，制定并完善了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作细则》、《总经理工作细则》、《董事会秘书工作细则》、《关联交易管理制度》、《对外投资管理制度》等治理文件，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度和董事会各专门委员会制度逐步完善，与经营管理层相互独立、权责明确、相互监督，实现了公司治理结构的合法有效运行。

（二）报告期内股东大会的实际运行情况

发行人经 2017 年第一次临时股东大会审议通过，并经 2017 年第三次临时股东大会审议修订了《股东大会议事规则》，发行人股东大会依法规范运行。自公司设立至今，股东严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权利、履行义务。

2018 年至本招股说明书签署日，发行人股东大会实际运行情况见下表：

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
2017 年度股东大会	2018.4.28	全体股东	全票通过
2018 年第一次临时股东大会	2018.12.17	全体股东	全票通过
2019 年第一次临时股东大会	2019.3.19	全体股东	全票通过
2018 年度股东大会	2019.5.16	全体股东	全票通过
2019 年第二次临时股东大会	2019.8.27	全体股东	全票通过
2019 年度股东大会	2020.4.15	全体股东	全票通过
2020 年第一次临时股东大会	2020.6.1	全体股东	全票通过

2020 年第二次临时股东大会	2020.6.16	全体股东	全票通过
2020 年度股东大会	2021.4.12	全体股东	全票通过
2021 年第一次临时股东大会	2021.8.6	全体股东	全票通过

公司股东大会的召开程序、议案内容均符合《公司法》、《公司章程》等相关法律及制度的要求。

（三）董事会制度的建立健全及运行情况

发行人经 2017 年第一次临时股东大会审议通过并经 2020 年第二次临时股东大会审议修订了《董事会议事规则》，发行人董事会规范运行，董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使自己的权利。

2018 年至本招股说明书签署日，发行人董事会召开情况见下表：

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
第一届董事会第六次会议	2018.4.8	全体董事	全票通过
第一届董事会第七次会议	2018.11.13	全体董事	全票通过
第一届董事会第八次会议	2018.11.29	全体董事	全票通过
第一届董事会第九次会议	2018.12.28	全体董事	全票通过
第一届董事会第十次会议	2019.3.4	全体董事	全票通过
第一届董事会第十一次会议	2019.4.26	全体董事	全票通过
第一届董事会第十二次会议	2019.8.12	全体董事	全票通过
第一届董事会第十三次会议	2020.3.26	全体董事	全票通过
第一届董事会第十四次会议	2020.5.17	全体董事	全票通过
第二届董事会第一次会议	2020.6.1	全体董事	全票通过
第二届董事会第二次会议	2020.9.9	全体董事	全票通过
第二届董事会第三次会议	2021.3.22	全体董事	全票通过
第二届董事会第四次会议	2021.7.21	全体董事	全票通过
第二届董事会第五次会议	2021.8.23	全体董事	全票通过

公司董事会的召开程序、会议内容均符合《公司法》、《公司章程》等相关法律及制度的要求。

（四）监事会制度的建立健全及运行情况

发行人经 2017 年第一次临时股东大会审议通过并经 2020 年第二次临时股东大会审议修订了《监事会议事规则》，发行人监事会规范运行，监事严格按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使自己的权利。

2018 年至本招股说明书签署日，发行人监事会召开情况见下表：

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
第一届监事会第三次会议	2018.4.8	全体监事	全票通过
第一届监事会第四次会议	2019.3.4	全体监事	全票通过
第一届监事会第五次会议	2019.4.26	全体监事	全票通过
第一届监事会第六次会议	2019.8.12	全体监事	全票通过
第一届监事会第七次会议	2020.3.26	全体监事	全票通过
第一届监事会第八次会议	2020.5.17	全体监事	全票通过
第二届监事会第一次会议	2020.6.1	全体监事	全票通过
第二届监事会第二次会议	2020.9.9	全体监事	全票通过
第二届监事会第三次会议	2021.3.22	全体监事	全票通过
第二届监事会第四次会议	2021.8.23	全体监事	全票通过

公司监事会的召开程序、会议内容均符合《公司法》、《公司章程》等相关法律及制度的要求。

（五）独立董事制度的建立健全及运行情况

本公司自 2017 年 6 月 8 日选举独立董事以来，独立董事依据有关法律、法规及《公司章程》规定，谨慎、认真、勤勉地履行其权利和义务，积极出席各次董事会会议，参与公司重大经营决策，为本公司的重大决策提供专业及建设性的意见，认真监督管理层的工作，对本公司保护中小股东权益和依照法人治理结构规范运作起到了积极的作用。

公司经 2017 年第一次临时股东大会审议通过，并经 2020 年第二次临时股东大会审议修订了《独立董事工作细则》，发行人独立董事将在公司法人治理结构的完善、公司发展方向和战略的选择、内部控制制度的完善以及中小股东权益的保护等方面发挥重大作用，独立董事未曾对董事会、股东大会决议事项提出异议。

（六）董事会专门委员会人员构成及运行情况

公司董事会下设立审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。公司第一届董事会第一次会议审议通过了《董事会审计委员会工作细则》、《董事会战略委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》。截至本招股说明书签署日，公司各专门委员会

人员设置如下：

委员会名称	委员	召集人
审计委员会	赵彧非、姜虎林、黄方亮	赵彧非
战略委员会	姜虎林、蔡俊、崔科增	姜虎林
提名委员会	马卫锋、姜虎林、赵彧非	马卫锋
薪酬与考核委员会	黄方亮、姜虎林、马卫锋	黄方亮

公司董事会专门委员会的设立，对强化董事会决策功能、完善公司治理结构起到了积极的作用。各专门委员会自设立以来，按照《董事会审计委员会工作细则》、《董事会战略委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》和《董事会薪酬与考核委员会工作细则》等有关规定展开工作，较好地履行了其职责。

2018 年至本招股说明书签署日，发行人董事会专门委员会会议召开情况：

1、审计委员会

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
第一届董事会审计委员会第二次会议	2018.4.4	全体委员	全票通过
第一届董事会审计委员会第三次会议	2019.2.22	全体委员	全票通过
第一届董事会审计委员会第四次会议	2019.4.16	全体委员	全票通过
第一届董事会审计委员会第五次会议	2019.8.2	全体委员	全票通过
第一届董事会审计委员会第六次会议	2020.3.16	全体委员	全票通过
第二届董事会审计委员会第一次会议	2020.8.28	全体委员	全票通过
第二届董事会审计委员会第二次会议	2021.3.12	全体委员	全票通过
第二届董事会审计委员会第三次会议	2021.8.13	全体委员	全票通过

2、战略委员会

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
第一届董事会战略委员会第二次会议	2018.4.4	全体委员	全票通过
第一届董事会战略委员会第三次会议	2019.4.16	全体委员	全票通过
第一届董事会战略委员会第四次会议	2019.8.2	全体委员	全票通过
第一届董事会战略委员会第五次会议	2020.3.16	全体委员	全票通过
第二届董事会战略委员会第一次会议	2020.6.1	全体委员	全票通过
第二届董事会战略委员会第二次会议	2021.8.13	全体委员	全票通过

3、提名委员会

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况

第一届董事会提名委员会第二次会议	2018.11.16	全体委员	全票通过
第一届董事会提名委员会第三次会议	2018.12.21	全体委员	全票通过
第一届董事会提名委员会第四次会议	2020.5.6	全体委员	全票通过
第二届董事会提名委员会第一次会议	2021.7.9	全体委员	全票通过

4、薪酬与考核委员会

会议名称	召开时间	出席会议情况	表决情况
第一届董事会薪酬与考核委员会第二次会议	2018.4.4	全体委员	全票通过
第一届董事会薪酬与考核委员会第三次会议	2019.4.16	全体委员	全票通过
第一届董事会薪酬与考核委员会第四次会议	2020.3.16	全体委员	全票通过
第二届董事会薪酬与考核委员会第一次会议	2021.3.12	全体委员	全票通过

公司董事会各专门委员会的召开程序、会议内容均符合《公司法》、《公司章程》等相关法律及制度的要求。

（七）董事会秘书履职情况

公司经第一届董事会第一次会议审议通过并经第二届董事会第一次会议审议修改了《董事会秘书工作细则》，对董事会秘书的权利、职责进行了明确约定。董事会秘书负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管及股东资料的管理、办理信息披露事务等事宜。

报告期内，公司董事会秘书按照《董事会秘书工作细则》等相关规定履职，对公司治理结构的完善和董事会、股东大会正常行使职权发挥了重要作用。

二、发行人特别表决权股份情况

发行人不存在特别表决权股份或类似安排。

三、发行人协议控制架构情况

发行人不存在协议控制架构。

四、内部控制制度有效性的自我评估和鉴证意见

（一）管理层对内控制度的自我评估意见

公司管理层认为，通过制定和有效实施内控制度，公司经营规模逐年扩大，经济效益逐年增长，呈现较好的发展态势，管理水平进一步提高，实现了

质量和效益的统一。通过加强内控，保证了产品的质量，也促进了技术创新，有力地提升了公司的综合竞争力，为公司的长远发展奠定了坚实的基础。公司针对所有重大事项建立了健全、合理的内部控制制度，并按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2021 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

信永中和会计师对公司与财务报表相关的内部控制有效性进行了鉴证，并出具了 XYZH/2021JNAA60591 号《内部控制鉴证报告》。信永中和会计师认为：“卓创资讯按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2021 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制”。

（三）信息系统审计

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日信息系统控制、信息系统的业务数据进行了审计，对信息系统内部控制设计和执行的有效性及系统中数据的真实性、完整性和可用性进行了核查，并出具了信息系统控制风险为低的《山东卓创资讯股份有限公司信息系统审计报告》（报告号 XYZH/2021BJMI20002）。具体核查情况如下：

1、信息系统的一般控制核查

（1）针对发行人控制层面的核查情况

发行人拥有完备的组织架构，各部门人员岗位职责明确。

（2）针对业务系统一般控制层面的核查情况

通过对信息系统开发与变更控制、逻辑访问及权限管理、数据备份、系统安全等关键控制点的执行情况进行核查，发行人业务系统一般控制运行情况良好。

2、信息系统的应用控制核查

对发行人的产品执行穿行测试程序，发行人业务系统以及后台数据库内容真实、准确、完整，且信息系统控制有效。

3、信息系统数据分析核查

（1）分析网上信息、手机客户端、手机短信、时段报告、大宗商品数据客户端的订单真实性完整性以及僵尸用户情况

通过对网上信息、手机客户端、手机短信、时段报告、大宗商品数据客户端进行分析，未发现异常情况。

（2）用户充值、消耗或消费的时间分布合理性核查，重点用户的充值情况核查

由于发行人的业务特点，发行人按照服务期限分摊确认收入，不存在在线消耗或消费的情况。

发行人用户充值时间分布合理，指标变化趋势基本一致，具有合理性；用户充值时间以及订单数量较分散，未发现异常现象。

（3）分析用户的真实性和变动合理性

报告期内，公司新增用户地域分布合理，新增用户较为稳定；月度活跃用户数量波动未发现异常。

报告期内，公司各类平台访问量和访问客户数量波动趋势一致，不存在异常情况。

（4）分析用户的用户行为

公司用户登录 IP 分布合理；注册及下单的客户数量以及归属地数量较为匹配，未发现批量导入用户以及一个账号充值多个客户的情况；个人用户下单时间分布较为合理，个人用户的收入真实，未发现异常；付费客户的活跃天数、浏览次数未发现异常。报告期各类 APP、网站及大宗商品数据客户端的访问用户数量、付费用户数量、付费转换率、付费金额、人均付费金额变动未发现异常。

由于公司的业务特点，发行人按照服务期限分摊确认收入不存在在线消耗或消费的情况。公司主要产品均呈现上涨趋势，与公司整体业务的变动趋势一致。

（5）信息系统收款与交易金额核查

公司订单收款数据与流水不存在异常情况；发行人关键业务指标与财务指标未发现异常现象。

报告期内，公司不存在自充值以及用户刷单情况。

（6）平均用户收入和平均付费用户收入核查

公司平均用户收入较为稳定，各个平台的平均用户收入以及平均付费用户收入变动较为合理，不存在异常情况。

（7）互联网数据中心（IDC）或者带宽费用的核查

公司用户的流量与访问量的变动趋势基本一致，具有合理性。

（8）获客成本与获客渠道核查情况

报告期内，公司获客成本与获客渠道不存在异常情况。

4、僵尸用户相关情况

僵尸用户是指用户在购买平台类产品后在一定期间内的登录或浏览次数少于 10 次。报告期内，僵尸用户对应的销售收入占各期营业收入的比重较低。

五、发行人最近三年违法违规行为的情况

2018 年 12 月 24 日，淄博市张店区市场监督管理局（原淄博市张店区食品药品管理局）向发行人下达“（张）食药监食罚[2018]FZ032 号”《行政处罚决定书》，发行人餐厅餐具使用前清洗消毒不合格的行为，违反了《中华人民共和国食品安全法》第五十六条第二款的规定，依据《中华人民共和国食品安全法》第一百二十六条第一款及《山东省食品药品监督行政处罚裁量权适用规则》第七条第一款的规定，予以中限处罚，责令发行人立即改正违法行为，并给予罚款 3 万元的行政处罚。2019 年 8 月 1 日，淄博市张店区市场监督管理局向发行人出具了《专项证明》，证明上述处罚不属于重大行政处罚。

公司对餐厅相关人员进行了培训，同时加强了对餐厅的日常管理，并更换了餐厅服务供应商，通过积极整改，公司未出现新增行政处罚情况，该事项也未对公司日常经营产生重大影响。

保荐人、国浩律师经核查后认为，发行人因餐厅餐具使用前清洗消毒不合格的行为，被淄博市张店区市场监督管理局予以中限处罚，该等处罚不属于重大行政处罚，不会对发行人本次发行上市构成实质性障碍。

除上述情况外，公司近三年不存在其他重大违法违规行为，也不存在其他受到相关主管机关重大处罚的情况。

六、报告期内资金被控股股东、实际控制人及其控制企业占用或者为控股股东、实际控制人及其控制企业担保的情况

最近三年，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以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，不存在为控股股东、

实际控制人及其控制的其他企业提供担保的情况。

七、资金管理、对外投资、担保制度及其执行情况

本公司在《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》、《独立董事工作细则》、《财务管理制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《总经理工作细则》、《内部审计制度》等相关制度对公司资金管理、对外投资、担保事项进行了规定。

（一）公司资金管理相关制度安排

为规范公司资金收付业务管理、资金计划与资金控制，公司制定了《财务管理制度》，从资金管理与控制、资金批付审批流程等方面完善公司各资金管理环节，对公司资金管理做了详细规定。公司的财务、会计、审计活动均符合《会计法》、《企业新会计准则》的要求，具体会计核算制度遵照公司《财务管理制度》执行。

（二）公司对外投资相关制度安排

公司经 2017 年第一次临时股东大会审议通过，并经 2020 年第一次临时股东大会审议修订了《对外投资管理制度》，该制度明确规定了公司董事会、股东大会审议对外投资的权限，具体如下：

1、公司董事会审议权限

（1）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 10%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者为计算依据；

（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 10%以上，且绝对金额超过 1,000 万元；

（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上，且绝对金额超过 100 万元；

（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 10%以上且绝对金额超过 1,000 万元；

（5）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 10%以上，且绝对金额超过 100 万元。

2、公司股东大会审议权限

（1）交易涉及的资产总额占上市公司最近一期经审计总资产的 50%以上，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者作为计算数据；

（2）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占上市公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元人民币；

（3）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占上市公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元人民币；

（4）交易的成交金额（含承担债务和费用）占上市公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过 5,000 万元人民币；

（5）交易产生的利润占上市公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过 500 万元人民币。

上述指标计算中涉及的数据如为负值，取其绝对值计算。

（三）公司对外担保相关制度安排

公司经 2017 年第一次临时股东大会审议通过，并经 2020 年第一次临时股东大会审议修订了《对外担保管理制度》，该制度明确规定：

1、公司董事会审议权限

除公司章程规定的须提交股东大会审议通过的对外担保之外的其他对外担保事项，由董事会审议批准。对于董事会权限范围内的担保事项，除应当经全体董事的过半数通过外，还应当经出席董事会会议的三分之二以上董事同意。

2、公司股东大会审议权限

（1）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；

（2）公司及其控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产 50%以后提供的任何担保；

（3）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（4）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计净资产的 50%且绝对金额超过 5,000 万元；

（5）连续十二个月内担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30%；

（6）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

（7）证券交易所或者《公司章程》规定的其他担保情形。

股东大会审议前款第（5）项担保事项时，必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或者受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

（四）公司资金管理、对外投资、担保事项相关制度的执行情况

公司严格执行《公司章程》、《财务管理制度》、《对外投资管理制度》和《对外担保管理制度》等相关规定，报告期初至本招股说明书签署之日，不存在违规对外投资或违规担保的情况。

八、发行人独立运营情况

本公司自整体变更设立以来，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、机构和业务等方面与控股股东、实际控制人完全分开，具有独立、完整的资产和业务体系，具备面向市场独立经营的能力。

（一）资产完整

本公司为依法整体变更设立的股份有限公司，卓创有限所有资产均已进入本公司。公司具备与大宗商品信息服务有关的业务系统、数据库，合法拥有与经营有关的土地、房产、服务器、商标及专利的所有权或使用权，具有独立的数据采集、数据处理和销售系统。公司目前不存在被控股股东、实际控制人及其关联方占用资金、其他资产及资源的情况，也不存在为股东、实际控制人提供担保的情况。

（二）人员独立

1、本公司总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，不在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪。

2、本公司董事、监事及高级管理人员均依合法程序选举或聘任。

3、本公司的财务人员没有在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职。

4、本公司已经按照国家有关法律规定建立起独立的劳动、人事和分配管理制度，根据《中华人民共和国劳动合同法》和公司劳动管理制度等有关规定与公司员工签订劳动合同，由公司人力资源管理部负责公司员工的聘任、考核和奖惩。

（三）财务独立

本公司已设立独立的财务会计部门，配备了专职的财务会计人员，建立了独立的会计核算体系，能够独立作出财务决策、具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。公司在银行单独开立账户，并依法独立申报纳税，未与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户。

（四）机构独立

本公司已建立适应自身发展需要和市场竞争的职能机构，各职能机构在人员、办公场所和管理制度等方面均完全独立，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合经营、合署办公的情形。

（五）业务独立

本公司主要从事大宗商品信息服务业务，已建立较为完善的数据采集、处理、销售体系，具有独立、完整的业务运作体系和面向市场自主经营的能力，独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在同业竞争或显失公平的关联交易。

（六）经营稳定

发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 2 年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）影响持续经营的重大事项

发行人不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

九、同业竞争

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间的同业竞争情况

报告期内，公司控股股东和实际控制人一直为姜虎林。报告期内，公司控股股东和实际控制人姜虎林除持有发行人和网之翼投资的股权外，不存在控制其他企业或经济组织的情形。网之翼投资为发行人员工持股企业，仅用于对发行人进行投资，其主营业务与发行人不存在同业竞争情形。

除上述情形外，根据工商查询信息显示并经查验，姜虎林曾在临淄隆众担任经理职务，并持有 5%的股权。临淄隆众因未按规定进行 2006 年年检，被淄博市工商行政管理局临淄分局于 2007 年 12 月 27 日吊销营业执照。临淄隆众工商查询信息如下：

公司名称	淄博市临淄隆众信息技术有限公司
营业执照状态	已吊销
注册资本	50.00万元
实收资本	50.00万元
法定代表人	李阿鸾
成立日期	1999年7月16日
注册地	临淄区稷下路173号路虹花园4-1-602号
股东构成及控制情况	潘隆持有其60%的股权；潘宁持有其20%的股权；李阿鸾持有其8.4%的股权，姜虎林持有其5%的股权，侯安全持有其2%的股权，代钦伟持有其2%的股权，其他5位自然人持有其2.6%的股权。
经营范围	企业营销策划、计算机网络的安装调试维护、软件开发、信息咨询服务。

发行人与临淄隆众存在相同的经营范围为“软件开发”，相似的经营范围为“信息咨询服务”与“信息服务业务、商务信息咨询”。

自 2007 年 12 月至本招股说明书签署日，临淄隆众处于吊销状态，没有实际经营，因此其与发行人不存在同业竞争。

综上所述，截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司均不存在同业竞争。

（二）募集资金投资项目的同业竞争情况

本次募集资金投资项目“大宗商品大数据平台项目”和“大宗商品现货市

场价格标杆系统研发项目”是本公司目前主营业务的延续，而本公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业均不从事与本公司拟投资项目相同或相似的业务。因此，本次募集资金投资项目不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业产生潜在同业竞争的情况。

（三）控股股东和实际控制人避免同业竞争的承诺

为避免产生同业竞争，公司的控股股东、实际控制人姜虎林出具了《关于与山东卓创资讯股份有限公司避免和消除同业竞争之承诺函》，承诺如下：

“1、截至本承诺签署之日，除发行人及其下属企业外，本人未控制除发行人及其下属企业以外与之从事相同或类似业务的其他公司、企业或其他经济实体，未经营也没有为他人经营与发行人及其下属企业相同或类似的业务；本人与发行人及其下属企业之间不存在同业竞争。

2、自本承诺签署之日起，本人保证自身不会并将促使本人控制（包括直接控制和间接控制）的除发行人及其下属企业以外的其他企业（以下称“本人控制的其他企业”）不会开展与发行人及其下属企业生产、经营有相同或类似的业务，不会投资与发行人及其下属企业从事相同或类似业务的公司、企业或其他经济实体。

3、自本承诺签署之日起，如发行人及其下属企业进一步拓展其产品和业务范围，本人保证将促使本人控制的其他企业不与发行人拓展后的产品或业务相竞争；若出现可能与发行人及其下属企业拓展后的产品或业务产生竞争的情形，本人保证将促使本人控制的其他企业积极采取下列措施以避免同业竞争情形的发生：

（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；

（2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；

（3）将相竞争的业务纳入到发行人或其下属企业来经营；

（4）将相竞争的业务转让给与发行人、本人及本人控制的其他企业无关联关系的第三方；

（5）其它任何对维护发行人权益有利的方式。

4、本承诺自本人签署之日起生效，本承诺所载上述各项承诺在本人直接或间接控制发行人期间及本人不再直接或间接控制发行人之日起三年内持续有效

且不可变更或撤销。如因违反上述承诺而导致发行人及其他股东权益受到损害，本人愿意承担相应的损害赔偿责任。”

十、关联交易

（一）关联方和关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会、深圳证券交易所的相关规定，截至本招股说明书签署日，公司的关联方及关联关系如下：

1、本公司控股股东、实际控制人

序号	关联方名称	关联关系
1	姜虎林	控股股东、实际控制人

2、本公司控股股东及实际控制人控制的其他企业

序号	关联方名称	关联关系
1	网之翼投资	控股股东、实际控制人控制的其他企业，持有本公司 14.29%的股权

3、持有本公司 5%以上股份的其他股东

除姜虎林、网之翼投资外，持有本公司 5%以上股份的其他股东如下表所示：

序号	关联方名称	持股比例（%）	关联关系
1	侯安全	10.32	持有 5%以上股份的股东
2	吕春江	10.32	持有 5%以上股份的股东
3	崔科增	7.62	持有 5%以上股份的股东

4、本公司控股子公司、参股公司

截至本招股说明书签署之日，本公司拥有 1 家全资子公司，无参股公司，如下表所示：

序号	关联方名称	关联关系
1	北京卓创	全资子公司

5、发行人董事、监事和高级管理员及其实施重大影响或对外兼职任董事（不含独立董事）及高级管理人员的企业

（1）发行人董事、监事和高级管理员

发行人董事、监事、高级管理人员具体情况如下表所示：

序号	姓名	职务

序号	姓名	职务
1	姜虎林	法定代表人、董事长
2	蔡俊	副董事长、总经理
3	崔科增	董事、副总经理、董事会秘书
4	李学强	董事
5	宋杨	董事
6	黄方亮	独立董事
7	马卫锋	独立董事
8	赵彧非	独立董事
9	侯安全	监事会主席
10	刘锋	职工代表监事
11	齐玉芹	职工代表监事
12	庞锡平	监事
13	王双	监事
14	叶秋菊	副总经理
15	鲁华	董事、副总经理
16	江晓	副总经理
17	吕春江	副总经理
18	路永军	财务总监

（2）发行人董事、监事和高级管理人员实施重大影响或对外兼职任董事（不含独立董事）及高级管理人员的除发行人及其实际控制人控制的关联企业外的其他企业或组织

序号	关联方名称	关联关系
1	淄博市临淄隆众信息技术有限公司	姜虎林担任其经理，持有其 5%的股权。（营业执照已被吊销）
2	北京诺康达医药科技股份有限公司	董事宋杨担任董事
3	北京国科兴和投资管理有限公司	董事宋杨担任董事
4	青岛领航浩淼企业管理合伙企业（有限合伙）	董事宋杨担任有限合伙人
5	国科尚贤（青岛）创业投资基金合伙企业（有限合伙）	董事宋杨担任有限合伙人
6	同济融金（北京）资产管理股份有限公司	独立董事马卫锋担任其董事
7	多盈投资管理股份有限公司	监事庞锡平担任其董事
8	山东碧水源环保科技有限公司	监事庞锡平担任其董事
9	赛克赛斯生物科技股份有限公司	监事庞锡平担任其董事会秘书

10	世纪金榜集团股份有限公司	监事庞锡平担任其董事
11	济南晶正电子科技有限公司	监事庞锡平任董事
12	山东蓝色经济产业基金管理有限公司	监事王双担任副总经理

6、持有发行人 5%以上股份的自然人股东、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员及其实施重大影响或对外兼职任董事及高级管理人员的企业

（1）持有发行人 5%以上股份的自然人股东、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员

持有发行人 5%以上股份的自然人股东、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员均为发行人的关联自然人。其中报告期内与发行人发生关联交易的关联自然人情况如下表所示：

序号	关联方名称	关联关系
1	冯秀明	实际控制人之配偶
2	冯克忠	冯秀明之弟
3	冯秀芹	冯秀明之姐

（2）持有发行人 5%以上股份的股东、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员能够实施重大影响或对外兼职任董事及高级管理人员的企业

序号	关联方名称	关联关系
1	淄博谐通经贸有限公司	实际控制人姜虎林配偶的弟弟冯克忠持有其 90%股权，担任其法定代表人、执行董事兼经理（营业执照已被吊销）
2	淄博市临淄鲁裕塑料制品有限公司	实际控制人姜虎林配偶的姐姐冯秀芹的配偶顾晓明持有其 50%股权，并担任法定代表人、执行董事兼总经理
3	安丘市石埠子镇卫东种植家庭农场	独立董事马卫锋的兄弟马卫东为经营者
4	张店区广艺棠百货商行	公司 5%以上股东、副总经理吕春江的配偶赵书苹为经营者
5	淄博兰恩经贸有限公司	监事齐玉芹的妹妹齐玉荣持股 100%并担任其法定代表人

7、关联方的变化情况

（1）新增的关联方

报告期内，公司新增的关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系	备注
1	赵彧非	独立董事	赵彧非 2017 年 9 月担任公司独立董事
2	北京诺康达医药科技股份有限公司	董事宋杨担任董事	宋杨 2020 年 6 月担任该关联方董事

序号	关联方名称	关联关系	备注
3	路永军	财务总监	路永军 2018 年 11 月担任公司财务总监
4	江晓	副总经理	江晓 2018 年 11 月担任公司副总经理
5	山东蓝色经济产业基金管理有限公司	监事王双担任其副总经理	王双 2019 年 12 月担任该关联方副总经理
6	马卫锋	独立董事	马卫锋 2020 年 6 月担任公司独立董事
7	同济融金（北京）资产管理股份有限公司	独立董事马卫锋担任其董事	马卫锋 2020 年 6 月担任公司独立董事
8	安丘市石埠子镇卫东种植家庭农场	独立董事马卫锋的兄弟马卫东为经营者	马卫锋 2020 年 6 月担任公司独立董事
9	北京国科兴和投资管理有限公司	董事宋杨担任董事	宋杨自 2021 年 4 月起担任该企业董事
10	青岛领航浩淼企业管理合伙企业（有限合伙）	董事宋杨持有其 98%的合伙份额	2021 年 6 月成立，董事宋杨担任有限合伙人
11	国科尚贤（青岛）创业投资基金合伙企业（有限合伙）	董事宋杨持有其 99.50%的合伙份额	2021 年 7 月成立，董事宋杨担任有限合伙人
12	济南晶正电子科技有限公司	监事庞锡平任董事	庞锡平自 2021 年 6 月起担任该企业董事

（2）减少的关联方

报告期内，公司减少的关联方如下：

序号	关联方名称	关联关系	备注
1	美国卓创	全资子公司	2019 年 5 月注销
2	淄博市新媒体人士联谊会	董事李学强曾担任其法定代表人	李学强 2019 年 12 月离任该单位法定代表人
3	彭立颖	财务总监	彭立颖 2018 年 11 月离任公司财务总监
4	山东一起创网络科技有限公司	独立董事黄方亮持有其 10%股权并担任其董事	该公司 2019 年 5 月注销
5	济南联固新材料有限公司	独立董事黄方亮的配偶陈国文持有其 100%股权，并担任法定代表人、执行董事兼总经理	该公司 2019 年 5 月注销
6	锡林浩特市闲翁奇石阁茶庄	董事董士慧的兄弟董士武为经营者	该企业 2019 年 6 月注销
7	济南云水腾跃环保科技有限公司	监事庞锡平担任其董事	庞锡平 2019 年 7 月离任该公司董事
8	山东腾跃化学危险废物研究处理有限公司	监事庞锡平担任其董事	庞锡平 2019 年 8 月离任该公司董事
9	山东华安新材料有限公司	监事庞锡平担任其董事	庞锡平 2019 年 6 月离任该公司董事
10	山东华安近代环保科技有限公司	监事庞锡平担任其董事	庞锡平 2019 年 12 月离任该公司董事
11	厦门我地	全资子公司	2020 年 6 月注销

12	张宜生	独立董事	张宜生 2020 年 6 月离任公司独立董事
13	山东交易市场清算所有限公司	离任独立董事张宜生担任其董事	张宜生 2020 年 6 月离任公司独立董事
14	日照大宗商品交易中心有限公司	离任独立董事张宜生担任其董事	张宜生 2020 年 6 月离任公司独立董事
15	内蒙古航天能源有限公司	离任独立董事张宜生担任其董事	张宜生 2020 年 6 月离任公司独立董事
16	北京世纪佳信投资管理有限公司	离任独立董事张宜生担任其董事	张宜生 2020 年 6 月离任公司独立董事
17	深圳市山鼎投资发展有限公司	离任独立董事张宜生担任其董事，持有其 30%股权（营业执照已被吊销）	张宜生 2020 年 6 月离任公司独立董事
18	中国有色金属进出口总公司	离任独立董事张宜生为其法定代表人（营业执照已被吊销）	张宜生 2020 年 6 月离任公司独立董事
19	上海浦勤投资咨询有限公司	离任独立董事张宜生的配偶古莹持股 50%并担任其法定代表人、执行董事兼总经理，独立董事张宜生担任其监事	张宜生 2020 年 6 月离任公司独立董事
20	陈陈	副总经理	陈陈 2018 年 11 月至 2020 年 6 月担任公司副总经理
21	淄博市临淄胜利特种油品厂	副总经理陈陈的父亲陈承年担任其法定代表人（营业执照已被吊销）	陈陈 2018 年 11 月至 2020 年 6 月担任公司副总经理
22	青岛蓝色鸿舟投资管理有限公司	监事王双担任其总经理	王双 2019 年 9 月至 2021 年 4 月担任该关联方总经理
23	董士慧	董事	董士慧 2021 年 7 月离任公司董事
24	元宝山区鑫淼奇石阁	离任董事董士慧的兄弟的配偶程显梅为经营者	董士慧离任公司董事
25	中科动力（枣庄）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	董事宋杨作为有限合伙人曾持有 495 万元合伙份额（占比 99.00%）	2021 年 7 月成立，董事宋杨于 2021 年 7 月 30 日持有该企业 99%合伙份额，并于 2021 年 9 月 10 日不再持有该企业合伙份额
26	聚岳启航（枣庄）股权投资基金合伙企业（有限合伙）	董事宋杨作为有限合伙人曾持有 495 万元合伙份额（占比 99.00%）	2021 年 7 月成立，董事宋杨于 2021 年 7 月 9 日持有该企业 99%合伙份额，并于 2021 年 7 月 19 日不再持有该企业合伙份额

报告期内注销的关联方企业共有 5 家，其中美国卓创、厦门我地为公司全资子公司，相关资产、管理人员及生产人员转回母公司，相关公司基本情况参见本招股说明书“第五节/六/（一）发行人控股子公司情况”中所述；山东一起创网络科技有限公司、济南联固新材料有限公司、锡林浩特市闲翁奇石阁茶庄的基本情况以及相关资产、人员的去向等情况如下：

①山东一起创网络科技有限公司

山东一起创网络科技有限公司自成立至注销前的详细情况如下：

事项	详细情况
生产经营状况	成立至注销期间，正常开展经营活动，但经营不及预期，注销时已无相关资产。
存续期内是否合法经营	存续期内合法经营：根据公开检索获取的信息，山东一起创网络科技有限公司在存续期间不存在公示的违法违规处罚情况。
开展业务与公司主营业务的关系	主要从事网络信息技术领域及计算机软件硬件技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让等服务，经营范围中有会务服务、展览展示服务，设计、制作、代理发布国内广告业务，但报告期内未开展上述业务。
注销后管理人员和生产人员的工作去向	注销后管理人员和生产人员按照法律规定予以解散。

②济南联固新材料有限公司

济南联固新材料有限公司自成立至注销前的详细情况如下：

事项	详细情况
生产经营状况	成立至注销期间，正常开展经营活动，但经营不及预期，注销时已无相关资产。
存续期内是否合法经营	存续期内合法经营：根据公开检索获取的信息，济南联固新材料有限公司在存续期间不存在公示的违法违规处罚情况。
开展业务与公司主营业务的关系	主要从事有机硅材料、新材料的技术开发、技术转让、技术咨询服务、销售等事项，公司经营范围中有广告业务，但报告期内未开展该业务。
注销后管理人员和生产人员的工作去向	类型为自然人独资企业，个人（或家庭）经营，未聘用外部人员。

③锡林浩特市闲翁奇石阁茶庄

锡林浩特市闲翁奇石阁茶庄自成立至注销前的详细情况如下：

事项	详细情况
生产经营状况	未实际开展生产经营活动，注销时无相关资产。
存续期内是否合法经营	存续期内合法经营：根据公开检索获取的信息，锡林浩特市闲翁奇石阁茶庄在存续期间不存在公示的违法违规处罚情况。
开展业务与公司主营业务的关系	主要从事一般经营项目：奇石、茶叶、茶具销售，报告期内未实际开展业务；与公司主营业务无关系。
注销后管理人员和生产人员的工作去向	类型为个体工商户，个人（或家庭）经营，未聘用外部人员。

（二）经常性关联交易

1、关键管理人员薪酬

报告期各期间，公司向董事、监事及高级管理人员支付薪酬情况如下：

单位：万元

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
职工薪酬	473.15	627.88	590.94	511.07

报告期各期间，公司向董事、监事及高级管理人员支付的薪酬金额分别为511.07万元、590.94万元、627.88万元和473.15万元。

2、公司租赁姜虎林的房产作为办公楼

公司租赁姜虎林位于淄博市临淄区辛化路2678号的办公楼作为办公场所，租赁面积350平方米，租赁起始日为2017年6月1日，租赁期为8年，租金为5万元/年，租金参照周边办公、厂房出租的市场价格定价，关联交易定价公允且履行了必要的审议程序。2020年下半年，公司租赁山东方正房地产开发有限公司房产作为临淄区办公场所，该办公场所启用后，公司与姜虎林协商终止双方签署的租赁协议。

3、关联方向公司购买信息服务

单位：万元

关联方名称	交易内容	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
日照大宗商品交易中心有限公司	信息服务	-	-	-	1.19
山东华安新材料有限公司	信息服务	2.21	1.05	0.78	0.30
合计	-	**2.21**	**1.05**	**0.78**	**1.49**

关联方向公司购买信息服务的价格执行公司统一价格标准，关联交易定价公允，且履行了必要的审议程序。

（三）偶发性关联交易

1、为关联方代收代付政府奖励

单位：万元

关联方	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
姜虎林	-	-	3.00	55.00
蔡俊	-	-	7.00	-

2018年公司代姜虎林收到泰山领军人才奖励25万元，并于当年转付给姜虎林；2018年12月公司代姜虎林收到山东省服务业人才奖30万元，于2019年3月转付给姜虎林；2019年公司分别代姜虎林、蔡俊收到淄博英才计划人才奖3万元和7万元，并于当期转付给姜虎林、蔡俊。

2、关联方往来余额

单位：万元

科目名称	关联方名称	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
其他应付款	姜虎林	-	-	-	35.00

2018 年末公司其他应付款中应付姜虎林 35.00 万元，分别是公司应付姜虎林 2018 年的房屋租赁款 5 万元，以及代姜虎林收到的山东省服务业人才奖 30 万元。

除上述事项外，公司不存在其他关联方应收应付款项。

（四）关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司业务系统独立、完整，业务经营上不存在严重依赖关联方的情形。关联交易事项均依照公司的管理制度以及有关协议进行，履行了相关决策程序，对公司的财务状况和经营成果不构成重大影响。

（五）关联交易制度的执行情况及独立董事意见

报告期内，公司与关联方发生的关联交易遵循公开、公平、公正的原则，均按公司相关制度的要求履行必要的决策程序，关联董事及关联股东回避了表决。报告期内，公司相关制度执行情况良好，不存在关联交易不规范行为。

公司独立董事已对报告期内需其审议的关联交易协议及履行情况进行了审核，并发表了独立意见：报告期内，公司关联交易的审议、决策程序符合《公司法》等法律法规以及《公司章程》的有关规定，公司在审议关联交易时，关联董事和关联股东实行回避原则，其表决程序符合有关法律法规的规定。关联交易事项合法合规、真实有效、交易价格公允，没有违反公开、公平、公正的原则，不存在损害公司和中小股东的利益的行为。

（六）公司采取的减少和规范关联交易的措施

发行人根据有关法律、法规和规范性文件的规定，已在其章程、股东大会议事规则、董事会议事规则、独立董事工作规则、关联交易管理制度中规定了股东大会、董事会在审议有关关联交易事项时关联股东、关联董事回避表决制度及其他决策程序，且有关议事规则及决策制度已经发行人股东大会审议通过。发行人通过章程、有关议事规则及关联交易决策制度等，对关联交易的审批程序和管理进行更为严格的规范，对关联交易实施更为有效的监督。

为减少和规范关联交易，公司控股股东和实际控制人、持有公司 5%以上股份的主要股东、董事、监事及高级管理人员均出具了《关于减少和避免与山东卓创资讯股份有限公司发生关联交易事项之承诺函》：

“一、本人/本企业、与本人关系密切的家庭成员以及上述主体控制的其他企业将尽量减少、避免与公司及其控股子公司之间发生关联交易。对于能够通过市场方式与独立第三方之间发生的交易，将由公司与独立第三方进行。本人/本企业、与本人关系密切的家庭成员以及上述主体控制的其他企业不以向公司拆借、占用公司资金或采取由公司代垫款项、代偿债务等方式侵占公司资金。

二、对于本人/本企业、与本人关系密切的家庭成员以及上述主体控制的其他企业与公司及其控股子公司之间不可避免的一切交易行为，均将严格遵守市场原则，本着平等互利、等价有偿的一般原则，公平合理地进行。

三、本人/本企业、与本人关系密切的家庭成员以及上述主体控制的其他企业与公司所发生的关联交易均以签订书面合同或协议形式明确约定，并严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《山东卓创资讯股份有限公司章程》和《山东卓创资讯股份有限公司关联交易管理制度》等有关法律、法规以及公司规章制度的规定，规范关联交易行为，履行各项批准程序并按有关规定履行信息披露义务。

四、本人/本企业、与本人关系密切的家庭成员以及上述主体控制的其他企业不通过关联交易损害公司以及公司其他股东的合法权益。

五、本人/本企业承诺的出具、履行与解释均适用中国有关法律法规及规范性文件的规定。上述承诺经本人/本企业签字后生效。

如果本人/本企业违反上述承诺给公司或者其他投资者造成损失的，本人/本企业将向公司和其他投资者依法承担赔偿责任。”

第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关分析反映了公司及子公司报告期经审计的财务报表及附注的主要内容，非经特别说明，均引自信永中和会计师出具的编号为XYZH/2021JNAA60590 的审计报告或根据其中相关数据计算得出，并以合并口径反映。

公司在管理层分析中，部分内容采取了与同行业公司对比分析的方法，以便投资者深入了解公司的财务及非财务信息。鉴于目前在细分领域中不存在与公司服务类型、结构完全相同的上市公司，公司在选取可比公司时以行业相关性、业务结构相似性作为标准，选取了上海钢联、华瑞信息作为可比公司。其中上海钢联是深交所创业板上市公司，主要为黑色、有色、能源化工、农产品等大宗商品提供商业资讯服务、数据研究服务、电子商务服务及其增值服务，主要业务中资讯信息服务、咨询服务、会务培训服务以及广告服务与公司的可比性较高；华瑞信息为新三板挂牌企业，从事化纤、纺织、石化等领域的信息资讯、贸易撮合、行业会展、软件技术、供应链管理等服务，与公司业务具有可比性。可比公司的相关信息均来自其公开披露的资料，公司不对其准确性、真实性作出判断。

本招股说明书“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况及其竞争情况”中披露了行业内主要企业，同行业上市公司还有生意宝、慧聪集团。生意宝为深交所中小板上市公司，生意宝主要收入来源为在线化工贸易、网络基础及信息推广服务，虽然也向客户提供大宗商品行业数据信息，但是其未披露其资讯收入规模，因此与公司无法直接比较。慧聪集团为香港联交所上市公司，主要业务为科技新零售、智慧产业、平台与企业服务等，未单独披露其资讯收入规模，因此与公司无法直接比较。因此在本节未选择生意宝、慧聪集团作为可比上市公司进行对比分析。

投资者欲对本公司的会计政策、财务状况、经营成果及现金流量进行更详细的了解，请查阅本公司经审计的财务报表及相关财务资料。

一、财务会计信息相关的重大事项或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：

1、交易金额占公司最近一期经审计总资产的 1%以上；

2、交易金额占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 1%以上；

3、交易预计产生的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 5%以上。

二、影响发行人未来盈利（经营）能力或财务状况的主要因素及相关财务或非财务指标分析

（一）影响公司未来盈利（经营）能力或财务状况的主要因素

1、公司在用户和品牌知名度方面的既有优势

公司致力于为客户提供能源、化工、农业、金属等行业的大宗商品资讯、咨询、会务调研等服务。公司拥有庞大的用户群体和良好的品牌知名度。公司累计注册客户数量超过 200 万个，累计服务的全球 500 强企业及其下属企业超过 150 家。公司客户涵盖大宗商品产业客户、贸易流通客户、期货及商品交易所、金融机构、政府机构、科研院所和媒体等。凭借优质的产品和专业的服务能力，公司为广大客户在价格监测、政策制定、经营决策、投资决策、行业研究等方面持续提供必要的决策依据和数据支持。公司在用户数量和品牌知名度方面的既有优势，有助于公司进一步扩大影响力，吸引更多的客户选择公司的服务，推动公司的发展。

2、大宗商品市场的波动

大宗商品信息服务是基于对大宗商品行业的持续深入理解和经验积累，以及对先进的互联网和电信技术的应用，通过采集大宗商品交易数据和资讯信息，经过集中处理、深度挖掘和全面分析，制作出契合客户需求的信息产品，最终满足大宗商品市场各类客户的及时性、准确性、有效性的信息需求。大宗商品市场基础环境、市场交易活跃程度和大宗商品价格走势等将直接影响大宗商品信息服务行业的发展。总体而言，大宗商品市场的波动与大宗商品信息服务需求具有一定的相关性，对公司业务发展亦构成一定影响。

3、公司的研发能力

本公司多年来始终重视技术研发能力的培养，不断完善数据采集、存储、挖掘、分析等专业技术，自主研发了资讯信息分布式发送技术、数据集成技术框架、数据准确性保障体系等核心技术。公司是否能够持续保持较高的研发能

力是影响公司未来盈利能力稳定性、持续性和行业地位的重要因素。

4、人工成本

公司的主营业务为大宗商品信息服务，业务发展需要大量的专业技术人才。报告期内，人工成本是本公司的主要经营成本，是影响公司盈利能力的重要因素。

5、期间费用

报告期内，公司期间费用金额分别为 8,405.06 万元、8,493.04 万元、9,103.83 万元和 4,837.89 万元，期间费用占营业收入的比例分别为 41.35%、38.58%、41.70%和 39.05%，期间费用金额及其占营业收入的比例较高。报告期内，公司期间费用变动是影响公司盈利的重要因素。

（二）对公司具有核心意义、或其变动对公司业绩变动具有较强预示作用的财务和非财务指标

根据公司所处行业状况及自身业务特点，本公司营业收入、毛利率、经营活动产生的现金流量净额等指标对公司具有核心意义，其变动情况对公司业绩变动具有较强的预示作用。

1、营业收入

营业收入增长金额能代表公司业务发展的速度，2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，公司营业收入金额分别为 20,327.44 万元、22,012.55 万元、21,833.79 万元和 12,387.88 万元，整体呈稳步增长趋势。

2、主营业务毛利率

主营业务毛利率是公司服务质量、市场竞争能力、获利能力以及公司对成本控制能力、经营理念的综合体现。2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，公司主营业务毛利率分别为 65.48%、66.92%、66.64%和 67.52%，主营业务毛利率指标均处于较高水平。公司主营业务盈利能力较强，为公司业绩的较快增长提供了有力支撑。

3、经营活动产生的现金流量净额

经营活动产生的现金流量净额是反映公司盈利质量的重要指标。2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 8,665.08 万元、6,423.49 万元、7,750.10 万元和 3,689.85 万元，同期净利润分别

为 4,506.36 万元、5,875.75 万元、5,185.87 万元和 3,036.54 万元，报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额均为正值，盈利质量处于较高水平。

三、分部信息

报告期内，公司专注于为客户提供大宗商品信息服务，无经营分部，无需列示分部报告。

四、报告期内主要财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

资　产	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动资产：				
货币资金	251,892,326.04	192,594,261.37	12,754,286.25	25,899,905.17
交易性金融资产	-	30,010,235.21	139,317,922.68	-
应收票据	-	-	-	108,000.00
应收账款	3,492,246.62	2,287,725.20	2,694,663.79	2,613,337.69
预付款项	1,032,312.15	817,363.98	462,766.85	567,112.98
其他应收款	162,076.16	91,873.36	134,907.85	1,329,118.55
存货	112,973.52	57,418.53	93,288.42	80,205.82
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	6,519,776.02	7,675,229.37	5,160,970.31	112,571,582.40
流动资产合计	**263,211,710.51**	**233,534,107.02**	**160,618,806.15**	**143,169,262.61**
非流动资产：				
长期股权投资	-	-	-	-
固定资产	170,415,472.47	170,560,184.71	174,805,944.68	104,121,331.94
在建工程	1,852,915.22	922,187.72	300,809.00	52,793,589.88
使用权资产	14,063,329.26	-	-	-
无形资产	28,205,317.77	28,680,706.48	28,194,287.51	29,330,570.57
长期待摊费用	6,265,392.51	7,432,047.79	264,119.76	328,692.51
递延所得税资产	2,357,789.54	2,374,332.04	2,444,401.22	2,512,110.66
其他非流动资产	297,924.17	334,157.60	-	312,268.58
非流动资产合计	**223,458,140.94**	**210,303,616.34**	**206,009,562.17**	**189,398,564.14**
资产总计	**486,669,851.45**	**443,837,723.36**	**366,628,368.32**	**332,567,826.75**

合并资产负债表（续）

单位：元

负债及股东权益	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动负债：				
短期借款	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	1,978,371.42	4,778,095.73	9,806,789.45	6,120,352.42
预收款项	-	-	165,081,138.87	164,309,612.95
合同负债	203,724,546.38	190,368,916.65	-	-
应付职工薪酬	10,159,654.47	23,993,736.33	18,979,850.85	17,964,722.35
应交税费	2,836,093.09	2,262,071.22	2,061,374.24	1,927,565.74
其他应付款	1,292,157.82	941,998.48	666,846.51	1,355,794.81
一年内到期的非流动负债	2,103,784.82	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	**222,094,608.00**	**222,344,818.41**	**196,595,999.92**	**191,678,048.27**
非流动负债：	-			
长期借款	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-
租赁负债	12,445,432.98	–	–	–
递延收益	27,961,456.31	28,530,647.40	29,782,930.80	30,970,124.90
递延所得税负债	5,117,682.86	4,276,993.51	3,422,834.60	2,473,773.57
非流动负债合计	**45,524,572.15**	**32,807,640.91**	**33,205,765.40**	**33,443,898.47**
负债合计	**267,619,180.15**	**255,152,459.32**	**229,801,765.32**	**225,121,946.74**
股东权益：				
股本	45,000,000.00	45,000,000.00	45,000,000.00	42,000,000.00
资本公积	610,821.78	610,821.78	610,821.78	610,821.78
其他综合收益	-	-	-	396,747.46
盈余公积	19,767,650.30	19,767,650.30	14,633,311.47	8,448,575.01
未分配利润	153,672,199.22	123,306,791.96	76,582,469.75	55,989,735.76
归属于母公司股东权益合计	219,050,671.30	188,685,264.04	136,826,603.00	107,445,880.01
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	**219,050,671.30**	**188,685,264.04**	**136,826,603.00**	**107,445,880.01**
负债和股东权益总计	**486,669,851.45**	**443,837,723.36**	**366,628,368.32**	**332,567,826.75**

（二）合并利润表

单位：元

项　目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	**123,878,809.20**	**218,337,897.20**	**220,125,485.94**	**203,274,434.93**
减：营业成本	40,218,733.14	72,822,263.22	72,800,188.84	70,180,235.88
税金及附加	1,550,958.71	2,984,619.98	2,811,659.92	3,442,328.25
销售费用	28,678,145.98	50,798,675.53	49,511,740.57	50,110,085.77
管理费用	14,240,263.44	26,497,469.62	20,105,060.54	19,912,946.42
研发费用	7,919,294.43	14,110,361.31	15,180,905.00	13,747,455.89
财务费用	-2,458,813.11	-368,191.82	132,692.35	280,114.07
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	-10,235.21	-1,007,687.47	1,017,922.68	-
其他收益（损失以“－”号填列）	1,015,631.29	3,568,765.56	3,464,015.80	4,312,079.96
投资收益（损失以“－”号填列）	465,701.74	5,174,039.76	3,283,989.93	2,699,444.27
其中：对联营企业和合营企业的投资收益（损失以“－”号填列）	-	-	-	-
资产减值损失（损失以“－”号填列）	-	-	-	-356,365.73
信用减值损失（损失以“－”号填列）	-128,462.65	-73,259.42	199,685.61	-
资产处置收益（损失以“－”号填列）	-6,962.30	-1,629.71	97,774.31	161,399.92
营业利润	**35,065,899.48**	**59,152,928.08**	**67,646,627.05**	**52,417,827.07**
加：营业外收入	13,923.87	24,788.92	191,269.57	246,457.39
减：营业外支出	76,429.94	38,925.75	1,309.45	703,830.09
利润总额	**35,003,393.41**	**59,138,791.25**	**67,836,587.17**	**51,960,454.37**
减：所得税费用	4,637,986.15	7,280,130.21	9,079,116.72	6,896,811.36
净利润	**30,365,407.26**	**51,858,661.04**	**58,757,470.45**	**45,063,643.01**
归属于母公司股东的净利润	30,365,407.26	51,858,661.04	58,757,470.45	45,063,643.01
少数股东损益	-	-	-	-
其他综合收益	**-**	**-**	**-**	**244,387.84**
综合收益总额	**30,365,407.26**	**51,858,661.04**	**58,757,470.45**	**45,308,030.85**
归属于母公司股东的综合收益总额	30,365,407.26	51,858,661.04	58,757,470.45	45,308,030.85

项　目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
每股收益	-	-	-	-
基本每股收益	0.67	1.15	1.31	1.07
稀释每股收益	0.67	1.15	1.31	1.07

（三）合并现金流量表

单位：元

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	143,731,025.70	258,342,687.04	234,041,802.92	247,530,792.49
收到的税费返还	-	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	4,846,420.30	5,535,862.35	5,259,776.28	8,651,209.59
经营活动现金流入小计	**148,577,446.00**	**263,878,549.39**	**239,301,579.20**	**256,182,002.08**
购买商品、接受劳务支付的现金	6,398,394.99	19,135,245.89	18,062,315.40	21,073,490.03
支付给职工及为职工支付的现金	88,331,336.31	121,062,956.10	122,384,498.50	112,402,095.20
支付的各项税费	9,310,349.78	22,521,750.44	21,832,615.27	21,141,405.39
支付的其他与经营活动有关的现金	7,638,913.99	23,657,646.89	12,787,267.21	14,914,225.19
经营活动现金流出小计	**111,678,995.07**	**186,377,599.32**	**175,066,696.38**	**169,531,215.81**
经营活动产生的现金流量净额	**36,898,450.93**	**77,500,950.07**	**64,234,882.82**	**86,650,786.27**
投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	30,000,000.00	417,300,000.00	343,100,000.00	265,200,000.00
取得投资收益收到的现金	493,643.84	5,484,286.05	4,205,409.27	2,527,013.48
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收到的现金净额	4,593.98	58,104.13	132,536.62	2,738,579.92
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	**30,498,237.82**	**422,842,390.18**	**347,437,945.89**	**270,465,593.40**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	6,918,624.08	19,816,365.13	21,977,009.22	23,126,158.65
投资支付的现金	-	309,000,000.00	370,400,000.00	325,200,000.00
投资活动现金流出小计	**6,918,624.08**	**328,816,365.13**	**392,377,009.22**	**348,326,158.65**
投资活动产生的现金流量净额	**23,579,613.74**	**94,026,025.05**	**-44,939,063.33**	**-77,860,565.25**
筹资活动产生的现金流量：				

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
吸收投资所收到的现金	-	-	-	-
取得借款所收到的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	-	-	-
偿还债务所支付的现金	-	-	-	-
分配股利、利润和偿付利息支付的现金	-	-	28,980,000.00	9,750,000.00
支付其他与筹资活动有关的现金	1,180,000.00	1,332,000.00	3,352,100.00	-
筹资活动现金流出小计	**1,180,000.00**	**1,332,000.00**	**32,332,100.00**	**9,750,000.00**
筹资活动产生的现金流量净额	**-1,180,000.00**	**-1,332,000.00**	**-32,332,100.00**	**-9,750,000.00**
汇率变动对现金的影响额	-	-	-109,338.41	192,499.54
现金及现金等价物净增加额	59,298,064.67	170,194,975.12	-13,145,618.92	-767,279.44
加：期初现金及现金等价物余额	182,594,261.37	12,399,286.25	25,544,905.17	26,312,184.61
期末现金及现金等价物余额	**241,892,326.04**	**182,594,261.37**	**12,399,286.25**	**25,544,905.17**

五、财务报表的编制基础、合并报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

本公司财务报表以持续经营为基础，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》及相关规定，并基于本节“七、报告期内主要的会计政策和会计估计”所述会计政策和会计估计编制。

（二）财务报表的合并报表范围及变化情况

1、合并报表范围

公司名称	注册地	注册资本	持股比例（%）	主营业务
厦门我地	厦门	100.00万元	100.00	信息服务
北京卓创	北京	550.00万元	100.00	信息服务
美国卓创	美国	0.05万美元	100.00	信息服务

2、合并报表变化情况

公司名称	合并范围变动原因	是否合并			
		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
厦门我地	2020 年 6 月注销	否	是	是	是
北京卓创	无	是	是	是	是
美国卓创	2019 年 5 月注销	否	否	是	是

六、注册会计师的审计意见

本公司委托信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）审计了 2021 年 6 月 30 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2021 年 1-6 月、2020 年度、2019 年度、2018 年度的合并及母公司利润表、现金流量表、股东权益变动表以及财务报表附注。

信永中和会计师认为：卓创资讯财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了卓创资讯 2021 年 6 月 30 日、2020 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2021 年 1-6 月、2020 年度、2019 年度、2018 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。

2021 年 8 月 23 日，信永中和会计师出具了编号为 XYZH/2021JNAA60590 的标准无保留意见的《审计报告》。

七、报告期内主要的会计政策和会计估计

（一）收入确认政策

发行人业务主要包括资讯服务、咨询服务、会务调研和广告业务，其中资讯服务主要包括即时资讯、时段报告、数据服务及大宗商品数据客户端，发行人针对各类业务收入确认政策如下：

1、资讯服务

即时资讯与大宗商品数据客户端业务收入的具体确认方法为：公司根据合同约定的期限，为客户开通正式账户并提供信息服务时开始按月确认收入，每月确认的收入金额为合同金额除以合同约定服务期间的月份总数的平均额。

时段报告业务收入具体确认方法为：周度报告、月度报告为按周或月定期为客户提供，公司按照合同约定的服务期限按月平均确认收入；年度报告，在公司为客户提供报告的当月确认收入。

数据服务业务收入确认的具体方法为：在合同约定的数据交付客户时确认收入，对于历史数据公司将数据一次性发送客户，在给客户发送数据的当月确认收入；对于未来数据公司在服务期间内持续为客户发送，在服务期限内按月确认收入。

对于套餐类产品或赠送的其他产品，发行人 CRM 系统基于细分产品的定价标准将实际成交金额分摊到各个细分产品上，赠品同样也分摊成交金额，然后在产品订阅期限内按月确认相应产品的收入；对于赠送期限的产品，发行人将产品金额在客户购买期限和赠送期限的整个期限内按月平均分摊，赠送期限内亦确认相应的产品收入。

2、咨询服务

咨询服务收入的具体确认方法为：对于单次提供的咨询报告或服务，在向客户交付研究报告终稿后确认收入；对于时段内多次提供的咨询报告或服务，在报告完成并发送给客户后确认本次报告收入，收入金额为合同金额除以合同约定的报告发送总次数的平均额。时段内多次提供的咨询报告主要为按照月度/季度等更新的定制报告，各期报告可单独使用，且在报告量、投入成本等方面不存在明显差异，采用分次分摊方式确认收入具有合理性。

同一客户同时购买多类咨询报告或同类别多个咨询报告的，如报告可单独使用和定价，在交付相应报告终稿时确认该报告的收入；如报告不可单独使用和定价，在交付全部报告终稿时确认收入。

3、会务调研

会务调研服务收入确认的具体方法为：在会务调研服务结束的当月确认收入。

4、广告服务

广告服务收入确认的具体方法为：在公司开始提供广告宣传服务的当月，公司开始按月确认收入，每月确认的收入金额为合同金额除以合同约定期间的月份数后的平均额。

（二）成本核算方法

1、资讯服务

资讯服务的成本包括人工成本、报告成本、短信费、办公费和其他。资讯服务的各类成本按照当月实际发生金额进行归集，在即时资讯（包括手机短信、手机客户端、网上信息）、时段报告、数据服务、大宗商品数据客户端及其他服务之间进行分配，具体分配方法如下：

人工成本：资讯生产人员的人工成本在发生当月均完整计入营业成本。发

行人人工成本以人工工时为依据，关键控制点是人工工时的填报、归集和分配。公司根据资讯生产人员的工时明细，每月汇总统计当月的工时汇总明细表。根据工时汇总明细表，将资讯生产人员的总工时分为公共工时和直接加工工时，人工成本按工时占比分为公共人工成本和直接人工成本两部分。公共人工成本为各类资讯服务共同承担的人工成本，包括信息采集、数据更新、专业技能培训及其他支持性工作所占用的工时，月末按照各类资讯服务的收入占比进行成本分配。直接人工成本是与各类资讯服务直接相关的人工成本，月末直接计入各类资讯服务的人工成本。

短信费根据当月短信业务的发生额在月末计入手机短信业务成本，报告成本根据当月的发生额在月末计入时段报告的成本。

除此之外，办公费和其他不能直接归类的成本，比照人工成本进行分配。

2、咨询服务

咨询服务的成本包括人工成本、报告成本、办公费和其他。各类成本按照当月实际发生金额进行归集，全部计入咨询服务成本，按照不同咨询项目实际耗用工时在不同咨询项目之间进行分配，具体分配方法如下：对咨询人员的人工成本独立核算，将人工成本根据不同咨询项目对应的咨询人员及其工时统计表进行分配；报告成本等与项目直接相关的成本，在月末直接计入各类咨询项目成本；除此之外，办公费和其他等辅助成本，比照人工成本进行分配。

3、会务调研

会务调研服务的成本包括人工成本、会议调研费、办公费和其他。各类成本按照当月实际发生金额进行归集，全部计入会务调研成本，在不同场次的活动中进行分配，具体分配方法如下：对会务调研人员的人工成本独立核算。人工成本根据不同场次活动对应的人员及其工时统计表进行分配；会议调研费是与各会务调研活动直接相关的成本，直接计入各场次活动的成本；除此之外，办公费和其他等辅助成本，按照各场次会议的收入占比进行分配。

4、广告服务

广告服务的成本全部为人工成本，根据广告订单折扣前的收入占比，将人工成本进行分配。

（三）合并财务报表的编制方法

本公司将所有控制的子公司及结构化主体纳入合并财务报表范围。

在编制合并财务报表时，子公司与本公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照本公司的会计政策或会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

合并范围内的所有重大内部交易、往来余额及未实现利润在合并报表编制时予以抵销。子公司的所有者权益中不属于母公司的份额以及当期净损益、其他综合收益及综合收益总额中属于少数股东权益的份额，分别在合并财务报表“少数股东权益、少数股东损益、归属于少数股东的其他综合收益及归属于少数股东的综合收益总额”项目列示。

对于同一控制下企业合并取得的子公司，其经营成果和现金流量自合并当期期初纳入合并财务报表。编制比较合并财务报表时，对上期财务报表的相关项目进行调整，视同合并后形成的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

通过多次交易分步取得同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并的，应在取得控制权的报告期，补充披露在合并财务报表中的处理方法。例如：通过多次交易分步取得同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并，编制合并报表时，视同在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整，在编制比较报表时，以不早于本公司和被合并方同处于最终控制方的控制之下的时点为限，将被合并方的有关资产、负债并入本公司合并财务报表的比较报表中，并将合并而增加的净资产在比较报表中调整所有者权益项下的相关项目。为避免对被合并方净资产的价值进行重复计算，本公司在达到合并之前持有的长期股权投资，在取得原股权之日与本公司和被合并方处于同一方最终控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他净资产变动，应分别冲减比较报表期间的期初留存收益和当期损益。

对于非同一控制下企业合并取得子公司，经营成果和现金流量自本公司取得控制权之日起纳入合并财务报表。在编制合并财务报表时，以购买日确定的各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值为基础对子公司的财务报表进行调整。

通过多次交易分步取得非同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合

并的，应在取得控制权的报告期，补充披露在合并财务报表中的处理方法。例如：通过多次交易分步取得非同一控制下被投资单位的股权，最终形成企业合并，编制合并报表时，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；与其相关的购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配外的其他所有者权益变动，在购买日所属当期转为投资损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

本公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，在合并财务报表中，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整资本溢价或股本溢价，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

本公司因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资方的控制权的，在编制合并财务报表时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资损益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转为当期投资损益。

本公司通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，如果处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，应当将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的投资损益。

（四）金融资产和金融负债

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。

1、金融资产

（1）金融资产分类、确认依据和计量方法

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、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

公司将同时符合下列条件的金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产：①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。②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。此类金融资产按照公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；以摊余成本进行后续计量。除被指定为被套期项目的，按照实际利率法摊销初始金额与到期金额之间的差额，其摊销、减值、汇兑损益以及终止确认时产生的利得或损失，计入当期损益。

本公司将同时符合下列条件的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：①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。②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。此类金融资产按照公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。除被指定为被套期项目的，此类金融资产，除信用减值损失或利得、汇兑损益和按照实际利率法计算的该金融资产利息之外，所产生的其他利得或损失，均计入其他综合收益；金融资产终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失应当从其他综合收益中转出，计入当期损益。

本公司按照实际利率法确认利息收入。利息收入根据金融资产账面余额乘以实际利率计算确定，但下列情况除外：①对于购入或源生的已发生信用减值的金融资产，自初始确认起，按照该金融资产的摊余成本和经信用调整的实际利率计算确定其利息收入。②对于购入或源生的未发生信用减值、但在后续期间成为已发生信用减值的金融资产，在后续期间，按照该金融资产的摊余成本和实际利率计算确定其利息收入。

本公司将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定一经作出，不得撤销。本公司指定的以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资，按照公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；除了获得股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益外，其他相关的利得和损失（包括汇兑损益）均计入其他综合收益，且后续不得转入当期损益。当其终止确认时，之前计入其

他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

除上述分类为以摊余成本计量的金融资产和分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产。本公司将其分类两位以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。此类金融资产按照公允价值进行初始计量，相关交易费用直接计入当期损益。此类金融资产的利得或损失，计入当期损益。

本公司在非同一控制下的企业合并中确认的或有对价构成金融资产的，该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。

本公司在改变管理金融资产的业务模式时，对所有受影响的相关金融资产进行重分类。

（2）金融资产转移的确认依据和计量方法

本公司将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金融资产发生转移，本公司转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬；③金融资产发生转移，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风险和报酬，且未保留对该金融资产控制的。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产的账面价值，与因转移而收到的对价及原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产的合同条款规定，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）之和的差额计入当期损益。

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，并将因转移而收到的对价及应分摊至终止确认部分的原计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产的合同条款规定，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）之和，与分摊的前述金融资产整体账面价值的差额计入当期损益。

2、金融负债

（1）金融负债分类、确认依据和计量方法

本公司的金融负债于初始确认时分类为以公允价值计量且其变动计入当期

损益的金融负债和其他金融负债。

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。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金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

其他金融负债，采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。除下列各项外，本公司将金融负债分类为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，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。②不符合终止确认条件的金融资产转移或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债。③不属于以上①或②情形的财务担保合同，以及不属于以上①情形的以低于市场利率贷款的贷款承诺。

本公司将在非同一控制下的企业合并中作为购买方确认的或有对价形成金融负债的，按照以公允价值计量且其变动计入当期损益进行会计处理。

（2）金融负债终止确认条件

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，终止确认该金融负债或义务已解除的部分。本公司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。本公司对现存金融负债全部或部分的合同条款作出实质性修改的，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。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

3、金融资产和金融负债的公允价值确定方法

本公司以主要市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，不存在主要市场的，以最有利市场的价格计量金融资产和金融负债的公允价值，并且采用当时适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术。公允价值计量所使用的输入值分为三个层次，即第一层次输入值是计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值。本公司优先使用第一层次输入值，最后再使用第三层

次输入值，其他权益工具股权投资使用第一层次输入值。公允价值计量结果所属的层次，由对公允价值计量整体而言具有重大意义的输入值所属的最低层次决定。

本公司对权益工具的投资以公允价值计量。但在有限情况下，如果用以确定公允价值的近期信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。

4、金融资产和金融负债的抵销

本公司的金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不相互抵销。但同时满足下列条件时，以相互抵销后的净额在资产负债表内列示：（1）本公司具有抵销已确认金额的法定权利，且该种法定权利是当前可执行的；（2）本公司计划以净额结算，或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

5、金融负债与权益工具的区分及相关处理方法

本公司按照以下原则区分金融负债与权益工具：（1）如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。有些金融工具虽然没有明确地包含交付现金或其他金融资产义务的条款和条件，但有可能通过其他条款和条件间接地形成合同义务。（2）如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是发行方的金融负债；如果是后者，该工具是发行方的权益工具。在某些情况下，一项金融工具合同规定本公司须用或可用自身权益工具结算该金融工具，其中合同权利或合同义务的金额等于可获取或需交付的自身权益工具的数量乘以其结算时的公允价值，则无论该合同权利或义务的金额是固定的，还是完全或部分地基于除本公司自身权益工具的市场价格以外的变量（例如利率、某种商品的价格或某项金融工具的价格）的变动而变动，该合同分类为金融负债。

本公司在合并报表中对金融工具（或其组成部分）进行分类时，考虑了集团成员和金融工具持有方之间达成的所有条款和条件。如果集团作为一个整体由于该工具而承担了交付现金、其他金融资产或者以其他导致该工具成为金融

负债的方式进行结算的义务，则该工具应当分类为金融负债。

金融工具或其组成部分属于金融负债的，相关利息、股利（或股息）、利得或损失，以及赎回或再融资产生的利得或损失等，本公司计入当期损益。

金融工具或其组成部分属于权益工具的，其发行（含再融资）、回购、出售或注销时，本公司作为权益的变动处理，不确认权益工具的公允价值变动。

（五）应收票据及应收账款

本公司将下列情形作为应收账款和应收票据-商业承兑汇票（以下简称“应收款项”）坏账损失确认标准：债务单位撤销、破产、资不抵债、现金流量严重不足、发生严重自然灾害等导致停产而在可预见的时间内无法偿付债务等；其他确凿证据表明确实无法收回或收回的可能性不大。对可能发生的坏账损失采用备抵法核算，年末单独或按组合进行减值测试，计提坏账准备，计入当期损益。对于有确凿证据表明确实无法收回的应收款项，经本公司按规定程序批准后作为坏账损失，冲销提取的坏账准备。

计提坏账准备时，首先对单项金额重大的应收款项应当单独进行减值测试，需要单独计提的则按下述 1 中所述方法处理；其次，考虑单项金额不重大的应收款项是否需要单独计提，需要单独计提的则按下述 3 中所述方法处理。除上述以外的应收款项，应按照信用风险特征组合计提的，按下述 2 中所述方法处理。

1、单项金额重大并单独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	将单项金额超过 50 万元且占应收款项总额 10%以上的应收款项视为重大应收款项
单项金额重大并单项计提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

2、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据	
账龄组合	以应收款项的账龄为信用风险特征划分组合
交易对象组合	以应收款项的交易对象为信用风险特征划分组合，如纳入合并报表范围内公司之间的应收款、关联方往来等。
按组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	按账龄分析法计提坏账准备
交易对象组合	个别认定，根据款项回收风险确定计提金额，若回款无风险则不计提坏账准备。

组合中，采用账龄分析法的应收款项坏账准备计提比例如下：

账 龄	应收账款计提比例（%）	商业承兑汇票计提比例（%）
1 年以内	5	5
1-2 年	50	50
2-3 年	80	80
3 年以上	100	100

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	单项金额不重大且按照组合计提坏账准备不能反映其风险特征的应收款项
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

从 2019 年 1 月 1 日起，公司执行《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》[财会（2017）第 7 号]。公司对于《企业会计准则第 14 号-收入准则》规范的交易形成且不含重大融资成分的应收款项，始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

公司在 2018 年 12 月 31 日，根据本公司历史坏账损失，复核了本公司以前年度应收款项坏账准备计提的适当性，认为违约概率与账龄存在相关性，账龄仍是本公司应收款项信用风险是否显著增加的标记，因此，本公司 2019 年 12 月 31 日的信用风险损失以账龄为基础，按原有损失比率进行的估计。

（六）其他应收款

从 2019 年 1 月 1 日起，公司执行《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》[财会（2017）第 7 号]。其他应收款的坏账准备计提方法如应收账款和应收票据所述，公司仍将其他应收款的信用风险特征组合作为信用风险损失的标记进行考虑。

（七）固定资产

本公司固定资产包括房屋及建筑物、运输设备、办公设备及其他。固定资产在与其有关的经济利益很可能流入本公司、且其成本能够可靠计量时予以确认。按其取得时的成本作为入账的价值，其中，外购的固定资产成本包括买价和进口关税等相关税费，以及为使固定资产达到预定可使用状态前所发生的可直接归属于该资产的其他支出；自行建造固定资产的成本，由建造该项资产达

到预定可使用状态前所发生的必要支出构成；投资者投入的固定资产，按投资合同或协议约定的价值作为入账价值，但合同或协议约定价值不公允的按公允价值入账；融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为入账价值。

与固定资产有关的后续支出，包括修理支出、更新改造支出等，符合固定资产确认条件的，计入固定资产成本，对于被替换的部分，终止确认其账面价值；不符合固定资产确认条件的，于发生时计入当期损益。

除已提足折旧仍继续使用的固定资产外，本公司对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用平均年限法。本公司固定资产的分类折旧年限、预计净残值率、折旧率如下：

序号	类别	折旧年限	预计残值率（%）	年折旧率（%）
1	房屋及建筑物	10-35 年	5	2.71-9.50
2	运输设备	2-4 年	5	23.75-47.50
3	办公设备及其他	3-10 年	5	9.50-31.67

本公司于每年年度终了，对固定资产的预计使用寿命、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。

（八）无形资产

本公司无形资产包括土地使用权、软件使用权等，按取得时的实际成本计量，其中，购入的无形资产，按实际支付的价款和相关的其他支出作为实际成本；投资者投入的无形资产，按投资合同或协议约定的价值确定实际成本，但合同或协议约定价值不公允的，按公允价值确定实际成本。

使用寿命有限的无形资产按预计使用年限、合同规定的受益年限和法律规定的有效年限三者中最短者分期平均摊销。摊销金额按其受益对象计入相关资产成本和当期损益。

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。在每个会计期间对使用寿命不确定的无形资产的预计使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，则估计其使用寿命并在预计使用寿命内摊销。

（九）研究与开发

本公司的研究开发支出根据其性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，分为研究阶段支出和开发阶段支出。研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；开发阶段的支出，同时满足下列条件的，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）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；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。前期已计入损益的开发支出在以后期间不再确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定可使用状态之日起转为无形资产列报。

（十）股份支付

用以换取职工提供服务的以权益结算的股份支付，以授予职工权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础确定的负债的公允价值计量。如授予后立即可行权，在授予日以承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债；如需完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用，相应调整负债。

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。

本公司在等待期内取消所授予权益工具的（因未满足可行权条件而被取消

的除外），作为加速行权处理，即视同剩余等待期内的股权支付计划已经全部满足可行权条件，在取消所授予权益工具的当期确认剩余等待期内的所有费用。

（十一）政府补助

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

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划分为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。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，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。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，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

与公司日常经营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。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

（十二）递延所得税资产和递延所得税负债

本公司递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额(暂时性差异)计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损，确认相应的递延所得税资产。对于商誉的初始确认产生的暂时性差异，不确认相应的递延所得税负债。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额(或可抵扣亏损)的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量。

本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减

的未来应纳税所得额为限，确认递延所得税资产。

（十三）重要会计估计的说明

编制财务报表时，本公司管理层需要运用估计和假设，这些估计和假设会对会计政策的应用及资产、负债、收入及费用的金额产生影响。实际情况可能与这些估计不同。本公司管理层对估计涉及的关键假设和不确定性因素的判断进行持续评估。会计估计变更的影响在变更当期和未来期间予以确认。

下列会计估计及关键假设存在导致未来期间的资产及负债账面值发生重大调整的重要风险。

1、应收款项减值

本公司在资产负债表日按摊余成本计量的应收款项，以评估是否出现减值情况，并在出现减值情况时评估减值损失的具体金额。减值的客观证据包括显示个别或组合应收款项预计未来现金流量出现大幅下降的可判断数据，显示个别或组合应收款项中债务人的财务状况出现重大负面的可判断数据等事项。如果有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，则将原确认的减值损失予以转回。

2、存货减值准备

本公司定期估计存货的可变现净值，并对存货成本高于可变现净值的差额确认存货跌价损失。本公司在估计存货的可变现净值时，以同类货物的预计售价减去完工时将要发生的成本、销售费用以及相关税费后的金额确定。当实际售价或成本费用与以前估计不同时，管理层将会对可变现净值进行相应的调整。因此根据现有经验进行估计的结果可能会与之后实际结果有所不同，可能导致对资产负债表中的存货账面价值的调整。因此存货跌价准备的金额可能会随上述原因而发生变化。对存货跌价准备的调整将影响会计估计变更当期的损益。

3、商誉减值准备的会计估计

本公司每年对商誉进行减值测试。包含商誉的资产组和资产组组合的可收回金额为其预计未来现金流量的现值，其计算需要采用会计估计。

如果管理层对资产组和资产组组合未来现金流量计算中采用的毛利率进行修订，修订后的毛利率低于目前采用的毛利率，本公司需对商誉增加计提减值

准备。

如果管理层对应用于现金流量折现的税前折现率进行重新修订，修订后的税前折现率高于目前采用的折现率，本公司需对商誉增加计提减值准备。

如果实际毛利率或税前折现率高于或低于管理层的估计，本公司不能转回原已计提的商誉减值准备。

4、固定资产减值准备的会计估计

本公司在资产负债表日对存在减值迹象的固定资产进行减值测试。固定资产的可收回金额为其预计未来现金流量的现值和资产的公允价值减去处置费用后的净额中较高者，其计算需要采用会计估计。

如果管理层对资产组和资产组组合未来现金流量计算中采用的毛利率进行修订，修订后的毛利率低于目前采用的毛利率，本公司需对固定资产增加计提减值准备。

如果管理层对应用于现金流量折现的税前折现率进行重新修订，修订后的税前折现率高于目前采用的折现率，本公司需对固定资产增加计提减值准备。

如果实际毛利率或税前折现率高于或低于管理层估计，本公司不能转回原已计提的固定资产减值准备。

5、递延所得税资产确认的会计估计

递延所得税资产的估计需要对未来各个年度的应纳税所得额及适用的税率进行估计，递延所得税资产的实现取决于公司未来是否很可能获得足够的应纳税所得额。未来税率的变化和暂时性差异的转回时间也可能影响所得税费用（收益）以及递延所得税的余额。上述估计的变化可能导致对递延所得税的重要调整。

6、固定资产、无形资产的可使用年限

本公司至少于每年年度终了，对固定资产和无形资产的预计使用寿命进行复核。预计使用寿命是管理层基于同类资产历史经验、参考同行业普遍所应用的估计并结合预期技术更新而决定的。当以往的估计发生重大变化时，则相应调整未来期间的折旧费用和摊销费用。

（十四）重要会计政策和会计估计变更

1、重要会计政策变更

序号	会计政策变更的内容和原因	备注
1	2017 年 3 月 31 日，财政部以财会[2017]7 号、8 号、9 号修订了《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》、《企业会计准则第 23 号—金融资产转移》、《企业会计准则第 24 号—套期会计》；2017 年 5 月 2 日，财政部修订了《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（上述准则以下统称“新金融工具准则”）。本公司在编制 2019 年度财务报表时，执行了相关会计准则，并按照有关的衔接规定进行了处理。	备注 1
2	财政部于 2019 年 4 月 30 日发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），本公司按照规定进行列报处理。	备注 2
3	财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 14 号——收入（修订）》，本公司自 2020 年 1 月 1 日起执行该准则，对会计政策相关内容进行了调整。	备注 3
4	财政部于 2018 年 12 月 7 日发布了《企业会计准则第 21 号——租赁（2018 年修订）》（财会[2018]35 号），要求执行企业会计准则的企业自 2021 年 1 月 1 日起施行。本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行该准则，对会计政策相关内容进行了调整。	备注 4

备注 1：财政部于 2017 年 3 月 31 日发布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（财会[2017]7 号）、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》（财会[2017]8 号）、《企业会计准则第 24 号——套期会计》（财会[2017]9 号），在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报告的企业，自 2018 年 1 月 1 日起施行；其他境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起施行；执行企业会计准则的非上市企业自 2021 年 1 月 1 日起施行。新金融工具准则以“预期信用损失”模型替代了原金融工具准则中的“已发生损失”模型。“预期信用损失”模型要求持续评估金融资产的信用风险，因此在新金融工具准则下，本公司于 2019 年 1 月 1 日，按照新金融工具准则规定重新计量应收账款和其他应收账款的预期信用损失准备，并按新金融工具准则列示应收票据及应收账款、其他应收款的账面价值。

备注 2：财政部于 2019 年 4 月 30 日发布了《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），本通知适用于执行企业会计准则的非金融企业 2019 年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表。财政部于 2018 年 6 月 15 日发布的《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会〔2018〕15 号）同时废止。

备注 3：公司自 2020 年 1 月 1 日起开始执行财政部于 2017 年发布修订后的《企业会计准则第 14 号—收入》，首次执行新收入准则调整执行当年年初财务报表相关项目情况如下：

单位：元

合并资产负债表	2019 年 12 月 31 日	2020 年 1 月 1 日	调整数
预收账款	165,081,138.87	-	-165,081,138.87
合同负债	-	165,081,138.87	165,081,138.87

备注 4：根据财政部于 2018 年发布修订的《企业会计准则第 21 号——租赁（2018 年修订）》（以下简称新租赁准则），公司自 2021 年 1 月 1 日起开始执行租赁准则。

根据新租赁准则的规定，对于首次执行日前已存在的合同，本公司在首次执行日选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。对本公司作为承租人的租赁合同，公司选择仅对2021 年 1 月 1 日尚未完成的租赁合同的累计影响数进行调整。首次执行的累积影响金额调整首次执行当期期初（即 2021 年 1 月 1 日）的留存收益及财务报表其他相关项目金额，对可比期间信息不予调整。2021 年起首次执行新租赁准则调整执行当年年初财务报表相关项目情况：

单位：元

合并资产负债表	2020 年 12 月 31 日	2021 年 1 月 1 日	调整数
使用权资产	-	12,102,284.71	12,102,284.71
租赁负债	-	12,102,284.71	12,102,284.71

2、重要会计估计变更

报告期内，本公司无重要会计估计变更。

3、公司无首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目的情况。

4、公司无首次执行新金融工具准则追溯调整前期比较数据的情况

（1）2019 年 1 月 1 日，公司执行新金融工具准则前后金融资产的分类和计量无变化。

（2）2019 年 1 月 1 日，公司无按新金融工具准则将原金融资产账面价值调整为新金融工具准则账面价值的情况。

（3）2019 年 1 月 1 日，公司执行新金融工具准则将原金融资产减值准备调整到新金融工具准则金融资产减值准备无变化。

（4）2019 年 1 月 1 日，公司无执行新金融工具准则对本公司期初未分配利润的影响事项。

（十五）新收入准则对公司的影响

1、新收入准则实施前后收入确认会计政策主要差异

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号—收入》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”），不再执行财政部于 2006 年颁布的《企业会计准则第 14 号—收入》（以下简称“原收入准则”）。

在新收入准则下，公司以控制权转移作为收入确认时点的判断标准，取代原收入准则下风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准。在新收入准则下，公司对客户销售商品的控制权转移时点与原收入准则中的风险报酬转移时点一

致。

2、新收入准则对公司的业务模式、合同条款及收入确认等的影响

（1）新收入准则对业务模式及合同条款的影响

公司资讯服务、广告服务属于在某一时期履行的履约义务，咨询服务和会务调研义务大部分属于在某一时点履行的履约义务。在新收入准则下，公司的业务模式和合同条款未发生变化，收入准则的变更对公司业务模式和合同条件无重大影响。

（2）新收入准则收入确认及合并财务报表的影响

新收入准则实施前后，公司各类业务的收入确认时点未发生变化，即收入准则的变更对公司的收入确认无重大影响。

假定公司自报告期期初即执行新收入准则，除需将预收客户款项调整列示至合同负债外，对报告期各期营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产等无重大影响。

八、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

信永中和会计师对本公司报告期内的非经常性损益明细表进行了专项审核，出具了 XYZH/2021JNAA60592 号《非经常性损益明细表的专项说明》，公司报告期内的非经常性损益明细表如下表所示：

单位：万元

非经常性损益项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
非流动资产处置损益	-0.70	-0.16	38.52	16.14
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	74.63	309.23	328.28	431.21
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、交易性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、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	45.55	416.64	401.45	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-6.25	6.09	19.00	-45.74
其他符合非经常性损益定义的损益项目	26.93	40.14	18.12	269.94
小计	**140.16**	**771.94**	**805.37**	**671.56**
减：所得税影响数	13.21	95.39	122.07	86.83

非经常性损益净额	126.95	676.55	683.30	584.73
归属于少数股东的非经常性损益净额	-	-	-	-
归属于公司普通股股东的非经常性损益净额	126.95	676.55	683.30	584.73
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	2,909.59	4,509.32	5,192.45	3,921.64

九、税项

（一）主要税种及税率

1、增值税

报告期内，各主体、各业务适用的增值税税率情况如下：

增值税					
纳税主体	**业务**	**2021 年 1-6 月**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
公司	资讯服务、咨询服务、会务调研、广告服务、保本理财收益	6%	6%	6%	6%
	视同销售货物	13%	13%	13%、16%	16%、17%
	场地租赁简易征收	5%	5%	5%	5%
	处置固定资产简易征收	3%	3%	3%	3%
	产品服务出口	0%	0%	0%	0%
上海分公司	咨询服务	6%	6%	6%	6%
厦门我地	资讯服务	/	/	6%	6%
北京卓创	资讯服务、保本理财收益	3%	3%	3%	3%

注：厦门我地于 2020 年 6 月完成了注销手续。

2、企业所得税

报告期内，各主体适用的企业所得税税率情况如下：

企业所得税				
纳税主体	**2021 年 1-6 月**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
公司	15%	15%	15%	15%
上海分公司	15%	15%	15%	15%
临淄分公司	15%	15%	-	-
厦门我地	-	20%	20%	20%
北京卓创	20%	20%	25%	25%
美国卓创	-	-	美国联邦税率及密苏里州州税率	

注：美国卓创及厦门我地已分别于 2019 年 5 月和 2020 年 6 月完成了注销手续。

（二）主要税收优惠及批文

1、2017 年 12 月 28 日，本公司通过高新技术企业认定并取得山东省科学技术厅、山东省财政厅、山东省国家税务局和山东省地方税务局联合颁发的 GR201737001045 号《高新技术企业证书》，有效期三年。2020 年，公司通过高新技术企业的认定和备案，并取得更新后的高新技术企业证书，证书编号为 GR202037000532，发证日期为 2020 年 8 月 17 日。根据《企业所得税法》第二十八条的规定，公司在 2018 年至 2021 年企业所得税适用税率为 15%。

2、按照财税[2017]43 号《财政部税务总局关于扩大小型微利企业所得税优惠政策范围的通知》、财税[2018]77 号《财政部税务总局关于支持小微企业融资有关税收政策的通知》、财税[2019]13 号《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》等文件，本公司之子公司厦门我地为小型微利企业，厦门我地 2018 年所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税，2019 年开始，其所得减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。本公司之子公司北京卓创在 2018 年至 2019 年不属小型微利企业，所得税适用税率为 25%，自 2020 年开始适用小型微利企业税收优惠政策，其所得减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

3、根据财政部、国家税务总局、科技部《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策》的通知（财税〔2015〕119 号）规定，对企业发生的研发费用计入当期损益未形成无形资产的，允许再按其当年研发费用实际发生额的 50%，直接抵扣当年的应纳税所得额。根据财政部、税务总局、科技部《关于提高研究开发费用税前加计扣除比例的通知》（财税〔2018〕99 号）的规定，企业开展研发活动中实际发生的研发费用，未形成无形资产计入当期损益的，在按规定据实扣除的基础上，在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间，再按照实际发生额的 75%在税前加计扣除。根据上述规定，2018 年度至 2020 年度公司研发费用享受 75%加计扣除。

4、根据《中华人民共和国企业所得税法》第三十条；《中华人民共和国企业所得税法实施条例》第九十六条；《财政部国家税务总局关于安置残疾人员就业有关企业所得税优惠政策问题的通知》（财税〔2009〕70 号）；《国家税务总局关于促进残疾人就业税收优惠政策有关问题的公告》（国家税务总局公告

2013 年第 78 号），对企业安置残疾人员的，在按照支付给残疾职工工资据实扣除的基础上，按照支付给残疾职工工资的 100%加计扣除。根据上述规定，公司安置残疾人员及国家鼓励安置的其他就业人员所支付的工资享受 100%加计扣除。

十、发行人的主要财务指标

（一）基本指标

公司报告期内各项基本财务指标如下表所示：

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	1.19	1.05	0.82	0.75
速动比率（倍）	1.18	1.05	0.82	0.75
资产负债率（母公司）（%）	54.83	57.24	62.15	67.75
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	4.87	4.19	3.04	2.56
项 目	**2021 年 1-6 月**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
应收账款周转率（次）	38.75	81.50	76.40	57.23
存货周转率（次）	472.07	966.41	839.22	554.74
息税折旧摊销前利润（万元）	4,216.67	6,969.98	7,715.06	6,002.37
归属于发行人股东的净利润（万元）	3,036.54	5,185.87	5,875.75	4,506.36
扣除非经常性损益后归属于发行人股东的净利润（万元）	2,909.59	4,509.32	5,192.45	3,921.64
研发投入占营业收入的比例（%）	6.39	6.46	6.90	6.76
每股经营活动产生的现金流量净额（元）	0.82	1.72	1.43	2.06
每股净现金流量（元）	1.32	3.78	-0.29	-0.02

注：上述指标除资产负债率以母公司财务报表的数据为基础计算外，其余指标均以合并财务报表的数据为基础计算。指标计算方法具体如下：

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=（流动资产-存货）/流动负债

资产负债率=总负债/总资产（以母公司财务数据为计算依据）

归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者的权益/期末股本总额（或实收资本总额）

应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

存货周转率=营业成本/存货平均余额

息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧费用+长期待摊费用摊销+无

形资产摊销+使用权资产摊销

研发投入占营业收入的比例=研发费用/营业收入

每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末股本总额（或注册资本总额）

每股净现金流量=现金流量净额/期末股本总额（或注册资本总额）

（二）净资产收益率与每股收益

按《公开发行证券公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》计算，本公司净资产收益率和每股收益如下表所示：

项 目	2021 年 1-6 月		
	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	14.89	0.67	0.67
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	14.27	0.65	0.65
项 目	2020 年度		
	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	31.86	1.15	1.15
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	27.71	1.00	1.00
项 目	2019 年度		
	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本每股收益	稀释每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	49.00	1.31	1.31
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	43.30	1.15	1.15
项 目	2018 年度		
	加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
		基本每股收益	基本每股收益
归属于公司普通股股东的净利润	51.26	1.07	1.07
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	44.60	0.93	0.93

注：1、加权平均净资产收益率=P0÷（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0－Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）；

其中：P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产；Ei 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；Ej 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M0 为报告期月份数；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

2、基本每股收益=P0÷（S0+S1+Si×Mi÷M0-Sj×Mj÷M0）。

3、稀释每股收益=（P0+已确认为费用的稀释性潜在普通股利息×（1-所得税率）－转换费用）÷（S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0+认股权证、期权行权等增加的普通股加权平均数）；

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；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；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。

4、本公司整体变更为股份公司之前，计算公式中所使用的股份数以实收资本代替。

十一、经营成果分析

（一）公司经营成果概述

1、报告期内经营成果概览

本公司管理层结合公司 2018 年度、2019 年度、2020 年度和 2021 年 1-6 月经审计的财务报告，对公司经营成果，资产质量，偿债能力、流动性与持续经营能力及其影响因素和未来变动趋势进行了讨论与分析。报告期内，本公司的资产质量、经营成果良好，偿债能力、流动性与持续经营能力正常，财务结构、各项财务指标等均处于合理水平，符合所从事业务的发展阶段和行业特点。

报告期内，随着宏观经济的结构调整，公司的客户结构也发生相应变化，中小客户比例降低，大型优质客户比例提升。大型客户为提高生产经营决策的科学性和前瞻性，对优质资讯服务的需求进一步提升。针对公司客户结构的变化，公司不断加深对大客户需求的分析和引导，大客户数量及其收入金额逐步增长，从而带动公司营业收入逐年稳定增长，营业收入变动与同行业可比公司

收入变动趋势一致，符合行业发展状况。

报告期内，公司营业收入分别为 20,327.44 万元、22,012.55 万元、21,833.79 万元和 12,387.88 万元，实现归属于母公司股东的净利润分别为 4,506.36 万元、5,875.75 万元、5,185.87 万元和 3,036.54 万元。

报告期内，公司经营成果具体情况如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入	12,387.88	21,833.79	22,012.55	20,327.44
减：营业成本	4,021.87	7,282.23	7,280.02	7,018.02
营业利润	3,506.59	5,915.29	6,764.66	5,241.78
加：营业外收支净额	-6.25	-1.41	19.00	-45.74
利润总额	3,500.34	5,913.88	6,783.66	5,196.05
减：所得税费用	463.80	728.01	907.91	689.68
净利润	3,036.54	5,185.87	5,875.75	4,506.36
营业利润占利润总额的比例	100.18	100.02	99.72	100.88

公司营业利润主要来源于大宗商品信息服务业务，整体来看营业利润是公司利润的主要来源。

（二）营业收入分析

1、营业收入的构成及变动分析

报告期各期间，本公司营业收入构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	12,382.97	99.96	21,827.45	99.97	22,007.91	99.98	20,325.65	99.99
其他业务收入	4.91	0.04	6.34	0.03	4.64	0.02	1.79	0.01
营业收入合计	**12,387.88**	**100.00**	**21,833.79**	**100.00**	**22,012.55**	**100.00**	**20,327.44**	**100.00**

报告期各期间，公司营业收入分别为 20,327.44 万元、22,012.55 万元、21,833.79 万元和 12,387.88 万元，整体呈稳步增长趋势。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重均在 99%以上，主营业务突出，营业收入的稳定增长主要来源于主营业务收入的增长。公司其他业务收入主要为房屋租赁收入，占营业收入的比重较低，对公司营业利润的影响较小。

2、主营业务收入的构成及变动分析

（1）按业务类型划分，公司报告期内主营业务收入的构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
资讯服务	10,482.69	84.65	17,888.64	81.95	17,869.95	81.20	16,009.68	78.77
咨询服务	1,035.48	8.36	2,600.19	11.91	2,414.29	10.97	2,342.79	11.53
会务调研	751.04	6.07	1,102.81	5.05	1,541.83	7.01	1,802.06	8.87
广告服务	113.76	0.92	235.80	1.08	181.83	0.83	171.12	0.84
主营业务收入	**12,382.97**	**100.00**	**21,827.45**	**100.00**	**22,007.91**	**100.00**	**20,325.65**	**100.00**

报告期内，公司主营业务收入主要来源于资讯服务、咨询服务和会务调研服务，三者合计占主营业务收入的比例在 98 %以上。

①资讯服务

报告期各期间，公司资讯服务构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
即时资讯	6,186.06	59.01	11,833.95	66.15	12,029.47	67.32	11,517.73	71.94
时段报告	2,153.89	20.55	3,038.60	16.99	2,955.53	16.54	2,513.83	15.70
数据服务	1,161.76	11.08	1,690.44	9.45	1,650.78	9.24	1,089.09	6.80
大宗商品数据客户端	949.59	9.06	1,276.43	7.14	1,063.52	5.95	759.17	4.74
其他	31.39	0.30	49.23	0.28	170.65	0.95	129.86	0.81
合 计	**10,482.69**	**100.00**	**17,888.64**	**100.00**	**17,869.95**	**100.00**	**16,009.68**	**100.00**

报告期各期间，公司资讯服务收入分别为 16,009.68 万元、17,869.95 万元、17,888.64 万元和 10,482.69 万元，呈稳定增长趋势。报告期内，公司资讯服务收入稳定增长的主要原因：一是随着公司品牌知名度的不断提高，市场的不断开拓，公司网上信息、手机客户端等业务的收入不断增长，推动即时资讯服务收入逐年增长；二是公司通过对时段报告内容逐步丰富和完善，客户认可度逐步提升，相应的时段报告价格和订阅数量逐步提升，推动时段报告的收入不断增长；三是公司加强对大宗商品数据客户端和数据服务的营销力度，订阅该类产品的客户数量和金额不断增长，推动相关业务规模逐年增长。

A.即时资讯

公司即时资讯业务主要包括手机短信、手机客户端和网上信息，公司报告期即时资讯业务相关绩效指标及其变动分析情况如下：

单位：万次；万个

项目		2020 年度	2019 年度	2018 年度
网站浏览量		7,894.79	10,192.82	9,621.75
访问用户数量		1,206.12	2,135.71	2,318.32
手机客户端下载激活量		143.10	114.19	94.40
手机短信累计客户数量		25.76	25.51	25.01
累计注册用户数量		306.09	285.20	263.51
活跃用户数量	网上信息	11.56	12.67	11.63
	手机客户端	18.79	20.66	20.88
	手机短信	7.05	8.53	10.03
付费用户数量		14.65	15.63	16.72

（续）

项目		2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月
网站浏览量		4,772.58	3,851.94
访问用户数量		732.24	595.65
手机客户端下载激活量		155.53	124.96
手机短信累计客户数量		25.80	25.65
累计注册用户数量		317.65	295.97
活跃用户数量	网上信息	7.79	6.73
	手机客户端	14.53	13.31
	手机短信	5.51	6.85
付费用户数量		12.72	13.56

注 1：网站浏览量是指本年度或本期内公司网站页面的浏览次数，网页每打开 1 次就记录 1 次；

注 2：访问用户数量是指本年度或本期内公司各网站的每日独立访客数的合计数；一天内同一访客多次访问公司网站的，按照一个访客计入访问用户数量（取自百度后台统计数据）；

注 3：手机客户端下载激活量是指截至该年末或期末累计安装过手机客户端的注册客户数量；

注 4：手机短信累计客户数量是指截至该年末或期末累计订阅过公司手机短信业务的注册客户数量；

注 5：累计注册用户数量是指截至该年末或期末累计注册客户数量；

注 6：网上信息活跃用户数量是指本年度或本期内在公司网站有至少一次访问记录的注册客户数量；

注 7：手机客户端活跃用户数量是指本年度或本期内在公司手机客户端有至少一次访问记录的注册客户数量；

注 8：手机短信活跃用户数量是指本年度或本期内有手机短信分摊收入的注册客户数

量；

注 9：付费用户数量是指本年度或本期内有即时资讯业务分摊收入的注册客户数量。

2018 年、2019 年、2020 年和 2021 年 1-6 月，公司网站浏览量分别为 9,621.75 万次、10,192.82 万次、7,894.79 万次和 4,772.58 万次，访问用户数量分别为 2,318.32 万个、2,135.71 万个、1,206.12 万个和 732.24 万个。2019 年访问用户数量较 2018 年有所减少，主要原因是：一方面随着“三去一降一补”及供给侧结构性改革的持续推进，大宗商品行业竞争激烈，市场集中度逐步提高，大型企业盈利能力逐步增强，风险承受能力低的小微型企业和个人从业者逐步退出市场；另一方面由于通过第三方平台推广导流来的注册客户转化为付费客户的效果不理想公司主动停止了百度等竞价推广投入，第三方推广平台导流用户数量有所减少。2019 年访问用户数量较 2018 年有所减少，但是 2019 年网站浏览量相比 2018 年有所增长，主要原因为公司通过不断优化网站发布的资讯内容，增加免费信息的数量，提升用户平均访问页面的数量。2020 年，由于受新冠肺炎疫情影响，大宗商品市场参与者停工及逐步复工导致本年公司网站浏览量和访问用户数量均有所下降。随着国内新冠肺炎疫情形势得到有效控制，公司网站浏览量和访问用户数量逐步恢复。2021 年 1-6 月，公司网站浏览量和访问用户数量相比上年同期明显提升。

报告期各期末，公司手机客户端累计下载激活量分别为 94.40 万个、114.19 万个、143.10 万个和 155.53 万个，呈稳定增长趋势，主要原因为：**一方面公司加大对手机客户端的开发和升级，手机客户端功能不断完善，资讯信息内容的不断丰富，客户认可度逐步提高；另一方面是公司通过不断引导客户由手机短信业务向附加值较高的手机客户端业务转化，付费客户数量逐步增长。**

截至报告期各期末，公司手机短信业务累计客户数量分别为 25.01 万个、25.51 万个、25.76 万个和 25.80 万个，新增数量较小，主要原因为**受宏观经济波动影响客户退出市场以及公司优化客户与产品结构压缩小客户数量所致。**

截至报告期各期末，公司累计注册用户数量分别为 263.51 万个、285.20 万个、306.09 万个和 317.65 万个，网上信息活跃用户数量分别为 11.63 万个、12.67 万个、11.56 万个和 7.79 万个，2019 年较 2018 年有所上升，主要原因为随着公司品牌知名度的不断提高，市场的不断开拓，网站浏览量及访问用户数量逐步增长，带动公司注册客户数量逐步增长，活跃用户数量也随之增加。2020 年，由于受新冠肺炎疫情影响，网上信息活跃用户数量略有下降。随着国

内新冠肺炎疫情形势得到有效控制，2021 年 1-6 月，公司网上信息活跃用户数量相比上年同期明显提升。

报告期内，手机客户端活跃用户数量分别为 20.88 万个、20.66 万个、18.79 万个和 14.53 万个，2018 年、2019 年发行人手机客户端活跃客户数量较为稳定，2020 年，由于受新冠肺炎疫情影响，手机客户端活跃用户数量略有下降。随着国内新冠肺炎疫情形势得到有效控制，2021 年 1-6 月，公司手机客户端活跃用户数量相比上年同期有所提升。

报告期内，手机短信活跃用户数量分别为 10.03 万个、8.53 万个、7.05 万个和 5.51 万个，呈下降趋势，主要原因为**受宏观经济波动影响客户退出市场或不关注信息以及公司优化客户与产品结构压缩小客户数量所致。**

报告期内，公司即时资讯业务付费用户数量分别为 16.72 万个、15.63 万个、14.65 万个和 12.72 万个，付费用户数量呈下降趋势，主要原因是**即时资讯业务付费用户中手机短信业务用户数量较多，受手机短信业务客户数量持续减少的影响，各期即时资讯业务付费客户数量有所下降。**

B.时段报告

报告期内，公司时段报告销售情况如下：

单位：个；元/个

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
周报	11,601	451.82	20,501	438.32	20,142	426.83	18,738	415.46
月报	2,537	1,537.83	4,607	1,509.39	4,397	1,444.51	4,184	1,439.97
年报	4,526	2,738.81	4,876	2,962.71	4,831	3,023.54	3,910	2,897.35
合计	**18,664**	**1,154.03**	**29,984**	**1,013.41**	**29,370**	**1,006.31**	**26,832**	**936.88**

报告期内，随着周报、月报、年报内容的不断丰富与优化，公司时段报告的订阅量呈增长趋势，带动时段报告销售收入的持续稳定增长。

a.时段报告整体销售的影响因素

公司时段报告的客户群体以企业客户为主，时段报告的质量、大宗商品行业波动程度、市场开拓能力，对时段报告的销量均有一定的影响，具体情况如下：

（i）时段报告的质量。时段报告内容的丰富程度以及能否满足需求是客户

是否付费的关键。公司拥有庞大的专业分析师团队，且不断引进专业人才，结合公司大数据储备及分析优势，公司的时段报告内容不断丰富与优化，客户体验度和市场认可度较高，报告期内订阅时段报告的付费客户数量不断增长。

（ii）大宗商品行业的景气度。大宗商品行业的景气度越高，客户对大宗商品市场的价格走势、商品供需的信息关注度越高，对大宗商品长、中、短期的行情解读、监测、预测的需求也越高，时段报告的销售量也越多。

（iii）市场开拓能力。由于时段报告是标准化产品，因此市场开拓也是影响销量的重要因素。公司拥有经验丰富的销售团队，依托庞大的注册客户群体，对注册客户尤其是企业客户进行重点开拓，市场开拓能力不断提高带动时段报告销售量增加。

b.年报、月报、周报销售的影响因素

除上述时段报告整体销售的影响因素外，对于年报、月报、周报等细分产品，主要是受客户需求类型的影响。对某一大宗商品短期走势、市场价格波动较为敏感的客户，更倾向于订阅周报产品；对某一大宗商品或某一产业链大宗商品的中期走势、价格波动以及相关中期产业政策变动需求较多的客户，更倾向于订阅月报产品；对某一大宗商品或某一产业链大宗商品的长期走势、行业政策、未来发展预测，或者对行业内热点、专题信息需求较多的客户，更倾向于订阅年报产品。

c.2018 年年报销量低于月报的原因

公司年报和月报均为独立销售的报告产品，年报和月报产品按照服务期限开通订阅服务或销售，相应的销售数量按照大宗商品种类以及对应服务期限为单位计算，并非按照单体报告发送次数统计。如客户订阅甲醇 2019 年月报、甲醇 2019 年度报告，两者的销售数量均为 1 个，月报需要每月发送，发送次数多于年报，但是两者的销售数量相同。

报告期内，公司时段报告销售数量呈增长趋势。公司年报产品主要可以细分为行业年度报告和行业研究报告，其中：

（i）行业年度报告为某一细分产品或行业的年度市场运行报告，为定期发布的报告产品。报告期内，行业年度报告数量分别为 2,704 个、2,995 个、2,974 个和 3,450 个，呈稳定增长趋势。

（ii）行业研究报告为公司结合行业发展趋势，实时追踪行业热点，为满足

客户在行业层面或细分市场的共性需求而提供的专业性、深入性、针对性的报告，为非定期发布的报告产品。报告期内，行业研究报告数量分别为 884 个、1,836 个、1,902 个和 1,076 个，2018 年公司对行业研究报告进行优化，减少了数量较多但平均价格较低的小型行业研究报告的编制，导致行业研究报告数量下降较多，2019 年随着中高端研究报告的逐步发力，行业研究报告数量较 2018 年大幅增加。

C.大宗商品数据客户端

报告期内，公司大宗商品数据客户端相关绩效指标及其变动情况如下：

单位：次；个

项目	浏览量	终端下载量	累计注册用户数	活跃用户数	付费用户数
2021 年 1-6 月	2,675,914	9,193	41,720	7,041	818
2020 年度	4,056,800	9,674	33,937	4,771	713
2019 年度	3,447,138	6,297	21,476	4,615	421
2018 年度	2,916,560	6,093	15,694	4,526	319

注 1：浏览量是指该年度或期间内大宗商品数据客户端（含红桃 3、红期）浏览次数；

注 2：终端下载量是指该年度或期间内大宗商品数据客户端的下载激活量；

注 3：累计注册用户数是指截至该年度或期末累计开通大宗商品数据客户端权限的注册客户数量；

注 4：活跃用户数是指该年度或期间内有至少一次访问记录的注册客户数量，同一客户在同一年度内访问次数为一次或一次以上的，按照一个活跃客户记入活跃用户数量；

注 5：付费用户数是指本年度或期间有分摊收入的注册客户数量。

由上表可知，公司报告期大宗商品数据客户端浏览量呈稳定增长趋势，其变动趋势与终端下载量、注册用户数、活跃用户数、付费用户数变动趋势一致。

②咨询服务

报告期各期，公司咨询服务收入分别为 2,342.79 万元、2,414.29 万元、2,600.19 万元和 1,035.48 万元，呈增长趋势，主要原因为随着公司品牌知名度的逐步提升，咨询服务形式多样，报告内容逐步丰富和完善，客户粘性增强，大客户的平均收费金额明显提升，单个客户平均业务收入呈上升趋势。

③会务调研

报告期各期间，公司会务调研业务收入结构情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
会务业务	532.41	781.35	1,009.40	1,140.44

走访调研	102.92	162.83	442.61	586.57
培训业务	115.71	158.63	89.83	75.04
合 计	**751.04**	**1,102.81**	**1,541.83**	**1,802.06**

报告期各期，公司会务调研业务收入分别为 1,802.06 万元、1,541.83 万元、1,102.81 万元和 751.04 万元，会务调研业务有所下降。2019 年会务调研业务收入有所下降，主要原因是受国内能源、化工等行业及我国宏观经济环境的影响，2019 年参加公司组织的商务会议和走访调研活动的客户数量以及单客户平均收入有所下降，进而导致会务调研业务收入下降。

2020 年，公司会务调研业务收入下降，主要原因为会务调研业务主要通过现场会议或走访调研活动方式开展，受新冠肺炎疫情影响，会务调研服务由线下服务转为线上活动为主，付费客户数量和单客户平均收费水平均大幅下降。

④广告服务

报告期各期间，公司广告服务收入分别为 171.12 万元、181.83 万元、235.80 万元和 113.76 万元，占主营业务收入的比重较低。

（2）按销售区域划分，公司主营业务收入的分布情况如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东地区	5,763.70	46.55	10,364.07	47.48	10,795.47	49.05	9,913.07	48.77
华北地区	2,043.27	16.50	3,770.98	17.28	3,944.41	17.92	3,848.24	18.93
华中地区	872.52	7.05	1,645.22	7.54	1,649.51	7.50	1,645.36	8.10
华南地区	1,391.12	11.23	2,053.08	9.41	1,931.00	8.77	1,648.60	8.11
东北地区	572.39	4.62	1,151.01	5.27	1,337.68	6.08	1,176.81	5.79
西南地区	456.27	3.68	750.53	3.44	739.37	3.36	615.70	3.03
西北地区	426.89	3.45	821.71	3.76	645.80	2.93	832.70	4.10
国内收入小计	**11,526.15**	**93.08**	**20,556.61**	**94.18**	**21,043.25**	**95.62**	**19,680.48**	**96.83**
国外收入小计	**856.82**	**6.92**	**1,270.84**	**5.82**	**964.65**	**4.38**	**645.17**	**3.17**
主营业务收入	**12,382.97**	**100.00**	**21,827.45**	**100.00**	**22,007.91**	**100.00**	**20,325.65**	**100.00**

报告期内，发行人的主营业务收入主要来源于国内收入，国内收入占主营业务收入的比重在 90%以上。在上述销售区域中，华东地区销售占比超过 40%，除华东地区外，华北、华中、华南和东北的销售份额也高于其他地区。上述地区的销售占比较高的主要原因是公司最早起步于山东，并以山东为核心

逐渐向上述区域扩张。此外国内主要大宗商品市场也集中在华东、华北、华中、华南、东北等地区，公司在上述区域的市场推广力度较大，因此公司的主营业务收入主要来源于华东、华北、华中、华南和东北地区。

报告期各期间，公司国外收入金额分别为 645.17 万元、964.65 万元、1,270.84 万元和 856.82 万元，国外收入占主营业务收入的比例分别为 3.17%、4.38%、5.82%和 6.92%，金额变动不大，占主营业务收入的比例较低。

（3）按季度划分，公司主营业务收入的分布情况

报告期内，公司各季度主营业务收入金额波动较小，占全年收入的比例相对稳定，公司主营业务收入受季度影响较小。

公司一般在提供资讯服务前向客户预收服务期内的全部款项，然后根据服务期限按月分摊确认收入。报告期内，公司资讯服务的客户平均购买期限分别为 20.21 个月、20.25 个月、20.16 个月和 21.02 个月，由于客户平均订阅期限长于 1 年，当期收款金额平均分摊到各月度确认收入，相应收入在各季度之间差异并不明显，因此，发行人各季度主营业务收入较为稳定，没有明显季节性变化。

（4）按订阅服务期限划分

①各类产品或服务所对应的付费客户数量、收入金额及占比

报告期内，各类产品或服务按订阅服务期限所对应的付费客户数量、收入金额及占比情况如下：

单位：个；万元；%

业务大类	产品名称	订阅周期	2021 年 1-6 月			2020 年度		
			付费客户数量	收入金额	收入金额占比	付费客户数量	收入金额	收入金额占比
资讯服务	即时资讯	1 年以内	33,975	2,074.54	16.75	44,915	3,954.33	18.12
		1 至 2 年	22,392	1,044.51	8.44	30,863	2,237.57	10.25
		2 年以上	78,250	3,067.00	24.77	83,688	5,642.05	25.85
	时段报告	1 年以内	4,418	1,694.81	13.69	4,581	2,224.79	10.19
		1 至 2 年	2,004	205.00	1.66	2,284	406.25	1.86
		2 年以上	4,023	254.08	2.05	3,734	407.56	1.87
	数据服务	1 年以内	913	860.15	6.95	949	1,289.52	5.91
		1 至 2 年	171	256.62	2.07	159	329.91	1.51
		2 年以上	82	44.99	0.36	75	71.01	0.33

	大宗商品数据客户端	1年以内	677	758.14	6.12	587	990.07	4.54
		1至2年	94	85.94	0.69	73	141.08	0.65
		2年以上	93	105.50	0.85	91	145.28	0.67
	其他	1年以内	116	31.34	0.25	225	47.05	0.22
		1至2年	1	0.06	0.00	3	0.01	0.00
		2年以上	-	-	-	105	2.17	0.01
咨询服务		1年以内	71	1,035.48	8.36	108	2,600.19	11.91
会务调研		1年以内	1,824	751.04	6.07	2,565	1,102.81	5.05
广告服务		1年以内	196	79.69	0.64	250	173.65	0.80
		1至2年	52	9.61	0.08	56	26.64	0.12
		2年以上	142	24.45	0.20	117	35.50	0.16
合 计			**129,351**	**12,382.97**	**100.00**	**148,861**	**21,827.45**	**100.00**

（续）

业务大类	产品名称	订阅周期	2019年度			2018年度		
			付费客户数量	收入金额	收入金额占比	付费客户数量	收入金额	收入金额占比
资讯服务	即时资讯	1年以内	52,080	4,310.84	19.59	64,309	4,418.32	21.74
		1至2年	43,592	2,762.73	12.55	55,595	3,024.84	14.88
		2年以上	79,555	4,955.90	22.52	73,922	4,074.57	20.05
	时段报告	1年以内	4,680	2,231.35	10.14	5,025	1,897.27	9.33
		1至2年	2,465	388.84	1.77	2,719	357.86	1.76
		2年以上	3,017	335.34	1.52	2,545	258.71	1.27
	数据服务	1年以内	864	1,413.90	6.42	518	939.63	4.62
		1至2年	98	190.73	0.87	64	114.61	0.56
		2年以上	52	46.15	0.21	44	34.86	0.17
	大宗商品数据客户端	1年以内	334	802.56	3.65	239	585.07	2.88
		1至2年	68	164.74	0.75	76	125.06	0.62
		2年以上	46	96.23	0.44	29	49.04	0.24
	其他	1年以内	271	129.70	0.59	484	57.05	0.28
		1至2年	26	1.77	0.01	121	7.63	0.04
		2年以上	596	39.18	0.18	1,084	65.18	0.32
咨询服务		1年以内	98	2,414.29	10.97	98	2,342.79	11.53
会务调研		1年以内	2,609	1,541.83	7.01	3,012	1,802.06	8.87
广告服务		1年以内	181	130.20	0.59	155	141.52	0.70
		1至2年	66	30.58	0.14	63	19.05	0.09

	2 年以上	68	21.04	0.10	44	10.55	0.05
合 计		**159,043**	**22,007.91**	**100.00**	**169,995**	**20,325.65**	**100.00**

注：客户存在订阅不同产品或服务的情况，上表中各类产品付费客户数量之和大于各年合计付费客户数量。

由上表可知，公司咨询服务、会务调研业务客户订阅服务周期均为 1 年以内（含 1 年），资讯服务、广告服务存在客户订阅服务周期超过 1 年的情况。

资讯服务中时段报告、数据服务以及大宗商品数据客户端，客户订阅服务周期主要集中在 1 年以内（含 1 年），即时资讯业务，客户订阅周期在 1 年以上比例较高。

②各类客户订阅期限存在差异的原因

报告期内，发行人各类客户中产业类客户订阅期限普遍长于非产业类客户，产业类客户中个人客户订阅期限明显长于企业客户，具体情况如下：

A.产业类客户订阅期限普遍长于非产业类客户

大宗商品生产企业、贸易企业、终端制造企业及个人从业者等产业类客户是大宗商品市场的直接参与者。该类客户持续关注大宗商品价格变动信息及后期市场预测等信息，对发行人即时资讯类产品需求较高，对大宗商品资讯信息具有长期、稳定的需求。发行人即时资讯产品单价相对较低，客户同时订阅多年服务的总金额在其可接受范围内，且多年订阅存在价格优惠。因此，产业类客户倾向于多年同时订阅。

政府部门和大宗商品交易所、媒体、科研机构及院校、金融机构及其他专业机构等非产业类客户主要关注和研究大宗商品中长期价格走势及对相关行业和宏观经济环境的影响，主要订阅发行人具有定期总结和分析特点的报告类产品或者数据等，对即时资讯产品的需求较低。非产业类客户尤其是金融机构对产品价格的承受能力较高，且其需求根据市场热点事件存在不确定性，因此，非产业类客户倾向于每年单独订阅。

B.产业类客户中个人客户订阅期限明显长于企业客户

公司个人客户主要为大宗商品行业中的个体经营者或从业者，其订阅信息主要为了解市场动态和价格信息等，对产品的价格较为敏感，且倾向于具有优惠的长期限订阅。通过对同行业可比公司的可比业务开展询价以及对公司主要客户进行访谈，同行业可比公司对于订阅多年信息的客户亦有相应的折扣优惠政策，同行业公司部分产品甚至支持客户订阅期限为 5 年及以上。综上所述，

个人客户更倾向于长期限订阅具有商业合理性。

持续经营的企业用户较少选择长期限（1 年以上）订阅的原因主要为：第一，企业用户主要订阅单价较高的产品，且涵盖发行人所有产品类型；企业用户资金实力较强，对产品价格敏感度较个人客户低，但其对产品质量要求更高，仅靠订阅长期限的产品享有的优惠政策不足以吸引企业客户。同时，咨询服务、会务调研服务还因其客户临时性需求、定制化、服务周期短等特点，企业用户订阅的均为短期限产品。第二，企业用户多有严格的年度预算制度，在订阅产品周期上倾向于短期限订阅。第三，企业用户具有较为严格的管控制度，通常选择短期限订阅产品，并根据实际情况选择是否继续订阅。

③客户订阅期限超过 1 年的合理性

发行人客户以产业类客户为主，产业类客户中小微型企业客户及个人客户数量占比较高。产业类客户是大宗商品市场的直接参与者，对大宗商品资讯信息具有长期、稳定的需求，在发行人提供的资讯服务能够满足需求的前提下，为降低信息成本，产业类客户更倾向于多年订阅。因此，发行人客户平均订阅期限超过 1 年具有必要性和商业合理性，符合其购买需求、消费特征。

④客户订阅期限超过 1 年与促销活动的相关性

客户订阅期限超过 1 年与发行人定价及销售策略存在一定的相关性。产品单价较低以及订阅多年服务给予价格折扣对小微型企业及个人客户具有较大的吸引力，该等客户对产品价格敏感性较高，为降低信息使用成本，倾向于订阅多年服务。同行业可比公司对于订阅多年信息的客户亦有相应的折扣优惠政策，因此，订阅期限超过 1 年符合大宗商品信息服务行业惯例。

3、第三方回款

（1）各期回款金额及占收入比例

报告期内，公司客户回款方与签订合同方不一致的情况以及回款金额占收入的比例如下：

单位：万元

回款方与签订合同方的关系	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
客户所属集团内的关联方代付款	150.58	1.22%	342.01	1.57%	261.93	1.19%	346.27	1.70%
政府单位指定由财政部门付款	-	-	-	-	12.50	0.06%	64.58	0.32%

客户的员工代客户付款	84.25	0.68%	74.42	0.34%	63.42	0.29%	128.44	0.63%
其他	35.86	0.29%	51.37	0.24%	8.77	0.04%	10.64	0.05%
合计	**270.69**	**2.19%**	**467.80**	**2.14%**	**346.63**	**1.57%**	**549.94**	**2.71%**

（2）第三方回款的原因、必要性及商业合理性；

发行人第三方回款主要包括客户所属集团内的关联方代付款、政府单位指定由财政部门付款、客户的员工代客户付款以及其他委托付款等四种情况。

①客户所属集团内的关联方代付款

报告期内，发行人客户中的集团型客户较多，客户出于资金周转以及提高资金使用效率的考虑，存在由集团内部公司代为支付款项的情况，例如集团内母子公司之间、兄弟公司之间代付款项，以及集团下属的财务公司代集团内企业统一对外付款等，符合商业逻辑，属于正常商业行为。

②政府单位指定由财政部门付款

报告期内，发行人客户中存在部分政府机构，此类客户在付款时根据当地关于政府采购的具体要求，通过同级财政部门或财政集中支付中心向发行人付款，属于正常的业务行为。

③客户的员工代客户付款

报告期内，由于发行人客户数量众多，单客户付款金额较小，部分客户的员工存在通过其个人账户代客户付款的情形，付款后再通过发票向其公司作为费用直接报销，符合商业逻辑，具备商业合理性。

④其他第三方回款

报告期内，发行人存在少量客户出于资金调度的需要，委托合作伙伴支付货款的情况，符合商业逻辑，具备商业合理性。

综上所述，发行人第三方回款的原因具备合理性。为规范第三方回款行为，发行人建立了严格的内部控制制度，并得到了有效执行，具体包括:①发行人对业务收款建立了严格的内控程序，财务管理部门每日（工作日）逐笔核对网上银行资金流水，确定每笔资金流水对应的订单号和客户名称。②报告期内发行人加强对第三方回款的审核，公司原则上不接受第三方回款，但在业务执行时若客观原因导致需由第三方回款，则需要客户提供委托付款协议、由实际付款人出具声明或其他证明文件。

4、现金交易

（1）现金交易金额及比例；

报告期内，发行人通过现金方式收款金额分别为 30.37 万元、24.68 万元、2.76 万元和 4.11 万元，占当期收款总额的比例分别为 0.12%、0.11%、0.01%和 0.03%，现金收款的业务构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资讯服务	-	0.06	12.01	0.93
咨询服务	-	-	-	-
会务调研	4.11	2.70	12.67	29.43
广告及其他	-	-	-	-
现金收款总额	**4.11**	**2.76**	**24.68**	**30.37**
现金收款占收款总额的比例	**0.03%**	**0.01%**	**0.11%**	**0.12%**

报告期内，发行人通过现金方式采购金额分别为 5.95 万元、2.36 万元、1.05 万元和 0.84 万元，占当期采购金额的比例分别为 0.29%、0.14%、0.07%和 0.10%。

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
现金采购付款	0.84	1.05	2.36	5.95
现金采购占采购总额的比例	0.10%	0.07%	0.14%	0.29%

（2）现金交易的必要性与合理性，是否与发行人业务情况或行业惯例相符，与同行业或类似公司的比较情况；

①现金收款

公司现金收款主要集中在商务会议业务，部分会务客户由于其交易习惯或行程安排等原因，未能提前汇款至公司账户，选择在会议现场现金缴费。报告期内，公司现金收款金额分别为 30.37 万元、24.68 万元、2.76 万元和 4.11 万元，占当期收款总额的比例分别为 0.12%、0.11%、0.01%和 0.03%，现金收款金额及占比逐年下降。

报告期内，公司现金收款的分布情况如下：

单位：个；万元

时间	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	客户数量	金额	客户数量	金额	客户数量	金额	客户数量	金额
第一季度	8	2.12	1	0.20	15	8.18	6	2.05

第二季度	10	1.99	4	0.33	10	10.31	45	10.50
第三季度	-	-	6	0.38	11	4.10	29	12.73
第四季度	-	-	7	1.86	6	2.09	23	5.08
合计	**18**	**4.11**	**18**	**2.76**	**42**	**24.68**	**103**	**30.37**

②现金付款

公司现金付款主要为公司正常经营过程中发生的零星办公用品采购、汽车修理费用、加油、过路费等，占采购金额的比例较低。报告期内，公司现金付款金额分别为 5.95 万元、2.36 万元、1.05 万元和 0.84 万元，占当期采购总额的比例分别为 0.29%、0.14%、0.07%和 0.10%，现金付款金额及占比逐年下降。

综上所述，报告期内公司现金交易金额较小，且占比逐年下降。公司现金交易与实际业务开展情况相符，与同行业可比公司上海钢联、华瑞信息相比不存在明显差异。报告期内，公司现金交易的客户比较分散，单个客户的交易金额较小，相关客户与公司不存在关联关系。现金交易的供应商涉及金额较小，亦与公司不存在关联关系。

（三）营业成本分析

1、营业成本的构成及变化趋势

报告期内，本公司营业成本构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	4,021.87	100.00	7,282.23	100.00	7,280.02	100.00	7,017.38	99.99
其他业务成本	-	-	-	-	-	-	0.64	0.01
营业成本合计	**4,021.87**	**100.00**	**7,282.23**	**100.00**	**7,280.02**	**100.00**	**7,018.02**	**100.00**

公司营业成本主要为主营业务成本。报告期内，公司主营业务成本占比分别为 99.99%、100.00%、100.00%和 100.00%。

2、主营业务成本的构成分析

（1）按业务类型划分，本公司主营业务成本的构成情况如下：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
资讯服务	2,996.13	74.50	5,352.98	73.51	5,069.91	69.64	4,930.93	70.27

咨询服务	545.19	13.56	1,192.04	16.37	1,330.96	18.28	1,132.60	16.14
会务调研	471.44	11.72	721.38	9.91	863.55	11.86	939.16	13.38
其他	9.11	0.23	15.82	0.22	15.60	0.21	14.69	0.21
主营业务成本	**4,021.87**	**100.00**	**7,282.23**	**100.00**	**7,280.02**	**100.00**	**7,017.38**	**100.00**

报告期内，公司资讯服务成本主要包括人工成本、短信成本以及办公费等。报告期各期，资讯服务成本分别为 4,930.93 万元、5,069.91 万元、5,352.98 万元和 2,996.13 万元，占主营业务成本的比例分别为 70.27%、69.64%、73.51%和 74.50%，由于 2020 年短信运营商上调手机短信服务价格，公司短信成本增长，导致公司 2020 年资讯服务成本占比有所上升。

报告期内，咨询服务的成本主要为人工成本、报告成本以及办公费等。随着公司咨询服务销售规模的扩大，相关的业务成本也呈增长趋势，报告期各期分别为 1,132.60 万元、1,330.96 万元、1,192.04 万元和 545.19 万元，占主营业务成本的比例分别为 16.14%、18.28%、16.37%和 13.56%，占比相对稳定。

报告期内，会务调研成本主要为人工成本、会议调研费用以及办公费等。报告期各期，公司会务调研成本分别为 939.16 万元、863.55 万元、721.38 万元和 471.44 万元，占主营业务成本的比例分别为 13.38%、11.86%、9.91%和 11.72%，占比略有下降，与会务调研业务的收入占比变化趋势一致。

报告期内，其他成本均为广告业务人员的人工成本。报告期各期，公司其他成本分别为 14.69 万元、15.60 万元、15.82 万元和 9.11 万元，金额较小。

（2）按成本来源划分，本公司主营业务成本构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本	3,098.67	77.05	5,445.65	74.78	5,456.10	74.95	4,718.02	67.23
短信费	233.54	5.81	552.48	7.59	483.22	6.64	682.40	9.72
会议调研费	254.35	6.32	449.17	6.17	540.71	7.43	635.66	9.06
办公费	281.61	7.00	525.87	7.22	477.13	6.55	464.92	6.63
报告成本	68.86	1.71	134.40	1.85	170.14	2.34	244.06	3.48
其他	84.85	2.11	174.66	2.40	152.72	2.10	272.32	3.88
主营业务成本	**4,021.87**	**100.00**	**7,282.23**	**100.00**	**7,280.02**	**100.00**	**7,017.38**	**100.00**

公司在业务开展过程中成本投入以人工成本、短信费、会议调研费、办公费和报告成本为主，前述五项成本在报告期内合计占主营业务成本的比例分别

为 96.12%、97.90%、97.60%和 97.89%。详细情况如下：

① 人工成本

公司主营业务成本中的人工成本主要为资讯、咨询、会务调研等生产人员的工资、奖金、福利费和五险一金等费用。报告期各期间，公司主营业务成本中的人工成本分别为 4,718.02 万元、5,456.10 万元、5,445.65 万元和 3,098.67 万元，占主营业务成本的比例分别为 67.23%、74.95%、74.78%和 77.05%，呈上升趋势。

A、报告期各期，公司生产人员及平均薪酬情况如下表所示：

单位：万元；人

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
生产人员薪酬	3,098.67	5,445.65	5,456.10	4,718.02
生产人员数量	484	504	503	528
人均薪酬	6.40	10.80	10.85	8.94

报告期内，公司生产人员数量分别为 528 人、503 人、504 人和 484 人，2019 年相比 2018 年生产人员数量有所减少，主要是因为：a.分析师一体化工作平台系统是资讯生产人员进行信息生产及发布、数据更新及维护的综合性生产平台，是公司资讯生产人员开展工作的核心系统。2019 年公司对分析师一体化工作平台系统进行优化，增加或升级了批量数据的自动导入、时段报告的自动发送、数据更新任务的自动推送等功能，同时公司推出更加高效的辅助工具（如制图、制表工具，错误自检工具等），上述内容可节省资讯生产人员每人每天约 30 分钟。资讯生产人员的信息生产与加工效率不断提高，在保证产品服务内容和质量继续提升的前提下，资讯生产人员数量较 2018 年略有减少；b.受国内宏观经济环境的影响以及行业竞争的增加，公司 2019 年会务调研业务受到一定影响，2019 年会展生产人员数量较 2018 年略有降低。2020 年末相比 2019 末年生产人员数量变化不大。2021 年 6 月末相比 2020 年末生产人员有所减少，主要原因为：a.受原油、金属等大宗商品价格的持续大幅波动影响，大宗商品资讯行业的景气度进一步提升，行业内优秀人才的流动增加；b.公司本期对信息产品进行优化，对收款贡献值较低的大宗商品信息产品进行下线处理，生产人员的需求减少。

报告期内，公司生产人员平均薪酬为 8.94 万元、10.85 万元、10.80 万元和 6.40 万元，呈增长趋势，主要是因为随着公司经营业绩的持续向好、经营规模

的不断扩大，公司逐步完善生产人员的薪酬体系和晋升体系，提高薪酬水平、完善职业晋升通道，充分发挥薪酬及晋升通道的激励作用，调动生产人员的积极性和创造性。公司生产人员平均薪酬水平呈增长趋势符合公司发展趋势。

B、报告期各期，公司生产人员的薪酬构成如下表所示：

单位：万元；%

项目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
基本工资	2,164.99	69.87	4,047.65	74.33	3,582.28	65.66	3,242.42	68.72
奖金	47.21	1.52	594.87	10.92	646.40	11.85	471.78	10.00
社保公积金及其他	886.47	28.61	803.13	14.75	1,227.42	22.50	1,003.82	21.28
合计	**3,098.67**	**100.00**	**5,445.65**	**100.00**	**5,456.10**	**100.00**	**4,718.02**	**100.00**

报告期内，公司生产人员的薪酬主要包括工资、奖金、社保公积金及其他，薪酬总额呈逐年增长趋势。

报告期内，公司生产人员基本工资金额呈逐年增长趋势，主要是因为报告期内公司经营业绩持续向好，生产人员的工资相应增加。2019 年公司生产人员奖金金额较高，主要是因为公司 2018 年 8 月改革生产人员奖金制度，增加了普通生产人员的年终奖，实现基于绩效和贡献的奖金激励，提高生产人员的积极性，加之公司 2019 年业绩较好，故生产人员的奖金金额较高。随着基本工资和奖金金额的增加，公司生产人员的社保公积金及其他金额也增长。2020 年，政府部门针对“新冠疫情”实施员工社保减免，导致公司社保公积金及其他金额及占比降低。2021 年 1-6 月，公司社保公积金及其他金额及占比相比上年同期有所增长，主要原因为上年同期存在社保减免优惠以及本期因薪酬水平提高使得社保缴费水平有所提升。

C、报告期内，发行人生产人员数量与主营业务收入的变动情况如下所示：

单位：人；万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数量/金额	数量/金额	增减百分点	数量/金额	增减百分点	数量/金额
生产人员数量	**484**	**504**	**0.20**	**503**	**-4.73**	**528**
其中：资讯人员	403	409	-	409	-4.22	427
咨询人员	44	56	1.82	55	7.84	51
会务调研人员	35	37	-	37	-22.92	48

广告人员	2	2	-	2	-	2
主营业务收入	**12,382.97**	**21,827.45**	**-0.82**	**22,007.91**	**8.28**	**20,325.65**
其中：资讯服务	10,482.69	17,888.64	0.10	17,869.95	11.62	16,009.68
咨询服务	1,035.48	2,600.19	7.70	2,414.29	3.05	2,342.79
会务调研	751.04	1,102.81	-28.47	1,541.83	-14.44	1,802.06
广告服务	113.76	235.80	29.68	181.83	6.26	171.12

2020 年，公司主营业务收入同比略有下降，主要系受新冠肺炎疫情影响，本年公司会议举办和走访调研的开展受到一定限制，导致会务调研收入大幅下降。2020 年公司生产人员数量与 2019 年相比未发生明显变化。2018 年和 2019 年，发行人生产人员数量分别增加了 10.23%和-4.73%，主营业务收入分别增长了 13.10%和 8.28%。

2019 年，发行人资讯人员数量相比上年减少了 4.22%，收入增长了 11.62%，2019 年资讯人员数量较 2018 年略有减少，但是随着发行人对分析师平台系统进行优化，生产人员的信息分析与处理效率在不断提高，2019 年公司产品服务内容和质量继续提升，资讯服务客户的平均收入金额不断提高，导致资讯服务收入较 2018 年增长 11.62%。2020 年和 2019 年，资讯服务收入和人数数量均保持平稳增长。

2020 年和 2019 年，发行人咨询人员数量分别增加了 1.82%和 7.84%，收入分别增长了 7.70%和 3.05%。2020 年和 2019 年，咨询服务收入和人数数量均保持平稳增长。

2019 年，发行人会务调研人员数量相比上年减少了 22.92%，销售收入下降了 14.44%。2019 年受国内宏观经济环境的影响以及行业竞争的增加，会务调研的收入有所下降，收入变动与人员数量变动趋势一致。2020 年，受新冠肺炎疫情影响，会务调研服务开展受到一定限制，会务调研业务收入相比上年下降了 28.47%。

发行人广告业务收入金额较小，报告期各期广告人员数量均为 2 人，2020 年和 2019 年广告收入分别增长了 29.68%和 6.26%。随着广告客户数量的增加，收入有所增长，但是为避免过多广告影响资讯服务的客户体验度，公司未对广告业务进行大规模的市场拓展，因此广告业务的规模相对较小。

D、资讯人工成本与人工工时

报告期内，发行人资讯人工成本分别为 3,658.68 万元、4,113.76 万元、

4,244.70 万元和 2,472.35 万元，发行人按照相应工作内容的工时占比将人工成本分为公共人工成本和直接人工成本，具体情况如下：

类别		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
人工工时（万小时）	公共工时	22.47	43.67	45.75	45.27
	直接加工工时	13.16	26.40	26.35	28.20
合计		**35.63**	**70.07**	**72.10**	**73.47**
人工成本（万元）	公共人工成本	1,558.91	2,645.31	2,610.07	2,254.40
	直接人工成本	913.44	1,599.39	1,503.69	1,404.28
合 计		**2,472.35**	**4,244.70**	**4,113.76**	**3,658.68**

注：公共人工成本=公共工时/人工工时合计*人工成本；直接人工成本=直接加工工时/人工工时合计*人工成本。

② 短信费

报告期内，公司主营业务成本中的短信费主要为资讯服务中手机短信业务对应的短信发送成本。报告期各期间，公司主营业务成本中的短信费金额分别为 682.40 万元、483.22 万元、552.48 万元和 233.54 万元，占主营业务成本的比例分别为 9.72%、6.64%、7.59%和 5.81%，2019 年较 2018 年下降较多，主要原因为：一是随着智能手机和即时通讯软件的普及，公司手机短信客户逐渐向手机客户端客户转化，消费者使用短信的频率下降，报告期内即时资讯业务中的手机短信业务收入逐步下降，手机短信业务费用也随之下降；二是电信运营商的单条短信发送费用降低，导致公司短信费成本的下降。2020 年随着电信运营商短信发送单价的大幅增长，短信费占营业成本的比例有所上升。

③ 会议调研费

报告期内，公司主营业务成本中的会议调研费主要为公司举办商务会议和走访调研的相关支出。报告期各期间，公司主营业务成本中的会议调研费分别为 635.66 万元、540.71 万元、449.17 万元和 254.35 万元，占主营业务成本的比例分别为 9.06%、7.43%、6.17%和 6.32%，公司会议调研费整体呈下降趋势，与会务调研业务收入相匹配。

④ 办公费

报告期内，公司主营业务成本中的办公费主要为与生产人员相关的电话费、水电费、印刷费、折旧费、租赁费等。报告期各期间，公司主营业务成本中的办公费分别为 464.92 万元、477.13 万元、525.87 万元和 281.61 万元，占主

营业务成本的比例分别为 6.63%、6.55%、7.22%和 7.00%，金额及占比略有上升，主要原因：一是 2017 年公司组建独立的咨询业务团队，主要办公地点在上海，导致上海分公司咨询团队的房屋租赁费增长较多；二是随着公司生产人员占比增长，与生产部门相关的固定资产折旧费用也有所增加。

⑤ 报告成本

报告期内，公司主营业务成本中的报告成本，主要是咨询服务和资讯服务等业务开展中发生的报告制作、报告咨询及相关差旅费等支出。报告期各期间，公司主营业务成本中的报告成本分别为 244.06 万元、170.14 万元、134.40 万元和 68.86 万元，占主营业务成本的比例分别为 3.48%、2.34%、1.85%和 1.71%。2019 年开始，公司加强各事业部之间的业务协同，减少了对外咨询的业务成本，导致报告成本有所下降。

⑥ 其他

报告期内，其他成本主要包括差旅费、业务招待费、汽车费、咨询费及其他零星费用，报告期各期间，其他成本金额分别为 272.32 万元、152.72 万元、174.66 万元和 84.85 万元，单项费用金额较小。

（四）主营业务毛利额及毛利率分析

1、主营业务毛利额的构成及变动情况

（1）主营业务毛利额的构成分析

报告期内，公司主营业务毛利额构成情况如下：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
资讯服务	7,486.56	89.54	12,535.66	86.18	12,800.05	86.91	11,078.75	83.25
咨询服务	490.28	5.86	1,408.15	9.68	1,083.33	7.36	1,210.19	9.09
会务调研	279.60	3.34	381.43	2.62	678.28	4.61	862.90	6.48
其他	104.65	1.25	219.98	1.51	166.23	1.13	156.43	1.18
主营业务毛利额	**8,361.09**	**100.00**	**14,545.22**	**100.00**	**14,727.89**	**100.00**	**13,308.27**	**100.00**

报告期内，公司主营业务实现的毛利额分别为 13,308.27 万元、14,727.89 万元、14,545.22 万元和 8,361.09 万元，其中资讯服务贡献的毛利额占比超过 80%，是公司主要的利润来源。

（2）主营业务毛利额的变动分析

报告期各期间，公司资讯服务实现的毛利额分别为 11,078.75 万元、12,800.05 万元、12,535.66 万元和 7,486.56 万元，呈稳定增长的趋势，资讯服务实现的毛利额占主营业务毛利额比重分别为 83.25%、86.91%、86.18%和 89.54%，整体波动不大。

报告期各期间，公司咨询服务实现的毛利额分别为 1,210.19 万元、1,083.33 万元、1,408.15 万元和 490.28 万元，咨询服务毛利额占主营业务毛利额的比重分别为 9.09%、7.36%、9.68%和 5.86%。2019 年咨询服务毛利额及占比有所下降，主要原因是在 2018 年咨询服务收入大幅增长的基础上，2019 年增速相对稳定；但是随着公司继续丰富咨询团队，人工成本增长较多，导致 2019 年毛利额及占比有所下降。2020 年随着咨询团队的逐步稳定，客户粘性的提高，公司咨询报告数量和平均收费均有所提升，推动咨询服务毛利额的增长。

报告期各期间，公司会务调研业务实现的毛利额分别为 862.90 万元、678.28 万元、381.43 万元和 279.60 万元，会务调研业务毛利额占主营业务毛利额的比重分别为 6.48%、4.61%、2.62%和 3.34%，2019 年会务调研业务毛利额占比有所下降，主要是受国内能源、化工等行业及我国宏观经济环境的影响，2019 年参加公司组织的商务会议和走访调研活动的客户数量及单客户平均收入下降所致。2020 年受新冠肺炎疫情影响，会务调研业务的开展受到一定影响，导致毛利额进一步下降。

报告期各期间，公司其他业务实现的毛利额分别为 156.43 万元、166.23 万元、219.98 万元和 104.65 万元，其他业务的毛利额占主营业务毛利额比重分别为 1.18%、1.13%、1.51%和 1.25%，占比较低。

2、主营业务毛利率的变动分析

单位：%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	毛利率	毛利率	增减百分点	毛利率	增减百分点	毛利率
资讯服务	71.42	70.08	-1.55	71.63	2.43	69.20
咨询服务	47.35	54.16	9.28	44.87	-6.78	51.66
会务调研	37.23	34.59	-9.40	43.99	-3.89	47.88
其他	91.99	93.29	1.87	91.42	0.00	91.42
主营业务毛利率	**67.52**	**66.64**	**-0.28**	**66.92**	**1.45**	**65.48**

报告期各期间，公司主营业务毛利率分别为 65.48%、66.92%、66.64%和67.52%，主营业务毛利率有所波动，但整体变动不大。公司 2019 年主营业务毛利率相比 2018 年毛利率有所上升，主要原因是 2019 年公司主营业务收入稳步增长，但 2019 年短信费用、会议调研费、报告成本等下降较多，导致主营业务收入增长速度高于主营业务成本增长速度所致。报告期内，各服务类型的毛利率波动具体原因如下：

（1）资讯服务

报告期各期间，公司资讯服务的毛利率分别为 69.20%、71.63%、70.08%和71.42%，毛利率整体处于较高水平。

2019 年资讯服务毛利率较 2018 年增长了 2.43 个百分点，主要原因是 2019 年收入的增长速度大于成本的增长速度。收入方面，随着手机客户端、时段报告等业务收款金额的持续增长，推动公司资讯业务收款金额的增长，分摊计入 2019 年的收入稳定增长；成本方面，随着公司手机短信客户逐渐向手机客户端客户转化，以及电信运营商单条短信发送成本的逐年下降，发行人短信业务的发送成本有所下降。

2020 年资讯服务毛利率较 2019 年下降了 1.55 个百分点，主要原因是短信业务毛利率下降较多所致，受电信运营商短信发送单价提高的影响，公司短信业务毛利率由 2019 年的 56.83%下降到 2020 年的 48.58%，进而导致资讯服务毛利率有所下降。

报告期内，收入和成本变动对资讯服务毛利率的影响如下表：

单位：万元；%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数额	数额	变动情况	数额	变动情况	数额
资讯服务收入	10,482.69	17,888.64	18.69	17,869.95	1,860.27	16,009.68
资讯服务成本	2,996.13	5,352.98	283.07	5,069.91	138.98	4,930.93
资讯服务毛利率	71.42	70.08	-1.55	71.63	2.43	69.20
收入变动对毛利率的影响	-	0.03		3.21		-
成本变动对毛利率的影响	-	-1.58		-0.78		-

整体来看，公司资讯服务毛利率维持在较高水平，报告期各期保持相对稳定。

报告期内，资讯服务主要细分业务毛利率变动的具体情况如下：

①即时资讯

A.手机短信

报告期内，手机短信业务毛利率及变动情况如下：

单位：元/个

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售均价	213.05	216.67	218.96	220.57
单位成本	120.05	111.42	94.52	101.13
其中：单位人工成本	67.76	59.17	55.84	53.04
其中：单位短信成本	44.69	44.56	32.44	40.07
销售均价增长率	-1.67%	-1.04%	-0.73%	-
单位成本增长率	7.75%	17.88%	-6.54%	-
毛利率	43.65%	48.58%	56.83%	54.15%

2019 年，手机短信业务的销售均价较 2018 年下降 0.73%，单位成本较 2018 年下降 6.54%，单位成本的下降幅度大于销售均价的下降幅度，使得毛利率较 2018 年上升了 2.68%。主要原因是：随着公司经营业绩的增长，2019 年单位人工成本较 2018 年略有增长，但是随着我国通信行业提速降费以及公司对短信内容编辑的优化，单条短信发送费用和单位产品短信发送数量有所下降，导致 2019 年单位短信成本较 2018 年下降较多，使得 2019 年手机短信业务单位成本较 2018 年下降 6.54%。

2020 年，受电信运营商短信发送单价提高的影响，公司单位短信成本有所增长，单位成本较 2019 年上升 17.88%，使得毛利率较 2019 年下降了 8.26%。

2021 年 1-6 月，受人工成本上升的影响，公司单位成本较 2020 年上升 7.75%，使得毛利率较 2020 年下降 4.93%。

B.手机客户端

报告期内，手机客户端业务毛利率及变动情况如下：

单位：元/个

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售均价	409.91	411.50	403.96	381.61
单位成本	87.46	89.52	86.38	83.74
其中：单位人工成本	78.65	79.37	77.70	72.73
销售均价增长率	-0.39%	1.87%	5.86%	-

单位成本增长率	-2.30%	3.64%	3.15%	-
毛利率	78.66%	78.25%	78.62%	78.06%

2019 年，手机客户端业务的毛利率较 2018 年增长 0.56%，波动较小。主要原因是：随着手机客户端产品内容的丰富、客户体验度的提高，单价较高的手机客户端产品销售收入占比逐步提升，带动手机客户端平均销售价格的提升，产品销售均价较 2018 年增长了 5.86%；同时，由于单位人工成本的增长，导致单位成本较 2018 年增长了 3.15%，销售均价和单位成本的同步增长，导致毛利率波动不大。

2020 年，手机客户端产品销售均价和单位成本均有所上升，受人工成本上升影响，单位成本上升速度快于销售均价增长速度，手机客户端业务的毛利率较 2019 年下降 0.37%，变动较小。

2021 年 1-6 月，手机客户端产品销售均价、单位成本及毛利率相比上年变动较小。

C.网上信息

报告期内，网上信息业务毛利率及变动情况如下：

单位：元/个

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售均价	1,579.94	1,584.26	1,543.01	1,501.92
单位成本	421.03	424.02	403.39	393.51
其中：单位人工成本	378.60	375.67	362.85	341.80
销售均价增长率	-0.27%	2.67%	2.74%	-
单位成本增长率	-0.70%	5.11%	2.51%	-
毛利率	73.35%	73.24%	73.86%	73.80%

2019 年，网上信息业务的销售均价较 2018 年上升 2.74%，单位成本较 2018 年增长 2.51%，销售均价的上升幅度略高于单位成本的上升幅度，使得毛利率较 2018 年上升了 0.06%，变化不大。

2020 年，网上信息产品销售均价和单位成本均有所上升，销售均价的上升幅度低于单位成本的上升幅度，使得毛利率较 2019 年下降了 0.62%，整体变动不大。

2021 年 1-6 月，网上信息产品销售均价、单位成本及毛利率相比上年变动较小。

②时段报告

报告期内，时段报告业务毛利率及变动情况如下：

单位：元/个

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售均价	1,154.03	1,013.41	1,006.31	936.88
单位成本	357.58	336.89	313.27	310.24
其中：单位人工成本	317.88	295.47	278.04	260.18
销售均价增长率	13.88%	0.71%	7.41%	-
单位成本增长率	6.14%	7.54%	0.97%	-
毛利率	69.01%	66.76%	68.87%	66.89%

2019 年，时段报告的销售均价较 2018 年上升 7.41%，单位成本较 2018 年增长 0.97%，销售均价的上升幅度大于单位成本的上升幅度，使得毛利率较 2018 年增长了 1.98%。主要原因是：一方面随着公司周报、月报、年报内容的不断丰富与优化，周报、月报、年报的销售均价均有所提高，另一方面由于年报的单价相对月报、周报较高，随着年报的销售收入及占比逐步提高，导致销售均价的增长。

2020 年，公司时段报告毛利率较 2019 年下降 2.11%，主要原因是时段报告产品销售均价和单位成本均有所上升，受人工成本上升影响，单位成本的上升幅度高于销售均价的上升幅度所致。

2021 年 1-6 月，时段报告的销售均价较 2020 年上升 13.88%，主要原因是单价较高的年报产品一般集中在（次年）年初确认收入，本期年报产品销售收入占时段报告业务收入的比例高于 2020 年，年报的销售收入及占比的提高，带动销售均价的增长。同时，受人工成本上升影响，公司本期时段报告单位成本有所上升。公司本期时段报告的销售均价和单位成本均有所上升，销售均价的上升幅度大于单位成本的上升幅度，使得毛利率较 2020 年增长了 2.25%。

③数据服务

报告期内，数据服务业务毛利率及变动情况如下：

单位：元/个

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售均价	3,383.11	3,871.82	3,723.00	3,611.05
单位成本	809.00	991.31	886.57	932.39
其中：单位人工成本	727.48	879.64	797.47	809.86

销售均价增长率	-12.62%	4.00%	3.10%	-
单位成本增长率	-18.39%	11.81%	-4.91%	-
毛利率	76.09%	74.40%	76.19%	74.18%

2019 年，数据服务业务的毛利率较高，主要原因是：随着数据服务业务的不断开拓，2019 年价格较高的数据组合数量有所增长，导致 2019 年平均销售价格较 2018 年增长 3.10%；同时，随着数据服务收入的增长，2019 年数据服务的成本金额有所增长，但是由于数据服务的销售数量的增幅大于成本的增幅，导致单位成本较 2018 年下降 4.91%。

2020 年，数据服务业务毛利率相比 2019 年有所下降，主要原因为数据服务产品销售均价和单位成本均有所上升，受人工成本上升影响，单位成本的上升幅度高于销售均价的上升幅度所致。

2021 年 1-6 月，数据服务产品销售均价和单位成本均有所下降，但因产品销售数量增长，使得因人工成本等固定成本摊薄，单位成本下降幅度大于销售均价的下降幅度，数据服务业务毛利率相比 2020 年有所上升。

④大宗商品数据客户端

大宗商品数据客户端包括红桃 3 和红期两种类型的产品，具体情况如下：

A、红桃 3

报告期内，红桃 3 业务毛利率及变动情况如下：

单位：元/个

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售均价	42,037.23	43,810.13	43,337.58	44,946.92
单位成本	9,477.05	10,559.32	9,575.69	10,287.12
其中：单位人工成本	8,521.99	9,390.06	8,613.27	8,935.25
销售均价增长率	-4.05%	1.09%	-3.58%	-
单位成本增长率	-10.25%	10.27%	-6.92%	-
毛利率	77.46%	75.90%	77.90%	77.11%

2019 年，红桃 3 的销售均价较 2018 年下降 3.58%，单位成本较 2018 年下降 6.92%，销售均价的下降幅度略低于单位成本的下降幅度，因此 2019 年毛利率略有提高。

2020 年，公司红桃 3 的销售均价和单位成本均有所上升，受人工成本上升影响，单位成本上升速度高于销售均价提升速度，使得本年红桃 3 毛利率较 2019 年有所下降，但整体变动不大。

2021 年 1-6 月，红桃 3 产品销售均价和单位成本均有所下降，但因产品销售数量的增长，使得因人工成本等固定成本摊薄，单位成本下降幅度大于销售均价的下降幅度，红桃 3 的毛利率相比 2020 年有所上升。

B、红期

报告期内，红期业务毛利率及变动情况如下：

单位：元/个

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售均价	3,777.38	3,506.76	3,032.33	2,604.09
单位成本	736.40	835.58	614.71	583.70
其中：单位人工成本	662.19	743.06	552.93	507.00
销售均价增长率	7.72%	15.65%	16.44%	-
单位成本增长率	-11.87%	35.93%	5.31%	-
毛利率	80.50%	76.17%	79.73%	77.59%

2019 年，红期的销售均价较 2018 年上升 16.44%，单位成本较 2018 年提升 5.31%，销售均价的上升幅度大于单位成本的上升幅度，因此 2019 年毛利率较 2018 年提高了 2.14%。主要原因是：客户对红期产品认可度不断提升，订阅数量不断增长，公司根据客户体验反馈，进一步加大对红期的产品优化，丰富产品功能，产品附加值提升，导致红期的销售均价较 2018 年增长 16.44%，带动毛利率的增长。同时随着公司经营业绩的增长，2019 年公司人员工资水平增加，导致红期的单位成本较 2018 年有所增长。

2020 年，公司红期的销售均价和单位成本均有所上升，受人工成本上升影响，单位成本上升速度高于销售均价提升速度，使得本年红期毛利率较 2019 年下降 3.56%。

2021 年 1-6 月，公司通过对红期的产品逐步优化，产品附加值提升，使得红期的销售均价较 2020 年增长 7.72%。同时，由于红期产品销售数量快速增长，使得因人工成本等固定成本摊薄，本期单位成本有所下降。公司红期的销售均价有所提升，单位成本下降，使得本期红期产品毛利率较 2020 年提升 4.33%。

（2）咨询服务

报告期各期间，公司咨询服务的毛利率分别为 51.66%、44.87%、54.16%和 47.35%。2019 年咨询服务的毛利率有所下降，主要原因是公司逐步加大对咨询

服务的投入力度，引进了一批高素质的咨询队伍，聘请的相关咨询服务人员数量增加，并在上海和烟台租赁办公场所，导致 2019 年咨询服务成本上涨较多所致。2020 年随着咨询团队的逐步稳定，客户粘性的提高，公司咨询报告数量和平均收费均有所提升，推动咨询服务毛利率的增长。

报告期内，收入和成本变动对咨询服务毛利率的影响如下表：

单位：万元；%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数额	数额	变动情况	数额	变动情况	数额
咨询服务收入	1,035.48	2,600.19	185.91	2,414.29	71.50	2,342.79
咨询服务成本	545.19	1,192.04	-138.92	1,330.96	198.36	1,132.60
咨询服务毛利率	47.35	54.16	9.28	44.87	-6.78	51.66
收入变动对毛利率的影响	-	3.94		1.43		-
成本变动对毛利率的影响	-	5.34		-8.22		-

报告期内，咨询服务销售均价和单位成本变动对毛利率的影响如下：

单位：万元/个

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售均价	11.77	15.12	14.20	16.16
单位成本	6.20	6.93	7.83	7.81
其中：单位人工成本	4.86	5.50	6.12	5.42
其中：单位报告成本	0.70	0.74	0.93	1.49
销售均价增长率	-22.16%	6.45%	-12.10%	-
单位成本增长率	-10.61%	-11.48%	0.23%	-
毛利率	47.35%	54.16%	44.87%	51.66%

2019 年，咨询报告的销售均价较 2018 年下降 12.10%，单位成本较 2018 年上涨 0.23%，销售均价的下降和单位成本的增长，导致毛利率较 2018 年下降 6.78%。主要原因是：由于客户定制的小报告数量较 2018 年有所增长，因此销售均价有所下降；同时随着咨询团队的进一步加强，咨询人员的人均薪酬有所增长，咨询业务的成本总额较 2018 年增长较多，但是由于报告数量也同步增长，因此单位成本变化不大。

2020 年，公司咨询报告的销售均价有所提高，单位人工成本下降，使得单位成本较 2019 年下降 11.48%，因此 2020 年咨询服务毛利率较 2019 年提高了 9.28%。

2021 年 1-6 月，咨询报告的销售均价较 2020 年下降 22.16%，单位成本较 2020 年下降 10.61%，销售均价的下降幅度超过单位成本的下降幅度，导致毛利率较 2020 年下降 6.81%。主要原因是：由于客户本期定制的小型报告数量较 2020 年增长，定制小报告数量的增加，导致本期咨询报告销售均价有所下降；同时由于本期咨询团队人数减少，人工成本较 2020 年有所下降。

（3）会务调研

报告期各期间，公司会务调研业务的毛利率分别为 47.88%、43.99%、34.59%和 37.23%，2019 年会务调研业务的毛利率较 2018 年下降 3.89 个百分点，主要原因是受国内能源、化工等行业及我国宏观经济环境的影响，2019 年参加公司组织的商务会议和走访调研活动的客户数量及单客户平均收入有所下降，进而导致会务调研业务毛利率的下降。2020 年受新冠肺炎疫情影响，会务调研业务的开展受到一定影响，导致毛利率进一步下降。

报告期内，收入和成本变动对会务调研服务毛利率的影响如下表：

单位：万元；%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	数额	数额	变动情况	数额	变动情况	数额
会务调研收入	751.04	1,102.81	-439.02	1,541.83	-260.23	1,802.06
会务调研成本	471.44	721.38	-142.17	863.55	-75.61	939.16
会务调研毛利率	37.23	34.59	-9.40	43.99	-3.89	47.88
收入变动对毛利率的影响	-	-22.30		-8.80		-
成本变动对毛利率的影响	-	12.89		4.90		-

报告期内，会务调研的场均收入和场均成本变动对毛利率的影响如下：

①商务会议

报告期内，商务会议毛利率及变动情况如下：

单位：万元/场

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
场均收入	17.17	8.78	20.60	28.51
场均成本	12.10	6.85	14.80	18.85
场均收入增长率	95.63%	-57.38%	-27.75%	-
场均成本增长率	76.61%	-53.69%	-21.49%	-
毛利率	29.53%	21.94%	28.17%	33.89%

2019 年，会议的场均收入较 2018 年下降 27.75%，场均成本较 2018 年下降 21.49%，场均收入的下降幅度大于场均成本的下降幅度，使得毛利率较 2018 年下降 5.73%。主要原因是：2019 年，受我国宏观经济环境的影响以及行业竞争的增加，商务会议业务的收入总额有所下降，单次会议的收入较 2018 年下降 27.75%；随着单次会议规模的下降，场均成本也有所下降，但是会议举办的成本如场地租赁、人员组织等相对固定，因此场均成本的下降幅度低于场均收入的下降幅度，导致毛利率下降。

2020 年，受新冠肺炎疫情影响，参会人员规模受到限制，会议规模缩小，场均收入大幅下降，由于会议举办成本如场地租赁、人员等相对固定，场均成本的下降幅度小于场均收入的下降幅度，导致本年商务会议毛利率有所下降。

2021 年 1-6 月，随着国内疫情形势得到有效控制，本期商务会议业务场均收入及毛利率逐步恢复至疫情前往年同期水平。

②走访调研

报告期内，走访调研毛利率及变动情况如下：

单位：万元/场

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
场均收入	4.90	2.91	4.26	4.93
场均成本	1.67	1.04	1.33	1.56
场均收入增长率	68.55%	-31.68%	-13.66%	-
场均成本增长率	60.54%	-21.91%	-14.47%	-
毛利率	65.94%	64.24%	68.72%	68.42%

相对于商务会议业务，走访调研业务的毛利率相对较高，主要原因是：一是走访调研业务单场次客户数量较少，公司全程陪同客户进行实地走访调研，定价相对较高，单客户的收费金额高于商务会议业务；二是走访调研活动无需租赁场地，主要为差旅、住宿等费用，成本相对较低。

2019 年，走访调研活动的场均收入与场均成本的变化趋势一致，毛利率较 2018 年变化不大。2020 年，受新冠肺炎疫情影响，单场次走访调研规模缩小，场均收入有所下降，场均成本下降幅度低于场均收入的下降幅度，使得走访调研活动毛利率下降。2021 年 1-6 月，随着国内疫情形式得到有效控制，本期走访调研业务场均收入及毛利率逐步恢复至疫情前往年同期水平。

（4）其他

报告期各期间，公司其他业务均为广告业务，毛利率分别为 91.42%、91.42%、93.29%和 91.99%，毛利率水平变化不大。

3、与可比公司的毛利率对比分析

公司主要从事大宗商品信息服务业务，目前国内同行业上市公司数量较少，主要为上海钢联和生意宝，同行业新三板挂牌公司为华瑞信息。由于生意宝主要收入来源是化工贸易、网络信息推广服务及网络基础服务，与发行人的业务构成差异较大，且其资讯服务为免费模式，因此可比性不强。上海钢联主要从事以钢铁及相关行业信息服务为基础的 B2B 电子商务服务，以电子商务服务（撮合钢材交易）及其增值服务为主。除电子商务服务（撮合钢材交易）及其增值服务外，还包括信息服务、咨询服务、网页链接服务、会务培训服务等。其中，信息服务、咨询服务、网页链接服务、会务培训服务等信息类业务与公司的业务可比性较强。华瑞信息的信息咨询服务与公司业务具有可比性。因此公司选择上海钢联、华瑞信息作为可比公司。

（1）与上海钢联的对比

报告期内，公司与上海钢联信息类业务收入的对比分析如下表所示：

单位：万元

财务指标		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
资讯服务	上海钢联	7,787.56	13,440.92	12,634.05	10,622.80
	公司	10,482.69	17,888.64	17,869.95	16,009.68
咨询服务	上海钢联	5,273.57	7,547.36	5,979.25	3,711.42
	公司	1,035.48	2,600.19	2,414.29	2,342.79
会务调研	上海钢联	8,048.12	10,497.04	10,027.06	7,244.07
	公司	751.04	1,102.81	1,541.83	1,802.06
其他	上海钢联	7,898.20	16,198.90	13,401.36	11,538.33
	公司	113.76	235.80	181.83	171.12
信息类业务总额	上海钢联	29,007.45	47,684.22	43,382.30	33,815.75
	公司	12,382.97	21,827.45	22,007.91	20,325.65

注：上表中上海钢联的资讯服务为其信息服务，咨询服务为其咨询服务，会务调研为其会务培训服务，其他业务为其网页链接服务，信息类业务总额为其信息服务业务。上海钢联未披露 2021 年 1-6 月信息类业务收入总额，上表中上海钢联 2021 年 1-6 月信息类业务总额为各项业务收入之和。

报告期内，公司与可比公司的毛利率对比分析如下表所示：

财务指标	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

资讯服务毛利率	上海钢联	25.88%	32.58%	36.56%	55.09%
	公司	71.42%	70.08%	71.63%	69.20%
咨询服务毛利率	上海钢联	88.76%	89.07%	85.19%	94.86%
	公司	47.35%	54.16%	44.87%	51.66%
会务调研毛利率	上海钢联	38.21%	40.78%	37.76%	44.63%
	公司	37.23%	34.59%	43.99%	47.88%
其他业务毛利率	上海钢联	98.04%	98.73%	98.27%	98.30%
	公司	91.99%	93.29%	91.42%	91.42%
信息类业务综合毛利率	上海钢联	60.38%	65.83%	64.56%	72.88%
	公司	67.52%	66.64%	66.92%	65.48%

报告期各期间，公司资讯服务毛利率高于上海钢联，主要原因是上海钢联主要经营地为上海市，公司的主要经营地为淄博市，公司主要经营地的人工成本比上海钢联低，具有一定的地域优势；报告期各期间，公司咨询服务毛利率低于上海钢联，主要原因是公司加大对咨询服务的成本投入，引进了一批高素质的咨询队伍，聘请的相关咨询服务人员数量增加，并在上海和烟台租赁办公场所，相关成本有所上升所致；报告期各期间，公司会务调研毛利率与上海钢联差异不大。报告期各期间，公司其他业务毛利率略低于上海钢联，主要原因是公司广告业务规模较小，而与广告业务相关的人工成本相对固定，导致公司其他业务毛利率低于上海钢联。

整体来看，公司信息类业务综合毛利率与上海钢联差异不大。

（2）与华瑞信息的比较

报告期内，公司与华瑞信息的信息类业务毛利率对比情况如下表所示：

单位：万元

公司	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
华瑞信息	2,072.46	85.22%	3,894.16	86.11%	4,020.76	87.58%	3,845.49	86.44%
公司	12,382.97	67.52%	21,827.45	66.64%	22,007.91	66.92%	20,325.65	65.48%

注：上表中华瑞信息相关数据根据其披露的各期财务报告计算得出。由于华瑞信息未披露信息类服务中各细分业务毛利率数据，上表以其咨询服务毛利率与公司主营业务毛利率进行对比分析。

报告期内，公司主营业务毛利率均低于华瑞信息。华瑞信息主要从事化纤、棉纺织、石油化工行业的信息资讯服务，涉及的行业相对较少，整体业务规模相对较小，毛利率较高；公司产品领域涵盖能源化工、农业、金属等诸多

行业，包含大宗商品行业的绝大部分领域，跟踪监测的大宗商品数量较多，细分服务类型种类较多，人员数量较多，摊薄人均收入水平，因此毛利率相比华瑞信息较低。

4、与可比公司的业务人员数量、人均创收水平对比分析

上海钢联在其定期报告中披露了合并口径的人员构成情况，未披露母公司的人员构成情况。上海钢联的业务模式为生产、销售一体化，其生产、销售人员并未拆分。同时，由于上海钢联子公司钢银电商从事钢材贸易业务，贸易业务与信息服务业务具有明确差别，不具有可比性。因此下表中上海钢联的人员数量系其合并口径的业务人员扣除钢银电商的业务人员后的人员数量。同时，为了提高与上海钢联的可比性，下表中华瑞信息和发行人的人员数量均采用生产人员与销售人员的合计数量。

发行人与同行业可比公司的业务人员数量、人均创收水平对比情况如下：

单位：万元；人

公司名称	项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
上海钢联	信息服务业收入	29,007.45	47,684.22	43,382.30	33,815.75
	业务人员数量	未披露	1,464	1,199	1,072
	人均创收	未披露	32.57	36.18	31.54
华瑞信息	信息咨询业务收入	2,072.46	3,894.16	4,020.76	3,845.49
	人员数量	96	91	95	103
	人均创收	21.59	42.79	42.32	37.33
卓创资讯	营业收入	12,387.88	21,833.79	22,012.55	20,327.44
	人员数量	851	885	920	1,000
	人均创收	14.56	24.67	23.93	20.33

注 1：上海钢联与华瑞信息营业收入分别选取了与公司主营业务具有可比性的信息服务业收入与信息咨询业务收入。

注 2：由于上海钢联的业务模式为生产、销售一体化，为了提高可比性，公司与可比公司的人员数量都选取了生产和销售人员合计数量，其中上海钢联生产和销售人员数量为扣除其子公司上海钢银电子商务股份有限公司相关生产和销售人员的人数。

注 3：人均创收=本期业务收入/期末人员数量。

由上表可知，报告期内，发行人的人均创收金额分别为 20.33 万元、23.93 万元、24.67 万元和 14.56 万元，人均创收水平呈增长趋势，与华瑞信息在报告期内的人均创收水平变动以及上海钢联 2018 年和 2019 年人均创收水平变动趋势一致。2020 年，上海钢联的人均创收水平有所下降，主要原因系受其子公司

山东隆众人均创收水平较低的影响。

报告期内，发行人销售人员、生产人员的数量与华瑞信息人员数量变动均呈减少趋势，与上海钢联相关人员的变动趋势不一致，主要原因如下：（1）上海钢联会展和广告业务收入在其全部业务收入中占比较高，且 2018 年和 2019 年呈持续增长趋势，相关业务人员亦会增长。发行人会展和广告业务的业务占比较低，报告期内会展收入规模呈下降走势，相关业务人员有所减少；（2）上海钢联 2018 年以来进行了对外收购，被收购标的公司在经营管理模式和人员效率方面与上海钢联存在不同，且被收购的山东隆众采取了快速扩张的策略，虽然持续亏损，但人员数量持续快速增加。报告期内，发行人与同行业可比公司华瑞信息的人员数量存在相同的变化趋势，符合行业惯例。

（五）期间费用分析

报告期内，公司各项期间费用及其占营业收入比例如下：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例
销售费用	2,867.81	23.15	5,079.87	23.27	4,951.17	22.49	5,011.01	24.65
管理费用	1,424.03	11.50	2,649.75	12.14	2,010.51	9.13	1,991.29	9.80
研发费用	791.93	6.39	1,411.04	6.46	1,518.09	6.90	1,374.75	6.76
财务费用	-245.88	-1.98	-36.82	-0.17	13.27	0.06	28.01	0.14
费用合计	**4,837.89**	**39.05**	**9,103.84**	**41.70**	**8,493.04**	**38.58**	**8,405.06**	**41.35**
营业收入	**12,387.88**		**21,833.79**		**22,012.55**		**20,327.44**	

报告期各期间，公司期间费用分别为 8,405.06 万元、8,493.04 万元、9,103.84 万元和 4,837.89 万元，公司期间费用占营业收入的比例分别为 41.35%、38.58%、41.70%和 39.05%。报告期内，公司未进行债务融资，不存在利息支出，财务费用占比较低。报告期内，销售费用、管理费用和研发费用为公司期间费用的主要组成部分。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用明细情况如下表所示

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	2,537.90	88.50	4,508.05	88.74	4,312.47	87.10	4,376.13	87.33
折旧与摊销	148.23	5.17	228.59	4.50	226.95	4.58	220.09	4.39
办公费	72.04	2.51	111.81	2.20	107.83	2.18	140.17	2.80
业务宣传费	57.68	2.01	80.42	1.58	43.63	0.88	51.67	1.03
差旅费	21.82	0.76	41.19	0.81	72.63	1.47	58.20	1.16
其他	30.14	1.05	109.81	2.16	187.66	3.79	164.75	3.29
合 计	**2,867.81**	**100.00**	**5,079.87**	**100.00**	**4,951.17**	**100.00**	**5,011.01**	**100.00**

报告期各期间，公司销售费用分别为 5,011.01 万元、4,951.17 万元、5,079.87 万元和 2,867.81 万元，主要为职工薪酬、折旧与摊销、办公费、业务宣传费、差旅费和其他，其中职工薪酬各期占比均在 87%以上，具体情况如下：

（1）职工薪酬

公司销售费用中的职工薪酬为销售人员的工资、提成、福利费和五险一金等费用。报告期各期间，公司销售费用中的职工薪酬分别为 4,376.13 万元、4,312.47 万元、4,508.05 万元和 2,537.90 万元，整体呈上升趋势。随着公司品牌知名度的提升、客户结构的优化和营销系统的改进，公司对销售人员进行了精简，同时提高销售人员的平均薪酬水平，因此销售费用中职工薪酬呈逐步增长的趋势。

①公司销售人员数量、人均薪酬的变化情况

报告期内，公司销售人员数量、人均薪酬的变化情况如下：

单位：人；万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售人员数量	367	381	417	472
销售人员薪酬总额	2,537.90	4,508.05	4,312.47	4,376.13
销售人员人均薪酬	6.92	11.83	10.34	9.27

报告期内，公司销售人员人均薪酬分别为 9.27 万元、10.34 万元、11.83 万元和 6.92 万元，销售人员人均薪酬呈逐年增长趋势，主要是因为随着公司经营业绩的持续向好、经营规模的不断扩大，公司逐步完善销售人员的薪酬体系和晋升体系，提高薪酬水平、完善职业晋升通道，充分发挥薪酬及晋升通道的激励作用，调动销售人员的积极性和创造性。公司销售人员平均薪酬水平逐年提高符合公司发展趋势。

报告期内，公司加强了销售人员培训，提升销售人员的服务效率。同时，公司通过提升服务质量和产品升级，带动客户的需求升级，并通过不断加深对大客户需求的理解和引导，大客户数量及收入金额逐步增长，从而带动发行人营业收入逐年稳定增长。

②公司销售人员数量与付费客户数量、营业收入对比情况

报告期内，公司销售人员数量与付费客户数量、营业收入对比情况如下：

项 目	2021 年 1-6 月/末	2020 年/末	2019 年/末	2018 年/末
营业收入（万元）	12,387.88	21,833.79	22,012.55	20,327.44
销售人员数量（个）	367	381	417	472
其中：新签部门	216	226	264	310
续签部门	105	110	108	113
收款金额（万元）	14,381.11	25,828.21	23,404.11	24,747.43
其中：新签部门	2,621.95	4,547.17	4,524.04	5,905.34
续签部门	11,759.16	21,281.05	18,880.07	18,842.09
付费客户数量（个）	37,348	68,954	70,282	88,650
其中：新签部门	10,756	19,800	20,272	27,320
续签部门	26,592	49,154	50,010	61,330

由上表可知，报告期内，公司营业收入较为稳定，销售人员数量与客户数量总体呈下降趋势，主要原因是：a.报告期营业收入增长主要来源于续费客户收款金额的增长；b.报告期销售人员数量总体呈下降趋势，主要系受新签部门人员持续下降影响；c.受宏观经济结构调整的影响，大宗商品行业集中度提升，公司客户结构也随之变化，大客户数量逐步增长，小客户数量呈下降趋势，报告期内，公司客户数量总体呈下降趋势，公司根据客户结构及数量的变化对销售人员的结构及数量进行优化，公司销售人员总量及结构的变化与公司客户总量及结构变化相符，具有合理性。

（2）折旧与摊销

公司销售费用中的折旧与摊销支出主要是由公司营销部门承担的房屋建筑物折旧和土地使用权摊销费用。报告期各期间，公司折旧与摊销金额分别为 220.09 万元、226.95 万元、228.59 万元和 148.23 万元，金额略有增长。

（3）办公费

公司销售费用中的办公费主要为营销部门的电话费、发票邮寄费等费用，

报告期各期间，公司办公费金额分别为 140.17 万元、107.83 万元、111.81 万元和 72.04 万元，呈下降趋势。随着公司销售人员的精简以及电信资费水平的下降，销售人员的电话费金额有所下降。另外，随着电子发票的逐渐推广，公司发票邮寄费用也有所下降。

（4）业务宣传费

公司业务宣传费主要为百度网络推广和其他宣传支出。报告期各期间，公司业务宣传费金额分别为 51.67 万元、43.63 万元、80.42 万元和 57.68 万元。

报告期各期间，公司业务宣传费的构成情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方推广平台费用	-	-	-	28.51
宣传品印刷费	5.40	50.85	22.78	20.48
展会推广	50.43	24.26	-	-
估价研讨会费用	-	0.59	20.60	2.45
其他	1.85	4.72	0.24	0.22
合 计	**57.68**	**80.42**	**43.63**	**51.67**

2018 年公司通过百度推广的方式进行业务宣传，但从实际情况来看，由于通过第三方平台推广导流来的注册客户转化为付费客户的效果不理想，因此公司在 2018 年末停止了第三方推广平台竞价的推广活动，故 2019 年、2020 年、2021 年 1-6 月未产生此类推广费用。

2019 年发行人加大通过举办估价研讨会的方式进行业务宣传，向客户宣传发行人关于价格评估的理念和方法论，2019 年估价研讨会费用增加较多。2020 年受新冠肺炎疫情影响举办现场估价研讨会较少，本年估价研讨会费用大幅下降。

2020 年宣传品印刷费相比前期有所增长，主要原因系发行人组织公司成立 16 周年庆典，本期印制的相关宣传品增加所致。2020 年公司发生展会推广费 24.26 万元，主要是公司参加第二十届中国国际橡胶技术展览会的展会费用。

2021 年 1-6 月，公司展会费用相比上年同期有所增长，主要原因系公司本期加大展会推广投入，开展的展会推广活动增多所致。

据前文所述，报告期内，发行人付费客户数量总体呈下降趋势，销售规模增长主要来源于续费客户、大客户的贡献值的提升，且发行人作为大宗商品资

讯内容提供者，可以实现多种途径的免费推广，因此推广费用投入较低。

发行人业务宣传费规模与同行业可比公司不存在较大差异，报告期内业务宣传费较低具有合理性，符合其商业逻辑。

基于品牌管理部的职能，品牌管理部产生的费用系公司为提升整体品牌影响力产生的费用，公司按照上述各费用的性质计入销售费用各类费用中，未将其作为推广支出列支。除此之外，发行人不存在其他形式的业务宣传支出，不存在将推广支出记为其他类型支出的情况，不存在关联方或其他主体代垫成本、费用的情形。

（5）差旅费

公司销售费用中的差旅费主要为营销部门出差过程中发生的相关费用，报告期各期间，公司差旅费金额分别为 58.20 万、72.63 万元、41.19 万元和 21.82 万元，2019 年随着公司业务规模的扩大，客户拜访及客户见面会等活动的增加，差旅费较 2018 年有所增长；2020 年受新冠肺炎疫情影响，公司销售人员出差减少，差旅费也同步下降。

（6）其他费用

其他费用主要包括业务招待费、水电费、租赁费、汽车费、低值易耗品及其他零星费用，报告期各期间，其他费用金额分别为 164.75 万元、187.66 万元、109.81 万元和 30.14 万元，单项费用金额较小。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用明细如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	989.49	69.49	1,521.76	57.43	1,292.77	64.30	1,123.63	56.43
折旧与摊销	157.21	11.04	272.65	10.29	250.49	12.46	260.02	13.06
中介机构费用	13.34	0.94	32.48	1.23	50.45	2.51	121.98	6.13
办公费	143.11	10.05	247.78	9.35	172.84	8.60	186.26	9.35
汽车费用	65.55	4.60	147.92	5.58	147.48	7.34	152.91	7.68
租赁费	1.09	0.08	110.06	4.15	4.94	0.25	5.27	0.26
诉讼费	-	-	94.34	3.56	-	-	-	-
其他	54.24	3.81	222.75	8.41	91.52	4.55	141.22	7.09
合 计	**1,424.03**	**100.00**	**2,649.75**	**100.00**	**2,010.51**	**100.00**	**1,991.29**	**100.00**

报告期各期间，公司管理费用主要包括职工薪酬、折旧与摊销、中介机构费用、办公费、汽车费用和其他，具体情况如下：

（1）职工薪酬

公司管理费用中职工薪酬主要是行政后勤与管理人员的工资、奖金、福利费、社保及公积金等费用。报告期各期间，公司管理费用中职工薪酬分别为1,123.63 万元、1,292.77 万元、1,521.76 万元和 989.49 万元，报告期内，随着公司管理水平的不断提升，平均薪酬水平的提高，公司管理费用中职工薪酬呈增长趋势。

（2）折旧与摊销

公司管理费用中的折旧与摊销支出主要是由公司管理及后勤部门承担的房屋建筑物折旧费和土地使用权摊销费用。报告期各期间，公司管理费用中的折旧与摊销分别为 260.02 万元、250.49 万元、272.65 万元和 157.21 万元。

（3）中介机构费用

公司管理费用中中介机构费主要为公司筹备上市工作发生的审计费、评估费、律师费和辅导费等。报告期各期间，中介机构费用分别为 121.98 万元、50.45 万元、32.48 万元和 13.34 万元。公司 2018 年度中介机构费用金额较大，主要是公司 2018 年支付的审计费以及美国子公司注销的中介机构费等金额较大所致。

（4）办公费

办公费主要包括办公用品费、保安费、保洁费、维修费、服务费、电话费、招聘费等，报告期各期间，公司计入管理费用中的办公费分别为 186.26 万元、172.84 万元和 247.78 万元和 143.11 万元。公司 2020 年办公费用金额较大，主要原因是 2020 年云服务和企业微信会话的服务费、支付给猎头公司的招聘费较多。

（5）汽车费用

公司管理费用中的汽车费用主要是由公司管理及后勤部门办公用车和租赁班车费用。公司自 2015 年下半年从临淄区搬入张店区卓创资讯科技产业园，两地距离较远，为方便员工上下班，公司租赁了一定数量的大巴车作为公司班车使用。报告期各期间，公司管理费用中的汽车费用分别为 152.91 万元、147.48 万元、147.92 万元和 65.55 万元，金额相对稳定。

（6）租赁费

2020 年公司发生租赁费 110.06 万元，主要是发行人为方便临淄区员工办公，在临淄租赁办公场所的租赁费用较多导致。公司自 2021 年 1 月 1 日起开始执行新租赁准则，原临淄租赁办公场所的租赁费用本期计入“管理费用-折旧与摊销”。

（7）诉讼费

2020 年公司发生诉讼费 94.34 万元，主要是发行人与上海有色网诉讼案件所发生的支付给律师事务所的费用，目前案件仍在继续进行。

（8）其他费用

其他费用主要包括业务招待费、水电费、差旅费、低值易耗品及其他零星费用，报告期各期间，其他费用金额分别为 141.22 万元、91.52 万元、222.75 万元和 54.24 万元，单项费用金额较小。2020 年，其他费用相比 2019 年有所增长，主要原因为本年租赁的临淄办公场所装修后投入使用，水电费用及领用低值易耗品等费用增加所致。

3、研发费用

（1）研发费用构成

报告期内，公司研发费用明细如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月		2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
职工薪酬	775.48	97.92	1,375.26	97.46	1,472.78	97.02	1,327.77	96.58
直接投入	6.13	0.77	9.83	0.70	14.20	0.94	22.51	1.64
折旧与摊销	10.32	1.30	25.95	1.84	31.11	2.05	24.47	1.78
合 计	**791.93**	**100.00**	**1,411.04**	**100.00**	**1,518.09**	**100.00**	**1,374.75**	**100.00**

公司研发投入主要包括研发人员薪酬、直接投入、折旧费与摊销费等。报告期各期间，公司研发费用金额分别 1,374.75 万元、1,518.09 万元、1,411.04 万元和 791.93 万元，金额波动不大。

（2）研发费用占营业收入的比例

报告期内，公司研发费用占营业收入的比例如下：

单位：万元；%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

研发费用	791.93	1,411.04	1,518.09	1,374.75
其中：资本化金额	-	-	-	-
营业收入	12,387.88	21,833.79	22,012.55	20,327.44
占比	**6.39**	**6.46**	**6.90**	**6.76**

报告期内，公司研发费用的金额保持相对稳定，随着营业收入的逐渐增长，研发费用占比有所下降。

（3）研发人员占员工总数的比例

报告期各期末，公司研发人员人数占员工总数的比例如下：

单位：人；%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年末	2019 年末	2018 年末
研发人数	129	133	136	137
员工总数	1,075	1,111	1,140	1,232
占比	**12.00**	**11.97**	**11.93**	**11.12**

报告期内，公司研发人员数量占员工总数的比例较为稳定。报告期内，公司研发人员的人均薪酬分别为 9.69 万元、10.83 万元、10.34 万元和 6.01 万元，呈增长趋势。报告期内，公司不断加大研发投入，提高研发人员的薪酬待遇，研发人员平均薪酬逐步提升。公司研发人员的人均薪酬逐年提高符合公司发展趋势。

报告期内，公司加大研发费用支出，不断提高研发人员薪酬待遇，加强研发人员技能培训，提高了研发人员的工作积极性及工作效率，现有的研发人员能力及数量能够满足公司业务发展的需要。

（4）报告期内公司主要研发的项目

报告期内，公司主要研发项目及研发成果如下：

单位：万元

项目	总预算	投入金额				截至 2021 年 6 月末项目状态
		2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年	
卓创资讯数据报表发布系统 V2.0	108.00	107.69	-	-	-	已完成
卓创资讯红期手机 APP 版本 V1.0	90.00	88.84	-	-	-	已完成
卓创资讯展会移动管理平台	95.00	93.10	-	-	-	已完成
卓创资讯数据模型运算平台	138.00	137.05	-	-	-	已完成
卓创资讯红期客户端 V3.1	138.00	117.60	-	-	-	未完成

卓创资讯大宗商品数据及分析 SAAS 平台	240.50	160.39	-	-	-	未完成
卓创资讯数据关系查询平台	102.00	50.80	-	-	-	未完成
卓创资讯手机客户端软件(V1.3)	55.00	18.15	-	-	-	未完成
卓创资讯红期 Excel 插件软件(V2.0)	55.00	18.30	-	-	-	未完成
卓创资讯手机客户端安卓版软件(V1.1)	39.91	-	39.06	-	-	已完成
卓创资讯手机客户端 IOS 版软件(V1.1)	44.50	-	44.30	-	-	已完成
卓创资讯指数中心网站	56.75	-	56.81	-	-	已完成
卓创资讯短信发送中心系统	77.76	-	76.78	-	-	已完成
卓创资讯石油网网站	80.00	-	78.80	-	-	已完成
卓创资讯大数据商业分析软件	127.75	-	125.15	-	-	已完成
卓创资讯手机短讯安卓版软件(V4.0)	38.34	-	38.82	-	-	已完成
卓创资讯手机短讯 IOS 版软件(V4.0)	44.50	-	43.09	-	-	已完成
卓创资讯营销资源分发系统	93.25	-	92.09	-	-	已完成
卓创资讯数据报表发布系统	161.70	-	194.71	-	-	已完成
卓创资讯红桃三期货版软件(V3.0)	162.50	-	164.56	-	-	已完成
卓创资讯线上会议预约支付系统	93.50	-	95.14	-	-	已完成
卓创资讯统一支付平台	111.50	-	111.28	-	-	已完成
卓创资讯数据异动预警系统	142.95	-	141.47	-	-	已完成
卓创资讯日志收集分析系统 2.0	107.50	-	108.98	-	-	已完成
卓创资讯红桃 3 客户端 V2.0	194.30	-	-	193.15	-	已完成
卓创资讯数据湖存储平台（第一阶段）	159.30	-	-	158.24	-	第一阶段已完成
卓创资讯红桃 3 期货版客户端 V2.0	141.00	-	-	140.62	-	已完成
卓创资讯工作流管理平台	118.90	-	-	119.94	-	已完成
卓创资讯微服务管理平台	108.70	-	-	109.03	-	已完成
卓创资讯大宗商品数据可视化展板系统	109.00	-	-	108.89	-	已完成
卓创资讯大宗商品信息网站	106.60	-	-	106.83	-	已完成
卓创资讯任务调度平台	102.90	-	-	102.38	-	已完成
卓创资讯信息自动化采集系统	95.10	-	-	93.62	-	已完成
卓创资讯在线服务配置系统	92.00	-	-	91.54	-	已完成
卓创资讯 OA 管理系统	105.00	-	-	83.35	21.13	已完成
卓创资讯服务性能监控系统	77.60	-	-	76.43	-	已完成
卓创资讯基于图数据的权限管理系统	55.00	-	-	54.53	-	已完成
卓创资讯移动终端软件(android 版)V1.0	43.30	-	-	42.63	-	已完成

卓创资讯移动终端软件(ios 版)V1.0	37.30	-	-	36.93	-	已完成
卓创资讯产品运营数据分析系统	127.30	-	-	-	126.45	已完成
卓创资讯数据中心网站 3.0	126.30	-	-	-	125.98	已完成
卓创资讯红桃 3 期货客户端	125.00	-	-	-	124.79	已完成
卓创资讯移动 WAP 版 4.0	111.00	-	-	-	110.47	已完成
卓创资讯数据超市平台项目	148.50	-	-	-	110.15	已完成
卓创资讯大宗商品数据库平台项目	375.60	-	-	-	104.5	已完成
卓创资讯红桃 3 金融版	99.00	-	-	-	97.88	已完成
卓创资讯化工手机客户端软件 5.0(IOS 版)	60.00	-	-	-	58.51	已完成
卓创资讯金属手机客户端软件 5.0(IOS 版)	58.50	-	-	-	58.39	已完成
卓创资讯短讯手机客户端软件 3.3(IOS 版)	56.20	-	-	-	55.93	已完成
卓创资讯农业手机客户端软件 4.4(IOS 版)	54.70	-	-	-	54.51	已完成
卓创资讯年报产品中心网站	54.70	-	-	-	54.47	已完成
卓创资讯金属手机客户端软件 5.0(安卓版)	54.10	-	-	-	54.01	已完成
卓创资讯化工手机客户端软件 5.0(安卓版)	53.40	-	-	-	53.32	已完成
卓创资讯短讯手机客户端软件 3.3(安卓版)	53.00	-	-	-	52.76	已完成
卓创资讯农业手机客户端软件 4.4(安卓版)	52.60	-	-	-	51.88	已完成
卓创资讯肉鸡指数发布系统	38.00	-	-	-	37.14	已完成
卓创资讯数据云平台项目	115.60	-	-	-	22.49	已完成
合 计		**791.93**	**1,411.04**	**1,518.09**	**1,374.75**	-

公司研发项目均为自主立项，报告期内公司不断优化和完善现有的服务体系，提升公司大宗商品信息服务领域的核心竞争力。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用明细如下表所示：

单位：万元

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利息费用	36.55	-	-	-
减：利息收入	308.63	91.18	21.07	10.20
加：汇兑损失	0.68	10.14	-6.94	-4.51
加：其他支出	25.52	44.22	41.28	42.72
合 计	**-245.88**	**-36.82**	**13.27**	**28.01**

报告期内，公司财务费用主要为利息收入和手续费等其他支出。

5、与可比公司对比分析

报告期内，公司期间费用率与可比公司期间费用率比较情况如下表所示：

项 目	公司名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售费用率	上海钢联	16.43%	17.17%	16.42%	20.22%
	华瑞信息	-	-	-	-
	公司	23.15%	23.27%	22.49%	24.65%
管理费用率	上海钢联	15.79%	16.58%	18.86%	19.99%
	华瑞信息	29.01%	34.95%	32.45%	33.60%
	公司	11.50%	12.14%	9.13%	9.80%
研发费用率	上海钢联	11.96%	10.03%	9.20%	9.59%
	华瑞信息	26.17%	24.08%	26.70%	25.70%
	公司	6.39%	6.46%	6.90%	6.76%
财务费用率	上海钢联	0.99%	1.14%	1.48%	1.05%
	华瑞信息	-0.01%	-0.01%	-0.03%	-0.33%
	公司	-1.98%	-0.17%	0.06%	0.14%
期间费用率	上海钢联	45.17%	44.92%	45.97%	50.86%
	华瑞信息	55.18%	59.01%	59.12%	58.98%
	公司	39.05%	41.70%	38.58%	41.35%

注：上海钢联、华瑞信息部分子公司从事贸易业务，由于贸易业务与信息服务业务差别较大，可比性不强，因此上表中上海钢联、华瑞信息期间费用率相关指标均系按照其母公司数据口径计算。

（1）与上海钢联的比较

①销售费用率

报告期内，公司销售费用率高于上海钢联，主要是由于公司和上海钢联的收入构成和服务模式存在差异所致。从收入构成角度看，公司资讯服务收入占信息类业务总额的比例大幅高于上海钢联，由于资讯服务需要销售人员与客户进行大量的沟通、交流以拓展业务，从而对销售人员的需求较大，导致公司销售费用率较高。从服务模式角度看，公司的资讯服务由独立的销售部门负责销售，上海钢联实行采集—服务—销售一体化模式，其业务人员除采集加工市场基础信息外，同时也是销售人员和客户服务人员，因此其销售费用率较低；公司的生产与销售相互独立，生产人员的人工成本均计入营业成本，销售人员的人工成本均计入销售费用，同时由于销售人员占比较高，因此销售费用率较

高。

②管理费用率

报告期内，公司管理费用率低于上海钢联，主要是由于上海钢联主要经营地在上海市，公司主要经营地为淄博市，公司人工成本相对较低，具有一定的地域优势。另外，上海钢联的子公司从事贸易业务，由于贸易业务与信息服务业务差别较大，可比性不强，因此上表中上海钢联管理费用率系按照其母公司数据口径计算。但是由于其母公司承担较多的总部管理职能，导致上海钢联的管理费用率较高。除此之外，根据上海钢联公开披露的定期报告，报告期内上海钢联存在股权激励情况，股份支付的费用计入了管理费用中。相比上海钢联，公司报告期内未发生股份支付费用，因此管理费用率低于上海钢联。

③研发费用率

报告期内，公司研发费用率低于上海钢联，主要是由于人工成本的地区差异导致。上海钢联主要经营地为上海市，公司的主要经营地为淄博市，由于经济发展水平的差异，上海市的平均薪酬大幅高于公司所处的淄博市的人均薪酬，因此上海钢联的人均薪酬也高于公司，导致公司研发费用率低于上海钢联。

（2）与华瑞信息的比较

报告期内，华瑞信息的信息咨询业务的规模相对较小，未单独核算销售费用，其管理费用率和研发费用率高于公司，主要是由于人工成本的地区差异导致。由于经济发展水平的差异，华瑞信息所处的杭州市的平均薪酬高于公司所处的淄博市的人均薪酬，因此华瑞信息的人均薪酬也高于公司，进而导致期间费用率的差异。

（六）对报告期经营成果有重大影响的非经常性损益项目

报告期内，公司非经常性损益主要是公司暂时闲置资金理财收入、处置参股子公司股权产生的投资收益以及政府补助，具体情况如下：

1、投资收益

报告期各期间，公司投资收益明细如下表所示：

单位：万元

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度

处置长期股权投资产生的投资收益	-	-	28.74	-
理财产品产生的投资收益	46.57	517.40	299.66	269.94
合 计	**46.57**	**517.40**	**328.40**	**269.94**

报告期内，公司投资收益金额分别为 269.94 万元、328.40 万元、517.40 万元和 46.57 万元，主要为对参股子公司淄博新商机股权的处置收益和理财产品收益等。

2、公允价值变动收益

2018 年末，公司未到期理财产品的期末暂估收益通过投资收益科目核算，2019 年根据最新《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》要求，公司将理财产品按照新准则要求列示于交易性金融资产，将未到期理财产品期末暂估收益计入公允价值变动损益科目。

报告期各期间，公允价值变动收益如下表所示：

单位：万元

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
以公允价值计量的且其变动计入当期损益的金融资产	-1.02	-100.77	101.79	-
合计	**-1.02**	**-100.77**	**101.79**	-

3、其他收益

报告期各期间，公司其他收益如下表所示：

单位：万元

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
政府补助	74.62	309.23	328.28	431.21
增值税加计抵减	22.68	30.40	18.12	-
个人所得税手续费返还	4.26	17.24	-	-
合计	**101.56**	**356.88**	**346.40**	**431.21**

根据财政部关于《企业会计准则第 16 号—政府补助》（财会[2017]15 号）的要求，公司自 2017 年起将与日常活动相关的政府补助确认为其他收益。

报告期各期间，公司计入其他收益的政府补助明细如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	所属类别
第二批山东省电子商务示范基地、示范企业财政补贴	-	-	-	-	与收益相关
2016 年市级应用技术研究与开发专项资金	-	-	-	-	与收益相关

2016 年度市级电子商务发展专项资金	-	-	-	-	与收益相关
2016 年稳岗补贴	-	-	-	-	与收益相关
2016 年度高校毕业生就业见习财政补贴	-	-	-	-	与收益相关
张店区 2014 年度科学技术发展计划财政补贴	-	-	-	-	与收益相关
2016 年度市级外经贸发展专项资金	-	-	-	-	与收益相关
2017 年下半年用人单位吸纳就业困难人员社保补贴和岗位补贴	-	-	-	-	与收益相关
2016 年 4 季度用人单位吸纳就业困难人员社保补贴和岗位补贴	-	-	-	-	与收益相关
2017 年 1 季度用人单位吸纳就业困难人员社保补贴和岗位补贴	-	-	-	-	与收益相关
2017 年企业研究开发政府补助金	-	-	-	132.24	与收益相关
文化企业发展专项资金	-	-	-	54.64	与收益相关
2017 年度市级电子商务发展专项资金	-	-	-	40.00	与收益相关
2018 年工业强市专项资金	-	-	-	35.00	与收益相关
2017 年度市级外经贸发展专项资金	-	-	-	20.00	与收益相关
2017 年稳岗补贴	-	-	-	12.80	与收益相关
2017 年度中央外经贸发展专项资金	-	-	-	10.00	与收益相关
泰山产业领军人才财政补贴	-	-	-	9.28	与收益相关
工业强区补助金	-	-	-	5.00	与收益相关
2018 年工业强区研究生站点扶持资金	-	-	-	3.00	与收益相关
淄博文化英才奖金	-	-	-	1.00	与收益相关
2017 年稳岗补贴	-	-	-	0.69	与收益相关
2017 年专利资助资金	-	-	-	0.20	与收益相关
2017 年度企业首件授权发明专利资助资金	-	-	-	0.20	与收益相关
淄博市发明专利补助资金	-	-	-	0.10	与收益相关
淄博英才计划市级补助资金	-	-	10.00	-	与收益相关
2018 年度市级外经贸发展专项资金	-	-	8.00	-	与收益相关
淄博英才计划区级补助资金	-	-	3.00	-	与收益相关
上市奖励	-	-	80.00	-	与收益相关
2019 年山东省企业研究开发财政补助资金	-	-	73.87	-	与收益相关
2018 年度稳岗补贴	-	-	23.27	-	与收益相关
企业研究开发财政补助	-	-	9.42	-	与收益相关
2018 年度省级外经贸和商贸流通业发展专项资金	-	-	2.00	-	与收益相关
2018 年度省工程技术研究中心奖励资金	-	50.00	-	-	与收益相关

现代服务业创新示范企业奖金	-	50.00	-	-	与收益相关
2019 年度稳岗补贴	-	27.35	-	-	与收益相关
2019 年中央外经贸发展专项资金	-	12.48	-	-	与收益相关
2019 年度市级外经贸发展专项奖金	-	4.00	-	-	与收益相关
文化英才计划资助金	-	1.00	-	-	与收益相关
淄博市 2019 年度企业开发补助资金	-	1.18	-	-	与收益相关
2018 年度淄博英才计划补助资金	-	15.00	-	-	与收益相关
淄博市科学技术局企业研发补助资金	-	1.18	-	-	与收益相关
张店区一次性吸纳就业补贴	-	0.10	-	-	与收益相关
齐鲁文化英才工作津贴	-	5.00	-	-	与收益相关
山东省 2020 年度企业研究开发补助资金	-	16.14	-	-	与收益相关
张店区 2020 年度青年见习补贴	-	0.46	-	-	与收益相关
张店区 2020 年度失业动态监测补贴	-	0.12	-	-	与收益相关
2020 年中央外经贸发展专项资金	14.16	-	-	-	与收益相关
文化英才项目资助	1.00	-	-	-	与收益相关
2020 年度稳岗补贴	2.54	-	-	-	与收益相关
递延收益转入	56.92	125.23	118.72	107.05	与资产相关
合计	**74.62**	**309.23**	**328.28**	**431.21**	**-**

4、主要非经常性损益项目对公司经营成果的影响

报告期内，公司主要非经常性损益项目对公司经营成果的影响如下：

单位：万元；%

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
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）	74.62	309.23	328.28	431.21
占当期利润总额比例	2.13	5.23	4.84	8.30
处置子公司及理财工具形成的投资收益	45.55	416.64	430.19	269.94
占当期利润总额比例	1.30	7.05	6.34	5.20
合计占当期利润总额比例	**3.43**	**12.27**	**11.18**	**13.49**

报告期各期间，主要非经常性损益项目占当期利润总额的比例分别为 13.49%、11.18%、12.27%和 3.43%，对公司利润总额的影响不大，公司对非经常性损益不存在重大依赖。

（七）主要税种的税款缴纳情况

1、主要税种及纳税情况

报告期各期间，公司主要税种缴纳情况如下表所示：

单位：万元

项目	报告期间	期初未交数	本期应交数	本期已交数	期末未交数
增值税	2021 年 1-6 月	161.52	678.21	706.41	133.32
	2020 年度	141.79	1,206.95	1,187.22	161.52
	2019 年度	119.48	1,127.39	1,105.09	141.79
	2018 年度	124.21	1,202.81	1,207.54	119.48
所得税	2021 年 1-6 月	-205.57	384.36	91.36	87.43
	2020 年度	-92.02	641.43	754.98	-205.57
	2019 年度	-110.35	806.23	787.90	-92.02
	2018 年度	-152.58	604.53	562.3	-110.35

2、税收优惠对利润的影响

报告期内，公司享受的税收优惠主要为企业所得税优惠，属于与公司正常经营业务密切相关、符合国家政策规定且能够连续享受的税收优惠，公司将取得的税收优惠计入了经常性损益。报告期内，公司享受的税收优惠政策影响所得税费用金额以及对利润总额的影响情况如下：

单位：万元；%

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
税收优惠影响所得税费用金额	393.07	694.95	827.48	630.08
利润总额	3,500.34	5,913.88	6,783.66	5,196.05
占比	11.23	11.75	12.20	12.13

由上表可知，报告期内，公司及下属企业因税收优惠政策减免的所得税费用占当期利润总额的比例较低，对公司报告期经营业绩的影响较小，发行人不存在对税收优惠存在重大依赖的情形。

3、所得税费用与利润总额的关系

报告期内，公司所得税费用金额分别为 689.68 万元、907.91 万元、728.01 万元和 463.80 万元，占当期利润总额的比重分别为 13.27%、13.38%、12.31%和 13.25%，公司适用的所得税税率为 15%。所得税费用占当期利润总额的比重与公司适用的所得税税率存在一定差异，主要原因是存在非应税收入、研发费用加计扣除、不可抵扣的成本、费用和损失等因素的影响，详细情况如下：

单位：万元

项 目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额	3,500.34	5,913.88	6,783.66	5,196.05
按法定/适用税率计算的所得税费用	525.05	887.08	1,017.55	779.41
子公司适用不同税率的影响	-1.39	-4.05	-20.58	-5.76
以前期间所得税的影响	-	-	-	-
非应税收入的影响	-8.54	-18.78	-17.81	-10.65
研发费用、残疾人工资加计扣除及折旧加速计提的影响	-173.39	-263.22	-252.27	-200.70
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	122.79	130.83	134.04	111.68
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-	-	-	-
本年未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	-0.73	-3.84	46.98	15.70
所得税费用	**463.80**	**728.01**	**907.91**	**689.68**

十二、资产质量分析

（一）资产总额的构成及变动分析

报告期各期末，公司资产总额的构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项目	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	26,321.17	54.08	23,353.41	52.62	16,061.88	43.81	14,316.93	43.05
非流动资产	22,345.81	45.92	21,030.36	47.38	20,600.96	56.19	18,939.86	56.95
资产总额	**48,666.99**	**100.00**	**44,383.77**	**100.00**	**36,662.84**	**100.00**	**33,256.78**	**100.00**

报告期各期末，公司流动资产占资产总额的比例分别为 43.05%、43.81%、52.62%和 54.08%，非流动资产占资产总额的比例分别为 56.95%、56.19%、47.38%和 45.92%，流动资产占资产总额的比例整体呈上升趋势，非流动资产占资产总额的比例整体呈下降趋势，主要原因是随着公司业务规模的增长，公司可支配的自有资金逐渐增加所致。资产总额中非流动资产占比较大，主要原因是公司固定资产、无形资产和在建工程规模较大。

报告期各期末，随着公司销售规模的不断扩大、经营业绩的积累、固定资产及在建工程的增加，公司资产总额整体呈上升趋势。

（二）流动资产的构成及变动分析

报告期各期末，公司流动资产的构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项目	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	25,189.23	95.70	19,259.43	82.47	1,275.43	7.94	2,589.99	18.09
交易性金融资产	-	-	3,001.02	12.85	13,931.79	86.74	-	-
应收票据	-	-	-	-	-	-	10.80	0.08
应收账款	349.22	1.33	228.77	0.98	269.47	1.68	261.33	1.83
预付款项	103.23	0.39	81.74	0.35	46.28	0.29	56.71	0.40
其他应收款	16.21	0.06	9.19	0.04	13.49	0.08	132.91	0.93
存货	11.30	0.04	5.74	0.02	9.33	0.06	8.02	0.06
其他流动资产	651.98	2.48	767.52	3.29	516.10	3.21	11,257.16	78.63
流动资产合计	**26,321.17**	**100.00**	**23,353.41**	**100.00**	**16,061.88**	**100.00**	**14,316.93**	**100.00**

报告期各期末，公司流动资产金额分别为 14,316.93 万元、16,061.88 万元、23,353.41 万元和 26,321.17 万元，整体呈上升趋势，主要原因是随着公司收款规模的逐步增长，公司可支配的自有资金逐渐增加所致。

在流动资产结构方面，货币资金、交易性金融资产和其他流动资产是公司流动资产的主要构成部分，三者合计占报告期各期末流动资产的比例分别为 96.72%、97.89%、98.61%和 98.18%。

1、货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
现金	0.70	2.47	1.25	1.25
银行存款	25,128.96	19,195.83	1,217.48	2,582.50
其他货币资金	59.57	61.13	56.70	6.24
合 计	**25,189.23**	**19,259.43**	**1,275.43**	**2,589.99**
其中：存放境外款项	-	-	-	546.94

报告期各期末，公司货币资金余额分别为 2,589.99 万元、1,275.43 万元、19,259.43 万元和 25,189.23 万元，占各期末流动资产的比例分别为 18.09%、7.94%、82.47%和 95.70%。2018 年末和 2019 年末，公司货币资金占各期末流

动资产的比例逐渐下降，主要原因：一是公司将闲置货币资金购买银行理财产品，导致其他流动资产金额增加，货币资金金额减少；二是公司报告期内进行了分红，导致货币资金减少。2020 年末，公司货币资金及占期末流动资产的比例上升，主要系临近期末公司购买银行理财产品到期赎回，尚未重新购买银行理财产品所致。

报告期各期末，公司的货币资金主要由银行存款构成，现金余额较低。报告期各期末，公司其他货币资金主要为公司微信与支付宝账户余额，存放境外款项主要为子公司美国卓创的货币资金。

报告期各期末，公司受限制、抵押、冻结的货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
银行存款	1,000.00	1,000.00	35.50	35.50
合 计	**1,000.00**	**1,000.00**	**35.50**	**35.50**

2018 年 11 月 26 日，公司将银行定期存单 35.50 万元进行质押，向客户开具履约保函 35.50 万元，保函到期日为 2019 年 12 月 31 日，上述定期存单已于 2020 年 1 月 6 日转入公司银行账户。

截至 2021 年 6 月末，发行人名下 1,000 万元银行存款被法院裁定冻结，主要原因系上海市徐汇区人民法院根据上海有色网提出的财产保全申请，裁定冻结公司及上海分公司名下的银行存款 1,000 万元。

2、交易性金融资产

2018 年末，公司购买的银行理财产品通过其他流动资产科目核算，2019 年公司根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等新金融工具准则，将理财产品通过交易性金融资产科目核算。

报告期各期末，公司交易性金融资产的具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
理财产品	-	3,001.02	13,931.79	-
合 计	**-**	**3,001.02**	**13,931.79**	**-**

3、应收票据

报告期各期末，公司应收票据余额较小，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
银行承兑汇票	-	-	-	10.80
合 计	-	-	-	10.80

4、应收账款

报告期各期末，公司应收账款具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
账面余额	387.26	252.18	283.65	292.61
坏账准备	38.04	23.41	14.18	31.28
账面价值	349.22	228.77	269.47	261.33

（1）应收账款变动分析

报告期内，公司应收账款主要是咨询服务产生。咨询服务收入确认的具体方法是：对于单次提供的咨询报告或服务，公司在向客户交付研究报告终稿后确认收入。对于时段内多次提供的咨询报告或服务，根据合同约定的金额，在报告完成并发送给客户后确认本次报告收入。报告期各期末，随着未到回款期的咨询服务客户数量的波动，应收账款余额也有所波动。

报告期各期，公司应收账款余额变动的具体分析如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月 /2021.6.30	2020 年度 /2020.12.31		2019 年度 /2019.12.31		2018 年度 /2018.12.31
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
应收账款余额	**387.26**	**252.18**	**-11.09%**	**283.65**	**-3.06%**	**292.61**
其中：咨询服务应收账款余额	258.20	207.18	-26.96%	283.65	-3.06%	292.61
主营业务收入	**12,382.97**	**21,827.45**	**-0.82%**	**22,007.91**	**8.28%**	**20,325.65**
其中：咨询服务收入	1,035.48	2,600.19	7.70%	2,414.29	3.05%	2,342.79
应收账款余额占主营业务收入比例	3.13%	1.16%		1.29%		1.44%
咨询服务应收账款余额占咨询服务收入比例	24.94%	7.97%		11.75%		12.49%

报告期内，应收账款余额分别为 292.61 万元、283.65 万元、252.18 万元和 387.26 万元，占主营业务收入的比重分别为 1.44%、1.29%、1.16%和 3.13%，应收账款金额及占比较小。报告期内，应收账款主要是咨询服务产生，账龄主要在一年以内，咨询服务的应收账款余额分别为 292.61 万元、283.65 万元、207.18 万元和 258.20 万元，占咨询服务收入的比重分别为 12.49%、11.75%、

7.97%和 24.94%，应收账款金额变动的主要原因是：由于咨询客户大多为大型的国有企业、集团企业以及外资参股或控股企业，该等企业信用风险较低，个体性差异较大且相对强势，因此公司未对咨询服务的客户设定统一的信用期限。一般来讲，咨询服务大多实行分期付款的政策，公司合同签订、初稿发送、终稿发送后各收取一定比例的款项，具体的付款时间和付款比例根据客户和咨询报告的不同协商确定。报告期各期末，随着未到回款期的咨询服务客户数量的波动，以及不同咨询客户合同金额、付款进度的差异，应收账款余额也有所波动。

（2）应收账款账龄及坏账准备分析

报告期各期末，公司应收账款账龄分布情况如下表所示：

单位：万元

账 龄	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
1 年以内	361.76	18.09	228.18	11.41	283.65	14.18	255.61	12.78
1 年至 2 年	1.50	0.75	24.00	12.00	-	-	37.00	18.50
2 年至 3 年	24.00	19.20	-	-	-	-	-	-
3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合 计	**387.26**	**38.04**	**252.18**	**23.41**	**283.65**	**14.18**	**292.61**	**31.28**

报告期各期末，公司应收账款的账龄主要在一年以内，账龄分布符合公司业务特点，应收账款质量整体较好。

（3）应收账款坏账准备计提比例及与可比公司对比情况如下表所示：

账龄	上海钢联（%）	华瑞信息（%）	本公司（%）
1 年以内	5	5	5
1-2 年	50	20	50
2-3 年	80	50	80
3 年以上	100	100	100

公司按账龄计提坏账准备的比例与上海钢联相同，高于华瑞信息，符合公司的实际经营情况，坏账政策符合谨慎性原则。

（4）应收账款主要客户情况如下表所示：

单位：万元；%

2021.6.30					
序号	公司名称	金额	占比	账龄	款项性质

1	乾安弱碱食品开发有限责任公司	45.00	11.62	1 年以内	会展服务费
2	山西德茂智能科技有限公司	25.35	6.55	1 年以内	资讯服务费
3	众一伍德工程有限公司	24.00	6.20	2-3 年	咨询服务费
4	上海亨斯迈聚氨酯有限公司	21.62	5.58	1 年以内	咨询服务费
5	路博润添加剂（珠海）有限公司	16.30	4.21	1 年以内	咨询服务费
合 计		**132.27**	**34.16**	-	-
2020.12.31					
序号	**公司名称**	**金额**	**占比**	**账龄**	**款项性质**
1	乾安弱碱食品开发有限责任公司	45.00	17.84	1 年以内	会展服务费
2	壳牌（中国）有限公司	37.16	14.73	1 年以内	咨询服务费
3	利乐包装（昆山）有限公司	28.90	11.46	1 年以内	咨询服务费
4	众一伍德工程有限公司	24.00	9.52	1-2 年	咨询服务费
5	伊犁川宁生物技术股份有限公司	20.00	7.93	1 年以内	咨询服务费
合 计		**155.06**	**61.49**	-	-
2019.12.31					
序号	**公司名称**	**金额**	**占比**	**账龄**	**款项性质**
1	江苏扬农化工集团有限公司	59.40	20.94	1 年以内	咨询服务费
2	中国石油化工股份有限公司齐鲁分公司	32.50	11.46	1 年以内	咨询服务费
3	众一伍德工程有限公司	24.00	8.46	1 年以内	咨询服务费
4	南山裕龙石化有限公司	21.00	7.40	1 年以内	咨询服务费
5	川化集团有限责任公司	19.41	6.84	1 年以内	咨询服务费
合 计		**156.31**	**55.11**	-	-
2018.12.31					
序号	**公司名称**	**金额**	**占比**	**账龄**	**款项性质**
1	壳牌（中国）有限公司	76.07	26.00	1 年以内	咨询服务费
2	福建联合石油化工有限公司	36.00	12.30	1 年以内	咨询服务费
3	延长壳牌河南石油有限公司	29.40	10.05	1 年以内	咨询服务费
4	中国葛洲坝集团电力有限责任公司	27.00	9.23	1-2 年	咨询服务费
5	利乐包装（昆山）有限公司	18.55	6.34	1 年以内	咨询服务费
合 计		**187.02**	**63.92**	-	-

报告期各期末，公司应收账款中无应收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

（5）报告期各期发行人逾期 1 年以上的应收账款情况

截至 2018 年末，发行人存在逾期 1 年以上的应收账款，金额为 37 万元，其中应收科思创（上海）投资有限公司 10 万元，应收中国葛洲坝集团电力有限

责任公司 27 万元。2020 年末，公司存在逾期 1 年以上的应收账款，应收众一伍德工程有限公司 24 万元。此类客户主要是大型国有企业和外资企业，付款审批流程较长，因实际结算周期延长，从而导致阶段性逾期，该等企业信用状况良好，相关款项无法收回的风险较低，并且相关应收账款的账龄为 1-2 年，账龄较短，因此，公司认为按照账龄计提的坏账准备是充分的，不需要按照单项计提坏账准备。2018 年末相关应收款项已于 2019 年收回，对于 2020 年末相关应收款项，公司正在与客户积极沟通。

5、其他应收款

报告期各期末，公司其他应收款余额较小，具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收利息	-	-	-	97.14
其他应收款	16.21	9.19	13.49	35.77
合 计	**16.21**	**9.19**	**13.49**	**132.91**

（1）应收利息

报告期各期末，公司应收利息余额分别为 97.14 万元、0.00 万元、0.00 万元和 0.00 万元，主要是应收银行理财产品的利息。

2018 年末，公司应收利息为未到期理财产品的期末暂估利息，通过应收利息科目核算，2019 年末、2020 年末和 2021 年 6 月末应收利息余额为 0.00 万元，主要是 2019 年公司根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等新金融工具准则，将理财产品及其期末应收暂估利息，按照新准则要求列示于交易性金融资产所致。

（2）其他应收款

公司的其他应收款主要为保证金、备用金等。报告期各期末，公司其他应收款账面余额如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
保证金	48.92	52.86	58.88	81.63
备用金	9.60	0.42	0.61	3.03
合 计	**58.51**	**53.28**	**59.48**	**84.66**

①其他应收款账龄及坏账准备情况

报告期各期末，公司账龄分布情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备
1年以内	13.44	0.67	7.86	0.39	2.52	0.13	14.01	0.70
1年至2年	6.67	3.34	0.73	0.37	9.35	4.68	32.12	16.06
2年至3年	0.50	0.40	6.79	5.43	32.12	25.70	32.00	25.60
3年以上	37.90	37.90	37.90	37.90	15.49	15.49	6.52	6.52
合计	**58.51**	**42.31**	**53.28**	**44.09**	**59.48**	**45.99**	**84.66**	**48.88**

报告期各期末，公司账龄超过1年的其他应收款主要为保证金。

②坏账准备计提比例及与可比公司对比情况如下表所示：

账龄	上海钢联（%）	华瑞信息（%）	本公司（%）
1年以内	5	5	5
1-2年	50	20	50
2-3年	80	50	80
3年以上	100	100	100

公司按账龄计提坏账准备的比例与上海钢联相同，高于华瑞信息，符合公司的实际经营情况，坏账政策符合谨慎性原则。

② 其他应收款前五名情况

截至2021年6月30日，公司其他应收款前五名如下表所示：

单位：万元；%

序号	公司名称	金额	占比	账龄	款项性质
1	搜候（上海）投资有限公司	34.81	59.50	1-2年、4-5年	保证金
2	淄博市张店区房地产管理局	5.78	9.87	5年以上	保证金
3	亓牧群	3.71	6.34	1年以内	备用金
4	丁洁	3.14	5.37	1年以内	备用金
5	中国葛洲坝集团机电建设有限公司	2.30	3.93	2年以内	保证金
合 计		**49.74**	**85.01**	-	-

截至2021年6月30日，公司其他应收款中无应收持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东款项。

6、预付款项

报告期各期末，公司预付款项主要为预付房租、电费和油费等，预付款项

金额分别为 56.71 万元、46.28 万元、81.74 万元和 103.23 万元，各期末预付款项金额均较小。

报告期各期末，公司预付款项账龄情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
一年以内	100.91	79.42	43.96	56.71
一年以上	2.32	2.32	2.32	-
合 计	**103.23**	**81.74**	**46.28**	**56.71**

报告期各期末，公司的预付款项账龄主要为一年之内。

7、存货分析

公司报告期内的存货主要为开展业务所需的办公用品、低值易耗品等。报告期各期末，本公司存货分别为 8.02 万元、9.33 万元、5.74 万元和 11.30 万元，金额较低。公司统一采购和管理存货，存货实行永续盘存制，在取得时按实际成本计价，各部门在领用存货时计入各部门成本费用。

8、其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
理财产品	-	-	-	11,100.00
预缴税款	28.95	251.32	125.67	139.04
房屋租赁费	-	4.50	4.38	-
待抵扣进项税	-	-	-	18.11
上市费用	623.03	511.71	386.05	-
合 计	**651.98**	**767.52**	**516.10**	**11,257.16**

报告期内，公司其他流动资产主要为购买的理财产品、预缴税款和上市费用等。

2018 年末，公司购买的银行理财产品通过其他流动资产科目核算，2019 年公司根据《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等新金融工具准则，将理财产品通过交易性金融资产科目核算。

（三）非流动资产的构成及变动分析

报告期各期末，本公司非流动资产的构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项目	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	17,041.55	76.26	17,056.02	81.10	17,480.59	84.85	10,412.13	54.97
在建工程	185.29	0.83	92.22	0.44	30.08	0.15	5,279.36	27.87
使用权资产	1,406.33	6.29	-	-	-	-	-	-
无形资产	2,820.53	12.62	2,868.07	13.64	2,819.43	13.69	2,933.06	15.49
长期待摊费用	626.54	2.80	743.20	3.53	26.41	0.13	32.87	0.17
递延所得税资产	235.78	1.06	237.43	1.13	244.44	1.19	251.21	1.33
其他非流动资产	29.79	0.13	33.42	0.16	-	-	31.23	0.16
非流动资产合计	**22,345.81**	**100.00**	**21,030.36**	**100.00**	**20,600.96**	**100.00**	**18,939.86**	**100.00**

报告期各期末，公司非流动资产分别为 18,939.86 万元、20,600.96 万元、21,030.36 万元和 22,345.81 万元，随着公司经营规模的扩大，公司的非流动资产呈现增长趋势。报告期内，公司非流动资产主要为固定资产、在建工程和无形资产等。

1、固定资产

报告期各期末，公司固定资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
一、固定资产原值合计	**21,233.21**	**20,832.30**	**20,490.33**	**12,711.41**
其中：房屋及建筑物	18,841.58	18,596.54	18,392.84	10,704.29
运输设备	335.35	335.35	369.18	372.01
办公设备及其他	2,056.28	1,900.41	1,728.30	1,635.12
二、累计折旧合计	**4,191.66**	**3,776.28**	**3,009.73**	**2,299.28**
其中：房屋及建筑物	2,558.46	2,234.01	1,591.79	1,067.32
运输设备	283.61	276.14	319.39	342.51
办公设备及其他	1,349.60	1,266.14	1,098.56	889.44
三、账面价值合计	**17,041.55**	**17,056.02**	**17,480.59**	**10,412.13**
其中：房屋及建筑物	16,283.12	16,362.53	16,801.06	9,636.97
运输设备	51.74	59.21	49.80	29.49
办公设备及其他	706.69	634.28	629.74	745.67

截至 2021 年 6 月 30 日，公司固定资产账面原值为 21,233.21 万元，账面价值为 17,041.55 万元，综合成新率为 80.26%，各类固定资产成新率如下：

单位：万元；%

项 目	折旧年限	原值	累计折旧	净值	成新率
房屋及建筑物	10-35 年	18,841.58	2,558.46	16,283.12	86.42
运输设备	2-4 年	335.35	283.61	51.74	15.43
办公设备及其他	3-10 年	2,056.28	1,349.60	706.69	34.37
合 计		**21,233.21**	**4,191.66**	**17,041.55**	**80.26**

2、在建工程

报告期各期末，公司在建工程分别为 5,279.36 万元、30.08 万元、92.22 万元和 185.29 万元，具体情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
卓创科技产业园二期工程	185.29	92.22	30.08	5,279.36
合 计	**185.29**	**92.22**	**30.08**	**5,279.36**

随着卓创科技产业园二期工程建设的持续投入，2018 年末在建工程金额较大，2019 年相关工程完工转固后，公司在建工程余额大幅减少。

报告期各期末，公司在建工程不存在预计可收回金额低于账面价值而需计提减值准备的情形，因而未计提在建工程减值准备。

3、使用权资产

自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则后，公司不再区分融资租赁与经营租赁，对所有租赁确认使用权资产和租赁负债。报告期末，公司使用权资产情况如下：

单位：万元

项 目	2021.6.30		
	账面原值	累计折旧	账面价值
房屋建筑物	1,527.05	120.72	1,406.33
合 计	**1,527.05**	**120.72**	**1,406.33**

4、无形资产

报告期各期末，公司无形资产账面价值分别为 2,933.06 万元、2,819.43 万元、2,868.07 万元和 2,820.53 万元，明细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
土地使用权	2,434.33	2,474.29	2,533.99	2,593.70
软 件	386.21	393.78	285.43	339.36

合 计	2,820.53	2,868.07	2,819.43	2,933.06

报告期内，公司无形资产包括土地使用权和软件，报告期各期末无形资产账面价值变动不大。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司无形资产原值、累计摊销及账面价值情况如下表所示：

单位：万元

项 目	资产原值	累计摊销	账面价值
土地使用权	2,984.94	550.61	2,434.33
软 件	819.06	432.85	386.21
合 计	3,804.00	983.47	2,820.53

报告期内，公司无形资产不存在预计可收回金额低于账面价值而需计提减值准备的情形，因而未计提无形资产减值准备。

5、长期待摊费用

报告期内，公司长期待摊费用主要为支付的装修费。报告期各期末，公司长期待摊费用分别为 32.87 万元、26.41 万元、743.20 万元和 626.54 万元，详细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
装修费	626.54	741.52	22.89	23.74
其他	-	1.69	3.53	9.13
合 计	626.54	743.20	26.41	32.87

2020 年末长期待摊费用中装修费金额较大，主要为本年公司在临淄区租赁办公场所并进行装修，产生的装修费用较高所致。

6、递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产明细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	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
资产减值准备	80.33	12.05	62.47	9.37	55.75	7.71	80.16	11.63
递延收益	1,491.53	223.73	1,520.42	228.06	1,578.21	236.73	1,597.19	239.58
合 计	1,571.86	235.78	1,582.89	237.43	1,633.95	244.44	1,677.36	251.21

报告期各期末，公司递延所得税资产主要计提的资产减值准备和递延收益

产生的所得税可抵扣暂时性差异。

7、其他非流动资产

公司其他非流动资产主要为预付的工程设备款项，报告期各期末，公司其他非流动资产金额分别为 31.23 万元、0.00 万元、33.42 万元和 29.79 万元。

8、资产减值准备

报告期各期末，本公司主要资产的减值准备情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应收账款坏账准备	38.04	23.41	14.18	31.28
其他应收款坏账准备	42.31	44.09	45.99	48.88
合 计	**80.35**	**67.50**	**60.17**	**80.16**

本公司遵循稳健性原则，每个会计年度末对各类资产的减值情况进行核查，主要资产的减值准备计提情况与资产实际情况相符，并足额计提，减值准备充分。

十三、偿债能力、流动性与持续经营能力

（一）负债状况分析

1、负债总额的构成及变动分析

报告期各期末，本公司负债总额的构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项 目	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动负债	22,209.46	82.99	22,234.48	87.14	19,659.60	85.55	19,167.80	85.14
非流动负债	4,552.46	17.01	3,280.76	12.86	3,320.58	14.45	3,344.39	14.86
负债总额	**26,761.92**	**100.00**	**25,515.25**	**100.00**	**22,980.18**	**100.00**	**22,512.19**	**100.00**

报告期各期末，公司的负债规模整体呈上升的趋势，主要原因是随着业务规模的增长，预收客户业务款项金额上升所致。

从负债结构来看，报告期各期末，公司的负债以流动负债为主，流动负债占负债总额的比重超过 80%。公司非流动负债主要为计入递延收益的政府补助款项，报告期各期末非流动负债金额变化不大。

2、流动负债的构成及变动分析

报告期各期末，公司的流动负债构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项目	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	197.84	0.89	477.81	2.15	980.68	4.99	612.04	3.19
预收款项	-	-	-	-	16,508.11	83.97	16,430.96	85.72
合同负债	20,372.45	91.73	19,036.89	85.62	-	-	-	-
应付职工薪酬	1,015.97	4.57	2,399.37	10.79	1,897.99	9.65	1,796.47	9.37
应交税费	283.61	1.28	226.21	1.02	206.14	1.05	192.76	1.01
其他应付款	129.22	0.58	94.20	0.42	66.68	0.34	135.58	0.71
一年内到期的非流动负债	210.38	0.95	-	-	-	-	-	-
流动负债合计	**22,209.46**	**100.00**	**22,234.48**	**100.00**	**19,659.60**	**100.00**	**19,167.80**	**100.00**

报告期各期末，公司流动负债主要由预收款项/合同负债、应付职工薪酬构成，两者合计占流动负债的 90%以上。

（1）应付账款

报告期各期末，公司应付账款情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付款项	197.84	477.81	980.68	612.04
合 计	**197.84**	**477.81**	**980.68**	**612.04**

报告期内，公司应付账款主要为卓创科技产业园项目相关的应付工程款项。报告期各期末，公司应付账款金额分别为 612.04 万元、980.68 万元、477.81 万元和 197.84 万元，各期末公司应付账款金额变化不大。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司应付账款中无应付持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

（2）预收款项（合同负债）

①预收款项变动分析

报告期内，公司在收取客户信息服务费后，根据服务期限，将其记入当期收入或预收款项-递延收入。报告期各期末，公司预收款项主要是收取的客户信息服务费在扣除确认为当期收入后的余额，金额分别是 16,430.96 万元、16,508.11 万元、19,036.89 万元和 20,372.45 万元，占流动负债的比例分别是 85.72%、83.97%、85.62%和 91.73%，整体呈上升趋势，主要原因是随着公司业务规模的逐步扩大，收取客户的信息服务款项逐步增加，由于按服务期限递延

确认收入的缘故，计入预收款项-递延收入的金额亦逐步增加。

公司报告期预收账款主要由资讯服务产生，各期占比均在 97%以上。报告期各期末预收账款的增长主要来源于资讯服务业务规模的增长，与资讯服务收入增长趋势一致，符合相关业务特点及公司实际情况。公司报告期主要采用预收款的结算方式，公司报告期各期末预收账款的账龄主要在 0-3 年，账龄分布符合公司的业务特点和实际情况。报告期各期末，同行业可比公司均存在较大金额的预收账款，因此发行人各期末预收账款金额较大，且保持增长趋势，具有合理性，符合行业惯例。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司预收款项中无预收持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东款项。

②报告期各期末预收账款前五名客户情况

单位：万元；%

2021 年 6 月 30 日					
序号	**公司名称**	**金额**	**占预收账款的比例**	**订阅内容**	**账龄**
1	中国石油天然气股份有限公司	89.44	0.44	资讯服务	1-3 年
2	彭博资讯	45.47	0.22	资讯服务	1-2 年
3	大连商品交易所	40.08	0.20	资讯服务	1 年以内
4	中国邮政储蓄银行股份有限公司山东省分行	37.15	0.18	资讯服务	1-3 年
5	平安资产管理有限责任公司	32.70	0.16	资讯服务	1 年以内
合 计		**244.84**	**1.20**	-	-
2020 年 12 月 31 日					
序号	**公司名称**	**金额**	**占预收账款的比例**	**订阅内容**	**账龄**
1	彭博资讯	88.10	0.46	资讯服务	1-2 年
2	中国石油天然气股份有限公司	87.38	0.46	资讯服务	1-3 年
3	中国石油化工股份有限公司	36.60	0.19	资讯服务	1-3 年
4	中海石油炼化有限责任公司	35.09	0.18	资讯服务	1-2 年
5	开源证券股份有限公司	34.52	0.18	资讯服务	1-3 年
合 计		**281.69**	**1.48**	-	-
2019 年 12 月 31 日					
序号	**公司名称**	**金额**	**占预收账款的比例**	**订阅内容**	**账龄**
1	彭博资讯	87.32	0.53	资讯服务	1 年以内

2	ENERGY ASPECTS LTD.	74.28	0.45	资讯服务	1 年以内
3	中国石油天然气股份有限公司	61.24	0.37	资讯服务	1-3 年
4	惠生工程（中国）有限公司	59.44	0.36	资讯服务、咨询服务	1 年以内
5	山东京博石油化工有限公司	51.03	0.31	资讯服务、咨询服务	1 年以内
合 计		**333.30**	**2.02**	-	-
2018 年 12 月 31 日					
序号	**公司名称**	**金额**	**占预收账款的比例**	**订阅内容**	**账龄**
1	彭博资讯	79.25	0.48	资讯服务	1 年以内
2	中国石油天然气股份有限公司	75.23	0.46	资讯服务	1-3 年
3	新华通讯社	61.40	0.37	资讯服务	1-2 年
4	中国石油化工股份有限公司	44.42	0.27	资讯服务	1-2 年
5	大连商品交易所	44.28	0.27	资讯服务、咨询服务	1 年以内
合 计		**304.58**	**1.85**	-	-

（3）应付职工薪酬

报告期各期末，公司应付职工薪酬构成情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
短期薪酬	1,015.18	2,393.93	1,896.17	1,795.97
其中:工资、奖金及补贴等	989.55	2,328.80	1,761.14	1,610.09
职工福利费	0.61	5.48	21.88	26.18
工会经费与职工教育经费	24.50	59.10	112.45	159.41
社会保险费	0.52	0.55	0.71	0.28
离职后福利-设定提存计划	0.79	-	0.99	0.50
辞退福利	-	5.45	0.82	-
合 计	**1,015.97**	**2,399.37**	**1,897.99**	**1,796.47**

公司实行工资当月计提次月发放的制度，年度奖金一般在当年末进行年度考核后计提，在次年初发放。报告期各期末，公司应付职工薪酬余额主要为计提的工资、奖金和五险一金等。报告期各期末，随着人均薪酬的持续增长，应付职工薪酬余额也呈现增长趋势。

（4）应交税费

报告期各期末，公司应交税费的构成情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
增值税	133.32	161.52	142.66	119.48
房产税	29.52	29.51	28.30	24.46
土地使用税	6.71	-	6.54	21.77
代扣代缴个人所得税	10.93	14.98	9.61	10.52
城市维护建设税	9.16	11.31	10.13	8.36
教育费附加	3.92	4.85	4.34	3.58
地方教育费附加	2.61	3.23	2.89	2.39
企业所得税	87.43	-	0.26	0.88
地方水利建设基金	-	0.69	0.72	0.59
文化事业建设费	-	-	0.62	0.63
印花税	0.01	0.12	0.06	0.10
合 计	**283.61**	**226.21**	**206.14**	**192.76**

报告期各期末，公司应交税费金额分别为 192.76 万元、206.14 万元、226.21 万元和 283.61 万元，公司应交税费余额变化主要是由当期应交金额与当期缴纳金额的变动所致。

（5）其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款构成情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
应付费用款项	60.14	55.19	23.79	36.64
押金及保证金	12.73	14.67	17.73	25.50
其他	56.35	24.34	25.16	73.44
合 计	**129.22**	**94.20**	**66.68**	**135.58**

报告期各期末，公司其他应付款金额较小，主要是应付费用款项、押金及保证金和其他，金额分别为 135.58 万元、66.68 万元、94.20 万元和 129.22 万元。

报告期各期末，其他应付款中其他主要是公租房租金、往来款、代收的职工餐费等。2018 年末其他应付款其他中，包含应付姜虎林个人的山东省服务业人才奖 30 万元以及房屋租赁款 5 万元，具体情况详见“第七节/十/（三）偶发性关联交易”。

3、非流动负债的构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动负债的构成情况如下表所示：

单位：万元；%

项目	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
递延收益	2,796.15	61.42	2,853.06	86.96	2,978.29	89.69	3,097.01	92.60
递延所得税负债	511.77	11.24	427.70	13.04	342.28	10.31	247.38	7.40
租赁负债	1,244.54	27.34	-	-	-	-	-	-
非流动负债合计	**4,552.46**	**100.00**	**3,280.76**	**100.00**	**3,320.58**	**100.00**	**3,344.39**	**100.00**

报告期内，公司非流动负债主要为递延收益、递延所得税负债和租赁负债，详细情况如下：

（1）递延收益

报告期各期末，公司递延收益分别为 3,097.01 万元、2,978.29 万元、2,853.06 万元和 2,796.15 万元，主要为与资产相关的政府补助款项，详细情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
2013年区级服务业发展引导资金	1,472.41	1,497.37	1,547.28	1,597.19
2013年中央预算内投资国家服务发展引导资金	526.79	535.71	553.57	571.43
2016年省级文化产业发展专项资金	19.68	24.92	46.79	68.66
2015年保障性住房市级专项补助资金	677.14	687.43	708.00	720.00
泰山产业领军人才财政补贴	100.13	107.64	122.65	139.73
合 计	**2,796.15**	**2,853.06**	**2,978.29**	**3,097.01**

报告期各期间，公司递延收益摊销情况如下：

单位：万元

项 目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
2013年区级服务业发展引导资金	24.96	49.91	49.91	49.91
2013年中央预算内投资国家服务发展引导资金	8.93	17.86	17.86	17.86
省级文化产业发展专项资金	5.24	21.87	21.87	20.56
2015年保障性住房市级专项补助资金	10.29	20.57	12.00	-
泰山产业领军人才财政补贴	7.51	15.02	17.08	18.73
合 计	**56.92**	**125.23**	**118.72**	**107.05**

①2013 年区级服务业发展引导资金

根据淄博市张店区财政局下发的《关于拨付 2013 年区级服务业发展引导资

金的通知》（张财企[2013]6 号），拨付卓创资讯信息服务平台（一期）项目专项建设资金 1,746.93 万元，用于建设大宗商品信息服务大楼及购置相关配套设备。公司于 2013 年收到该补助款 1,746.93 万元，2016 年该项目已经建设完成并投入使用，故自 2016 年起按照固定资产使用年限 35 年摊销计入当期损益。

②2013 年中央预算内投资国家服务发展引导资金

根据淄博市发展和改革委员会下发的《关于转发下达 2013 年中央预算内投资国家服务业发展引导资金计划的通知》（淄发改发[2013]255 号）、淄博市财政局下发的《关于下达 2013 年国家服务业发展引导资金中央基建投资预算指标的通知》（淄财企指[2013]61 号）以及淄博市发展和改革委员会和淄博市财政局联合下发的《关于转发下达 2013 年中央预算内投资国家服务业发展引导资金项目省级配套投资计划的通知》（淄发改发[2013]298 号）等文件，公司分别于 2013 年、2014 年和 2015 年收到补助款 225 万元、300 万元和 100 万元，用于卓创资讯信息服务平台（一期）项目，包括建设大宗商品信息服务大楼及购置相关配套设备。2016 年该项目已经建设完成并投入使用，故自 2016 年起按照固定资产使用年限 35 年摊销计入当期损益。

③省级文化产业发展专项资金

根据淄博市财政局下发的《关于下达 2016 年省级文化产业发展专项资金预算指标的通知》（淄财教指[2016]57 号），拨付卓创资讯大数据传媒中心项目开发专项资金 70 万元，用于购买服务器与交换机等设备。公司于 2016 年收到该补助资金 70 万元，该项目已经建设完成并投入使用，故公司自 2016 年收到该补助资金后，按照相应资产的剩余使用年限摊销计入当期损益。

根据淄博市财政局下发的《关于下达 2017 年重点文化企业发展资金预算指标的通知》（淄财教指[2017]108 号），公司于 2018 年收到该补助资金 100.00 万元，其中 54.64 万元作为与收益相关的政府补助直接计入其他收益，剩余 45.36 万元计入递延收益，按照相应资产的剩余使用年限摊销计入当期损益。

④2015 年保障性住房市级专项补助资金

根据淄博市财政局下发的《关于下达 2015 年保障性住房市级专项补助资金的通知》（淄财非税指[2015]92 号），拨付卓创资讯公租房建设项目专项资金 720 万元，用于建设卓创资讯公租房及相关配套设施。公司于 2016 年收到该补助资金 720 万元，2019 年该项目已经建设完成并投入使用，故自 2019 年起按照固定

资产使用年限 35 年摊销计入当期损益。

⑤泰山产业领军人才财政补贴

根据山东省人民政府办公厅下发的《关于公布泰山产业领军人才名单的通知》（鲁政办字[2016]5 号）和中共山东省委组织部、山东省发展和改革委员会、山东省经济和信息化委员会、山东省科学技术厅、山东省财政厅、山东省人力资源和社会保障厅联合下发的《关于调整和规范泰山产业领军人才工程人才资金管理使用的通知》（鲁组字[2018]15 号），公司分别于 2016 年、2017 年、2018 年收到该补助资金 215 万元、10 万元和 105 万元，其中 165.28 万元作为与收益相关的政府补助核算，164.72 万元作为与资产相关的政府补助核算，按照相应资产的剩余使用年限摊销计入当期损益。

（2）递延所得税负债

报告期各期末，公司递延所得税负债明细情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
固定资产加速折旧	3,411.79	511.77	2,850.31	427.55	2,180.39	327.06	1,649.18	247.38
交易性金融资产公允价值变动	-	-	1.02	0.15	101.50	15.23	-	-
合 计	**3,411.79**	**511.77**	**2,851.33**	**427.70**	**2,281.89**	**342.28**	**1,649.18**	**247.38**

报告期各期末，公司递延所得税负债的金额较小，占非流动资产的比重较低，主要是税法和企业会计准则在固定资产折旧方法方面存在差异，产生应纳税暂时性差异，根据企业会计准则的要求对相应的应纳税暂时性差异确认的递延所得税负债。

（3）租赁负债

根据 2021 年 1 月 1 日起执行的新租赁准则，公司将租赁的资产计入使用权资产科目核算；报告期末，公司确认的租赁负债情况如下：

单位：万元

项 目	2021.6.30
租赁负债	1,454.92
减：一年内到期的租赁负债	210.38
合 计	**1,244.54**

（二）偿债能力分析

报告期内，公司偿债能力指标如下表所示：

财务指标	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率（倍）	1.19	1.05	0.82	0.75
速动比率（倍）	1.18	1.05	0.82	0.75
资产负债率（母公司）	54.83%	57.24%	62.15%	67.75%
财务指标	**2021 年 1-6 月**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
息税折旧摊销前利润（EBITDA,万元）	4,216.67	6,969.98	7,715.06	6,002.37
利息保障倍数（EBIT/I）	96.77	不适用	不适用	不适用

注：2018-2020 年，公司未进行债务融资，无利息支出，未计算利息保障倍数。

1、流动比率和速动比率

报告期各期末，公司流动比率分别为 0.75、0.82、1.05 和 1.19，速动比率分别为 0.75、0.82、1.05 和 1.18，虽然公司流动比率和速动比率较低，但是公司的实际偿债压力与偿债风险并不大，主要原因是公司流动负债中主要是预收款项，预收款项（合同负债）主要是预收客户的信息服务费，需要偿还的风险较低。

2、资产负债率

报告期各期末，公司资产负债率（母公司）分别为 67.75%、62.15%、57.24%和 54.83%，整体呈下降趋势，报告期内，随着公司销售收入的不断增加以及经营利润的不断累积，使得净资产规模不断增加，资产负债率（母公司）水平逐渐下降。总体来看，公司资产负债率（母公司）较高，但公司实际的偿债压力和偿债风险并不大，主要原因为公司负债中主要是预收款项（合同负债）和递延收益，预收款项主要是预收客户的信息服务费，递延收益主要是尚未摊销的政府补助款项。

报告期各期末，公司预收款项和递延收益情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
预收款项（合同负债）	20,372.45	19,036.89	16,508.11	16,430.96
递延收益	2,796.15	2,853.06	2,978.29	3,097.01
合 计	**23,168.60**	**21,889.96**	**19,486.41**	**19,527.97**

3、息税折旧摊销前利润

报告期各期，公司息税折旧摊销前利润分别为 6,002.37 万元、7,715.06 万元、6,969.98 万元和 4,216.67 万元，经营状况良好。报告期内，公司未进行债务融资，无利息支出。

4、与可比公司的偿债能力对比分析

报告期各期末，公司与可比公司的偿债能力对比分析如下表所示：

财务指标		2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
流动比率	上海钢联	0.33	0.32	0.40	0.29
	华瑞信息	1.94	2.33	2.62	2.27
	公司	1.19	1.05	0.82	0.75
速动比率	上海钢联	0.33	0.32	0.40	0.29
	华瑞信息	1.94	2.32	2.62	2.27
	公司	1.18	1.05	0.82	0.75
资产负债率（母公司）	上海钢联	49.54%	50.92%	55.13%	58.88%
	华瑞信息	41.36%	34.45%	29.68%	31.72%
	公司	54.83%	57.24%	62.15%	67.75%

注：上海钢联、华瑞信息部分子公司从事贸易业务，由于贸易业务与信息服务业务差别较大，可比性不强，因此上表中相关指标均系按照其母公司数据口径计算。

与可比公司相比，公司流动比率和速动比率高于上海钢联，主要原因是上海钢联的其他应付款金额较高，导致流动负债金额较高所致；公司流动比率和速动比率低于华瑞信息，主要原因是公司预收客户的信息服务费较多，导致流动负债金额较高所致。与可比公司相比，公司资产负债率（母公司）较高，但是公司的实际偿债压力与偿债风险并不大，相关分析详见本节“十三/（二）/2、资产负债率”中所述。

（三）资产周转能力分析

报告期内，公司资产周转能力指标如下：

财务指标	2021.6.30	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率（次）	38.75	81.50	76.40	57.23
存货周转率（次）	472.07	966.41	839.22	554.74
总资产周转率（次）	0.27	0.54	0.63	0.68

1、应收账款周转率

报告期各期间，公司应收账款周转率分别为 57.23 次、76.40 次、81.50 次和 38.75 次，应收账款周转率处于较高水平，主要原因是：公司销售收款主要是以

预收款模式为主，应收账款金额主要是咨询服务产生，金额较小，因此各期应收账款周转率较高。

2、存货周转率

报告期各期间，公司的存货周转率分别为 554.74 次、839.22 次、966.41 次和 472.07 次，始终保持较高水平，主要原因为公司不同于一般的生产制造型企业，公司的存货仅为少量办公用品和低值易耗品，金额较小。

3、总资产周转率

报告期各期间，公司的总资产周转率分别为 0.68 次、0.63 次、0.54 次和 0.27 次，总资产周转率相对稳定，资产运营情况良好。

4、与可比公司的资产周转能力对比分析

报告期各期末，公司与可比公司的资产周转能力对比分析如下表所示：

财务指标		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应收账款周转率（次）	上海钢联	48.81	141.29	125.57	159.23
	华瑞信息	34.80	81.81	94.95	90.11
	公司	38.75	81.50	76.40	57.23
存货周转率（次）	上海钢联	-	-	-	-
	华瑞信息	130.38	399.79	789.91	179.70
	公司	472.07	966.41	839.22	554.74
总资产周转率（次）	上海钢联	0.15	0.27	0.25	0.22
	华瑞信息	0.22	0.46	0.52	0.54
	公司	0.27	0.54	0.63	0.68

注：上海钢联、华瑞信息部分子公司从事贸易业务，由于贸易业务与信息服务业务差别较大，可比性不强，因此上表中相关指标均系按照其母公司数据口径计算。

报告期内，公司与可比公司应收账款周转率均处于较高水平，主要原因是报告期内公司与可比公司的信息服务业务，均是以预收款模式为主，应收账款余额较小所致。报告期内，可比公司上海钢联的母公司无存货余额，华瑞信息与公司的存货周转率均处于较高水平，主要原因是公司不同于一般的生产企业，存货主要为开展业务所需的办公用品、低值易耗品等，金额较小所致。报告期内，公司总资产周转率与华瑞信息差异不大，公司总资产周转率高于上海钢联，主要原因是公司资产总额相对较小所致。

（四）股利分配情况

1、公司最近三年的股利分配情况

（1）2018 年 4 月现金股利分配

2018 年 4 月 28 日，卓创资讯召开 2017 年度股东大会，审议通过《关于 2017 年度利润分配的议案》。公司本次利润分配以截至 2017 年 12 月 31 日的未分配利润为依据，以截至 2017 年 12 月 31 日的总股本 3,900 万股为基数，每股派发现金红利 0.25 元（含税），共计派发现金股利 975 万元。

（2）2019 年 5 月现金及股票股利分配

2019 年 5 月 16 日，卓创资讯召开 2018 年度股东大会，审议通过《关于 2018 年度利润分配的议案》。公司本次利润分配以截至 2018 年 12 月 31 日的未分配利润为依据，以截至 2018 年 12 月 31 日的总股本 4,200 万股为基数，向全体股东每 10 股派发现金股利 6.9 元（含税），共计派发现金股利 2,898 万元；每 10 股派送红股 0.7143 股（含税），共计派送股票股利 300 万股。本次股利分配方案实施完成后，公司股本变更为 4,500 万股。

2、本次发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年第二次临时股东大会决议，公司在本次发行上市前实现的滚存未分配利润由本次发行上市后的新老股东共享。

3、本次发行后股利分配政策

关于公司本次发行后股利分配政策，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/六/（二）本次发行上市后的股利分配政策”。

（五）现金流量分析

1、经营活动产生的现金流量分析

报告期各期间，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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	14,373.10	25,834.27	23,404.18	24,753.08
收到的税费返还	-	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	484.64	553.59	525.98	865.12
经营活动现金流入小计	**14,857.74**	**26,387.85**	**23,930.16**	**25,618.20**
购买商品、接受劳务支付的现金	639.84	1,913.52	1,806.23	2,107.35

支付给职工及为职工支付的现金	8,833.13	12,106.30	12,238.45	11,240.21
支付的各项税费	931.03	2,252.18	2,183.26	2,114.14
支付的其他与经营活动有关的现金	763.89	2,365.76	1,278.73	1,491.42
经营活动现金流出小计	**11,167.90**	**18,637.76**	**17,506.67**	**16,953.12**
经营活动产生的现金流量净额	**3,689.85**	**7,750.10**	**6,423.49**	**8,665.08**

报告期各期间，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 8,665.08 万元、6,423.49 万元、7,750.10 万元和 3,689.85 万元；报告期各期间，公司净利润分别为 4,506.36 万元、5,875.75 万元、5,185.87 万元和 3,036.54 万元。由于公司收款以预收款为主，并根据服务期限将其记入当期收入或预收款项-递延收入，报告期各期末预收款项余额较大，因此报告期内公司经营活动产生的现金流量净额整体高于当年净利润金额。

2、投资活动产生的现金流量分析

报告期各期间，投资活动产生的现金流量情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
收回投资收到的现金	3,000.00	41,730.00	34,310.00	26,520.00
取得投资收益收到的现金	49.36	548.43	420.54	252.70
处置固定资产、无形资产和其他长期资产所收到的现金净额	0.46	5.81	13.25	273.86
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	**3,049.82**	**42,284.24**	**34,743.79**	**27,046.56**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	691.86	1,981.64	2,197.70	2,312.62
投资支付的现金	-	30,900.00	37,040.00	32,520.00
投资活动现金流出小计	**691.86**	**32,881.64**	**39,237.70**	**34,832.62**
投资活动产生的现金流量净额	**2,357.96**	**9,402.60**	**-4,493.91**	**-7,786.06**

报告期各期间，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-7,786.06 万元、-4,493.91 万元、9,402.60 万元和 2,357.96 万元。2018 年和 2019 年，公司投资活动产生的现金流量净额均为负数，且数额较大，主要原因：一是 2018 年末和 2019 年末理财产品余额增加，投资支付的现金较多；二是报告期内，公司建设卓创科技产业园二期，购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的资金较多。2020 年，公司投资活动产生的现金流量净额为正，且数额较大，主要是 2020 年公司赎回购买的银行理财产品所致。

3、筹资活动产生的现金流量分析

报告期各期间，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	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
筹资活动现金流入小计	-	-	-	-
分配股利支付的现金	-	-	2,898.00	975.00
支付其他与筹资活动有关的现金	118.00	133.20	335.21	-
筹资活动现金流出小计	**118.00**	**133.20**	**3,233.21**	**975.00**
筹资活动产生的现金流量净额	**-118.00**	**-133.20**	**-3,233.21**	**-975.00**

报告期内，公司未进行债务融资，不存在银行借款和利息支出。报告期各期间，公司筹资活动产生的现金流量流出，主要是公司分配现金股利以及支付上市费用所致。

（六）资本性支出情况

1、报告期末重大资本性支出决议情况

报告期末，公司除本次发行募集资金有关投资外，无重大资本性支出相关决议。

2、未来其他可预见的重大资本性支出计划

截至本招股说明书签署日，除本次发行募集资金有关投资外，公司未来无可预见的重大资本性支出计划。本次募集资金投资项目情况参见本招股说明书“第九节/四、募集资金投资项目情况”。

（七）流动性分析

报告期各期末，公司流动性负债、流动性资产等项目分析如下：

单位：万元

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
有息负债	-	-	-	-
流动负债	22,209.46	22,234.48	19,659.60	19,167.80
其中：预收账款（合同负债）	20,372.45	19,036.89	16,508.11	16,430.96
流动资产	26,321.17	23,353.41	16,061.88	14,316.93
其中：货币资金	25,189.23	19,259.43	1,275.43	2,589.99
银行理财产品	-	3,001.02	13,931.79	11,100.00
经营活动产生的现金流量净额	3,689.85	7,750.10	6,423.49	8,665.08

报告期各期期末，公司有息负债为 0 万元；流动负债中主要是预收账款，即预收客户的信息服务费，该部分款项需要偿付的风险较小；流动资产中包含大额货币资金及银行理财产品，流动性较好；公司最近三年及一期经营活动产生的现金流量净额分别为 8,665.08 万元、6,423.49 万元、7,750.10 万元和 3,689.85 万元，经营活动创造现金流的能力较强。

综上所述，公司流动性风险较小。

（八）持续经营能力情况分析

对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括但不限于：产品创新风险、成长性风险、市场竞争加剧的风险、数据安全及信息系统风险、规模扩张带来的管理风险、信息数据获取的风险、业绩增速下滑的风险、毛利率下滑的风险、人力成本上升的风险、核心技术失密的风险、技术人才流失的风险、技术不能持续创新的风险、税收优惠的风险、实际控制人不当控制的风险、新冠肺炎疫情的风险等。发行人已经在本招股说明书“第四节 风险因素”中进行了分析及披露。

公司经过多年的稳健发展和持续的优质服务，积累了大量优质客户资源和海量大宗商品数据，培养了一支经验丰富的资深分析师队伍，在业内取得了良好的品牌知名度，根据大宗商品信息服务行业未来发展趋势判断，公司具有良好的发展前景和持续经营能力。

报告期内，公司的经营模式、产品或服务的品种结构未发生重大不利变化，公司的行业地位或所处行业的经营环境未发生重大不利变化，公司在用的商标、专利等重要资产或技术的取得及使用未发生重大不利变化，公司最近一年的营业收入或净利润对关联方或有重大不确定性的客户未发生重大依赖，公司最近一年的净利润未有来自合并财务报表范围以外的投资收益。

十四、报告期内重大投资或资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并等事项

报告期内，公司重大资本性支出主要是建设卓创科技产业园二期项目相关固定资产以及在建工程等发生的支出。报告期各期间，公司用于购建固定资产以及在建工程等支付的现金分别为 2,312.62 万元、2,197.70 万元、1,981.64 万元

和 691.86 万元。除上述重大资本性支出外，公司无重大资本性支出、重大资产业务重组或股权收购合并等事项。

十五、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

截至本招股说明书签署日，公司存在一起未决诉讼，具体情况参见本招股说明书“第十一节/三/（一）/发行人及控股子公司涉及的重大诉讼或仲裁事项”。

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的其他重大资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项。

十六、发行人的盈利预测情况

本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、本次募集资金投资项目概况

（一）本次发行募集资金使用计划

经发行人 2020 年第二次临时股东大会批准，本次拟公开发行股票不超过 1,500 万股且不低于发行后总股本的 25%，公司本次公开发行新股募集资金扣除发行费用后，将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	预计投资总额	拟投入募集资金金额	项目备案情况
1	大宗商品大数据平台项目	22,567.65	22,567.65	2019-370303-65-03-043238
2	大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目	5,725.05	5,725.05	2019-370303-65-03-043239
合计		**28,292.70**	**28,292.70**	**-**

（二）实际募集资金量与投资项目需求出现差异时的安排

公司将本着统筹安排的原则，结合项目轻重缓急、募集资金到位时间以及项目进展情况进行募集资金投资项目建设。募集资金到位后，若募集资金数额（扣除发行费用后）不足以满足以上项目的投资需要，不足部分本公司将通过自有资金解决；若有剩余，则超出部分将用于补充公司流动资金。如本次募集资金到位时间与项目进度要求不一致，本公司将根据实际情况以自有资金先行投入，募集资金到位后予以置换。

（三）募集资金的专户存储安排

公司成功发行并上市后，将严格按照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律法规，以及公司《募集资金管理制度》的规定，规范使用募集资金。公司董事会将根据业务发展需要，按照有关要求决定募集资金专户数量和开户商业银行，并与开户银行、保荐机构签订三方监管协议，合规使用募集资金。

（四）董事会对本次募集资金投资项目的意见

本公司主营业务是为客户提供能源、化工、农业、金属等行业的大宗商品资讯、咨询、会务调研等服务。本次募集资金投资项目围绕公司主营业务和发

展战略展开，在人员、技术、市场等方面均有较好的储备基础。

从生产经营规模方面来看，报告期内，公司实现营业收入 20,327.44 万元、22,012.55 万元、21,833.79 万元和 12,387.88 万元，实现净利润 4,506.36 万元、5,875.75 万元、5,185.87 万元和 3,036.54 万元，公司盈利能力良好。本次募集资金投资项目的实施，将有利于公司进一步巩固在大宗商品信息服务领域的领先优势，扩大市场份额。公司本次募集资金投资项目与现有的生产经营规模相适应。

从财务状况方面来看，公司本次募集资金的到位将有助于满足公司扩张阶段的资金需求，同时有利于改善资产负债结构、降低财务风险。

从技术水平方面，公司多年来不断完善数据采集、存储、挖掘、分析等专业技术，并自主研发了资讯信息分布式发送技术、数据集成技术框架、数据准确性保障体系等核心技术和客户关系管理系统平台、数据库系统平台和多款手机客户端软件。公司多年致力于系统应用开发，在网站平台系统设计和新产品研发方面积累了大量的经验。公司始终紧跟软件前端技术，将技术的延伸性和先进性有机结合，形成了真正可靠稳定的技术优势。同时，公司重视技术队伍的培养与储备，形成了一支人员稳定、技术实力较强的技术团队，强大的技术研发力量和核心技术储备为公司后续发展奠定了坚实的基础。

从管理能力方面来看，公司核心管理团队成员多数为长期在大宗商品信息服务领域中从事经营管理、创新研发和市场开拓的资深人士，专业结构合理，从业经验丰富，该等成熟的管理经验为本次募集资金投资项目的实施提供了管理保障。

因此，本公司董事会认为本次募集资金投资项目均已经过充分的市场调研和可行性分析，符合国家产业政策和公司发展战略，具有良好的经济效益和社会效益，与公司的现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相匹配。这些项目的实施，有利于巩固和提高本公司现有的竞争优势，是必要和可行的。

（五）募集资金投资项目实施后对公司同业竞争和独立性的影响

公司本次募集资金投资项目均用于本公司主营业务。本次募集资金投资项目的实施不会导致公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业产生同业

竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金投资项目与公司现有业务的关系

公司本次募集资金的运用，均围绕主营业务进行，各募集资金投资项目与公司现有业务关系紧密相关。本次募集资金投资项目完成后，公司目前的经营模式不会发生重大变化。

本次募集资金和公司主营业务的关系：

（一）大宗商品大数据平台项目将扩大公司现有的数据资产规模，提升公司服务的质量，实现公司客户数量的增长；大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目将推进优化和完善公司现有价格评估体系，逐步树立市场交易的标杆价格，提升公司大宗商品信息服务领域的核心竞争力。

（二）募投项目的实施将提升公司的技术和研发能力。本次募投项目的实施能够实现公司从数据资产到客户资源再到服务模式的全面优化和升级，同时为公司打造一支适应未来大数据市场环境的人才队伍，为未来公司的发展奠定良好的人才储备。

发行人本次募集资金运用符合国家产业政策和公司发展战略，顺应行业发展趋势，紧密围绕公司现有主营业务及核心技术，既包含对公司现有产品和服务的升级改造、同时对公司研发基础设施和研发能力做了进一步提升，将加强公司主营业务的核心竞争能力和可持续发展能力，进一步巩固和提高公司的竞争优势，为客户持续创造价值。

三、募集资金投资项目可行性分析

（一）国家产业政策的支持为公司稳定发展和募投项目实施提供了良好的政策环境

国家工信部和国家发展改革委于 2016 年 12 月 30 日发布的《信息产业发展指南》中，关于十三五期间的重点任务中提到：“依托优势骨干企业，建设和完善信息网络、云计算、大数据、物联网、工业互联网、智能终端、电子制造关键装备等一批重要产业链，以“硬件+软件+内容+服务”为架构建设形成若干具有国际竞争力的产业生态”。

2015 年 9 月，国务院发布《促进大数据发展行动纲要》，旨在大力促进中

国数据技术的发展，数据将被作为战略性资源加以重视。政府的一系列举措将推动中国大数据产业的井喷发展，其中包括数据的采集、处理、分析、应用等细分环节链条的产业化发展。国家产业政策的支持为公司稳定的发展和募投项目实施提供了良好的政策环境。

（二）公司具有丰富的项目行业经验，为此次募集资金投资项目的实施提供重要保障

公司自成立以来，经历了我国大宗商品信息服务行业从起步到逐渐发展壮大的过程，同时亦经历了瞬息万变的市场环境。在行业发展过程中，公司紧密跟踪客户需求及市场形势，逐步提升技术创新能力，不断丰富行业经验，业务规模持续壮大，竞争能力快速提升。

公司自成立以来，始终坚守中立第三方立场，为客户提供大宗商品资讯及咨询服务，经过多年的稳健发展和持续的优质服务，公司在业内已取得了较高的品牌知名度。公司与国家统计局签订了《大数据战略合作框架协议》，国家统计局将公司纳入“国家统计局大数据合作平台企业”；公司与国家发改委价格监测中心开展合作，共同编制并联合发布“中价卓创钢材价格指数”，“卓创成品油批发价格指数”，“卓创有色金属价格指数”，联合发布“猪料、鸡料、蛋料”三项比价指标；公司与国家统计局城市社会经济调查司合作，共同对 24 个省（区、市）化工产品、有色金属、煤炭、农产品等九大类重要生产资料的交易价格进行监测；公司承担国家发改委价格司的研究课题——重点大宗商品价格监测分析预警研究等。丰富的行业经验为公司募集资金投资项目的实施提供重要保障。

（三）公司具备坚实的研发基础，为此次募集资金投资项目的运行提供重要保障

公司历来重视研发体系和研发团队建设，现已建立了由专业技术研发人员所组成的强大研发团队，研发人员专业理论知识全面、实践经验丰富、创新意识突出。报告期内，公司研发费用分别为 1,374.75 万元、1,518.09 万元、1,411.04 万元和 791.93 万元，研发费用占营业收入的比例分别为 6.76%、6.90%、6.46%和 6.39%，研发费用占比处于较高水平。

此次募集资金投资项目的建设与公司现有主营业务紧密相关，项目采用的

所有关键技术均来自于公司自主研发，公司的技术研发及自主创新能力为此次募集资金投资项目的顺利实施提供了坚实的技术支持。

四、募集资金投资项目情况

（一）大宗商品大数据平台项目

1、项目建设内容

项目总投资为 22,567.65 万元，建设期为 24 个月，公司根据行业发展趋势以及自身发展需要，拟在公司现有的土地内建设大宗商品大数据平台项目。本项目是对公司现有的数据运营平台进行全面优化和升级改造，结合大数据采集的特点，优化信息和数据采集方法，同时通过对专业数据分析、计算、备份存储相关的软硬件升级，打造国内领先的大宗商品领域大数据存储、计算与服务平台，提升公司大数据采集的效率和质量，强化公司数据验证、清洗、存储和加工能力，从而提高卓创资讯产品质量和服务水平。

2、项目实施的必要性

（1）市场对大宗商品领域高效决策数据的迫切需求

大宗商品具有交易量大、价格波动剧烈、影响广泛的基本特点。随着经济的快速发展，中国已经是全球大宗商品的最大生产国、进口国和消费国。大宗商品每天都频繁的交易和消费，价格也时刻变化，从而向下传导到人们生产、生活的各个角落，然而过去的生产、交易和消费数据是很难被有效采集和分析并且被用于价格预测的，因此工业生产和生活消费不可避免的被大宗商品的价格波动所影响。

大宗商品领域的贸易数据，因为商品交易量大，渠道隐蔽，如何采集和分析本身就是一个巨大的难题。传统的资讯企业只能提供给客户粗颗粒度的供需和价格数据，对于客户的生产和经营决策很难提供有效的支持。随着互联网的兴起，全球数据进入爆炸性增长的时期，如此大规模的数据量，已经很难在较短时间内，用传统的软件工具对其内容进行采集、存储和分析。近年来，越来越多的大宗商品生产商、贸易公司、金融企业和政府部门对高质量的大宗商品数据产生了迫切的需求。

（2）政府宏观调控需要大宗商品数据支持

大宗商品价格的周期性波动会引起生产要素在资源开采业、资源出口业与

制造业之间频繁流动，造成交易成本上升和摩擦性失业增加。因此，我国政府高度重视大宗商品领域的宏观调控。宏观调控的前提是对大宗商品产供销以及宏观经济等各方面的关键数据有充分的掌握，掌握其价格运行的基本规律，从而为制定有效的政策提供依据。

随着大数据时代的来临，数据的利用已经被提高到了国家战略层面，卓创资讯在价格监测、数据合作、宏观调控、产业结构调整及供给侧改革等领域，为价格调控、社会管理等工作提供真实、准确的数据和专业、深入的分析，为创新和健全国家宏观调控体系作出应有的贡献。

（3）卓创资讯转型升级的必由之路

发行人已经建立起一套完备的数据加工链条，但面对日新月异的发展环境和潜在数据意向客户的快速增长，发行人当前的数据采集网络、数据分析能力、数据产品研发都难以满足客户日益增长的要求。随着物联网、云计算、大数据等技术的逐渐成熟，发行人应当抓住新技术的革新以提高生产效率和服务质量，增强发行人在大宗商品信息服务领域的核心竞争力，为公司长期、稳定、健康发展奠定良好的基础。

3、项目建设资金计划

本项目的总投资为 22,567.65 万元，实施期为 2 年，其中第一年投入 13,650.87 万元，第二年投入 8,916.78 万元。

本项目具体投资计入如下所述：

单位：万元

序号	项目名称	第一年投资	第二年投资	总投资
一	**建设投资**	**6,553.00**	**52.00**	**6,605.00**
1.1	办公场所购置	6,075.00	-	6,075.00
1.2	办公场所装修	478.00	52.00	530.00
二	**设备投资**	**4,066.31**	**2,368.74**	**6,435.05**
2.1	网络与存储设备	3,362.91	2,241.94	5,604.85
2.2	呼叫中心	554.40	33.80	588.20
2.3	办公设备	99.00	68.00	167.00
2.4	运输设备	50.00	25.00	75.00
三	**软件购置**	**864.56**	**523.04**	**1,387.60**
四	**人力成本**	**2,167.00**	**3,473.00**	**5,640.00**
4.1	员工工资	1,980.00	3,160.00	5,140.00

序号	项目名称	第一年投资	第二年投资	总投资
4.2	员工培训	187.00	313.00	500.00
五	**铺底流动资金**	**-**	**2,500.00**	**2,500.00**
合计		**13,650.87**	**8,916.78**	**22,567.65**

4、项目建设方案

（1）项目选址

本募集资金投资项目主要的选址为山东省淄博市、北京市和上海市。公司拟在上海市和北京市购买办公场所，在淄博市使用自有办公场所。

（2）主要设备与软件

本项目主要设备投入为 6,435.05 万元，占比为 28.51%，本项目的主要软件投入为 1,387.60 万元，占比为 6.15%。为保证本项目产品质量，本公司将选择运行可靠的国内外先进设备。公司拟选用的主要设备情况如下表：

单位：万元；台；套

项目	序号	设备名称	数量	金额
网络与存储设备	1	服务器	436	2,292.00
	2	网络存储服务器	9	1,800.00
	3	网络汇聚交换机	24	480.00
	4	核心交换机	3	169.50
	5	接入交换机	42	147.00
	6	机房空调	6	108.00
	7	VPN 设备	4	82.00
	8	UPS 不间断电源	4	80.00
	9	数据备份系统	1	80.00
	10	网络加速设备	2	70.00
	11	机柜	65	48.75
	12	入侵检测系统	2	42.00
	13	其他辅助设备小计		205.60
	网络与存储设备合计			**5,604.85**
呼叫中心	1	SIP 电话及坐席许可	1,300	252.20
	2	交换机	120	240.00
	3	服务器	7	56.00
	4	其他辅助设备小计		40.00
	呼叫中心设备合计			**588.20**

项目	序号	设备名称	数量	金额
办公设备	1	办公电脑及其他	167	167.00
运输设备	1	商务车	3	75.00
设备购置费合计				**6,435.05**

（3）主要软件选择

单位：万元；套

项目	序号	软件名称	数量	金额
软件购置	1	服务器虚拟化软件	160	896.00
	2	开发软件	40	320.00
	3	分析软件	2	90.00
	4	运维软件	1	72.00
	5	虚拟化管理软件	2	9.60
	软件购置费合计			**1,387.60**

5、项目实施进度安排

本项目计划建设期 24 个月，自 T 时（资金到位当月）开始，至 T+24 时结束。计划分四个阶段实施完成，包括：办公场地购置与装修、设备采购安装和人员招聘与培训。进度安排表如下：

项目	第一年（建设期/月）						第二年（建设期/月）					
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
办公场所购置与装修												
软件和硬件设备购置与安装												
人员招聘与培训												

6、项目经济效益分析

根据募集资金投资项目可行性分析：项目内部收益率为 35.08%，含建设期的静态投资回收期为 4.81 年，含建设期的动态投资回收期为 5.45 年。

（二）大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目

1、项目建设内容

项目总投资为 5,725.05 万元，建设期为 2 年，公司因自身发展需要，拟在北京、上海、广州、西安、大连、成都、淄博建设大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目。大宗商品现货市场价格标杆系统是公司通过研究大宗商品现货市场的特点，如市场交易模式、消费区域属性、价格形成机制等，对公司现有

价格评估方法论和价格评估体系进行优化和完善，并经由公司专业的分析师严格执行相关方法论向大宗商品市场参与者及时准确地进行价格采集，综合评估后确定的市场基准价格。大宗商品市场参与者可以依据该价格进行商品的交易定价、结算及市场研究等。本项目是卓创资讯对大宗商品现货市场价格标杆系统的研发，同时建立相应的价格评估研究中心、价格评估执行中心、价格评估应用与实施中心和监督与风险管理中心。

2、项目实施的必要性

（1）商品期货无法完全满足中国市场需求

随着商品交易规模不断增长，监管体系不断完善，市场功能逐步健全，三大商品期货交易所在国内外的经济地位与影响力逐步提升。但是，目前我国期货市场上可以交易的商品期货主要集中在部分农产品和工业生产原料上，期货合约品种稀缺，导致投资者投机倾向严重，无法满足大宗商品市场日益增长的价格预测和分散风险的需求。同时，现货市场信息的不透明和价格的剧烈波动给企业带来了很大的经营风险，造成大宗商品贸易领域的定价困难，影响大宗商品市场的进一步发展。而目前多数大宗商品市场交易采用的协商定价模式，又导致市场整体效率低下。

（2）卓创资讯价格评估体系急需升级发展

目前我国已超过美国，跃居全球大宗商品贸易第一大国，然而我国的大宗商品定价话语权并不强。因缺乏大宗商品的国际定价话语权，我国企业在国际贸易中缺少对价格的谈判能力，经常陷入高价买入和低价卖出的不利局面，使得企业利益受损，众多产业因利润被严重挤压而沦为弱势行业。中国企业迫切需要本土市场有一家具有公信力的中立第三方价格评估机构，能够为大宗商品现货交易提供符合中国市场特点的公允价格。本项目的实施不仅会进一步提升卓创资讯在现货市场价格评估领域的研发水平，提高卓创资讯的品牌影响力，更重要的是，能够使更多的商品品种估价成为国内市场的定价基准，为卓创资讯进一步实现“建立大宗商品价格标杆体系，让大宗商品交易有据可依”长期战略奠定坚实基础。

3、项目建设资金计划

本项目的总投资为 5,725.05 万元，实施期为 2 年，其中第一年投入 3,286.80 万元，第二年投入 2,438.25 万元。

本项目具体投资计入如下所述：

单位：万元

序号	项目名称	第一年投资	第二年投资	总投资
一	**建设投资**	**1,218.00**	**-**	**1,218.00**
1.1	办公场所购置	1,000.00	-	1,000.00
1.2	办公场所装修	218.00	-	218.00
二	**设备投资**	**272.30**	**89.25**	**361.85**
2.1	运输设备	210.00	-	210.00
2.2	办公设备	62.30	89.25	136.85
三	**人力成本**	**838.00**	**2,232.00**	**3,070.00**
3.1	员工工资	788.00	2,152.00	2,940.00
3.2	员工培训	50.00	80.00	130.00
四	**办公场所租赁**	**58.50**	**117.00**	**175.50**
五	**流动资金**	**-**	**600.00**	**600.00**
六	**预备费**	**-**	**300.00**	**300.00**
合计		**3,286.80**	**2,438.25**	**5,725.05**

4、项目建设方案

（1）项目选址

公司拟在广州市购买办公场所，在北京市、上海市和淄博市使用自有办公场所，在大连市、西安市和成都市长期租赁办公场所用于募投项目的实施。

（2）主要设备选择

本项目建设投资为 1,218.00 万元，占比为 21.27%，本项目的人力成本投入为 3,070.00 万元，占比为 53.62%。

5、项目实施进度安排

本项目建设周期共计 24 个月，投资总额为 5,725.05 万元，其中前 12 个月投资共计 3,286.80 万元，后 12 个月投资 2,438.25 万元。

6、项目经济效益分析

大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目虽不产生直接的经济效益，但本项目实施后，将明显提升公司整体研发实力，并有利于获取市场各方对公司大宗商品现货市场价格标杆的认可，从而进一步提升公司的核心竞争力，强化公司的品牌优势，帮助公司获得更大的市场份额。同时，也有助于提高其他募投项目的财务收益，实现公司的战略目标。

另外，大宗商品现货市场价格标杆体系的建立，将促进商品信息透明化、强化价格发现功能、服务于商品贸易流通，从而促进大宗商品定价模式的演变，使买卖双方更高效的达成价格共识；企业可充分参与市场竞争，规避垄断风险，企业通过采用合理的定价模式，也将推动中国在国际市场话语权地位的提升。

五、发行人未来三年的发展规划与发展目标

（一）公司未来三年的发展目标

公司计划在未来三年内持续稳步健康发展，坚守“中立第三方”立场，扎根于大宗商品信息服务领域，密切跟踪未来信息技术与大数据领域的发展趋势和市场需求，通过完善和优化自身的技术研发体系及创新机制，努力实现团队专业化、管理和服务规范化、价格标杆化、数据产品化、产品智能化、指数金融化目标，进一步巩固和扩大公司在大宗商品信息服务领域的行业领先优势，提升公司服务及产品的创新能力和市场份额，把公司打造成中国大宗商品信息服务行业具有核心竞争力的龙头企业并进一步服务全球市场，建立适合中国经济和市场规模的大宗商品价格标杆体系，让大宗商品交易有据可依。

（二）实现上述发展目标拟采取的措施

1、提高公司核心竞争力

公司将加强研发力度，提升技术服务水平，坚持技术驱动，创新发展，努力提升公司核心竞争力。

（1）加强价格评估体系研究

公司将继续做好价格评估体系的研究、优化、实施、宣传和推广，秉承“中立、专业、专注”的原则，力争实现更多重点产品的评估价格被市场广泛接受和使用，研制出一些具有较强行业影响力的指数产品，并逐步推进评估价格、指数的标杆化、金融化和效益化。

（2）提高数据采集加工处理能力

公司将继续规范和提升信息及数据采集方法和手段，同时通过对专业数据清洗、分析、计算、备份存储和深度挖掘，以及软硬件设施的升级，打造国内领先的大宗商品领域大数据存储、云计算与云服务平台，提升公司大数据采集

的效率和质量，强化公司数据验证、清洗、存储和加工能力，开发新的信息数据产品和服务，建立大宗商品大数据智库平台，更好地服务客户。

2、加强专业人才储备

未来公司将完善现有的人才激励和约束机制，加强人力资源管理，聘请行业专家对公司分析师、技术人员和业务人员进行定期授课培训，提高其专业能力和职业素养，增强一线员工的技术研发能力及服务水平。同时，公司将进一步加大人才引进的力度，完善人力资源规划和企业文化建设，建立支持公司中长期战略发展的“战略人才储备”机制和产学研有机结合的长效机制，保障关键职位的人才引进和储备，确保各岗位的用人需求。公司还将引入富有竞争力的企业激励与考核机制，实现岗位和能力相匹配，强化岗位责任，充分运用考核和激励机制，打造企业价值与员工职业规划高度一致的团队文化。

3、继续提升管理能力和管理实践

公司将继续推进优化制度建设，实施管理提升工程，以岗位规范化和业务流程标准化为重点，形成规范化、标准化的管理体系。根据公司发展需要，完善组织机构设置，促进员工职业发展规划和专业化建设，优化包括薪酬体系在内的绩效评价和激励制度，强化人力资源管理、投资管理、营销管理、企业文化建设等方面的组织功能。在公司治理结构上，按照现代企业制度要求，着力构建规范高效的公司治理模式。

（1）发挥董事会决策中心作用

公司的重大经营决策、投资决策由董事会提出或决定并监督实施；董事会按照《公司章程》、《董事会议事规则》的规定进行运作，充分发挥独立董事的作用；充分发挥战略、审计、提名、薪酬与考核等专业委员会的作用，加强对公司各项重大事项的决策和监督，确保公司经营战略目标的实现。

（2）发挥管理层的指挥中心作用

公司管理层根据董事会授权实施公司的经营管理计划和投资方案，按照职能清晰、信息畅通、机制灵活、运作高效的要求，提高经营管理效率，提升总经理工作班子的整体运作水平。

此外，公司将在现有的产品质量控制体系基础上，进一步优化业务流程，提高管理效率，持续改善产品和服务品质，提升客户体验度。

4、加大营销力度和开拓市场力度

公司将在维护和深化现有客户战略合作关系的基础上，继续加大潜在客户的开发力度及更广阔市场的开拓力度。伴随大数据技术的高速发展及客户对高质量信息数据的迫切需求，公司将灵活运用新的数字化营销方式，实施有效的销售激励机制，充分利用公司现有的技术基础和优势，通过提供优质化的数据产品及服务提高客户满意度和忠诚度；公司将围绕核心定位，积极探索新的利润增长点，开展多元化创收模式；适时在国外重点国家及国内重点区域设立分支机构，以便更好的贴近市场和就近为客户服务，开拓更加广阔的区域市场。

（三）拟定计划所依据的假设条件

1、国家宏观经济、政治、法律和社会环境处于正常发展的状态，没有对公司发展产生重大不利影响的不可抗力事件发生；

2、国内外经济环境无不可预见的重大变化，公司的经营环境不发生重大变化；

3、公司管理层与核心技术人员保持稳定，主营业务保持稳定发展；

4、本次募集资金顺利到位，募投项目建设计划能如期进行；

5、无其他不可预见因素造成的重大不利影响。

（四）实施上述规划面临的主要困难

1、资金瓶颈

根据市场变化和公司发展战略规划要求，未来年度，公司将需要大规模的资金投入。目前，公司单纯依靠自有积累已无法满足战略发展的需要，如此次不能按计划实现公开发行，则造成的资金短缺将导致公司上述计划难以实施。

2、人才瓶颈

随着业务的持续发展和规模的不断扩大，公司对于各种优秀人才的需求将日趋强烈，考虑到目前大宗商品信息服务行业高端人才严重短缺的局面，如何吸引、培养、留住、用好人才，将成为公司发展面临的主要问题。

（五）公司关于未来发展规划的声明

本次成功发行并上市后，公司将根据相关法律、法规及中国证监会相关规范性文件的要求，通过定期报告公告上述发展规划的实施情况。

第十节 投资者保护

一、信息披露和投资者关系的安排

公司第一届董事会第四次会议审议通过了《信息披露管理制度》，对公司的信息披露原则、披露标准、部门设置等事项作出了详细规定。

此外，为了加强公司与投资者之间的信息沟通，加深投资者对公司的了解和认同，公司还制定了《投资者关系管理制度》，对公司与投资者关系的原则、内容、方式等方面作出了详细规定。

本次发行上市后，公司将依照相关法律、法规和监管的规定与要求，严格执行《信息披露管理制度》和《投资者关系管理制度》，进一步做好信息披露工作，加强投资者关系管理，提高信息披露质量，促进投资者对公司的了解。公司与投资者沟通的方式包括但不限于：公告（包括定期报告和临时公告）；股东大会；分析师说明会及投资者见面会；一对一沟通；邮寄资料及网络联系；电话咨询；广告、媒体或其他宣传方式；路演等多种形式。公司可多渠道、多层次地与投资者进行沟通，沟通方式应尽可能便捷、有效，便于投资者参与。

董事长为公司实施信息披露事务管理制度的第一责任人，董事会秘书为公司信息披露管理制度的直接责任人和具体协调人，公司证券部为公司信息披露事务的具体管理部门，联系电话为：0533-6091220。

二、股利分配政策

（一）本次发行后公司利润分配政策

关于公司本次发行后股利分配政策，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/六、利润分配政策”。

（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行后的《公司章程（草案）》对比现行《公司章程》、《公司利润分配管理制度》，公司利润分配政策与发行前主要差异如下：

1、《公司章程（草案）》增加了现金分红的约定，即约定在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%。

2、《公司章程（草案）》增加了政策调整的独董审议程序，“独立董事应就利润分配调整方案发表明确意见”，同时明确了股利分配政策调整须“经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过”。

三、发行前滚存利润的分配安排

根据公司 2020 年第二次临时股东大会决议，公司在本次发行上市前实现的滚存未分配利润由本次发行上市后的新老股东共享。

四、股东投票机制建立情况

公司建立了董事、监事选举的累积投票制、中小投资者单独计票制度，对法定事项采取网络投票方式，为中小投资者参与股东大会提供便利。

《公司章程（草案）》第四十四条规定，股东大会将设置会场，以现场会议形式召开。公司还将提供网络或其他方式为股东参加股东大会提供便利。第八十条规定，公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利；第八十三条规定，股东大会就选举两名及以上董事或监事时，应实行累积投票制。

五、发行人、实际控制人、主要股东以及董事、监事、高级管理人员等相关责任主体作出的重要承诺

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向的承诺

1、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺

关于本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/一、本次发行前股东所持股份的流通限制及自愿锁定的承诺”。

2、持股 5%以上股东持股意向以及减持意向的承诺

关于持股 5%以上股东持股意向以及减持意向的承诺，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/二、持股 5%以上股东持股意向以及减持意向的承诺”。

（二）公司上市后的稳定股价的措施和承诺

关于公司上市后的稳定股价的措施和承诺，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/三、发行人上市后的稳定股价预案”。

（三）股份回购和股份买回的措施和承诺

关于股份回购和股份买回的措施和承诺，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/四/（一）关于回购股份的承诺”。

（四）对欺诈发行上市的股份买回承诺

关于对欺诈发行上市的股份买回承诺，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/八、关于欺诈发行上市的股份购回承诺”。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、本次发行对公司每股收益的影响

根据本次发行方案，公司拟向公众投资者发行 1,500 万股，占发行后总股本的 25%，本次发行完成后公司的总股本将由 4,500 万股增至 6,000 万股，股本规模将有所增加。本次发行募集资金将在扣除发行费用后陆续投入到“大宗商品大数据平台项目”、“大宗商品现货市场价格标杆系统研发项目”，以推动公司主营业务发展。由于募集资金的投资项目具有一定的建设周期，且产生效益尚需一定的运行时间，无法在发行当年产生预期效益。综合考虑上述因素，公司存在上市当年基本每股收益或稀释每股收益低于上年度的风险，导致公司即期回报被摊薄。

2、董事会选择本次融资的必要性和合理性

虽然公司首次公开发行股票后，短期内股东即期回报存在被摊薄的风险，但随着募投项目的开展，公司将能更好的满足客户对公司产品和服务的需求，进一步增强公司的持续盈利能力，从而更好的回报股东。关于公司董事会选择本次融资的必要性和合理性具体内容详见本招股说明书“第九节/二、募集资金投资项目与公司现有业务的关系”及“第九节/四、募集资金投资项目情况”中所述。

3、募集资金投资项目与现有业务的关系及发行人储备情况

本次募集资金投资项目与公司现有业务的关系以及公司从事募集资金投资

项目在人员、技术、市场等方面的储备情况具体内容详见本招股说明书“第九节/二、募集资金投资项目与公司现有业务的关系”及“第九节/三、募集资金投资项目可行性分析”中所述。

4、发行人填补回报具体措施

关于发行人填补回报具体措施，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

5、发行人董事、高级管理人员对切实履行填补回报措施的承诺

关于发行人董事、高级管理人员对切实履行填补回报措施的承诺，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/七、填补被摊薄即期回报的措施及承诺”。

（六）利润分配政策的承诺

关于公司的利润分配政策，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/六/（三）公司关于利润分配政策的承诺”。

（七）依法承担赔偿或赔偿责任的承诺

1、发行人关于赔偿投资者损失的承诺

关于赔偿投资者损失的承诺，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/四/（二）关于赔偿投资者损失的承诺”。

2、中介机构关于依法赔偿投资者损失的承诺

关于中介机构关于依法赔偿投资者损失的承诺，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/五、中介机构关于依法赔偿投资者损失的承诺”。

（八）关于避免同业竞争和规范关联交易的承诺

1、关于避免同业竞争的承诺

关于避免同业竞争的承诺，具体内容详见本招股说明书“第七节/九、同业竞争/（三）控股股东和实际控制人避免同业竞争的承诺”。

2、关于规范关联交易的承诺

关于规范关联交易的承诺，具体内容详见本招股说明书“第七节/十、关联交易/（六）公司采取的减少和规范关联交易的措施”。

（九）关于未履行承诺有关事宜的承诺

关于未履行承诺有关事宜的承诺，具体内容详见本招股说明书“重大事项提示/九、关于未履行承诺有关事宜的承诺”。

（十）关于股东相关事项及信息披露的承诺

根据发行人出具的承诺函：“1.本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形。本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有本公司股份或其他权益的情形。本公司股东不存在以本公司股权/股份进行不当利益输送的情形。

2.本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。”

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

截至本招股说明书签署日，对公司报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行完毕和正在履行的合同主要如下：

（一）销售合同

单位：万元

序号	交易对方	合同名称	合同内容	合同金额	履行期限	履行情况
1	新华通讯社办公厅	国际能源信息服务系统一期天然气、石油行业数据采购子项合同书	公司为对方提供天然气、石油行业数据采集、加工整理、推送等服务	355.00	2017.8.8-验收合格后2年	履行完毕
2	深圳平安通信科技有限公司	数据采购协议	公司为对方提供数据采购服务	238.00	2018.12.4-2019.12.3	履行完毕
3	中国平安资产管理有限责任公司	卓创资讯数据集成项目合同	公司为对方提供数据服务	120.00	2020.1.1-2020.12.31	履行完毕
4	青岛海尔零部件采购有限公司	卓创资讯定制服务合同	公司为对方提供资讯、咨询等服务	106.50	2019.1.1-2021.12.31	正常履行
5	上海赛科石油化工有限责任公司	卓创资讯有偿信息服务合同	公司为对方提供资讯、咨询等服务	104.05	2017.11.20-2020.11.19	履行完毕
6	福建联合石油化工有限公司	技术服务合同	双方就相关数据报告项目进行合作、交流信息	91.59	2020.6.10-2021.6.4或工作完成、验收合格时，以时间先到者为终止点	正常履行
7	国家统计局城市社会经济调查司	流通领域重要生产资料市场价格监测合作协议	公司为对方提供市场价格监测服务	90.00	2017.01.01-2019.12.31	履行完毕
8	陕西延长石油（集团）有限责任公司炼化公司	技术咨询合同	公司向对方提供咨询服务	79.80	2020.03.17-2020.03.29	履行完毕
9	陕西延长石油（集团）有限责任公司永坪炼油厂	技术咨询合同	公司向对方提供咨询服务	75.00	2020.04.15前提供第一阶段报告，接到第二阶段委托书60个自然日后	正常履行

					提供第二阶段报告	
10	大连商品交易所	卓创资讯信息服务合同	公司为对方提供数据分析报告定制服务	72.00	2018.1.1 - 2020.12.31	履行完毕
11	大连商品交易所	大连商品交易所委托课题研究项目协议书	公司为对方提供猪肉采价平台的构建和运维服务，采集并提供第四阶段猪肉价格数据，编制并提供猪肉价格指数	69.15	2019.6.30 - 2020.6.30	履行完毕
12	国家统计局城市社会经济调查司	合作协议	双方合作开展“流通领域重要生产资料市场价格监测”工作	90.00	2020.01.01 - 2022.12.31	正常履行
13	泰安市江山重工机械有限公司	合作协议	公司向其提供会务服务	80.00	承担 2021-2025 年五届会议部分赞助费用，费用分 5 年支付，每届会议支付赞助费 16 万元	正常履行
14	大连商品交易所	信息服务合同	公司向其提供整合平台鸡肉、鸡大胸肉等信息服务	69.00	2020.8.11 - 2023.1.1	正常履行
15	忻州粮忻谷都杂粮交易有限公司	国家级忻州杂粮市场杂粮数据指数平台建设项目合同	公司为对方提供数据集成服务	53.60	2021.5.13 至平台建设完成起 1 年	正常履行

（二）采购合同

单位：万元

序号	交易对方	合同名称	合同内容	合同金额	履行期限	履行情况
1	深圳市梦网科技发展有限公司	集团客户产品合作服务协议	短信发布服务	以发送短信的数量乘以单价按月结算	2019.04.01-2020.03.31	履行完毕
2	广州市玄武无线科技股份有限公司	玄武即信云服务合同	短信发布服务	以发送短信的数量乘以单价按月结算	2019.04.01-2020.03.31	履行完毕
3	深圳市梦网科技发展有限公司	信息服务业务合作协议及补充协议	短信发布服务	以发送短信的数量乘以单价按月结算	2020.01.01-2020.12.31	履行完毕
4	深圳市梦网科技发展有限公司	合作顺延补充协议	短信发布服务	以发送短信的数量乘以单价按月结算	2021.01.01-2021.12.31	**履行完毕**

5	北京容联七陌科技有限公司	呼叫中心系统与企业微信营销系统项目合同书	采购呼叫中心系统与企业微信营销系统	191.60	项目工期28日，自邮件通知进场之日起算；呼叫中心系统免费服务一年，企业微信营销系统免费服务两年，均自项目验收合格之日的次日起算	正常履行
6	北京容联易通信息技术有限公司	信息服务业务合作协议	短信发布服务	以发送短信的数量乘以单价按月结算	2020.05.01-2021.04.30	履行完毕
7	北京容联易通信息技术有限公司	信息服务业务合作协议	短信发布服务	以发送短信的数量乘以单价按月结算	2021.05.01 - 2022.04.30	正常履行
8	精诚（中国）企业管理有限公司	服务合同书	办公软件授权	136.20	2020.07.22-2022 年 7 月底前	正常履行
9	中山市华盛家具制造有限公司	采购合同	家具制造	暂估 120.00 万，最终金额以实际供货数量据实结算	合同签订之日起 25 个工作日内将样本安装到位，接到通知后 25 个日历日内完成剩余货物到货、安装、调试等工作并验收合格后交付使用	履行完毕
10	淄博圣杰计算机科技有限公司	卓创资讯桌面云系统采购合同	云系统采购	207.52	分三次部署，首批 100 台应在 15 个日历日天内部署完毕，并达到验收条件。首批验收无误 15 日历天内部署第二批，以此类推	正常履行
11	淄博圣杰计算机科技有限公司	服务合同	网络信息安全规划及培训服务	64.20	2021.04.20 - 2021.10.09	**履行完毕**

（三）理财合同

单位：万元

序号	银行名称	合同主体	交易金额	起息日	到期日	履行情况
1	山东临淄农村商业银行股份有限公司	发行人	2,000.00	2018.06.01	2019.05.30	履行完毕
2	山东临淄农村商业银行股份有限公司	发行人	2,100.00	2018.07.12	2019.07.10	履行完毕
3	齐商银行股份有限公司科苑支行	发行人	2,000.00	2018.08.29	2018.12.12	履行完毕
4	齐商银行股份有限公司科苑支行	发行人	2,000.00	2019.03.28	2019.09.25	履行完毕
5	齐商银行股份有限公司科苑支行	发行人	2,000.00	2019.07.24	2020.04.22	履行完毕

6	齐商银行股份有限公司科苑支行	发行人	2,000.00	2019.09.27	2020.03.26	履行完毕
7	中国银行股份有限公司淄博临淄支行	发行人	2,500.00	2019.12.23	2020.06.24	履行完毕
8	中国银行股份有限公司淄博临淄支行	发行人	2,500.00	2019.12.23	2020.06.24	履行完毕
9	齐商银行股份有限公司科苑支行	发行人	2,000.00	2020.04.03	2020.07.02	履行完毕
10	齐商银行股份有限公司科苑支行	发行人	2,000.00	2020.06.17	2020.09.15	履行完毕
11	齐商银行股份有限公司科苑支行	发行人	6,000.00	2020.07.01	2020.10.14	履行完毕
12	兴业银行股份有限公司淄博分行	发行人	3,000.00	2020.07.03	2020.12.30	履行完毕
13	齐商银行股份有限公司科苑支行	发行人	2,000.00	2020.09.18	2020.12.22	履行完毕
14	交通银行股份有限公司淄博分行	发行人	3,000.00	2020.12.28	2021.06.28	履行完毕

（四）其他合同

序号	交易对方	合同名称	合同内容	合同金额	履行期限	履行情况
1	国家发展和改革委员会价格监测中心	合作协议书	双方就“中价卓创钢材价格指数”、“中价钢材销售价格预期指数”、“猪料蛋料鸡料比价”开展合作	-	2019.10.10 - 2022.10.09	正常履行
2	山东方正建工有限公司	卓创资讯凤凰城办公区装饰施工合同	办公区装饰施工工程	约为613.08万元，工程完成后据实结算	合同工期总计为50日（具体开工日期以双方确认的开工所载明的日期为准，竣工日期以卓创资讯竣工验收单所载明的日期为准）	履行完毕
3	北京市通商律师事务所上海分所	委托代理合同	委托代理诉讼	视阶段而定	2020.08.17 - 委托代理事项终止日	正常履行
4	山东恒韵装饰工程有限公司	卓创资讯6#室内木制作定制安装合同	内木制作定制安装合同	约计71.29万元，最终以甲方确认的实际完成工程量为准	2020.12.01- 2021.02.03	履行完毕
5	淄博齐森景观工程设计有限公司	卓创6号院内景观绿化工程	景观绿化工程	约163.55万，工程完成后据实结算	2021.2.19- 2021.4.30	履行完毕

6	淄博乾成景观设计工程有限公司	卓创科技产业园围墙施工合同	围墙施工合同	约 95.80 万，工程完成后据实结算	2021.3.31-2021.5.30	履行完毕

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司不存在对外担保情况。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）发行人及控股子公司涉及的重大诉讼或仲裁事项

1、诉讼基本情况

2020 年 8 月，发行人收到上海市徐汇区人民法院送达的《民事起诉状》。根据上述起诉状，原告上海有色网信息科技股份有限公司（以下称“上海有色网”）将发行人（被告一）及上海分公司（被告二）起诉至上海市徐汇区人民法院，案由为不正当竞争纠纷，诉讼请求为：（1）判令两被告立即停止不正当竞争行为，包括但不限于立即停止抄袭原告有色金属 1#电解铜、1#铅锭、1#电解镍/1#金川镍/1#进口镍、A00 铝、0#锌锭/1#锌锭、1#锡、铝合金 ADC12/A356 铝合金、氧化锌≥99.7%、1#银/2#银/3#银价格数据；立即停止对外提供上述价格数据；立即永久性删除上述价格数据。（2）判令两被告在《中国工商报》及被告一官网（www.sci99.com）、卓创资讯手机客户端、卓创资讯微信订阅号、红桃 3 电脑客户端平台的显著位置上连续 30 天刊登声明，消除影响；判令被告一赔偿原告因两被告不正当竞争行为遭受的经济损失及原告为制止两被告不正当竞争行为支出的合理费用共计人民币 1,000 万元；判令被告一承担本案全部诉讼费用。

2020 年 8 月，公司收到上海市徐汇区人民法院（2020）沪 0104 民初 17642 号《民事裁定书》，上海市徐汇区人民法院根据原告提出的财产保全申请，裁定冻结公司及上海分公司名下的银行存款 1,000 万元，或查封、扣押相同价值的财产。根据上海市徐汇区人民法院于 2020 年 8 月 18 日作出的“（2020）沪 0104 民初 17642 号之一《民事裁定书》”，该裁定解除了对上海分公司银行存款 1,000 万元的冻结，或其等值财产的查封、扣押。截至本招股说明书签署日，发行人母公司仍存在名下 1,000 万元银行存款被法院裁定冻结的情形。

2020 年 9 月，发行人收到上海市徐汇区人民法院送达的《补充诉状》。根

据《补充诉状》，原告上海有色网补充诉讼请求如下：（1）判令两被告立即停止商标侵权行为，包括但不限于立即停止抄袭原告有色金属 1#电解铜、1#铅锭、1#电解镍/1#金川镍/1#进口镍、A00 铝、0#锌锭/1#锌锭、1#锡、铝合金 ADC12/A356 铝合金、氧化锌≥99.7%、1#银/2#银/3#银价格数据；立即停止以“上海现货”、“上海市场”、“上海地区”价格等方式对外提供上述价格数据；立即永久性删除上述价格数据。（2）判令两被告在《中国工商报》及被告一官网（www.sci99.com）、卓创资讯手机客户端、卓创资讯微信订阅号、红桃 3 电脑客户端平台的显著位置上连续 30 天刊登声明，消除影响。（3）判令被告一赔偿原告因两被告商标侵权及不正当竞争行为遭受的经济损失及原告为制止两被告商标侵权及不正当竞争行为支出的合理费用共计人民币 1,000 万元。（4）判令被告一承担本案全部诉讼费用。

2020 年 11 月，上海市徐汇区人民法院组织召开案件首次庭前会议，会议主要内容包括：（1）法庭要求原告进一步明确其诉讼请求及事实和理由；（2）法庭根据原告的诉请及理由初步归纳了本案的争议焦点，由发行人及上海分公司进行了答辩；（3）法庭当庭组织原告及被告进行举证、质证。庭前会议期间，通商律师收到法院转递的原告提交的《行为保全申请书》，原告请求法院采取行为保全措施，立即责令卓创资讯停止商标侵权与不正当竞争行为，直至本案作出判决生效为止。截至本招股说明书签署日，法院未对原告提出的行为保全申请做出处理。

2020 年 12 月，发行人收到上海市徐汇区人民法院发出的传票，本案将于 2021 年 2 月 2 日开庭。因受国内疫情等因素影响，上述诉讼案件原定于 2021 年 2 月 2 日的开庭取消，并定于 2021 年 4 月 16 日开庭审理。

2021 年 4 月 16 日，上海市徐汇区人民法院组织召开本案第二次庭前会议，该次庭前会议主要内容为：（1）法庭要求原告明确其变更后的诉讼请求及事实理由；（2）法庭组织原被告进行了举证、质证。法庭组织各方当事人针对原告提交的部分证据进行了举证、质证，原告提交的其他证据以及被告提交的证据，法庭将在此后的庭审中组织质证。

2021 年 4 月 29 日，发行人收到了上海市徐汇区人民法院送达的原告上海有色网提交的《变更诉讼请求申请书》，原告将索赔金额由 1,000 万元变更为 3,000 万元，其余诉讼请求未发生变更。

2021 年 5 月 12 日，发行人针对原告的《变更诉讼请求申请书》而向上海市徐汇区人民法院提交了《补充答辩意见》，认为原告变更后的诉请不应得到法院支持。

2021 年 5 月 28 日，上海市徐汇区人民法院组织各方当事人针对原告的历史数据进行了勘验比对。

2021 年 8 月 26 日，上海市徐汇区人民法院组织召开本案第三次庭前会议，该次庭前会议的主要内容为法庭组织各方当事人针对原告提交的证据以及被告提供的部分证据进行了举证、质证。

2021 年 11 月 26 日，因上海有色网针对诉讼案件进行撤诉，故原诉讼案件结案。

2021 年 12 月 27 日，上海有色网针对诉讼案件涉及事项重新向上海市徐汇区人民法院提起诉讼并获得立案。根据《民事起诉状》，新诉讼案件与原诉讼案件的诉讼请求一致。

发行人及通商律师针对诉讼案件的后续计划：**继续梳理诉讼案件中待核实的相关问题、搜集补充证据、整理并起草相应文件，并根据案件实际进展情况，适时向法院提交。**

根据《中华人民共和国民事诉讼法》第一百三十八条及第一百四十一条规定，上述诉讼案件的法庭调查、法庭辩论等审理程序尚未结束，故法院尚不能对诉讼案件的事实及结果做出判定。

2、本次诉讼的背景及原因

发行人在其网站发布有色金属价格信息，在同时发布的当日报价或历史价格中，标记为“上海现货”、“上海市场”、“上海地区”价格的数据与上海有色网的报价类似，并因此引发上海有色网以不正当竞争及商标侵权为由向人民法院提起诉讼。由于上述雷同现象的出现主要系基于产品报价的地域属性所致，且根据上海有色网提供的诉讼材料，上述情形已持续存在多年且其始终知情，但从未以任何方式向发行人明确提出权利主张，因此发行人认为，其提起本次诉讼的原因主要系出于以诉讼作为手段和策略考虑。

截至本招股说明书签署日，上述诉讼正处于一审程序中。

3、发行人是否需就上述诉讼事项计提预计负债及原因

发行人针对上述涉诉的铜、铝、铅、锌、锡、镍、白银七类金属的现货报

价是依据价格评估方法论，按照规范的工作流程生产加工得出，付出了必要的人力、物力和财力，不存在对上海有色网的不正当竞争和商标侵犯的情形。根据通商律师于《补充法律意见书（一）》中的认定，“截止目前，结合原告已经提交的相关证据材料和首次庭前会议情况，根据原告庭审所确定的请求权基础《中华人民共和国反不正当竞争法》第二条、《中华人民共和国商标法》第五十七条的规定，本所承办律师认为，卓创资讯未实施扰乱市场竞争秩序、损害其他经营者或者消费者的合法权益的行为，不存在不正当竞争行为，未侵犯原告包括商标权在内的任何权利，原告的诉请不应得到法院支持。”

鉴于上述诉讼进展情况以及通商律师对上述诉讼案件的判断，截至本招股说明书签署日，上述诉讼案件原告诉请不被法院支持的可能性较大，不满足预计负债的确认条件，尚无影响计提预计负债的进一步证据出现，发行人未就诉讼事项计提预计负债合理、充分、谨慎。

4、诉讼案件对发行人生产经营的影响分析

上海有色网与发行人及上海分公司之间的不正当竞争及商标侵权纠纷对发行人的生产经营不会构成重大不利影响，具体原因如下：

（1）上述诉讼案件涉及争议事项给发行人带来的收入占比较小

上述诉讼案件涉及发行人有色金属板块，报告期内，发行人收入主要来源于能源化工及农业板块，有色金属板块实现的销售收入及占发行人全部营业收入的比例较低，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
有色金属板块销售收入	203.23	367.92	371.50	366.21
发行人营业收入	12,387.88	21,833.79	22,012.55	20,327.44
占比	1.64%	1.69%	1.69%	1.80%

如进一步细分，上述诉讼争议价格数据涉及发行人有色金属板块项下铜、铝、铅、锌、锡、镍、白银七类金属，报告期内，该等七类金属所产生的全部信息产品实现的销售收入及占发行人全部营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
七类金属销售收入	182.01	332.20	337.15	331.46
发行人营业收入	12,387.88	21,833.79	22,012.55	20,327.44

占比	1.47%	1.52%	1.53%	1.63%

此外，上述诉讼中涉及的争议价格数据并非上述七类金属所包含的全部数据项，而仅涉及上述七类金属中的 15 个数据项，报告期内，该等涉诉数据项占前述七类金属全部数据项的比重分别为 0.50%、0.46%、0.40%和 0.41%。

发行人于 2021 年 1 月 20 日起停止发布涉诉数据项，涉诉数据项停止发布后，其已经不再为发行人产生收入。2021 年 1-6 月，七类金属销售收入金额为 182.01 万元，其中 1 月销售收入金额为 35.26 万元。报告期内，该等涉诉数据项对应的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
七类金属收入总额	35.26	332.20	337.15	331.46
涉诉数据项占比	0.41%	0.40%	0.46%	0.50%
涉诉数据项对应的销售收入	0.15	1.33	1.55	1.67
涉诉数据项收入占发行人营业收入的比例	0.001%	0.006%	0.007%	0.008%

注：涉诉数据项对应收入=七类金属收入总额*涉诉数据项占比。

根据上述内容，报告期内，发行人有色金属板块实现收入占发行人营业收入比例较低、七类金属所产生的全部信息产品实现的销售收入占发行人营业收入比例较低、涉诉数据项占七类金属全部数据项的比例较低、涉诉数据项相关信息产品实现的销售收入占发行人营业收入比例较低，对发行人产品销售及盈利能力影响较小。

发行人基于业务布局考虑，于 2021 年 1 月 20 日起停止发布涉诉数据项。涉诉数据项停止发布后，发行人有色金属网运营平稳，付费客户未出现大量退款的情况。自涉诉数据项停止发布至 2021 年 6 月 30 日，涉诉七类金属的退款客户数量为 5 个，退款金额为 0.41 万元。2021 年上半年与涉诉七类金属相关的信息产品收款与销售收入均实现同比正增长。

（2）可能的诉讼不利后果导致发行人经济利益损失分析

根据通商律师出具的《法律意见书》及《补充法律意见书（一）》，其认为结合原告已经提交的相关证据材料和 2020 年 11 月 24 日首次庭前会议情况，原告上海有色网的诉请不应得到法院的支持。

鉴于上述诉讼尚未了结，仍存在诉讼结论与发行人及通商律师判断不一致的可能。根据原告的诉讼请求，若发行人败诉，发行人将停止对外提供并永久

性删除该等涉诉的价格数据。该等涉诉数据存储于发行人数据库中，相关数据项的采集、加工等成本在发生时全部计入当期损益，故发行人删除上述数据不会产生其他支出从而对财务报表产生影响。若发行人败诉，可能的诉讼不利后果导致发行人经济利益损失主要为本次诉讼败诉后的损害赔偿。

根据北京市通商律师事务所上海分所出具的《法律意见书》，“本案中，如法院最终认定卓创资讯不正当竞争及商标侵权行为成立，结合本案的实际情况及类似案例，法院可能会采用法定赔偿方式。参考《北高院裁判标准》第 8.2 条的规定，法院在确定法定赔偿数额时，会综合考虑双方商业模式、原告的实际损失情况、被告可能获得的利润或者其他潜在利益等因素。综合本案的相关情况及卓创资讯涉案业务的营业收入和盈利情况，本所承办律师认为，法院就本案的判赔金额不应高于五百万元人民币。” 同时根据通商律师出具的《补充法律意见书（一）》，其仍维持在上述《法律意见书》中的相关结论。

即使法院最终判决发行人及上海分公司败诉，上述最高赔偿金额以发行人适用的 15%所得税税率计算，对应发行人净利润影响为-425 万元（500*[1-15%]），占发行人最近一年末经审计净利润的比重为 8.20%，对发行人净资产影响为-425 万元（500*[1-15%]），占发行人最近一年末经审计净资产的比重为 2.25%。故发行人及上海分公司可能赔偿金额范围占其最近一年末经审计净利润、净资产的比重较低，不构成对发行人经营业绩、财务状况的重大不利影响，不会对发行人的持续经营能力构成重大不利影响。

（3）上述诉讼案件涉及争议事项不会对发行人信息收集渠道及方式构成重大不利影响

发行人通过信息交流、信息授权等方式收集信息系其正常的经营手段，属于行业惯例或任何主体均可实施的收集措施。发行人的信息收集活动系与相对方基于平等、自愿的原则进行或完全基于相对方自愿公开的信息，不存在《反不正当竞争法》规定的通过上述信息收集渠道收集信息而损害其他经营者或消费者合法权益的行为。上海有色网虽与发行人产生诉讼纠纷，争议事实并非由发行人信息收集渠道所引起，且通商律师认为现有证据不足以证明争议事实的成立。综上所述，上述诉讼案件涉及争议事项不会对发行人信息收集渠道及方式构成重大不利影响。

（4）发行人拥有核心竞争力及健全制度为业务开展提供基础

发行人拥有如下核心竞争力：①建立了科学的价格评估体系和较为规范的业务流程，拥有与自身经营相关的核心技术；②经过多年的稳健发展和持续的优质服务，积累了大量优质客户资源和海量大宗商品数据，并逐步在业内取得了良好的品牌影响力及客户认可度；③构建了规范化、标准化的公司管理和员工培训体系，培养了一支经验丰富的资深分析师队伍和营销团队；④拥有完善的产业链布局和完整的产品服务线，能够充分满足各类客户需求，为客户提供全方位服务。

发行人建立并健全了如下相关制度为业务开展提供了基础：①发行人建立了价格评估体系和价格评估方法论，将反映价格的相关信息的数据采集标准加以说明。数据采集标准将需评估商品的商品规格、成交范围、付款条件、交付期限及方式等交易条件进行相应要求。从事价格评估相关工作的分析师需要按照价格评估体系相关流程进行信息采集工作，在方法论要求的范围内采集到的信息方可认为有效；②为确保信息采集、分析及发布的科学、有效，发行人制定《分析师团队行为准则》，针对从事信息采集、分析和发布等工作的分析师的行为准则进行了一系列规范，主要包括工作职责、职业操守、利益冲突原则、保密政策、工作能力、工作流程、沟通要求、信息验证等内容。作为发行人方法论的组成部分，该等行为准则已经于发行人官方网站（http://www.sci99.com）进行公示；③为确保信息的获取及发布合规，发行人制定《卓创资讯信息获取及发布规范》，针对信息获取类型、信息获取模式、信息发布规范、信息发布流程、信息保密及安全等内容进行了规定；④为规范公开信息收集行为，发行人制定了《卓创资讯公开信息采集及使用规范》，对公开信息收集的流程及发布等内容进行了规定。

（5）发行人实际控制人就本次诉讼出具的相关承诺

发行人实际控制人姜虎林作出承诺：“若上述诉讼事项最后形成对公司的任何不利结果，本人将承担生效判决结果所认定的应由公司承担的赔偿金、诉讼费用等一切损失，并向公司补偿因上述诉讼事项所导致的生产经营损失，以保证公司、股东及公司上市后的未来公众股东不会因此遭受任何损失。”

综上所述，发行人不存在对上海有色网不正当竞争及侵犯对方商标的情形；本次诉讼涉及的数据项产生的收入金额较小，占营业收入的比例较低；发行人实际控制人已就本次诉讼出具了承诺。因此，本次诉讼事项不构成对发行

人经营业绩、财务状况的重大不利影响，不构成对发行人本次发行上市的实质性障碍。

截至本招股说明书签署日，除上述诉讼事项外，公司无尚未了结的其他诉讼或仲裁事项，公司不存在对财务状况、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，公司控股子公司不存在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。

（二）发行人控股股东或实际控制人等人员涉及的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在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。最近三年，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在涉及行政处罚、被司法机关立案调查、被中国证监会立案调查或者被列为失信被执行人的情况。

（三）控股股东、实际控制人重大违法情况

最近三年，发行人控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 有关声明

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

全体董事签名：

姜虎林 蔡 俊 崔科增 李学强 宋 杨

鲁 华 马卫锋 黄方亮 赵彧非

全体监事签名：

侯安全 刘 锋 齐玉芹 庞锡平 王 双

其他高级管理人员签名：

叶秋菊 吕春江 江晓 路永军

山东卓创资讯股份有限公司

2022 年 3 月 11 日

二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人：

姜虎林

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：

杨桂清

保荐代表人：

周 巍　　阙雯磊

总经理：

冯鹤年

法定代表人（董事长）：

冯鹤年

民生证券股份有限公司

2022年3月1日

保荐机构（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读山东卓创资讯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、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：

冯鹤年

民生证券股份有限公司

2022年 3月 1日

保荐机构（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读山东卓创资讯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、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

总经理：

冯鹤年

民生证券股份有限公司

2022 年 3 月 11 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。

国浩律师（北京）事务所

负责人：_____
刘 继

经办律师：_____
冯翠玺

_____
毛海龙

2022 年 3 月 11 日

五、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师：

毕 强 刘玉显

执行事务合伙人：

谭小青

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

2022 年 3 月 11 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。

签字资产评估师：

李崇 章曙诚（已离职）

法定代表人：

王小敏

上海东洲资产评估有限公司

2022 年 3 月 1 日

说 明

截至本说明出具日，本资产评估机构出具的“东洲评报字【2017】第 0435 号”《山东卓创资讯集团有限公司拟整体变更设立股份有限公司所涉及的净资产价值评估报告》的签字资产评估师章曙诚已经离职，其离职不影响本资产评估机构出具的上述资产评估报告的法律效力。

特此说明。

资产评估机构负责人：

王小敏

上海东洲资产评估有限公司

2017年3月11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。

签字注册会计师：

毕 强

刘玉显

执行事务合伙人：

谭小青

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

2022年 3月 11日

第十三节 附件

一、备查文件

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报表及审计报告；

（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承诺事项；

（八）发行人审计报告基准日至招股说明书签署日之间的相关财务报表及审阅报告（如有）；

（九）盈利预测报告及审核报告（如有）；

（十）内部控制鉴证报告；

（十一）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；

（十二）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；

（十三）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间和查阅地点

查阅时间：工作日上午 8：00～11：30；下午 14：00～17：30。

查阅地点如下：

1、山东卓创资讯股份有限公司（发行人）

地址：山东省淄博市张店区北北京路 186 号

电话：0533-6091220

传真：0533-6099899

联系人：崔科增、郎威、欧丽娟

2、民生证券股份有限公司（保荐机构&主承销商）

地址：**中国（上海）自由贸易试验区浦明路 8 号**

电 话：0531-82596870

传 真：0531-81287370

联系人：周巍、阙雯磊、林来飞、李晓东、杨桂清、田凯、李浩然、王小凡

（此页无正文，为《山东卓创资讯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》之盖章页）

山东卓创资讯股份有限公司

2022年 3 月 11 日