

创业板风险提示

声明：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

安徽省渠道网络股份有限公司

Anhui Channel Network Co., Ltd

（六安经济技术开发区科技创业服务中心）



首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

（申报稿）

本公司的发行申请尚未得到中国证监会核准。本招股说明书（申报稿）不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书作为作出投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）



国信证券股份有限公司
GUOSEN SECURITIES CO., LTD.

（深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦 16～26 层）

本次发行概况

发行股票类型：	人民币普通股（A 股）
发行股数：	不超过 1,600 万股
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
拟上市证券交易所：	深圳证券交易所
发行后总股本：	不超过 6,400 万股
保荐机构（主承销商）：	国信证券股份有限公司
签署日期：	【】年【】月【】日

发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

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。

保荐人承诺因其为发行人首次公开发行股票制作、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，将先行赔偿投资者损失。

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，给他人造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

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。

中国证监会对本次发行所作的任何决定或意见，均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者保证。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。

重大事项提示

本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有业绩不稳定、经营风险高、退市风险大等特点，投资者面临较大的市场风险。发行人提醒投资者需充分了解创业板的投资风险及以下列示的风险及其他重要事项，并提醒投资者认真阅读招股说明书“风险因素”部分的全部内容。

一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺

（一）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限的承诺

1、公司控股股东中视在线的承诺

公司控股股东中视在线承诺：“自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本公司直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购该部分股份。

发行人股票上市后六个月内如股票价格连续 20 个交易日的收盘价格均低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，或者发行人股票上市后六个月期末收盘价低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，则本公司所持公司股票的锁定期自动延长六个月。

本公司所持股票锁定期届满后二十四个月内转让的，转让价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格。”

2、公司实际控制人尤东云的承诺

公司实际控制人尤东云承诺：“自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行

人回购本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

发行人股票上市后六个月内如股票价格连续 20 个交易日的收盘价格均低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，或者发行人股票上市后六个月期末收盘价低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，则本人所持公司股票的锁定期自动延长六个月。

本人担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有发行人股份总数的 25%，离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人股份。发行人首次公开发行股票上市之日起六个月内本人申报离职的，申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售的发行人股份占本人持有的发行人股份总数的比例不超过 50%。

本人所持股票锁定期届满后二十四个月内转让的，转让价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格。

本人保证不会因职务变更、离职等原因不遵守上述承诺。”

3、公司股东刘波、王晴、李海军、邹志英的承诺

公司股东刘波、王晴、李海军、邹志英承诺：“自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。

发行人股票上市后六个月内如股票价格连续 20 个交易日的收盘价格均低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，或者发行人股票上市后六个月期末收盘价低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，则本人所持公司股票的锁定期自动延长六个月。

本人担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人直接或间接持有发行人股份总数的 25%，离职后半年内，不转让本人直接或间接持有的发行人股份。发行人首次公开发行股票上市之日起六个月内本人申报离

职的，申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售的发行人股份占本人持有的发行人股份总数的比例不超过 50%。

本人所持股票锁定期届满后二十四个月内转让的，转让价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格。

本人保证不会因职务变更、离职等原因不遵守上述承诺。”

4、其他自然人股东黄梅、朱鹏杰、翁军、胡光全、丁志雄、常松敏的承诺

公司其他自然人股东黄梅、朱鹏杰、翁军、胡光全、丁志雄、常松敏承诺：“自发行人股票上市之日起十二个月内，不转让或者委托他人管理本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购本人直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。”

5、公司股东缙云投资的承诺

公司股东缙云投资承诺：“自发行人股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份（包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等），也不由发行人回购本企业直接或者间接持有的发行人公开发行股票前已发行的股份。”

6、公司董事、监事、高级管理人员关于股份锁定的承诺

公司董事、监事、高级管理人员针对其通过六安市缙云投资中心（有限合伙）间接持有发行人部分股份，除遵守六安市缙云投资中心（有限合伙）做出的股份锁定承诺外，进一步做出如下承诺：“本人担任发行人董事、监事、高级管理人员期间，每年转让的股份不超过本人持有发行人股份总数的 25%，离职后半年内，不转让本人所持有的发行人股份。发行人首次公开发行股票上市之日起六个月内本人申报离职的，申报离任六个月后的十二个月内通过证券交易所挂牌交易出售的发行人股份占本人直接或间接持有的发行人股份总数的比例不超过 50%。

发行人股票上市后六个月内如股票价格连续 20 个交易日的收盘价格均低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，或者发行人股票上市后六个月期末收盘价低于以当日为基准经前复权计算的发行价格，则本人所持公司股票的锁定期自动延长六个月。

本人所持股票的锁定期届满后二十四个月内转让的，转让价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格。

本人保证不会因职务变更、离职等原因不遵守上述承诺。”

（二）公司发行前持股 5% 以上股东的持股及减持意向的承诺及约束措施

1、发行人控股股东中视在线的相关承诺

公司控股股东中视在线承诺：“本公司所持发行人股票在锁定期满后两年内若减持，需符合相关法律法规、中国证监会相关规定及其他对其有约束力的规范性文件的规定并同时满足下述条件的情形：

（1）在不影响本公司控股股东地位的前提下，两年内累计减持数量不超过本公司直接或间接持有发行人股票总数的 10%。

（2）减持价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格（即，发行人股票在该期间内发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价格按深交所的相关规则相应调整）。

（3）本公司将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等合法方式转让发行人股票，并于减持前三个交易日予以公告。

若本公司违反锁定期满后两年内股票减持意向的承诺，本公司同意将实际减持股票所获收益归发行人所有。”

2、发行人实际控制人尤东云的相关承诺及约束措施

公司实际控制人尤东云承诺：“本人所持发行人股票在锁定期满后两年内若减持，需符合相关法律法规、中国证监会相关规定及其他对其有约束力的规范性文件的规定并同时满足下述条件的情形：

（1）在不影响本人实际控制人地位的前提下，两年内累计减持数量不超过本人直接或间接持有发行人股票总数的 25%。

（2）减持价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格（即，发行人股票在该期间内发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价格按深交所的相关规则相应调整）。

（3）本人将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等合法方式转让发行人股票，并于减持前三个交易日予以公告。

若本人违反锁定期满后两年内股票减持意向的承诺，本人同意将实际减持股票所获收益归发行人所有。”

3、发行人股东刘波的相关承诺及约束措施

股东刘波承诺：“本人所持发行人股票在锁定期满后两年内若减持，需符合相关法律法规、中国证监会相关规定及其他对其有约束力的规范性文件的规定并同时满足下述条件的情形：

（1）两年内累计减持数量不超过本人直接或间接持有发行人股票总数的 25%。

（2）减持价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格（即，发行人股票在该期间内发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价格按深交所的相关规则相应调整）。

（3）本人将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等合法方式转让发行人股票，并于减持前三个交易日予以公告。

若本人违反锁定期满后两年内股票减持意向的承诺，本人同意将实际减持股票所获收益归发行人所有。”

4、发行人股东缙云投资的相关承诺及约束措施

股东缙云投资承诺：“本企业所持发行人股票锁定期满后两年内若减持，需符合相关法律法规、中国证监会相关规定及其他对其有约束力的规范性文件的规

定并同时满足下述条件的情形：

（1）两年内累计减持数量不超过本企业所持有发行人股票总数的 25%。

（2）减持价格不低于以转让日为基准经前复权计算的发行价格（即，发行人股票在该期间内发生派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项的，发行价格按深交所的相关规则相应调整）。

（3）本企业将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等合法方式转让发行人股票，并于减持前三个交易日予以公告。

若本企业违反锁定期满后两年内股票减持意向的承诺，本企业同意将实际减持股票所获收益归发行人所有。”

二、上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的承诺

（一）控股股东稳定股价的承诺

1、启动和停止股价稳定预案的条件

（1）启动条件

公司上市后3年内若公司股票连续20个交易日收盘价(如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理，下同)低于公司上一会计年度经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）时，则启动股价稳定预案。

（2）停止条件

上述第（1）项稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票收盘价连续20个交易日高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

上述第（1）项稳定股价具体措施实施期满后，如再次发生符合上述第（1）项的启动条件，则再次启动股价稳定预案。

2、股价稳定预案的具体措施

公司稳定股价的具体措施包括控股股东增持公司股票、公司董事（不含独立

董事，下同）及高级管理人员增持公司股票、公司回购公司股票。当公司股票收盘价触发稳定股价预案的启动条件时，公司将视股票市场情况、公司实际情况，按如下优先顺序（1）控股股东增持股票；（2）董事、高级管理人员增持股票；（3）公司回购股票，实施股价稳定措施，直至触发稳定股价预案的条件消除。

3、控股股东增持股票

当触发稳定股价预案的启动条件时，控股股东将在 10 个交易日内向公司送达增持公司股票书面通知（以下简称“增持通知”，增持通知包括但不限于增持股份数量、增持价格、增持期限、增持目标等内容）启动通过二级市场以竞价交易的方式增持公司股票。

控股股东应在符合《上市公司收购管理办法》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律法规的条件且不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。此外，控股股东增持股票还应符合下列各项条件：

- （1）增持股份的价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产；
- （2）单次增持公司股票金额不应少于人民币 200 万元；
- （3）单次及/或连续 12 个月增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。如上述第（2）项与本项冲突的，按照本项执行；
- （4）增持期限自公司股票价格触发稳定股价预案起不超过 3 个月；
- （5）通过增持获得的股票，在增持完成后 12 个月内不得转让。

4、启动程序

公司应于满足实施稳定股价预案启动条件之日起 2 个交易日内发布提示公告，并于 10 个交易日内制定且公告股价稳定具体措施。如未按上述期限公告稳定股价具体措施的，则应及时公告具体措施的制定进展情况。

（二）董事、高管稳定股价的承诺

1、启动和停止股价稳定预案的条件

（1）启动条件

公司上市后3年内若公司股票连续20个交易日收盘价(如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理，下同)低于公司上一会计年度经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）时，则启动股价稳定预案。

（2）停止条件

上述第（1）项稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票收盘价连续20个交易日高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

上述第（1）项稳定股价具体措施实施期满后，如再次发生符合上述第（1）项的启动条件，则再次启动股价稳定预案。

2、股价稳定预案的具体措施

公司稳定股价的具体措施包括控股股东增持公司股票、公司董事及高级管理人员增持公司股票、公司回购公司股票。当公司股票收盘价触发稳定股价预案的启动条件时，公司将视股票市场情况、公司实际情况，按如下优先顺序（1）控股股东增持股票；（2）董事、高级管理人员增持股票；（3）公司回购股票，实施股价稳定措施，直至触发稳定股价预案的条件消除。

3、董事、高级管理人员增持股票

公司启动股价稳定措施后，当控股股东根据股价稳定措施“控股股东增持股票”完成增持股票后，公司股票收盘价连续20个交易日仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施“控股股东增持股票”时，公司董事、高级管理人员将在10个交易日内向公司送达增持公司股票书面通知启动通过二级市场以竞价交易方式增持公司股份的方案：

（1）公司领取薪酬的董事、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求，且不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

（2）有增持义务的公司董事、高级管理人员承诺，其用于增持公司股票的资金额不少于该等董事、高级管理人员上一年度从公司领取的税后薪酬的 30%，但不超过该等董事、高级管理人员上一年度税后薪酬总和，且增持股份的价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产。

（3）增持期限自控股股东根据股价稳定措施“控股股东增持股票”完成增持股票后，公司股票收盘价连续 20 个交易日仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产起不超过 3 个月。

（4）公司在首次公开发行股票上市后三年内新聘任的从公司领取薪酬的董事、高级管理人员应当遵守本预案关于公司董事、高级管理人员的义务及责任的规定，公司控股股东、现有董事、高级管理人员应当促成公司新聘任的该等董事、高级管理人员遵守本预案并签署相关承诺。

4、启动程序

公司应于满足实施稳定股价预案启动条件之日起 2 个交易日内发布提示公告，并于 10 个交易日内制定且公告股价稳定具体措施。如未按上述期限公告稳定股价具体措施的，则应及时公告具体措施的制定进展情况。

（三）公司稳定股价的承诺

1、启动和停止股价稳定预案的条件

（1）启动条件

公司上市后 3 年内若公司股票连续 20 个交易日收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照深圳证券交易所的有关规定作复权处理，下同）低于公司上一会计年度经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷年末公司股份总数，下同）时，则启动股价稳定预案。

（2）停止条件

上述第（1）项稳定股价具体方案的实施期间内，如公司股票收盘价连续 20 个交易日高于每股净资产时，将停止实施股价稳定措施。

上述第（1）项稳定股价具体措施实施期满后，如再次发生符合上述第（1）项的启动条件，则再次启动股价稳定预案。

2、股价稳定预案的具体措施

公司稳定股价的具体措施包括控股股东增持公司股票、公司董事（不含独立董事，下同）及高级管理人员增持公司股票、公司回购公司股票。当公司股票收盘价触发稳定股价预案的启动条件时，公司将视股票市场情况、公司实际情况，按如下优先顺序（1）控股股东增持股票；（2）董事、高级管理人员增持股票；（3）公司回购股票，实施股价稳定措施，直至触发稳定股价预案的条件消除。

3、公司回购股票

公司启动股价稳定措施后，当控股股东、董事及高级管理人员根据股价稳定措施“控股股东增持股票”、“董事、高级管理人员增持股票”完成增持股票后，公司股票收盘价连续 20 个交易日仍低于公司上一会计年度经审计的每股净资产时，或无法实施股价稳定措施“控股股东增持股票”、“董事、高级管理人员增持股票”时，公司启动通过二级市场以竞价交易方式回购社会公众股的方案。

公司应在符合《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》、《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等法律法规的条件且不导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行回购。公司股东大会对回购股份做出决议，须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过，公司控股股东承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。此外，公司回购股份还应符合下列各项：

（1）公司回购股份的价格不高于公司上一会计年度经审计的每股净资产；

（2）公司单一会计年度用于回购股份的资金总额累计不超过最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%；

（3）公司单次用于回购股份的资金不超过最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%；

（4）公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%，如上述第（3）项与本项冲突的，按照本项执行。

公司董事会公告回购股份预案后，公司股票收盘价连续 20 个交易日超过最近一期经审计的每股净资产，公司董事会应作出决议终止回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

4、启动程序

公司应于满足实施稳定股价预案启动条件之日起 2 个交易日内发布提示公告，并于 10 个交易日内制定且公告股价稳定具体措施。如未按上述期限公告稳定股价具体措施的，则应及时公告具体措施的制定进展情况。

三、关于因信息披露重大违规的相关承诺

（一）发行人的相关承诺

发行人承诺：“本公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若本公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，导致对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在中国证监会或司法机关作出上述认定后，本公司将依法回购首次公开发行的全部新股，回购价格按照不低于本公司股票的发行价格（如公司上市后利润分配或送配股份等除权、除息行为，上述发行价格为经除权除息调整后的价格）。上述回购实施时法律法规另有规定的从其规定。

若因本公司本次公开发行股票并在创业板上市的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。在中国证监会或司法机关作出上述认定后，本公司将本着主动沟通、尽快赔偿、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，按照投资者直接遭受的可测算的经济损失为限，选择与投资者沟通赔偿或通过设立投资者赔偿基金等方式积极赔偿投资者由此遭受的直接经济损失。”

（二）发行人控股股东中视在线的相关承诺

中视在线作为发行人的控股股东承诺并保证：“发行人本次公开发行股票并

在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若因发行人本次公开发行股票并在创业板上市的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。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，以最终确定的赔偿方案为准。”

（三）发行人实际控制人尤东云的相关承诺及约束措施

尤东云作为发行人实际控制人承诺并保证：“发行人本次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若因发行人本次公开发行股票并在创业板上市的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。具体的赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，以最终确定的赔偿方案为准。”

（四）发行人董事、监事及高级管理人员的相关承诺及约束措施

发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺：“发行人本次公开发行股票并在创业板上市的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

若因发行人本次公开发行股票并在创业板上市的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。具体赔偿标准、赔偿主体范围、赔偿金额等详细内容待上述情形实际发生时，以最终确定的赔偿方案为准。”

（五）本次发行相关中介机构的相关承诺

1、国信证券的承诺

国信证券股份有限公司承诺：“如国信证券在本次发行工作期间未勤勉尽责，导致国信证券所制作、出具的文件对重大事件作出违背事实真相的虚假记载、误

导性陈述，或在披露信息时发生重大遗漏，造成投资者直接经济损失的，在该等违法事实被认定后，国信证券将本着积极协商、切实保障投资者特别是中小投资者利益的原则，自行并督促发行人及其他过错方一并对投资者直接遭受的、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进行赔偿。国信证券保证遵守以上承诺，勤勉尽责地开展业务，维护投资者合法权益，并对此承担责任。”

2、华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）的承诺

华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：“本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形；若因本所未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致本所为发行人首次公开发行股票并在创业板上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失，但本所能够证明自己没有过错的除外。”

3、北京国枫律师事务所的承诺

北京国枫律师事务所承诺：“本所为本项目制作、出具的申请文件真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；若因本所未能勤勉尽责，为本项目制作、出具的申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。”

四、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（一）填补被摊薄即期回报的主要措施

本次发行股票并上市后，随着募集资金到位，安徽省渠道网络股份有限公司净资产将大幅增加，而本次募集资金投资项目效益的实现需要一定的时间，若公司利润短期内不能得到相应幅度的增加，公司的每股收益和净资产收益率等指标将出现一定幅度的下降。

为降低本次公开发行摊薄即期回报的影响，公司承诺将采取如下措施实现业务可持续发展从而增厚未来收益并加强投资者回报，以填补被摊薄即期回报：

1、加强募集资金管理，确保募集资金使用合法合规

为规范募集资金的管理和使用，确保本次募集资金专款专用，公司已制定《安徽省渠道网络股份有限公司募集资金专项存储及使用管理制度》，明确公司对募集资金实行专户存储制度。募集资金存放于公司董事会决定的专项账户集中管理，做到专款专用，便于加强对募集资金的监管和使用，保证募集资金合法、合理地使用。

2、积极实施募集资金投资项目，尽快获得预期投资收益

本次发行募集资金紧紧围绕公司主营业务，用于移动互联网招商信息服务平台研发、运营和推广项目以及运营管理系统核心模块研发项目。公司已对募投项目的可行性进行了充分论证，募投项目的建成有利于提高公司现主营业务的运营效率，完善公司移动互联网领域的业务布局，增强公司的核心竞争力，具有较高的可行性，而且募集资金数额与投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。公司将积极调配内部资源，已先行通过自筹资金开展募投项目。本次发行所募集的资金到位后，公司将加快推进募投项目的实施，提高募集资金使用效率，争取募投项目早日达到预期效果，提高股东回报，降低本次发行所导致的即期回报被摊薄的风险。

3、加大市场推广力度，深化区域营销网络建设

公司业务规模不断扩大及销售覆盖区域的逐渐增加，对营销网络的建设 and 市场推广能力提出了更高的要求。公司将吸引优秀的销售人员，优化互联网平台推广的各个环节，建立高效的营销网络，加快国内市场的战略布局，从而提升公司的整体竞争力，使公司收入和利润得到持续快速的增长，以更好地回报全体股东。

4、建立稳定的利润分配政策，维护投资者资产收益权

为建立对投资者持续、稳定的利润分配机制和回报规划，公司已根据中国证监会的规定和监管要求，制定上市后适用的《公司章程（草案）》，对利润分配尤其是现金分红的条件、比例和股票股利的分配条件等作出了详细规定，完善了公司利润分配的决策程序及机制。同时，公司制定《安徽省渠道网络股份有限公司上市后三年股东分红回报规划》，以制度的形式稳定公司对股东的中长期回报，

维护公司股东享有的资产收益权利。

（二）董事、高级管理人员关于填补回报措施能够得到切实履行的承诺

公司全体董事、高级管理人员对公司本次发行填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

1、本人不会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、本人将对职务消费行为进行约束，保证本人的任何职务消费行为均为履行本人职责所必须的花费，并严格接受公司的监督与管理。

3、本人不会动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

4、本人将尽责促使由董事会或薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并严格遵守相关制度。

5、本人将尽责促使公司未来拟公布的公司股权激励的行权条件（如有）与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并严格遵守相关条件。

本人如未履行上述承诺，则本人将在股东大会及中国证券监督管理委员会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；发行人有权将应付本人的现金分红（如有）、薪酬、津贴等予以暂时扣留，直至本人实际履行上述承诺义务为止；如因未履行承诺导致发行人或投资者遭受经济损失的，本人将依法予以赔偿。

五、相关责任主体关于失信补救措施的承诺

（一）发行人关于失信补救措施的承诺

发行人承诺，如未能履行公开承诺事项的，将接受如下约束措施：

1、本公司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、提出替代承诺以尽可能保护投资者的利益，替代承诺在经股东大会审议后予以实行；

3、对监管机构认定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。

（二）控股股东关于失信补救措施的承诺

发行人控股股东中视在线承诺：“如未能履行公开承诺事项的，本公司需接受如下约束措施：

1、本公司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、提出替代承诺以尽可能保护投资者的利益，替代承诺在经股东大会审议后予以实行；

3、不得转让本公司所持渠道网络的股份（因被强制执行、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），暂不领取渠道网络分配利润中归属于本公司的部分，直至承诺履行完毕或替代承诺措施实施完毕；

4、如因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归渠道网络所有；

5、如因未履行公开承诺事项给投资者或渠道网络造成损失的，本公司依法赔偿投资者损失。”

（三）实际控制人关于失信补救措施的承诺

发行人实际控制人尤东云承诺：“如未能履行公开承诺事项的，本人需接受如下约束措施：

1、本人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、提出替代承诺以尽可能保护投资者的利益，替代承诺在经股东大会审议后予以实行；

3、如持有渠道网络的股份，本人不得转让渠道网络股份（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），暂不领取渠道网络分配利润中归属于本人的部分，直至承诺履行完毕或替代承诺实施完毕；

4、可以职务变更但不得主动要求离职；

5、主动申请调减或停发薪酬或津贴；

6、如因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归渠道网络所有；

7、本人未履行公开承诺事项，给投资者或渠道网络造成损失的，依法赔偿投资者损失。”

（四）董事、监事、高级管理人员关于失信补救措施的承诺

发行人董事、监事、高级管理人员承诺：“如未能履行公开承诺事项的，本人需接受如下约束措施：

1、本人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、提出替代承诺以尽可能保护投资者的利益，替代承诺在经股东大会审议后予以实行；

3、如持有渠道网络的股份，本人不得转让渠道网络股份（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），暂不领取渠道网络分配利润中归属于本人的部分，直至承诺履行完毕或替代承诺实施完毕；

4、可以职务变更但不得主动要求离职；

5、主动申请调减或停发薪酬或津贴；

6、如因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归渠道网络所有；

7、本人未履行公开承诺事项，给投资者或渠道网络造成损失的，依法赔偿投资者损失。”

六、发行前滚存利润分配安排及公司的股利分配政策

根据 2016 年 10 月 20 日召开的 2016 年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》，对于本次公开发行股票前公司的历年滚存利润，由公司本次发行前后的新老股东按照持股比例共享。

七、本次发行后公司股利分配政策

根据 2016 年 10 月 20 日召开的 2016 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》以及《关于<安徽省渠道网络股份有限公司上市后三年股东分红回报规划>的议案》，公司发行后的利润分配政策以及未来分红规划情况如下：

（一）利润分配的原则

公司在经营状况良好、现金能够满足正常经营和长期发展需求的前提下，应积极实施利润分配政策，利润分配应重视对投资者的合理投资回报，保持利润分配的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定；公司利润分配还应兼顾公司合理资金需求的原则，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。

（二）利润分配的形式

公司可以采用现金、股票、现金与股票相结合方式分配利润。公司分配股利时，优先采用现金分红的方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

（三）利润分配的期间间隔

公司一般按照会计年度进行利润分配，在符合现金分红条件的情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，也可以根据公司的资金需求状况进行中期利润（现金）分配。

（四）现金分红的具体条件及最低比例

1、公司在同时满足如下具体条件时应当实施现金分红

（1）公司该年度的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后

利润）为正值；

（2）审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

（3）公司未来十二个月内无重大资金支出。

2、现金分红的最低比例

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

（1）公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；

（2）公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；

（3）公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前述第（3）项处理。

（五）发放股票股利的条件

公司可以根据公司实际情况采取股票股利分配，如公司不具备现金分红条件或董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配或公司经营情况良好在满足现金分红后时，采用股票股利进行利润分配的，公司董事会应综合考虑公司成长性、每股净资产等摊薄因素。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

八、发行人持续盈利能力的核查结论

对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括市场竞争加剧导致产品价格下降风险、市场需求波动风险等，详情参见本招股说明书“第四节 风险因素”。

经核查，保荐机构认为，公司所处行业发展前景较好，主营业务突出，报告期内业务发展态势良好，具备较强的成长性和持续盈利能力。

九、发行人成长性风险

发行人未来发展过程中将面临成长性风险。保荐机构出具的《发行人成长性专项意见》系基于对发行人生产经营的内部环境和外部环境审慎核查后，基于分析发行人的现有发展状况作出的判断。发行人未来的成长受宏观经济、细分领域市场前景、市场竞争、行业技术、上游行业、下游行业以及发行人创新能力、产品服务质量、营销能力、内部控制水平等综合因素的影响。如果上述因素出现不利变化，将可能导致公司盈利能力出现波动，公司从而无法顺利实现预期的成长性。

十、风险提示

发行人提醒投资者认真阅读招股说明书第四节“风险因素”的全部内容，并特别关注其中的以下风险因素：

（一）市场竞争风险

公司属于互联网信息服务行业，主要从事互联网招商信息发布与营销服务。互联网行业发展较快，且行业内竞争激烈。近年来一些大型综合性互联网公司开始涉足互联网招商领域，例如，分类信息网站的招商加盟频道等。较于上述综合类互联网公司，公司属于垂直型互联网公司，资产规模尚小。

另外，由于互联网行业相关技术进步较快，互联网信息发布、营销形式不断演进，以精准营销、内容营销为代表的多种营销形式持续发展。与公司的信息发布形式形成了竞争关系。

在未来的市场竞争中，如公司无法及时做出有效调整应对上述竞争，维护并持续扩大用户访问，保持或提高用户转化率，并吸引更多企业客户，将对公司的业务、盈利状况产生重大不利影响，甚至可能出现营业利润同比下滑超过 50% 的情形。

（二）成本上升风险

公司的主要成本为互联网媒体营销资源，报告期内其占营业成本的比例分别为 95.73%、95.74%、92.32% 和 91.50%。近年来，随着互联网普及率的提高，互

联网媒体的流量持续上升，其营销资源价格存在上升态势，其对公司的不利影响主要体现于两方面：一是增加公司控制成本难度，挤压公司利润空间，影响公司的盈利能力；二是营销资源采购将增加公司的资金占用量，增加公司的资金压力。此外，人力成本也是公司业务成本的重要部分，报告期内，公司职工薪酬总额分别为 5,460.16 万元、6,858.49 万元、8,835.04 万元和 4,247.82 万元，呈不断上涨态势。近年来互联从业人员的薪酬水平也呈不断上升趋势。未来，如果公司不能有效消化上述成本上涨因素，将会对公司的持续盈利能力产生重大不利影响，甚至可能导致公司营业利润同比下滑超过 50% 的情形。

（三）经营业绩波动风险

报告期内，公司实现的主营业务收入分别为 32,402.70 万元、43,579.01 万元、38,314.05 万元和 17,689.79 万元，同期公司实现的净利润分别为 927.39 万元、244.35 万元、2,677.19 万元和 1,061.37 万元（以上均为合并口径），公司的盈利水平存在较大的波动性。在实际经营过程中，公司除面临着市场竞争加剧、成本上升的不利因素外，可能还面临着宏观经济下滑导致的下游客户需求下降、核心人才流失、主管部门监管政策变化、外部经营环境恶化以及其他无法预知或不可控制的风险因素，该等风险因素的发生均会对公司经营业绩产生不同程度的不利影响，如上述风险因素产生叠加效应，则可能导致公司营业利润同比下滑超过 50% 的情形。

目 录

本次发行概况.....	2
发行人声明.....	3
重大事项提示.....	4
一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺	4
二、上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的承诺	9
三、关于因信息披露重大违规的相关承诺	14
四、关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺	16
五、相关责任主体关于失信补救措施的承诺	18
六、发行前滚存利润分配安排及公司的股利分配政策	21
七、本次发行后公司股利分配政策	21
八、发行人持续盈利能力的核查结论	22
九、发行人成长性风险	23
十、风险提示	23
目 录	25
第一节 释义.....	31
第二节 概览.....	35
一、公司基本情况介绍	35
二、发行人的控股股东、实际控制人情况	36
三、公司主要财务数据及财务指标	37
四、募集资金用途	38
第三节 本次发行概况.....	40
一、本次发行的基本情况	40
二、本次发行的相关当事人	41
三、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系	43

四、发行上市的相关重要日期	43
第四节 风险因素.....	44
一、市场竞争风险	44
二、成本上升风险	44
三、经营业绩波动风险	45
四、供应商集中风险	45
五、采购框架合同违约风险	45
六、信息安全风险	46
七、无法适应互联网移动化风险	46
八、行业监管政策变化风险	46
九、无法突破细分市场制约风险	46
十、客户发布信息的合规性风险	47
十一、核心人员流失风险	47
十二、技术进步风险	47
十三、募集资金投资项目风险	47
十四、互联网经济对实体经营渠道的冲击风险	48
十五、税收优惠风险	48
十六、经营场所主要为租赁方式取得的风险	48
十七、著作权纠纷风险	49
十八、净资产收益率下降风险	49
十九、管理能力无法适应业务发展的风险	49
二十、实际控制人不当控制的风险	49
二十一、引用信息或数据不能准确反映行业现状和发展趋势风险	50
二十二、证券市场风险	50
第五节 发行人基本情况.....	51
一、发行人基本情况	51
二、发行人的改制设立情况	51
三、发行人重大资产重组情况	55

四、发行人的股权结构	55
五、发行人子公司情况	55
六、持股 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况	59
七、发行人股本情况	67
八、拟公开发售股份的股东情况，股东公开发售股份事项对公司控制权、治理结构及生产经营等产生的影响	70
九、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况	70
十、股权激励及其他制度安排和执行情况	70
十一、公司员工人数及专业结构情况	70
十二、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施	71
第六节 业务和技术	74
一、公司主营业务、主要服务及其变化情况	74
二、公司所处行业基本情况	88
三、公司的行业竞争地位	107
四、影响公司发展的有利和不利因素	111
五、公司销售情况和主要客户	114
六、公司采购情况和主要供应商	117
七、公司主要固定资产、无形资产等资源要素情况	119
八、公司的核心技术来源及研发相关情况	127
九、公司在境外的生产经营情况	131
十、发行人未来三年发展规划及拟采取的措施	131
第七节 同业竞争与关联交易	136
一、发行人独立运行情况	136
二、同业竞争	137
三、关联方及关联关系	144

四、关联交易情况	147
五、关联交易履行程序及独立董事意见	152
六、公司控股股东、实际控制人及全体董事、监事、高级管理人员关于减少和规范关联交易的承诺	153
第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理.....	155
一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介	155
二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系	159
三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持股情况 ..	159
四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的其他对外投资情况	160
五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年的薪酬情况 ..	162
六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况	163
七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的协议	164
八、公司董事、监事、高级管理人员任职资格	165
九、董事、监事、高级管理人员近两年及一期变动情况	165
十、公司有关公司治理制度及履职情况	166
十一、公司内部控制制度情况	171
十二、发行人报告期内违法违规行情况	172
十三、发行人报告期内资金被占用和对关联方担保情况	173
十四、发行人资金管理、对外投资、担保事项的制度安排和执行情况 ..	173
十五、投资者权益保护情况	176
第九节 财务会计信息与管理层分析.....	178
一、最近三年及一期经审计的财务报表	178
二、审计意见	185
三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析 ..	185
四、会计报表的编制基准、合并财务报表范围及变化情况	187

五、主要会计政策和会计估计	187
六、公司主要税项及享受的税收优惠政策	208
七、分部信息	209
八、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表	209
九、主要财务指标	210
十、盈利预测报告	212
十一、会计报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项	212
十二、财务状况分析	212
十三、盈利能力分析	231
十四、现金流量分析	259
十五、首次公开发行股票事项对即期回报摊薄的影响分析	262
十六、发行人最近三年及一期实际股利分配情况及股利分配政策	268
第十节 募集资金运用.....	271
一、本次募集资金运用方案	271
二、募集资金投资项目与公司目前主营业务的关系	273
三、董事会对本次募集资金投资项目可行性的分析意见	273
四、本次募集资金投资项目的实施对发行人独立性的影响	274
五、募集资金投资项目概况	274
第十一节 其他重要事项.....	285
一、重要合同	285
二、对外担保情况	287
三、发行人涉及的重大诉讼或仲裁事项	287
四、发行人控股股东、实际控制人涉及的重大诉讼或仲裁事项以及报告期内重大违法违规情况	288
五、公司控股子公司涉及的重大诉讼或仲裁事项	288
六、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉重大诉讼或仲裁及刑事诉讼的情况	289
第十二节 有关声明.....	290

第十三节 附件..... 298

 一、备查文件 298

 二、备查文件的查阅 298

第一节 释义

本招股说明书中，除非另有所指，下列词语具有如下含义：

渠道网络、发行人或公司	指	安徽省渠道网络股份有限公司
渠道有限	指	安徽省渠道网络技术开发有限公司——公司前身
中视在线	指	安徽中视在线投资有限公司、曾用名中视在线国际传媒广告（北京）有限公司、安徽中视在线投资股份有限公司——公司控股股东
缙云投资	指	六安市缙云投资中心（有限合伙）——公司股东
北京渠道	指	北京市渠道网络技术开发有限公司——公司全资子公司
渠道外包	指	安徽渠道网络服务外包有限公司、曾用名合肥群邦信息技术开发有限公司——公司全资子公司
中视联动	指	中视联动科技（北京）有限公司——公司全资子公司
安徽飞雁	指	安徽飞雁股权投资管理有限公司
上海雁友	指	上海雁友进出口贸易有限公司
渠道易淘	指	渠道易淘网络科技（北京）股份有限公司
搜狐东林	指	北京搜狐东林广告有限公司
玖玖叁玖	指	玖玖叁玖网络技术（北京）有限公司
上海通路	指	上海通路快建网络服务外包有限公司
莱尔维思	指	莱尔维思服饰（北京）有限公司
奇美服饰	指	武汉奇美服饰有限公司
爱弗瑞	指	武汉爱弗瑞服饰有限公司
城市风尚	指	武汉城市风尚服饰有限公司
中网载线	指	中网载线控股有限公司，为“28 商机网（28.com）”等招商信息服务平台的运营商。
叁壹伍捌	指	重庆叁壹伍捌信息技术有限公司，为“3158 招商加盟网（3158.cn）”等招商信息服务平台的运营商。
百度	指	全球最大的中文搜索引擎、最大的中文网站。
搜狗	指	中国互联网领先的搜索、输入法、浏览器和其他互联网产品及服务提供商。
360	指	中国领先的互联网和手机安全产品及服务提供商，旗下运营产品包括 360 搜索。
58 同城	指	覆盖全领域的生活服务平台，业务覆盖招聘、房产、汽车、金融、二手及本地生活服务各个领域。
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

中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
“十三五”规划	指	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，简称“十三五”规划（2016-2020）
深交所	指	深圳证券交易所
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
A股	指	每股面值 1.00 元人民币之普通股
本次发行	指	发行人本次公开发行 A 股的行为
元	指	人民币元
《公司章程（草案）》	指	公司 2016 年第二次临时股东大会审议通过的《安徽省渠道网络股份有限公司章程（草案）》
报告期	指	2013 年度、2014 年度、2015 年度、2016 年 1-6 月
报告期末	指	2013 年末、2014 年末、2015 年末、2016 年 6 月末
保荐人、保荐机构、主承销商	指	国信证券股份有限公司
华普天健事务所、审计机构	指	华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）
国枫、发行人律师	指	北京国枫律师事务所
互联网	指	广域网、局域网及单机按照一定的通讯协议组成的全球计算机网络，功能强大、应用广泛。
互联网媒体	指	以互联网作为信息传播途径、营销介质的一种数字化、多媒体的传播媒介。
移动互联网	指	通过手机、平板电脑或其他便携式终端设备上实现的网络平台。
搜索引擎	指	根据一定的策略，运用特定的计算机程序从互联网上搜集信息，在对信息进行组织和处理后，为用户提供检索服务，将用户检索相关的信息展示给用户的系统。
门户网站	指	通向某类综合性互联网信息资源并提供有关信息服务的应用系统。
导航网站	指	一个集合较多网址，并按照一定条件进行分类的一种网站。
分类信息网站	指	以地域和行业（或类别等）多维度划分信息资源的网络信息平台。
社交网站	指	社会化网络服务（Social Network Service）的简称，通常是指在互联网上提供社交服务的网站，是重要的信息传播途径和营销介质。
APP	指	Application 的简称，通常是指手机、平板电脑或其他移动终端上的第三方应用程序。
SEM	指	搜索引擎营销（Search Engine Marketing），根据用户使用搜索引擎的方式利用用户检索信息的机会尽可能将营销信息传递给目标用户。
SEO	指	搜索引擎优化（Search Engine Optimization），是一种利用搜索引擎的搜索规则来提高自设链接在有关搜索引擎的自然排名的方式。

竞价	指	当互联网用户在搜索引擎搜索特定关键词是，搜索结果向其展示与其所搜索的关键词相关的特定营销内容的一种营销方式。由于推广主体为每一次关键词点击的价格为重要的决定推广链接展示位置的依据，被俗称为“竞价”。
GB/T19001—2008	指	现行质量管理体系要求，为国家标准化管理委员会根据国际标准组织（ISO）于 2008 年制定发布的 ISO 9001-2008 国际标准制定的国家质量管理体系文件。
策略	指	以客户需求为出发点，基于对客户项目所涉及产品、服务、品牌内涵、发展战略、受众行为为特点、媒体特点等诸多因素的深入理解，为客户量身定制的推广营销实施计划，为推广营销的纲领性指导。
投放	指	在互联网媒体上采购营销资源，实施营销策略的具体执行过程。
排期表	指	推广营销活动中的详细执行方案，通常包括营销内容在平台特定位置的具体投放时间、内容、实施方式、计价方式、投放周期、投放进度等细节信息。
稿单	指	公司内部的销售业务管理系统的记录，包括客户名称、信息发布位置、发布时间、应收金额等信息。
上稿	指	将项目招商信息页面，以文字链接或图片链接等形式进行发布至约定位置。
下稿	指	与客户合作结束后，将项目招商信息页面链接从约定位置撤下。
渠道商	指	企业营销渠道的一部分，包括代理商、经销商、加盟商等形态。
渠道投资者	指	有意愿成为企业渠道商的投资者，主要包括个人、小微企业等。
O2O	指	Online to Offline，线上到线下的简称。将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台。
B2B	指	Business-to-Business，企业与企业之间线上开展交易活动的商业模式。
Python	指	一种面向对象、解释型计算机程序设计语言，具有丰富强大的库。
Web	指	泛指互联网网页。
PHP	指	一种通用开源脚本语言，利于学习，使用广泛。
ROI	指	投资回报率，通过投资而应返回的价值。一般为通过营销推广所得收益与投放成本的比值，体现推广性价比。
G	指	GB，全称为 Gigabyte，为计算机存储容量单位,1GB=2 ³⁰ B。
T	指	TB，全称为 Terabyte，为计算机存储容量单位，1TB=2 ⁴⁰ B。
CRM	指	客户关系管理（Customer Relationship Management）
ERP	指	即 Enterprise Resource Planning，企业资源计划，制造业系统和资源计划软件。
CDN	指	内容分发网络（Content Delivery Network），尽可能避开互联网上有可能影响数据传输速度和稳定性的瓶颈和环节，使内容传输的更快、更稳定。
DNS	指	即 Domain Name System，域名系统，由解析器和域名服务器组

		成。域名服务器是指保存有该网络中所有主机的域名和对应 IP 地址，并具有将域名转换为 IP 地址功能的服务器。
IOS	指	苹果公司开发的移动操作系统。
CNNIC	指	中国互联网络信息中心，为国家网络基础资源的运行管理和服务机构
爬虫技术	指	是一种按照一定的规则，自动地抓取万维网信息的程序或者脚本。
Nginx	指	高性能 Web 和反向代理处理器，支持高连接并发，适宜作为负载均衡服务器。
Hadoop	指	由 Apache 基金会所开发的分布式系统基础架构。
Kafka	指	一种高吞吐量的分布式发布订阅消息系统，可以处理消费者规模的网站中的所有动作流数据。
Spark	指	云计算领域的并行计算框架开源项目。
B/S	指	Browser/Server，浏览器/服务器模式，统一了客户端，将系统功能实现的核心部分集中到服务器上，简化了系统的开发、维护和使用。
MySQL	指	一个关系型数据库管理系统，将数据保存在不同的表中，增加了访问速度，提高了灵活性。
CPC	指	每点击成本（Cost Per Click），即以每点击一次计费

注：本《招股说明书》若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，为四舍五入原因造成。

第二节 概览

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

一、公司基本情况介绍

（一）公司概况

公司名称：安徽省渠道网络股份有限公司

住所：安徽省六安市经济技术开发区创新创业服务中心

法定代表人：尤东云

注册资本：4,800 万元

成立日期：2010 年 6 月 12 日

整体变更日期：2014 年 12 月 26 日

经营范围：第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务，业务覆盖范围为全国。）；第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）；软件开发、软件销售、网络技术开发及服务，电子商务、广告设计制作、代理发布、广告策划、业务培训服务、网站运营以及会务、会展，销售电子计算机及外围设备、电子产品及配件、计算机软硬件开发销售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可经营该项目）。

公司网址：<http://www.qudaowangluo.com/>

截至本招股说明书签署日，渠道网络股权结构如下表所示：

序号	股东名称	持股数额（股）	持股比例（%）
1	中视在线	23,287,500	48.52
2	尤东云	8,628,430	17.98
3	刘波	7,168,550	14.93

4	缙云投资	3,742,500	7.80
5	黄梅	1,359,000	2.83
6	朱鹏杰	754,020	1.57
7	李海军	675,000	1.41
8	翁军	450,000	0.94
9	胡光全	450,000	0.94
10	丁志雄	450,000	0.94
11	邹志英	450,000	0.94
12	王晴	405,000	0.84
13	常松敏	180,000	0.38
合计	-	48,000,000	100.00

（二）主营业务情况

公司主要从事互联网招商信息发布与营销服务，具体业务包括互联网招商信息发布业务和互联网营销资源代理业务。其中，互联网招商信息发布业务主要是基于自主运营的互联网招商信息服务平台，主要包括“78 创业商机网（78.cn）”、“89178 商机网（89178.com）”、“爱商网（23.cn）”等，为企业客户提供方案策划、创意设计、信息发布、信息反馈等服务，以及基于互联网招商信息服务平台延伸的会员服务、外包服务等招商增值服务。公司的互联网营销资源代理业务主要是代理销售搜索引擎、门户网站等互联网媒体营销资源。

二、发行人的控股股东、实际控制人情况

公司的控股股东为中视在线。截至本招股说明书签署日，中视在线直接持有公司 2,328.75 万股股份，持股比例为 48.52%，中视在线的基本情况，详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、持股 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（二）控股股东、实际控制人基本情况”。

公司实际控制人为尤东云。截至本招股说明书签署日，尤东云直接持有公司 862.84 万股股份，通过中视在线实际控制公司 2,328.75 万股股份，合计控制发行人有表决权股份的 66.49%。关于尤东云的基本情况，详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）公司董事会成员”。

三、公司主要财务数据及财务指标

华普天健已对发行人报告期内的财务报告出具了标准无保留意见的审计报告，主要财务数据如下：

（一）资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
流动资产	12,589.98	12,054.64	9,216.08	8,543.95
非流动资产	6,515.82	6,656.36	4,677.53	3,418.56
资产合计	19,105.80	18,711.01	13,893.60	11,962.51
流动负债	4,739.98	5,341.78	4,831.12	4,366.89
非流动负债	4,154.82	4,219.59	3,729.53	3,313.91
负债合计	8,894.79	9,561.37	8,560.65	7,680.80
股东权益合计	10,211.01	9,149.64	5,332.95	4,281.70

（二）利润表主要数据

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
营业收入	17,689.79	38,314.05	43,659.42	32,402.70
营业利润	1,107.51	2,695.04	264.26	1,026.83
利润总额	1,195.01	2,774.27	277.55	1,112.62
净利润	1,061.37	2,677.19	244.35	927.39

（三）现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
经营活动产生的现金流量净额	863.53	4,854.33	-1,810.66	3,131.02
投资活动产生的现金流量净额	-6,299.10	-1,262.04	-1,103.99	-1,700.20
筹资活动产生的现金流量净额	0.00	1,649.15	542.12	1,453.51
现金及现金等价物净增加额	-5,435.57	5,241.44	-2,372.54	2,884.34

（四）主要财务指标

指标	2016-6-30	2015-12-31	2014-12-31	2013-12-31
----	-----------	------------	------------	------------

流动比率（倍）	2.66	2.26	1.91	1.96
速动比率（倍）	0.99	1.97	1.51	1.78
母公司资产负债率（%）	38.49	43.73	43.35	53.40
指标	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
总资产周转率（次/年）	1.87（年化）	2.35	3.38	4.23
应收账款周转率（次/年）	295.10（年化）	116.64	85.30	125.07
销售毛利率	33.66%	34.76%	25.88%	28.84%
加权平均净资产收益率（归属于公司普通股股东的净利润）	10.96%	40.29%	5.38%	24.29%

注：上述财务指标计算如果特别指出，均为合并财务报表口径，其计算公式如下：

（1）流动比率=流动资产÷流动负债

（2）速动比率=速动资产÷流动负债，速动资产=流动资产-预付账款-存货-其他流动资产-一年内到期的非流动资产

（3）母公司资产负债率=母公司负债总额÷母公司资产总额

（4）总资产周转率=销售收入总额/资产平均总额（销售收入*2/（期初+期末））

（5）应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

（6）加权平均净资产收益率 $=P / (E_0 + N_p \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P对应于归属于公司普通股股东的净利润；N_p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；E_i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；E_j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；M_i为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

四、募集资金用途

发行人本次申请首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市所募集资金在扣除发行费用后，拟根据项目轻重缓急依次用于以下项目：

序号	项目名称	募集资金投入（万元）
1	移动互联网招商信息服务平台研发、运营及推广项目	13,617
2	运营管理系统核心模块研发项目	6,290
合计		19,907

若实际募集资金净额不能满足上述拟投资项目的全部资金需求，不足部分由公司自筹解决。若本次发行的实际募集资金净额超过上述项目的需求，公司将按

照经营需要及有关管理制度，将多余资金用于补充其他与主营业务相关的营运资金。本次发行募集资金到位之前，发行人根据以上项目进度的实际情况自筹资金先行投入的，可在募集资金到位之后按照有关规定予以置换。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

股票种类	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00元
发行股数	本次发行仅限于新股发行，发行股数占发行后总股本的比例不低于25.00%且不超过1,600万股，最终发行数量以中国证监会核准的数量为准。
每股发行价格	【】元/股
发行市盈率	【】倍（每股收益按照【】年度经审计的扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	【】元（按照【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
发行市净率	【】倍（按照发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采取以网下向询价对象询价配售和网上资金申购相结合的方式，或者中国证监会许可的其他发行方式。
发行对象	符合资格的境内自然人、法人等投资者（国家法律法规禁止者除外）。
承销方式	主承销商余额包销
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
发行费用概算	保荐费用：【】万元
	承销费用：【】万元
	审计费用：【】万元
	律师费用：【】万元
	评估费用：【】万元
	发行手续费用：【】万元

二、本次发行的相关当事人

（一）发行人：安徽省渠道网络股份有限公司

名称：安徽省渠道网络股份有限公司

法定代表人：尤东云

住所：安徽省六安市经济技术开发区科技创新服务中心

联系电话：0564-3636399

传真号码：0564-3636399

联系人：王晴

（二）保荐机构（主承销商）：国信证券股份有限公司

法定代表人：何如

住所：深圳市罗湖区红岭中路 1012 号国信证券大厦十六层至二十六层

保荐代表人：陈晔、崔威

项目协办人：侯英刚

其他经办人：李龙侠、韩江华、谢琳娜、肖喻铭、周子捷、靳海宇

电话：0755-82134633

传真：0755-82131766

（三）发行人律师：北京国枫律师事务所

负责人：张利国

住所：北京市东城区建国门内大街 26 号新闻大厦七层

电话：010-88004488

传真：010-66090016

经办律师：秦桥、王媛媛

（四）会计师事务所：华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：肖厚发

主要经营场所：北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外经贸大厦 901-22 至 901-26

电话：010-66001391

传真：010-66001392

经办注册会计师：占铁华、杨杰

（五）发行人评估机构：中水致远资产评估有限公司

法定代表人：肖力

住所：北京市海淀区大钟寺十三号华杰大厦十三层 B8

电话：0551-62646305

传真：0551-62652879

经办注册资产评估师：方强、张旭军

（六）拟上市交易所：深圳证券交易所

住所：深圳市深南东路 5045 号

电话：0755-82083333

传真：0755-82083164

（七）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

法定代表人：周宁

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

电话：0755-25938000

传真：0755-25988122

（八）保荐机构（主承销商）收款银行：中国工商银行深圳分行深港支行

户名：国信证券股份有限公司

账号：4000029129200042215

三、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系

截至本招股说明书签署日，发行人与本次发行有关的中介机构及其负责人、高级管理人员及经办人员之间不存在任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、发行上市的相关重要日期

事项	日期
刊登发行公告的日期	【】年【】月【】日
询价推介的日期	【】年【】月【】日—【】年【】月【】日
刊登定价公告的日期	【】年【】月【】日
申购日期	【】年【】月【】日
缴款日期	【】年【】月【】日
预计股票上市日期	【】年【】月【】日

请投资者关注公司及保荐机构（主承销商）国信证券在相关媒体披露的公告。
本次发行的股票于发行后将尽快在深圳证券交易所挂牌交易。

第四节 风险因素

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

一、市场竞争风险

公司属于互联网信息服务行业，主要从事互联网招商信息发布与营销服务。互联网行业发展较快，且行业内竞争激烈。近年来一些大型综合性互联网公司开始涉足互联网招商领域，例如，分类信息网站的招商加盟频道等。较于上述综合类互联网公司，公司属于垂直型互联网公司，资产规模尚小。

另外，由于互联网行业相关技术进步较快，互联网信息发布、营销形式不断演进，以精准营销、内容营销为代表的多种营销形式持续发展。与公司的信息发布形式形成了竞争关系。

在未来的市场竞争中，如公司无法及时做出有效调整应对上述竞争，维护并持续扩大用户访问，保持或提高用户转化率，并吸引更多企业客户，将对公司的业务、盈利状况产生重大不利影响，甚至可能出现营业利润同比下滑超过 50% 的情形。

二、成本上升风险

公司的主要成本为互联网媒体营销资源，报告期内其占营业成本的比例分别为 95.73%、95.74%、92.32% 和 91.50%。近年来，随着互联网普及率的提高，互联网媒体的流量持续上升，其营销资源价格存在上升态势，其对公司的不利影响主要体现于两方面：一是增加公司控制成本难度，挤压公司利润空间，影响公司的盈利能力；二是营销资源采购将增加公司的资金占用量，增加公司的资金压力。此外，人力成本也是公司业务成本的重要部分，报告期内，公司职工薪酬总额分别为 5,460.16 万元、6,858.49 万元、8,835.04 万元和 4,247.82 万元，呈不断上涨态势。近年来互联网从业人员的薪酬水平也呈不断上升趋势。未来，如果公司不能有

效消化上述成本上涨因素，将会对公司的持续盈利能力产生重大不利影响，甚至可能导致公司营业利润同比下滑超过 50% 的情形。

三、经营业绩波动风险

报告期内，公司实现的主营业务收入分别为 32,402.70 万元、43,579.01 万元、38,314.05 万元和 17,689.79 万元，同期公司实现的净利润分别为 927.39 万元、244.35 万元、2,677.19 万元和 1,061.37 万元（以上均为合并口径），公司的盈利水平存在较大的波动性。在实际经营过程中，公司除面临着市场竞争加剧、成本上升的不利因素外，可能还面临着宏观经济下滑导致的下游客户需求下降、核心人才流失、主管部门监管政策变化、外部经营环境恶化以及其他无法预知或不可控制的风险因素，该等风险因素的发生均会对公司经营业绩产生不同程度的不利影响，如上述风险因素产生叠加效应，则可能导致公司营业利润同比下滑超过 50% 的情形。

四、供应商集中风险

公司很大程度上需要整合互联网媒体营销资源，吸引渠道投资者访问公司的互联网招商信息平台，其中主要供应商为搜索引擎类媒体，以百度为主。报告期内，公司对百度营销资源的采购额占主营业务成本的比例均分别为 66.83%、65.78%、69.15% 和 69.75%，目前公司对百度营销资源存在重大依赖。未来，如果公司与百度无法延续业务合作，且公司不能从其他互联网媒体及时采购到有效的替代营销资源，将对公司的经营产生重大不利影响。

五、采购框架合同违约风险

公司对主要搜索引擎媒体采购营销资源时一般是与其签署框架合同作为基本合同，并对合作内容、推广形式、框架任务金额、框架返点与折扣、保证金等进行约定。以与百度签订的框架合同的“框架任务”相关条款为例，如果合同有效期内，公司的实际现金消费未达承诺的框架任务金额，则百度公司有权执行包括不予退还保证金、要求返回优惠差额甚至不再享受优惠政策在内的约束措施。因此，公司如果违反采购框架合同的相关规定且未能取得对方谅解，将对公司经营产生不利影响。

六、信息安全风险

公司从事互联网招商信息发布和营销服务，业务经营过程中积累了企业客户以及平台用户的一些数据资源，包括公司、客户、平台用户的商业信息或个人信息。上述数据资源的安全性、可靠性对公司经营有重要意义。如公司遭受互联网恶意软件、病毒影响，或受到黑客攻击，或者公司内部人员不当操作等，可能会造成公司数据信息、商业机密泄露，不仅损害公司的市场声誉，还会对公司业务和经营业绩造成不利影响。

七、无法适应互联网移动化风险

目前手机已成为我国最主要的互联网接入设备，互联网用户不断由 PC 端向移动端迁移，截至 2016 年 10 月末，我国移动互联网用户总数已超过 10 亿，移动互联网正在不断影响着上网用户使用习惯。为顺应移动互联网发展趋势，公司除通过手机 WAP 网站进行招商信息发布，不断加大对移动互联网营销资源采购力度外，还进一步研发了移动互联网招商信息服务平台——78 商机 APP。78 商机 APP 已于 2016 年初成功上线，但 78 商机 APP 能否顺利替代公司 PC 端的招商信息发布平台存在较大不确定性。未来，如果公司不能有效将 PC 端形成的平台优势顺利过渡到手机端，则公司会面临下游客户流失风险，从而对公司经营业绩产生重大不利影响。

八、行业监管政策变化风险

公司的主营业务为互联网招商信息发布和营销服务。互联网作为新兴产业，其发展过程总体受到国家鼓励，互联网已对国民经济及生活产生日益深刻的影响，由于我国互联网行业的快速发展，导致互联网行业监管整体滞后于行业发展，未来，国家可能出台更为严格的行业监管法规，并对行业整体的发展产生影响，进而使公司面临行业监管政策变化风险。

九、无法突破细分市场制约风险

报告期内，公司毛利的 90% 来自招商信息发布业务，而招商信息发布属于互联网分类信息行业内的一个细分领域，行业较为垂直。同时，招商信息类互联网公司的自有流量较小，其增加访问量的主要方式是向百度等综合性互联网公司采

购流量资源。根据百度提供给公司的行业数据，2014 年度、2015 年度，在招商行业百度搜索引擎营销资源投放金额中，公司投放量最大，如以对百度投放量来反映市场份额的话，公司已占据了较大市场份额。未来，如果公司的招商信息不能对渠道投资者形成持续吸引力，且不能有效突破细分市场约束，则公司存在行业空间受限，经营业绩成长性不足的风险。

十、客户发布信息的合规性风险

公司目前要求对客户基本资料和项目相关资料进行审核，但如客户提供虚假信息或采取其他方式规避公司审查，可能导致公司发布的信息违反相关法律法规。尽管公司与客户合同约定，如客户原因导致公司承担连带责任或先行赔付责任等损失，客户应全额补偿公司损失。虽然报告期内公司未遭受该等损失，但公司不能完全排除该等情况的发生。而一旦发生发布虚假甚至欺诈等违法违规信息，不仅可能使公司遭受经济损失，而且有可能损害公司的声誉，从而对公司的业务和经营业绩产生不利影响。

十一、核心人员流失风险

互联网公司的发展很大程度上依赖核心人员的专业知识和行业经验，公司已拥有以总经理尤东云为核心的管理、运营、技术团队，是公司持续健康发展的重要保障。尽管公司与董事、监事、高管人员和核心技术人员签署了竞业禁止协议，但公司核心人员依然存在因个人原因离职可能，同时公司不能及时找到胜任的替代人选。从而对公司发展产生不利影响。

十二、技术进步风险

公司所属的互联网行业技术进步较快，应用形态不断丰富，从门户网站发展到搜索引擎、社交网络、移动互联网等，预计未来仍将延续这一态势。一旦某种应用形态兴起，就会产生或分流大量用户。公司如不能跟随行业发展趋势，进行技术升级或采用新技术，以创新服务或产品，改善用户体验，公司可能面临用户流失，或不能获取不断增长的新用户，从而对公司业务及经营成果产生不利影响。

十三、募集资金投资项目风险

公司本次募集资金拟投资于“移动互联网招商信息服务平台研发、运营及推广项目”、“运营管理系统核心模块研发项目”，投资总额分别为17,500万元、7,090万元。公司对本次发行募集资金投资项目均进行审慎论证，综合考虑了公司现有经营条件、未来发展规划以及行业发展趋势、市场竞争环境等因素。但互联网行业发展较快，募投项目实施期间上述因素可能发生变化，能否顺利实施以及能否达到预期效果均存在一定风险。另外，“移动互联网招商信息服务平台研发、运营及推广项目”中推广费用支出较大，新开发的移动应用平台若不能快速吸引大量用户并带来相应的收入增长，可能会对推广期间的盈利能力产生重大不利影响，甚至导致公司出现显著的利润下滑。

十四、互联网经济对实体经营渠道的冲击风险

公司所属行业的下游客户主要采取连锁经营、区域代理等实体经营方式构建销售渠道。随着以电子商务为代表互联网经济的发展，销售渠道互联网化趋势凸显，并对以销售实物产品为主的下游客户形成较大冲击。报告期内，公司及时调整经营策略和客户结构，积极拓展餐饮等服务型客户，并取得了良好效果。但未来，随着互联网经济的进一步发展，可能催生新的经营模式并对公司目前服务型客户产生冲击，如公司无法及时做出应对策略并有效实施，公司的业务和经营业绩将会受到不利影响。

十五、税收优惠风险

公司为安徽省经济和信息化委员会认定的软件企业，根据《企业所得税法》及相关税收规定，2013年、2014年享受12.5%的企业所得税优惠税率。公司2011年起被认定的高新技术企业，并于2014年通过复审（证书编号为GF201434000161）。根据高新技术企业的有关税收优惠政策，公司2015年、2016年享受15%的企业所得税优惠税率。如果国家的上述税收优惠政策发生变化，或公司不再符合享受税收优惠政策条件，则公司的经营业绩将受到不利影响。

十六、经营场所主要为租赁方式取得的风险

公司主要从事互联网招商信息发布与营销服务，所需的经营场所主要用于日常办公，报告期内公司主要采用租赁方式取得经营场所，其中4处房产的出租方

尚未取得房屋产权证书。经营场所主要依靠租赁且部分房产权属存在瑕疵可能对公司未来经营产生一定程度的不利影响，主要体现为，一是续租或新租赁办公场所时可能面临租金大幅上涨的风险，二是因无法续租而搬迁短期影响正常经营。

十七、著作权纠纷风险

公司旗下平台会采取内容营销的方式进行推广，如包括发表招商、创业经验分享的文章来吸引用户，虽然公司已制定相关管理制度，但存在公司员工对著作权相关法律法规理解不到位，不规范引用的情况，从而导致平台发布的文章存在著作权纠纷的可能。报告期内，公司与北京三面向版权代理有限公司共产生著作权纠纷 7 宗。未来，如果公司不能保证相关制度的执行效果，则可能产生著作权纠纷，并产生赔偿风险。

十八、净资产收益率下降风险

本次发行后，公司的净资产将大幅增加，而募集资金从投入和项目实施完毕、产生效益需要一定时间，因此，短期内公司的效益可能难以与公司的净资产同步增长，相应地，公司的净资产收益率存在下降风险。

十九、管理能力无法适应业务发展的风险

报告期内，公司为适应行业发展不断调整和优化业务结构，盈利能力逐渐改善。尽管公司的管理团队均具有丰富的行业管理经验，但行业的快速发展对公司管理能力提出新的挑战和要求。如公司无法适应行业变化和自身发展对市场开拓、营运管理、财务管理、内部控制等多方面的要求，将影响公司的经营和发展，从而对公司经营业绩产生不利影响。

二十、实际控制人不当控制的风险

截至本招股说明书签署之日，公司实际控制人尤东云是公司的主要创始人，通过直接和间接方式合计控制公司股份的比例为 66.49%。本次发行完成后，尤东云仍对公司具有实际控制能力。尽管公司已建立起较为完善且有效运作的公司治理机制，但尤东云仍可能通过表决权甚至个人影响力控制公司的经营决策、人事任免等重大事项，并对公司及其他股东造成不利影响。

二十一、引用信息或数据不能准确反映行业现状和发展趋势风险

公司招商信息发布属于细分行业，目前由权威机构、知名第三方机构对该行业的研究较少，公司于本招股说明书中所引用相关的信息或数据，主要通过公开查询、调研、访谈等方式取得。公司所引用的行业信息或数据可能无法准确反映行业现状和未来发展趋势。任何潜在投资者均应在阅读完整招股说明书的基础上充分考虑包括但不限于本节披露的风险因素，独立做出投资决策。

二十二、证券市场风险

影响股票价格波动的原因十分复杂，股票价格不仅受公司的经营状况、盈利能力和发展前景的影响，同时受国家的宏观经济状况、国内外政治经济环境、利率、汇率、通货膨胀、市场买卖力量对比、重大自然灾害以及投资者心理预期的影响而发生波动。我国资本市场属新兴市场，股票价格波动较境外成熟市场更大。因此，公司提醒投资者，购买本公司股票前，对股票市场价格的波动及股市的风险需有充分的认识。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

- （一）发行人名称：安徽省渠道网络股份有限公司
- （二）英文名称：Anhui Channel Network Co.,Ltd.
- （三）注册资本：4,800 万元
- （四）法定代表人：尤东云
- （五）公司成立日期：2010 年 6 月 12 日
- （六）整体变更为股份有限公司日期：2014 年 12 月 26 日
- （七）住所：安徽省六安市经济技术开发区科技创业服务中心
- （八）邮政编码：237000
- （九）电话号码：0564-3636399
- （十）传真号码：0564-3636399
- （十一）公司网址：<http://www.qudaowangluo.com/>
- （十二）电子邮箱：qudaowangluo@qudao.com
- （十三）信息披露和投资者关系负责部门、负责人及电话：

1、证券部电话：010-58359999-9798

2、董事会秘书：王晴

二、发行人的改制设立情况

（一）设立方式

公司的前身渠道有限系 2010 年 6 月 12 日由法人中视在线出资设立，注册资

本为 2,000 万元，出资方式为货币。2010 年 6 月 11 日，六安才兴会计事务所出具六才兴验字[2010]第 073 号《验资报告》对上述出资予以验证。2010 年 6 月 12 日，渠道有限取得安徽省六安市工商行政管理局核发的注册号 341504000009121 的《企业法人营业执照》。

公司系由渠道有限整体变更设立。2014 年 12 月 9 日，渠道有限全体股东签署发起人协议，以渠道有限全体股东作为发起人，以 2014 年 10 月 31 日为改制审计基准日，依据华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的会审字[2014]3219 号《审计报告》，以经审计的账面净资产 76,594,664.48 元折合 4,500.00 万股股份，每股面值 1 元，剩余计入资本公积。2014 年 12 月 25 日，华普天健出具了《验资报告》（会验字[2014]3331 号）对上述出资予以验证。2014 年 12 月 26 日，渠道网络取得安徽省六安市工商行政管理局核发的《营业执照》。

（二）发起人

公司系由渠道有限整体变更设立，设立时包括 15 名发起人。其中，中视在线、尤云东、刘波为持股 5% 以上的主要发起人。渠道网络设立时的股权结构如下表所示：

序号	股东名称	股份数量（股）	持股比例
1	中视在线	22,950,000	51.00%
2	尤东云	8,628,430	19.17%
3	刘波	7,168,550	15.93%
4	黄梅	1,359,000	3.02%
5	朱鹏杰	754,020	1.68%
6	李海军	675,000	1.50%
7	翁军	450,000	1.00%
8	胡光全	450,000	1.00%
9	丁志雄	450,000	1.00%
10	邹志英	450,000	1.00%
11	王晴	405,000	0.90%
12	张振杰	405,000	0.90%
13	樊震	337,500	0.75%
14	王辉	337,500	0.75%
15	常松敏	180,000	0.40%
合计		45,000,000	100.00%

1、自然人发起人的基本情况

（1）尤东云

尤东云先生，身份证号码 34242319761021****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：北京市房山区石楼镇吉羊村北一区 9-1 号。

（2）刘波

刘波先生，身份证号码 42220119640420****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：湖北省孝感市孝南区书院街城西巷一组。

（3）李海军

李海军先生，身份证号码 62210319790201****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：北京市海淀区北京科技大学学院路 30 号留。

（4）邹志英

邹志英女士，身份证号码 36040319800220****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：江西省九江市浔阳区梅绽坡三支巷 6 号 B 单元 202 室。

（5）王晴

王晴女士，身份证号码 12010419681111****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：北京市朝阳区望京西园四区 415 楼 2504 号。

（6）王辉

王辉女士，身份证号码 11010819810205****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：北京市门头沟区三家店中街 85 号院内甲 13 号。

（7）黄梅

黄梅女士，身份证号码 42220119710822****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：湖北省孝感市孝南区广场街园林路 8 号。

（8）朱鹏杰

朱鹏杰先生，身份证号码 35010419891107****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：福建省福州市仓山区新民街 78 号。

（9）翁军

翁军先生，身份证号码 34040419751106****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：安徽省淮南市田家庵区新淮青年村龙腾小区 13-1-11。

（10）胡光全

胡光全先生，身份证号码 34242319811123****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：安徽省霍邱县户胡镇严店村香店组。

（11）丁志雄

丁志雄先生，身份证号码 42092119761107****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：湖北省孝昌县花园镇花园村车站巷 89 号。

（12）张振杰

张振杰先生，身份证号码 11010519741020****，中国国籍，住所：北京市朝阳区小关东里十号院乙 2 楼 4 门 601 号。

（13）樊震

樊震先生，身份证号码 32128319781126****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：江苏省扬州市邗江区扬子江北路 1008 号。

（14）常松敏

常松敏女士，身份证号码 41302619640724****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：河南省固始县石佛店乡邓庙村瓦坊组。

2、法人企业发起人的基本情况

（1）中视在线

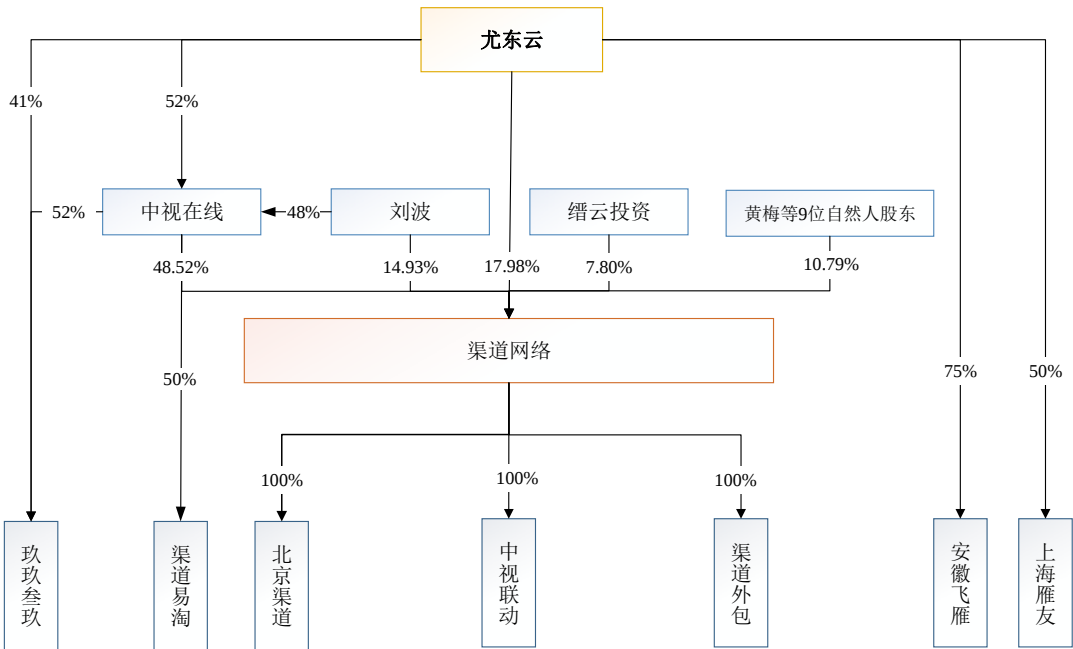
中视在线基本情况详见“第五节 发行人基本情况”之“六、持股 5%以上股份主要股东的基本情况”之“（二）控股股东与实际控制人基本情况”。

三、发行人重大资产重组情况

公司自设立以来未发生重大资产重组。

四、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司的股权结构情况如下图所示：



注：图中控股股东、实际控制人对外投资仅包含由控股股东、实际控制人控制的企业。

五、发行人子公司情况

截至本招股说明书签署日，本公司拥有三家全资子公司北京渠道、中视联动、渠道外包。

（一）北京渠道

1、基本情况

公司名称：北京市渠道网络技术开发有限公司

成立日期：2012 年 3 月 28 日

注册资本：100 万元

实收资本：100 万元

注册地址：北京市丰台区富丰路 2 号 2-30 幢二十四层 2805 号

主要生产经营地：北京市丰台区科技园航丰路 5 号

2、股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，北京渠道的股东构成及控制情况如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	渠道网络	100.00	100.00
合计		100.00	100.00

3、主营业务及发行人的关系

截至本招股书签署日，北京渠道的主营业务为互联网招商信息发布服务。北京渠道经营的主营业务与发行人主营业务中的互联网招商信息发布相同，不同之处在于北京渠道的互联网招商信息发布服务围绕“爱商网（23.cn）”、“96 商机精选（96.cn）”2 大平台开展，发行人的互联网招商信息发布服务围绕“78 创业商机网”、“中国餐饮加盟网（k18.com）”、“89178 商机网（89178.com）”、“小本创业网（36578.com）”、“2958 精品商机（2958.cn）”5 大平台开展。

4、主要财务数据

最近一年及一期，北京渠道的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	1,356.23	3,090.06
净资产	-1,236.28	-1,546.53
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
净利润	310.25	595.72

注：上述数据经华普天健审计。

（二）渠道外包

1、基本情况

公司名称：安徽渠道网络服务外包有限公司

公司曾用名：合肥群邦信息技术开发有限公司

成立日期：2012年8月2日

注册资本：100万元

实收资本：100万元

注册地址：合肥市蜀山新产业区汶水路电商园三期3栋E区

主要生产经营地：合肥市蜀山新产业区汶水路电商园三期3栋E区

2、股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，渠道外包的股东构成及控制情况如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	渠道网络	100.00	100.00
合计		100.00	100.00

3、主营业务及与发行人的关系

截至本招股书签署日，渠道外包的主营业务为互联网招商信息发布服务和互联网招商信息发布平台的相关增值服务，主要为基于“渠道网”的互联网招商信息发布服务，以及围绕“渠道网”、发行人和北京渠道的其他互联网招商信息发布平台的会员服务、招商外包等增值服务。

4、主要财务数据

最近一年及一期，渠道外包的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016年6月30日	2015年12月31日
总资产	535.99	845.28
净资产	-745.22	-870.63

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
净利润	75.41	-254.30

注：上述数据经华普天健审计。

（三）中视联动

1、基本情况

公司名称：中视联动科技（北京）有限公司

成立日期：2012 年 10 月 19 日

注册资本：500 万元

实收资本：500 万元

注册地址：北京市海淀区西三环北路 72 号 B 座 1602 室

主要生产经营地：北京市丰台区科技园航丰路 5 号

2、股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，中视联动的股东构成及控制情况如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	渠道网络	500.00	100.00
合计		500.00	100.00

3、主营业务及与发行人的关系

截至本招股说明书签署日，中视联动的主营业务为搜索引擎等互联网媒体营销资源代理业务。中视联动在对外经营搜索引擎、门户网站等互联网媒体营销资源代理业务的同时，为发行人及子公司北京渠道、渠道外包的招商信息发布业务提供互联网媒体营销资源，与发行人及北京渠道、渠道外包的招商信息发布业务产生协同效应，支持主业的发展。

4、主要财务数据

最近一年及一期，中视联动的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	4,785.50	5,423.69
净资产	627.76	610.38
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
净利润	17.39	146.45

注：上述数据经华普天健审计。

六、持股 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况

（一）持股 5%以上主要股东的基本情况

截至本招股说明书签署之日，持有公司 5%以上股份的主要股东为中视在线、尤东云、刘波与缙云投资。

1、中视在线

中视在线基本情况详见“第五节 发行人基本情况”之“六、持股 5%以上股份主要股东及实际控制人基本情况”之“（二）控股股东、实际控制人基本情况”。

2、尤东云

尤东云基本情况详见“第五节 发行人基本情况”之“六、持股 5%以上股份主要股东及实际控制人基本情况”之“（二）控股股东、实际控制人基本情况”。

3、刘波

刘波先生，身份证号码 42220119640420****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：湖北省孝感市孝南区书院街城西巷一组。刘波简历详见“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）公司董事会成员”。

4、缙云投资

郭文鹤为缙云投资的执行事务合伙人，是缙云投资的实际控制人。

截至招股说明书签署日，缙云投资的基本情况如下表所示：

成立时间		2015 年 12 月 17 日			
执行事务合伙人		郭文鹤			
认缴出资		1,309.875 万元			
实缴出资		1,309.875 万元			
注册地		安徽省六安经济技术开发区经三路东侧			
主要生产经营地		安徽省六安经济技术开发区经三路东侧			
主营业务		投资管理、股权投资			
主营业务与发行人主营业务关系		无			
合伙人及出资比例					
合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人姓名	出资额（万元）	出资比例
郭文鹤	0.20	0.015%	韩君乐	7.00	0.534%
尤东云	1,010.95	77.179%	张继兵	7.00	0.534%
王晴	61.075	4.663%	周黎	7.00	0.534%
李海军	17.50	1.336%	赵嘉琳	7.00	0.534%
邹志英	17.50	1.336%	胡龙文	7.00	0.534%
翁军	17.50	1.336%	尹合磊	7.00	0.534%
胡光全	17.50	1.336%	徐锦添	7.00	0.534%
丁志雄	17.50	1.336%	王利锁	7.00	0.534%
王忠波	17.50	1.336%	王玲	5.25	0.401%
艾新建	14.00	1.069%	李桂芳	5.25	0.401%
张小磊	14.00	1.069%	张泽华	3.50	0.267%
岳春梅	10.50	0.802%	刘天宇	3.50	0.267%
胡善媛	10.50	0.802%	卢晶	2.10	0.160%
韩飞	7.00	0.534%	刘建民	1.05	0.080%
最近一年及一期的财务数据					
项目		2016 年 6 月 30 日		2015 年 12 月 31 日	
总资产（元）		13,0987,500.00		11,917,500.00	
净资产（元）		129,999,640.39		11,917,500.00	
项目		2016 年 1-6 月		2015 年度	
净利润（元）		-		-	
以上财务数据是否经审计		否			

注 1：上述合伙人中，除郭文鹤为普通合伙人外，均为缙云投资的有限合伙人。

注 2：上述合伙人中，除郭文鹤外，均为发行人员工。

（二）控股股东、实际控制人基本情况

1、中视在线的基本情况

截至本招股说明书签署日，中视在线直接持有公司 2,328.75 万股股份，占总股本 48.52%，为公司第一大股东。中视在线持有股份数虽不足 50%，但是中视在线的股东尤东云、刘波均为公司董事会成员。中视在线的实际控制人尤东云（直接持有中视在线 52% 的股份，并担任执行董事）为公司的董事长、总经理，并通过中视在线和直接持股合计控制了公司有表决权股份的 66.49%，为公司的实际控制人。因此，中视在线持有公司的股份所享有的表决权足以对股东大会的决议产生重大影响，应认定为公司的控股股东。

（1）基本情况

公司名称：安徽中视在线投资有限公司

公司曾用名：中视在线国际传媒广告（北京）有限公司、安徽中视在线投资股份有限公司

法定代表人：尤东云

成立日期：2006 年 6 月 16 日

注册资本：100 万元

实收资本：100 万元

注册地址：合肥市蜀山新产业园汶水路电商园三期 3 栋 E 区

主要生产经营地：合肥市蜀山新产业区汶水路电商园三期 3 栋 E 区

（2）股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，中视在线的股东构成情况如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	尤东云	52.00	52.00
2	刘波	48.00	48.00
合计		100.00	100.00

（3）主营业务及与发行人的关系

截至本招股说明书签署日，中视在线的主营业务为股权投资和资产管理。除发行人外，中视在线主要持有玖玖叁玖的股权。

（4）主要财务数据

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	2,191.69	2,480.80
净资产	1,832.32	2,021.43
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
净利润	-197.32	-339.58

注：上述数据为中视在线单体报表数据，经北京市永恩力合会计师事务所有限公司审计。

2、实际控制人基本情况

截至本招股说明书签署日，尤东云先生直接持有公司股份 862.84 万股，通过控制中视在线间接控制公司 2,328.75 万股，合计控制公司有表决权股份的 66.49%，为公司的实际控制人。

尤东云先生，原名翁家俊，自 2012 年 5 月 18 日起更名为尤东云，身份证号码 34242319761021****，中国国籍，无境外永久居留权，住所：北京市房山区石楼镇吉羊村北一区 9-1 号。尤东云简历详见“第八节董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）公司董事会成员”。

（三）控股股东、实际控制人控制的其他企业

1、玖玖叁玖

（1）基本情况

公司名称：玖玖叁玖网络技术（北京）有限公司

成立日期：2007 年 11 月 19 日

注册资本：200 万元

实收资本：200 万元

注册地址：北京市丰台区富丰路2号2-30幢24层2802、2803室

主要生产经营地：北京市丰台区富丰路2号2-30幢24层2802、2803室

（2）股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，玖玖叁玖的股东构成情况如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	中视在线	104.00	52.00
2	尤东云	82.00	41.00
3	西藏易明西雅医药科技股份有限公司	14.00	7.00
合计		200.00	100.00

根据上表，中视在线为玖玖叁玖的控股股东，尤东云为其实际控制人。

（3）主营业务及与发行人的关系

截至本招股说明书签署日，玖玖叁玖的主营业务为保健食品的销售和互联网健康信息服务业务，其中，互联网健康信息服务主要通过久久健康网提供医疗健康资讯和咨询服务，包括疾病诊治信息、生活健康指导资讯、疾病查询等，网站受众为访问网站获取健康资讯的网民。

发行人运营的互联网招商信息服务平台主要为企业客户发布招商信息并提供相关增值服务，连接企业与下游的渠道投资者，协助企业建设销售渠道和营销网点，其主要客户为餐饮美食、美容养生、教育培训、汽车服务等行业的中小企业，受众主要为访问网站获取该等行业招商信息的渠道投资者。

（4）主要财务数据

最近一年及一期，玖玖叁玖的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016年6月30日	2015年12月31日
总资产	133.53	246.05
净资产	-2,807.87	-2,595.78
项目	2016年1-6月	2015年度
净利润	-212.09	-697.20

注：上述数据经北京市永恩力合会计师事务所有限公司审计。

2、安徽飞雁

（1）基本情况

公司名称：安徽飞雁股权投资管理有限公司

成立日期：2015 年 12 月 29 日

注册资本：1,000 万元

实收资本：0 元

注册地址：合肥市蜀山区新产业园汶水路电商园 3 期 3 号楼 E 区 4 楼

主要生产经营地：合肥市蜀山区新产业园汶水路电商园 3 期 3 号楼 E 区 4 楼

（2）股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，安徽飞雁的股东构成情况如下表所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	尤东云	750.00	75.00
2	王耀坚	100.00	10.00
3	刘春	50.00	5.00
4	骆勇	50.00	5.00
5	王昕	50.00	5.00
合计		1,000.00	100.00

根据上表，尤东云为安徽飞雁的控股股东和实际控制人。

（3）主营业务及与发行人的关系

安徽飞雁的主营业务为股权投资和资产管理。截至本招股说明书签署日，安徽飞雁尚未开展经营活动。

（4）主要财务数据

最近一年及一期，安徽飞雁的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	-	-
净资产	-	-
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
净利润	-	-

注：安徽飞雁于 2015 年 12 月 29 日成立，截至 2016 年 6 月 30 日股东尚未出资。

3、上海雁友

（1）基本情况

公司名称：上海雁友进出口贸易有限公司

成立日期：2014 年 6 月 27 日

注册资本：500 万元

实收资本：0 万元

注册地址：中国（上海）自由贸易试验区富特西一路 355 号 6 层 613J 室

主营业务：进出口贸易。

（2）股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，上海雁友的股东构成情况如下表所示：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	尤东云	250.00	50.00
2	陈奕民	150.00	30.00
3	陈功杰	100.00	20.00
合计		500.00	100.00

（3）主营业务及与发行人的关系

上海雁友的主营业务为进出口贸易，截至本招股说明书签署日，上海雁友尚未开展经营活动。

（4）主要财务数据

最近一年及一期，上海雁友的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	-	-
净资产	-	-
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
净利润	-	-

注：上海雁友截至 2016 年 6 月 30 日股东尚未实际出资，未开展经营活动。

4、渠道易淘

（1）基本情况

公司名称：渠道易淘网络科技（北京）股份有限公司

成立日期：2016 年 6 月 20 日

注册资本：1,000 万元

实收资本：0 万元

注册地址：北京市石景山区实兴大街 30 号院 3 号楼 2 层 A-2027 房间

主要生产经营地：北京市石景山区实兴大街 30 号院 3 号楼 2 层 A-2027 房间

（2）股东构成及控制情况

截至本招股说明书签署日，渠道易淘的股东构成情况如下表所示：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例（%）
1	中视在线	500.00	50.00
2	易淘星空网络科技（北京）有限公司	500.00	50.00
合计		1,000.00	100.00

中视在线与易淘星空网络科技（北京）有限公司各占渠道易淘 50%的股份，并各占渠道易淘 6 个董事会席位中的 3 个，双方构成对渠道易淘的共同控制。

（3）主营业务及与发行人的关系

截至本招股书出具日，渠道易淘尚未开展实际经营。

（4）主要财务数据

最近一年及一期，渠道易淘的主要财务数据如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 6 月 30 日	2015 年 12 月 31 日
总资产	-	-
净资产	-	-
项目	2016 年 1-6 月	2015 年度
净利润	-	-

注：截至 2016 年 6 月 30 日股东尚未出资。

（四）控股股东、实际控制人所持股股票的质押及其他争议情况

截至本招股说明书签署日，公司控股股东中视在线、实际控制人尤东云直接或间接持有的本公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

七、发行人股本情况

（一）发行人在本次发行前后的股本及其变动情况

本次公开发行前公司总股本为 4,800 万股。本次计划公开发行新股不超过 1,600 万股，公司现有股东不公开发售股份。

如果本次发行 1,600 万股，则本次公开发行前后公司股本结构及其变动情况如下表所示：

序号	股东姓名	发行前		发行后	
		持股数量（股）	持股比例	持股数量（股）	持股比例
1	中视在线	23,287,500	48.52%	23,287,500	36.39%
2	尤东云	8,628,430	17.98%	8,628,430	13.48%
3	刘波	7,168,550	14.93%	7,168,550	11.20%
4	缙云投资	3,742,500	7.80%	3,742,500	5.85%
5	黄梅	1,359,000	2.83%	1,359,000	2.12%

6	朱鹏杰	754,020	1.57%	754,020	1.18%
7	李海军	675,000	1.41%	675,000	1.05%
8	翁军	450,000	0.94%	450,000	0.70%
9	胡光全	450,000	0.94%	450,000	0.70%
10	丁志雄	450,000	0.94%	450,000	0.70%
11	邹志英	450,000	0.94%	450,000	0.70%
12	王晴	405,000	0.84%	405,000	0.63%
13	常松敏	180,000	0.38%	180,000	0.28%
本次公开发行股份		-	-	16,000,000	25.00%
总股本		48,000,000	100.00%	64,000,000	100.00%

（二）本次发行前公司前 10 名自然人股东及其在发行人处担任的职务

本次发行前，公司前 10 名自然人股东在公司任职情况如下表所示：

序号	姓名	持股数量（股）	任职情况
1	尤东云	8,628,430.00	董事长/总经理
2	刘波	7,168,550.00	董事
3	黄梅	1,359,000.00	监审部总监
4	朱鹏杰	754,020.00	-
5	李海军	675,000.00	董事/副总经理
6	翁军	450,000.00	销售部门副总裁
7	胡光全	450,000.00	销售部门副总裁
8	丁志雄	450,000.00	销售部门副总裁
9	邹志英	450,000.00	副总经理
10	王晴	405,000.00	董事/董事会秘书/财务总监

（三）外资股份和国有股份

截至本招股说明书签署日，公司不存在外资股和国有股份。

（四）最近一年发行人新增股东的持股情况及其变化情况

本招股说明书首次签署之日前一年内公司新增股东包括法人股东缙云投资。该等股东 2015 年 12 月 31 日以货币资金 1,191.75 万元对公司增资，其中 340.50 万元计入新增注册资本，其余 851.25 万元计入资本公积。2016 年 3 月 23 日，经渠道网络 2016 年第一次临时股东大会审议，同意王辉将其持有的渠道网络 33.75

万股转让给缙云投资。2016 年 4 月 25 日，王辉与缙云投资签订了《股权转让协议》。截至本招股说明书签署日，本次新增股东持股及其变化情况如下表所示：

序号	股东名称	股权性质	持股数量（万股）	持股比例
1	缙云投资	法人股	374.25	7.80%

1、公司 2015 年 12 月增资的背景

一方面渠道网络为扩大业务规模、后续研发等目的需要引进资金；另一方面公司希望员工能够分享公司多年成长收益，且员工看好公司的发展前景，有增资意愿。因此，设立缙云投资为公司的员工持股平台，对公司进行增资。除执行事务合伙人郭文鹤外，其他缙云投资合伙人均为公司员工。郭文鹤为公司实际控制人、董事长及总经理尤东云的配偶。

2、定价依据

缙云投资本次增资以公司净资产为基础协商定价，经协商，缙云投资出资金 1,191.75 万元，认缴新增注册资本 340.50 万元，占渠道网络股本的 7.09%。

根据华普天健出具的会审字[2016]第 2895 号审计报告，截至 2015 年 12 月 31 日渠道网络合并净资产为 9,149.64 万元，每股净资产为 1.91 元；母公司净资产为 11,456.41 万元，每股净资产为 2.39 元。本次增资为 3.5 元，即为在上述价格基础上进行一定的上浮后经协商确定的价格。

3、新增股东基本情况

缙云投资详细情况参见“第五节 发行人基本情况”之“六、持股 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况”之“（一）持股 5%以上主要股东的基本情况”。

（五）股东中战略投资者持股情况

公司不存在战略投资者投资情况。

（六）本次发行前发行人各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

关联股东的各自持股比例如下：

序号	股东名称	关联关系说明	直接持股比例
1	尤东云	持有发行人控股股东中视在线 52%股权；主要股东缙云投资 77.18%出资额（有限合伙人）	17.98%
2	中视在线	发行人股东尤东云持股 52%，刘波持股 48%	48.52%
3	刘波	持有发行人控股股东中视在线 48%股份	14.93%
4	缙云投资	缙云投资普通合伙人郭文鹤为尤东云的配偶	7.80%
5	翁军	翁军为尤东云的堂弟	0.94%
6	胡光全	胡光全之母翁家秀为尤东云的堂姐	0.94%
7	常松敏	常松敏为尤东云母亲的妹妹	0.38%

本次发行前，除上述披露关联关系外，公司各直接持股股东之间无其他关联关系。

八、拟公开发售股份的股东情况，股东公开发售股份事项对公司控制权、治理结构及生产经营等产生的影响

根据本次发行计划，本次公开发行全部为发行人公开发行新股，发行人股东无公开发售股份计划。

九、发行人内部职工股、工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股等情况

截至本招股说明书签署日，公司没有发行过内部职工股，不存在工会持股、职工持股会持股、信托持股、委托持股或股东数量超过二百人的情况。

十、股权激励及其他制度安排和执行情况

公司目前无正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励（如员工持股计划、限制性股票、股票期权）及其他制度。

十一、公司员工人数及专业结构情况

（一）正式员工

2013年末、2014年末、2015年末和2016年6月末，公司及各子公司在册员工分别为686人、874人、871人和644人。截至2016年6月末，公司及子公司的人员专业结构情况如下：

职能划分	员工人数（人）	占员工总数的比例
运营人员	301	46.74%
销售人员	110	17.08%
研发人员	141	21.89%
管理人员	49	7.61%
行政人员	43	6.68%

（二）劳务派遣

报告期内各期末，发行人不存在劳务派遣用工情况。

十二、发行人、发行人的股东、实际控制人、发行人的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员以及本次发行的保荐人及证券服务机构等作出的重要承诺、履行情况以及未能履行承诺的约束措施

（一）避免同业竞争的承诺

具体内容参见本招股说明书之“第七节 同业竞争和关联交易”之“二、同业竞争”之“（二）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺”。

（二）相关责任主体关于招股书真实、准确及完整的承诺

具体内容参见本招股说明书之“重大事项提示”之“三、关于因信息披露重大违规的相关承诺”。

（三）本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺

具体内容参见本招股说明书之“重大事项提示”之“一、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及相关股东持股及减持意向等承诺”。

（四）稳定股价的预案

具体内容参见本招股说明书之“重大事项提示”之“二、上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的承诺”。

（五）填补被摊薄即期回报的措施及承诺

具体内容参见本招股说明书之“重大事项提示”之“四、关于填补被摊薄即期回报的承诺”。

（六）关于规范和减少关联交易的承诺

具体内容参见本招股说明书之“第七节 同业竞争与关联交易”之“六、公司控股股东、实际控制人及全体董事、监事、高级管理人员关于减少和规范关联交易的承诺”。

（七）关于社保、住房公积金缴纳的承诺

公司实际控制人尤东云作出不可撤销承诺：“若发行人或其子公司住所地社会保险管理部门要求发行人或其子公司对社会保险费进行补缴，本人将无条件按主管部门核定的金额无偿代其补缴；若发行人或其子公司因未按规定为职工缴纳社会保险费而带来任何其他费用支出或经济损失，本人将无条件全部无偿代其承担。

若发行人或其子公司住所地住房公积金主管部门要求发行人或其子公司对住房公积金进行补缴，本人将无条件按主管部门核定的金额无偿代其补缴；若发行人或其子公司因未按照规定为职工缴纳住房公积金而带来任何其他费用支出或经济损失，本人将无条件全部无偿代其承担。”

（八）关于发行人守法经营的承诺

公司实际控制人尤东云作出不可撤销承诺：“自 2013 年 1 月 1 日至本次发行上市完成之日期间，发行人或其子公司若因经营过程中产生的任何不规范或违法违规行为被相关政府主管部门（包括但不限于工商、税务、环保、社保、公积金、国土、规划、住建、质监等行政主管部门）要求进行整改或被行政处罚，以及由

此导致发行人或其子公司遭受经济损失、其他费用等支出，本人将无条件全部无偿代其承担。”

第六节 业务和技术

一、公司主营业务、主要服务及其变化情况

（一）公司的主营业务及其变化情况

公司主要从事互联网招商信息发布与营销服务，其中：“招商”是指企业引导投资者经销本企业产品或服务，参与企业销售渠道的扩张过程，即招募商户共同发展终端市场的过程，投资者参与招商后，成为企业营销渠道的一部分，即渠道商，招商是企业拓展销售网络的重要手段，互联网招商信息发布是指将企业招商信息展示于公司运营的互联网平台，借助互联网在信息传播的广泛性、便捷性、实时性等优势，吸引渠道投资者参与招商；互联网营销资源代理服务主要是指公司代理销售搜索引擎、门户网站等互联网媒体营销资源。

公司的互联网招商信息发布业务全部是基于自主运营的互联网平台，包括“78 创业商机网（78.cn）”、“89178 商机网（89178.com）”、“爱商网（23.cn）”等，在招商信息发布过程中，公司为企业提供包括方案策划、创意设计、信息发布、反馈信息收集等一站式招商服务，以及基于该等服务延伸的会员服务、外包服务等招商增值服务。

公司自设立之始逐步承接控股股东中视在线的互联网招商信息发布和营销服务。报告期内，公司的主营业务未发生重大变化。

公司自设立以来，坚持自有平台的品牌战略，坚持技术创新和服务创新，致力于打造出优质的互联网招商信息发布平台，连接企业与下游的用户（渠道投资者），为企业提供高效的招商服务。2015 年度公司旗下各平台合计服务客户 1,769 家。

公司 2012 年位列工信部信息中心与电信研究院联合发布的 2012 年互联网信息服务收入前百家企业第 49 名；2013 年被工信部中小企业发展促进中心选为

“2013 中国中小企业首选服务商”；2014 年获工信部中国电子信息产业发展研究院颁发的“中国信息产业年度成长企业奖”。

（二）公司的主要服务及其用途

公司互联网招商信息发布业务包括招商信息发布服务和招商增值服务，互联网媒体营销资源代理业务包括搜索引擎代理和门户网站等其他互联网媒体代理。

1、互联网招商信息发布

（1）招商信息发布业务

招商信息发布业务通常指公司基于企业客户所提供的项目资料，通过自有的互联网招商信息服务平台进行信息发布服务，并通过平台搜集用户（主要是渠道投资者）对招商信息的反馈，从而精准连接企业客户与渠道投资者，促进企业客户的营销渠道建设。

① 招商信息服务平台

公司现运营的招商信息服务平台有“78 创业商机网（78.cn）”、“中国餐饮加盟网（k18.com）”、“爱商网（23.cn）”、“89178 商机网（89178.com）”、“小本创业网（36578.com）”、“96 商机精选（96.cn）”、“2958 精品商机（2958.cn）”七大平台。公司通过运营七大招商信息服务平台，覆盖不同的企业客户和渠道投资者人群，综合运用多样化的推广手段，从而构筑服务能力强大的“平台矩阵”。

公司自有的互联网招商信息服务平台具有一定程度的相似性。其主要推广手段为搜索引擎营销（SEM），通过采购搜索引擎的营销资源，吸引有投资意愿的用户（渠道投资者）参与招商。

A. 78 创业商机网



“78 创业商机网”为公司旗下最主要的招商信息服务平台，一般针对有较强市场竞争力和品牌运营能力的企业客户，相应地，对渠道投资者的投资门槛要求也较高。

“78 创业商机网”为公司品牌战略的主要承载者，公司采用包括聘请明星代言人、赞助热门电视剧等方式进行推广。同时，“78 创业商机网”还开发“创业保障计划”、创业红包、创业白条等特色服务，组织如“78 创业日”等特色活动。充分的品牌推广，有特色的服务及活动，促使“78 创业商机网”成为行业内品牌影响力较高的招商信息服务平台。

B.爱商网



“爱商网”是公司主要的招商信息服务平台之一，其营销特色主要是进行站内专题、社交网络等推广方式。该平台在环保、教育等领域招商有一定优势。

C. 89178 商机网



“89178 商机网”是行业较早运营的招商信息服务平台，其在服装鞋帽、美容养生等行业客户中有一定优势。

D.小本创业网



“小本创业网”侧重于初始投资金额较小的项目，一般在 5 万元左右。该平台收费方式较为灵活，既可采用按固定位置收费的方式，又可采用按招商效果收费的方式，便于客户选择。

E. 中国餐饮加盟网



“中国餐饮加盟网”为公司旗下的垂直行业招商信息服务平台。鉴于餐饮美食行业市场规模较大，该平台专注于餐饮美食行业招商，涵盖各种形态的细分餐饮美食项目，如中西美食、速食快餐、地方小吃、甜点茶饮等。

F. 96 商机精选



“96 商机精选”主要采用“招商效果”方式进行收费，“招商效果”是指渠道投资者通过平台对招商项目的有效反馈信息。该种模式是公司在收费方式上新的探索，有利于客户灵活调整招商预算。

G. 2958 精品商机



“2958 精品商机”是以服务渠道投资者为主的信息平台，服务市场主要定位于合肥、南京、长沙、上海等区域，是公司提升用户体验和用户粘性的平台创新尝试。

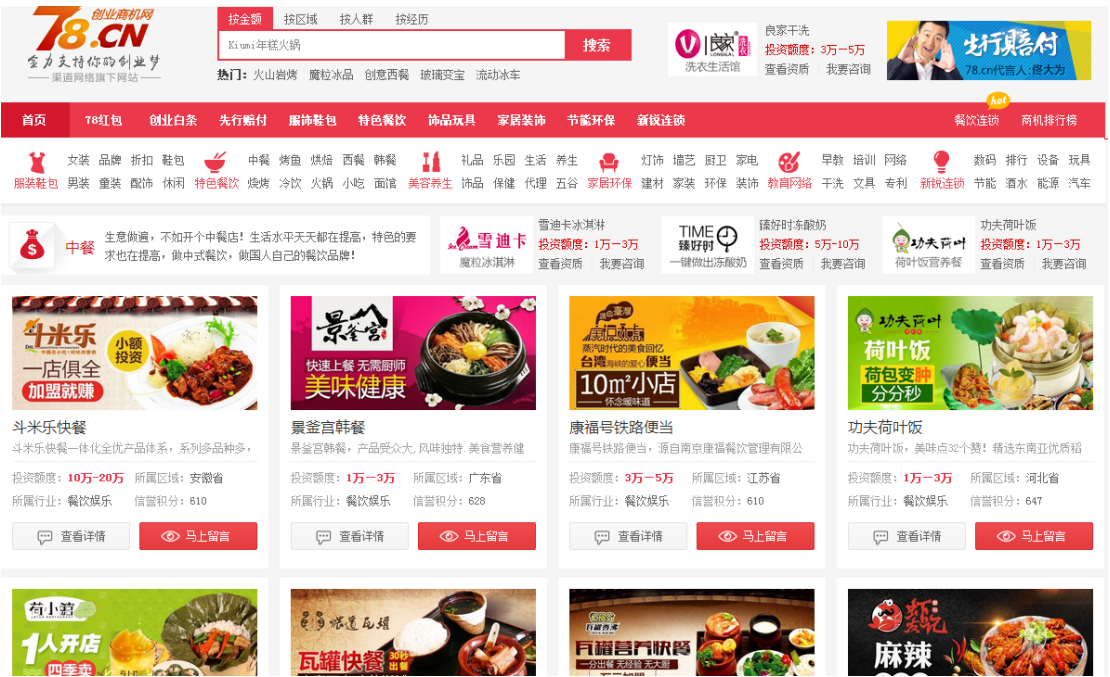
② 招商信息发布

该项服务具体是指将客户的招商项目信息发布在公司旗下的互联网平台上，以文字链接、图片链接的形式进行集中展示。项目信息页主要包括招商文案和海报页面，通常是由公司的专业团队基于客户提供的资料进行设计，再由公司审核人员对设计完成后的材料进行审核。审核通过后，生成具体的项目信息页面，最终发布于公司的互联网招商信息服务平台。

下图的下部为文字链接集中展示:



下图为图片链接及简略项目信息展示：



③ 营销推广

为进行招商信息推广，吸引更多的渠道投资者，公司主要通过采购互联网媒体的营销资源，将用户访问流量导入自有招商信息服务平台。公司合作的互联网媒体主要包括搜索引擎、社交网络、导航网站、分类信息平台、门户网站等，其中以搜索引擎为主。另外，公司还通过传统媒体如电视、纸媒体、户外媒体等对招商信息服务平台进行品牌推广。

④ 反馈信息收集

在招商项目信息页面，平台设有沟通专区，浏览此页面并有兴趣的用户可通过留言、电话回呼方式与企业客户沟通，或通过公司自主研发的在线即时通讯工具——通宝与企业客服人员直接联系，上述信息会储存在公司的数据库中，并提供给企业客户。

留言板（留言或电话）	通宝（咨询）
如果您对该项目感兴趣，请留言或使用免费电话咨询！ 免费电话回呼 无需话费，立即沟通！ 请输入您自己的电话号码 与企业免费通话 温馨提示：此次通话您的电话处于接收状态，无需承担任何费用。项目方会自动回拨您输入的电话，省时、省力、快速掌握无限商机。 法律声明 姓名： * 您的真实姓名 手机： * 请填写您的手机号码 回访：☒ 随时 ☐ 上班时间 ☐ 下班时间 请选择回访时间 地址： * 与您联系的重要方式 留言： 提交留言	通宝 您有新的信息 您正在与 金牌客服 聊天中 客服 23:40:00 您好！欢迎您的咨询，我是渠道通集团金牌客服，很荣幸为您服务，请问怎么称呼您，先生还是女士呢？ 客服 23:40:03 成功加盟减免780元创业红包 免费咨询 发送

(2) 招商增值服务

公司除提供招商信息发布业务外，还在基于互联网平台的增值服务方面进行探索，主要包括会员业务和外包业务。除此之外，公司提供过移动互联网应用程序分发、技术外包等业务。

① 会员业务

公司于 2013 年起开展“渠道通”会员业务。该项业务主要依托于“渠道网”平台为企业客户和用户免费注册会员，其中企业客户如享受增值服务，需要根据会员等级支付相应的费用。

公司会员业务整合了公司现有的互联网媒体资源和平台资源，企业客户和渠道投资者可在平台上推广项目信息或查找项目。针对付费会员，公司主要提供站内展示、矩阵曝光等增值服务。站内展示主要是通过“渠道网”进行展示（如下图），矩阵曝光主要是将会员的招商信息发布于公司旗下的招商信息平台的会员专区，会员业务的优势是，通过注册成为“渠道网”的会员，可以一定程度地共享公司全部招商平台的资源。



② 外包业务

外包业务主要是在公司的招商信息服务平台基础之上，为客户提供线下招商服务。公司可以为企业客户提供招商解决方案，包含招商项目研究、招商方案策划、展会组织邀约等。其中最主要的是线下的展会营销，即公司组织招商展会，邀请企业客户以及部分有意向的渠道投资者参加展会并现场沟通。因公司的业务板块调整，外包业务已经于 2016 年 2 月终止。

2、互联网营销资源代理服务

公司提供的互联网营销资源代理服务主要是互联网媒体营销资源代理业务，包括搜索引擎、门户网站等营销资源代理业务。其中门户网站业务营销资源代理销售业务已于 2014 年 6 月终止，当前公司的互联网营销资源代理业务主要是搜索引擎营销资源代理。

公司的互联网招商信息发布需要向互联网媒体采购大量营销资源。为与互联网招商信息发布业务产生协同效应，公司发展搜索引擎代理业务。该业务通过子公司中视联动开展，包括“搜索排名类”产品（竞价）、品牌专区等。

（三）主营业务收入的构成

报告期内，公司主营业务收入主要由互联网招商信息发布收入、互联网营销

资源代理收入构成，其构成具体情况如下：

单位：万元

分类	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
招商信息发布	16,497.48	93.26%	36,056.27	94.11%	34,383.98	78.90%	28,223.53	87.10%
互联网营销资源代理	1,192.30	6.74%	2,257.78	5.89%	9,195.04	21.10%	4,179.18	12.90%
合计	17,689.79	100%	38,314.05	100%	43,579.01	100%	32,402.70	100%

（四）经营模式及其变化情况

1、采购模式

（1）采购的主要内容

公司采购的主要是互联网媒体的营销资源，包括搜索引擎、门户网站、分类信息网站、导航网站等，其中以搜索引擎为主，主要供应商包括百度、搜狗、360等。

除此之外，公司还采购电视媒体、平面媒体资源，以对旗下的互联网招商信息服务平台进行品牌推广，该类主要供应商包括央视、地方卫视等。

（2）采购方式

公司的互联网媒体采购分为两种方式：直接采购和通过代理商采购。公司根据互联网媒体的不同销售政策，选择直接采购或通过代理商采购。

（3）供应商选择

① 互联网媒体采购

公司互联网媒体采购事务主要由市场中心具体负责。选择新的供应商时，公司会先小规模投放并进行效果测试，测试结束后，根据成本及该媒体推广效果情况进行评估，并以此作为下次采购决策的主要依据。对已有合作关系的互联网媒体的采购，公司会采取签订年度合作框架协议的形式。

② 传统媒体采购

传统媒体采购由市场中心负责，公司根据实际推广需求，制定投放策略。综合考虑媒体的受众群体与平台用户的匹配程度、收视率等因素后，公司选择合作媒体，并与之签订年度框架合同或单次广告发布合同。另外，公司还会以明星代言方式进行品牌推广。广告投放时，公司会组织人员不定期对广告播出情况进行抽查并记录。

（4）采购付款

公司对于供应商的付款包括两个部分；其一是保证金，保证金是根据合同约定预先支付，并在年度框架期限结束后根据合同约定处理；其二是对日常互联网媒体资源的采购款，如搜索竞价账户充值（搜索引擎一般采用“充值+消耗”的售卖模式，消耗记录与公司搜索关键词的出价直接相关，搜索引擎对公司收费主要通过 CPC 模式，即在搜索结果页的相应推广位置展示包含公司关键词的推广链接，搜索引擎用户每次点击推广链接，即对公司账户的一次扣费，消耗记录为账户扣费的加总）。日常互联网媒体资源采购付款又分为“先充值、后消费（预付款）”和“先消费、后充值（后付款）”两种类型，前者是由搜索竞价部门提出充值需求，再由采购部门汇总整理充值信息，经过审批后由财务部统一付款。后者是媒体服务商与公司媒介部门定期（一般以月度、季度为一期）对公司实际消费媒体资源量进行核对，经核对无误和审批后，将付款信息汇总至财务部门，由其统一付款。

2、运营模式

（1）互联网招商信息发布

公司互联网招商信息发布的运营流程主要包括：

① “信息审核”，即对初步达成合作意向的客户，审核客户信息和项目信息（企业法人营业执照、组织机构代码证、税务登记证、商标、企业代言人等）；

② “信息处理、方案策划”，即公司根据客户提供的项目信息和推广素材，对招商项目进行调查、研究、分析并形成推广策略和计划；

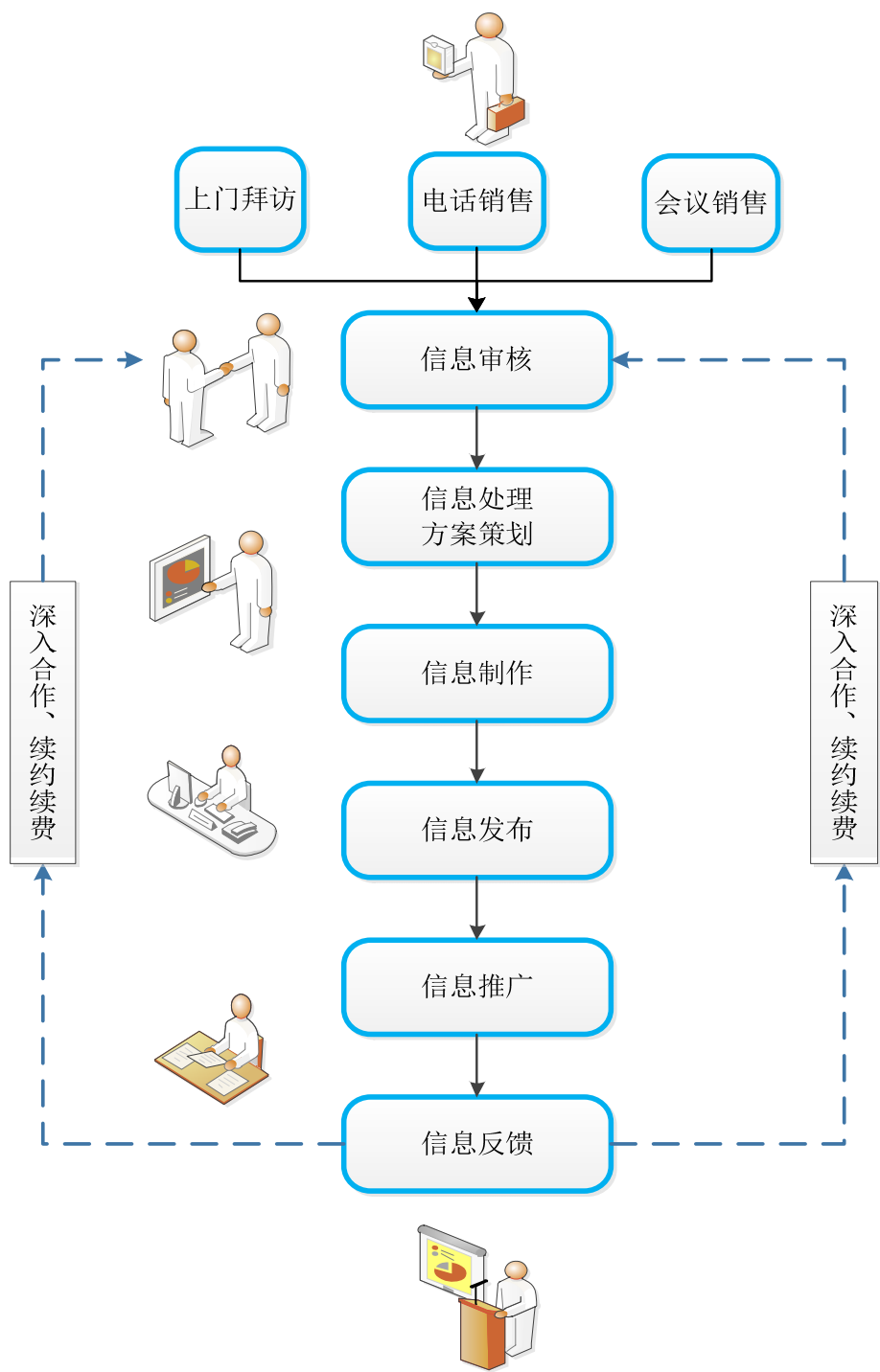
③“信息制作”，即公司基于上述调查研究，形成推广文案和海报页面，制成具体招商项目信息页；

④“信息发布”，即公司上传项目招商信息页面（“上稿”），以文字链接或图片链接等形式进行发布；

⑤“信息推广”，即公司利用互联网媒体资源吸引互联网用户访问公司的招商信息服务平台，其中以互联网搜索引擎为主要手段。此外，公司还通过电视媒体、平面媒体及线下活动等方式推广公司招商信息服务平台；

⑥“信息反馈”，即公司在具体招商信息页面设置“留言板”，用于收集渠道投资者对招商信息的反馈，为保证用户与客户沟通的高效性和及时性，公司还提供即时通讯工具“通宝”，便于用户与企业客户的直接沟通。

其流程示意图如下：



（2）互联网营销资源代理

公司当前的互联网营销资源代理主要是搜索引擎代理业务，其运营流程相对简单，公司全资子公司拥有百度核心代理商资格，先与客户进行合同谈判，确定

收费政策、返点政策等合同关键条款，之后与客户签订协议。公司主要为客户提供充值等服务。

3、销售模式

（1）互联网招商信息发布

报告期内，公司的销售方式为直销方式，主要通过电话销售、上门拜访和会展营销等方式接洽客户。

公司根据业务类型，服务定价模式不同：

① 招商信息发布业务：公司首先依据招商信息网页链接的发布平台、网页位置、发布形式以及市场竞争情况等制定网页位置报价表，根据客户的具体要求和发布时间确定最终合同金额。同时，公司还会并根据市场情况、付款方式等给予一定的价格优惠。另外，公司部分平台（如“96 商机精选”）还存在以按用户反馈信息数量进行收费的模式。

② 会员业务：按照会员服务期限，根据付费会员的服务级别确定收费标准。

③ 外包业务：由两部分组成，一是收取平台使用费，二是按照招商实际效果收取的佣金。

（2）互联网营销资源代理

公司的互联网媒体营销资源代理包括直接向最终客户销售和对二级代理商销售。互联网媒体营销资源的定价由互联网媒体决定，公司向客户收取的服务费以及互联网媒体的返利则由公司与客户协商确定。

4、结算模式

（1）收费模式

报告期内，公司的招商信息发布业务主要采取预收费模式，即公司收费后依据合同将项目招商信息页链接发布于互联网招商信息服务平台指定的位置（上稿）。合同期限完成后，如不继续合作，则将其招商信息链接从平台页面撤下（下

稿）。公司的会员业务主要采用预收费模式。公司外包业务的平台使用费采用预收费模式，按效果收费的佣金采用后收费模式。

公司的搜索引擎媒体代理主要采取预收费模式，即客户需要预先根据合同交纳保证金，其具体采购营销资源时，通常需先付款至公司，再由公司向搜索引擎充值。

（2）收款方式

公司互联网招商信息发布业务的多数客户以及互联网营销资源代理业务的部分客户为中小企业。报告期内，该等客户除以银行方式付款以外，还存在以现金付款、委托付款、通过第三方支付公司（拉卡拉、支付宝等）等方式进行付款的情况。

① 现金收款

报告期内，公司采取一系列措施降低现金收款，一是鼓励客户采取银行转款、拉卡拉等电子化方式付款，对“公对公”支付、委托支付等回款方式给予销售折扣，二是2014年下半年终止了现金支付比例较高的门户类网站代理业务。报告期内，公司现金收款占主营业务收入比例明显下降，2016年上半年没有发生现金收款。

② 委托支付

针对付款方与客户不一致的情形，公司要求客户明确委托付款人。2013年，公司将委托付款人作为格式合同条款。为进一步规范委托付款，2015年下半年起公司要求客户出具加盖公章的委托付款函作为合同的补充文件，明确被委托人与客户的关系、银行账户等相关信息。公司已采取相关激励政策以推动该制度的执行。

5、采用目前经营模式的原因及未来变化趋势

作为专业从事互联网招商信息发布与营销服务的公司，发行人拥有独立完整的采购、运营、销售和结算体系。公司根据主要服务的特点、上游供应情况、下

游行业市场竞争格局等因素，独立组织运营活动，形成当前的运营模式。

报告期内，公司的经营模式未发生重大变化。

（五）主要服务流程图

公司核心业务为互联网招商信息服务，其基本流程见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务、主要服务及其变化情况”之“（四）经营模式及其变化情况”之“2、运营模式之（1）互联网招商信息服务”。

二、公司所处行业基本情况

公司主要是为企业提供互联网招商信息发布与营销服务。根据证监会《上市公司行业分类指引》（2012 修订版），公司所属行业为互联网和相关服务业（I64）。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011），公司所属行业为“互联网和相关服务（I64）”类别下的“互联网信息服务（6420）”。

（一）行业管理体制与行业政策

1、行业主管部门及监管体制

互联网信息服务业的主管部门为中华人民共和国工业和信息化部（简称“工信部”），地方行政区域内主管部门为各地通信管理局。同时，公司从事的互联网营销资源代理业务属于互联网广告范畴，受中华人民共和国国家工商行政管理总局（简称“工商总局”）的监督和管理，地方行政区域内主管部门为各地工商行政管理局。

工信部和工商总局主要职责如下图所示：

部门	主要职能
工信部	提出新型工业化发展战略和政策；制定并组织实施工业、通信业的行业规划、计划和产业政策；监测分析工业、通信业运行态势；负责提出工业、通信业和信息化固定资产投资规模和方向（含利用外资和境外投资）、中央财政性建设资金安排的意见；拟订高新技术产业中涉及生物医药、新材料、航空航天、信息产业等的规划、政策和标准并组织实施；负责中小企业发展的宏观指导；统筹规划公用通信网、互联网、专用通信网，依法监督管理电信与信息服务市场等。作为行业管理部门，工信部主要是管规划、管政策、管标准，指导行业

部门	主要职能
	发展，但不干预企业生产经营活动。
工商总局	研究拟定工商行政管理方针、政策，组织起草有关法律、法规草案，制定并发布工商行政管理规章。依法组织管理各类企业（包括外商投资企业）和从事经营活动的单位、个人以及外国（地区）企业常驻代表机构的注册，核定注册单位名称，审定、批准、颁发有关证照并实行监督管理。依法组织监督市场竞争行为，查处垄断、不正当竞争、走私贩私、传销和变相传销等经济违法行为。依法组织监督市场交易行为，组织监督流通领域商品质量，组织查处假冒伪劣等违法行为，保护经营者、消费者合法权益。依法对各类市场经营秩序实施规范管理和监督。依法组织监管经纪人、经纪机构。依法组织实施合同行政监管，组织管理动产抵押物登记，组织监管拍卖行为，查处合同欺诈等违法行为。依法对广告进行监督管理，查处违法行为。负责商标注册和商标管理工作，保护商标专用权，组织查处商标侵权行为，加强驰名商标的认证和保护。依法组织监管个体工商户、个人合伙和私营企业的经营行为。领导全国工商行政管理业务工作。开展工商行政管理方面的国际合作与交流。

根据《互联网信息服务管理办法》的相关规定，国务院信息产业主管部门和省、自治区、直辖市电信管理机构，依法对互联网信息服务实施监督管理。新闻、出版、教育、卫生、药品监督管理、工商行政管理和公安、国家安全等有关主管部门在各自职责范围内依法对互联网信息内容实施监督管理。

根据《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理暂行办法》的相关规定，国务院工商行政管理部门主管全国的广告监督管理工作，国务院有关部门在各自的职责范围内负责广告管理相关工作。县级以上地方工商行政管理部门主管本行政区域的广告监督管理工作，县级以上地方人民政府有关部门在各自的职责范围内负责广告管理的相关工作。中国互联网协会以及各地互联网协会是行业的自律性组织，其业务范围主要包括团结互联网行业相关企业、事业单位和社会组织，向政府主管部门反映会员和业界的愿望及合理要求，维护会员合法权益，向会员宣传国家相关政策、法律、法规。制订并实施互联网行业自律规范和公约，协调会员关系，调解会员纠纷，促进会员间的沟通与协作，发挥行业自律作用，维护国家网络与信息安全、行业整体利益和用户权益。开展互联网行业发展状况、新技术应用以及其他影响行业发展的重大问题研究，发布统计数据和调研报告，向政府有关部门提出政策建议，为业界提供相关信息服务等。

2、行业法律法规及政策

公司的主要业务包括互联网招商信息发布和互联网营销资源代理，属于互联网行业。同时，公司的互联网营销资源代理业务涉及互联网广告，还需要受广告行业相关法规的管制。公司所属行业相关的重要法律、法规、政策和规范性文件如下表所示：

文件名	发布时间	文号/发布机构	主要影响
中国互联网络域名管理办法	2004.12	信息产业部令第 30 号	规定域名注册遵循“先申请先注册”的原则，域名注册完成后，域名注册申请人即成为其注册域名的持有者。
国务院关于进一步促进中小企业发展的若干意见	2009.9	国发[2009]36 号	提出要加快中小企业公共服务基础设施建设。完善中小企业信息服务网络，加快发展政策解读、技术推广、人才交流、业务培训和市场营销等重点信息服务。
互联网信息服务管理办法	2011.1	国务院令 588 号	规范互联网信息服务活动，促进互联网信息服务健康有序发展。
规范互联网信息服务市场秩序若干规定	2011.12	工信部令第 20 号	明确互联网信息服务市场，指出不得侵犯其他互联网信息服务提供者、用户等行为，对处罚措施进行了约定。
国务院关于大力推进信息化发展和切实保障信息安全的若干意见	2012.7	国发[2012]23 号	提出要推动信息化和工业深度融合，提高中小企业和制造业企业信息化水平。实施“宽带中国”工程，构建下一代信息基础设施。提升网络与信息安全监管能力。
进一步支持小型微型企业健康发展重点工作部门分工方案	2012.8	国办函[2012]141 号	提出实施中小企业信息化推进工程，重点提高小型微型企业生产制造、运营管理和市场开拓的信息化应用水平，鼓励信息技术企业、通信运营商为小型微型企业提供信息化应用平台。

文件名	发布时间	文号/发布机构	主要影响
电信和互联网用户个人信息保护规定	2013.7	工信部令第 24 号	规范用户个人信息收集、使用行为，提出针对用户个人信息的安全保障措施，明确相关从业者的法律责任。
中华人民共和国电信条例	2014.7	国务院令第 291 号	规范电信市场秩序，维护电信用户和电信业务经营者的合法权益，保障电信网络和信息的安全，促进电信业的健康发展。
电信服务质量监督管理暂行办法	2014.9	工业和信息化部令第 28 号	促进我国电信事业健康、有序、快速地发展，维护电信用户的合法权益，加强对电信业务经营者服务质量的监督管理。
国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见	2015.6	国发[2015]32 号	支持大众创业、万众创新，营造创业环境、释放创业活力、坚持政策协同、推动模式创新，发展“互联网+”创业服务，构建创业生态。
工业和信息化部关于印发贯彻落实《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》行动计划（2015—2018 年）的通知	2015.12	工信部信软[2015]440 号	明确小微企业信息化水平明显提高的目标，“互联网+”将成为国民经济发展的中长期行动指南。随着国家重视互联网对产业经济的积极作用。
电信业务分类目录	2015.12	工信部	适应电信业务发展的需要，规范电信业务类别，为从事电信业务相关企业提供更加清晰的分类依据。
“十三五”规划	2016.3	中国共产党第十八届五中全会	组织实施“互联网+”重大工程，加快基于互联网的商业模式、服务模式、管理模式及供应链、物流链等各类创新，培育“互联网+”生态体系，形成网络化协同分工新格局。

文件名	发布时间	文号/发布机构	主要影响
中华人民共和国广告法	2015.4	第十二届全国人民代表大会常务委员会第十四次会议修订	对广告内容、广告行为作出了明确的规定，明确审查机关及监督管理职责，对有关法律责任进行了规定。指出利用互联网从事广告活动适用于本法，公共场所的管理者或者电信业务经营者、互联网信息服务提供者对其明知或者应知的利用其场所或者信息传输、发布平台发送、发布违法广告的，应当予以制止。
互联网广告管理暂行办法	2016.7	国家工商行政管理总局令第 87 号	明确规定互联网广告的定义、范围；明确互联网广告的参与者的相应义务；对互联网广告活动中的行为进行了规范。

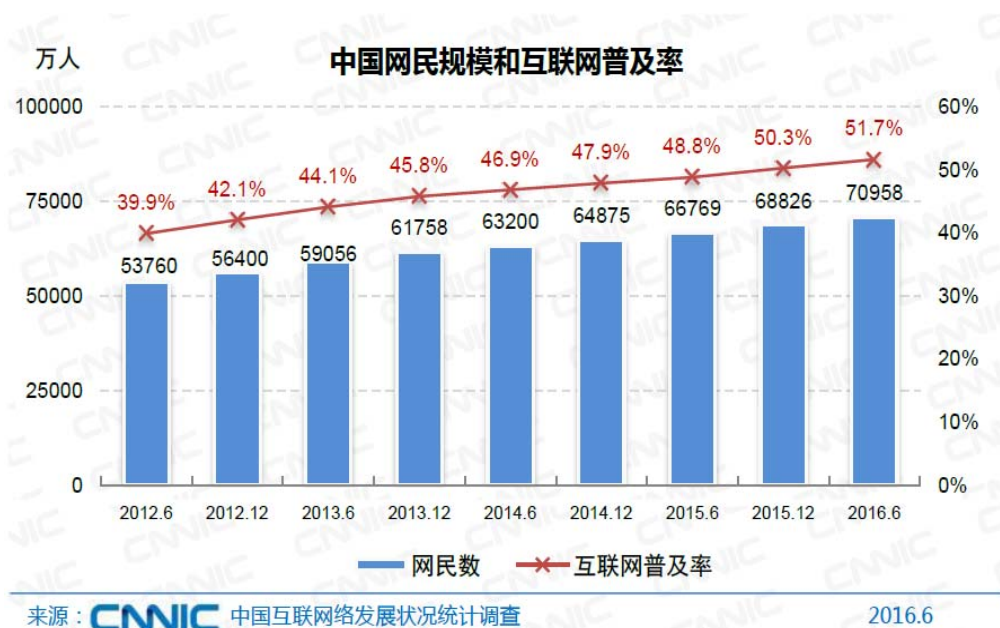
3、行业主要法律法规和政策对公司经营发展的影响

我国相关法律、法规及相关政策对行业的规范运作提出了较高的要求，该行业具有政策壁垒。如果不能够满足相关要求，则会面临被相关部门处罚的风险。公司需要不断加强管理，以满足国家的相关要求，保证经营的正常进行。同时，国家政府、主管部门鼓励互联网发展的产业政策，对互联网及相关企业的支持，营造了有利于公司发展的行业环境，对公司经营将起到促进与推动作用。

（二）行业发展状况及趋势

1、中国互联网行业的发展情况

互联网信息服务行业的发展是建立在互联网行业的迅速发展基础之上的。互联网在信息传播媒介，沟通中枢的作用越来越强，深入至社会经济生活的各个层面，覆盖了广大人群。截至 2016 年 6 月，中国总体网民规模达 7.10 亿，互联网普及率达 51.7%，保持持续的增长态势。

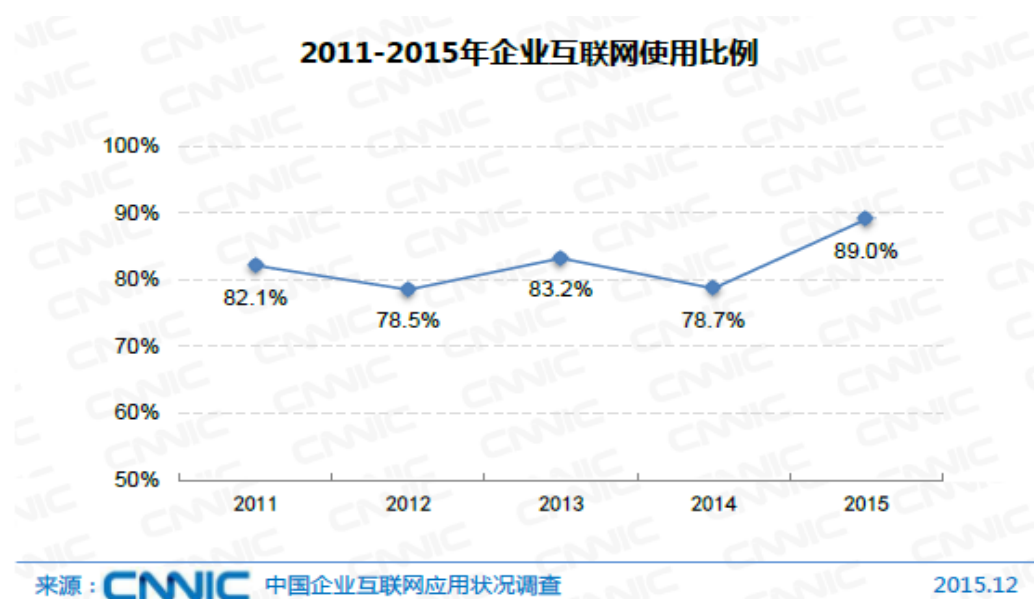


互联网的普及提供了一种全新的信息基础设施，各式各样的信息登录互联网平台，使之成为人们获取信息的重要途径。截至 2016 年 6 月，搜索引擎、网络新闻等信息应用的用户规模均保持稳健增长，分别为 5.93 亿人和 5.79 亿人，网民使用率分别达到 83.5%和 81.6%。

应用	2016 年 6 月末		2015 年 12 月末	
	用户规模（亿人）	网民使用率	用户规模（亿人）	网民使用率
搜索引擎	5.93	83.5%	5.66	82.3%
网络新闻	5.79	81.6%	5.64	82.0%

数据来源：中国互联网络发展状况统计报告（2016 年 7 月）

互联网行业的发展，同样改变着企业的经营活动，其相关技术广泛应用于企业的日常经营和管理。截至 2015 年 12 月，全国使用互联网办公的企业比例为 89.0%，远超过互联网普及率。



2、互联网招商信息服务行业发展状况

（1）互联网信息服务的类型

信息获取是网民上网的重要目的，为了满足网民对不同领域信息的需要，网络上产生了多种类型的信息服务平台，基于此类平台，行业企业提供相应的信息服务。代表性的平台如下：

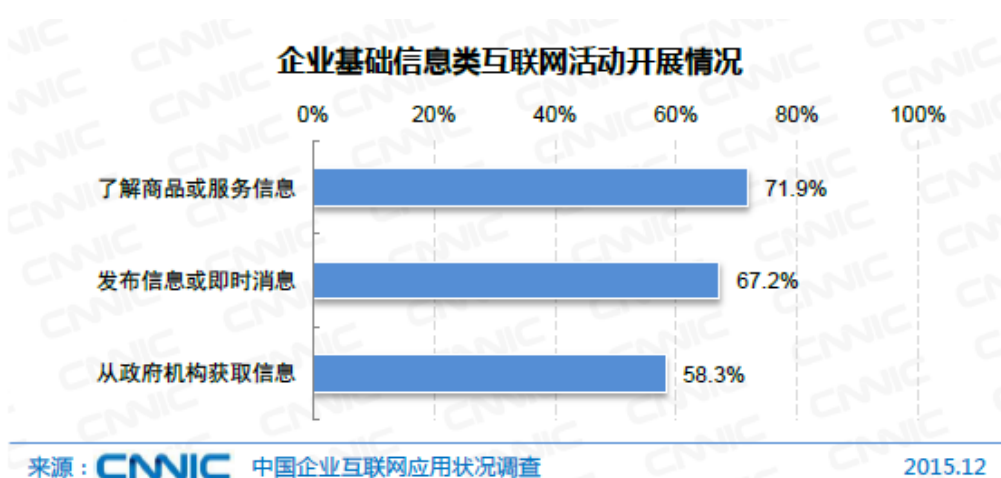
服务领域	代表性平台
职业发展、人力资源	智联招聘、前程无忧
房产信息	房天下、链家网
婚恋交友信息	世纪佳缘、百合网
金融信息	东方财富、同花顺
汽车信息	汽车之家、易车网
招商信息	78 创业商机网、28 商机网、3158 招商加盟网

（2）互联网招商信息服务行业的基本情况

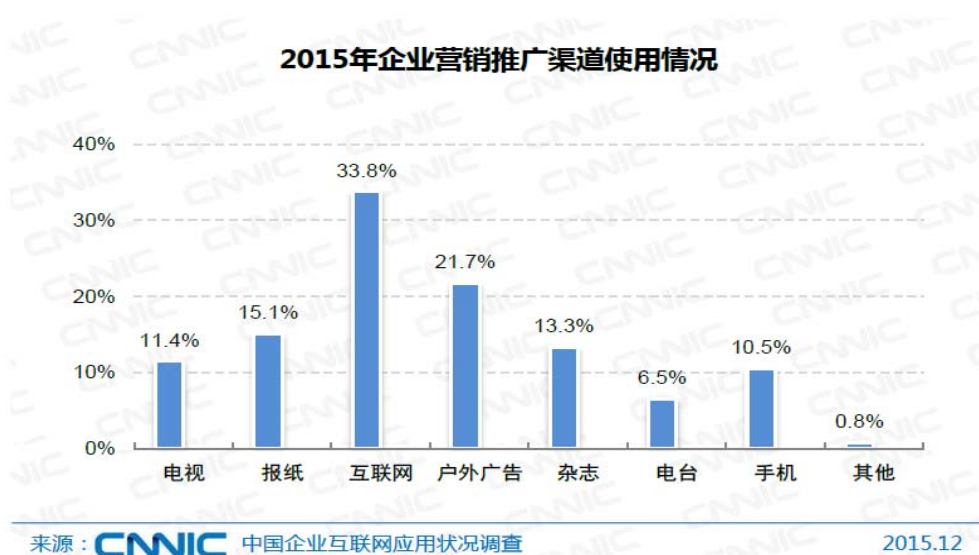
互联网招商信息服务主要应用于企业招商领域，受益于企业营销渠道的互联网化和互联网媒体的迅速发展，并具体承载于相应的信息服务平台。

互联网行业的快速发展，特别是企业应用互联网的发展，为互联网信息服务行业的发展奠定了良好的基础。基础信息类的互联网应用已经较为普及，截至 2015 年 12 月，分别有 71.9%、67.2%和 58.3%的上网企业开展过了解商品或服务

信息、发布信息或即时信息、从政府机构获取信息等基础信息类的互联网活动。



互联网媒体的出现是互联网招商信息服务行业的前置条件，因其信息量大、信息互动性强、信息可检索、互动性强、展示方式灵活等特点，自从其出现，其迅速发展成为一种重要的推广渠道。截至 2015 年 12 月，全国利用互联网开展营销推广活动的企业比例为 33.8%，为最受企业欢迎的推广渠道。



互联网招商信息服务平台是企业利用互联网进行信息发布、营销推广的新途径。互联网招商信息服务提供商通过整合互联网媒体营销资源，运营自有网络平台，通过该平台为招商企业（客户）发布大量招商信息，并采用多种推广技术吸

引用户（主要是渠道投资者），从而为客户与渠道投资者建立精准连接，并协助客户实现招商目标。互联网招商信息服务平台主要提供招商类信息，因此，相对于分类信息平台，公司属于垂直类互联网信息服务平台。

相对于搜索引擎、门户网站等数字媒体，互联网招商信息服务平台有如下显著特点，首先是提供深度服务，包括推广方案策划、创意产品设计、招商信息反馈等；其次是平台主要通过整合互联网媒体营销资源，采用各种推广手段来吸引用户。平台用户主要是有投资意愿的渠道投资者，因其有明确的信息需求，从而能够通过平台与企业建立精准连接。从用户角度看，平台能够提供大量招商信息，任何用户有很大的选择空间，可以按照其具体需求，浏览、查询招商信息服务平台发布的信息，及时与企业联系沟通，便捷地接触到丰富的创业投资商机。从企业客户角度看，招商信息服务平台为其提供优质、高效、专业的深度信息发布推广服务，将信息递送至精准的用户人群，便于其迅速拓展营销渠道。因此，互联网招商信息服务平台为企业客户与用户建立了精准的连接，搭建了双方在线沟通、交流的桥梁，降低了双方的交易成本，成为企业拓展营销渠道、用户投资创业的有效途径。

（3）互联网招商信息服务行业发展状况

互联网招商信息服务行业是随着互联网行业发展，于本世纪初出现的新型服务业，其主要利用互联网的强互动性、高时效性、海量信息等特点，提高企业招商的效率，降低交易成本。其招商涉及行业主要以消费品销售和生活服务为主。

早期的互联网招商信息服务平台均以“联展”的形式发布招商信息，主要为招商信息的简要展示，内容匮乏，发布推广的信息质量度较差，信用风险较高。服务的企业客户主要以服装鞋帽、化妆品等消费品为主。该时期，互联网招商信息服务平台主要从门户网站等早期互联网媒体处引入浏览量，对于其他互联网媒体的介入较少。起步较早的互联网招商信息服务平台包括“28 商机网（28.com）”等。

最近几年，我国经济进入了整体结构转型升级的新阶段，互联网行业快速发展，并对实体经济产生日益重要的影响，互联网招商信息服务平台的上下游行业

均出现一定变化。首先，行业的下游客户，受电子商务 C2C、B2C 平台蓬勃发展的影响，一些消费品的主要销售渠道开始转移至线上，受此影响，相关行业的线下实体店受到不同程度的冲击，而以餐饮美食、美容养生、教育培训、汽车服务等为代表的体验式生活服务业开始崛起。其次，互联网的流量入口发生较大变化，早期影响力较大的门户网站流量重要性下降，搜索引擎、SNS 社交网络、移动互联网等成为越来越重要的流量入口。再次，早期互联网招商信息服务平台粗放的经营模式也越来越不适应行业的发展，用户对招商信息的质量度提出了更高的要求，发布项目信息的诚信与否将极大影响平台整体的信誉度。行业内提高招商信息质量，确保诚信招商的呼声越来越高。

基于上述外部环境的重大变化，互联网招商信息服务平台行业出现分化，部分对市场调整滞后、营销资源采购不当或口碑较差的平台业务受到冲击，相应地，部分及时调整市场、布局新兴互联网媒体，或坚持品牌化战略、加强信息质量度管控的平台逐步壮大。

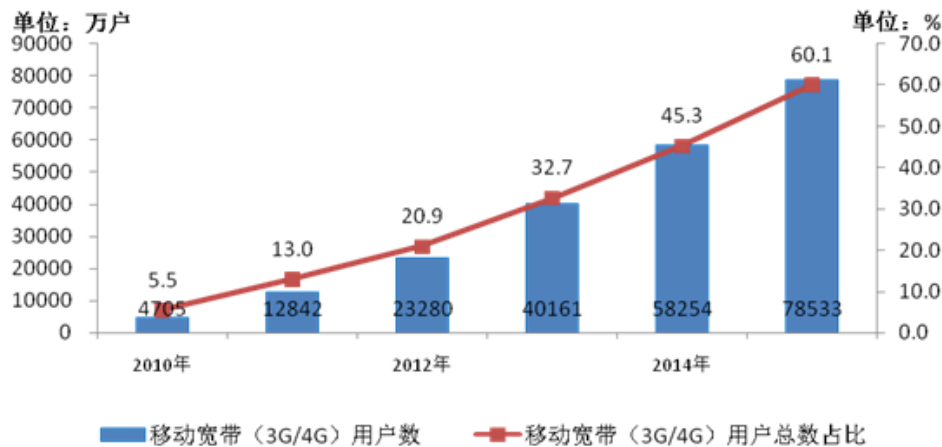
目前，垂直类招商信息服务平台运营商主要包括渠道网络、中网载线、叁壹伍捌等，另外一些分类信息网站也提供在线招商信息服务，如 58 同城（58.com）等。

（4）互联网招商信息服务行业发展趋势

①应用形态的移动化

最近几年，互联网移动化趋势明显。以智能手机为代表的移动终端设备迅速增长，2014 年全球智能手机出货量约 13 亿部，同比增长 26%，2015 年上半年出货量达 6.73 亿部，同比增速为 14.3%。移动互联网流量 2015 年达 41.87 亿 G，同比增长 103%，3G/4G 用户达 7.85 亿户，较上年增长 34.81%。

移动宽带用户情况



数据来源：移动互联网白皮书（2015 年）

互联网招商信息服务平台同样需要顺应移动化趋势。移动互联网催生了全新的应用服务体系和经营模式，成为重要的流量入口且增长迅速，对传统互联网领域以网页为核心的应用形态形成了较大冲击，要求网页平台运营商加快移动端应用程序的开发，实现应用移动化；加强对移动互联网媒体资源的采购，实现流量来源移动化；更重要的是，要求整合移动互联时代的“碎片化”流量，持续改善用户体验。为顺应移动化趋势，公司发起了移动 APP “78 商机” 的研发项目，2016 年，该 APP 实现在主要移动应用市场上线，截至到 2016 年 6 月 30 日，“78 商机” 的累计下载量超过 52 万次。

②客户结构的多元化

体验式生活服务类客户比重逐渐增大。互联网行业的发展对消费方式产生了较大的影响，一方面，服饰鞋帽、日化用品等消费品随着电子商务平台的崛起和房屋租金等费用开支的上涨，逐步采用 B2C、C2C 等线上销售渠道，对线下实体店形成冲击，但实体店的便利性使得其仍有较强的生命力；另一方面，随着 O2O 模式的盛行，餐饮美食、美容养生等注重体验的实体店持续快速发展。同时，我国经济进入整体转型升级新阶段，消费方式和消费习惯逐步进行转型升级，品牌化消费和体验式服务消费成为越来越重要的消费增长点，能够持续产生新的招商需求。因此，互联网招商信息服务平台面对的企业客户将趋于多元化。

③服务内容的生态化

互联网招商信息服务平台目前主要为企业（客户）提供招商信息发布服务，基本没有涉及招商交易、支付等服务，更没有建立针对平台用户（主要是渠道投资者）的服务体系。无论是企业（客户），还是用户（主要是渠道投资者），需要的不仅是招商信息，还包括与招商、创业相关的多样化服务。因此，未来大型的互联网招商信息服务平台可能成为集招商信息发布、同城商务信息（房屋租赁、人员招聘等）、交易支付、渠道商融资等服务于一体的中小投资者创业服务生态系统。

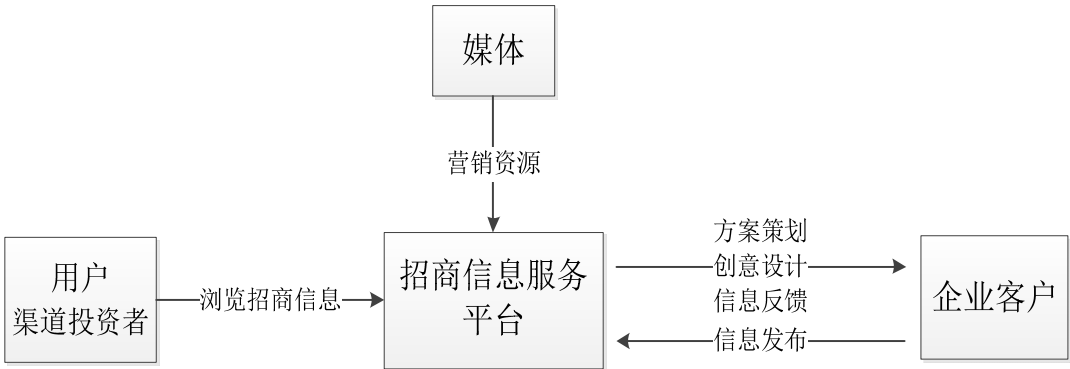
④技术形态的数据化、智能化。

近年来，受益于搜集、存储、分析、计算数据的技术能力不断提升，基于大数据分析的智能化趋势逐步显现。数据来源于互联网、企业的信息系统和数据库，经过大数据处理系统的科学管理和分析挖掘，将产生新的知识用以支撑决策或业务的自动智能化运转。数据将成为企业的核心资产之一。大数据分析处理有助于更准确地分类和定义平台用户，更科学地进行媒体推广决策，从而提高平台信息服务的附加值。智能化趋势要求招商信息服务平台不断进行技术升级，特别是在大数据挖掘、处理、分析方面的能力，依靠技术进步来提升竞争力。

（三）发行人所处行业的重要特点

1、行业产业链状况

互联网招商信息服务产业链主要参与方包括企业（客户）、招商信息服务平台、媒体（主要是互联网媒体，还包括电视、平面媒体等传统媒体）、互联网用户（主要是渠道投资者）。



有招商需求的企业是互联网招商信息服务的直接需求方，主要采用代理、经销、加盟等方式构建营销渠道的企业，且主要是中小企业。互联网招商信息服务平台的客户广泛分布于餐饮美食、服装鞋帽、美容养生、家居装饰、节能环保、教育培训、汽车服务等消费品和生活服务行业。随着互联网普及率的提高和影响力的扩大，互联网招商的渗透率呈上升趋势。

互联网用户是平台的目标受众和企业的潜在客户，其通过访问招商信息服务平台了解招商相关信息，对有投资意愿的招商项目，其通过平台上提供的留言板、电话回呼或即时通讯工具等进行信息反馈，从而与企业建立直接联系，并有可能最终成为企业的渠道商。渠道商对应的主要是中小渠道投资者，以个体经营户和小微企业为主。

媒体是招商信息服务平台获取互联网用户的重要手段。招商信息服务平台主要是通过搜索引擎、移动互联网等互联网媒体获取流量，部分大型平台还借助电视媒体、会展营销等方式吸引用户。

互联网招商信息服务运营商是互联网招商信息服务行业的枢纽，其通过整合媒体资源，将互联网用户和企业汇聚到其运营的平台，并提供推广方案策划、创意设计、效果信息反馈等服务，实现用户（渠道投资者）和企业的有效对接。

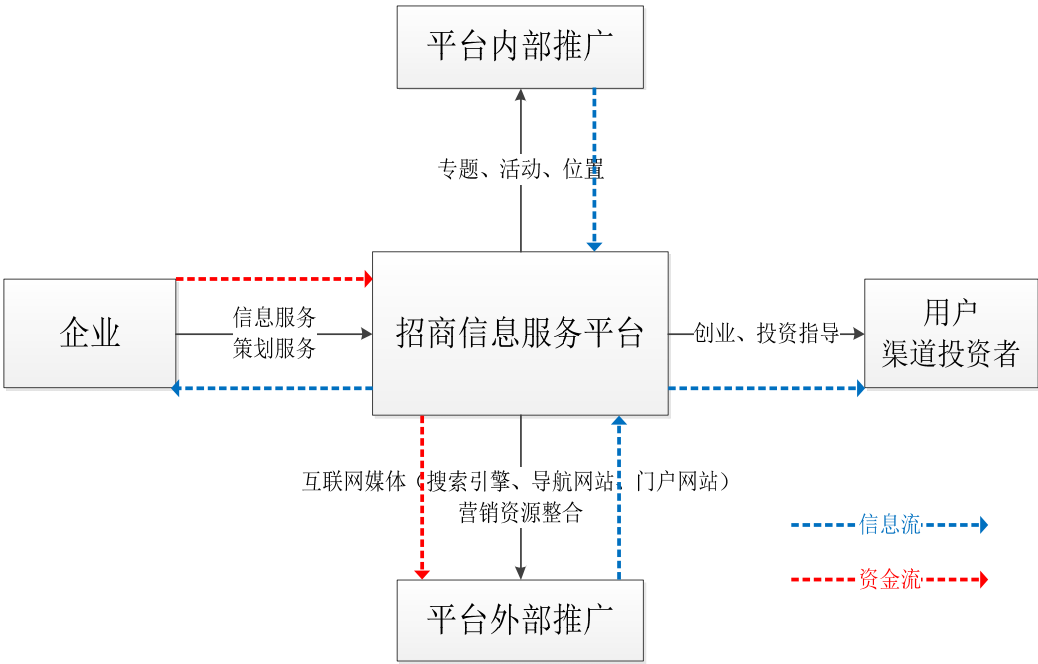
2、行业市场化程度

互联网招商信息服务行业是随着互联网产生的新型招商模式，其产业链涉及企业、用户（渠道投资者）、媒体等相关主体。互联网招商信息服务平台主要依靠品牌、资金、技术、人力资源等要素参与竞争，市场化程度较高。

3、行业特有的经营模式

互联网招商信息服务平台的发展初期受美国分类信息网站 Craiglist.com 影响，形成了大信息量、多链接位置的信息发布平台，业界俗称为“招商联展平台”。该模式下，由企业提供项目信息，平台策划、组织、制定推广方案，以文字链接、图片链接等形式通过平台发布。用户可以通过平台的留言板、电话回呼、即时通讯工具等方式与企业沟通。为吸引更多用户，从而为企业提供更多潜在客户，平

台通过多种方式进行推广，但主要是通过互联网媒体进行推广。平台只对招商企业收费，一般依据其网页位置、展示方式等按固定位置的固定价格进行收费。



联展平台的优势在于巨大的信息量，供用户参考，能够为不同需求的创业人群提供服务。其劣势是收费方式受到首页版面风格、展示链接位置的束缚，诸多平台不得不持续增加链接位置数量，一定程度上影响用户的浏览感受。近年来，互联网招商信息服务行业也在探索其他经营模式，包括按效果收费、会员收费等模式，但仍以固定位置的固定价格作为主要收费模式。

4、行业技术水平及技术特点

互联网招商信息服务涉及的主要技术包括 Web 平台开发及应用技术、搜索引擎营销技术、用户行为分析技术、效果监测技术、即时通讯技术等。上述技术较为成熟，其关键是要确保平台运营稳定高效，用户体验较好，以及系统信息安全。例如，Web 平台相关的用户定向技术能够有效地掌握用户访问数据和访问路径，明确不同部门的管理权限，有效地分配营销资源等。领先的搜索引擎关键词竞价管理，以及 SEO 搜索结果排名优化，能够精确高效地为平台引入流量。为提高招商效率，需要使用技术手段对其效果进行数据采集和分析，以及检测和评估。

互联网招商信息服务涉及的主要技术跟随行业的技术进步而进步。如即时通

讯工具，已被其他领域互联网平台采用，而且被用户接受，因此被嵌入招商平台，如公司旗下的“通宝”即时通讯工具，从而便利企业与用户的交流沟通。

5、行业周期性、季节性和区域性特征

（1）周期性

互联网招商信息服务业的主要客户从事消费品销售和生活服务相关的企业，该等消费需求的刚性较强，而且互联网招商信息服务行业还处于成长阶段，因此，行业周期性尚不明显。但是，宏观经济的波动、居民消费模式或消费结构变动等因素会对行业发展产生一定影响。

（2）季节性

互联网招商信息服务行业有一定的季节性，主要体现为第一季度为淡季，其主要原因为，通常企业第一季度主要安排全年经营计划，而且第一季度存在重大节假日，导致第一季度的经营情况相对较差。除上述因素外，季节性因素对行业营业收入影响不明显。

（3）区域性

互联网招商信息服务业的分布主要与区域的总体经济状况、互联网普及率等因素有较大关系。目前，区域分布上有从一、二线城市向三、四线城市，从沿海城市向内地城市扩展的趋势。行业内的主要企业因多种原因，其经营可能存在一定的区域性。

（四）进入行业的主要壁垒

1、品牌认可壁垒

互联网招商信息服务平台的核心价值是提供优质招商信息，以促进企业与用户（渠道投资者）之间的交易。平台信息的源头主要是规模大小不一的企业，信息的主要受众是广大潜在的中小渠道投资者，平台作为沟通两者的媒介，需要承担信息质量审核义务，而一旦发生发布虚假、违法商业信息等失信行为，将对平台价值产生较大损害。经过长期市场沉淀形成的知名品牌是解决信息不对称的有

效手段。知名品牌的形成不仅需要品牌投入，更需要长期持续的优质服务，从而实现品牌知名度和美誉度的统一，成为行业内企业持续发展的核心竞争力。新进入的企业较难短期内形成较高的品牌认可度，或者需要更多的投入，很难取得竞争优势。

2、市场规模壁垒

互联网行业存在普遍的“马太效应”，一般地，用户倾向于只选择用户规模最大的互联网。同时，随着网络平台的用户量增加，这些用户对该网络的贡献边际递增，从而吸引更多的用户加入其中，形成一种良性的循环机制，最终导致赢者通吃。对互联网企业而言，规模不仅是竞争的结果，而且本身就是一种重要的竞争手段。当前，互联网招商信息服务行业发展已经十多年，行业内已经形成了几家拥有一定市场规模的企业，新进入的企业将会面临行业内主要企业的竞争压力。

3、技术壁垒

互联网招商信息服务平台的建设和运营需要多项互联网专门技术和现代信息技术支持，涉及网络通讯、软件工程、信息构架、信息安全等多专业交叉学科，技术和产品更新较快。企业要实现持续稳定的发展，需要长期技术积累。良好的技术能够支持平台规范、稳定的管理和运营，维护信息系统的安全，能够提高用户的体验。行业新进入者所构建的平台缺乏技术积累，在上述方面难以与在行业经营时间较长的企业形成竞争。

4、资金壁垒

互联网招商信息服务行业通常需要较大规模地购买互联网媒体营销资源以吸引互联网用户访问。互联网媒体，特别是有一定市场地位的媒体，通常要求通过固定期限框架合同的形式约定全年的采购金额，先充值再消费，并且需要依据框架合同金额预先支付一定比例的保证金。另外，互联网招商信息服务平台为了树立品牌形象，增加知名度，每年需要投入较大规模的资金用于市场推广。因此，如果不能于经营过程中积累足够的客户，并培育客户预先付费的消费习惯，互联

网招商信息服务平台面临较大的营运资金压力。因此，资金实力是新进入的企业发展的一个重要壁垒。

（五）行业利润水平及其变动原因

互联网招商信息服务平台通过精准连接企业（客户）与用户（渠道投资者），以撮合双方商务合作，降低交易成本，实现三方共赢。

行业当前成本主要是以搜索引擎为代表的互联网媒体营销资源。以公司为例，搜索引擎营销资源的采购额超过其总成本的 90%。搜索引擎媒体已经形成以百度为首的几家媒体占据相对垄断地位的格局。

报告期内，搜索引擎营销资源价格整体上呈上升趋势，但同时，搜索引擎的流量价值也在增长。因此，对行业的整体利润水平影响不显著。而随着互联网信息技术的发展，新的互联网媒体不断涌现，互联网流量入口趋向多元化，对搜索引擎营销资源的依赖将逐渐减弱，预计对搜索引擎营销资源价格的上涨也将产生一定掣肘。因此，行业的整体利润水平预计将保持相对稳定。

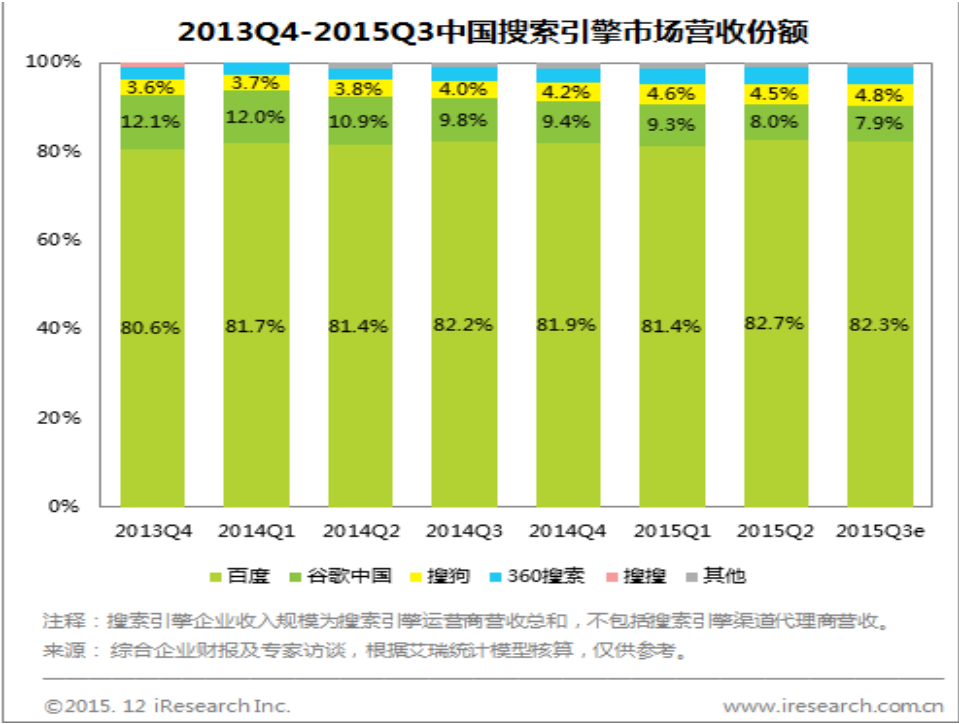
（六）行业与上下游行业之间的关联性

互联网招商信息服务业的上游行业主要是互联网媒体，如搜索引擎、导航网站、门户网站等；直接下游行业是有招商需求的企业，且主要为中小企业，最终用户主要是渠道投资者。

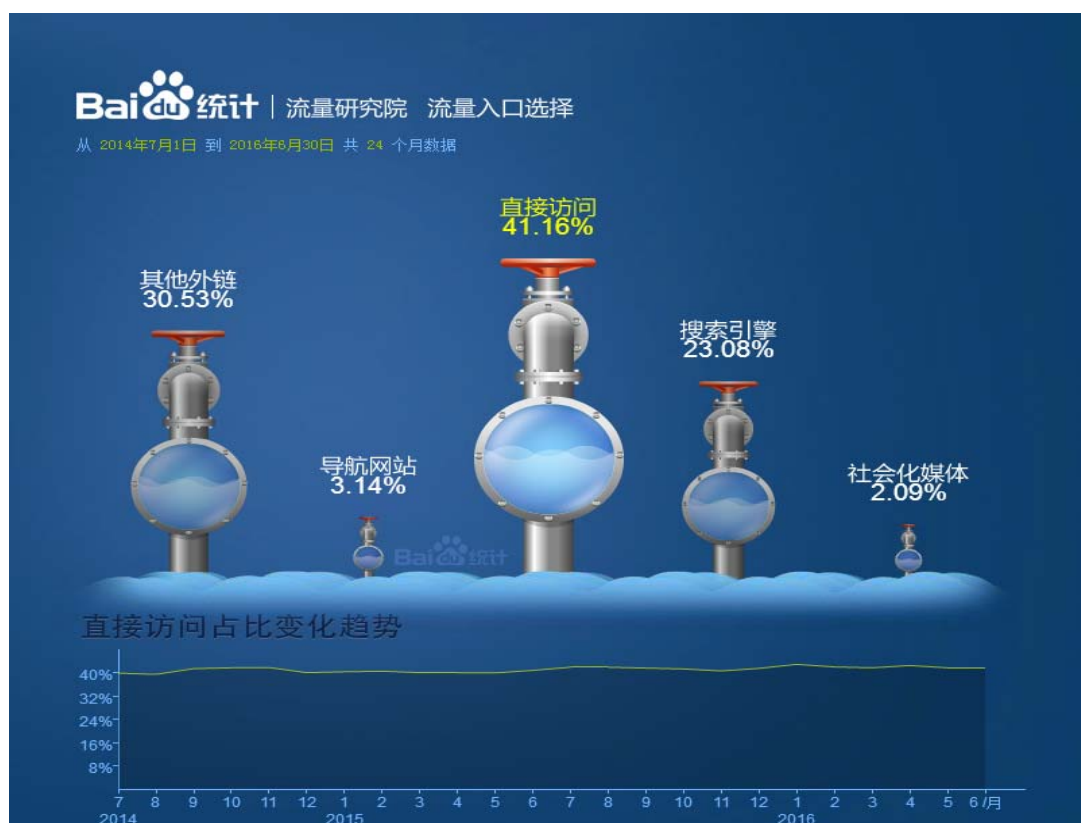
1、与上游行业的关联性

互联网媒体主要为招商信息服务平台提供营销资源，即通过互联网媒体带来访问网站的用户。用户访问量的数量和质量对招商信息服务平台影响重大，很大程度上决定着网站的访问量和转化率。因此，互联网媒体的发展情况对行业会产生较大影响。

近些年来，互联网媒体发展较快，主要媒体流量增长迅速。目前，国内已有一批媒体能够凭借其自身的综合竞争力，确立市场领先地位。以搜索引擎为例，近年来其市场营业收入份额相对固定，百度、谷歌中国、搜狗、360 搜索基本维持前四名的位置，而且百度的优势非常明显（见下图）



总体上，如下图所示，搜索引擎是除直接访问外最大的互联网流量入口（数据来自百度流量统计研究院）。但互联网行业新技术、新模式、新业态等不断涌现，新兴媒体的流量入口效应逐步显现，互联网流量将呈现“碎片化”趋势。



互联网媒体的发展带来多方面的影响。一方面，互联网渗透率越来越高，其整体流量快速增长，相较于传统媒体，其重要性日益凸显，导致行业经营成本快速上升；另一方面，其快速增长使得互联网招商信息服务平台的营销资源质量更高，带动互联网招商信息服务平台的访问量增加，促进了互联网招商信息服务业的发展。另外，互联网媒体“碎片化”趋势，将减少行业对单一互联网媒体的依赖，要求招商信息平台具备更强的营销资源整合能力，以保证推广效率和效果。

2、与下游行业的关联性

（1）企业客户

互联网招商信息服务平台的直接客户是有招商需求的企业，主要是以代理、经销、加盟等类似方式构建营销渠道的中小企业。目前，互联网招商信息服务平台的下游主要集中在餐饮美食、美容养生、教育培训、建材环保、服装鞋帽、汽车服务等行业。中小企业作为国民经济的重要组成部分，数量巨大，且富有活力。随着国家经济总量增长，以及国家倡导的“互联网+”战略、“大众创业、万众

创新”等政策的落实，中小企业数量未来几年预计将持续增长，其对于互联网招商信息服务的需求将相对稳定。

（2）渠道投资者

渠道投资者是有招商需求的企业的潜在客户，是互联网招商信息服务平台的目标受众。互联网招商信息服务平台发布的招商信息的投资金额一般不高，对应的渠道投资者主要是小微企业和个体经营户。该等群体规模较大，而且掌握的创业商机信息较少，因此，对招商信息服务平台发布的招商信息具有较大的需求。

3、公司服务技术水平、特点与发展趋势

互联网招商信息服务平台涉及的主要技术包括 Web 平台开发及应用技术、搜索引擎竞价和优化技术、用户行为分析技术、效果监测技术、即时通讯技术等。上述技术已较为成熟，主要是确保平台运营稳定，提高平台运行效率，改善客户的使用体验，维护系统信息安全。例如，Web 平台相关的运营管理技术能够有效地掌握用户访问数据和访问路径，明确不同部门的管理权限，有效地分配营销资源、运营资源等。而平台业务规模的不断扩大离不开对互联网媒体营销资源的整合，就行业本身而言，领先的搜索引擎关键词竞价管理，以及 SEO 搜索结果排名优化，能够精确高效地为平台内容引入更多流量，服务更多渠道投资者。为了提高推广招商的效率，需要对其效果进行充分的数据采集和分析，行业技术能够围绕招商效果，如反馈信息的数量、质量以及来源，进行必要的检测和评估。行业外部的技术进步要求行业从业企业的技术水平相应提高，如社交即时通讯工具的技术，由于其他领域互联网平台的采用，开拓了服务市场，培养了用户习惯，行业从业企业也在此方向进行了技术研发和创新，如公司旗下的“通宝”即时通讯工具，便利了企业与渠道投资者见的交流沟通。

三、公司的行业竞争地位

（一）行业竞争格局及主要竞争对手情况

1、行业竞争格局和公司的市场地位

互联网招商信息服务行业的进入门槛不高，而且发展时间不长，目前行业内尚未形成垄断性企业，但已经形成一批具有较高品牌知名度的企业。鉴于没有权威的行业数据统计，尚无法取得该等企业的市场份额。根据市场调研，目前行业的主要企业包括渠道网络、中网载线、叁壹伍捌。

公司属于互联网和相关服务业下的互联网招商信息服务业。除与本细分行业内其他企业之间产生直接竞争外，公司还与具有发布招商信息功能的部分综合性互联网媒体产生竞争，主要包括分类信息网站的招商加盟频道。

报告期内，公司的招商信息发布业务的收入持续增长，2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，分别为 28,223.53 万元、34,424.85 万元、36,056.27 万元和 16,497.48 万元。目前，公司未能获得对互联网招商信息服务业的第三方权威机构的统计数据，没有公司市场份额的准确数据。根据对相关市场情况的了解，公司细分行业内的主要竞争对手包括中网载线、叁壹伍捌，其他综合类互联网媒体的主要竞争对手为 58 同城。

2、主要竞争对手

（1）58 同城

58 同城成立于 2005 年 12 月，于 2013 年 10 月纽交所挂牌上市，经过十年发展，已发展为覆盖全领域的生活服务平台。58 同城在全国范围内共设立 30 家分公司，并在 465 个城市建立网络平台。58 同城的业务覆盖招聘、房产、汽车、金融、二手及生活服务等各个领域，其中通过“招商加盟”频道提供招商信息发布服务。

（2）中网载线

中网载线（原名为“中网在线”），旗下运营平台包括 28 商机网、创业网、连锁网等，并提供全方位线下品牌管理、营销和销售渠道拓展服务。中网载线及其相关公司为互联网招商信息服务平台的先驱，于 2010 年 9 月在美国纳斯达克上市。根据公开财务数据，2015 年实现营业收入 3,227 万美元（约合人民币 20,951.30 万元）。

（3）叁壹伍捌

叁壹伍捌成立于 2010 年 12 月 29 日，注册资本人民币 1,000 万元，其旗下运营平台包括 3158 招商加盟网（3158.cn）、招商通（zst.3158.cn）等平台。

（二）公司的竞争优势

1、品牌优势

公司一贯重视品牌培育与维护，一方面，努力提供优质诚信服务，如通过审核公司证照、人工过滤留言等方式提高信息质量，联合主要客户发起“诚信招商联盟”倡导诚信招商理念，设立“先行赔付”频道为参保项目提供创业保障等，以形成良好的客户口碑；另一方面，加大品牌推广力度，与中央电视台、江苏卫视、山东卫视、天津卫视等合作，进行“大剧营销”和明星代言，以提高品牌知名度。公司被工信部中小企业发展促进中心选为“2013 中国中小企业首选服务商”，公司旗下的“78 创业商机网（78.cn）”成为行业内品牌号召力较强的互联网招商信息服务平台。良好的品牌是巩固和提高公司市场地位和竞争力的重要力量。

2、营销资源整合优势

营销资源是互联网招商信息服务平台竞争的重要因素。公司已与搜索引擎、门户网站、社交网络、导航网站等互联网媒体中的知名企业建立合作关系，且拥有百度核心代理资质。同时，公司与江苏卫视、山东卫视、天津卫视等传统媒体建立了良好的业务合作关系。公司通过整合上述优质媒体资源，提升了为企业客户提供优质信息服务的能力。



3、技术优势

公司为高新技术企业，截至 2016 年 6 月 30 日，拥有从事互联网网页设计、软件研发、APP 开发等技术研究的团队 113 人。公司在基于 PHP 的开发技术、基于 Web 的信息构架技术、搜索引擎营销和优化（SEO 和 SEM）技术、即时通讯技术、基于 Hadoop 的大数据处理技术、客户分类技术等方面积累了丰富的应用经验，取得了 25 项软件著作权，相关成果已被应用于公司旗下的互联网招商信息服务平台。公司的技术团队及其技术能力为公司招商平台的稳定、高效、安全运营发挥了重要作用。

4、客户积累与数据资源优势

自设立以来，公司招商信息发布业务规模不断增长，服务了大量企业客户，积累了丰富的业务经验和客户资源，为公司未来业务发展奠定了较好的基础。

同时，公司在服务客户的过程中积累了大量的数据资源。该等数据资源的积累，有助于提升公司信息服务的能力。

5、团队优势

互联网招商信息服务业是新兴产业，需要技术、营销、创意、互联网运营、搜索引擎竞价与优化等多方面的人才。因发展时间较短，全行业的优秀人才都比较稀缺。公司已建立一支包括高级管理人员、业务专家以及业务骨干在内的人才

团队，集聚了包括技术研发、平台运营、市场营销、媒体资源、竞价优化等方面的优秀人才，他们拥有丰富的经验，对客户、产品（服务）、媒体、行业发展趋势等有深刻理解，是引领公司未来发展的重要力量。

（三）公司的竞争劣势

1、营销体系有待完善

目前，公司营销团队主要布局于北京、合肥、济南、武汉、上海、广州等区域，尚未建立起全国性的市场体系。互联网行业的市场规模是重要竞争优势，公司未来将需要进一步完善营销网络体系和销售模式，进一步做大销售规模。

2、融资渠道相对不足

公司自设立以来主要依靠股东投入和自身积累来实现滚动发展。目前公司正处于稳步增长时期，互联网行业竞争激烈，市场拓展、品牌推广、研发投入等需要大量资金投入。而且，公司“轻资产”的特征也很难获得银行融资。因此，公司当务之急是构建直接融资渠道，通过资本市场为公司未来业务的持续发展提供有力的资金支持。

四、影响公司发展的有利和不利因素

（一）有利因素

1、符合国家产业政策发展方向

招商信息服务平台作为精准连接中小企业与渠道投资者的互联网媒介，是国家产业政策鼓励发展的方向。国家战略《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》提出，到2018年，互联网与经济社会各领域的融合发展进一步深化；到2025年，网络化、智能化、服务化、协同化的“互联网+”产业生态体系基本完善。“十三五”规划也指出，要组织实施“互联网+”重大工程，加快推进基于互联网的商业模式、服务模式、管理模式及供应链、物流链等各类创新，培育“互联网+”生态体系，形成网络化协同分工新格局。因此，“互联网+”将成

为国民经济发展的中长期行动指南。随着国家重视互联网对产业经济的积极作用，互联网招商信息服务平台将为企业，特别是中小企业招商发挥更大作用。

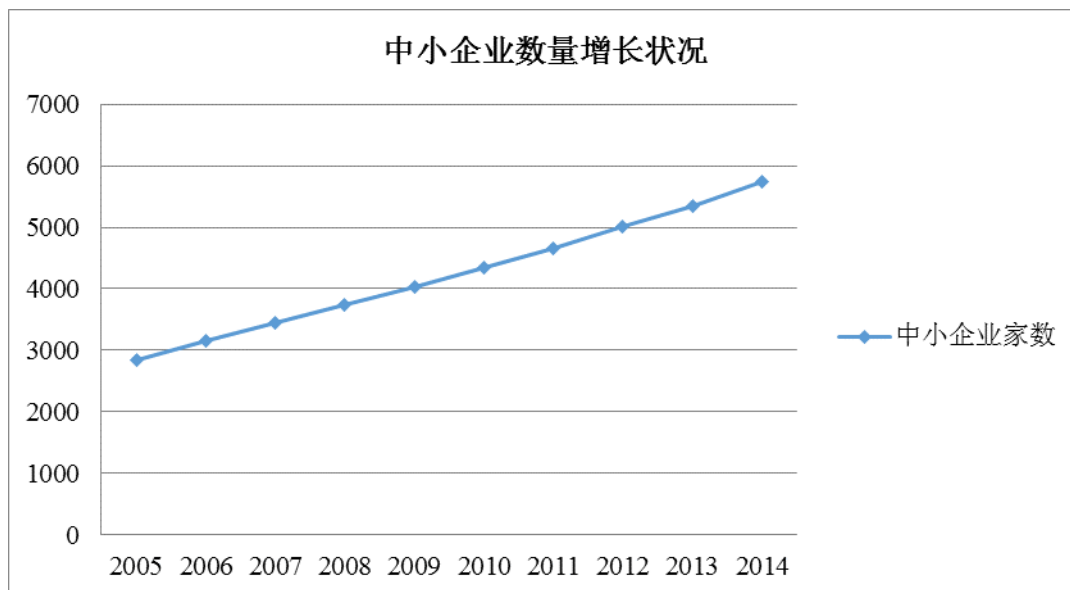
根据 2015 年《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》等政策文件，国家鼓励“大众创业、万众创新”。相关政策的出台和落实，将激发民间产业激情，催生更多中小企业，从而为互联网招商信息服务平台创造更大的市场空间。

2、互联网行业持续快速发展

目前，我国的网民规模和网络基础资源持续扩大。截至2016年6月，中国网民规模达7.10亿，半年共计新增网民2,132万人；中国手机网民规模达6.56亿，较2015年底增加3,656万人；中国网站数量为454万个，域名总数为3,698万个。互联网技术快速发展，提高了互联网的服务能力，大大拓展了互联网的应用领域。互联网对传统行业成功的改造与融合，提高了企业更加广泛使用互联网的意识。上述因素的叠加，有助于提高互联网招商信息服务平台的渗透率，加速对传统媒体招商模式的替代。

3、中小企业的地位和作用不可替代

招商信息服务平台服务的主要对象是中小企业。近年来，我国中小企业数量上呈现出快速增长的趋势。



数据来源：《新时期我国中小企业人力资源管理困局及对策研究》

中小企业是国民经济发展、经济结构调整、工业化以及城镇化的重要力量，也是吸纳就业的重要渠道。据有关数据统计，截至 2014 年年末，中小企业创造了全国约占 60%的产值和 40%的利润，提供了 75%的城镇就业岗位。作为主要服务于中小企业的互联网招商信息服务平台，中小企业的蓬勃发展将促使行业规模的扩大。

（二）不利因素

1、互联网媒体的发展造成成本上升

近年来，国内互联网媒体发展迅速，互联网普及率和网民规模持续上升，互联网流量增长较快，新的应用形态层出不穷。如以电子商务平台、社交网络、导航网站、移动 APP 为代表的新兴媒体不断涌现。互联网媒体营销资源价格与互联网流量存在正相关关系，导致行业经营成本普遍上升。

2、电子商务发展对线下渠道形成冲击

以淘宝网、京东商城等为代表的线上 C2C、B2C 电商平台崛起，一定程度上改变了传统消费模式，对线下渠道造成一定形成冲击。据中国电子商务研究中心监测数据显示，2015 年上半年中国网络零售市场交易规模占到社会消费品零售总额的 11.4%，较 2014 年上半年的 8.7%同比增长 31.0%。另一方面，近年来，实体店铺租金快速增加，线下实体店经营成本显著上升。上述因素对线下实体店造成一定程度的不利影响，进而可能对互联网招商信息服务行业产生一定程度的不利影响。

3、信息质量问题是行业发展的隐患

提供优质招商信息是互联网招商信息服务平台的核心价值之一。在整个行业发展过程中，不少企业已通过健全的内部制度建设、有力的技术保障、良好的平台环境规范等方式保证信息质量。但是，不能排除招商信息服务平台发布信息存

在虚假、甚至欺诈信息的可能，而一旦发生该等失信事件，将对整个行业的发展带来较大的负面影响。因此，信息质量问题是制约行业发展的隐患。

五、公司销售情况和主要客户

（一）公司销售情况

报告期内，公司的主营业务收入的具体构成情况如下表所示：

单位：万元

分类	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
招商信息发布	16,497.48	93.26%	36,056.27	94.11%	34,383.98	78.90%	28,223.53	87.10%
互联网营销资源代理	1,192.30	6.74%	2,257.78	5.89%	9,195.04	21.10%	4,179.18	12.90%
合计	17,689.79	100 %	38,314.05	100%	43,579.01	100%	32,402.70	100%

1、互联网招商信息发布业务销售情况

公司的互联网招商信息发布业务主要通过旗下 8 个互联网招商信息服务平台运营，因互联网平台本身承载的信息量有较大的弹性，相应地，该类业务没有固定的“产能”概念。类似地，公司的会员等招商增值业务也没有较固定的“产能”。

公司的招商信息发布业务每次签订合同时均会约定展示位置和服务时间。公司每年所有平台售卖的所有位置的服务时间之和，即总时长（ Σ 稿单数*服务天数），则可视同公司的销售量。另外，公司招商信息服务平台上企业客户的数量也是反映公司招商信息发布业务发展情况的重要指标。报告期内，上述指标的有关情况如下表所示：

	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
销售总时长（天）	219,103	487,245	404,606	321,495
企业客户数量（家）	1,036	1,769	1,626	3,092
招商信息发布服务收入（万元）	16,497.48	36,056.27	34,383.98	28,223.53
客户平均销售时长（天）	211.49	275.44	248.84	103.98

2、互联网营销资源代理业务的销售情况

公司的互联网营销资源代理业务主要为代理销售互联网媒体的营销资源，该类业务不存在较固定的“产能”，2013年到2015年，按照公司互联网营销资源代理业务的代理金额分别为10,400.41万元、17,568.11万元和3,032.31万元，2016年上半年的代理金额为1,192.30万元。其中，2015年代理金额下降较为明显，同比较少14,535.80万元，主要是公司业务调整所致。一是公司于2014年下半年起终止门户网站类代理业务，二是公司2015年搜索引擎代理业务客户结构变化。

（二）主要客户情况

公司招商信息发布服务的客户多数为中小企业，客户数量较多，且集中度较低。除门户网站代理业务外，互联网营销资源代理服务的客户主要为二级代理商和直销客户，集中度较高。

报告期内，公司招商信息发布服务前五名客户的销售情况如下表所示：

单位：万元

期间	排名	客户名称	销售金额	占当期同类业务营业收入比例	是否新增前5名客户
2016年 1-6月	1	济南源动力餐饮管理咨询有限公司及其关联方	610.23	3.70%	否
	2	北京渠道速建网络科技有限公司及其关联方	558.14	3.38%	是
	3	广州凯美投资管理有限公司及其关联方	549.12	3.33%	否
	4	济南瑞鑫餐饮技术有限公司及其关联方	401.28	2.43%	否
	5	秦皇岛君唯餐饮管理有限公司	291.72	1.77%	否
合计			2,410.49	14.61%	
2015年	1	济南源动力餐饮管理咨询有限公司及其关联方	1,193.47	3.31%	否
	2	秦皇岛天粮餐饮管理有限公司及其关联方	700.16	1.94%	否
	3	济南瑞鑫餐饮技术有限公司及其关联方	596.28	1.65%	是
	4	广州凯美投资管理有限公司及其关联方	554.67	1.54%	否
	5	秦皇岛君唯餐饮管理有限公司	494.84	1.37%	是

期间	排名	客户名称	销售金额	占当期同类业务营业收入比例	是否新增前5名客户
合计			3,539.42	9.82%	
2014 年	1	秦皇岛天粮餐饮管理有限公司及其关联方	1,337.49	3.89%	否
	2	济南源动力餐饮管理咨询有限公司及其关联方	976.28	2.84%	否
	3	石家庄宇宙文化传播有限公司	674.43	1.96%	是
	4	广州凯美投资管理有限公司及其关联方	510.05	1.48%	是
	5	上海通路	437.02	1.27%	否
合计			3,935.27	11.45%	
2013 年	1	秦皇岛天粮餐饮管理有限公司及其关联方	1,360.04	4.82%	-
	2	上海通路	1,225.66	4.34%	-
	3	济南源动力餐饮管理咨询有限公司及其关联方	759.69	2.69%	-
	4	北京米尼投资管理有限公司	259.19	0.92%	-
	5	济南九天网信科技有限公司	204.18	0.72%	-
合计			3,808.76	13.50%	

注 1：秦皇岛天粮餐饮管理有限公司及其关联方是指该公司与南京天粮餐饮管理有限公司、秦皇岛万维企业管理咨询有限公司。

注 2：济南源动力餐饮管理咨询有限公司及其关联方是指该公司与济南瓦罐香沸酒店管理有限公司。

注 3：济南瑞鑫餐饮技术有限公司及其关联方是指该公司与济南满尖香餐饮技术研发有限公司、济南福瑞天成餐饮技术研发有限公司、济南冠一餐饮管理有限公司。

注 4：广州凯美投资管理有限公司及其关联方是指该公司与广州壹家人餐饮管理服务服务有限公司、广州市未来餐饮管理服务服务有限公司、广州德膳投资管理有限公司、广州德赞投资管理有限公司、广州市圣益企业管理服务有限公司和广州鼎益餐饮管理服务服务有限公司。

报告期内，公司互联网营销资源代理服务前五名客户的销售情况如下表所示：

期间	排名	客户名称	销售金额	占当期同类业务营业收入比例	是否新增前5名客户
2016 年 1-6 月	1	上海嘉莅广告有限公司	754.72	63.30%	是
	2	北京东方龙冠文化传媒有限公司	126.75	10.63%	是
	3	北京星岛新大陆广告有限公司	118.79	9.96%	是

期间	排名	客户名称	销售金额	占当期同类业务营业收入比例	是否新增前5名客户
	4	北京易美广告有限公司	63.21	5.30%	是
	5	天津市润竹广告有限公司	51.90	4.35%	否
合计			1,115.36	93.55%	
2015 年	1	北京创奇互动科技有限公司	1,026.17	45.45%	否
	2	武汉联合佳光技术服务有限公司	281.48	12.47%	否
	3	上海络程网络技术有限公司	255.17	11.30%	是
	4	玖玖叁玖	159.00	7.04%	否
	5	北京东方龙冠文化传媒有限公司	109.43	4.85%	否
合计			1,831.25	81.11%	
2014 年	1	武汉联合佳光技术服务有限公司	2,889.97	31.43%	否
	2	上海罗可讯文化传播有限公司	811.57	8.83%	否
	3	北京创奇互动科技有限公司	433.89	4.72%	是
	4	玖玖叁玖	412.04	4.48%	否
	5	上海赞意文化传播有限公司	350.03	3.81%	是
合计			4,897.50	53.26%	
2013 年	1	武汉联合佳光技术服务有限公司	1,035.53	24.78%	-
	2	上海罗可讯文化传播有限公司	481.13	11.51%	-
	3	广州天创时尚鞋业股份有限公司	155.19	3.71%	-
	4	玖玖叁玖	97.55	2.33%	-
	5	北京蓝绸东润电子商务有限公司	85.22	2.04%	-
合计			1,854.61	44.38%	

公司前五大客户中，玖玖叁玖为关联方，上海通路视同为关联方，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未在上述客户中占有权益。关联交易详细情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易情况”之“（二）经常性关联交易”。

六、公司采购情况和主要供应商

（一）营销资源采购及价格变动情况

公司主要向搜索引擎、门户网站、导航网站、分类信息网站等互联网媒体采购营销资源，并以搜索引擎为主，报告期内，公司采购的互联网营销资源占营业

成本的比例为 95.73%、95.74%、92.32%和 91.50%。其中对百度的采购占营业成本的比例分别为 63.98%、63.26%、60.12%、62.29%。

报告期内，搜索引擎营销资源价格整体呈上升趋势，该种趋势反映在供应商给予公司的充值返点比例的下降，公司采购百度搜索引擎营销资源方面，报告期内 PC 端搜索竞价类产品的返点比例分别为 50%、50%、40%和 30%；公司采购 360 搜索引擎营销资源方面，报告期内搜索竞价类产品的优惠政策分别为 50%、45%、40%和 30%。

（二）主要供应商情况

互联网媒体相对集中，相应地，公司供应商采购集中度较高。

报告期内，公司前五名供应商的采购情况如下表所示：

单位：万元

年份	排序	供应商名称	采购内容	采购金额	占采购总额比例	是否新增前 5 名供应商
2016 年 1-6 月	1	百度	百度搜索引擎推广资源	7,309.09	62.29%	否
	2	北京派瑞威行广告有限公司	搜狗搜索引擎推广资源	1,151.57	9.81%	否
	3	班尼星空（北京）广告有限公司	360 搜索引擎推广资源	610.99	5.21%	是
	4	搜狗	搜狗搜索引擎推广资源	438.72	3.74%	否
	5	360	360 搜索引擎推广资源	259.44	2.21%	否
	合计			9,769.82	83.26%	
2015 年度	1	百度	百度搜索引擎推广资源	15,027.69	60.12%	否
	2	搜狗	搜狗搜索引擎推广资源	2,912.41	11.65%	否
	3	360	360 搜索引擎推广资源	1,848.75	7.40%	否
	4	深圳市汇景阁贸易有限公司及其关联方	百度搜索引擎推广资源	767.44	3.07%	是
	5	北京微创时代广告有限公司	360 搜索引擎推广资源	621.14	2.48%	否
	合计			21,177.42	84.72%	
2014 年度	1	百度	百度搜索引擎营销资源	20,470.99	63.26%	否
	2	搜狗	搜狗搜索引擎营销资源	3,184.96	9.84%	是
	3	北京微创时代广告有限公司	360 搜索引擎营销资源	3,089.63	9.55%	否

	4	北京搜狐东林广告有限公司	搜狐门户营销资源	1,122.39	3.47%	否
	5	五八同城	五八同城营销资源	289.61	0.89%	是
	合计			28,157.58	87.01%	
2013 年度	1	百度	百度搜索引擎营销资源	14,752.38	63.98%	-
	2	北京搜狐东林广告有限公司	搜狐门户营销资源	1,786.69	7.75%	-
	3	搜狗	搜狗搜索引擎营销资源	1,085.34	4.71%	-
	4	北京微创时代广告有限公司	360 搜索引擎营销资源	554.29	2.40%	-
	5	北京派瑞威行广告有限公司	网易门户营销资源	493.47	2.14%	-
	合计			18,672.17	80.98%	

注 1：百度包括北京百度网讯科技有限公司、百度时代网络有限公司。

注 2：搜狗包括北京搜狗信息服务有限公司、北京搜狗科技发展有限公司。

注 3：360 包括北京奇虎科技有限公司、天津奇思科技有限公司、奇飞翔艺（北京）软件有限公司。

注 4：五八同城包括北京城市网邻信息技术有限公司、五八同城信息技术有限公司。

注 5：深圳市汇景阁贸易有限公司和深圳智通速建外包服务有限公司、深圳邦业网络科技有限公司为同一实际控制人控制的公司。

公司前五大供应商中，2013 年和 2014 年，北京搜狐东林广告有限公司为关联方，除此之外，公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未在上述客户中占有权益。关联交易详细情况参见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易情况”之（二）经常性关联交易”。

七、公司主要固定资产、无形资产等资源要素情况

（一）主要固定资产情况

公司固定资产主要包括房屋及建筑物、电子及相关设备等。截至 2016 年 6 月 30 日，公司固定资产情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	账面价值	成新率
房屋及建筑物	4,534.68	71.75	4,462.93	99.21%

运输工具	224.44	120.11	104.32	51.12%
电子设备及其他	685.16	401.32	283.84	43.47%
合计	5,444.28	593.18	4,851.10	90.06%

注：固定资产成新率=（平均固定资产净值÷平均固定资产原值）×100%。平均固定资产原值是指企业固定资产原值的年初数与年末数的平均值。

1、房屋及建筑物

公司拥有的房屋建筑物为渠道网络所有，位于六安市经济开发区横二路的产业园及配套设施。该房屋系公司自建，于2015年12月31日转为固定资产，尚未使用年限为30年。截至招股说明书出具日，正在办理房屋所有权证。

2、租赁房屋及建筑物

截至招股说明书出具日，公司租赁的房产如下：

序号	出租方	承租方	合同日期	面积 (m²)	标的
1	何小云	公司	2013.10.01-2018.9.30	281.89	广州市白云区云城南二路163号709-714
2	上海赖文投资管理有限公司	公司	2016.1.6-2019.1.5	298.62	上海市竹园路612号5层505、506室
3	湖北长江东光物业管理有限责任公司	公司	2016.1.1-2016.12.31	172.16	武汉市洪山区雄楚大道268号C904
4	六安市科技创业服务中心	公司	2016.1.1-2016.12.31	80	六安市经济技术开发区科技创业服务中心B楼207
5	中视在线	渠道外包	2014.6.1-2019.5.31	500	合肥蜀山国际电子商务产业园办公楼（三期）E区三层北区
6	中视在线	公司	2014.6.1-2019.5.31	3,526	合肥蜀山国际电子商务产业园办公楼（三期）E区一层、二层、三层南区
7	北京航天勘察设计研究院	公司	2013.3.1-2029.5.31	3,300	北京丰台科技园区8C-2
8	杨大明	公司	2015.4.27-2017.4.26	118.19	济南明湖东路777号明湖保利大厦301房间

上述 1-4 项房屋租赁，出租方提供了房屋产权证书。上述 5-8 项房屋租赁，出租方未提供房屋产权证。其中 5、6 项房屋租赁中，出租方提供了《建设项目环保验收意见书》（合环验第 14-241 号）和《建设工程竣工验收消防备案凭证》（合蜀公消竣备字[2014]第 0113 号）；第 7 项房屋租赁中，出租方于 2016 年 11 月 7 日出具《证明》，明确了位于北京丰台区航丰路 5 号的房屋建筑物为出租方所有，该房屋建筑物不存在任何产权纠纷或潜在的产权纠纷，并提供了《北京市国有土地使用权出让合同》（京房地出让[合]字（96）第 063 号）、《国有土地使用证》（丰国用（98）字第 000676 号）、《建设工程规划许可证》（（97）丰规建字 109 号）、《建设工程施工许可证》（施 0020013129（建））、《北京市建设工程竣工验收备案表》（2002-[丰]153 号）等资料。

第 8 项房屋租赁中，出租方提供了身份证明文件，以及出租房与房地产商签订的《商品房买卖合同》，该合同已明确说明房地产商已取得相关建设和销售批准文件，并约定由买受人购买上述商品房，用途为办公写字楼。

截至本招股书出具之日，公司未因租赁物业发生过任何纠纷或受到政府部门的调查、处罚，部分租赁房屋不能提供权属证明的情形不影响公司实际使用该等物业。公司对租赁房屋的配套建设性投入较少，若因租赁房屋的权属瑕疵确需更换房屋的，公司可以在较短的时间内寻找到可替代房屋，且届时替换租赁房屋可能造成的经济损失较小，不会对公司的正常经营活动产生重大不利影响。

为避免所租赁物业的权属瑕疵给公司造成任何损害，公司的控股股东中视在线和实际控制人尤东云出具了《关于瑕疵房产租赁的承诺函》：“如因第三人主张权利或行政机关行使职权致使上述房屋租赁关系无效或产生任何纠纷，导致发行人需要搬迁、被有权部门罚款、被有关当事人追索而带来的任何费用支出或经济损失，本人/本公司将无条件全部代其承担；因搬迁而导致影响短期经营而带来的损失，本人/本公司将全部足额补偿”。

（二）主要无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股说明书出具日，公司以出让方式取得一宗国有土地使用权，具体情况如下：

序号	使用权人	权属证书编号	坐落地址	土地面积 (M ²)	用途	取得 方式	他项 权利	终止日 期
1	公司	六土国用(2016)第 90002 号	六安经济开发区寿春路以南，银雀路以西	66,667	工业	出让	无	2062.4.17

2、计算机软件著作权

截至本招股书说明书出具日，公司已获得的软件著作权情况如下：

序号	软件名称	著作权人	编号(证书号)	取得 方式	权利 范围
1	渠道网络通赢智能竞价管理平台 V0.10	渠道网络	2010SR066794	原始取得	全部权利
2	渠道网络通瑞门户级广告后台管理系统 V0.65	渠道网络	2010SR057556	原始取得	全部权利
3	渠道网络通易集团上网行为监控管理软件 V0.11	渠道网络	2010SR066782	原始取得	全部权利
4	渠道网络通慧全能门户分级内容管理软件 V1.04	渠道网络	2010SR067496	原始取得	全部权利
5	渠道网络通宝在线视频多功能客服系统 V0.84	渠道网络	2010SR066788	原始取得	全部权利
6	渠道网络通联智能网络免费语音呼叫软件 V0.49	渠道网络	2010SR066797	原始取得	全部权利
7	通宇多机房服务器集群管理系统 V0.11	渠道网络	2010SR066792	原始取得	全部权利
8	通智全能网络流量监测分析系统 V0.37	渠道网络	2010SR059427	原始取得	全部权利
9	通晓网络竞争情报管理系统 V2.01	渠道网络	2010SR066790	原始取得	全部权利
10	众易天下自助建站系统 V1.0	渠道网络	2010SR056274	受让	全部权利
11	嘉豪通视系统 V1.5	渠道网络	2010SR056268	受让	全部权利
12	渠道网络赢安营销发布及数据分析系统 V1.0	渠道网络	2012SR127404	原始取得	全部权利

13	渠道网络赢翰 EMS 实时短信发送管理系统 V1.0	渠道网络	2012SR127143	原始取得	全部权利
14	渠道网络赢灵 E-mail 实时推广管理系统 V1.0	渠道网络	2012SR126962	原始取得	全部权利
15	渠道网络赢明网站联盟推广系统 V1.0	渠道网络	2012SR127048	原始取得	全部权利
16	渠道网络赢时 B2C 实时电商管理系统 V1.0	渠道网络	2012SR127168	原始取得	全部权利
17	渠道网络赢域呼叫中心客服数据管理反馈分析系统 V1.0	渠道网络	2012SR127435	原始取得	全部权利
18	渠道网络赢悦电子商务网站实时更新监控系统 V1.0	渠道网络	2012SR128407	原始取得	全部权利
19	渠道网络赢哲跨地域云端会议管理系统 V1.0	渠道网络	2012SR127144	原始取得	全部权利
20	渠道网络移动互联整合营销系统 V1.0	渠道网络	2015SR015275	原始取得	全部权利
21	渠道网络效果营销解决方案系统 V1.0	渠道网络	2015SR015278	原始取得	全部权利
22	渠道网络 CRM 客户管理系统 V1.0	渠道网络	2015SR015281	原始取得	全部权利
23	渠道网络商机点评 V1.0	渠道网络	2015SR017913	原始取得	全部权利
24	78 商机系统 V3.0	渠道网络	2015SR249303	原始取得	全部权利
25	渠道网络商机点评系统 V2.0	渠道网络	2016SR076071	原始取得	全部权利

3、公司拥有的主要网络域名情况

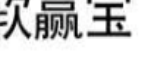
截至本招股书说明书出具日，公司及子公司共拥有 423 个网络域名。其中，主要域名包括：

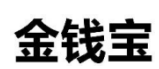
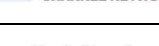
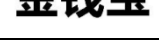
序号	网站备案/许可证号	网站名称	网站首页网址	网站域名	主办单位
1	皖B2-20100064-1	渠道网	www.qudao.com	qudao.com	渠道网络
2	皖B2-20100064-3	中国餐饮加盟网	www.k18.com	k18.com	渠道网络
3	皖B2-20100064-30	小本创业网	www.36578.com	36578.com	渠道网络
4	皖B2-20100064-35	爱商网	www.23.cn	23.cn	渠道网络
5	皖B2-20100064-4	78创业商机网	www.78.cn	78.cn	渠道网络

序号	网站备案/许可证号	网站名称	网站首页网址	网站域名	主办单位
6	皖B2-20100064-5	89178商机网	www.89178.com	89178.com	渠道网络
7	皖B2-20100064-53	96商机精选	www.96.cn	96.cn	渠道网络
8	皖B2-20100064-54	2958精品商机	www.2958.cn	2958.cn	渠道网络

4、公司拥有的商标情况

截至本招股说明书出具日，公司拥有的商标如下：

序号	注册商标	注册号	核定使用商品	有效期限	取得方式
1		12843134	第 35 类	2014.12.21-2024.12.20	原始取得
2		8491359	第 35 类	2013.05.14-2023.05.13	原始取得
3		12852998	第 35 类	2015.03.28-2025.03.27	原始取得
4		12853010	第 35 类	2015.03.28-2025.03.27	原始取得
5		10535659	第 35 类	2014.04.07-2024.04.06	原始取得
6		10535662	第 35 号	2013.05.21-2023.05.20	原始取得
7		12976566A	第 35 类	2015.05.28-2025.05.27	原始取得
8		11490240	第 35 类	2014.02.21-2024.02.20	原始取得
9		12534829	第 35 类	2015.03.21-2025.03.20	原始取得
10		12853024A	第 35 类	2015.05.28-2025.05.27	原始取得
11		14334027	第 35 类	2015.05.21-2025.05.20	原始取得
12		6756964	第 35 类	2010.07.28-2020.07.27	转让取得

序号	注册商标	注册号	核定使用商品	有效期限	取得方式
13		8491395	第 42 类	2013.09.28-2023.09.27	原始取得
14		12872835	第 42 类	2015.04.07-2025.04.06	原始取得
15		12534845	第 42 类	2015.03.21-2025.03.20	原始取得
16		12976509A	第 42 类	2015.05.28-2025.05.27	原始取得
17		12872840A	第 42 类	2015.05.28-2025.05.27	原始取得
18		14049901	第 35 类	2015.08.14-2025.08.13	原始取得
19		12534841	第 35 类	2015.12.14-2025.12.13	原始取得
20		13802909	第 35 类	2015.08.21-2025.08.20	原始取得
21		14436314	第 35 类	2015.08.14-2025.08.13	原始取得
22		14436320	第 35 类	2015.08.14-2025.08.13	原始取得
23		12853125	第 41 类	2015.11.21-2025.11.20	原始取得
24		12853330	第 41 类	2015.10.21-2025.10.20	原始取得
25		12976551	第 41 类	2015.12.28-2025.12.27	原始取得
26		12534852	第 42 类	2015.12.14-2025.12.13	原始取得
27		12872840	第 42 类	2015.12.14-2025.12.13	原始取得
28		13802930	第 42 类	2016.03.28-2026.03.27	原始取得
29		12976509A	第 42 类	2015.05.28-2025.05.27	原始取得
30		12853345	第 42 类	2015.07.28-2025.07.27	原始取得

序号	注册商标	注册号	核定使用商品	有效期限	取得方式
31		14722434	第 35 类、36 类	2015.06.28-2025.06.27	原始取得
32		14722471	第 35 类、36 类	2015.06.28-2025.06.27	原始取得
33		12853337A	第 42 类	2015.05.07-2025.05.06	原始取得

（三）主要经营资质

1、业务经营许可证

截止招股说明书出具日，公司取得的业务经营许可证如下：

序号	证书名称	发证机关	经营许可证编号	所有权人	业务种类	业务覆盖范围	有效期限至
1	增值电信业务经营许可证	工信部	B2-20150015	渠道网络	第二类增值电信业务中的信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）	全国	2020.1.12
2	增值电信业务经营许可证	安徽省通信管理局	皖B2-20100064	渠道网络	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）	互联网信息服务不含新闻、出版、教育、医疗保健、药品和医疗器械、文化、广播电影电视节目、电子公告服务	2020.8.13
3	电信与信息服务业务经营许可证	北京市通信管理局	京ICP证160170号	北京渠道	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联	互联网信息服务不含新闻、出版、教育、医疗保	2021.2.26

序号	证书名称	发证机关	经营许可证编号	所有权人	业务种类	业务覆盖范围	有效期至
	可证				网信息服务)	健、药品和医疗器械、电子公告服务	
4	增值电信业务经营许可证	安徽省通信管理局	皖B2-20160039	渠道外包	第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）	互联网信息服务中发布平台和递送服务，其他依法经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动	2021.4.13

2、百度核心代理授权书

2016年1月，发行人子公司中视联动取得百度公司《核心代理授权书》：中视联动作为百度公司2016年度广告业务核心代理商，可按照百度公司政策，独立开展百度公司的营销资源销售及客户服务工作。

八、公司的核心技术来源及研发相关情况

（一）核心技术

目前公司业务涉及核心技术情况如下：

序号	名称	技术实现功能模块及对应软件著作权	技术来源
1	客户分类分析技术	移动互联网技术用业务通讯化、流程漏斗化、管理图表化等理念重构 CRM，促进各部门高效协作。统一管理企业客户资源并将跟进记录、客户往来记录长期保存。促进 PC 端、移动端无缝集成，能够随时随地使用企业级客户通讯录。体现于渠道网络 CRM 客户管理系统 V1.0。	自主创新

序号	名称	技术实现功能模块及对应软件著作权	技术来源
2	信息发布技术	实现多个招商信息服务平台对接，拥有实时竞价能力、用户定向技术等特点。提高数据的计算能力和速度，能够快速的竞价成功，最大限度的提高客户的 ROI。体现于渠道网络通瑞门户级广告后台管理系统 V0.65。	自主创新
3	在线沟通分析技术	能够有效记录访客 IP、来源、搜索关键词、访问页面等信息。可对访客发起主动对话。能够对提供服务响应延迟情况、客户排队等待时长情况等统计，帮助企业根据服务能力和客户服务需求做出人员调整。能够实时反映电话数量、电话时长、有效电话数量、客户线索等，可导出数据报表。体现于渠道网络通宝在线视频多功能客服系统 V0.84。	自主创新
4	移动信息发布技术	该技术与其他 APP 进行后台技术对接，实现移动互联网媒体资源的多平台整合，可按客户的需求发布多样式的展示信息。能够实现 APP 资源整合、跨媒体管理、需求精准细分、推广内容有效分发，支持第三方检测及多维度报表。体现于渠道网络商机点评 V1.0。	自主创新
5	媒体资源管理技术	统一对媒体资源进行管理，分别跟踪和记录所有媒体资源的流量情况、用户行为等相关信息，统计分析每种媒体资源的推广效果和用户质量。体现与渠道网络通瑞门户级广告后台管理系统 V0.65。	自主创新
6	用户行为分析技术	前端收集所有访问平台的用户数据，后端结合行业数据进行分析计算，构建用户的访问画像。通过对用户行为监测数据进行分析，可以了解用户的行为习惯，有助于公司提高推广精准度。体现于渠道网络通瑞门户级广告后台管理系统 V0.65。	自主创新
7	关键词分析技术	利用分布式爬虫技术整合基于公司各个平台的关键词，用分布式程序自动、实时抓取关键词竞争关系，协助竞价人员执行关键词锁定排名和优化策略。体现于渠道网络通赢智能竞价管理平台 V0.10。	自主创新

序号	名称	技术实现功能模块及对应软件著作权	技术来源
8	数据仓库技术	数据仓库支持联机分析处理，基于 Hadoop 架构，使用户能通过快速、一致、交互的方式访问信息的多种可能视图。体现于渠道网络通赢智能竞价管理平台 V0.10。	自主创新
9	服务器集群管理技术	对所辖范围内的服务器、路由器、交换机的配置和流量监控，代码发布更新，平台运行情况进行监控和管理。	自主创新
10	即时通讯技术	实现自动适配 PC 端和移动端网络，提高传输的稳定性。基于分布式架构的高可靠性，部署多点集群和负载均衡，能支持大量并发请求，并可利用大数据分析技术，对客服和访客的行为进行分析。体现于渠道网络通宝在线视频多功能客服系统 V0.84。	自主创新
11	数据安全加密技术	采用对称加密算法对数据进行加密，采用服务器端和客户端的存储架构将密文和密钥进行分布式存储，采用自主开发的模块对敏感信息进行加密处理。体现于渠道网络通瑞门户级广告后台管理系统 V0.65。	自主创新

（二）公司报告期核心技术服务收入情况

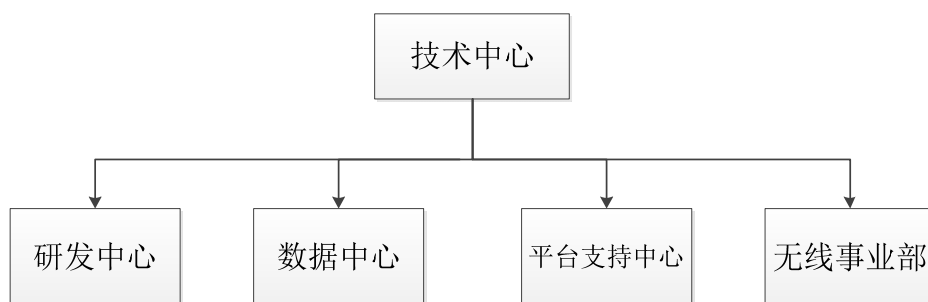
公司的核心技术支撑着公司业务的开展，其应用范围涵盖公司业务链的所有环节，涉及业务系统的研发升级、平台的后台发布运营、移动应用服务的研发、数据的搜集、整合和分析，也是公司软件著作权申请的技术基础。报告期内，公司核心技术服务的销售金额占营业收入的比例较高，具体情况如下表所示：

年度	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
核心技术服务销售额（万元）	16,497.48	36,056.27	34,383.98	28,223.53
营业收入（万元）	17,689.79	38,314.05	43,659.42	32,402.70
占营业收入比例	93.26%	94.11%	78.76%	87.10%

（三）公司的研发创新机制

1、研发机构的设置

公司自 2011 年起成为安徽省高新技术企业，设立了专门的研发部门负责技术研发。研发机构的组织结构图如下：



2、技术中心主要职能

部门名称	主要职能
研发中心	配合公司的战略部署，全面负责分析、评估和制定公司年度技术研发计划和目标，并主持和领导公司所有的在研和待研项目的相关需求分析、技术架构设计及研究开发与实施的全面管理。建立健全公司完整的研发体系的设立、执行和管理。
平台支持中心	整体负责公司运营的技术支持，为公司的业务运营提供涉及行业发展及各大搜索引擎的技术分析，制定搜索引擎的管理策略及执行方案，并对执行的技术方案进行实际的管理和监督。
数据中心	负责公司的历史和现有的运营数据（包括客户的信息数据）的统计、管理和运用，为客户提供有效的数据分析和数据运营方案等。
无线事业部	把握移动互联网的前沿技术，全面负责移动终端、网络、移动操作系统的设计布局、研发和搭建公司移动互联网技术的基础架构。实现公司在移动互联网技术的快速迭代和创新。

（四）公司的研发人员配备

1、研发人员配备

截至 2016 年 6 月 30 日，公司及子公司研发技术人员为 113 人，占员工总数的比例为 17.55%；最近两年，公司的核心技术人员未发生重大变动。

2、核心技术人员

序号	姓名	职务	履历
1	邹志英	副总经理	2000 年至 2004 年在北京大学计算机科学与技术应用就读，2006 年至 2010 年任职于中视在线国际传媒广告（北

			京)有限公司, 2010 年至 2014 年任渠道有限运营总监、副总裁, 2015 年至今任公司副总经理。
2	王忠波	技术中心总监	曾在南阳理工学院计算机科学与技术专业就读, 2005 年至 2008 年就职于北京易维九通广告传媒有限公司, 任软件工程师, 2008 年至 2009 年就职于众易天下信息技术(北京)有限公司, 任高级工程师, 2010 年至今就职于渠道有限公司和股份公司, 任技术总监。
3	艾新建	平台支持中心 总监	曾在吉林农业大学发展学院计算机科学与技术专业就读, 2008 年 12 月至 2010 年 3 月在天下商机网络技术有限公司任职运营支持专员。2010 年 3 月至今任职于渠道有限和股份公司。
4	王彦君	高级研发经理	曾在安徽工业大学计算机科学与技术专业就读, 2006 年至 2007 年就职于上海好得加信息技术有限公司, 任 PHP 工程师, 2007 年至 2011 年就职于美国路胜佰(上海)网络科技有限公司, 任软件开发工程师, 2011 年至今任职于渠道有限和股份公司。

（五）报告期公司研发投入

报告期内, 公司研发经费情况如下:

单位: 万元

期间	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
研发费用	1,187.23	2,727.25	1,946.75	1,718.25
其中: 研发人员工资	1,007.53	2,322.51	1,377.14	1,222.11
服务器租赁费	150.51	329.20	325.46	302.86
研发投入占营业收入比例	6.71%	7.12%	4.46%	5.30%

九、公司在境外的生产经营情况

截至本招股说明书签署日, 公司无境外进行生产活动, 也未拥有境外资产。

十、发行人未来三年发展规划及拟采取的措施

（一）公司未来发展规划及发展目标

1、发展战略

公司秉承“诚信务实、坚韧创新”的企业精神, 以“帮助中小企业发展壮大”为企业使命, 坚持“仁爱互信、忠诚奉献”的道德观, “真诚服务客户、创新超

越竞争”的经营观，“做百年企业，客户、企业、员工，共同发展；树家庭氛围，沟通、团结、互信，勇往直前”的企业价值观，致力于成为领先的互联网招商信息发布与营销服务综合运营商。

2、发展目标

公司未来业务的发展目标是，着力推进系统整合和技术升级，丰富产品和服务体系，高效整合互联网营销资源，大力拓展区域市场，为企业客户和渠道投资者提供精准连接的互联网招商与营销综合解决方案。

（二）发行人拟采取的具体措施

1、业务拓展计划

（1）产品和服务拓展

公司进一步拓展产品和服务体系，研发、运营并推广旗下移动互联网招商信息服务平台，使之成为移动互联网招商信息服务领域中具有一定竞争力、品牌影响力的平台。在此平台的基础上，提供更多招商信息领域的相关服务，服务更广泛的企业客户和渠道投资者。

（2）市场拓展

公司拟在发行当年和未来两年中，加强区域市场的开拓力度，将业务从现有的北京、广州、济南等 8 个城市，增加至 15 到 20 个城市。扩大公司平台的辐射范围和受众，扩大公司的业务规模。

（3）销售模式拓展

公司拟在现有直销模式的基础上，引入区域代理销售商。具体将建立严格的代理销售商资格审核体系，慎重选择合作方，确保整体风险可控，筛选出若干优质的代理商，从而迅速拓展销售市场。

2、技术研发升级计划

（1）公司内部信息系统核心模块

公司将继续对内部信息系统核心功能进行研发和整合，着力推进自主研发和技术升级，以促进招商平台的服务更加智能化和数据化，提高业务的可延展性，增强招商信息传递的精准度。

（2）公司外部“招商云”服务体系的构建

公司将投入技术力量，构建以客户 CRM 管理系统，技术外包服务为核心的“招商云”服务体系，拓展公司的技术服务内容，增强企业客户与公司平台的粘性。

（3）研发团队建设

公司将在现有研发人员的基础上，整合团队人员，并引进外部专业人才充实团队，建设一支适应行业数据化、智能化趋势的研发团队。公司拟增设数据中心，增强公司数据搜集、存储、处理的能力，挖掘数据的价值。公司还拟进一步建立研发团队的激励政策体系，运用多种激励手段吸引人才。

3、人力资源计划

人力资源是公司发展的核心要素，公司重视人才引进及人才队伍的内部培养。发行当年及未来两年，公司计划在现有技术人员的基础上，围绕移动互联网平台构建和技术系统升级，扩建相应的专业技术支持团队，进一步巩固公司的技术优势。公司将采取多种激励形式，建立科学的员工、公司、股东之前的利益共享和约束机制，将吸引优秀人才，着力引进公司具备大数据分析计算、系统平台构建等方面的专家，提升公司在此方面领域的技术力量。

公司还将着力建立良好的人才开发、培养机制，完善培训管理体系，规范员工培训运作流程，建设结构合理的人才梯队，促进公司业务的持续、平稳发展。

4、管理提升计划

公司计划以上市为契机，不断完善现代企业管理制度，提升管理能力和经营管理水平，特别是信息管理系统的建设，为公司快速发展奠定基础。须不断完善公司治理结构。进一步加强企业管理制度的建设，健全重大决策制度及程序，规

范和完善内部监督制度，发挥各职能部门的作用，提高公司治理水平。同时要不断完善公司内控制度。加强内部管理，促进岗位规范化和业务流程标准化，形成规范化、标准化管理体系，防范经营风险，特别要加强对于平台发布招商信息的质量控制，在用户中维持平台的良好声誉。

5、资本运作计划

公司本次股票发行后，通过募集资金投资项目的实施，公司的业务规模、资产规模将进一步扩大。以此为基础，公司根据业务发展情况，大力拓展新的融资渠道，合理使用直接融资、间接融资等手段，筹集充足资金，满足公司发展所需。公司还拟在存在合适条件下，实施兼并收购战略。

（三）拟定上述发展规划和目标所依据的假设条件和主要困难

1、拟定上述计划所依据的假设条件

公司上述的发展计划是基于公司现有业务规模、市场地位、发展趋势等各方面因素综合制定，其拟定依据了以下假设条件：

（1）公司本次股票发行与上市工作进展顺利，股票如期发行，募集资金按时到位，募集资金投资项目如期实施；

（2）公司所处的国内外政治、经济、社会环境稳定，业务所在国家宏观经济处于正常发展状态，产业政策无重大不利变化；

（3）公司所处行业与市场环境不会发生重大恶化；

（4）公司各项经营业务遵循的国家和地区现行法律、法规和政策无重大改变；

（5）无其他不可抗力或不可预见因素对公司正常经营造成的重大不利影响。

2、实施上述发展规划面临的主要困难

（1）资金实力制约。公司目前处于快速发展阶段，人力资源、营销扩展等计划均需要较大的资金支持。如果资金来源得不到保障，将影响公司上述目标的实现，延缓公司的发展速度。

（2）人力资源水平有待提升。公司现有人力资源和人才储备预计将不能满足

公司未来发展需求。要实现上述计划，必须制定能够吸引和稳定人才的有力政策，加大管理、技术、研发、业务和生产人员的培养引进，持续优化公司的人力资源结构。

（3）公司业务规模的持续扩大以及公司服务内容的持续扩展，对公司的管理和制度方面提出了更高的要求。

（四）确保实现上述计划拟采用的方式、方法或途径

1、公司严格按照上市公司的要求规范运作，加强内部控制，完善公司的法人治理结构，强化各项决策的科学性和透明度，促进公司的机制创新和管理升级。

2、公司将加快引进和培养互联网领域的专业技术人才、生产人员和管理人才，逐步建立完善、合理、有效的薪酬福利制度和股票期权等激励机制，进一步提高公司的技术水平、服务水平和营销推广能力，确保公司业务发展目标的实现。

3、本次发行股票将为公司实现上述业务目标提供关键性资金支持。公司将按计划认真组织募集资金投资项目的实施，促进公司服务水平和技术水平的提高，增强公司的核心竞争力，积极拓展市场，提高公司品牌知名度。

（五）发行人发展规划与现有业务的联系

公司上述发展规划是基于对公司当前业务的细致观察和总结，对互联网相关服务行业的深刻理解和认知，对市场环境未来发展的清晰判断之上提出的，符合互联网招商信息服务行业的发展趋势，是对公司现有业务的拓展和深化，是公司经营发展到一定阶段的自然结果，也是公司直面外部市场竞争，把握发展机遇，维持竞争优势的必然要求。公司多年的业务发展，积累了一定的技术优势、人才资源、客户资源、市场影响力等，将是实现业务发展计划的重要基础和保障。公司未来规划的实施，将增强公司的自主创新能力、强化核心竞争优势、提高市场占有率，提升公司的管理能力和人力资源，有利于公司长期稳定发展。公司将在上市后通过定期报告持续公告规划实施情况。

第七节 同业竞争与关联交易

一、发行人独立运行情况

公司自设立以来，按照《公司法》、《公司章程》等的要求规范运作，已在资产、人员、财务、机构和业务等方面独立于控股股东、实际控制人及其他关联方，具有独立完整的业务体系和面向市场自主经营的能力。

（一）资产完整方面

公司由渠道有限整体变更设立，承继了渠道有限的全部资产、负债、机构、业务和人员。截至本招股说明书签署日，公司具备与现有生产经营有关的业务体系和相关资产，不存在关联方违规占用公司资金、资产和其他资源的情形。

（二）人员独立方面

截至本招股说明书签署日，公司的总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人控制的其他企业担任董事、监事以外的职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领取薪酬。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职或领取薪酬。

（三）财务独立方面

公司已建立独立的财务核算体系以及规范的财务管理制度，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司独立在银行开户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。公司作为独立的纳税人进行纳税申报并履行纳税义务。

（四）机构独立方面

公司已建立完整的法人治理结构和适应经营管理需要的组织结构，独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情况。

（五）业务独立方面

公司独立于控股股东、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情形，也不存在显失公允的关联交易。

经核查，保荐机构认为，公司已达到发行监管对公司独立性的基本要求，上述内容真实、准确、完整。

二、同业竞争

（一）发行人与控股股东、实际控制人及控制的其他企业之间同业竞争情况

截至本招股说明书签署之日，中视在线持有公司 48.52%的股份，为公司控股股东；尤东云直接持有公司 17.98%的股份，且为中视在线（持有其 52%的股份并担任中视在线的执行董事）的控股股东，因此其通过直接和间接方式合计控制公司表决权的 66.49%，为公司实际控制人。

1、发行人与控股股东不存在同业竞争

公司主要从事互联网招商信息发布与营销服务，其中主要业务包括基于互联网平台的信息发布服务、互联网营销资源代理服务。

公司控股股东中视在线的经营范围为投资管理、投资咨询、投资顾问、资产管理；设计、制作、代理、发布广告；技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；数据处理；销售电子计算机、软件及辅助设备、化妆品、日用品、文化用品。报告期内，中视在线的主营业务为投资管理和资产管理，未经营其他业务。

报告期内，除持有公司的股权外，公司控股股东中视在线不存在自营、与他人共同经营或为他人经营与公司相同、相似业务的情形。

2、发行人与控股股东、实际控制人控制的其他企业不存在同业竞争

截至本招股说明书签署日，本公司实际控制人尤东云除持有渠道网络的股权外，还控制或共同控制玖玖叁玖、安徽飞雁、上海雁友、渠道易淘 4 家公司，具体情况如下表所示：

序号	公司名称	经营情况说明	经营范围
1	玖玖叁玖	正常经营	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件开发；设计、制作、代理、发布广告；数据处理；销售电子计算机软硬件及辅助设备、化妆品、日用品、文具用品；销售医疗器械（限一类）、体温计、血压计、磁疗器具、医用脱脂棉、医用卫生口罩、家用血糖仪、血糖试纸条、医用无菌纱布、家用电器、针纺织品、服装、粮食；销售食品、保健食品、医疗器械；互联网信息服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
2	安徽飞雁	未实际开展业务	受托管理股权投资企业，从事投资管理及相关咨询服务，投资管理；资产管理；企业管理咨询；企业策划；会议服务；经济信息咨询；项目投资、风险投资、资产重组。
3	上海雁友	未实际开展业务	从事货物及技术的进出口业务，机械设备、环保设备、太阳能设备、日用百货、化妆品、工艺品、文体用品、硅胶制品、电子产品、家用电器、家居用品、服装服饰及鞋帽、针纺织品、皮革制品、箱包、一类医疗器械的销售，食品流通。（依法须经批准的项目，经相关部门批准方）
4	渠道易淘	未实际开展业务	技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让；计算机技术培训（不得面向全国招生）；计算机系统服务；应用软件开发；基础软件服务；维修计算机；设计、制作、代理、发布广告；组织文化艺术交流活动（演出除外）；承办展览展示活动；会议服务；展厅的布置设计、包装装潢设计、电脑动画设计、产品设计、模型设计；翻译服务；资料编辑；影视策划；摄影扩印服务；艺术培训（不得面向全国招生）；经济信息咨询（不含投资咨询）；企业管理；租赁灯光、音响设备；体育场馆经营；体育运动项目经营（高危运动项目除外）；销售（含网上销售）文化用品、体育用品、计算机、软件及辅助设备、机械电器设备、电子产品、医疗器械（仅限Ⅰ类）、建筑材料（不从事实体店经营）、装饰材料（不从事实体店经营）、

			五金交电（不从事实体店铺经营）、电子元器件、通讯设备、金属材料、仪器仪表、化工产品（不含危险化学品）、汽车配件、服装、鞋帽、日用品、工艺品、蔬菜、水果、化妆品、家具（不从事实体店铺经营）、礼品、厨房用具、灯具（不从事实体店铺经营）、洗涤用品、卫生间用具；电影摄制；电影发行；从事互联网文化活动；互联网信息服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
--	--	--	--

实际控制人尤东云控制和共同控制的其他企业中，玖玖叁玖、渠道易淘从事的业务包含互联网信息服务内容，其中，渠道易淘因成立时间较短，截至招股说明书出具日，尚未开展实际经营，按照其经营规划，其主要从事招商企业的供应链管理系统服务。

报告期内，玖玖叁玖主要从事保健食品的销售和互联网信息服务业务，旗下包括进口营养保健食品电商交易平台久久健康商城（www.9939.net，京 ICP 备 13026604 号-40）和提供健康信息服务的久久健康网（www.9939.com，京 ICP 备 13026604 号-7）等。其中，久久健康商城已暂停运营，久久健康网正常经营，主要提供医疗健康资讯和咨询服务，包括疾病诊治信息、生活健康指导资讯、疾病查询等。

公司互联网信息服务的业务定位、盈利模式、营收规模与玖玖叁玖存在明显差异，两者不存在同业竞争，具体原因如下：

（1）业务定位的差异

公司运营的互联网招商信息服务平台主要为企业发布招商信息，提供相关招商增值服务，连接企业与下游的渠道投资者，协助企业建设销售渠道和营销网点，其客户主要为餐饮、服装、美容及培训等行业的中小企业，受众主要为访问网站获取该等行业招商信息的渠道投资者。

玖玖叁玖运营的久久健康网已取得北京市卫计委颁发的互联网医疗保健信息

服务审核同意书（京卫网审[2014]第 0168 号）、北京食药局颁发的互联网药品信息服务资格证书（（京）-经营性-2013-0007）和《互联网药品交易服务资格证书》（国 A20140004），其主要提供互联网医疗、药品等相关资讯，其网站受众为访问网站获取健康资讯的网民。

因此，公司与玖玖叁玖运营网站的业务定位和具体内容存在显著差异。

（2）盈利模式的差异

公司运营的招商信息服务平台的盈利模式主要是，通过为企业客户提供方案策划、创意设计、信息发布、信息反馈等服务，并直接向该等客户收取技术服务费及相关增值服务费。而玖玖叁玖运营的久久健康网的盈利模式主要是，通过为网民提供医疗健康等相关资讯，形成互联网媒体价值，并加入网络联盟体系，通过收取来自于网络联盟的分成获得收入。

因此，公司与玖玖叁玖运营网站的收费对象与盈利来源存在显著差异。

（3）营收规模的差异

2015 年、2016 年 1-6 月，玖玖叁玖和公司的营业收入规模及互联网信息服务收入规模比较如下：

单位：万元

公司名称	项目	2015 年	2016 年 1-6 月
玖玖叁玖 (1)	营业收入	841.90	116.61
	其中：平台推广服务收入	689.77	105.66
渠道网络 (合并)(2)	营业收入	38,314.05	17,689.79
	其中：招商信息发布服务收入	36,056.27	16,497.48
规模比较 (3) = (1) / (2)	营业收入	2.20%	0.66%
	其中：互联网信息服务收入	1.91%	0.64%

注 1：玖玖叁玖财务数据经北京市永恩力合会计师事务所有限公司审计。

注 2：渠道网络财务数据为合并口径的财务数据。

玖玖叁玖 2015 年、2016 年 1-6 月的营业收入分别为 841.90 万元、116.61 万元，其中久久健康网的收入为 689.77 万元、105.66 万元，仅为公司招商信息发布类收入的 1.91%和 0.64%。

综上，公司与玖玖叁玖虽然都提供互联网信息服务，但两者的许可经营范围与信息服务的具体内容、收费对象与盈利来源、经营规模等方面存在显著差异，不构成同业竞争关系。

因此，报告期内，控股股东、实际控制人控制的其他企业不存在自营、与他人共同经营或为他人经营与发行人相同、相似业务的情形。

（二）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

1、控股股东关于避免同业竞争的承诺

为避免未来可能发生的同业竞争，公司控股股东中视在线向公司出具了《避免同业竞争的承诺函》，作出如下承诺：

“1、本公司致力于把渠道网络（含子公司，下同）打造成本公司旗下唯一的互联网招商信息发布平台。

2、截至本承诺函出具之日，本公司和本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体没有从事或参与任何与渠道网络主营业务竞争的业务；本公司和本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体与渠道网络不存在同业竞争。

3、自承诺函出具日始，本公司承诺自身不会、并保证将促使本公司控制（包括直接控制和间接控制）的除渠道网络以外的公司、企业或其他经营实体不开展对与渠道网络业务类似业务的投入，今后不会新设或收购从事与渠道网络有相同或类似业务的子公司、分公司等经营性机构，不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与渠道网络业务直接或可能竞争的业务、企业、项目或其他任何活动，以避免对渠道网络的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

4、若三分之二（含本数）以上的独立董事认为本公司和本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体从事了对渠道网络的业务构成竞争的业务，本公司和本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体将及时转让或者终止该等业务。若渠道网络提出受让请求，本公司和本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体将无条件按公允价格和法定程序将该等业务优先转让给渠道网络。

5、如果本公司和本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体将来可能获得

任何与渠道网络产生直接或者间接竞争的业务机会，本公司承诺将促使本公司和本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体立即通知渠道网络，使该等业务机会按照渠道网络能够接受的合理条款和条件首先提供给渠道网络。

6、如渠道网络进一步拓展其产品和业务范围，本公司承诺其自身、并保证将促使本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体将不与渠道网络拓展后的产品或业务相竞争；可能与渠道网络拓展后的产品或业务产生竞争的，本公司自身、并保证将促使本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体将按包括但不限于以下方式退出与渠道网络的竞争：（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；（3）将相竞争的业务纳入到渠道网络来经营；（4）将相竞争的业务转让给无关联的第三方；（5）其他对维护渠道网络权益有利的方式。

7、本公司将不利用对渠道网络的控制关系或其他关系进行损害渠道网络及其股东合法权益的经营活动。

8、本公司确认该承诺函旨在保障渠道网络全体股东之权益而作出。

9、本公司确认该承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺。任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。

10、该承诺函自本公司签署之日起生效，该承诺函所载上述各项承诺在本公司作为渠道网络控股股东期间及自本公司不再为渠道网络控股股东之日起三年内持续有效且不可变更或撤销。

如违反上述任何一项承诺，造成渠道网络或其他股东利益受损的，本公司将承担全额赔偿责任。”

2、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为避免未来可能发生的同业竞争，公司实际控制人尤东云向公司出具了《避免同业竞争的承诺函》，作出如下承诺：

“1、本人致力于把渠道网络（含子公司，下同）打造成本人投资企业中的互联网招商信息发布平台。

2、截至本承诺函出具之日，本人和本人控制的其他公司、企业或其他经营实体没有从事或参与任何与渠道网络主营业务竞争的业务；本人和本人控制的其他

公司、企业或其他经营实体与渠道网络不存在同业竞争。

3、自承诺函出具日始，本人承诺自身不会、并保证将促使本人控制（包括直接控制和间接控制）的除渠道网络以外的公司、企业或其他经营实体不开展对与渠道网络业务类似业务的投入，今后不会新设或收购从事与渠道网络有相同或类似业务的子公司、分公司等经营性机构，不在中国境内或境外成立、经营、发展或协助成立、经营、发展任何与渠道网络业务直接或可能竞争的业务、企业、项目或其他任何活动，以避免对渠道网络的生产经营构成新的、可能的直接或间接的业务竞争。

4、若三分之二（含本数）以上的独立董事认为本人和本人控制的其他公司、企业或其他经营实体从事了对渠道网络的业务构成竞争的业务，本人和本人控制的其他公司、企业或其他经营实体将及时转让或者终止该等业务。若渠道网络提出受让请求，本人和本人控制的其他公司、企业或其他经营实体将无条件按公允价格和法定程序将该等业务优先转让给渠道网络。

5、如果本人和本人控制的其他公司、企业或其他经营实体将来可能获得任何与渠道网络产生直接或者间接竞争的业务机会，本人承诺将促使本人和本人控制的其他公司、企业或其他经营实体立即通知渠道网络，使该等业务机会按照渠道网络能够接受的合理条款和条件首先提供给渠道网络。

6、如渠道网络进一步拓展其产品和业务范围，本人承诺其自身、并保证将促使本人控制的其他公司、企业或其他经营实体将不与渠道网络拓展后的产品或业务相竞争；可能与渠道网络拓展后的产品或业务产生竞争的，本人自身、并保证将促使本公司控制的其他公司、企业或其他经营实体将按包括但不限于以下方式退出与渠道网络的竞争：（1）停止生产构成竞争或可能构成竞争的产品；（2）停止经营构成竞争或可能构成竞争的业务；（3）将相竞争的业务纳入到渠道网络来经营；（4）将相竞争的业务转让给无关联的第三方；（5）其他对维护渠道网络权益有利的方式。

7、本人将不利用对渠道网络的控制关系或其他关系进行损害渠道网络及其股东合法权益的经营活动。

8、本人确认该承诺函旨在保障渠道网络全体股东之权益而作出。

9、本人确认该承诺函所载的每一项承诺均为可独立执行之承诺。任何一项承诺若被视为无效或终止将不影响其他各项承诺的有效性。

10、该承诺函自本人签署之日起生效，该承诺函所载上述各项承诺在本人作为渠道网络实际控制人期间及自本人不再为渠道网络实际控制人之日起三年内持续有效。

如违反上述任何一项承诺，造成渠道网络或其他股东利益受损的，本人将承担全额赔偿责任。”

三、关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号-关联方披露》、《深圳证券交易所上市规则》等相关规定，截至本招股说明书签署日，本公司存在的关联方及其关联关系如下：

（一）关联自然人

1、持有发行人 5%以上股份的自然人股东及其关系密切的家庭成员

（1）公司实际控制人尤东云，以及其关系密切的家庭成员，如尤东云的配偶郭文鹤等。

（2）直接持有公司 14.93%的股份且持有公司控股股东中视在线 48%股权的自然人刘波，以及刘波之弟刘汉涛等关系密切的家庭成员。

2、公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员基本情况详见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”。

3、控股股东的董事、监事、高级管理人员

公司控股股东的董事、监事、高级管理人员的具体情况如下：

序号	职务	人员姓名
1	执行董事	尤东云
2	监事	沈明群

3	经理	刘波
---	----	----

（二）关联法人

1、持有公司 5%以上股份的法人股东

序号	关联方名称	关联关系说明	持股比例
1	中视在线	发行人的控股股东	48.52%
2	缙云投资	发行人的股东	7.80%

2、公司的子公司

公司的子公司包括北京渠道、渠道外包及中视联动，其情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“五、发行人子公司情况”。

3、实际控制人、控股股东直接或间接控制或参股的其他企业

除渠道网络及其控股子公司外，实际控制人尤东云控制其他企业包括中视在线，以及下列公司：

序号	关联方名称	关联关系说明
1	玖玖叁玖	中视在线为玖玖叁玖控股股东，尤东云为玖玖叁玖执行董事
2	渠道易淘	中视在线为玖玖叁玖控股股东，尤东云、刘波为渠道易淘的董事
3	安徽飞雁	尤东云为其控股股东（持股 75%）、法定代表人
4	上海雁友	尤东云为其控股股东（持股 50%）、执行董事

除此之外，实际控制人、控股股东还参股以下企业：

序号	关联方名称	关联关系说明
1	深圳人人合力网络科技有限公司	中视在线持股 10%
2	深圳七八金融服务有限公司	中视在线持股 30%、尤东云任董事
3	北京中世融川股权投资中心（有限合伙）	中视在线作为有限合伙人持股 2.985%
4	深圳融川资本飞雁股权投资中心（有限合伙）	尤东云作为有限合伙人持股 8.75%
5	北京你我他互学数据科技股份有限公司	尤东云持股 16.67%、任董事
6	缙云投资	尤东云作为有限合伙人占出资额的 77.18%，尤东云之妻郭文鹤任执行事务合伙人

4、关联自然人控制、共同控制或施加重大影响的其他企业

公司关联自然人控制、共同控制或施加重大影响的其他企业，以及其担任董事、高级管理人员的其他企业。其中，公司持股 5%以上的自然人股东、董事、监事、高级管理人员控制、共同控制或施加重大影响的其他企业分别参见本招股说明书“第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理”之“四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业务相关的其他对外投资情况”，以及“六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况”。

公司持股 5%以上的自然人股东、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员控制、共同控制或实施重大影响的其他企业中，与公司存在关联交易或资金往来的企业包括：

关联方名称	关联关系说明
上海通路	董事刘波妻子之兄弟之子刘井龙持股 14%，并担任董事
搜狐东林	董事、高级管理人员王晴之妹王昕原担任董事长的公司，王昕已于 2014 年 3 月从搜狐东林辞职
渠道易淘	实际控制人、董事、高级管理人员尤东云配偶郭文鹤担任董事
北京春播科技有限公司	董事、董事会秘书、高级管理人员王晴之妹王昕担任经理
北京春播秋实科技有限公司	董事、董事会秘书、高级管理人员王晴之妹王昕担任执行董事
北京碳优生物科技有限公司	董事、董事会秘书、高级管理人员王晴之妹王昕出资比例达 80%
北京同悦科技有限公司	董事、董事会秘书、高级管理人员王晴之妹王昕担任执行董事
上海夏长农业发展有限公司	董事、董事会秘书、高级管理人员王晴之妹王昕担任执行董事
常州移动果库复合材料科技有限公司	董事、董事会秘书、高级管理人员王晴之妹王昕担任执行董事
北京搜狐新媒体信息技术有限公司	董事、董事会秘书、高级管理人员王晴之妹王昕担任董事
北京星月汇金投资管理有限公司	董事、董事会秘书、高级管理人员王晴之妹王昕出资比例达 50%
北京数美联合科技有限公司	独立董事易欢欢配偶陆小兰担任执行董事
深圳易股天下互联网金融服务有限公司	独立董事易欢欢配偶陆小兰为法定代表人

燕园校友（北京）科技发展有限公司	高级管理人员邹志英配偶贾竑阳担任经理
北京爱未名校友科技服务中心有限公司	高级管理人员邹志英配偶贾竑阳担任经理
天津北创分享企业管理中心（有限合伙）	高级管理人员邹志英配偶贾竑阳担任负责人
莱尔维思服饰（北京）有限公司	董事刘波之兄弟刘汉涛为核心人员并有重大影响
武汉奇美服饰有限公司	董事刘波之兄弟刘汉涛为核心人员并有重大影响
武汉爱弗瑞服饰有限公司	董事刘波之兄弟刘汉涛为核心人员并有重大影响
武汉城市风尚服饰有限公司	董事刘波之兄弟刘汉涛为核心人员并有重大影响

四、关联交易情况

（一）报告期内全部合并报表范围外关联交易汇总表

单位：万元

交易类型	关联方名称	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
经常性关联交易					
关联销售	玖玖叁玖	-	159.00	412.04	97.55
	上海通路	-	21.67	550.23	1,301.13
	深圳人人合力网络科技有限公司	3.23	-	-	-
	莱尔维思	-	0.31	80.83	166.66
	奇美服饰	18.74	42.88	68.51	193.32
	爱弗瑞	19.29	21.13	30.02	42.00
	城市风尚	-	93.07	123.83	185.11
关联采购	搜狐东林	10.36	-	1,122.39	1,786.69
关键人员薪酬	董事、高级管理人员	142.60	187.90	174.33	144.60
偶发性关联交易					
房屋租赁	郭文鹤	-	-	-	4.80
销售汽车	郭文鹤	-	-	108.45	-

注 1：搜狐东林 2016 年已不属于公司关联方，相关交易金额不属于关联交易。

注 2：上海通路为曾经的关联方，现为刘波近亲属担任董事、有重大影响的公司。莱尔维思、奇美服饰、爱弗瑞、城市风尚为刘波近亲属为核心人员且有重大影响的公司。上述公司比照关联方披露。

报告期各期末，发行人与关联方应收应付款项的情况如下表所示：

单位：万元

项目名称	关联方	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
应收账款	玖玖叁玖	-	-	78.00	68.27
	深圳人人合力网络科技有限公司	0.72	-	-	-
应付账款	中视在线	-	-	32.69	28.69
其他应收款	搜狐东林	-	11.69	11.69	206.50
其他应付款	郭文鹤	-	8.40	8.40	8.40
	上海通路	-	-	800.00	360.00
预收款	上海通路	-	-	310.42	122.39
	莱尔维思	-	-	0.33	-
	奇美服饰	1.22	2.67	5.12	14.02
	爱弗瑞	0.84	0.31	-	-

其中，应收账款和预收款的余额为发行人及其子公司与关联方之间的销售交易导致。2013年末和2014年末公司对中视在线的应付账款为与中视在线报告期以前形成往来余额。2013年末和2014年末公司对上海通路的360万和800万其他应付款为保证金。报告期末对郭文鹤的其他应付款为中视联动租用郭文鹤房屋作为办公地所致，截至本招股说明书出具日，应付郭文鹤8.4万元已经支付。其他应收款和其他应付款为支付和收取的保证金。

（二）经常性关联交易

1、关联销售

（1）向玖玖叁玖提供互联网营销资源代理服务

中视联动为玖玖叁玖提供互联网营销资源代理服务，其定价根据市场价原则双方协商确定，具体为按实际推广金额的一定比例收取服务费。报告期内，公司向玖玖叁玖的销售金额及占其当期同类型交易和当期营业收入的比例如下所示：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
向玖玖叁玖销售金额	-	159.00	412.04	97.55
占当期同类交易比重	-	7.04%	4.48%	2.33%
占当期营业收入比例	-	0.41%	0.95%	0.30%

报告期内，该等关联交易占当期同类交易比例及当期营业收入比例较小，且定价公允，未对当期经营成果影响产生重大影响。

(2) 向深圳人人合力网络科技有限公司提供招商信息发布服务

公司为深圳人人合力网络科技有限公司提供招商信息服务，该类服务价格按照市场价格确定，价格公允。报告期内，公司为上述公司提供的服务占当期同类交易比例及当期营业收入比例较小。

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
深圳人人合力网络科技有限公司	3.23	-	-	-
合计	3.23	-	-	-
占当期同类交易比重	0.02%	-	-	-
占当期营业收入比例	0.02%	-	-	-

报告期内，公司为上述公司提供的服务占当期同类交易比例及当期营业收入比例较小。

2、关联采购

报告期内，公司向关联方搜狐东林采购金额及占当期营业成本、当期同类型交易的比例如下所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
向搜狐东林采购金额	10.36	-	1,122.39	1,786.69
占当期营业成本比重	0.09%	-	3.47%	7.75%

注：搜狐东林 2016 年已不属于公司关联方，相关交易金额不属于关联交易。

公司财务总监王晴之妹王昕曾任北京搜狐东林广告有限公司（以下简称“搜狐东林”）法定代表人和董事长（任职期间 2006 年至 2014 年 3 月）。报告期内，公司向关联方搜狐东林采购互联网门户网站营销资源。该项关联交易依据市场原则进行，定价公允。

3、支付关键管理人员薪酬

公司向公司现任关键管理人员支付报酬，该关联交易仍将持续进行。公司关键管理人员为有权力并负责计划、指挥和控制企业活动的人员，包含公司董事、高级管理人员，报告期内，公司向关键管理人员支付的报酬总额分别为 144.60 万元、174.33 万元、187.90 万元和 142.60 万元。

4、向中视在线租赁房屋

自 2014 年 6 月起，渠道网络、渠道外包无偿租用中视在线的合肥（蜀山）国际电子商务产业园（以下简称“蜀山新产业园”）房屋，租赁面积分别为 3,526 平方米和 500 平方米。该等房屋亦由中视在线取得，根据中视在线与蜀山新产业园签订的《合肥（蜀山）国际电子商务产业园招商入院暨房屋租赁合同》，合肥市蜀山新产业园区为招商引资、促进园区发展服务，在中视在线租用的 2014 年 6 月 1 日至 2019 年 5 月 31 日期间给予中视在线租用房屋的租金“三免两减半”的优惠政策。鉴于中视在线为控股型公司，渠道网络及子公司渠道外包为实际经营主体，因此，中视在线与渠道网络及子公司渠道外包确定的租金价格亦根据合肥市蜀山新产业园区的政策，实行“三免两减半”，报告期内暂免租金。

（三）偶发性关联交易

1、向郭文鹤租赁房屋

中视联动自 2012 年 9 月至 2013 年 4 月期间，租赁郭文鹤名下的“北京市海淀区西三环北路 72 号 B 座 1602 室”房产，租赁面积 140.41 平方米，租赁价格为 1.2 万元/月，报告期内租赁费 4.8 万元。该等关联交易规模较小，且未持续租赁，因此未对当期经营成果影响产生重大影响。

2、向郭文鹤转让汽车

中视联动 2014 年 5 月购买汽车共计支付 108.45 万元，后因无法办理证照手续，于 2014 年 8 月将该车辆以 108.45 万元价格转让给郭文鹤。郭文鹤已于 2014 年底清偿该笔款项。

（四）其他比照关联方披露的交易

1、向上海通路提供招商信息发布及互联网营销资源代理服务

报告期内，公司与上海通路发生两类关联交易：一类为公司为上海通路提供招商信息发布服务，该类服务价格参考市场价格确定；另一类为子公司中视联动为上海通路提供互联网营销资源代理服务，主要为搜索引擎营销资源代理服务，双方协商，该类服务收取固定金额收费。自 2015 年 4 月起，中视联动终止了与上海通路的代理服务。

报告期内，公司向上海通路销售金额及占其当期同类型交易和当期营业收入的比例如下所示：

单位：万元

交易类型	项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
招商信息发布	向上海通路销售金额	-	4.25	437.02	1,225.66
	占当期同类交易比重	-	0.01%	1.27%	4.34%
	占当期营业收入比例	-	0.01%	1.00%	3.78%
互联网营销资源代理	向上海通路销售金额	-	17.42	113.21	75.47
	占当期同类交易比重	-	0.77%	1.23%	1.81%
	占当期营业收入比例	-	0.05%	0.26%	0.23%
合计	向上海通路销售金额	-	21.67	550.23	1,301.13
	占当期营业收入比例	-	0.06%	1.26%	4.02%

报告期内，公司为上海通路提供的招商信息发布服务占当期同类交易比例及当期营业收入比例较小，该类关联交易已于 2015 年终止。中视联动为上海通路提供的互联网营销资源代理服务于 2015 年 4 月起终止，该类关联交易占当期同类交易比例及当期营业收入比例较小。

2、向莱尔维思、奇美服饰、爱弗瑞、城市风尚提供招商信息发布服务

公司为莱尔维思、奇美服饰、爱弗瑞、城市风尚提供招商信息发布服务。4 家公司均为公司董事刘波之兄弟刘汉涛担任核心人员并产生重大影响的公司，因此，比照关联方的原则进行披露。公司为上述该类服务价格按照市场价格确定，价格公允。

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
莱尔维思	-	0.31	80.83	166.66
奇美服饰	18.74	42.88	68.51	193.32
爱弗瑞	19.29	21.13	30.02	42.00
城市风尚	-	93.07	123.83	185.11
合计	38.03	157.39	303.19	587.09
占当期同类交易比重	0.23%	0.44%	0.88%	2.08%
占当期营业收入比例	0.21%	0.41%	0.69%	1.81%

（五）关联交易对公司当期经营成果和主营业务的影响

报告期内，公司与关联方发生的关联交易未对公司的经营成果和主营业务产生重大不利影响。

五、关联交易履行程序及独立董事意见

公司整体变更前，公司未建立严格的关联方审核及关联交易审批制度，存在关联交易未履行审批程序的情形。公司整体变更后，公司的关联交易均按《公司章程》和《关联交易管理制度》等文件的要求履行了必要的决策程序。

公司于 2016 年 3 月 7 日召开的第一届董事会第六次会议审议通过了《关于确认公司报告期内发生的关联交易情况的议案》，对报告期关联交易进行确认，并经 2016 年 3 月 23 日召开的 2016 年第一次临时股东大会决议通过。关联董事及关联股东均依据公司的相关规定回避表决。

公司于 2016 年 10 月 5 日召开的第一届董事会第八次会议审议通过了《关于补充确认公司报告期内关联交易的议案》，对报告期关联交易进行确认，并经 2016 年 10 月 20 日召开的 2016 年第二次临时股东大会决议通过。关联董事及关联股东均依据公司的相关规定回避表决。

公司独立董事对报告期内公司的关联交易事项进行了审核，并发表意见：“公司报告期内发生的关联交易系公司与关联方在日常生产经营活动中所产生的，交易价格依据公司与关联方签订的相关协议以市场价格进行，不存在损害中小股东权益的情况，符合公司和全体股东的利益。”

六、公司控股股东、实际控制人及全体董事、监事、高级管理人员关于减少和规范关联交易的承诺

（一）控股股东和实际控制人关于减少和规范关联交易的承诺

公司控股股东中视在线和实际控制人尤东云出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，作出如下承诺：

“1、本公司/本人及所属关联方与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易。

2、本公司/本人将严格按照《公司法》等法律法规以及《安徽省渠道网络股份有限公司章程》、《安徽省渠道网络股份有限公司关联交易管理制度》的有关规定，依法行使股东权利，同时承担相应的股东义务，在董事会、股东大会对涉及本公司/本人及所属关联方的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

3、根据相关法律、法规和规范性文件的规定减少并规范关联交易，本公司/本人及所属关联方与发行人发生的关联交易，将严格遵循市场原则，尽量避免不必要的关联交易发生，对持续经营所发生的必要的关联交易，应以协议方式进行规范和约束，遵循市场化的定价原则，避免损害中小股东权益的情况发生，保证关联交易的必要性和公允性。

4、不利用本公司/本人对发行人的控股股东/实际控制人地位及控制性影响谋求发行人在业务合作等方面给予优于市场第三方的权利；不利用本公司/本人对发行人的控股股东/实际控制人地位及控制性影响谋求与发行人达成交易的优先权利；不以低于市场价格的条件与发行人进行交易，亦不利用该类交易从事任何损害发行人利益的行为。

5、为保证发行人的独立运作，本公司/本人承诺在作为发行人的控股股东/实际控制人期间，保证本公司/本人以及所属关联方与发行人在人员、财务、机构、资产、业务等方面相互独立。

6、本公司/本人承诺杜绝一切非法占用发行人的资金、资产的行为。”

（二）全体董事关于减少和规范关联交易的承诺

公司全体董事出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，作出如下承诺：

“1、本人及所属关联方与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易。

2、本人将严格按照《公司法》等法律法规以及《安徽省渠道网络股份有限公司公司章程》、《安徽省渠道网络股份有限公司关联交易管理制度》的有关规定，在董事会、股东大会对涉及本人及所属关联方的关联交易进行表决时，履行回避表决的义务。

3、根据相关法律、法规和规范性文件的规定减少并规范关联交易，本人及所属关联方与发行人发生的关联交易，将严格遵循市场原则，尽量避免不必要的关联交易发生，对持续经营所发生的必要的关联交易，应以协议方式进行规范和约束，遵循市场化的定价原则，避免损害中小股东权益的情况发生，保证关联交易的必要性和公允性。”

（三）全体监事及其他高级管理人员关于减少和规范关联交易的承诺

公司全体监事及其他高级管理人员出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，作出如下承诺：

“1、本人及所属关联方与发行人之间现时不存在任何依照法律、法规和规范性文件的规定应披露而未披露的关联交易。

2、根据相关法律、法规和规范性文件的规定减少并规范关联交易，本人及所属关联方与发行人发生的关联交易，将严格遵循市场原则，尽量避免不必要的关联交易发生，对持续经营所发生的必要的关联交易，应以协议方式进行规范和约束，遵循市场化的定价原则，避免损害中小股东权益的情况发生，保证关联交易的必要性和公允性。”

第八节 董事、监事、高级管理人员与公司治理

一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介

公司董事会由 7 名董事组成，其中 3 名独立董事；监事会由 3 名监事组成，其中 1 名职工代表监事；公司现有高级管理人员 4 名。

（一）公司董事会成员

尤东云，男，1976 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历。1997 年至 2000 年任中国教育电视台《科技之光》栏目编导；2000 年至 2002 年任中国中央电视台科教中心《田野》栏目编导；2002 年至 2006 年任北京中视在线广告有限公司总经理；2006 年至 2014 年任中视在线国际传媒广告（北京）有限公司执行董事及总经理；2010 年至 2014 年任渠道有限执行董事；2012 年至今任北京渠道执行董事、中视联动执行董事和总经理、渠道外包执行董事；2014 年至今任中视在线执行董事和渠道网络董事长、总经理。

刘波，男，1964 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历；1996 年至 1999 年任北京东方宏伟科技有限公司经理；1999 年至 2014 年主要从事自主创业，先后投资北京中艺时空广告有限公司、北京中视在线广告有限公司、中视在线，2014 年至今任渠道网络董事。

王晴，女，1968 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历；1991 年至 1993 年任职于中国人民保险公司安庆支公司，1996 年 7 月至 1996 年 12 月任职于住友商社北京办事处，1997 年至 2010 年任职于惠普有限公司，2011 年至 2014 年任渠道有限副总裁；2014 年至今任公司董事、董事会秘书、财务总监。

李海军，男，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，大学肄业；2001 年至 2003 年任职于北京自由白领网络技术有限公司，2003 年至 2004 年任职于中网在线控股有限公司；2004 年至 2005 年任职于北京易维九通传媒资讯有限公司；2005 年至 2009 年任职于北京众易天下网络技术有限公司；2009 年至 2010 年任中

视在线国际传媒广告（北京）有限公司副总裁；2010年至2014年任渠道有限副总裁，2012年至2014年任北京渠道监事，2014年至今任公司董事、副总经理和北京渠道经理。

谢峰，男，1970年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，注册会计师，1992年至今就职于中审众环会计师事务所（特殊普通合伙），现任中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）副总经理。2011年至今任江苏达海智能系统股份有限公司（非上市公司）独立董事，2012年至今任武汉农尚环境股份有限公司（非上市公司）独立董事，2013年至今任湖北瀛通通讯线材股份有限公司（非上市公司）独立董事，2015年至今任武汉德宝装备股份有限公司（非上市公司）独立董事，2015年12月至今任公司独立董事。

易欢欢，男，1982年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历；2008年至2009年任职于甲骨文(中国)战略咨询部，担任高级经理，2009年至2013年任职于国金证券研究部，2013年至2015年任职于申万宏源证券研究所，任执行所长，2015年至今任深圳键桥通讯股份有限公司（证券代码：002316）独立董事，2015年12月至今任公司独立董事。

王茂斌，男，1973年出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，副教授；1994至1996年任职于中国银行安徽黄山市分行信用卡部；1999年至2004年任职于南方证券广州分公司投资理财部；2007年至今任职于对外经济贸易大学金融学院。2015年12月至今任公司独立董事。

（二）公司监事会成员

彭玉红，女，1980年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中专学历；2003年至2006年任职于北京中视在线广告有限公司；2006年至2010年任职于中视在线国际传媒广告（北京）有限公司，2010年至2014年任职于渠道有限，2014年至今任职于公司销售部门。2015年12月至今任公司职工代表监事、监事会主席。

王忠波，男，1982年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年至2008年任职于北京易维九通广告传媒有限公司，2008年至2009年任职于众

易天下信息技术（北京）有限公司，2010年至2014年任职于渠道有限，2014年至今任公司技术总监。2014年12月至今任公司监事。

胡善媛，女，1985年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2006年至2007年任职于合肥亚奥商贸有限公司，2007年至2010年任职于中视在线国际传媒广告（北京）有限公司，2010年至2014年任职于渠道有限，2014年至今任公司运营中心总监，2014年12月至今任公司监事。

（三）公司高级管理人员

尤东云，简历见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）公司董事会成员”。

李海军，简历见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）公司董事会成员”。

王晴，简历见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（一）公司董事会成员”。

邹志英，女，1980年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历；2006年至2010年任职于中视在线国际传媒广告（北京）有限公司，2010年至2014年任渠道有限运营总监、副总裁，2015年至今任公司副总经理。

（四）公司核心技术人员

公司负责研发和技术工作的核心人员基本情况如下：

王忠波，简历见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（二）公司监事会成员”。

邹志英，简历见本节之“一、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员简介”之“（三）公司高级管理人员”

艾新建，男，1984年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2008年至2010年任职于天下商机网络技术有限公司。2010年至2014年任职于渠道有限，2014年至今任公司平台支持中心总监。

王彦君，男，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，2006 年至 2007 年任职于上海好得加信息技术有限公司，2007 年至 2011 年任职于美国路胜佰（上海）网络科技有限公司，2011 年至 2014 年任渠道有限高级研发经理，2014 年至今任公司高级研发经理。

（五）发行人董事、监事、高级管理人员提名和选聘情况

1、董事提名和选聘情况

2014 年 12 月 25 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，全体发起人协商提名并选举尤东云、刘波、王晴、李海军、张振杰 5 人为公司第一届董事会董事，任期三年。2014 年 12 月 25 日，公司第一届董事会第一次会议选举尤东云为第一届董事会董事长。

2015 年 4 月，张振杰辞职，尤东云提名王辉为公司第一届董事会董事，经公司 2015 年度第二次临时股东大会选举通过。2015 年 12 月 31 日，公司股东尤东云提名邹志英为公司第一届董事会董事，谢峰、易欢欢、于光东为公司独立董事，经 2015 年第三次临时股东大会选举通过。

因于光东曾任职于 360 上市主体，担任高级管理人员，鉴于公司长期采购 360 搜索引擎营销资源，为保证公司独立董事的独立性，2016 年 1 月，于光东提出辞去独立董事职务。2016 年 3 月，公司薪酬与提名委员会提名王茂斌为独立董事，王辉、邹志英因个人原因辞去董事职务，并经 2016 年第一次临时股东大会决议通过。

2、监事提名和选聘情况

2014 年 12 月 24 日，公司召开职工代表会议，选举周黎为整体变更后股份公司的职工代表监事。2014 年 12 月 25 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，全体发起人协商提名并选举王忠波、胡善媛为公司第一届监事会监事，与职工代表监事周黎组成股份公司第一届监事会。2014 年 12 月 25 日，渠道网络第一届监事会第一次会议通过决议，选举周黎为监事会主席。公司监事任期三年。

2015 年 12 月，公司监事会主席周黎辞去公司第一届监事会监事职务。2015

年 12 月 5 日，公司召开职工代表会议，选举彭玉红为公司职工代表监事。2015 年 12 月 5 日，公司召开第一届监事会第三次会议，选举彭玉红为公司第一届监事会主席，任期与第一届监事会相同。

3、高级管理人员提名及选聘情况

2014 年 12 月 25 日，经公司第一届董事会第一次会议审议通过，聘任尤东云为总经理，李海军、张振杰为副总经理、王晴为财务总监、董事会秘书。公司高级管理人员任期三年。

2015 年 4 月，张振杰辞去副总经理职务，2015 年 12 月 17 日，公司第一届董事会第五次会议聘任邹志英为公司副总经理。

4、董事、监事、高级管理人员了解股票发行上市相关法律法规及其法定义务责任的情况

公司现任全体董事、监事和高级管理人员已经过保荐机构与发行人律师、会计师组织的相关辅导，对接受辅导人员进行了股票发行上市相关法律法规的法律法规学习、培训，并通过了辅导考试，已经了解与股票发行上市有关的法律法规，知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任。

二、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系

公司监事、核心技术人员王忠波为尤东云堂姐翁家秀的女婿。

除上述披露亲属关系外，公司其他董事、监事、高级管理人员、其他核心人员之间不存在亲属关系。

三、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属持股情况

（一）直接持股情况

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

姓名	职务	持股数 (万股)	持股比例	所持股份是否质押或冻结
尤东云	董事长、总经理	862.84	17.98%	无
刘波	董事	716.86	14.93%	无
李海军	董事、副总经理	67.50	1.41%	无
邹志英	副总经理	45.00	0.94%	无
王晴	董事、财务总监、 董事会秘书	40.50	0.84%	无
合计		1,732.70	36.10%	无

（二）间接持股情况

根据对发行人持股主体出资份额换算，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属通过中视在线和缙云投资持有发行人权益的情况如下表所示：

姓名	公司职务/亲属关系说明	间接持股情况	
		数量（万股）	比例
尤东云	董事长、总经理	1,495.87	31.16%
刘波	董事	1,117.80	23.29%
李海军	董事、副总经理	5.01	0.10%
邹志英	副总经理	5.01	0.10%
王晴	董事、财务总监、董事会秘书	17.29	0.36%
王忠波	监事	5.01	0.10%
艾新建	核心技术人员	4.00	0.08%
胡善媛	监事	2.99	0.06%
合计		2,653.00	55.27%

截至本招股说明签署日，上述人员的间接持股无质押或冻结情况。

除上述披露情况外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属无其他间接持有公司股份的情况。

四、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与发行人及其业

务相关的其他对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员除渠道网络外，其他的对外投资情况如下：

姓名	对外投资单位	投资金额 (万元)	权益份额
尤东云	中视在线	52.00	52.00%
	缙云投资	900.20	77.18%
	安徽飞雁	750.00	75.00%
	上海雁友	250.00	50.00%
	深圳融川资本飞雁股权投资中心（有限合伙）	350.00	8.75%
	北京你我他互学数据科技股份有限公司	200.00	16.67%
	玖玖叁玖	136.08	68.04%
	深圳人人合力网络科技有限公司	26.00	5.20%
	深圳七八金融服务有限公司	780.00	15.60%
	北京中世融川股权投资中心（有限合伙）	156.00	1.55%
	渠道易淘	500.00	50.00%
刘波	中视在线	48.00	48.00%
	玖玖叁玖	49.92	24.96%
	深圳人人合力网络科技有限公司	24.00	4.80%
	深圳七八金融服务有限公司	720.00	14.40%
	北京中世融川股权投资中心（有限合伙）	144.00	1.43%
王晴	北京万家康物流有限公司	150.00	50.00%
谢峰	上海钱鲤鱼金融信息服务有限公司	1,000.00	10.00%
	众环（北京）管理股份有限公司	15.00	2.84%
	众环海华会计师事务所有限公司	7.10	3.55%
	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）	50.00	2.66%
易欢欢	北京若水合投投资管理有限公司	58.00	2.00%
	上海必汇网络科技有限公司	100.00	3.00%
	北京合智融达投资管理有限公司	100.00	6.25%

注：玖玖叁玖、人人合力、七八金融和中视融川中尤东云和刘波通过中视在线间接持有的权益金额和股份比例分别按照“持有中视在线股权比例*中视在线对外投资金额”和“持有中视在线股权比例*中视在线持股比例”计算。

董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的上述对外投资与发行人不存在利益冲突。

五、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近一年的薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及所履行的程序情况

根据公司 2015 年第三次临时股东大会通过的关于公司独立董事薪酬的议案，公司独立董事薪酬为每年每人 8 万元。公司内部同时担任其他职务的董事除其本岗位职责工资外不在公司额外领取薪酬。

公司内部同时担任其他职位的监事，除其本岗位职责工资外不在公司额外领取薪酬。

高管及其他核心人员的薪酬主要由基本工资、奖金组成。其中：基本工资由劳动合同约定，主要根据职级、岗位等进行确定；高管奖金根据年初制定的经营目标、考核方案及最终实现情况确定。自 2016 年起，公司董事、监事、高管的薪酬经薪酬与考核委员会审议后提交公司董事会和股东大会审议批准。

（二）最近三年及一期薪酬总额占各期发行人当期利润总额的比重

公司最近三年及一期董事、监事、高管及其他核心人员薪酬总额占公司当期利润总额的比重情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
薪酬总额	202.28	266.33	205.17	171.02
利润总额	1,195.01	2,774.27	277.55	1,112.62
占比	16.93%	9.60%	73.92%	15.37%

注 1：上述薪酬总额为应发薪酬，包含应缴纳个税和个人负担的社保、公积金。

注 2：王辉于 2016 年 3 月辞去董事职务，上表中 2016 年 1-6 月的董监高收入仅包含王辉 1-3 月薪酬。

注 3：2015 年 12 月，周黎辞去公司第一届监事会监事职务，当月，经公司职工大会决议通过改选彭玉红为第一届监事会监事。上表 2015 年度薪酬总额中包含周黎 1-12 月收入，未包含彭玉红收入。

（三）最近一年从公司及其关联企业领取收入的情况

公司董事、监事、高管人员及其他核心人员 2015 年度未在关联企业领取薪酬，该等人员 2015 年度于公司领取的薪酬（津贴）情况如下表所示：

姓名	职务	2015 年度薪酬（万元）
尤东云	董事长、总经理	17.86
刘波	董事	19.85
王晴	董事、董事会秘书、财务总监	40.96
李海军	董事、副总经理	40.96
谢峰	独立董事	-
易欢欢	独立董事	-
王茂斌	独立董事	-
王辉	董事（2015.1.1-2016.1.7）	32.29
邹志英	副总经理、核心技术人员	23.29
彭玉红	职工代表监事、监事会主席	19.46
王忠波	监事、核心技术人员	26.11
胡善媛	监事	14.07
艾新建	核心技术人员	17.40
王彦君	核心技术人员	13.14
周黎	原监事会主席（2015.1.1-2015.12.5）	7.71
张振杰	原董事、副总经理（2015.1.1-2015.4.3）	12.69

注 1：以上为应发金额，包含个人缴纳的社保、公积金、个税。

注 2：谢峰、易欢欢和王茂斌于 2015 年 12 月被聘为公司独立董事，2015 年未领取津贴。

注 3：除独立董事外，其余董事、监事无专门薪酬，上表披露为其本职岗位薪酬。

除此之外，最近一年上述人员未从公司其他关联企业领取薪酬、享受其他待遇和退休金计划等情况。

六、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员兼职情况

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兼职情况如下表所示：

姓名	其他任职单位	兼任职务	其他任职单位与公司关系
尤东云	中视在线	执行董事	公司控股股东
	北京渠道	执行董事	公司子公司
	中视联动	执行董事、经理	公司子公司

	渠道外包	执行董事	公司子公司
	缙云投资	有限合伙人	公司股东
	安徽飞雁	执行董事	实际控制人控制
	上海雁友	执行董事	实际控制人控制
	深圳融川资本飞雁股权投资中心（有限合伙）	有限合伙人	实际控制人参股
	北京你我他互学数据科技股份有限公司	董事	实际控制人参股
	深圳七八金融服务有限公司	董事	控股股东参股
	渠道易淘	董事	控股股东参股
刘波	渠道易淘	董事长	控股股东参股
	玖玖叁玖	执行董事、总经理	控股股东参股
李海军	北京渠道	经理	公司子公司
王晴	北京春播秋实科技有限公司	监事	-
王茂斌	中国投资协会	理事	-
谢峰	中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）	副总经理	-
	武汉农尚环境股份有限公司（非上市公司）	独立董事	-
	江苏达海智能系统股份有限公司（非上市公司）	独立董事	-
	湖北瀛通通讯线材股份有限公司（非上市公司）	独立董事	-
	武汉德宝装备股份有限公司（非上市公司）	独立董事	-
	上海钱鲤鱼山金融信息服务有限公司	监事	-
易欢欢	深圳键桥通讯股份有限公司（上市公司）	董事	-
	北京久其互联网金融信息服务有限公司	董事	-
	徐州淮海数据交换服务有限公司	董事	-
	北京千人互融信息技术有限公司（非上市公司）	董事	-
	北京山海若水投资管理有限公司（非上市公司）	董事	-

除上述披露外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员没有其他兼职的情况。

七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所签订的协议

截至本招股说明书签署日，公司与独立董事谢峰、易欢欢、王茂斌签署了聘任协议，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签署了劳

动合同及保密协议。公司全体董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均就不从事与发行人相竞争业务出具了《竞业禁止声明及承诺函》。截至本招股说明书签署日，上述合同履行正常，不存在违约情形。公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员未与公司签订其他重大商业协议。

八、公司董事、监事、高级管理人员任职资格

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的任职资格均符合相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。

九、董事、监事、高级管理人员近两年及一期变动情况

（一）公司董事会成员变动情况

2013 年渠道有限未设董事会，由尤东云担任公司执行董事。最近两年及一期公司董事会成员变动情况如下：

2014 年 12 月 25 日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，选举尤东云、刘波、李海军、张振杰、王晴 5 人为公司第一届董事会董事，2014 年 12 月 25 日，第一届董事会第一次会议选举尤东云为第一届董事会董事长。

2015 年 4 月，张振杰辞职，2015 年度第二次临时股东大会选举王辉为公司第一届董事会董事。

2015 年 12 月 31 日，公司 2015 年第三次临时股东大会，增补邹志英为公司第一届董事会董事，谢峰、易欢欢、于光东为公司第一届董事会独立董事。

因于光东曾任职于 360 上市主体，担任高级管理人员，鉴于公司长期采购 360 搜索引擎营销资源，为保证公司独立董事的独立性，2016 年 1 月，于光东提出辞去独立董事职务。

2016 年 3 月，王辉、邹志英辞去董事职务。公司 2016 年第一次临时股东大会补选王茂斌为独立董事。

（二）监事会成员变动情况

2013年，渠道有限不设监事会，设监事一名，为翁伟。最近两年及一期公司监事会成员变动情况如下：

2014年12月24日，公司召开职工代表会议，选举周黎为整体变更后股份公司的职工代表监事。2014年12月25日，公司创立大会暨第一次股东大会通过决议，选举王忠波、胡善媛为监事。2014年12月25日，股份公司第一届监事会第一次会议通过决议，选举周黎为监事会主席。

2015年12月，公司监事会主席周黎辞去公司第一届监事会监事职务。2015年12月5日，公司召开职工代表会议，选举彭玉红为公司职工代表监事。2015年12月5日，公司召开第一届监事会第三次会议，选举彭玉红为公司第一届监事会主席，任期与第一届监事会相同。

（三）高级管理人员变动情况

2012年12月30日，渠道有限执行董事尤东云作出决定，由尤东云代行总经理职务，并聘任王晴为财务总监、李海军、张振杰、王辉、邹志英为副总经理。

2014年10月24日，渠道有限执行董事尤东云作出决定：聘任尤东云为公司总经理。2014年12月25日，公司第一届董事会第一次会议审议通过，聘任尤东云为公司的总经理，李海军、张振杰为公司副总经理，王晴为公司财务总监、董事会秘书。

2015年4月19日，张振杰辞去副总经理职务。2015年12月17日，公司第一届董事会第五次会议聘任邹志英为公司副总经理。

十、公司有关公司治理制度及履职情况

（一）公司治理存在的缺陷及改进情况

公司2014年12月整体变更设立股份公司前，公司法人治理机构、相关管理制度不健全，未建立股东会、董事会、监事会等相关法人治理结构，未制订关联交易、对外担保等事项的专项管理制度。

公司2014年12月整体变更为股份公司以来，根据《公司法》、《证券法》

等相关法律法规的规定，建立健全了股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书制度，明确了决策、执行、监督等方面的职责权限，形成了有效的责任分工和完善的法人治理结构。

2014年12月25日，公司召开创立大会暨第一次股东大会，根据《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律法规的要求，选举产生了公司第一届董事和监事，审议通过了《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作细则》、《总经理工作细则》等法人治理制度文件，并通过了《对外担保管理制度》、《关联交易管理制度》等公司治理的基础制度。2014年12月25日，公司召开了第一届董事会第一次会议通过了《董事会秘书工作细则》、《总经理工作细则》、《对外投资管理办法》等公司治理的基础制度。

截至本招股说明书签署日，公司按照各项规章制度规范运行，相关机构和人员均履行相应职责。通过上述组织机构的建立和相关制度的实施，公司已逐步建立健全了符合上市要求的、能够保证中小股东充分行使权利的公司治理结构。

（二）股东大会制度的建立健全及运行情况

公司依照相关法律、法规及规范性文件制定了《公司章程（草案）》和《股东大会议事规则》，对股东大会的职权、召开方式、表决方式等作出了明确规定。股东大会依法规范运行，股东严格按照《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使权利、履行义务，不存在违反法律、法规及规范性文件的情形。

自2014年12月25日至本招股说明书签署日，公司共召开了八次股东大会，历次股东大会的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范，所作决议合法、有效。公司股东大会对订立《公司章程（草案）》、选举董事会和监事会成员、公司财务预算和决算、利润分配、制定内部控制制度、首次公开发行的授权和募集资金投向等重大事宜作出了有效决议。公司历次股东大会有关情况如下：

序号	日期	名称	出席会议情况	会议内容是否合法有效
1	2014.12.25	创立大会暨第一次股东大会	全体股东出席	是
2	2015.4.1	2015 年第一次临时股东大会	全体股东出席	是
3	2015.4.19	2015 年第二次临时股东大会	全体股东出席	是
4	2015.6.10	2014 年度股东大会	全体股东出席	是
5	2015.12.31	2015 年第三次临时股东大会	全体股东出席	是
6	2016.3.23	2016 年第一次临时股东大会	全体股东出席	是
7	2016.5.20	2015 年度股东大会	全体股东出席	是
8	2016.10.20	2016 年第二次临时股东大会	全体股东出席	是

（三）董事会制度的建立健全及运行情况

公司整体变更为股份有限公司后，建立健全了董事会及《董事会议事规则》。依据《公司章程》规定，董事会由7名董事组成，其中包含3名独立董事。董事会设董事长1名，董事长由董事会过半数选举产生。《公司章程》及《董事会议事规则》对董事会的职权、召开方式、条件、表决方式等做了明确规定。

公司董事会严格按照《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》及其它相关法律法规的规定召集、召开董事会会议并进行表决，维护公司和股东的合法权益。自 2014 年 12 月 25 日创立大会召开至本招股说明书签署之日，公司第一届董事会共召开了八次会议。公司董事会会议的召开符合《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》的规定，历次董事会会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范完整，所作决议合法、有效。董事会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》、《董事会议事规则》所赋予的权利和义务，不存在董事会违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。公司自股份公司设立以来历次董事会有关情况如下：

序号	日期	名称	出席会议情况	会议内容是否合法有效
1	2014.12.25	第一届董事会第一次会议	全体董事出席	是
2	2015.3.15	第一届董事会第二次会议	4 名董事出席	是
3	2015.4.3	第一届董事会第三次会议	4 名董事出席	是
4	2015.5.20	第一届董事会第四次会议	全体董事出席	是
5	2015.12.17	第一届董事会第五次会议	全体董事出席	是

6	2016.3.7	第一届董事会第六次会议	全体董事出席	是
7	2016.4.30	第一届董事会第七次会议	全体董事出席	是
8	2016.10.5	第一届董事会第八次会议	全体董事出席	是

（四）监事会制度的建立健全及运行情况

监事会是公司内部的专职监督机构，监事会对股东大会负责。公司整体变更为股份有限公司后，制定了《监事会议事规则》，对监事会会议的召开程序、审议程序、表决程序等作了规定。依据《公司章程》规定，监事会由3名监事组成，其中职工代表监事不低于三分之一。监事会设监事会主席1名，由监事会过半数选举产生。

自2014年12月25日创立大会至本招股说明书签署之日，公司共召开了四次监事会会议，监事会会议的召开符合《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》的规定，历次监事会会议的召集、提案、出席、议事、表决、决议及会议记录规范完整，所作决议合法、有效。公司监事会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》、《监事会议事规则》所赋予的权利和义务。公司自股份公司设立以来历次监事会有关情况如下：

序号	日期	名称	出席会议情况	会议内容是否合法有效
1	2014.12.25	第一届监事会第一次会议	全体监事出席	是
2	2015.5.20	第一届监事会第二次会议	全体监事出席	是
3	2015.12.5	第一届监事会第三次会议	全体监事出席	是
4	2016.4.30	第一届监事会第四次会议	全体监事出席	是
5	2016.10.5	第一届监事会第五次会议	全体监事出席	是

（五）独立董事制度的建立健全及运行情况

公司于2015年12月31日召开的2015年第三次临时股东大会审议通过了《独立董事工作制度》，对独立董事的提名、聘任、任职资格、更换、履行特殊职责和发表独立意见等方面作出了详细的规定，该制度符合《公司法》等法律法规及规范性文件的要求。

公司现有 3 名独立董事，占董事会总人数三分之一以上，公司独立董事人数、任职资格和职权范围符合法律、法规、规章和规范性文件的规定。

公司独立董事自当选以来，依照有关法律法规、《公司章程》和《独立董事工作制度》勤勉尽职地履行权利和义务，根据有关规定对公司的相关议案事项发表了独立意见，对完善公司治理结构和规范公司运作发挥了积极的作用。公司独立董事出席会议的情况如下表所示：

时间	会议名称	独立董事 应到人数	独立董事 实到人数	亲自出 席人数	委托出 席人数	是否连续两次 未亲自出席
2016.3.7	第一届董事会 第六次会议	3	3	3	0	否
2016.4.30	第一届董事会 第七次会议	3	3	3	0	否
2016.10.5	第一届董事会 第八次会议	3	3	3	0	否

（六）董事会秘书制度

公司设董事会秘书1名，经董事会聘任或者解聘，制定了《董事会秘书工作细则》。董事会秘书为公司的高级管理人员，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理，办理信息披露事务等事宜，承担法律、行政法规及公司章程对公司高级管理人员所要求的义务，享有相应的工作职权。

经公司第一届董事会第一次会议决议通过，聘请王晴女士为董事会秘书，本公司董事会秘书自被聘任以来，严格按照《公司法》、《公司章程》和《董事会秘书工作细则》的规定，认真履行了各项职责。

（七）专门委员会的设置及运行情况

2015年12月17日，公司第一届董事会第五次会议审议通过了《关于设立第一届董事会专门委员会的议案》，决定公司董事会下设审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会和战略决策委员会四个专门委员会，各专门委员会对董事会负责。公司第一届董事会第五次会议还审议通过《董事会战略与决策委员会工作细则》、《董事会提名委员会工作细则》、《董事会薪酬与考核委员会工作细则》、

《董事会审计委员会工作细则》，工作细则对董事会专门委员会的人员组成、职责、议事程序及规则等事项作出了规定。

董事会各专门委员会人员构成情况如下：

委员会名称	委员会成员
审计委员会	谢峰（召集人）、易欢欢、李海军
提名委员会	王茂斌（召集人）、谢峰、王晴
薪酬与考核委员会	易欢欢（召集人）、王茂斌、王晴
战略与决策委员会	尤东云（召集人）、刘波、谢峰

审计委员会成员由三名董事组成，其中两名为独立董事，委员中至少有一名独立董事为专业会计人士。本届审计委员会由谢峰、易欢欢、李海军组成，谢峰为注册会计师，担任召集人，谢峰、易欢欢为独立董事。

公司专门委员会成立以来，严格按照《公司章程》和各专门委员会工作制度的有关规定开展工作。

董事会各专门委员会自建立以来均按照《公司章程》及其工作细则的规定履行职责，在公司战略发展、募集资金投向确定、财务状况审核、关联交易审核、提名及薪酬考核方面提出了建设性意见，所发表的意见作为董事会及股东大会有关决策的重要依据，对公司法人治理结构的完善发挥了积极的促进作用。

截至本招股书签署日，审计委员会共召开了一次会议，审议并通过了《关于同意 2015 年度财务报表报出的议案》和《关于续聘 2016 年度审计机构的议案》；薪酬与考核委员会共召开了一次会议，审议并通过了《关于 2016 年度董事、监事及高级管理人员薪酬方案的议案》；战略委员会共召开了一次会议，审议并通过了《关于公司首次公开发行股票募集资金使用方案的议案》。

十一、公司内部控制制度情况

（一）公司内部控制制度建设

公司重视内控体系的建设，在逐步建立和完善公司治理结构和内部组织架构的同时，遵循财政部等发布的《企业内部控制基本规范》、《企业内部控制配套

指引》等规定，建立了覆盖财务核算、采购业务流程、销售业务流程、资金管理、信息沟通与披露等公司生产经营各个方面的内控管理制度。公司要求员工严格执行公司的内控管理制度，保证了公司各项业务的规范运行。

（二）公司管理层对内部控制的自我评估意见

公司管理层对公司的内部控制制度进行了自查和评估后认为：报告期内，公司建立了较为完善的法人治理结构，对纳入评价范围的业务与事项均已建立了内部控制，并得以有效执行，达到了公司内部控制的目标，不存在重大缺陷和重要缺陷。自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生对评价结论产生实质性影响的内部控制的重大变化。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

2016年11月30日，华普天健所出具会审字[2016]第4989号《内部控制鉴证报告》，认为：公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于2016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。

十二、发行人报告期内违法违规行为情况

2014年11月5日，公司子公司中视联动因丢失增值税普通发票2份，被北京市海淀区国家税务局第二税务所（以下简称“海淀国税二所”）出具《税务行政处罚事项告知书》（海二国告[2014]1739号）和《税务行政处罚事项告知书》（海二国告[2014]1741号），分别处以100元和1,200元罚款。截至招股说明书签署日，公司已缴纳全部罚款。中视联动的相关违法行为情节轻微，罚款金额较小，未对社会造成严重影响，不属于重大违法行为，海淀国税二所对其作出的行政处罚不属于重大行政处罚。

2015年9月18日，公司子公司北京渠道因未按实收资本缴纳印花税，被北京市丰台区地方税务局（以下简称“丰台地税局”）出具《税务行政处罚决定书》（丰地税稽罚[2015]55号），对未按规定缴纳的印花税250元，处以3倍罚款750元。截至招股说明书签署日，公司已缴纳全部罚款。北京渠道的相关违法行为情

节轻微，罚款金额不大，未对社会造成严重影响，不属于重大违法行为，丰台地税局对其作出的行政处罚不属于重大行政处罚。

除上述披露情况外，公司严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营，报告期内不存在其他因违反工商、税务、土地、环保、海关、社保、外汇管理、质量监督、住房公积金、商务等相关法律、行政法规而受到行政处罚的情形。

十三、发行人报告期内资金被占用和对关联方担保情况

公司报告期内资金被占用及对关联方担保情况详见本招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“四、关联交易情况”的相关内容。

十四、发行人资金管理、对外投资、担保事项的制度和执行情况

公司自设立以来，逐步健全资金管理、对外投资的管理制度。在《公司章程》、《董事会议事规则》和《股东大会议事规则》、《监事会议事规则》、《独立董事议事规则》、《总经理工作细则》、《资金管理制度》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》等各项制度中，对公司的资金管理、对外投资和担保事项的政策、决策权限及程序进行了规范。

（一）资金管理的制度安排

公司在《资金管理制度》中约定公司资金实施预算管理，实现对各分子公司的资金集中统一管理。预算内的支出，可以根据授权范围，由相关负责人审核批准使用；超过预算的支出，应由业务部门或各分子公司提出追加预算计划，按预算批准程序经批准后执行。

《资金管理制度》还对银行账户的管理、银行存款结算、现金收取和支付、库存现金管理、现金盘点与监督管理、收据使用范围、银行承兑汇票的签发和收取等作出了详细的规定。

报告期内，公司资金管理政策的执行情况良好。

（二）对外投资的制度安排

根据公司的《对外投资管理制度》对于投资业务的职务分离和管理权限进行了详细的规定。

公司股东大会可以在不违反国家法律、法规、规范性文件，宏观调控及产业政策的前提下，决定公司一切对外投资及其处置事项。

公司股东大会、董事会为公司对外投资的决策机构，各自在其权限范围内，对公司的对外投资作出决策。

公司进行对外投资，达到下列标准之一的，应在董事会审议通过后交由公司股东大会审批：

1、交易涉及的资产总额占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1,000万元人民币；

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）占公司最近一期经审计净资产的50%以上，且绝对金额超过1,000万元人民币；

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。

公司的对外投资金额低于上述所列标准的，由公司董事会审批。

（三）对外担保的制度安排

公司的《对外担保管理制度》对被担保人的资格、担保的审批程序、担保合同的审查和订立、担保风险的管理等进行了细致的规定。公司及控股子公司对外

担保由公司统一管理，未经公司批准，下属子公司或分公司不得对外提供担保，不得相互提供担保。

公司所有的对外担保，必须事先经董事会或股东大会审议批准。公司下列对外担保行为，须经股东大会审议通过：“（一）公司及公司控股子公司的对外担保总额，超过最近一期经审计净资产的50%以后提供的任何担保；（二）公司的对外担保总额，达到或超过最近一期经审计总资产的 30%以后提供的任何担保；（三）为资产负债率超过70%的担保对象提供的担保；（四）单笔担保额超过最近一期经审计净资产10%的担保；（五）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保。”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。

除以上对外担保事项外，公司其他对外担保需经董事会审议通过，并须经出席董事会的三分之二以上董事审议同意并做出决议。董事会审查讨论后，投票决定是否担保。

股东大会或者董事会对担保事项做出决议时，与该担保事项有利害关系的股东或者董事应当回避表决。

公司下属控股子公司对外提供担保，应按控股子公司的公司章程的规定由控股子公司董事会或股东会审批。公司委派的董事或股东代表，在下属控股子公司董事会、股东会会议上对其有关担保事项发表意见前，应向公司相关职能部门征询意见。

（四）资金管理、对外投资及担保事项制度的执行情况

在有限公司阶段，公司尚未建立起严格的资金管理制度，存在资金管理不严格情形。在整体变更为股份有限公司后，公司建立并完善了资金管理相关制度并保证严格执行，不存在资金被关联方借款、代偿债务、代垫款项或其他方式占用的情形，也不存在为关联方担保的情况，公司资金管理制度执行情况良好。报告期内，公司的对外投资和对外担保的决策均严格按照相应的制度执行。

十五、投资者权益保护情况

公司制定了一系列的制度用以保护投资者的合法权益，包括《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》等制度性文件。上述制度有效地保障了投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利。

（一）保障投资者依法享有获取公司信息的权利

《公司章程（草案）》规定：公司股东享有查阅本章程、股东名册、公司债券存根、股东大会会议记录、董事会会议决议、监事会会议决议、财务会计报告的权利。

《信息披露管理制度》对公司信息披露的原则、内容、程序、管理等作出了详尽的规定，以保证信息披露的真实、准确、完整、及时，保障所有股东都能以快捷、经济的方式获取公司信息。

（二）保障投资者享有资产收益的权利

《公司章程（草案）》规定：公司股东有权依照其所持有的股份份额获得股利和其他形式的利益分配；公司终止或者清算时，按其所持有的股份份额参加公司剩余财产的分配。

《公司章程（草案）》还对利润分配的基本原则、具体政策、决策程序及变更作出了详尽的规定，保障投资者的资产收益权利。

（三）保障投资者参与重大决策的权利

《公司章程（草案）》规定：公司股东可以依法请求、召集、主持、参加或者委派股东代理人参加股东大会，并行使相应的表决权；对公司的经营行为进行监督，提出建议或者质询。

为保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等权利，公司完善股东投票机制，采取累积投票制选举公司董事、监事。累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有

与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当公告候选董事、监事的简历和基本情况。

（四）保障投资者选择管理者的权利

《公司章程（草案）》、《股东大会议事规则》、《投资者关系管理制度》对股东参与选举管理者提供多种方式和途径，包括网络形式的投票平台等现代技术手段；实行累积投票制度，更好地保障中小股东选择权。

第九节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据及有关的分析引用的财务数据，非经特别说明，均引自经华普天健审计的 2016 年半年度、2015 年度、2014 年度、2013 年度财务报告。公司提醒投资者关注本招股说明书所附财务报告和审计报告全文，以获取更详尽的财务资料。

一、最近三年及一期经审计的财务报表

（一）合并财务报表

1、合并资产负债表

单位：元

资产	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
货币资金	35,071,082.82	89,426,785.57	37,012,383.73	60,737,738.81
应收账款	1,315,030.99	1,082,745.24	5,487,048.73	4,749,167.62
预付款项	13,067,866.41	7,325,035.94	7,407,659.99	2,208,394.01
其他应收款	10,629,140.64	14,764,944.95	30,494,460.62	12,376,789.25
一年内到期的非流动资产	52,319.02	1,101,213.58	-	-
其他流动资产	65,764,382.30	6,845,722.72	11,759,206.58	5,367,407.76
流动资产合计	125,899,822.18	120,546,448.00	92,160,759.65	85,439,497.45
固定资产	48,510,959.36	50,279,584.77	4,613,679.29	3,910,557.61
在建工程	651,687.00	-	24,469,191.73	15,229,291.73
无形资产	9,381,701.31	9,487,265.85	9,693,715.53	9,866,737.53
长期待摊费用	218,067.37	180,777.07	2,746,920.89	432,404.89
递延所得税资产	6,395,785.09	6,615,983.64	5,251,749.39	4,746,560.89
非流动资产合计	65,158,200.13	66,563,611.33	46,775,256.83	34,185,552.65
资产总计	191,058,022.31	187,110,059.33	138,936,016.48	119,625,050.10

（续上表）

单位：元

负债和股东权益	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
应付账款	15,448,334.10	18,906,846.80	9,590,263.19	7,110,198.95
预收款项	20,906,162.69	19,114,856.63	17,432,194.54	16,665,659.56
应付职工薪酬	6,013,049.87	10,293,577.96	8,353,305.08	7,838,615.37
应交税费	3,803,608.07	2,374,018.08	2,803,516.84	919,957.34
应付股利	-	-	-	7,000,000.00
其他应付款	1,228,629.54	2,728,505.48	10,131,925.52	4,134,433.49
流动负债合计	47,399,784.27	53,417,804.95	48,311,205.17	43,668,864.71
递延收益	41,548,164.40	42,195,896.00	37,295,274.00	33,139,144.00
非流动负债合计	41,548,164.40	42,195,896.00	37,295,274.00	33,139,144.00
负债合计	88,947,948.67	95,613,700.95	85,606,479.17	76,808,008.71
股本	48,000,000.00	48,000,000.00	45,000,000.00	20,000,000.00
资本公积	39,989,541.98	39,989,541.98	31,594,664.48	-
盈余公积	2,657,459.06	2,657,459.06	468,134.61	9,555,068.56
未分配利润	11,463,072.60	849,357.34	-23,733,261.78	13,261,972.83
归属于母公司所有者权益	102,110,073.64	91,496,358.38	53,329,537.31	42,817,041.39
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	102,110,073.64	91,496,358.38	53,329,537.31	42,817,041.39
负债和股东权益	191,058,022.31	187,110,059.33	138,936,016.48	119,625,050.10

2、合并利润表

单位：元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	176,897,865.20	383,140,492.04	436,594,183.48	324,027,045.83
其中：营业收入	176,897,865.20	383,140,492.04	436,594,183.48	324,027,045.83
二、营业总成本	165,822,791.85	356,190,108.91	433,951,607.14	313,758,719.45
其中：营业成本	117,345,532.80	249,960,209.78	323,615,247.21	230,588,448.92
营业税金及附加	268,508.18	357,822.03	1,352,651.63	867,229.49
销售费用	22,321,349.40	53,208,089.99	65,804,337.25	42,683,307.62
管理费用	26,234,719.87	53,822,662.16	41,531,856.79	39,525,663.46
财务费用	-47,348.60	-12,325.18	55,701.01	-43,868.80
资产减值损失	-299,969.80	-1,146,349.87	1,591,813.25	137,938.76

加：公允价值变动损益	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-
三、营业利润	11,075,073.35	26,950,383.13	2,642,576.34	10,268,326.38
加：营业外收入	1,007,743.93	1,028,412.86	240,426.56	867,510.11
减：营业外支出	132,705.94	236,078.29	107,501.03	9,596.99
四、利润总额	11,950,111.34	27,742,717.70	2,775,501.87	11,126,239.50
减：所得税费用	1,336,396.08	970,774.13	332,045.95	1,852,319.69
五、净利润	10,613,715.26	26,771,943.57	2,443,455.92	9,273,919.81
归属于母公司所有者的净利润	10,613,715.26	26,771,943.57	2,443,455.92	9,273,919.81
少数股东收益	-	-	-	-
六、每股收益				
基本每股收益	0.22	0.60	0.06	0.24
稀释每股收益	0.20	0.60	0.06	0.24
七、其他综合收益	-	-	-	-
八、综合收益总额	10,613,715.26	26,771,943.57	2,443,455.92	9,273,919.81
归属于母公司股东的综合收益总额	10,613,715.26	26,771,943.57	2,443,455.92	9,273,919.81
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	225,923,534.74	410,482,357.55	461,455,500.71	357,650,879.18
收到的其他与经营活动有关现金	4,166,753.86	10,133,239.62	176,551.84	3,759,870.33
现金流入小计	230,090,288.60	420,615,597.17	461,632,052.55	361,410,749.51
购买商品、接受劳务支付的现金	157,645,959.42	245,687,210.67	325,343,335.06	238,986,797.63
支付给职工以及为职工支付现金	42,478,201.05	88,350,380.74	68,584,876.53	54,601,611.77
支付的各项税费	4,532,121.76	6,786,855.92	15,354,184.96	8,806,636.89
支付其他与经营活动有关的现金	16,798,669.84	31,247,809.26	70,456,285.91	27,705,503.93

现金流出小计	221,454,952.07	372,072,256.59	479,738,682.46	330,100,550.22
经营活动产生的现金流量净额	8,635,336.53	48,543,340.58	-18,106,629.91	31,310,199.29
二、投资活动产生的现金流量				
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	4,991,039.28	12,620,438.24	11,039,895.17	17,001,954.79
投资所支付的现金	58,000,000.00			
现金流出小计	62,991,039.28	12,620,438.24	11,039,895.17	17,001,954.79
投资活动产生的现金流量净额	-62,991,039.28	-12,620,438.24	-11,039,895.17	-17,001,954.79
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资所收到现金	-	11,394,877.50	8,069,040.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	5,096,622.00	4,352,130.00	14,535,144.00
现金流入小计	-	16,491,499.50	12,421,170.00	14,535,144.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	7,000,000.00	-
筹资活动现金流出小计	-	-	7,000,000.00	-
筹资活动产生的现金流量净额	-	16,491,499.50	5,421,170.00	14,535,144.00
四、汇率变动对现金的影响额	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-54,355,702.75	52,414,401.84	-23,725,355.08	28,843,388.50
加：期初现金及现金等价物余额	89,426,785.57	37,012,383.73	60,737,738.81	31,894,350.31
六、期末现金及现金等价物余额	35,071,082.82	89,426,785.57	37,012,383.73	60,737,738.81

（二）母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：元

资产	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
货币资金	10,399,146.00	65,464,711.78	24,301,911.82	57,548,082.78
应收账款	2,012,581.15	1,931,220.49	17,073,019.70	3,189,415.93
预付款项	21,806,241.41	26,700,317.82	8,120,321.35	4,616,753.81
其他应收款	32,161,262.19	35,570,867.03	37,698,781.98	21,173,923.86

一年内到期的非流动资产	52,319.02	1,101,213.58	-	-
其他流动资产	60,630,667.02	2,219,134.08	5,485,280.86	3,103,149.15
流动资产合计	127,062,216.79	132,987,464.78	92,679,315.71	89,631,325.53
长期股权投资	5,500,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	6,000,000.00
固定资产	47,941,438.22	49,627,187.83	4,286,381.76	3,706,694.88
在建工程	651,687.00		24,469,191.73	15,229,291.73
无形资产	9,381,701.31	9,487,265.85	9,693,715.53	9,866,737.53
长期待摊费用	162,856.61	109,094.63	2,654,191.32	432,404.89
递延所得税资产	6,258,002.37	6,382,228.62	4,698,697.81	4,654,214.01
非流动资产合计	69,895,685.51	70,605,776.93	50,802,178.15	39,889,343.04
资产总计	196,957,902.30	203,593,241.71	143,481,493.86	129,520,668.57

（续上表）

单位：元

负债和股东权益	2016.6.30	2015.12.31	2014.12.31	2013.12.31
应付账款	9,372,678.35	15,403,175.89	8,248,576.32	6,542,130.08
预收款项	15,112,662.60	9,596,785.72	10,465,627.67	16,270,431.13
应付职工薪酬	4,499,457.83	7,266,891.06	5,336,475.90	5,677,502.96
应交税费	3,097,436.47	1,573,612.56	409,125.36	511,861.36
应付股利	-	-	-	7,000,000.00
其他应付款	2,180,138.45	12,992,748.02	450,404.10	28,913.50
流动负债合计	34,262,373.70	46,833,213.25	24,910,209.35	36,030,839.03
递延收益	41,548,164.40	42,195,896.00	37,295,274.00	33,139,144.00
非流动负债合计	41,548,164.40	42,195,896.00	37,295,274.00	33,139,144.00
负债合计	75,810,538.10	89,029,109.25	62,205,483.35	69,169,983.03
股本	48,000,000.00	48,000,000.00	45,000,000.00	20,000,000.00
资本公积	39,989,541.98	39,989,541.98	31,594,664.48	-
盈余公积	2,657,459.06	2,657,459.06	468,134.61	9,555,068.56
未分配利润	30,500,363.16	23,917,131.42	4,213,211.42	30,795,616.98
归属于母公司所有者权益	121,147,364.20	114,564,132.46	81,276,010.51	60,350,685.54
少数股东权益	-	-	-	-
股东权益合计	121,147,364.20	114,564,132.46	81,276,010.51	60,350,685.54
负债和股东权益	196,957,902.30	203,593,241.71	143,481,493.86	129,520,668.57

2、母公司利润表

单位：元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、营业总收入	129,346,342.43	285,488,347.01	308,350,554.00	279,672,488.95
其中：营业收入	129,346,342.43	285,488,347.01	308,350,554.00	279,672,488.95
二、营业总成本	122,405,459.81	263,899,235.49	295,243,608.54	256,885,766.71
其中：营业成本	79,998,906.16	175,336,559.97	205,397,351.14	189,777,407.22
营业税金及附加	235,078.70	190,657.05	697,623.33	777,319.82
销售费用	18,663,142.30	40,526,816.99	52,753,526.93	33,705,007.08
管理费用	23,722,729.44	47,738,003.47	35,110,633.75	32,910,504.49
财务费用	-33,953.39	-254.38	32,279.64	-43,735.09
资产减值损失	-180,443.40	107,452.39	1,252,193.75	-240,736.81
加：公允价值变动损益	-	-	-	-
投资收益	-	-	-	-
三、营业利润	6,940,882.62	21,589,111.52	13,106,945.46	22,786,722.24
加：营业外收入	963,611.20	1,005,626.00	196,000.50	862,666.67
减：营业外支出	130,048.55	234,609.07	106,155.61	6,492.77
四、利润总额	7,774,445.27	22,360,128.45	13,196,790.35	23,642,896.14
减：所得税费用	1,191,213.53	466,884.00	340,505.38	1,944,666.57
五、净利润	6,583,231.74	21,893,244.45	12,856,284.97	21,698,229.57
归属于母公司所有者的净利润	6,583,231.74	21,893,244.45	12,856,284.97	21,698,229.57
少数股东收益	-	-	-	-
六、每股收益				
基本每股收益	-	-	-	-
稀释每股收益	-	-	-	-
七、其他综合收益	-	-	-	-
八、综合收益总额	6,583,231.74	21,893,244.45	12,856,284.97	21,698,229.57
归属于母公司股东的综合收益总额	6,583,231.74	21,893,244.45	12,856,284.97	21,698,229.57
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-

3、母公司现金流量表

单位：元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	142,563,691.93	317,458,984.83	294,067,207.04	308,639,910.49
收到的其他与经营活动有关现金	5,083,770.46	2,698,217.98	351,717.84	8,083,204.40
现金流入小计	147,647,462.39	320,157,202.81	294,418,924.88	316,723,114.89
购买商品、接受劳务支付的现金	76,700,294.95	194,608,842.31	205,322,018.55	201,251,645.27
支付给职工以及为职工支付现金	32,761,333.55	40,869,592.64	23,103,484.73	22,089,885.65
支付的各项税费	3,581,013.02	4,103,303.96	9,552,860.28	8,206,921.03
支付其他与经营活动有关的现金	26,180,295.23	44,009,275.08	83,750,021.60	52,365,149.71
现金流出小计	139,222,936.75	283,591,013.99	321,728,385.16	283,913,601.66
经营活动产生的现金流量净额	8,424,525.64	36,566,188.82	-27,309,460.28	32,809,513.23
二、投资活动产生的现金流量				
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	4,990,091.42	11,894,888.36	10,857,880.68	16,785,534.13
投资支付的现金	58,500,000.00	-	500,000.00	3,000,000.00
现金流出小计	63,490,091.42	11,894,888.36	11,357,880.68	19,785,534.13
投资活动产生的现金流量净额	-63,490,091.42	-11,894,888.36	-11,357,880.68	-19,785,534.13
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资所收到现金	-	11,394,877.50	8,069,040.00	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	5,096,622.00	4,352,130.00	14,535,144.00
现金流入小计	-	16,491,499.50	12,421,170.00	14,535,144.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	7,000,000.00	-
筹资活动现金流出小计	-	-	7,000,000.00	-
筹资活动产生的现金流量净额	-	16,491,499.50	5,421,170.00	14,535,144.00
四、汇率变动对现金的影响额	-	-	-	-

五、现金及现金等价物净增加额	-55,065,565.78	41,162,799.96	-33,246,170.96	27,559,123.10
加：期初现金及现金等价物余额	65,464,711.78	24,301,911.82	57,548,082.78	29,988,959.68
六、期末现金及现金等价物余额	10,399,146.00	65,464,711.78	24,301,911.82	57,548,082.78

二、审计意见

华普天健对公司 2016 年 6 月 30 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度、2013 年度的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表，以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见的会审字[2016]4988 号《审计报告》，认为公司财务报表“在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了渠道网络公司 2016 年 6 月 30 日、2015 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日、2013 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2016 年 1-6 月、2015 年度、2014 年度、2013 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”。

三、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

报告期内，公司的主营业务收入主要来源于招商信息发布业务收入。影响该业务收入的两个主要因素包括招商信息发布服务的每日价格以及服务客户的时长。招商信息发布服务的价格和服务客户的时长均取决于公司的品牌形象、服务产品的创新和研发能力、客户拓展能力和服务水平。经过多年的运营，公司树立了良好的品牌形象，积累了丰富的研发创新和客户服务经验。但是，若未来出现市场低于预期，公司业务模式创新不足、用户规模增速放缓等情形，都将影响公司的营业收入增长速度。此外，公司所处行业的经营环境也会对公司的主营业务

收入产生重大影响。公司以餐饮、服装、美容、教育、家居等行业客户为主，该类客户受整体经济形势以及电子商务发展的影响较大，若该类客户的自身经营情况出现较大的波动，将对公司的平台运营产生较大不利影响。

公司的成本主要是向百度、搜狗等互联网媒体采购的流量资源，其中，关键词的单次点击成本和点击量是影响营业成本的主要因素。公司通过单次点击成本乘以点击量确定的实际消耗金额，确认向百度和搜狗等互联网媒体采购的流量成本。单次点击成本主要取决于公司竞价策略、技术支持、网站设计、竞价团队管理水平等因素；点击量则受公司的品牌形象、客户认知度影响。报告期内，公司通过整合竞价部门、调整竞价策略、优化竞价团队，使得单次点击成本逐年下降，公司营业成本下降即主要得益于单次点击成本的下降。

报告期内，公司销售费用和管理费用占营业收入的比重分别为 25.37%、24.58%、27.94%和 27.45%，是影响公司盈利能力的重要因素之一，其中人员工资薪酬、推广费用和研发费是影响期间费用的主要因素。人员工资薪酬和研发费用是刚性支出，报告期内支出总额不断增加，前者取决于公司销售和管理人员规模以及工资水平；后者是公司进行网络维护、系统升级等的必要支出。期间费用的波动主要受公司推广费用的波动影响。推广费用的波动体现公司的品牌推广策略的变化：2014 年公司推出“先行赔付”和“创业保障计划”，聘请明星代言，在多家电视媒体投放广告，进行品牌宣传，导致当年推广费用增加较多；2015 年以来公司推广策略转变为维护品牌知名度，电视等传统媒体投放相对减少，推广费用下降。

除上述因素外，税收优惠政策、政府补助等因素也会对公司利润产生一定的影响。有关公司收入、成本、费用和利润变动情况的分析详见本节“十三、盈利能力分析”。

（二）发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

公司主营业务收入增长率、毛利率、期间费用率等指标是预示公司成长性及盈利能力的财务指标。主营业务收入增长率可用来判断公司主营业务收入的发展状况。毛利率是公司服务的质量、市场竞争能力、对服务的定价能力、成本控制

能力等因素综合作用的结果，将直接影响公司的盈利水平的变动。期间费用率尤其是推广费用变动的幅度可用来判断公司的销售模式、管理模式是否发生重大变化。

根据公司所处的行业状况及自身业务特点，公司服务客户的销售总时长、客户数量以及搜索引擎单次点击成本是预示公司成长性及盈利能力的非财务指标。销售总时长和客户数量的变化可预测公司营业收入的变化，单次点击成本的变化可判断公司的营业成本的变化。具体分析参见本节“三、（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素”。

四、会计报表的编制基准、合并财务报表范围及变化情况

（一）会计报表的编制基础

本公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照企业会计准则及其应用指南和准则解释的规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、报告期内纳入合并范围的子公司

序号	子公司全称	业务性质	持股比例%		取得方式
			直接	间接	
1	北京市渠道网络技术开发有限公司	互联网服务	100.00%	-	投资设立
2	中视联动科技（北京）有限公司	互联网服务	100.00%	-	投资设立
3	安徽渠道网络外包服务有限公司	互联网服务	100.00%	-	投资设立

2、合并财务报表范围变化情况

报告期内，本公司的合并报告范围未发生变化。

五、主要会计政策和会计估计

（一）收入确认和计量的具体方法

1、销售商品收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入企业；相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入实现。

2、提供劳务收入

在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的，采用完工百分比法确认提供劳务收入。提供劳务交易的完工进度，依据已完工作的测量确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：

- （1）收入的金额能够可靠地计量；
- （2）相关的经济利益很可能流入企业；
- （3）交易的完工程度能够可靠地确定；
- （4）交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

本公司按照已收或应收的合同或协议价款确定提供劳务收入总额，但已收或应收的合同或协议价款不公允的除外。资产负债表日按照提供劳务收入总额乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期提供劳务收入；同时，按照提供劳务估计总成本乘以完工进度扣除以前会计期间累计已确认劳务成本后的金额，结转当期劳务成本。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的，分别下列情况处理：

- （1）已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。
- （2）已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

3、让渡资产使用权收入

与交易相关的经济利益很可能流入企业，收入的金额能够可靠地计量时，分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：

（1）利息收入金额，按照他人使用本企业货币资金的时间和实际利率计算确定。

（2）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

4、公司具体收入确认原则

公司的业务主要包括互联网招商信息发布服务和互联网营销资源代理服务，各类业务的具体收入确认政策如下：

互联网招商信息发布服务：公司已按合同约定向客户提供服务，款项已收或预计可以收到，按服务周期分期确认收入。

互联网营销资源代理服务：对于搜索引擎营销资源代理业务，公司在提供服务后按应收或已收客户金额确认收入，同时结转向搜索引擎付款成本；搜索引擎根据充值金额等因素给予公司现金返点，公司收到返点冲减营业成本，将此返点的一定比例返还客户，则冲减相应营业收入；对于门户网站营销资源代理业务，公司通过门户网站为客户提供网站展示服务，公司根据服务期确认相应收入，并根据支付给门户网站相关费用结转成本。

（二）应收款项的减值测试方法及减值准备计提方法

在资产负债表日对应收款项的账面价值进行检查，有客观证据表明其发生减值的，计提减值准备。

1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：本公司将 100 万元以上应收账款，100 万元以上其他应收款确定为单项金额重大。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：对于单项金额重大的应收款项，单独进行减值测试。有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

短期应收款项的预计未来现金流量与其现值相差很小的，在确定相关减值损

失时，可不对其预计未来现金流量进行折现。

2、按组合计提坏账准备的应收款项

确定组合的依据及坏账准备计提方法如下：

	确定依据	计提方法
组合1	对单项金额重大单独测试未发生减值的应收款项汇同单项金额不重大的应收款项，本公司以账龄作为信用风险特征组合。	账龄分析法
组合2	合并范围内各公司之间的应收款项	除存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项外，不对合并范围内各公司之间的应收款项计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的，计提比例如下：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1年以内（含1年）	5%	5%
1-2年	10%	10%
2-3年	30%	30%
3-4年	50%	50%
4-5年	80%	80%
5年以上	100%	100%

3、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项

对单项金额不重大但已有客观证据表明其发生了减值的应收款项，按账龄分析法计提的坏账准备不能反映实际情况，本公司单独进行减值测试，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，并据此计提相应的坏账准备。

（三）长期股权投资

本公司长期股权投资包括对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对合营企业的权益性投资。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

1、确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断所有参与方或参与方组合是否集体控制该安排，如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排。其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响。

2、初始投资成本确定

（1）企业合并形成的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

①同一控制下的企业合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

②同一控制下的企业合并，合并方以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作

为长期股权投资的初始投资成本。按照发行股份的面值总额作为股本，长期股权投资初始投资成本与所发行股份面值总额之间的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益；

③非同一控制下的企业合并，以购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值确定为合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。合并方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

（2）除企业合并形成的长期股权投资以外，其他方式取得的长期股权投资，按照下列规定确定其投资成本：

①以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本。初始投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出；

②以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本；

③通过非货币性资产交换取得的长期股权投资，如果该项交换具有商业实质且换入资产或换出资产的公允价值能可靠计量，则以换出资产的公允价值和相关税费作为初始投资成本，换出资产的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益；若非货币资产交换不同时具备上述两个条件，则按换出资产的账面价值和相关税费作为初始投资成本。

④通过债务重组取得的长期股权投资，按取得的股权的公允价值作为初始投资成本，初始投资成本与债权账面价值之间的差额计入当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

本公司能够对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资采用权益法核算。

（1）成本法

采用成本法核算的长期股权投资，追加或收回投资时调整长期股权投资的成本；被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为当期投资收益。

（2）权益法

按照权益法核算的长期股权投资，一般会计处理为：

本公司长期股权投资的投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；长期股权投资的初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

本公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；本公司按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认净资产的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，应按照本公司的会计政策及会计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益等。本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照享有的比例计算归属于本公司的部分予以抵销，在此基础上确认投资损益。本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失属于资产减值损失的，应全额确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，按照原持有的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原持有的股权投资分类为可供出售金融资产的，其公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应当转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，

处置后的剩余股权改按公允价值计量，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。

（四）固定资产及折旧

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的使用寿命超过一年的单位价值较高的有形资产。

1、固定资产确认条件

固定资产在同时满足下列条件时，按取得时的实际成本予以确认：

- （1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业。
- （2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

固定资产发生的后续支出，符合固定资产确认条件的计入固定资产成本；不符合固定资产确认条件的在发生时计入当期损益。

2、各类固定资产的折旧方法

本公司从固定资产达到预定可使用状态的次月起按年限平均法计提折旧，按固定资产的类别、估计的经济使用年限和预计的净残值率分别确定折旧年限和年折旧率如下：

类别	预计折旧年限	净残值率	年折旧率
房屋及建筑物	20-30 年	5%	4.75%-3.17%
办公设备	5 年	5%	19.00%
电子设备	5 年	5%	19.00%
运输设备	5 年	5%	19.00%

对于已经计提减值准备的固定资产，在计提折旧时扣除已计提的固定资产减值准备。

每年年度终了，公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命。

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法

本公司在租入的固定资产实质上转移了与资产有关的全部风险和报酬时确认该项固定资产的租赁为融资租赁。融资租赁取得的固定资产的成本，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确定。融资租入的固定资产采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（五）在建工程

1、在建工程的分类

在建工程以立项项目分类核算。

2、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程项目按建造该项资产达到预定可使用状态前所发生的全部支出，作为固定资产的入账价值。包括建筑费用、机器设备原价、其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出以及在资产达到预定可使用状态之前为该项目专门借款所发生的借款费用及占用的一般借款发生的借款费用。本公司在工程安装或建设完成达到预定可使用状态时将在建工程转入固定资产。所建造的已达到预定可使用状态、但尚未办理竣工决算的固定资产，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按本公司固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理竣工决算后，再按实际成本调整原来的暂估价值，但不调整原已计提的折旧额。

（六）无形资产

1、无形资产的计价方法

按取得时的实际成本入账。

2、无形资产使用寿命及摊销

（1）使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况

项目	使用寿命	依据
土地使用权	50 年	法定使用权
软件	5 年	参考能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命

每年年度终了，公司对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核。经复核，本期末无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

（2）无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产。对于使用寿命不确定的无形资产，公司在每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，于资产负债表日进行减值测试。

（3）无形资产的摊销

对于使用寿命有限的无形资产，本公司在取得时判定其使用寿命，在使用寿命内采用直线法系统合理摊销，摊销金额按受益项目计入当期损益。具体应摊销金额为其成本扣除预计残值后的金额。已计提减值准备的无形资产，还应扣除已计提的无形资产减值准备累计金额，残值为零。但下列情况除外：有第三方承诺在无形资产使用寿命结束时购买该无形资产或可以根据活跃市场得到预计残值信息，并且该市场在无形资产使用寿命结束时很可能存在。

对使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明无形资产的使用寿命是有限的，估计其使用寿命并在预计使用年限内系统合理摊销。

3、划分内部研究开发项目的研究阶段和开发阶段具体标准

（1）本公司将为进一步开发活动进行的资料及相关方面的准备活动作为研究阶段，无形资产研究阶段的支出在发生时计入当期损益。

（2）在本公司已完成研究阶段的工作后再进行的开发活动作为开发阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

开发阶段的支出同时满足下列条件时，才能确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

（七）长期资产减值

1、长期股权投资减值测试方法及会计处理方法

本公司在资产负债表日对长期股权投资进行逐项检查，根据被投资单位经营政策、法律环境、市场需求、行业及盈利能力等的各种变化判断长期股权投资是否存在减值迹象。当长期股权投资可收回金额低于账面价值时，将可收回金额低于长期股权投资账面价值的差额作为长期股权投资减值准备予以计提。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

2、投资性房地产减值测试方法及会计处理方法

资产负债表日按投资性房产的成本与可收回金额孰低计价，可收回金额低于成本的，按两者的差额计提减值准备。如果已经计提减值准备的投资性房地产的价值又得以恢复，前期已计提的减值准备不得转回。

3、固定资产的减值测试方法及会计处理方法

本公司在资产负债表日对各项固定资产进行判断，当存在减值迹象，估计可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经

确认，在以后会计期间不再转回。当存在下列迹象的，按固定资产单项项目全额计提减值准备：

- （1）长期闲置不用，在可预见的未来不会再使用，且已无转让价值的固定资产；
- （2）由于技术进步等原因，已不可使用的固定资产；
- （3）虽然固定资产尚可使用，但使用后产生大量不合格品的固定资产；
- （4）已遭毁损，以至于不再具有使用价值和转让价值的固定资产；
- （5）其他实质上已经不能再给公司带来经济利益的固定资产。

4、在建工程减值测试方法及会计处理方法

本公司于资产负债表日对在建工程进行全面检查，如果有证据表明在建工程已经发生了减值，估计可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或若干项情况的，对在建工程进行减值测试：

- （1）长期停建并且预计在未来3年内不会重新开工的在建工程；
- （2）所建项目无论在性能上，还是在技术上已经落后，并且给企业带来的经济利益具有很大的不确定性；
- （3）其他足以证明在建工程已经发生减值的情形。

5、无形资产减值测试方法及会计处理方法

当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的无形资产减值准备。无形资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。存在下列一项或多项以下情况的，对无形资产进行减值测试：

（1）该无形资产已被其他新技术等所替代，使其为企业创造经济利益的能力受到重大不利影响；

（2）该无形资产的市价在当期大幅下跌，并在剩余年限内可能不会回升；

（3）其他足以表明该无形资产的账面价值已超过可收回金额的情况。

6、商誉减值测试

企业合并形成的商誉，至少在每年年度终了进行减值测试。本公司在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，按以下步骤处理：

首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关资产账面价值比较，确认相应的减值损失；然后再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，就其差额确认减值损失。减值损失金额首先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值；再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

（八）长期待摊费用

长期待摊费用为已经发生但应由本期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。本公司长期待摊费用在受益期内平均摊销。

（九）职工薪酬

职工薪酬，是指本公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。本公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。

1、短期薪酬的会计处理方法

（1）职工基本薪酬（工资、奖金、津贴、补贴）

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。

（2）职工福利费

本公司发生的职工福利费，在实际发生时根据实际发生额计入当期损益或相关资产成本。职工福利费为非货币性福利的，按照公允价值计量。

（3）医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及工会经费和职工教育经费

本公司为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费、生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为其提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额，并确认相应负债，计入当期损益或相关资产成本。

（4）短期带薪缺勤

本公司在职工提供服务从而增加了其未来享有的带薪缺勤权利时，确认与累积带薪缺勤相关的职工薪酬，并以累积未行使权利而增加的预期支付金额计量。本公司在职工实际发生缺勤的会计期间确认与非累积带薪缺勤相关的职工薪酬。

（5）短期利润分享计划

利润分享计划同时满足下列条件的，本公司确认相关的应付职工薪酬：

- ①企业因过去事项导致现在具有支付职工薪酬的法定义务或推定义务；
- ②因利润分享计划所产生的应付职工薪酬义务金额能够可靠估计。

2、离职后福利的会计处理方法

本公司在职工为其提供服务的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

根据设定提存计划，预期不会在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内支付全部应缴存金额的，本公司参照相应的折现率（根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定），将全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

3、辞退福利的会计处理方法

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：

（1）企业不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；

（2）企业确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

辞退福利预期在年度报告期结束后十二个月内不能完全支付的，参照相应的折现率（根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率确定）将辞退福利金额予以折现，以折现后的金额计量应付职工薪酬。

4、其他长期职工福利的会计处理方法

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，将全部应缴存金额以折现后的金额计量应付职工薪酬。

（十）政府补助

公司将从政府无偿取得货币性资产或非货币性资产，但不包括政府作为企业所有者投入的资本作为政府补助核算。

政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

1、与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

本公司从政府取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的补助，确认为与资产相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，以名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

2、与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

本公司将从政府取得的各种奖励、定额补贴、财政贴息、拨付的研发经费（不包括购建固定资产）等与资产相关的政府补助之外的政府补助，确认为与收益相关的政府补助。

与收益相关的政府补助，分别下列情况处理：

（1）用于补偿公司以后期间的相关费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间，计入当期损益；

（2）用于补偿公司已发生的相关费用或损失的，计入当期损益。

（十一）递延所得税资产和递延所得税负债

本公司通常根据资产与负债在资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法将应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异对所得税的影响额确认和计量递延所得税负债或递延所得税资产。本公司不对递延所得税资产和递延所得税负债进行折现。

1、递延所得税资产的确认

对于可抵扣暂时性差异，其对所得税的影响额按预计转回期间的所得税税率计算，并将该影响额确认为递延所得税资产，但是以本公司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。

同时具有下列特征的交易或事项中因资产或负债的初始确认所产生的可抵扣暂时性差异对所得税的影响额不确认为递延所得税资产：

（1）该项交易不是企业合并；

（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

本公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列两项条件的，其对所得税的影响额（才能）确认为递延所得税资产：

- （1）暂时性差异在可预见的未来很可能转回；
- （2）未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前期间未确认的递延所得税资产。

在资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

2、递延所得税负债的确认

本公司所有应纳税暂时性差异均按预计转回期间的所得税税率计量对所得税的影响，并将该影响额确认为递延所得税负债，但下列情况的除外：

（1）因下列交易或事项中产生的应纳税暂时性差异对所得税的影响不确认为递延所得税负债：

①商誉的初始确认；

②具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额或可抵扣亏损。

（2）本公司对与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，其对所得税的影响额一般确认为递延所得税负债，但同时满足以下两项条件的除外：

- ①本公司能够控制暂时性差异转回的时间；
- ②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

3、特定交易或事项所涉及的递延所得税负债或资产的确认

（1）与企业合并相关的递延所得税负债或资产

非同一控制下企业合并产生的应纳税暂时性差异或可抵扣暂时性差异，在确认递延所得税负债或递延所得税资产的同时，相关的递延所得税费用（或收益），通常调整企业合并中所确认的商誉。

（2）直接计入所有者权益的项目

与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的当期所得税和递延所得税，计入所有者权益。暂时性差异对所得税的影响计入所有者权益的交易或事项包括：可供出售金融资产公允价值变动等形成的其他综合收益、会计政策变更采用追溯调整法或对前期（重要）会计差错更正差异追溯重述法调整期初留存收益、同时包含负债成份及权益成份的混合金融工具在初始确认时计入所有者权益等。

（3）可弥补亏损和税款抵减

①本公司自身经营产生的可弥补亏损以及税款抵减

可抵扣亏损是指按照税法规定计算确定的准予用以后年度的应纳税所得额弥补的亏损。对于按照税法规定可以结转以后年度的未弥补亏损（可抵扣亏损）和税款抵减，视同可抵扣暂时性差异处理。在预计可利用可弥补亏损或税款抵减的未来期间内很可能取得足够的应纳税所得额时，以很可能取得的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产，同时减少当期利润表中的所得税费用。

②因企业合并而形成的可弥补的被合并企业的未弥补亏损

在企业合并中，本公司取得被购买方的可抵扣暂时性差异，在购买日不符合递延所得税资产确认条件的，不予以确认。购买日后 12 个月内，如取得新的或进一步的信息表明购买日的相关情况已经存在，预期被购买方在购买日可抵扣暂时性差异带来的经济利益能够实现的，确认相关的递延所得税资产，同时减少商誉，商誉不足冲减的，差额部分确认为当期损益；除上述情况以外，确认与企业合并相关的递延所得税资产，计入当期损益。

（4）合并抵销形成的暂时性差异

本公司在编制合并财务报表时，因抵销未实现内部销售损益导致合并资产负债表中资产、负债的账面价值与其在所属纳税主体的计税基础之间产生暂时性差异的，在合并资产负债表中确认递延所得税资产或递延所得税负债，同时调整合并利润表中的所得税费用，但与直接计入所有者权益的交易或事项及企业合并相关的递延所得税除外。

（5）以权益结算的股份支付

如果税法规定与股份支付相关的支出允许税前扣除，在按照会计准则规定确认成本费用的期间内，本公司根据会计期末取得信息估计可税前扣除的金额计算确定其计税基础及由此产生的暂时性差异，符合确认条件的情况下确认相关的递延所得税。其中预计未来期间可税前扣除的金额超过按照会计准则规定确认的与股份支付相关的成本费用，超过部分的所得税影响应直接计入所得税权益。

（十二）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

1、同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制，且该控制并非暂时性的，为同一控制下的企业合并。同一控制下的企业合并，在合并日取得对其他参与合并企业控制权的一方为合并方，参与合并的其他企业为被合并方。合并日，是指合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

合并方在企业合并中取得的资产和负债，在合并日按取得被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。其中，对于被合并方与本公司在企业合并前采用的会计政策不同的，基于重要性原则统一会计政策，即按照本公司的会计政策对被合并方资产、负债的账面价值进行调整。本公司在企业合并中取得的净资产账面价值与所支付对价的账面价值之间存在差额的，首先调整资本公积（资本溢价或股本溢价），资本公积（资本溢价或股本溢价）的余额不足冲减的，依次冲减盈余公积和未分配利润。

2、非同一控制下企业合并

参与合并的企业在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。非同一控制下的企业合并，在购买日取得对其他参与合并企业控制权的一方为购买方，参与合并的其他企业为被购买方。购买日，是指为购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

非同一控制下企业合并中所取得的被购买方可辨认资产、负债及或有负债在收购日以公允价值计量。其中，对于被购买方与本公司在企业合并前采用的会计政策不同的，基于重要性原则统一会计政策，即按照本公司的会计政策对被购买方资产、负债的账面价值进行调整。

支付的合并对价的公允价值（或发行的权益性证券的公允价值）与购买日之前持有的被购买方的股权的公允价值之和大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉，并以成本减去累计减值损失进行后续计量。支付的合并对价的公允价值（或发行的权益性证券的公允价值）与购买日之前持有的被购买方的股权的公允价值之和小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及支付的合并对价的公允价值（或发行的权益性证券的公允价值）及购买日之前持有的被购买方的股权的公允价值的计量进行复核，复核后支付的合并对价的公允价值（或发行的权益性证券的公允价值）与购买日之前持有的被购买方的股权的公允价值之和仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

（十三）合并财务报表的编制方法

1、合并范围的确定

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定，不仅包括根据表决权（或类似表决权）本身或者结合其他安排确定的子公司，也包括基于一项或多项合同安排决定的结构化主体。

控制是指本公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。子公司是指被

本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分，以及企业所控制的结构化主体等），结构化主体是指在确定其控制方时没有将表决权或类似权利作为决定性因素而设计的主体（注：有时也称为特殊目的主体）。

2、合并报表的编制方法

本公司以自身和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。

本公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

（1）合并母公司与子公司的资产、负债、所有者权益、收入、费用和现金流等项目。

（2）抵销母公司对子公司的长期股权投资与母公司在子公司所有者权益中所享有的份额。

（3）抵销母公司与子公司、子公司相互之间发生的内部交易的影响。内部交易表明相关资产发生减值损失的，应当全额确认该部分损失。

（4）站在企业集团角度对特殊交易事项予以调整。

（十四）现金及现金等价物的确定标准

现金指企业库存现金及可以随时用于支付的存款。现金等价物指持有的期限短（一般是指从购买日起三个月内到期）、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

（十五）重要会计政策和会计估计的变更

1、重要会计政策变更

报告期内，公司无重大会计政策变更。

2、重要会计估计变更

报告期内，公司无重大会计估计变更。

六、公司主要税项及享受的税收优惠政策

（一）公司主要税种和税率

1、增值税

渠道网络及子公司北京渠道适用 6% 的增值税税率；

中视联动于 2013 年 2 月 26 日被认定为一般纳税人，2013 年 3 月前适用 3% 的增值税征收率，2013 年 3 月 1 日起至今适用 6% 的增值税税率。

渠道外包于 2014 年 10 月 13 日被认定为一般纳税人，2014 年 11 月前适用 3% 的增值税征收率，2014 年 11 月 1 日起至今适用 6% 的增值税税率。

2、企业所得税

报告期内，公司及其子公司的法定企业所得税率如下：

公司名称	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
渠道网络	15%	15%	12.5%	12.5%
北京渠道	25%	25%	25%	25%
中视联动	25%	25%	25%	25%
渠道外包	25%	25%	25%	25%

（二）税收优惠

渠道有限公司于 2011 年取得安徽省经济和信息化委员会颁发的软件企业认定证书（编号：皖 R-2011-0041），根据《企业所得税法》等相关税收规定，本公司 2013 年、2014 年减半征收所得税。

渠道有限公司于 2014 年 10 月获得安徽省科学技术厅、安徽省财政厅、安徽省国家税务局、安徽省地方税务局联合认定的高新技术企业资格（证书编号：GF201434000161），有效期三年。因此，根据《中华人民共和国企业所得税法》、《中华人民共和国企业所得税法实施条例》的相关规定，自 2015 年开始公司按 15% 的税率计缴企业所得税。

七、分部信息

本公司财务报表未包含分部信息。

八、经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表

依据经注册会计师核验的非经常性损益明细表，公司报告期内非经常性损益的具体内容如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
非流动资产处置损益	-9.09	-2.67	-7.32	-
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）	94.77	96.60	19.60	86.27
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费	-	-	80.40	-
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	6.00	4.00	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	1.82	-14.69	1.01	-0.48
小计	93.50	83.23	93.70	85.79
所得税影响额	5.25	2.11	11.12	-0.02
归属于母公司股东的非经常性损益净额（1）	88.25	81.13	82.57	85.81
归属于母公司股东的净利润（2）	1,061.37	2,677.19	244.35	927.39
（3）=（1）/（2）	8.31%	3.03%	33.79%	9.25%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	973.12	2,596.06	161.78	841.58

报告期内，公司的非经常性损益净额分别为 85.81 万元、82.57 万元、81.13 万元和 88.25 万元，其中公司 2013 年、2015 年和 2016 年 1-6 月的非经常性损益主要为计入当期损益的政府补助，2014 年的非经常性损益主要是资金拆借形成的利息收入 80.40 万元。

报告期内，公司非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润比例波动较大，其中 2014 年的比例较高，主要是公司 2014 年扣非后归属于母公司股东的净利润大幅减少所致。

九、主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2016年6月末 /2016年1-6月	2015年末 /2015年度	2014年末 /2014年度	2013年末 /2013年度
流动比率（倍）	2.66	2.26	1.91	1.96
速动比率（倍）	0.99	1.97	1.51	1.78
资产负债率（母公司，%）	38.49	43.73	43.35	53.40
应收账款周转率（次/年）	295.10（年化）	116.64	85.30	125.07
存货周转率（次/年）	-	-	-	-
息税折旧摊销前利润（万元）	1,359.67	3,207.10	581.33	1,251.45
利息保障倍数（倍）	-	-	-	-
每股经营活动产生的现金流量 （元/股）	0.18	1.01	-0.40	1.57
每股净现金流量（元/股）	-1.13	1.09	-0.53	1.44
归属于母公司股东的净利润（万元）	1,061.37	2,677.19	244.35	927.39
归属于母公司股东扣除非经常 性损益的净利润（万元）	973.12	2,596.06	161.78	841.58
无形资产（扣除土地使用权）占 净资产的比率（%）	0.02	0.03	0.05	0.00

注：上述财务指标计算如果未特别指出，均为合并财务报表口径，其计算公式如下：

（1）流动比率=流动资产÷流动负债

（2）速动比率=速动资产÷流动负债，速动资产=流动资产-预付账款-存货-其他流动资产-一年内到期的非流动资产

（3）母公司资产负债率=母公司负债总额÷母公司资产总额*100%

（4）应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均净值

（5）息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用摊销

（6）利息保障倍数=（利润总额+利息支出）÷利息支出

（7）每股经营活动的现金流量净额=经营活动现金流量净额÷期末股本（或实收资本）

（8）每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额÷期末股本（或实收资本）

（9）无形资产（扣除土地使用权）占净资产的比率=（无形资产账面价值-土地使用权账面价值）/归属于母公司所有者权益合计

（二）净资产收益率及每股收益

按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）的要求，公司最近三年及一期的净资产收益率和每股收益如下表所示：

报告期利润	加权平均 净资产收 益率	每股收益（元）	
		基本每 股收益	稀释每 股收益
2016年1-6月			
归属于母公司普通股股东的净利润	10.96%	0.22	0.22
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	10.05%	0.20	0.20
2015年			
归属于母公司普通股股东的净利润	40.29%	0.60	0.60
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	39.07%	0.58	0.58
2014年			
归属于母公司普通股股东的净利润	5.38%	0.06	0.06
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	3.56%	0.04	0.04
2013 年			
归属于母公司普通股股东的净利润	24.29%	0.24	0.24
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	22.04%	0.22	0.22

注1：加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + N_p \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 + E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P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； N_p 为归属于公司普通股股东的净利润； E_0 为归属于公司普通股股东的期初净资产； E_i 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； E_j 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； M_0 为报告期月份数； M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数； M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数； E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动； M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

注2：基本每股收益= $P \div S$ ， $S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$

其中：P为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S为发行在外的普通股加权平均数； S_0 为期初股份总数； S_1 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； S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； S_j 为报告期因回购等减少股份数； S_k 为报告期缩股数； M_0 为报告期月份数； M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数； M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

注3：公司报告期内公司无认股权证、股份期权、可转换债券等稀释潜在普通股，稀释每股收益等同于基本每股收益。

注4：2013年公司尚未进行股改，在计算每股收益时已按照股改折股后的股本总额进行追溯调整。

十、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

十一、会计报表附注中的期后事项、或有事项及其他重要事项

（一）资产负债表日后事项

截至 2016 年 11 月 30 日，公司无需要披露的资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至 2016 年 6 月 30 日，公司无需要披露的重大或有事项。

（三）重大承诺事项和其他重要事项

截至 2016 年 6 月 30 日，公司无需要披露的重大承诺事项和其他重要事项。

十二、财务状况分析

（一）资产状况

报告期各期末，公司的资产总额构成如下：

单位:万元

项目	2016 年 6 月末		2015 年末		2014 年末		2013 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	12,589.98	65.90%	12,054.64	64.43%	9,216.08	66.33%	8,543.95	71.42%
非流动资产	6,515.82	34.10%	6,656.36	35.57%	4,677.52	33.67%	3,418.56	28.58%
资产总计	19,105.80	100.00%	18,711.01	100.00%	13,893.60	100.00%	11,962.51	100.00%

公司报告期各期末的流动资产、非流动资产、资产总额均逐步增长。公司主要从事互联网信息服务，资产结构以流动资产为主。公司自 2012 年开始投资兴建六安产业园及其配套设施，导致报告期内公司的非流动资产占总资产的比重逐步提高。

1、流动资产的主要构成及变动分析

报告期各期末，公司的流动资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末		2015 年末		2014 年末		2013 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	3,507.11	27.86%	8,942.68	74.18%	3,701.24	40.16%	6,073.77	71.09%
应收账款	131.50	1.04%	108.28	0.90%	548.70	5.95%	474.92	5.56%
预付款项	1,306.79	10.38%	732.50	6.08%	740.77	8.04%	220.84	2.58%
其他应收款	1,062.91	8.44%	1,476.50	12.25%	3,049.45	33.09%	1,237.68	14.49%
一年内到期的非流动资产	5.23	0.04%	110.12	0.91%	-	-	-	-
其他流动资产	6,576.44	52.24%	684.57	5.68%	1,175.92	12.76%	536.74	6.28%
流动资产合计	12,589.98	100%	12,054.64	100%	9,216.08	100%	8,543.95	100%

报告期各期末，公司的流动资产主要由货币资金、预付款项、其他应收款和其他流动资产构成。

（1）货币资金

报告期各期末，公司的货币资金情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末	2015 年末	2014 年末	2013 年末
现金	6.82	9.33	13.27	15.50
银行存款	3,500.29	8,933.35	3,687.97	6,058.27
合计	3,507.11	8,942.68	3,701.24	6,073.77

货币资金是公司的主要流动资产，报告期各期末分别为 6,073.77 万元、3,701.24 万元、8,942.68 万元和 3,507.11 万元，其占流动资产的比例分别为 71.09%、40.16%、74.18%和 27.86%。公司货币资金较多主要是因为公司主要提供互联网招商信息发布与营销服务，没有存货，且主要采取预收服务费的结算模式，经营性资金占用少。

公司 2014 年末的货币资金较 2013 年末减少 2,372.54 万元，主要是一方面公司支付的推广费增加 1,657.44 万元、支付给百度的保证金增加 1,837 万元；另一方面 2014 年收到的与资产相关的政府补助减少 1,018.30 万元，同时支付给中视在线 700 万元以前年度的股利所致。

公司 2015 年末的货币资金较 2014 年末增加 5,241.44 万元，主要是公司推广费支出减少 1,565.94 万元、支付互联网媒体营销资源采购款减少 7,965.61 万元以及支付百度的保证金减少 1,500 万元所致。

公司 2016 年 6 月末的货币资金较 2015 年末减少 5,435.57 万元，主要是公司 2016 年 1-6 月共计购买 5,800 万元保本型银行理财产品，导致期末银行存款减少的同时，其他流动资产增加。

（2）应收账款

报告期各期末，公司的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末	2015 年末	2014 年末	2013 年末
账面原值	148.69	155.78	626.14	501.28
坏账准备	17.19	47.51	77.43	26.36
账面价值	131.50	108.27	548.70	474.92
营业收入	17,689.79	38,314.05	43,659.42	32,402.70
账面原值占营业收入比重	0.84%	0.41%	1.43%	1.55%

①应收账款期末净额变动分析

报告期各期末，公司的应收账款账面价值分别为 474.92 万元、548.70 万元、108.27 万元和 131.50 万元，占流动资产的比例分别为 5.56%、5.95%、0.90%和 1.04%。报告期内，应收账款账面原值占营业收入的比例分别为 1.55%、1.43%、0.41%和 0.84%。

报告期各期末，公司的应收账款总体规模较小，主要是公司采取预收款的结算模式所致。对少量客户，公司会根据客户特殊需求给予临时资金周转时间。

公司 2013 年末、2014 年末的应收账款余额波动较小，2015 年较 2014 年减少 440.43 万元，主要原因为 2015 年互联网营销资源代理服务的业务量减少导致相应的应收款减少，其中 2014 年末，公司应收武汉联合佳光技术服务有限公司服务费 330.32 万元，2015 年该笔应收款全部收回。2016 年 6 月末应收账款余额与 2015 年末保持基本稳定。

②应收账款坏账准备计提分析

A、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款

报告期各期末，公司按账龄分析法计提坏账准备的应收账款账龄分布情况如下：

单位：万元

	2016年6月末			2015年末		
	金额	比例（%）	坏账准备	金额	比例（%）	坏账准备
1年以内	133.63	96.35	6.68	113.97	100.00	5.70
1-2年	5.06	3.65	0.51	-	-	-
合计	138.69	100.00	7.19	113.97	100.00	5.70
	2014年末			2013年末		
	金额	比例（%）	坏账准备	金额	比例（%）	坏账准备
1年以内	528.23	91.02	26.41	475.34	94.82	23.77
1-2年	52.10	8.98	5.21	25.94	5.18	2.59
合计	580.33	100.00	31.62	501.28	100.00	26.36

根据上表，公司截至2016年6月末按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款的账龄均在2年以内，且96.35%的应收账款账龄在一年以内。

B、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款

公司于2014年分别对广东新邦物流有限公司、宇宙星国际商业管理（北京）有限公司的服务款25.81万元、20.00万元全额计提坏账准备；2015年公司收到宇宙星国际商业管理（北京）有限公司4万元回款、2016年1-6月收到宇宙星国际商业管理（北京）有限公司6万元回款。

③公司实际核销的应收账款

2015年末和2016年6月末，公司分别核销5.27万元和25.81万元确定无法收回的应收账款，其中2016年末核销的25.81万元为应收广东新邦物流有限公司的服务费，确定无法收回，公司全部核销。

④应收账款前五名客户相关情况

2016年6月末，公司应收账款余额前五名明细情况如下：

单位：万元

名称	应收账款	账龄	占应收账款总额比例	与本公司关系
北京万国法源信息科技有限公司	10.00	1 年以内	6.73%	非关联方
宇宙星国际商业管理（北京）有限公司	10.00	1-2 年	6.73%	非关联方
上海上成餐饮管理有限公司	8.58	1 年以内	5.77%	非关联方
恩施市润邦国际富硒茶业有限公司	1.90	1 年以内	1.28%	非关联方
	4.60	1-2 年	3.09%	非关联方
湖北嘉泰时代服饰有限公司	5.31	1 年以内	3.57%	非关联方
合计	40.39		27.16%	

(3) 预付款项

报告期各期末，公司的预付款项余额分别为 220.84 万元、740.77 万元、732.50 万元和 1,306.79 万元，主要为预付百度等互联网媒体营销资源提供商的采购款，其账龄结构如下表所示：

单位：万元

账龄	2016.6.30		2015.12.31		2014.12.31		2013.12.31	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
1 年以内	1,305.19	99.88	731.25	99.83	740.77	100.00	220.84	100.00
1-2 年	1.59	0.12	1.25	0.17	-	-	-	-
合计	1,306.79	100.00	732.50	100.00	740.77	100.00	220.84	100.00

公司 2014 年末的预付账款较 2013 年末增加 519.93 万元，主要是公司向百度预付的互联网营销资源采购款项增加所致；2016 年 6 月末预付账款较 2015 年末增加 574.28 万元，主要是公司向百度预付的互联网营销资源采购款和向江苏省广播电视集团有限公司预付的推广费。

2016 年 6 月末，公司预付款项前五名单位如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	与公司关系	金额	比例 (%)	账龄
北京百度网讯科技有限公司	营销资源采购款	非关联方	859.20	65.75	1 年以内
江苏省广播电视集团有限公司	推广费	非关联方	158.16	12.10	1 年以内

北京佟悦名新文化传媒有限公司	推广费	非关联方	75.47	5.78	1 年以内
班尼星空（北京）广告有限公司	营销资源 采购款	非关联方	71.61	5.48	1 年以内
北京数据家科技有限公司	租赁费	非关联方	30.13	2.31	1 年以内
合计			1,194.57	91.42	

（4）其他应收款

报告期各期末，公司的其他应收账款有关情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末	2015 年末	2014 年末	2013 年末
账面余额	1,121.28	1,560.34	3,223.27	1,303.40
坏账准备	58.36	83.85	173.83	65.72
账面价值	1,062.91	1,476.49	3,049.45	1,237.68
坏账计提比例	5.20%	5.37%	5.39%	5.04%
占流动资产比重	8.44%	12.25%	33.09%	14.49%

①其他应收账款期末净额变动分析

公司截至 2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末的其他应收账款净额分别为 1,237.68 万元、3,049.45 万元、1,476.49 万元和 1,062.91 万元，占流动资产的比例分别为 14.49%、33.09%、12.25%和 8.44%，是公司流动资产的重要组成部分。

②其他应收款项按性质的分类情况

单位：万元

性质	2016 年 6 月末		2015 年末		2014 年末		2013 年末	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
保证金	823.35	73.43	1,252.24	80.25	2,929.45	90.89	1,252.45	96.09
返点	262.31	23.39	276.17	17.70	236.64	7.34	-	-
其他	35.61	3.18	31.93	2.05	57.18	1.77	50.95	3.91
合计	1,121.28	100	1,560.34	100	3,223.27	100	1,303.40	100

报告期各期末，公司其他应收款主要为支付给互联网媒体营销资源提供商的采购保证金和该等提供商给予公司的业绩返点，该两项合计占其他应收款总额的比例分别为 96.09%、98.23%、97.95%和 96.82%。

报告期各期末，公司其他应收款变动是支付互联网媒体营销资源的采购保证金，尤其是支付给百度的采购保证金波动所致。2013 年百度收取的保证金比例为框架合同金额的 6%，2014 年至 2016 年百度将该比例提高至 10%。报告期各期末，其他应收款中应收百度的保证金金额分别为 795.00 万元、2,632.00 万元、538.35 万元和 523.35 万元，分别占其他应收款余额的比例为 60.99%、81.66%、34.50% 和 46.67%。

③其他应收款坏账准备计提分析

报告期各期末，公司按账龄分析法计提坏账的其他应收账款账龄分布情况如下：

单位：万元

	2016 年 6 月末			2015 年末		
	金额	比例（%）	坏账准备	金额	比例（%）	坏账准备
1 年以内	1,102.67	98.34	55.13	1,513.68	97.01	75.68
1-2 年	14.57	1.30	1.46	31.18	2.00	3.12
2-3 年	3.24	0.29	0.97	14.69	0.94	4.41
3-4 年	-	-	0.00	-	-	-
4-5 年	-	-	0.00	0.80	0.05	0.64
5 年以上	0.80	0.07	0.80	-	-	-
合计	1,121.28	100.00	58.36	1,560.34	100.00	83.85
	2014 年末			2013 年末		
	金额	比例（%）	坏账准备	金额	比例（%）	坏账准备
1 年以内	3,004.02	93.20	150.20	1,295.63	99.40	64.78
1-2 年	211.54	6.56	21.15	6.96	0.53	0.70
2-3 年	6.91	0.21	2.07	0.80	0.06	0.24
3-4 年	0.80	0.02	0.40	-	-	-
4-5 年	-	-	-	-	-	-
合计	3,223.27	100.00	173.83	1,303.40	100.00	65.72

根据上表，报告期各期末，公司其他应收款的账龄主要在 1 年以内，而且主要是支付给互联网媒体营销资源提供商如百度、奇虎等公司的保证金，该等公司信用等级较高。报告期内，公司的其他应收账款均按账龄分析法计提坏账准备。

④其他应收款前五名客户相关情况

公司的其他应收款较为集中。2016 年 6 月末，公司其他应收账款余额前五名客户的明细情况如下：

单位：万元

单位名称	款项性质	与公司关系	金额	比例	账龄
百度时代网络技术（北京）有限公司	保证金	非关联方	500.00	44.59%	1 年以内
班尼星空（北京）广告有限公司	保证金	非关联方	180.00	16.05%	1 年以内
北京百度网讯科技有限公司	保证金	非关联方	23.35	2.08%	1 年以内
	返点	非关联方	142.33	12.69%	1 年以内
北京奇虎科技有限公司	返点	非关联方	119.99	10.70%	1 年以内
北京派瑞威行广告有限公司	保证金	非关联方	100.00	8.92%	1 年以内
合计			1,065.66	95.04%	

（5）一年内到期的非流动资产

2016 年 6 月末，公司一年内到期的非流动资产余额为 5.23 万元，主要是长期待摊费用中剩余摊销年限不足一年的部分装修费。

（6）其他流动资产

报告期各期末，公司的其他流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末	2015 年末	2014 年末	2013 年末
预缴增值税	67.89	6.85	-	-
预缴企业所得税	258.78	177.55	271.82	310.31
待抵扣增值税进项税额	449.77	500.18	904.10	226.43
理财产品	5,800.00	-	-	-
合计	6,576.44	684.57	1,175.92	536.74

报告期内，公司的其他流动资产分别为 536.74 万元、1,175.92 万元、684.57 万元和 6,576.44 万元，主要为公司预缴企业所得税、待抵扣增值税进项税额和公司购买的理财产品。

公司 2014 年末的其他流动资产较 2013 年末增加 639.18 万元，增长 119.09%，其中待抵扣增值税进项税额增加 677.67 万元，主要是 2014 年公司互联网营销资源采购量增长，且 2014 年末预付互联网营销资源采购款增加所致；2015 年公司削减该类支出，导致待抵扣增值税进项税减少 403.92 万元。

公司报告期内的预缴企业所得税余额较大，主要是因为 2011 年公司盈利较好，且当时未收到《软件企业证书》和《高新技术企业证书》，以 25% 的税率预缴了 1,176 万元的所得税，2011 年 9 月公司收到《软件企业证书》，但 2012 年 5 月公司才向税务局办好税收减免的手续，因此，2012 年一季度公司又按 25% 的税率预缴了 427.54 万元的企业所得税。根据《企业所得税法》及相关规定，公司 2011 年免缴企业所得税，2012—2014 年公司适用 12.5% 的所得税率，而 2012 年应缴纳的企业所得税并不多，导致当年预缴企业所得税余额较大。2013 年和 2014 年公司应缴纳的企业所得税逐步抵减以前年度预缴的企业所得税。2015 年公司并未以预缴企业所得税抵缴当年应交企业所得税；2016 年公司根据 1-6 月的经营情况继续预缴企业所得税，导致 2016 年 6 月末，预缴企业所得税余额增长 81.23 万元。

2015 年末，公司账上货币资金余额 8,942.68 万元，为提高存量资金收益，公司于 2016 年上半年共计购买 5,800.00 万元银行保本型理财产品，截至 2016 年 6 月末，前述理财产品均未赎回。

2、非流动资产的主要构成及变化分析

报告期各期末，公司非流动资产情况如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末		2015 年末		2014 年末		2013 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
固定资产	4,851.10	74.45%	5,027.96	75.54%	461.37	9.86%	391.06	11.44%
在建工程	65.17	1.00%	-	-	2,446.92	52.31%	1,522.93	44.55%
无形资产	938.17	14.40%	948.73	14.25%	969.37	20.72%	986.67	28.86%

项目	2016 年 6 月末		2015 年末		2014 年末		2013 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
长期待摊费用	21.81	0.33%	18.08	0.27%	274.69	5.87%	43.24	1.26%
递延所得税资产	639.58	9.82%	661.60	9.94%	525.17	11.23%	474.66	13.88%
非流动资产合计	6,515.82	100.00%	6,656.36	100.00%	4,677.53	100.00%	3,418.56	100.00%

报告期内，公司非流动资产主要由固定资产、在建工程、无形资产、递延所得税资产等构成，公司的非流动资产逐年增长主要是公司自 2012 年开始兴建六安产业园办公楼及其宿舍、食堂等配套设施所致。

（1）固定资产

报告期各期末，公司固定资产的具体构成如下：

单位：万元

项目		2016 年 6 月末	2015 年末	2014 年末	2013 年末
房屋及建筑物	账面原值	4,534.68	4,572.26	-	-
	累计折旧	71.75	-	-	-
	账面价值	4,462.93	4,572.26	-	-
运输工具	账面原值	224.44	224.44	162.93	154.66
	累计折旧	120.11	99.28	60.40	29.56
	账面价值	104.32	125.15	102.53	125.10
电子设备及其他	账面原值	685.16	728.35	659.89	475.86
	累计折旧	401.32	397.80	301.05	209.90
	账面价值	283.84	330.55	358.83	265.96
合计	账面原值	5,444.28	5,525.04	822.82	630.51
	累计折旧	593.18	497.09	361.45	239.46
	账面价值	4,851.10	5,027.96	461.37	391.06

报告期内，公司固定资产由房屋及建筑物、运输工具、电子设备及其他构成。公司 2015 年末的固定资产大幅增加主要原因是在建工程六安产业园办公楼及其宿舍、食堂等配套设施达到预定可使用状态暂估转固所致。

（2）在建工程

公司截至 2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末的在建工程余额分别为 1,522.93 万元、2,446.92 万元、0 万元和 65.17 万元。公司报告期内的在建工程主要是六安产业园项目，2012 年公司开始兴建六安产业园，2015 年末该项目

达到可使用状态全部暂估转为固定资产，在建工程余额为 0 万元；2016 年 6 月末公司在建工程为六安产业园的市政配套工程及其他零星支出。

（3）无形资产

报告期各期末，公司无形资产的构成情况如下：

单位：万元

项目		2016 年 6 月末	2015 年末	2014 年末	2013 年末
土地使用权	原值	1,018.94	1,018.94	1,018.94	1,018.94
	累计摊销	83.07	72.84	52.38	32.27
	账面价值	935.87	946.10	966.56	986.67
软件	原值	3.46	3.46	3.03	-
	累计摊销	1.16	0.83	0.21	-
	账面价值	2.30	2.63	2.82	-
合计	原值	1,022.40	1,022.40	1,021.97	1,018.94
	累计摊销	84.23	73.67	52.60	32.27
	账面价值	938.17	948.73	969.37	986.67

公司无形资产包括土地使用权和软件，主要为六安产业园项目对应的土地使用权。

（4）长期待摊费用

公司截至 2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末的长期待摊费用分别为 43.24 万元、274.69 万元、18.08 万元和 21.81 万元，其明细科目如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末	2015 年末	2014 年末	2013 年末
装修费	16.29	10.91	28.04	43.24
邮箱租赁费	5.52	7.17	9.27	-
宣传代言费	-	-	237.38	-
合计	21.81	18.08	274.69	43.24

公司报告期内的长期待摊费用由装修费、租赁费和宣传代言费组成。公司 2014 年末的长期待摊费用较 2013 年末增长 231.45 万元，主要是公司聘请明星代言的期限为 24 个月，按照配比原则，相应的代言费分期摊销，2014 年代言费分

摊 136.20 万元；2015 年末的长期待摊费用减少 256.61 万元，主要原因是①2015 年宣传代言费摊销 233.49 万元，②待摊期限在一年以内的宣传代言费和部分装修费共计 110.12 万元，已重分类为一年内到期的其他流动资产。

（5）递延所得税资产

报告期内各期末，公司的递延所得税资产明细如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末		2015 年末		2014 年末		2013 年末	
	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	72.30	16.36	128.73	28.66	250.65	58.98	91.15	16.01
政府补助	4,154.82	623.22	4,219.59	632.94	3,729.53	466.19	3,313.91	414.24
预提费用	-	-	-	-	-	-	355.25	44.41
合计	4,227.11	639.58	4,348.32	661.60	3,980.18	525.17	3,760.31	474.66

递延所得税资产为根据可抵扣暂时性差异及适用税率计算得出、影响未来期间应交所得税的金额，公司在 2013 年、2014 年以 12.5%的企业所得税税率计算递延所得税资产，2015 年及 2016 年 1-6 月以 15%的企业所得税税率计算递延所得税资产，各子公司以 25%的企业所得税税率计算各期递延所得税资产。

根据上表，公司的可抵扣暂时性差异主要是由坏账准备、计入递延收益的政府补助和预提费用等形成，其中预提费用是计入 2013 年但是在次年税前扣除的费用，形成可抵扣暂时性差异。公司截至 2013 年末、2014 年末、2015 年末和 2016 年 6 月末的递延所得税资产分别为 474.66 万元、525.17 万元、661.60 万元和 639.58 万元，其中 2015 年递延所得税资产较 2014 年增加 136.42 万元，主要是 2015 年末政府补助增加 490.06 万元，并已于当年计缴企业所得税，且 2015 年渠道网络（母公司）的所得税率自 12.5%提高至 15%所致。

（二）负债状况分析

报告期各期末，公司的负债总额及构成如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末		2015 年末		2014 年末		2013 年末	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
应付账款	1,544.83	17.37%	1,890.68	19.77%	959.03	11.20%	711.02	9.26%
预收款项	2,090.62	23.50%	1,911.49	19.99%	1,743.22	20.36%	1,666.57	21.70%
应付职工薪酬	601.30	6.76%	1,029.36	10.77%	835.33	9.76%	783.86	10.21%
应交税费	380.36	4.28%	237.40	2.48%	280.35	3.27%	92.00	1.20%
应付股利	-	0.00%	-	-	-	-	700.00	9.11%
其他应付款	122.86	1.38%	272.85	2.85%	1,013.19	11.84%	413.44	5.38%
流动负债合计	4,739.98	53.29%	5,341.78	55.87%	4,831.12	56.43%	4,366.89	56.85%
递延收益	4,154.82	46.71%	4,219.59	44.13%	3,729.53	43.57%	3,313.91	43.15%
非流动负债合计	4,154.82	46.71%	4,219.59	44.13%	3,729.53	43.57%	3,313.91	43.15%
负债合计	8,894.79	100.00%	9,561.37	100.00%	8,560.65	100.00%	7,680.80	100.00%

报告期内，公司以流动负债为主，流动负债主要由应付账款、预收账款、应付职工薪酬等组成，非流动负债主要是与资产相关的政府补助。

1、主要负债构成及变动分析

（1）应付账款

报告期各期末，公司应付账款的具体构成如下：

单位：万元

项目	2016 年 6 月末		2015 年末		2014 年末		2013 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工程款	594.13	38.46%	1,038.01	54.90%	-	-	-	-
营销资源采购款	710.35	45.98%	766.62	40.55%	845.03	88.11%	602.82	84.78%
其他	240.35	15.56%	86.06	4.55%	114.00	11.89%	108.20	15.22%
合计	1,544.83	100.00%	1,890.68	100.00%	959.03	100.00%	711.02	100.00%

公司 2014 年末公司的应付款项较 2013 年末增加 248.01 万元，主要是公司应付互联网媒体的营销资源采购款增加 242.21 万元所致；公司 2015 年末应付账款增加 931.66 万元，主要是应付六安产业园项目的工程款同比增加 1,038.01 万元所致；公司 2016 年 6 月末应付账款减少 345.85 万元，主要是公司当期支付部分六安产业园项目的工程款所致。

报告期末，公司应付款项前五名情况如下表所示：

单位：万元

名称	款项性质	应付账款	占应付账款总额比例	与本公司关系
北京派瑞威行广告有限公司	营销资源采购款	573.40	37.12%	非关联方
安徽中擎建设发展有限公司	工程款	218.55	14.15%	非关联方
安徽广达通信工程有限公司	工程款	162.91	10.55%	非关联方
安徽省建筑科学研究设计院	工程款	143.12	9.26%	非关联方
天津舜风文化传播有限公司	推广费	116.61	7.55%	非关联方
合计		1,214.58	78.63%	

（2）预收款项

报告期内，公司的招商信息发布服务的主要结算模式为客户预先付费。一方面，公司的客户主要为中小企业，单笔销售额较小，另一方面，公司在招商信息服务行业有一定的品牌优势和竞争力，故公司能够采取预收服务费的结算模式以保证销售回款的及时性和安全性。

报告期各期末，公司的预收款余额持续增长，分别为 1,666.57 万元、1,743.22 万元、1,911.49 万元和 2,090.62 万元。

（3）应付职工薪酬

报告期各期末，公司的应付职工薪酬分别为 783.86 万元、835.33 万元、1,029.36 万元和 601.30 万元。随着公司经营规模的逐步扩大以及职工薪酬上涨，公司的应付职工薪酬相应增加。2016 年 6 月末应付职工薪酬减少 428.05 万元，主要为①当期支付 2015 年年年终奖；②2016 年公司进行业务调整与整合，人员减少所致。

（4）应交税费

报告期各期末，公司的应交税费分别为 92.00 万元、280.35 万元、237.40 万元和 380.36 万元，应交税费具体构成如下：

单位：万元

项目	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
增值税	303.05	144.57	151.27	42.10
营业税	-	-	4.42	0.40
城市维护建设税	8.03	2.05	4.99	3.59
土地使用税	20.00	20.00	20.00	6.67
个人所得税	32.55	35.83	32.40	33.48
印花税	1.88	14.85	19.40	1.36
教育费附加	5.74	1.47	3.57	2.56
水利基金	1.35	1.26	0.16	1.84
企业所得税	3.84	17.37	44.14	-
房产税	3.92			
合计	380.36	237.40	280.35	92.00

2014 年末公司应交税费余额较 2013 年末增加 188.35 万元，其中主要原因为①2014 年末应交增值税增加 109.17 万元；②子公司中视联动 2014 年末其他应收款项余额较大，按账龄计提的坏账准备较多，调增当期应纳税所得额，导致期末应交企业所得税增加 44.14 万元。2016 年 6 月末应交税费余额较 2015 年末增加 142.96 万元，其中应交增值税余额增加 158.48 万元，主要为母公司渠道网络期末未交的增值税。

公司各期末形成较大金额的应交增值税主要原因在于公司未进行进项税认证，待抵扣进项税较多。

（5）应付股利

2013 年末，公司应付中视在线股利 700 万元，为以前年度公司进行利润分配尚未支付的部分，2014 年，公司已全部支付 700 万元股利。

（6）其他应付款

报告期各期末，公司的其他应付款分别为 413.44 万元、1,013.19 万元、272.85 万元和 122.86 万元，占当期末负债总额的比例分别为 5.38%、11.84%、2.85%和 1.38%，其他应付款具体构成如下：

单位：万元

项目	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
保证金	107.43	225.10	971.84	362.88
代扣社保及公积金款	7.54	21.16	15.80	
其他	7.90	26.59	25.56	50.56
合计	122.87	272.85	1,013.19	413.44

根据上表，公司报告期各期末的其他应付款主要是向客户收取的互联网营销资源代理业务履约保证金。公司 2014 年的其他应付款较 2013 年增加 599.75 万元，主要是由于百度收取保证金的规则变化，2013 年百度向公司收取框架金额 6% 的保证金，2014 年至 2016 年向公司收取框架金额 10% 的保证金，公司向客户收取的保证金比例相应变化所致；公司 2015 年的其他应付款较 2014 年减少 740.34 万元，主要原因为 2015 年公司互联网营销资源代理业务规模下降，相应向客户收取的保证金减少。

（7）递延收益

报告期各期末，公司的递延收益分别为 3,313.91 万元、3,729.53 万元、4,219.59 万元和 4,154.82，占当期末负债总额的比例分别为 43.15%、43.57%、44.13% 和 46.71%。截至 2016 年 6 月末，公司递延收益主要为与安徽渠道信息服务产业项目相关的政府补助，具体明细如下：

单位：万元

项目	相关文件	收款日期	金额	余额
安徽渠道信息服务产业项目	六安经济技术开发区管理委员会 财政局（六开管秘【2012】67 号、六开管办秘【2013】56 号）	2012.5.4	980.00	4,154.82
		2012.6.15	600.00	
		2012.12.11	150.00	
		2012.12.14	150.00	
		2012 年合计	1,880.00	
		2013.3.26	1,024.33	
		2013.5.27	201.40	
		2013.8.15	227.79	
		2013 年合计	1,453.52	
		2014.9.10	435.21	
		2014 年合计	435.21	
		2015.8.11	509.66	
		2015 年合计	509.66	
		总计	4,278.39	

公司的递延收益主要为与安徽六安产业园相关的政府补助，在收到时计入递延收益。根据《六安经济技术开发区管理委员会财政局（六开管秘【2012】67号、六开管办秘【2013】56号）》等文件，公司共计收到4,278.39万元与该项目相关的政府补助，截至2016年6月30日，已摊销123.57万元。

（三）偿债能力分析

报告期内，公司的主要偿债能力指标如下：

项目	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
流动比率（倍）	2.66	2.26	1.91	1.96
速动比率（倍）	0.99	1.97	1.51	1.78
资产负债率（母公司，%）	38.94	43.73	43.35	53.40
资产负债率（合并，%）	46.56	51.10	61.62	64.21
项目	2016年1-6月	2015年	2014年度	2013年度
息税折旧摊销前利润（万元）	1,360.45	3,207.10	581.33	1,251.45
利息保障倍数	-	-	-	-

注：公司报告期内无利息支出，因此“利息保障倍数”指标不适用。

报告期各期末，公司的流动比率和速动比率总体保持较高水平，且公司的流动资产以货币资金为主，流动性好，短期偿债能力较强。2016年6月末，公司速动比例下降，且低于1，主要原因在于①当期末公司预付账款余额较大；②公司2016年1-6月共计购买5,800万元银行理财产品，计入其他流动资产，导致扣除预付账款和其他流动资产后的速动资产较少，相应的速动比例下降，但是公司速动资产以货币资金为主、采取预收款的结算模式、应收账款周转较快，短期债务偿还能力仍较强。

报告期内，母公司和合并范围内资产负债率均逐年下降，公司的中长期偿债能力趋于改善，主要原因是公司通过增资、经营所得等方式使得净资产保持较快增长，同时公司的债务规模得到较好地控制。

报告期内，公司没有有息负债，相应地，没有利息支出。

（四）资产周转能力分析

报告期内，公司的主要资产周转能力指标如下：

指标	2016年1-6月	2015年	2014年	2013年
应收账款周转率（次/年）	295.10（年化）	116.64	85.30	125.07
总资产周转率（次/年）	1.87（年化）	2.35	3.38	4.23

注：公司属于轻资产互联网公司，没有存货，故未计算存货周转率。

报告期内，公司的主要结算模式为客户预付服务费，仅对少量的招商信息发布客户给予 3-6 天的临时资金周转时间，对互联网营销资源代理的部分客户根据媒体的收款要求给予一定的账期，一般不超过 3 个月，故公司的应收账款余额较少。相应地，公司的应收账款周转率较高。

报告期内，公司的资产以流动资产为主，与公司日常经营活动高度相关，故公司总资产周转率保持较高水平。报告期各期末，公司总资产周转率持续下降，主要为总资产保持较高速度增长所致。

总体看来，报告期内，公司经营状况良好，应收账款周转率和总资产周转率较高，反映出公司具有较强的资产管理能力和较高的资产运营效率。

（五）所有者权益构成及分析

1、所有者权益构成情况

单位：万元

项目	2016年6月末		2015年末	
	金额	比例	金额	比例
股本/实收资本	4,800.00	47.01%	4,800.00	52.46%
资本公积	3,998.95	39.16%	3,998.95	43.71%
盈余公积	265.75	2.60%	265.75	2.90%
未分配利润	1,146.31	11.23%	84.94	0.93%
归属于母公司股东权益合计	10,211.01	100.00%	9,149.64	100.00%
少数股东权益				
股东权益合计	10,211.01	100.00%	9,149.64	100.00%
项目	2014年末		2013年末	
	金额	比例	金额	比例

股本/实收资本	4,500.00	84.38%	2,000.00	46.71%
资本公积	3,159.47	59.24%	-	-
盈余公积	46.81	0.88%	955.51	22.32%
未分配利润	-2,373.33	-44.50%	1,326.20	30.97%
归属于母公司股东权益合计	5,332.95	100.00%	4,281.70	100.00%
少数股东权益				
股东权益合计	5,332.95	100.00%	4,281.70	100.00%

2、所有者权益构成变动分析

（1）股本与资本公积

2014年10月31日，公司收到新增股东投入的货币资金共806.904万元，其中322.7616万元计入实收资本，余额484.1424万元计入资本公积。

公司全体股东2014年12月25日以渠道有限截至2014年10月31日经审计的净资产7,659.47万元出资，整体变更为渠道网络（股份公司），折合股本4,500万元，净资产折股余额3,159.47万元计入资本公积。

2015年4月19日，股东张振杰因个人原因退股，减少出资额52.26万元，其中减少注册资本40.50万元，减少资本公积11.76万元，公司的该次减资履行了必要的减资程序。

2015年12月31日，公司收到新增股东六安市缙云投资中心（有限合伙）投入的货币资金共1,191.75万元，其中340.50万元计入实收资本，余额851.25万元计入资本公积。

（2）盈余公积

报告期内，公司按照当期净利润的10%提取法定盈余公积，当盈余公积达到注册资本50%以上时不再计提。公司截至2014年10月31日计提的盈余公积已于渠道有限整体变更为股份公司时全部折股，截至2014年末的盈余公积余额是根据2014年11月至12月产生的利润计提所得。

（3）未分配利润

报告期内，公司未分配利润具体情况如下：

单位：万元

项目	2016年6月末	2015年末	2014年末	2013年末
本年年末未分配利润	84.94	-2,373.33	1,326.20	615.79
加：归属于母公司股东的净利润	1,061.37	2,677.19	244.35	927.39
减：提取法定盈余公积金	-	218.93	128.56	216.98
未分配利润转增股本	-	-	3,815.31	-
年末未分配利润	1,146.31	84.94	-2,373.33	1,326.20

公司报告期内的未分配利润分别为 1,326.20 万元、-2,373.33 万元、84.94 万元和 1,146.31 万元，其中 2014 年末的未分配利润大幅下降是渠道有限以 2014 年 10 月 31 日为基准日整体变更为股份公司时将 2014 年 10 月之前的未分配利润全部折股归零，2014 年 11—12 月盈利较少，而 2014 年渠道网络子公司持续亏损，导致合并资产负债表未分配利润为负；2015 年末未分配利润余额较小，主要原因为期初未分配利润为负。

十三、盈利能力分析

（一）营业收入变动情况分析

1、营业收入构成分析

报告期内，公司营业收入构成具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年	
	收入	占比	收入	占比
主营业务	17,689.79	100.00%	38,314.05	100.00%
其他业务	-	-	-	-
合计	17,689.79	100.00%	38,314.05	100.00%
项目	2014 年度		2013 年度	
	收入	占比	收入	占比
主营业务	43,579.01	99.82%	32,402.70	100.00%
其他业务	80.40	0.18%	-	-
合计	43,659.42	100.00%	32,402.70	100.00%

公司的主营业务为向客户提供互联网招商发布服务以及相关的互联网营销资源代理业务，其他业务主要为利息收入。公司的营业收入主要来自于主营业务收入

入，2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月的主营业务收入占营业收入的比重分别为 100%、99.82%、100%和 100%。

2、主营业务收入变动及构成分析

公司 2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月的主营业务收入分别为 32,402.70 万元、43,579.01 万元、38,314.05 万元和 17,689.79 万元，其中 2014 年度的主营业务收入同比增加 11,176.31 万元，增幅为 34.50%；2015 年度的主营业务收入同比减少 5,264.96 万元，下降 12.08%。公司 2015 年度的主营业务收入下降主要是互联网营销资源代理业务收入下降所致，公司的招商信息发布服务收入报告期内保持增长态势。

通常企业第一季度主要安排全年经营计划，而且第一季度存在重大节假日，企业的经营情况相对较差，导致互联网招商信息发布服务行业有一定的季节性，主要体现为第一季度为淡季，因此公司 2016 年上半年的主营业务收入相对较少。

3、主营业务收入的业务构成分析

报告期内，公司主营业务收入按业务类型分类如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年	
	收入	占比	收入	占比
招商信息发布	16,497.48	93.26%	36,056.27	94.11%
互联网营销资源代理	1,192.30	6.74%	2,257.78	5.89%
合计	17,689.79	100.00%	38,314.05	100.00%
项目	2014 年度		2013 年度	
	收入	占比	收入	占比
招商信息发布	34,383.98	78.90%	28,223.53	87.10%
互联网营销资源代理	9,195.04	21.10%	4,179.18	12.90%
合计	43,579.01	100%	32,402.70	100.00%

（1）招商信息发布业务收入分析

招商信息发布业务是公司的核心业务。报告期内，该类业务收入占主营业务收入的比重分别为 87.10%、78.90%、94.11%和 93.26%，占比略有波动，2014 年

其占主营业务收入的比重下降主要由于当年互联网营销资源代理业务收入大幅上升所致。

报告期内，招商信息发布业务收入分别为 28,223.53 万元、34,383.98 万元、36,056.27 万元和 16,497.48 万元，其中 2014 年较 2013 年增长 21.83%，2015 年较 2014 年增长 4.86%，保持着增长态势。由于行业的季节性因素影响，招商信息服务业务在第一季度为淡季，其业务收入相对 2015 年全年较少。

报告期内，公司招商信息发布业务收入增长主要得益于：

① 行业因素

宏观层面，国家鼓励“大众创业，万众创新”，推动小微企业的快速发展，衍生出对招商服务的需求；微观层面，在互联网时代，企业通过互联网手段优化企业经营管理，实现营销、运营管理、客户管理等关键环节的互联网化，提升企业经营效率和消费者体验。实体店铺的经营模式将进行重构，由过去的单一卖产品转向售卖生活服务型产品，譬如餐饮、教育、旅游、汽车服务、美容养生等服务型行业。招商信息服务行业迎来较好的发展机遇。

② 公司因素

A.公司着力打造旗下招商信息服务平台品牌，品牌效应初步形成

报告期内，公司大力推广旗下招商信息服务平台，树立了品牌形象，品牌效应初步形成。针对招商企业，公司高度重视客户体验和口碑，根据客户需求不断适时推出新产品、新服务、新功能，保持较好的招商效果，提供优质的招商信息服务。针对潜在的创业投资者，公司提出“创业保障计划”、“先行赔付”等诚信招商保障理念，吸引潜在用户到公司旗下平台，参与招商。推广计划的有效执行，提高了公司旗下平台的品牌价值，公司平台的品牌得到客户和潜在投资者的进一步认可。

B.公司服务的整体优化

公司采取多种方式优化自身平台的招商效果，对全业务流程进行严格的过程控制，并持续改进和完善。技术支持方面，体现在公司反馈信息搜集方式上的不断进步，目前包括留言板、电话回呼和即时通讯工具“通宝”三种方式，有利于提高双方对接、沟通的效率，有效地提高了用户与平台、与招商企业之间的粘性。客户服务方面，公司按行业对主要客户进行分类，并对各行业主要客户进行回访，主动与客户讨论推广效果、转化率等核心需求，保证服务质量。公司能够为招商企业提供精准的信息对接服务，其服务价值进一步增强。

C.新兴市场的不断开拓

报告期内，公司积极开拓新兴市场，主要表现在以下两个方面：一是公司拓展传统销售区域业务的同时，大力拓展新兴的区域市场。报告期内，公司在北京、广东、湖北、山东等传统市场维持了较稳定的收入规模和增长速度，同时，以安徽、江苏为代表的新兴市场收入增长较为迅速；二是公司跟随行业热点，招商服务业务从传统的服装、家居建材行业向新兴行业拓展，以餐饮、美容养生、汽车服务为代表的生活服务行业收入增长迅速。

③ 报告期内，招商信息发布业务量增加驱动收入增长

报告期内，根据公司稿单统计的每年招商信息发布业务销售总时长和每天每个位置平均价格如下表所示：

	2016年1-6月	2015年		2014年		2013年
	数额	数额	增长率	数额	增长率	数额
销售总时长（天）	219,103	487,245	20.42%	404,606	25.85%	321,495
平均价格（元/天）	752.96	740.00	-12.92%	849.81	-3.20%	877.88
平均价格（万元/月）	2.26	2.22	-12.92%	2.55	-3.20%	2.63

注：以每月30天，将日均价格换算成月均价格，销售总时长是将报告期各年度公司自有互联网展示招商信息平台全部发布信息的稿单（扣除按效果而非位置和时长计费的部分稿单）时长加总统计得出。

报告期内，公司各大招商信息发布平台合计的销售总时长逐年增长，2014年和2015年的同比增长率分别为25.85%和20.42%，增长速度较快。以总的平台业

务收入除以销售总时长得到的平均价格呈下降趋势，报告期内公司招商信息服务业务收入增长的主要驱动因素为业务量的上涨。

（2）互联网营销资源代理业务收入分析

报告期内，公司互联网营销资源代理业务收入分别为 4,179.18 万元、9,234.57 万元、2,257.78 万元和 1,192.30 万元，其中 2014 年同比增长 120.97%，2015 年同比下降 75.55%。

公司的互联网营销资源代理业务主要为搜索引擎营销资源代理和其他互联网媒体代理（主要为门户网站营销资源代理）。公司互联网营销资源代理业务收入波动较大，主要是报告期内互联网营销资源代理业务结构变动所致。公司 2013 年的互联网营销资源代理业务主要以门户网站营销资源代理为主。2014 年下半年，基于经营策略的调整，公司终止了以门户网站营销资源代理业务为主的其他互联网媒体代理业务，但因公司全资子公司中视联动成为百度的核心代理商，搜索引擎营销资源代理业务发展较快，导致互联网营销资源代理业务总规模上升。2015 年，市场竞争激烈，代理业务的毛利空间下降，且客户结构发生变化，武汉联合佳光技术服务有限公司、上海罗可讯文化传播有限公司等主要代理业务客户由于自身业务原因，减少搜索引擎营销资源的投放，导致互联网营销资源代理业务的规模较 2014 年有较大降幅。报告期内，公司的互联网营销资源代理业务收入构成如下表所示：

单位：万元

分类	2016 年 1-6 月		2015 年度	
	收入	占比	收入	占比
搜索引擎代理	1,192.30	100%	2,257.78	100.00%
其他互联网媒体代理	-	-	-	-
合计	1,192.30	100%	2,257.78	100.00%
分类	2014 年度		2013 年度	
	收入	占比	收入	占比
搜索引擎代理	6,865.91	74.24%	1,689.68	40.43%
其他互联网媒体代理	2,368.66	25.76%	2,489.50	59.57%
合计	9,234.57	100.00%	4,179.18	100.00%

（二）营业成本变动及构成分析

报告期内，公司营业成本的具体情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年	
	营业成本	占比	营业成本	占比
主营业务	11,734.55	100.00%	24,996.02	100.00%
其他业务	-	-	-	-
合计	11,734.55	100.00%	24,996.02	100.00%
项目	2014 年度		2013 年度	
	营业成本	占比	营业成本	占比
主营业务	32,361.52	100.00%	23,058.84	100.00%
其他业务	-	-	-	-
合计	32,361.52	100.00%	23,058.84	100.00%

公司 2013 年度、2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-6 月的营业成本全部为主营业务成本，其他业务收入为利息收入，无对应的营业成本。

1、主营业务成本变化趋势

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度		2014 年度		2013 年度
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
主营业务收入	17,689.79	38,314.05	-12.24%	43,579.01	34.50%	32,402.70
主营业务成本	11,734.55	24,996.61	-22.76%	32,361.52	40.34%	23,058.84

报告期内，公司主营业务成本随着公司经营规模的变化而变动，其中 2014 年主营业务成本增长 34.50%，高于同期营业收入的增长率；2015 年公司主营业务成本下降 22.76%，主要是公司 2015 年进行精细化管理，提升成本效率，单次点击成本（CPC）下降，搜索引擎营销资源采购成本下降所致。

2、主营业务成本构成及分析

（1）报告期内，公司主营业务成本按内容划分构成情况如下：

单位：万元

	2016 年 1-6 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
互联网营销资源	10,736.62	91.50	23,075.65	92.32	30,982.82	95.74	22,073.17	95.73
展会	-	0.00	57.32	0.23	69.77	0.22	0.20	0.00
人工成本	997.93	8.50	1,863.05	7.45	1,308.94	4.04	985.47	4.27
营业成本	11,734.55	100.00	24,996.02	100.00	32,361.52	100.00	23,058.84	100.00

公司的主营业务成本由互联网营销资源成本、人工成本和少量展会成本构成，以互联网营销资源成本为主，其占总营业成本的比例分别为 95.73%、95.74%、92.32%和 91.50%，占比略有下降。人工成本主要为公司招商信息发布平台运营人员的人工成本，其占主营业务成本的比例分别为 4.27%、4.04%、7.45%和 8.50%，占比逐年上升，主要为运营人员工资水平提升所致。展会成本为公司外包业务举办线下展会的部分成本以及公司每年一次“金锐奖”相关的展会成本。2016 年公司调整发展战略，终止了外包业务，且“金锐奖”颁奖典礼在年末举行，故上半年无展会成本。

（2）报告期内，公司主营业务成本按业务类型构成情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年	
	成本	占比	成本	占比
招商信息发布	10,601.30	90.34%	22,792.85	91.19%
互联网营销资源代理	1,133.25	9.66%	2,203.17	8.81%
合计	11,734.55	100.00%	24,996.02	100.00%
项目	2014 年度		2013 年度	
	成本	占比	成本	占比
招商信息发布	23,935.40	73.96%	19,724.60	84.75%
互联网营销资源代理	8,426.12	26.04%	3,548.95	15.25%
合计	32,361.52	100.00%	23,058.84	100.00%

报告期内，按业务分类，公司的主营业务成本主要为招商信息发布业务成本，与主营业务收入的产品与服务构成情况一致，但公司主营业务成本的波动主要为互联网营销资源代理业务成本的波动所致。

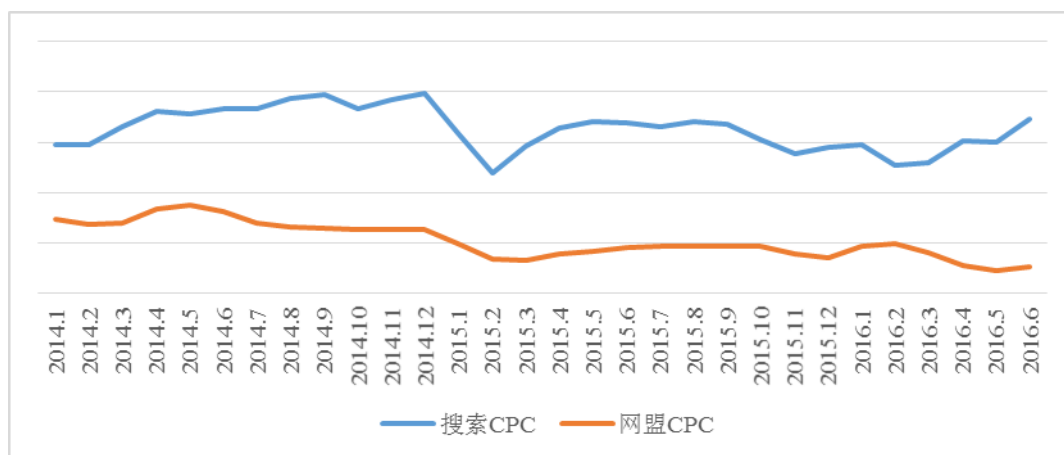
2014 年公司招商信息发布业务成本较 2013 年增长 21.35%，主要原因为随着当年招商信息发布业务收入规模的增加，相应营业成本增加；2015 年该业务成本较 2014 年下降 4.77%，主要为公司进行精细化管理，降低搜索引擎单次点击成本，提升成本效率，导致收入增长的同时营业成本下降。2014 年公司互联网营销业务成本较 2013 年增长 137.43%，主要原因为公司全资子公司成为百度的核心代理商，搜索引擎营销资源代理业务收入大幅增加；2015 年该业务成本较 2014 年下降 73.85%，主要原因为公司互联网营销资源代理业务客户结构发生变化所致。

① 公司招商信息发布业务成本分析

公司招商信息发布业务成本主要是互联网营销资源采购成本，以搜索引擎营销资源为主。2014 年，公司该类业务收入成本增长率基本一致；2015 年，公司该类业务收入增长 4.86%，而成本下降 4.77%，主要原因为：

A. 公司成本效率提升，单次点击成本下降

2014 年—2016 年 6 月，公司主要招商信息发布平台上百度搜索引擎关键词平均点击成本（CPC）如下表所示：



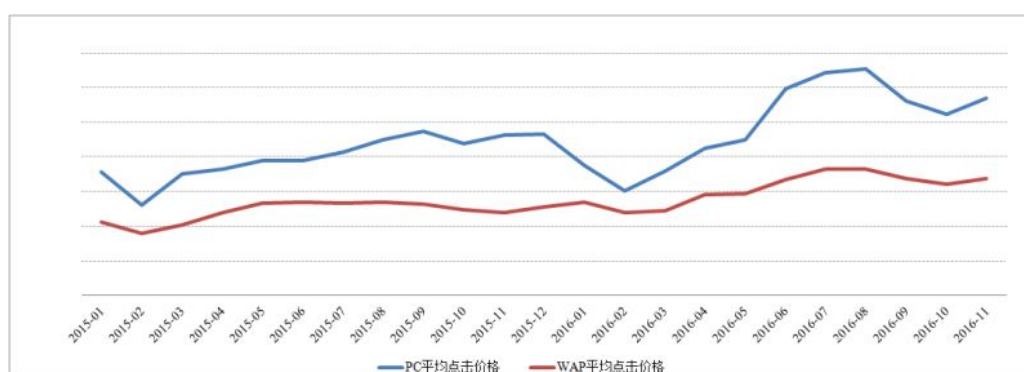
2015 年，公司的整体策略是优化成本：公司主动调整采购策略，对竞价部门进行整合，优化竞价部门结构，增加内部的协调性；公司的竞价人员参与培训，其技能水平明显提升；公司不断测试优化新着陆页，使转化率提升。通过前述措施，公司实现更加精准的定位，从而使竞价的单次点击成本下降。在同等的营销效果下，公司付出的成本减少。2016 年 4 月开始，单次点击成本有所上涨，主要

原因在于“魏则西事件”后，百度调整其搜索引擎竞价业务，相应的广告位减少，广告主在竞价搜索中单次出价更高方能获得好的排名，因此公司搜索 CPC 上涨。

B.公司流量更多来源于单次点击成本低的移动端流量

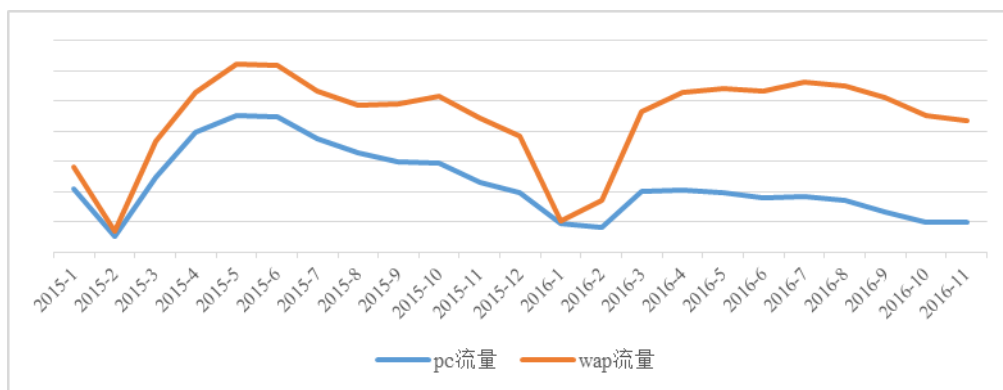
由于移动互联网相比传统 PC 端互联网发展较晚，搜索引擎竞价的投放相对滞后，竞争没有 PC 端激烈，搜索引擎竞价单次点击成本较 PC 端单次点击成本低；而随着移动互联网的迅速发展，移动端流量得到公司的重视，2015 年以来，公司增加对移动端流量的投入，以较少的成本为公司平台导入移动端流量，是公司营业成本下降的重要原因。

2015 年至 2016 年 11 月，公司主要招商信息发布平台上 PC 端和移动端搜索引擎关键词平均点击成本（CPC）如下表所示：



移动端（WAP）单次点击成本一直低于 PC 端单次点击成本，且在 2016 年该差异进一步扩大。2016 年 4 月开始，受“魏泽西事件”影响，百度调整搜索引擎策略，CPC 上涨。

2015 年至 2016 年 11 月，公司主要招商信息发布平台上移动端流量如下表所示：



C.公司流量来源多元化

2014年，公司推出“先行赔付”和“创业保障计划”，加大对旗下招商信息发布平台的推广力度，提高品牌知名度和品牌价值；2015年和2016年，公司在采购搜索引擎营销资源外，还通过导航、新闻客户端等多渠道投放平台推广信息，增加品牌曝光度。前述措施形成公司的自有流量，该部分流量对公司转化率的贡献作用逐渐凸显。

②互联网营销资源代理业务成本分析

公司互联网营销资源代理业务成本包括向搜狐、网易等门户网站采购的营销资源成本和向百度等采购的搜索引擎营销资源成本。2014年、2015年该类业务成本同比增长率分别为121.82%和-74.12%。报告期内，该类业务成本结构如下表所示：

单位：万元

分类	2016年1-6月		2015年度	
	成本	占比	成本	占比
搜索引擎代理	1,133.25	100.00%	2,203.17	100.00%
其他互联网媒体代理	-	-	-	-
合计	1,133.25	100.00%	2,203.17	100.00%
分类	2014年度		2013年度	
	成本	占比	成本	占比
搜索引擎代理	6,405.67	76.02%	1,513.72	42.65%
其他互联网媒体代理	2,020.44	23.98%	2,035.24	57.35%
合计	8,426.11	100.00%	3,548.95	100.00%

2014年公司互联网营销资源代理业务成本增长，主要源自搜索引擎代理业务规模的增长。2014年，公司调整代理业务的结构，于下半年，终止以门户网站营

销资源代理业务为主的其他互联网媒体代理业务，但是由于公司全资子公司中视联动成为百度的核心代理商，搜索引擎营销资源代理业务规模迅速增加，相应营销资源成本增加。

2015 年和 2016 年 1-6 月，互联网营销业务成本全部为搜索引擎代理业务成本。2015 年互联网营销资源成本较 2014 年减少 6,222.94 万元，主要原因为公司代理业务收入规模下降，相应营销资源成本减少。

（三）毛利率分析

1、综合毛利率变动分析

报告期内，公司的综合毛利率如下：

分类	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业收入（万元）	17,689.79	38,314.05	43,659.42	32,402.70
营业成本（万元）	11,734.55	24,996.02	32,361.52	23,058.84
毛利（万元）	5,955.24	13,318.03	11,297.90	9,343.86
毛利率	33.66%	34.76%	25.88%	28.84%

报告期内，公司的综合毛利率波动较大，分别为 28.84%、25.88%、34.76% 和 33.66%，综合毛利率的变动均由主营业务毛利率的波动所致。

2、公司毛利的构成分析

报告期内，公司的毛利主要来自于主营业务毛利，具体情况如下：

单位:万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
主营业务	5,955.24	100%	13,318.03	100%	11,217.49	99.29%	9,343.86	100%
其他业务	-	-	-	-	80.4	0.71%	-	-
合计	5,955.24	100%	13,318.03	100%	11,297.89	100%	9,343.86	100%

报告期内，公司主营业务毛利则主要来自招商信息发布业务，具体情况如下：

单位:万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年	
	毛利	占比	毛利	占比
招商信息发布	5,896.18	99.01%	13,263.42	99.59%
互联网营销资源代理	59.05	0.99%	54.61	0.41%
合计	5,955.24	100.00%	13,318.03	100.00%
项目	2014 年度		2013 年度	
	毛利	占比	毛利	占比
招商信息发布	10,448.58	93.15%	8,713.64	93.26%
互联网营销资源代理	768.92	6.85%	630.23	6.74%
合计	11,217.49	100.00%	9,343.86	100.00%

3、主营业务分产品的毛利率分析

报告期内，公司的主营业务按业务类型分类的毛利率及收入结构如下：

项目	2016 年 1-6 月		2015 年	
	毛利率	主营占比	毛利率	主营占比
招商信息发布	35.74%	93.26%	36.79%	94.11%
互联网营销资源代理	4.95%	6.74%	2.42%	5.89%
合计	33.66%	100.00%	34.76%	100.00%
项目	2014 年度		2013 年度	
	毛利率	主营占比	毛利率	主营占比
招商信息发布	30.39%	78.90%	30.87%	87.10%
互联网营销资源代理	8.36%	21.10%	15.08%	12.90%
合计	25.74%	100.00%	28.84%	100.00%

公司 2014 年的主营业务毛利率较 2013 年下降 3.10 个百分点，主要为 2014 年公司收入结构变化和互联网营销资源代理业务毛利率下降所致：2014 年招商信息发布毛利率保持稳定，互联网营销资源代理业务毛利率下降 6.72 个百分点，但其占当年收入的比例上升 8.20 个百分点；公司 2015 年的主营业务毛利率较 2014 年增长 9.02 个百分点，主要原因在于招商信息发布毛利率上涨 6.40 个百分点，且其占主营业务收入的比重上升 15.21 个百分点，双重因素叠加推动主营业务毛利率大幅提高。2016 年 1-6 月公司主营业务毛利率与 2015 年基本持平。

（1）招商信息发布业务毛利率分析

报告期内，公司招商信息发布业务毛利率分别为 30.87%、30.39%、36.79% 和 35.74%，该业务 2013 年、2014 年的毛利率较为稳定，2015 年的毛利率较 2014 年增长 6.40 个百分点，主要是公司进行精细化管理，提升成本效率，主营业务成本下降所致，2016 年 1-6 月招商信息发布业务毛利率较 2015 年降低 1.05 个百分点，主要是主营业务成本略有上升所致。主营业务成本变化的主要原因分析见本节“（二）营业成本变动及构成分析”。

（2）互联网营销资源代理业务毛利率分析

报告期内，公司互联网营销资源代理业务按细分业务类型的毛利率情况如下：

分类	2016 年 1-6 月		2015 年度	
	毛利率	占比	毛利率	占比
搜索引擎代理	4.95%	100.00%	2.42%	100.00%
其他互联网媒体代理		-	-	-
合计	4.95%	100.00%	2.42%	100.00%
分类	2014 年度		2013 年度	
	毛利率	占比	毛利率	占比
搜索引擎代理	6.16%	74.24%	10.41%	40.43%
其他互联网媒体代理	14.70%	25.76%	18.25%	59.57%
合计	8.36%	100.00%	15.08%	100.00%

注：“占比”指该细分业务的收入占互联网营销资源代理业务收入的比重。

报告期内，公司互联网营销资源代理业务的毛利率分别为 15.08%、8.36%、2.42%和 4.95%，其毛利率波动主要是该业务结构变动以及客户结构变化所致。

公司的互联网营销资源代理业务主要为搜索引擎营销资源代理业务和其他互联网媒体代理业务。对于搜索引擎营销资源代理业务，公司通过①收取客户一定的佣金；②根据搜索引擎给予公司的返点与公司给予客户的返点差来盈利，且中视联动作为百度的核心代理，需严格执行百度的返点政策，毛利率较低。对于其他互联网媒体代理业务，公司向搜狐、网易等门户网站买断某一版面的广告代理权，自行对外销售，与客户的议价空间较大，毛利率较高，但是该类业务需要投入较多的销售人员，相应的销售费用较高。

2013 年公司以毛利较高的其他互联网媒体代理业务为主，搜索引擎营销资源代理业务毛利率较低，但该类业务占比较少，故互联网营销资源代理业务的综合毛利率较高。2014 年，基于公司战略的变化，调整互联网营销资源代理业务结构，于当年 6 月终止毛利率较高的其他互联网媒体代理业务，而低毛利的搜索引擎营销资源代理业务收入占比提升较快，导致当年互联网营销资源代理业务毛利率下降。

2013 年至 2015 年，公司搜索引擎营销资源代理业务毛利呈下降趋势，主要原因在于市场竞争的激烈和客户结构的变化，双重因素叠加导致代理业务毛利率下降；2016 年 1-6 月搜索引擎营销资源代理业务毛利率上涨 2.53 个百分点，主要原因为 2016 年 1-6 月公司二代业务中增加了直客业务，公司并未给该类直客客户返点，导致今年搜索引擎营销资源代理业务毛利率上升。

（四）利润表主要项目逐项分析

报告期内，公司利润表各项目及占营业收入的比例如下：

单位：万元

	2016 年 1-6 月		2015 年		2014 年		2013 年	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
一、营业收入	17,689.79	100.00	38,314.05	100.00	43,659.42	100.00	32,402.70	100.00
减：营业成本	11,734.55	66.34	24,996.02	65.24	32,361.52	74.12	23,058.84	71.16
营业税金及附加	26.85	0.15	35.78	0.09	135.27	0.31	86.72	0.27
销售费用	2,232.13	12.62	5,320.81	13.89	6,580.43	15.07	4,268.33	13.17
管理费用	2,623.47	14.83	5,382.27	14.05	4,153.19	9.51	3,952.57	12.20
财务费用	-4.73	-0.03	-1.23	0.00	5.57	0.01	-4.39	-0.01
资产减值损失	-30.00	-0.17	-114.63	-0.30	159.18	0.36	13.79	0.04
二、营业利润	1,107.51	6.26	2,695.04	7.03	264.26	0.61	1,026.83	3.17
加：营业外收入	100.77	0.57	102.84	0.27	24.04	0.06	86.75	0.27
减：营业外支出	13.27	0.08	23.61	0.06	10.75	0.02	0.96	0.00
三、利润总额	1,195.01	6.76	2,774.27	7.24	277.55	0.64	1,112.62	3.43
减：所得税费用	133.64	0.76	97.08	0.25	33.20	0.08	185.23	0.57
四、净利润	1,061.37	6.00	2,677.19	6.99	244.35	0.56	927.39	2.86

1、营业收入

公司主要为企业提供互联网招商信息发布与营销服务，关于营业收入的详细分析见本节“十三、盈利能力分析”之“（一）营业收入情况分析”。

2、营业成本

公司的营业成本均为主营业务成本，关于营业成本的详细分析见本节“十三、盈利能力分析”之“（二）主营业务成本构成及分析”。

3、营业税金及附加

报告期内，公司营业税金及附加情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业税	-	-0.40	4.34	-
城建税	15.66	21.08	76.36	50.59
教育费附加	11.19	15.06	54.54	36.13
其他税费	-	0.04	0.03	-
合计	26.85	35.78	135.27	86.72

2014 年，公司的营业税为两笔对外资金拆借形成的利息收入缴纳的营业税，2015 年营业税为-0.4 万元，为冲销 2014 年多计提的营业税所致。报告期内，城建税和教育费附加有一定波动，但是与增值税的波动幅度基本一致。

4、期间费用分析

报告期内，公司期间费用的具体情况如下：

单位：万元

	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	占营收比 (%)	金额	占营收比 (%)	金额	占营收比 (%)	金额	占营收比 (%)
销售费用	2,232.13	12.62	5,320.81	13.89	6,580.43	15.07	4,268.33	13.17
管理费用	2,623.47	14.83	5,382.27	14.05	4,153.19	9.51	3,952.57	12.20
财务费用	-4.73	-0.03	-1.23	-0.00	5.57	0.01	-4.39	-0.01
合计	4,850.87	27.42	10,701.85	27.93	10,739.19	24.60	8,216.51	25.36
营业收入	17,689.79	100.00	38,314.05	100.00	43,659.42	100.00	32,402.70	100.00

公司的期间费用主要是销售费用和管理费用。报告期内，公司的期间费用总额呈上升趋势，占营业收入的比例波动上升。2014 年期间费用总额增加但占营业收入的比重较 2014 年下降 0.76 个百分点，主要原因为公司收入增长速度高于期间费用的增长速度所致；2015 年期间费用占营业收入的比重上升 3.33 个百分点，主要是因为 2015 年期间费用保持稳定的同时，营业收入较 2014 年有较大幅度的下降。2016 年 1-6 月期间费用占营业收入的比重与 2015 年基本持平。

（1）销售费用

①销售费用变动分析

单位：万元

	2016 年 1-6 月	2015 年		2014 年		2013 年
	金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
销售费用	2,232.13	5,320.81	-19.14%	6,580.43	54.17%	4,268.33
主营业务收入	17,689.79	38,314.05	-12.24%	43,579.01	34.50%	32,402.70

报告期内，公司销售费用分别为 4,268.33 万元、6,580.43 万元、5,320.81 万元和 2,232.13 万元，占同期营业收入比重分别为 13.17%、15.10%、13.89%和 12.62%。公司 2014 年的销售费用大幅增长，且增长率高于营业收入的增长率，2015 年的销售费用下降，降幅大于营业收入降幅，主要均是由于推广费用波动所致。

②销售费用构成变动分析

公司的销售费用主要包括销售人员工资薪酬、推广费、办公费等。报告期内，公司销售费用的具体构成如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
工资薪酬	1,068.23	47.86	3,188.48	59.92	2,777.42	42.21	2,355.21	55.18
推广费	979.98	43.90	1,670.20	31.39	3,236.14	49.18	1,578.71	36.99
办公费	67.12	3.01	324.50	6.10	289.85	4.40	277.99	6.51
其他费用	116.80	5.23	137.63	2.59	277.02	4.21	56.43	1.32

合计	2,232.13	100.00	5,320.81	100.00	6,580.43	100.00	4,268.33	100.00
----	----------	--------	----------	--------	----------	--------	----------	--------

报告期内，公司销售费用的支出主要是工资薪金和推广费。公司 2014 年销售费用较 2013 年增加 2,312.10 万元，增长率为 54.17%，主要原因为推广费用大幅增长。其中，2014 年，公司推出“先行赔付”和“创业保障计划”，聘请明星代言，于当年 6 月至 12 月通过电视广告集中推广公司品牌，导致推广费同比增加 1,657.44 万元。2015 年的销售费用较 2014 年减少 1,259.62 万元，主要原因是公司 2015 年的推广策略主要是维护品牌知名度，推广费同比下降 1,565.94 万元，但公司增加了销售团队，销售的工资薪酬增加 411.06 万元，综合看销售费用出现 19.14% 的下降。2016 年 1-6 月销售费用结构发生变化，工资薪酬占比较 2015 年下降，主要原因为 2016 年上半年，公司终止招商外包业务，整合现有平台业务，减少相应销售人员，导致销售人员工资占比下降。

报告期内，公司的主要合作媒体及相关采购情况如下：

年度	媒体	供应商名称	采购金额 (万元)	占推广费 比例
2013 年度	山东卫视	上海前景广告有限公司	209.61	13.28%
	江苏卫视	江苏省广播电视集团有限公司	225.40	14.28%
		江苏赫蓝文化传媒有限公司	46.78	2.96%
	安徽卫视	上海前景广告有限公司	259.43	16.43%
	天津卫视	天津市润竹广告有限公司	199.62	12.64%
	深圳卫视	上海前景广告有限公司	93.30	5.91%
	合计		1,034.14	65.51%
2014 年度	江苏卫视	江苏省广播电视集团有限公司	1,017.04	31.43%
	山东卫视	上海前景广告有限公司	406.42	12.56%
	天津卫视	天津市润竹广告有限公司	341.75	10.56%
	湖南卫视	省广合众（北京）国际传媒广告有限公司	321.76	9.94%
	央视一套	北京敦和国际影视文化交流中心	259.29	8.01%
	合计		2,346.26	72.50%
2015 年度	CCTV-1	北京敦和国际影视文化交流中心	346.78	20.76%
	佟大为	佟大为（上海）影视文化工作室	233.49	13.98%
	江苏卫视	江苏省广播电视集团有限公司	200.40	12.00%
	山东卫视	北京舜风国际广告有限公司	160.38	9.60%
		省广合众文化传媒有限公司	108.89	6.52%
		上海前景广告有限公司	74.07	4.43%

	广东经济频道、广东影视频道	省广合众文化传媒有限公司	131.98	7.90%
	合计		1,255.99	75.20%
2016 年 1-6 月	山东卫视	天津舜风文化传播有限公司	395.21	40.33%
	江苏卫视	江苏省广播电视集团有限公司	252.27	25.74%
	东方卫视	天津舜风文化传播有限公司	109.98	11.22%
	佟大为	佟大为（上海）影视文化工作室	97.29	9.93%
	广东卫视	广州执行力文化传播有限公司	56.60	5.78%
	河南卫视	省广合众文化传媒有限公司	56.60	5.78%
	合计		967.95	98.77%

（2）管理费用

①管理费用变动分析

报告期内，公司的管理费用逐年增加，2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年上半年分别为 3,952.57 万元、4,153.19 万元、5,382.27 万元和 2,623.47 万元，占营业收入的比例为 12.20%、9.51%、14.05%和 14.83%。

④ 管理费用构成变动分析

报告期内，公司的管理费用具体构成如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年度		2014 年度		2013 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
工资薪酬	903.76	34.45	1,633.86	30.36	1,272.55	30.64	1,298.44	32.85
研发费	1,187.23	45.25	2,727.25	50.67	1,946.76	46.87	1,718.25	43.47
其中：工资薪酬	1,007.53	38.40	2,322.51	43.15	1,550.20	37.33	1,362.74	34.48
办公费	71.46	2.72	257.45	4.78	266.94	6.43	240.46	6.08
折旧摊销	145.36	5.54	159.64	2.97	149.92	3.61	141.17	3.57
税金	85.97	3.28	124.87	2.32	127.98	3.08	70.08	1.77
租赁费	125.26	4.77	221.00	4.11	212.25	5.11	219.95	5.56
中介费用	4.19	0.16	71.17	1.32	61.47	1.48	46.68	1.18
其他	100.24	3.82	187.03	3.47	115.32	2.78	217.54	5.50
合计	2,623.47	100.00	5,382.27	100.00	4,153.19	100.00	3,952.57	100.00

公司管理费用主要由工资薪酬和研发费（主要为研发人员工资薪酬）构成，两者报告期内合计分别为 3,016.69 万元、3,219.31 万元、4,361.11 万元和 2,090.98 万元，占管理费用总额的 76.32%、77.51%、81.03%和 79.70%。

管理人员和研发人员的工资薪酬是公司管理费用的主要组成部分。2015 年，管理费用中工资薪酬较 2014 年增加 1,141.80 万元。其中，公司的管理人员和工资水平的提高导致当年管理人员工资薪酬较 2014 年增加 361.31 万元；2015 年公司增加对研发人员的投入，研发人员平均人数增加 30%，平均工资增长 11%，导致当年研发人员工资增加 772.31 万元。

（3）财务费用

报告期内，公司的财务费用较低，公司无有息负债，无利息支出，财务费用主要为转账手续费构成扣除暂存货币资金的利息收入的净额。报告期内，公司财务费用的具体构成如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
利息支出	-	-	-	-
减：利息收入	9.88	20.39	13.21	10.20
加：手续费	5.14	19.16	18.78	5.81
合计	-4.73	-1.23	5.57	-4.39

5、资产减值损失分析

公司按照《企业会计准则》并结合实际情况制定并执行各类资产减值准备计提政策。报告期内，公司资产减值损失的具体明细如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
坏账损失	-30.00	-114.63	159.18	13.79
合计	-30.00	-114.63	159.18	13.79

报告期内，公司的资产减值损失为计提应收账款和其他应收账款的坏账准备。2014 年的坏账损失较 2013 年增加 145.39 万元，主要原因在于公司 2014 年的其他应收款余额较大幅度增加以及对部分应收账款全额计提坏账准备所致；公司 2015 年坏账损失较 2014 年减少 273.81 万元，主要为公司的 2015 年应收账款和其他应收款大幅减少所致；公司 2016 年 1-6 月坏账损失为负，主要为公司 2016 年 6 月末其他应收款余额较 2015 年末减少所致。

6、营业外收支

（1）营业外收入

报告期内，公司营业外收入情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
政府补助	94.77	96.60	19.60	86.27
其他	6.00	6.24	4.44	0.48
合计	100.77	102.84	24.04	86.75

根据上表，报告期内，公司营业外收入主要为政府补助，其明细如下：

单位：万元

年度	项目	发文单位及依据	金额	性质
2016 年 1-6 月	安徽渠道信息服务产业项目	六安经济技术开发区管理委员会财政局（六开管秘【2012】67 号）	64.77	与资产相关
	安徽省企业上市奖励	安徽省企业上市（挂牌）省级财政奖励实施办法	30.00	与收益相关
合计			94.77	
2015 年度	安徽渠道信息服务产业项目	六安经济技术开发区管理委员会财政局（六开管秘【2012】67 号）	19.60	与资产相关
	2015 年省企业发展专项资金支持项目	六安经济技术开发区管理委员会财政局（2015 年省企业发展专项资金拟支持项目公示）	50.00	与收益相关
	六安市电子商务	六安市商务局	2.00	与收益相关

	示范企业奖励资金			
	重点软件企业奖励	六安经济技术开发区管理委员会财政局（2014 年度六安市工业发展专项资金项目公示）	10.00	与收益相关
	六安市 2014 年度创新型企业奖励	六安经济技术开发区管理委员会财政局（关于确定第六批六安市创新型企业的通知）	15.00	与收益相关
合计			96.60	
2014 年度	安徽渠道信息服务产业项目	六安经济技术开发区管理委员会财政局（六开管秘【2012】67 号）	19.60	与资产相关
合计			19.60	
2013 年度	省财政专项资金扶持项目	安徽省创新办、省财政厅（皖创新办【2011】4 号）	66.67	与资产相关
	安徽渠道信息服务产业项目	六安经济技术开发区管理委员会财政局（六开管秘【2012】67 号）	19.60	与资产相关
合计			86.27	

（2）营业外支出

报告期内，公司的营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
固定资产处置损失	9.09	2.67	7.32	-
捐赠支出	-	0.40	3.30	-
其他	4.18	20.53	0.13	0.96
合计	13.27	23.61	10.75	0.96

公司 2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月的营业外支出分别为 0.96 万元、10.75 万元、23.61 万元和 13.27 万元，占营业收入的比例较小，对公司经营成果影响不大。其中，2015 年营业外支出较 2014 年增加 12.86 万元，主要是 2015 年公司因提前终止上海销售办事处租赁的房屋合同支付违约金 20.31 万元所致。

（五）非经常性损益分析

依据经注册会计师核验的非经常性损益明细表，公司报告期内非经常性损益的具体内容如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年 度
非流动资产处置损益	-9.09	-2.67	-7.32	-
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）	94.77	96.60	19.60	86.27
计入当期损益的对非金融企业收取的资金占用费			80.40	
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	1.82	-14.69	1.01	-0.48
小计	87.50	79.23	93.70	85.79
所得税影响额	5.25	1.54	10.05	-0.14
归属于母公司股东的非经常性损益净额（1）	82.25	77.70	83.65	85.93
归属于母公司股东的净利润（2）	1,061.37	2,677.19	244.35	927.39
（3）=（1）/（2）	7.75%	2.90%	34.23%	9.27%
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	979.12	2,599.50	160.70	841.46

报告期内，公司非经常性损益主要为政府补助，具体情况参见本节之“十三 盈利能力分析”之“（四）利润表主要项目逐项分析”之“6、营业外收支”。

公司 2014 年的非经常性损益主要由公司对外资金拆借形成的利息收入构成，主要为公司对北京中世融川股权投资管理公司（以下简称“中世融川”）的资金拆借 1,500 万元、对广东猛狮工业集团有限公司（以下简称“广东猛狮”）的资金拆借 2,000 万元形成利息收入 80.40 万元。两笔借款的具体利息收入及拆借利率如下：

单位：万元

公司名称	借款金额	拆借利率 （年化）	借款期限	利息收入
中世融川	1,500	6.50%	2014. 3. 3-2014.10.2（7 个月）	59.03
广东猛狮	2,000	6.50%	2014.10.21-2014.12.19（60 天）	21.37

中世融川为北京中世融川股权投资中心（有限合伙）（以下简称“中世融川投资中心”）的普通合伙人，公司控股股东中视在线为中世融川投资中心的有限合伙人（投资 300 万，占全部合伙人认缴出资额的 2.985%），因此，中视在线对

中世融川不存在控制、共同控制和重大影响，相应地，公司与中世融川不存在关联关系。

广东猛狮的董事陈乐强为深圳融川资本飞雁股权投资中心（有限合伙）（以下简称“深圳融川飞雁投资”）的有限合伙人，公司实际控制人尤东云为深圳融川飞雁投资的有限合伙人（投资 350 万，占 8.75%）。故，公司实际控制人尤东云与广东猛狮不存在控制、共同控制和重大影响，相应地，公司与广东猛狮不存在关联关系。

（六）最后三年及一期纳税情况及税收

报告期内，公司及各子公司主要缴纳增值税和企业所得税。

1、公司主要税种缴纳情况

报告期内，公司的主要税种情况如下：

单位：元

税种	年度	期初未交数	本期已交数	期末未交数
增值税	2016 年 1-6 月	-3,684,630.61	1,383,437.61	-2,146,122.27
	2015 年	-7,528,334.04	3,391,526.88	-3,684,630.61
	2014 年	-35,382.46	10,704,588.35	-7,528,334.04
	2013 年	-292,556.50	7,199,677.97	-35,382.46
企业所得税	2016 年 1-6 月	-1,601,739.16	2,063,862.36	-2,549,403.99
	2015 年	-2,276,772.27	1,659,975.27	-1,601,739.16
	2014 年	-3,103,149.15	10,857.57	-2,276,772.27
	2013 年	-7,170,839.95	0.00	-3,103,149.15

2、所得税费用（收益）与会计利润的关系

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
利润总额（1）	1,195.01	2,774.27	277.55	1,112.62
本期所得税费用（2）	111.62	233.50	83.72	406.77
递延所得税（3）	22.02	-136.42	-50.52	-221.54
所得税费用（4）=（2）+（3）	133.64	97.08	33.20	185.23
所得税费用占利润总额比例（5） =（4）/（1）	11.18%	3.50%	11.96%	16.65%

报告期内，公司所得税费用占利润总额比例分别为 16.65%、11.96%、3.50% 和 11.18%。2013 年该比例高于当期所得税率 12.50%，主要原因是 2013 年公司存在较多当期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损以及不可抵扣的成本、费用和损失所致。2015 年，该比例大幅减少，主要原因为①当期研发费用加计扣除额为 1,339.53 万元，调减当期应纳税所得额；②前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损，在本期调减应纳税所得额，导致当期所得税费用相对较少；另一方面，2015 年末，公司递延收益余额为 4,219.59 万元，适用所得税率自 12.5%提高至 15%，导致递延所得税资产增加，共同导致 2015 年所得税费用占利润总额比例降低；2016 年 1-6 月所得税费用占利润总额的比例低于当期所得税率 15%，主要原因受前期未确认递延所得税资产的子公司可抵扣亏损的影响。

公司所得税费用与会计利润的关系如下表所示：

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年度	2014年度	2013年度
利润总额	1,195.01	2,774.27	277.55	1,112.62
按法定/适用税率计算的所得税费用	179.25	416.14	34.69	139.08
子公司适用不同税率的影响	41.76	53.83	-149.02	-156.46
调整以前期间所得税的影响	-	0.00	-23.80	0.00
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	1.27	6.66	22.24	142.43
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-96.60	-149.15	-7.81	-21.14
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	0.14	63.73	276.09	190.42
所得税率变化的影响	-	-93.24	-	-
其他纳税调整事项对所得税的影响	7.82	-200.89	-119.19	-109.10
所得税费用	133.64	97.08	33.20	185.23

3、税收优惠对净利润的影响

渠道网络（母公司）2013 年、2014 年根据对“软件企业”的税收优惠政策，享受减半征收所得税；2015 年、2016 年 1-6 月，根据对高新技术企业的税收优惠政策，适用 15%的企业所得税税率。渠道网络子公司没有享受税收优惠。

报告期内，税收优惠对公司的净利润情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
税收优惠金额合计	79.41	31.13	34.05	194.47
净利润（渠道网络）	658.32	2,189.32	1,285.63	2,169.82
净利润（合并报表）	1,061.37	2,677.19	244.35	927.39
税收优惠占渠道网络净利润的比例	12.06%	1.42%	2.65%	8.96%
税收优惠占合并净利润的比例	7.48%	1.16%	13.93%	20.97%

报告期内，公司的企业所得税优惠金额占净利润比例较低，2013 年，该比例明显高于 2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，主要原因在于渠道网络（母公司）当年盈利情况较好，应纳税所得额较多，根据“软件企业”的税收优惠政策，享受减半征收所得税，相应税收减免金额较大。总体来看，公司不存在对税收优惠的重大依赖。但如公司的高新技术企业资格发生变动或国家对高新技术企业的所得税优惠政策进行调整，将对公司的经营业绩产生一定不利影响。

（七）营业利润、利润总额和净利润分析

报告期内，公司的营业利润、利润总额和净利润的相关情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
营业利润	1,107.51	2,695.04	264.26	1,026.83
利润总额	1,195.01	2,774.27	277.55	1,112.62
净利润	1,061.37	2,677.19	244.35	927.39
营业利润/利润总额	92.68%	97.14%	95.21%	92.29%
利润总额/净利润	112.59%	103.63%	113.59%	119.97%

报告期内，公司的净利润主要来源于营业利润。报告期内，公司营业利润的波动较大，其中2014年的营业利润较2013年下降了74.26%。影响公司营业利润的主要因素如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度		2014 年度		2013 年度
	金额	金额	增长率 (%)	金额	增长率 (%)	金额
营业收入	17,689.79	38,314.05	-12.24	43,659.42	34.74	32,402.70
营业成本	11,734.55	24,996.02	-22.76	32,361.52	40.34	23,058.84
销售费用	2,232.13	5,320.81	-19.14	6,580.43	54.17	4,268.33
管理费用	2,623.47	5,382.27	29.59	4,153.19	5.08	3,952.57
资产减值损失	-4.73	-114.63	-172.01	159.18	1,054.31	13.79
营业利润	1,107.51	2,695.04	919.84	264.26	-74.26	1,026.83

公司2014年的营业利润下降较快，主要原因是营业成本、销售费用、资产减值损失的增长率高于营业收入的增长率；公司2015年营业利润的增长主要源于营业成本、资产减值损失的降幅大于营业收入的降幅。具体分析详见本节“十三、盈利能力分析”。

（八）持续盈利能力影响因素分析

1、公司的经营模式、产品或服务的品种结构变动分析

报告期内，公司主营业务收入按业务类型分类如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月		2015 年	
	收入	占比	收入	占比
招商信息发布	16,497.48	93.26%	36,056.27	94.11%
互联网营销资源代理	1,192.30	6.74%	2,257.78	5.89%
合计	17,689.79	100.00%	38,314.05	100.00%
项目	2014 年度		2013 年度	
	收入	占比	收入	占比
招商信息发布	34,383.98	78.90%	28,223.53	87.10%
互联网营销资源代理	9,195.04	21.10%	4,179.18	12.90%
合计	43,579.01	100%	32,402.70	100.00%

报告期内，公司主营业务以招商信息服务业务为主，其占主营业务收入的比重分别为 87.10%、78.90%、94.11%和 93.26%。报告期内，公司的业务结构与经营模式未发生重大不利变化。

2、公司的行业地位或发行人所处行业的经营环境变动分析

互联网招商信息服务的直接需求方是有招商意愿的企业，主要是中小企业，而最终的需求方是渠道投资者，主要是中小型实体店铺经营者，对应的主要是小微企业和个体经营户。招商信息服务平台作为精准连接企业与渠道投资者的互联网媒介，是国家产业政策鼓励发展的方向。根据 2015 年《国务院关于大力推进大众创业万众创新若干政策措施的意见》等政策文件，国家鼓励“大众创业、万众创新”。相关政策的出台和落实，有助于激发创业热情，催生更多中小企业，从而为招商信息服务平台创造更大的市场空间。

受下游行业旺盛的市场需求驱动，公司报告期内主要业务（招商信息服务业务）收入持续增长。未来几年下游市场仍有较大发展空间，公司的行业地位和所处行业的经营环境未出现重大不利变化。

3、公司在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用变动分析

公司在用的注册商标、专利等重要资产或者技术的取得或使用情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“七、公司主要固定资产、无形资产等资源要素情况”。截至本招股说明书签署日，公司在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用不存在重大不利变化的风险。

4、公司最近一年及一期的营业收入和净利润的不确定性分析

最近一年及一期，公司对前五大客户的销售额及占当期主营业务收入的情况如下：

期间	排名	客户名称	是否关联方	销售金额	占当期营业收入比例
2016 年 1-6 月	1	上海嘉莅广告有限公司	否	754.72	4.27%
	2	济南源动力餐饮管理咨询有限公司及其关联方	否	610.23	3.45%
	3	北京渠道速建网络科技有限公司及其关联方	否	558.14	3.16%
	4	广州凯美投资管理有限公司及其关联方	否	549.12	3.10%
	5	济南瑞鑫餐饮技术有限公司及其关联方	否	401.28	2.27%
合计				2,873.49	16.24%

期间	排名	客户名称	是否关联方	销售金额	占当期营业收入比例
2015 年	1	济南源动力餐饮管理咨询有限公司及其关联方	否	1,193.47	3.11%
	2	北京创奇互动科技有限公司	否	1,026.17	2.68%
	3	秦皇岛天粮餐饮管理有限公司及其关联方	否	700.16	1.83%
	4	济南瑞鑫餐饮技术有限公司及其关联方	否	596.28	1.56%
	5	广州凯美投资管理有限公司及其关联方	否	554.67	1.45%
合计				4,070.75	10.62%

最近一年一期，公司前五大客户的营业收入占当期营业收入的比重分别为 16.24%和 10.62%，不存在对单一客户的重大依赖；此外，最近一年一期，公司与关联方之间不存在采购、销售业务的重大关联交易。

因此，公司不存在最近一年的营业收入或净利润对关联方或者有重大不确定性的客户存在重大依赖。

5、公司最近一年的净利润来源的分析

最近一年及一期，公司的利润主要来源于营业利润，其占利润总额的比例分别为 97.14%和 92.68%，公司的营业利润中没有来自投资收益的部分。因此，公司不存在最近一年的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益的情况。

6、影响公司持续盈利能力的其他因素

对公司持续盈利能力产生重大不利影响的因素包括但不限于：市场竞争状况、成本上升、供应商集中、采购框架合同违约、信息安全风险、无法适应互联网移动化、行业监管政策变化、无法突破细分市场制约、客户发布信息的合规性、募集资金投资项目风险、能否持续享受所得税税收优惠、互联网经济对实体经营渠道的冲击等，公司已在“第四节风险因素”中进行了分析并完整披露。

经核查，保荐机构认为：公司的经营模式、产品或服务的品种结构未发生重大变化，公司的行业地位或公司所处行业的经营环境未发生重大变化，公司在用的商标、专利、专有技术、特许经营权等重要资产或者技术的取得或者使用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者有重大不确定

性的客户未发生重大依赖，公司最近一年的净利润不存在来自合并财务报表范围以外的投资收益，保荐机构认为：报告期内公司具有良好的财务状况和盈利能力，根据行业未来的发展趋势以及公司的业务状况，发行人具备持续盈利能力。

十四、现金流量分析

报告期内，公司的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年	2013 年
经营活动产生的现金流量净额	863.53	4,854.33	-1,810.66	3,131.02
投资活动产生的现金流量净额	-6,299.10	-1,262.04	-1,103.99	-1,700.20
筹资活动产生的现金流量净额	-	1,649.15	542.12	1,453.51
现金及现金等价物净增加额	-5,435.57	5,241.44	-2,372.54	2,884.34
期末现金及现金等价物余额	3,507.11	8,942.68	3,701.24	6,073.77

（一）经营活动产生的现金流量

1、报告期内经营活动产生的现金流量变动分析

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年	2014 年度	2013 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	22,592.35	41,048.24	46,145.55	35,765.09
收到的其他与经营活动有关现金	416.68	1,013.32	17.66	375.99
现金流入小计	23,009.03	42,061.56	46,163.21	36,141.07
购买商品、接受劳务支付的现金	15,764.60	24,568.72	32,534.33	23,898.68
支付给职工以及为职工支付现金	4,247.82	8,835.04	6,858.49	5,460.16
支付的各项税费	453.21	678.69	1,535.42	880.66
支付其他与经营活动有关的现金	1,679.87	3,124.78	7,045.63	2,770.55
现金流出小计	22,145.50	37,207.23	47,973.87	33,010.06
经营活动产生的现金流量净额	863.53	4,854.33	-1,810.66	3,131.02

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额波动较大，其中 2014 年经营活动产生的现金流量净额较 2013 年减少 4,941.68 万元，主要原因是支付其他与经营活动有关的现金（推广费、保证金等）、税费支出、互联网媒体营销资源采购支出等现金支出增加较多；2015 年经营活动产生的现金流量净额较 2014 年增加 6,665.00 万元，主要原因是现金支出下降，其中支付其他与经营活动有关的现金

（推广费、保证金等）、互联网媒体营销资源采购支出等下降较多；2016 年 1-6 月经营活动现金流量净额下降较多，主要原因为购买商品、接受劳务支付的现金较多，其中主要是本期公司预付给互联网媒体的媒介采购款增加所致。

从相对比率看，公司报告期内销售商品、提供劳务收到的现金与同期含税营业收入的比例分别为 104.13%、99.71%、101.07%和 109.16%，表明公司的销售回款质量好，与公司主要为预收服务款项的结算模式一致。

2、报告期内经营活动产生的现金流量净额与同期净利润差异的原因分析

报告期内，经营活动现金流净额与同期净利润差异主要由经营性应收和经营性应付项目变动所致。

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
经营性应收项目减少（“—”表示增加）	-128.12	2,141.55	-2,564.66	-8.74
经营性应付项目增加（“—”表示减少）	-235.48	-148.85	89.90	2,281.28
合计影响额(1)	-363.61	1,992.70	-2,474.77	2,272.54
经营活动产生的现金流量净额	863.53	4,854.33	-1,810.66	3,131.02
净利润	1,061.37	2,677.19	244.35	927.39
经营性现金流量净额与净利润的差额(2)	-197.84	2,177.14	-2,055.01	2,203.63
(3)=(1)/(2)	183.79%	91.53%	120.43%	103.13%

从上表可以看出，2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月，公司经营性应收项目减少和经营性应付项目增加对经营活动产生的现金流量净额的累计影响额分别为 2,272.54 万元、-2,474.77 万元、1,992.70 万元和-363.61 万元，同期经营活动产生的现金流量净额与净利润的差额分别为 2,203.63 万元、-2,055.01 万元、2,177.14 万元和-197.84 万元，两者的比例分别为 103.13%、120.43%、91.53%和 183.79%。因此，报告期内，公司经营活动现金流净额与同期净利润差异主要是经营性应收项目、经营性应付项目的波动所致。

（二）投资活动产生的现金流量

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年	2014年度	2013年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	499.10	1,262.04	1,103.99	1,700.20
投资所支付的现金	5,800.00	-	-	-
现金流出小计	6,299.10	1,262.04	-1,103.99	1,700.20
投资活动产生的现金流量净额	-6,299.10	-1,262.04	-1,103.99	-1,700.20

公司 2013 年、2014 年、2015 年和 2016 年 1-6 月的投资活动产生的现金流量净额分别为-1,700.20 万元、-1,103.99 万元、-1,262.04 万元和-6,299.10 万元，2013 年至 2015 年投资活动现金流出主要是投资建设安徽渠道信息服务产业项目所致；2016 年 1-6 月投资活动现金流出主要为公司利用闲散货币资金购买的银行保本型理财产品。

（三）筹资活动产生的现金流量

单位：万元

项目	2016年1-6月	2015年	2014年度	2013年度
吸收投资所收到现金	-	1,139.49	806.90	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	509.66	435.21	1,453.51
现金流入小计	-	1,649.15	1,242.12	1,453.51
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	700.00	-
现金流出小计	-	-	700.00	-
筹资活动产生的现金流量净额	-	1,649.15	542.12	1,453.51

报告期内，公司筹资活动现金流入为吸收投资所收到的现金和收到的与资产相关的政府补助，2014 年筹资活动现金流出为公司支付给母公司中视在线以前年度的分红款。

（四）资本性支出分析

1、报告期内重大资本性支出情况

报告期内，公司的重大资本性支出主要为投资建设安徽省六安产业园，以及购置少量固定资产和无形资产。报告期内，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为1,700.20万元、1,103.99万元、1,262.04万元和499.10万元。

2、未来重大资本性支出计划及资金需求量

截至本招股说明书签署日，公司未来可预见的重大资本性计划为①公司安徽省六安产业园项目尚未支付的工程款余额为594.13万元，预计将在工程决算后支付；②本次发行的募集资金投资项目，该等项目的具体情况见本招股说明书“第十节募集资金运用”。

十五、首次公开发行股票事项对即期回报摊薄的影响分析

（一）相关提示

本次发行对财务指标的测算和公司制定的填补回报措施并非对公司未来利润做出保证，请广大投资者充分了解投资风险及公司所披露的各项信息，审慎作出投资决定。

（二）本次发行对即期回报摊薄的影响

本次发行的募集资金到位后，公司预计总股本、净资产等短期内将有较快增加，在项目未全部产生效益的情况下，可能导致公司的每股收益、稀释每股收益在短期内会出现大幅下降。但随着募集资金项目建成达产并产生效益，公司利润预期将逐渐增长，相关指标将逐步回归到正常水平。

1、假设条件

（1）本次发行预计于2017年6月30日实施完毕（即本次发行增加股份数从2017年7月开始计算）。该完成时间仅为估计，最终以实际发行完成时间为准。

（2）不考虑本次发行募集资金到账后，对公司生产经营、财务状况（如财务费用、投资收益）等的影响。

（3）本次发行全部为发行新股，无老股转让，且新股发行数量为1,600万股，发行完成后公司总股本将增至6,400万股，具体发行股数以经证监会核准发行的股份数量为准。

（4）本次发行前，无公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数情况，无每股收益稀释因素，即基本每股收益等于稀释每股收益。

（5）假设宏观经济环境、证券行业和公司经营环境未发生重大不利变化。

（6）免责声明：以上假设及关于本次发行前后公司主要财务指标的情况仅为测算本次发行摊薄即期回报对公司主要财务指标的影响，不代表公司对2016-2017年度经营情况及趋势的判断，不构成公司的盈利预测，投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

2、每股收益测算

项目	2015 年度 /2015.12.31	2016 年度 /2016.12.31	2017 年度 /2017.12.31
期初总股本（万股）	4,800	4,800	4,800
期末总股本（万股）	4,800	4,800	6,400
发行在外的普通股加权平均数（万股）	4,800	4,800	5,600
假设 1：公司 2016 年、2017 年扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东的净利润与 2015 年持平			
扣除非经营性损益后的归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	2,599.06	2,599.06	2,599.06
基本每股收益（元）	0.54	0.54	0.46
假设 2：公司 2016 年、2017 年扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东的净利润较上年增长 5%			
扣除非经营性损益后的归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	2,599.06	2,729.01	2,865.46
基本每股收益（元）	0.54	0.57	0.51
假设 3：公司 2016 年、2017 年扣除非经常性损益后的归属于母公司普通股股东的净利润较上年增长 10%			
扣除非经营性损益后的归属于母公司普通股股东的净利润（万元）	2,599.06	2,858.97	3,144.86

基本每股收益（元）	0.54	0.60	0.56
-----------	------	------	------

（三）本次发行的必要性和合理性

本次募集资金投资于“移动互联网招商信息服务平台研发、运营及推广项目”、“运营管理系统核心模块研发项目”。募集资金投资项目完成后，公司能够提升运营效率、改善服务体系、丰富产品结构；同时增强自主创新能力、提高技术研发水平。

本次发行的必要性、合理性分析详见本招股说明书“第十节 募集资金运用”之“五、募集资金投资项目概况”、“三、董事会对本次募集资金投资项目可行性的分析意见”。

（四）本次募集资金投资项目与发行人现有业务的关系

本次募集资金投资的项目与公司目前主营业务关系紧密，具体情况参见本招股说明书“第十节募集资金运用”之“二、募集资金投资项目与公司目前主营业务的关系”。

（五）发行人从事募集资金投资项目的储备情况

公司自成立以来，致力于在为企业提供互联网招商信息发布及营销服务，实现企业客户与用户（渠道投资者）的精准连接，在品牌、服务、技术、客户和数据资源方面均积累了一定的优势，且本次募集资金投资项目与公司现有业务联系紧密，公司为从事募集资金项目在人员、技术、市场等方面储备较为充分。具体情况如下：

1、人员储备

公司拥有一支稳定的核心人才团队，具有多年的行业内研发、运营、推广和销售经验。本次募投项目运作所需人员将采用内部培养和外部招聘相结合的方式，管理人员由公司同类岗位调用或内部竞聘，保证管理人员的综合素养。运营人员、研发人员，将优先从公司各相关部门确定一定的储备名额，安排有技术、有经验、

有潜力的员工，保证募投项目的顺利实施。公司人力资源部还将根据实际需要制定切实可行的人员招聘计划，满足公司的人才需要，确保募投项目的顺利实施。

2、技术储备

公司在 Web 平台开发及应用技术、用户行为分析技术、精准营销技术、即时通讯技术方面具备深厚的积累，有较强的大数据分析计算能力；对移动互联网信息技术的关注、研究和探索，形成了一系列具有自主知识产权的核心技术，具备独立自主研发、运营移动互联网招商信息服务平台的技术能力。

核心技术和自主研发能力是公司的核心竞争力之一，多年以来公司注重研发投入，持续改善技术设备和科研条件，引进高级技术人员。报告期内，公司持续加大研发费用的投入，2013年、2014年、2015年和2016年1-6月分别为1,718.25万元、1,946.76万元、2,727.25万元和1,187.23万元，在把握行业发展趋势和市场需求的基础上进行不同项目的研究，确保公司的技术优势地位。

3、市场储备

移动互联网招商信息服务平台定位于服务更广泛的企业客户和渠道投资人群。公司在目前具有市场优势的区域发掘移动互联网的招商服务需求，提升品牌影响力，继而开拓其他区域市场；在互联网迅速发展的背景下，企业使用互联网开展招商的比例将较快增长，在“大众创业”理念的鼓励下，中小企业将继续迅速发展。在促进客户规模增大的同时，公司将通过平台延展出对渠道投资者的直接服务，促进用户规模增长。

综上，公司具备较强的自主研发能力、充足的研发人员储备和较为广泛的客户基础，为公司从事募集资金投资项目奠定了良好的基础。

（六）填补被摊薄即期回报的具体措施

1、公司现有业务板块运营状况、发展态势，面临的主要风险及改进措施

报告期内，公司整体运营情况良好，其中核心业务信息发布及增值服务的收入持续增长；公司的盈利能力较强，其中2014年因公司加大品牌推广力度导致净

利润下滑，随着公司经营策略的调整，公司2015年的盈利能力增强。随着公司产品、技术、服务等综合竞争力的提升，以及“大众创业、万众创新”引发的创业热情、互联网行业的持续发展等外部有利环境，公司预计行业发展态势良好。

公司在实际经营中也面临着挑战和风险，具体情况详见本招股说明书“第四节风险因素”，公司目前具有较好的人才基础，并将持续引进、储备高素质人才。同时，公司将严格按照上市公司规范治理要求，不断优化组织结构，提升管理水平，提高公司经营管理抗风险的能力。

2、加快公司募集资金项目建设，提高日常运营效率，提升公司经营业绩的措施

为降低本次公开发行股票对公司即期回报摊薄的风险，公司拟通过大力发展主营业务提高公司整体市场竞争力和盈利能力、加强募集资金管理、提高募集资金的使用效率、完善利润分配等措施，以填补被摊薄即期回报。

（1）加强募集资金管理，确保募集使用合法合规

为规范募集资金的管理和使用，确保本次募集资金专款专用，公司已制定《募集资金专项存储及使用管理制度》，明确公司对募集资金实行专户存储制度。募集资金存放于公司董事会决定的专项账户集中管理，做到专款专用，便于加强对募集资金的监管和使用，保证募集资金合法、合理地使用。

（2）积极实施募集资金投资项目，尽快获得预期投资收益

本次发行募集资金紧紧围绕公司主营业务，用于移动互联网招商信息服务平台研发、运营及推广项目以及运营管理系统核心模块研发项目。公司已对募投项目的可行性进行了充分论证，有利于提高公司现主营业务的运营效率，完善公司移动互联网领域的业务布局，增强公司的核心竞争力，具有较高的可行性，而且募集资金数额与投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。公司将积极调配内部资源，已先行通过自筹资金开展募投项目。本次发行所募集的资金到位后，公司将加快推进募投项目的实施，提高募集资金

使用效率，争取募投项目早日达到预期效果，提高股东回报，降低本次发行所导致的即期回报被摊薄的风险。

（3）加大市场推广力度，深化区域营销网络建设

公司业务规模不断扩大及销售覆盖区域的逐渐增加，对营销网络的建设 and 市场推广能力提出了更高的要求。公司将吸引优秀的销售团队、优化互联网平台推广的各个环节、建立高效的营销网络、加快国内市场的战略布局，从而提升公司的整体竞争力，使公司收入和利润得到持续快速的增长，以更好地回报全体股东。

（4）建立稳定的利润分配政策，维护投资者资产收益权

为建立对投资者持续、稳定的利润分配机制和回报规划，公司已根据中国证监会的规定和监管要求，制定上市后适用的《公司章程》，对利润分配尤其是现金分红的条件、比例和股票股利的分配条件等作出了详细规定，完善了公司利润分配的决策程序及机制。同时，公司制定《安徽省渠道网络股份有限公司上市后三年股东分红回报规划》，以制度的形式稳定公司对股东的中长期回报，维护公司股东享有的资产收益权利。

（七）公司董事、高级管理人员对公司本次首次公开发行摊薄即期回报采取填补措施的承诺

公司董事、高级管理人员根据中国证监会的相关规定，对公司填补回报措施能够得到切实履行作出如下承诺：

1、本人不会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、本人将对职务消费行为进行约束，保证本人的任何职务消费行为均为履行本人职责所必须的花费，并严格接受公司的监督与管理；

3、本人不会动用公司资产从事与其履行职责无关的投资、消费活动；

4、本人将尽责促使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，并严格遵守相关制度；

5、本人将尽责促使公司未来拟公布的公司股权激励的行权条件（如有）与公司填补回报措施的执行情况相挂钩，并严格遵守相关条件。

本人如未履行上述承诺，则本人将在股东大会及中国证券监督管理委员会制定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；发行人有权将应付本人的现金分红（如有）、薪酬、津贴等予以暂时扣留，直至本人实际履行上述承诺义务为止；如因未履行承诺导致发行人或投资者遭受经济损失的，本人将依法予以赔偿。

十六、发行人最近三年及一期实际股利分配情况及股利分配政策

（一）发行人最近三年及一期股利分配政策

根据发行人现有《公司章程》规定，本公司缴纳所得税后的利润，按下列顺序分配：

- 1、弥补上一年度亏损；
- 2、提取法定公积金 10%；
- 3、提取任意公积金；
- 4、支付股东股利。

公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不得分配利润。法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不少于转增前公司注册资本的 25%。

公司的利润分配应重视对投资者的合理投资回报和有利于公司长远发展的原则。公司可以采取现金或者股票方式分配股利。

（二）发行人最近三年及一期股利分配情况

发行人最近三年及一期未进行股利分配。

（三）发行人发行后股利分配政策

根据 2016 年 10 月 20 日召开的 2016 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》以及《关于审议〈安徽省渠道网络股份有限公司上市后三年股东分红回报规划〉的议案》，公司发行后的利润分配政策以及未来分红规划情况如下：

1、利润分配的原则

公司在经营状况良好、现金能够满足正常经营和长期发展需求的前提下，应积极实施利润分配政策，利润分配应重视对投资者的合理投资回报，保持利润分配的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定；公司利润分配还应兼顾公司合理资金需求的原则，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。

2、利润分配的形式

公司可以采用现金、股票、现金与股票相结合方式分配利润。公司分配股利时，优先采用现金分红的方式。公司具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。

3、利润分配的期间间隔

公司一般按照会计年度进行利润分配，在符合现金分红条件的情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，也可以根据公司的资金需求状况进行中期利润（现金）分配。

4、现金分红的具体条件及最低比例

（1）公司在同时满足如下具体条件时应当实施现金分红

①公司该年度的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；

②审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告；

③公司未来十二个月内无重大资金支出。

（2）现金分红的最低比例

公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

①公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到80%；

②公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到40%；

③公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到20%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前述第③项处理。

5、发放股票股利的条件

公司可以根据公司实际情况采取股票股利分配，如公司不具备现金分红条件，或董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配，或公司经营情况良好在满足现金分红后时。采用股票股利进行利润分配的，公司董事会应综合考虑公司成长性、每股净资产等摊薄因素。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

（四）发行人对滚存利润的安排

根据 2016 年 10 月 20 日召开的 2016 年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》，对于本次公开发行股票前公司的历年滚存利润，由公司本次发行前后的新老股东按照持股比例共享。

第十节 募集资金运用

一、本次募集资金运用方案

（一）募集资金金额及概况

公司2016年第二次临时股东大会审议通过了关于公司首次公开发行股票募集资金使用方案的议案。

公司本次拟向社会公开发行人民币普通股（A 股）不超过 1,600 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%，实际募集资金扣除发行费用后的净额全部用于公司主营业务相关的项目。

（二）募集资金用途及项目核准情况

公司本次申请首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并上市所募集资金在扣除发行费用后，拟用于以下项目：

序号	项目名称	投资总额 (万元)	募集资金投入 (万元)	备案情况	环评情况
1	移动互联网招商信息服务平台研发、运营及推广项目	17,500	13,617	六开经备 [2016]6 号	《证明》
2	运营管理系统核心模块研发项目	7,090	6,290	六开经备 [2016]5 号	《证明》
合计		24,590	19,907		

注：2016 年 11 月 28 日，安徽省六安市环境保护局出具了《证明》，证明上述项目均不属于《中华人民共和国环境影响评价法》、《建设项目环境保护管理条例》以及《建设项目环境影响评价分类管理名录》的相关规定需要进行环境影响评价的建设项目。

若实际募集资金净额不能满足上述拟投资项目的全部资金需求，不足部分由公司自筹解决。若本次发行的实际募集资金净额超过上述项目的需求，公司将按照经营需要及有关管理制度，将多余资金用于补充其他与主营业务相关的营运资金。

本次发行募集资金到位之前，公司根据以上项目进度的实际情况自筹资金先行投入的，可在募集资金到位之后按照有关规定予以置换。

（三）预计募集资金投资项目的投资金额与时间进度安排

公司预计本次募集资金投资项目投资资金按以下时间进度进行投入：

序号	项目名称	项目投资进度安排（万元）		
		T+12	T+24	T+36
1	移动互联网招商信息服务平台研发、运营及推广项目	3,730	5,606	8,164
2	运营管理系统核心模块研发项目	1,634	2,484	2,972
合计		5,364	8,090	11,136

注1：T为项目开工建设月份，T+12表示项目资金投入第一年，以此类推。

注2：上述资金运用计划仅是对募集资金投资项目的大体安排，其实际投入时间将根据募集资金实际到位时间和项目进展情况作适当调整。

（四）募集资金专户存储制度

公司2016年第一次临时股东大会审议通过《募集资金管理制度》。根据该制度，公司募集资金实施专户存储制度，募集资金存放于公司董事会决定的专项账户集中管理，募集资金专户不得存放非募集资金或用作其他用途。

（五）募集资金投资项目履行备案程序、环境保护、土地管理等法律法规的说明

公司本次发行募集资金投资项目在六安市经济技术开发区经贸发展局备案。根据六安市环境保护局出具的《证明》，证明本次募集资金投资项目均不属于《中华人民共和国环境影响评价法》、《建设项目环境保护管理条例》以及《建设项目环境影响评价分类管理名录》的相关规定需要进行环境影响评价的建设项目。本次募集资金投资项目公司拟使用现有土地和办公场所，不涉及新增土地使用权，具体情况参见本招股说明书“第六节 业务和技术”之“七、公司主要固定资产、无形资产等资源要素情况”中的“（一）主要固定资产情况”之“2、租赁房屋及建筑物”以及“（二）主要无形资产情况”之“1、土地使用权”，不存在违反土

地方面的有关法律和行政法规的规定的情形。根据公司出具的《声明》，本次发行募集资金投资项目不存在违反其他法律、法规和规章规定的情形。

二、募集资金投资项目与公司目前主营业务的关系

本次募集资金拟投资的项目与公司目前主营业务关系紧密，主要体现在：

（一）移动互联网招商信息服务平台研发、运营及推广项目

本项目是公司顺应行业发展趋势打造的移动互联网招商综合服务平台，是公司现有网络招商平台体系的补充和完善，有助于公司扩大业务规模、丰富服务内容、改善用户体验，从而提高公司行业地位和市场竞争力。

（二）运营管理系统核心模块研发

本项目是对公司现有互联网招商信息服务平台的运营管理系统的核心模块（招商信息发布系统、搜索引擎营销管理系统、在线客服系统）进行研发升级，以促进招商平台的信息服务智能化和数据化。通过本项目的成功实施，将有助于提升公司招商平台的运营效率，增强整合营销资源能力，改善公司的服务能力。

三、董事会对本次募集资金投资项目可行性的分析意见

2016年10月5日，公司第一届董事会第八次会议审议通过了《关于首次公开发行股票募集资金用途及可行性的议案》。经过审慎分析和论证，公司董事会认为，本次募集资金投资项目是基于互联网招商信息服务行业发展趋势提出，其实施有利于提高公司现主营业务的运营效率，完善公司移动互联网领域的业务布局，增强公司的核心竞争力，具有较高的可行性，而且募集资金数额与投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

从经营规模看，截至2016年6月，公司运营管理8个互联网招商信息服务平台，2015年度、2016年上半年分别实现互联网招商信息服务收入36,056.27万元和16,497.48万元，具有较大规模的经营能力。

从财务状况看，公司现金流量较好，货币资金较多，报告期内累计经营性现金流量净额6,638.60万元，截至2016年6月30日，货币资金3,507.11万元，但是，公司本次募集资金投资项目所需资金较大，公司的“轻资产”特点导致较难取得银行借款，因此，需要通过公开发行新股募集资金，以增强公司的资金实力。

从技术水平看，公司拥有多年的互联网招商信息服务平台研发经验，截至2016年6月30日拥有113名研发人员，取得25项相关的软件著作权，并将持续引进相关技术人员，因此，公司具有实施本次募集资金投资项目的技术能力。

从管理能力看，公司的主要管理人员拥有丰富的互联网招商信息服务经验，而且公司已建立较为完整的公司治理和内控制度，能够为募集资金投资项目的实施提供有力的管理保障。

综上所述，公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力为本次募投项目的实施提供了保证。因此，本次募集资金投资项目与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，在产业政策、市场环境等外部因素未发生重大不利变化的情况下，具备较好的实施可行性。

四、本次募集资金投资项目的实施对发行人独立性的影响

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之间产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

五、募集资金投资项目概况

（一）移动互联网招商信息服务平台研发、运营及推广项目

1、项目概况

本项目以现有“78 商机”APP 为基础，拟投资 17,500 万元，其中使用募集资金 13,617 万元。通过项目的实施，公司开发和优化“78 商机”APP 的功能，提高其运营能力，加大市场推广，计划获得个人用户超过 500 万人，企业用户超过 10,000 家，将其打造成为行业领先的移动互联网招商综合服务平台，在提供招商信息服务的基础上，还通过与第三方合作，提供与招商相关的增值服务。

2、项目的必要性分析

（1）移动互联网招商信息服务平台是行业发展趋势

截至 2016 年 6 月，我国手机网民 6.56 亿人，较 2015 年底增加 3,656 万人。网民中使用手机上网人群的占比从 2015 年底的 90.1% 提升至 92.5%，仅通过手机上网的网民达到 1.73 亿，占整体网民规模的 24.5%。而且，调查结果显示，2016 年上半年新增网民中手机网民规模为 1,301 万人，占新增网民的 61.0%。



随着网络环境的日益完善、移动互联网技术的快速发展，各类移动互联网 APP 的需求逐渐被激发，从娱乐沟通、信息查询，到商务交易、网络金融，再到教育、医疗、交通等公共服务，移动互联网已被广泛接受和习惯。来自《移动互联网白皮书》（2015 年）的数据显示，APP Store 总下载规模已经超过 1,000 亿次，近期每半年下载量均超过 100 亿次；APP 占据大部分移动终端上网时长，以美国为例，上网用户 86% 的时间消耗在移动 APP 上；APP 流量使用已经超过移动网页 6 倍。未来，移动互联网应用将更加贴近生活，从而带动三四线城市、农村地区人口的使用，进一步提升我国互联网普及率。

基于移动互联网快速发展的态势，互联网招商的移动化是大势所趋。目前，移动互联网招商信息服务平台市场尚处于早期阶段。因此，公司拟抓住市场先机，

通过本次募集资金投资项目的实施，将“78 商机”APP 打造成为国内移动互联网招商行业的领先品牌。

（2）移动互联网招商信息服务平台优势突出

①移动互联网平台便于形成独立流量。

相对于桌面互联网以门户网站、搜索引擎为核心入口的格局，移动互联网的流量入口则较为分散，且数据信息无法互通，形成不同服务领域间的信息孤岛。数据分散促使龙头企业缺乏统一的信息聚集入口，为公司自主建立移动互联网业务入口提供了机会。

②移动互联网平台的便携性等特征，使平台能够承载更多服务内容，改善用户体验。

移动互联网具有便携性、即时性、定向性、精准性等特征。其基本载体是移动终端，包括智能手机、平板电脑、可穿戴设备等，便于随身携带；其网络覆盖面广泛，人们可以充分利用生活中、工作中的碎片化时间，随时接受和处理各类信息；其能够支持 LBS 的服务，准确定位用户地理位置；以智能手机为代表的移动终端，与用户连接地更为紧密，使信息传递更为精准。

因上述特征的存在，移动互联网招商信息服务平台能够支撑移动互联网平台承载更多服务内容，持续改善用户体验。其可以支持用户随时随地获取招商信息和服务，在第一时间将与之相关的招商信息推送给用户；同时支持多种多样的沟通方式，有助于改善用户体验，提高用户粘性；便于服务商提供基于地理位置的增值服务，并依据其用户行为“量体裁衣”，提供更为个性化的服务。

3、项目环保情况

本项目主要用于“78 商机”APP 的研发、运营和推广，不涉及产品生产和土工建设。根据安徽省六安市环境保护局于 2016 年 11 月 28 日出具了《证明》，证明本次募集资金投资项目均不属于《中华人民共和国环境影响评价法》、《建设项目环境保护管理条例》以及《建设项目环境影响评价分类管理名录》的相关规定需要进行环境影响评价的建设项目。

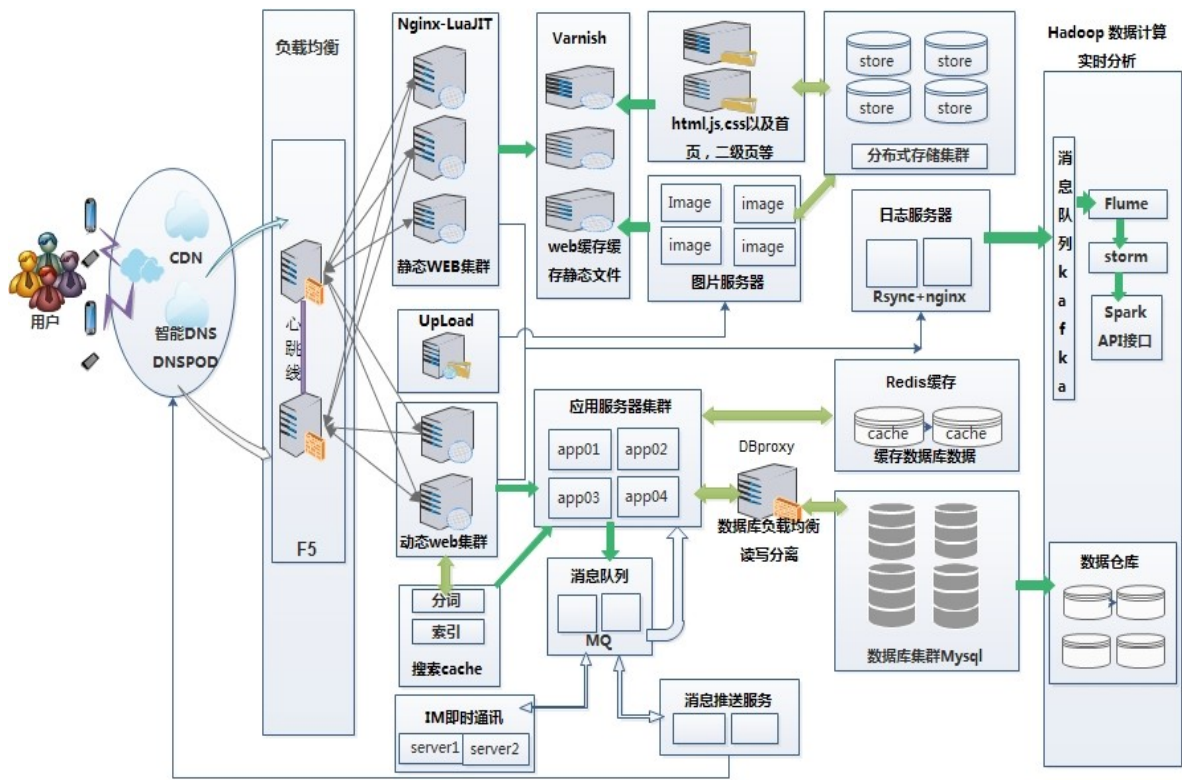
4、项目具体实施方案

（1）研发计划

目前，公司对“78 商机”APP 已经进行了基本的功能开发，对产品和市场进行了初步研究。本次募集资金投资项目，将着重在项目的负载能力、可用性、可扩展性、数据安全、数据存储计算等方面进行深度开发。

项目的研发目标为：支持较多并发请求、较大流量传输、承载每日千万级的传输请求；使平台具备容灾处理机制和故障自动迁移；实现各组件均可水平扩展；建设网络点对点隧道、数据容灾机制，并可以加密存储；支持海量数据存储和实时计算等。

项目研发的主要技术架构如下图所示：



架构名称	内容
CDN 和智能 DNS	使用第三方 CDN 服务和智能 DNS 服务，提高用户访问网站响应速度。促使快速故障恢复、多服务商之间无缝切换。

架构名称	内容
负载均衡	按照一定负载均衡的原则，将访问 Web 站点的请求分配给不同的 Web 服务器处理，给用户提供稳定的服务。从而提高 Web 站点的访问响应速度和质量。本项目将采用“F5+Nginx”，硬件、软件结合的形式来保证负载均衡器的质量。
应用程序层优化	项目使用“基于单进程多路复用技术、静态文件的响应能力高、对 PHP 的支持好”的 Nginx。使用 MySQL 做为底层的数据层存储，搭配 PHP 可组成良好的运行环境。MySQL 使用多主从同步方式，保证数据库故障自动迁移的高可用性。应用开发过程中动静态分离，保证更高的系统消耗和执行效率。
通讯架构	整个信息通讯使用 B/S 架构，将系统功能实现的核心部分集中到服务器上。使用分布式缓存服务来达到保存用户的会话数据，而达到各个功能模块都能够跨地域、跨服务器共享本次会话中的私有数据的目的。
集中式日志服务	建立集中式日志收集系统，对用户的访问日志和用户行为进行统一的收集，使用 Kafka 日志消息队列送入 Hadoop 集群进行计算、分析。
高可用消息队列	使用数据队列处理，长时间处理的任务都进行队列并发处理，保证所有接口的高速响应。消息队列可以使各个模块组件之间进行解耦，使用消息进行通讯。消息队列把数据进行持久化直到它们已经被完全处理，通过这一方式规避了数据丢失风险。
全文检索服务	使用文档数据库中文分词分布式集群，提供高性能的全文索引和检索服务，为用户提供高实时高质量的搜索建议。
用户行为收集系统	通过对用户行为监测获得的数据进行分析，获得用户的行为习惯，从而找出系统、推广渠道等企业营销环境存在的问题，有助于企业发掘高转化率因素，让营销更加精准、有效，提高业务转化率。
认证和授权	细粒度授权管理和用户统一身份管理及单点认证支撑平台。每个接入的系统都支持自定义权限、配置细粒度用户权限。
数据安全	系统采用磁盘阵列、数据备份、双机容错、异地容灾等重要的安全防护技术来确保数据的安全。通过数据库存储加密等安全方法实现了数据库数据存储保密和完整性要求，使得数据库以密文方式存储并在密态方式下工作，确保了数据安全。
大数据分析系统	系统使用 Hadoop 集群为数据分析提供底层的计算支持，分析包括了访客浏览轨迹，热点图，素材曝光率，用户行为分析，效果报表统计等。基于 Hadoop 加 Spark 的大数据实时计算，为用户智能展现企业项目，依据用户行为分析、地理位置精准推送，给用户一个更好的使用体验。
数据采集挖掘系统	使用了 Python 抓取框架，用于抓取 Web 站点并从页面中提取结构化的数据,用于数据采集、数据挖掘、监测和自动化测试。

架构名称	内容
Git 持续集成和自动化部署	持续集成可以更频繁的进行测试，尽早发现问题并提示。自动化部署可以加快部署速度，并可以有效减少人为操作的失误。使用 Git 可以实现多人同时开发，相互不受影响，提高开发效率。

（2）产品及平台运营计划

项目平台将由公司自主运营，运营计划包括两个方面：一是人力资源的投入，包括运营团队的组建，二是硬件设备的购置。

在人力资源的投入方面，公司主要将建立内容运营、产品运营和客户服务团队，其中内容运营团队主要负责对信息的审核、代为编辑及二次审核工作，控制招商信息的数量和内容质量；产品运营团队则围绕平台本身，收集整理统计各项数据，并依据数据对平台做出优化建议；客户服务团队则是具体负责服务过程中出现的各种客户相关问题，对此类问题进行及时反馈，并围绕个别客户需求提供个性化服务等。

在硬件设备的购置方面，公司将结合平台数据的需求及潜在用户数量，购置相应的服务器、交换机、存储器等专业硬件设备，提升平台的运营能力，提高数据传输速度，提升用户的使用体验。

（3）推广计划

公司将结合“78 商机”APP 的平台特点、目标人群、市场定位、潜在行业等，加强推广体系建设。提升平台的品牌形象，以获取较大规模的企业客户和个人用户。具体推广上，公司将分阶段执行不同的投放渠道和推广渠道。推广渠道包括互联网媒体、传统媒体、地面推广等方式。

（4）人力资源计划

人力资源计划贯穿于本项目始终，是本项目成败的重要因素。公司将以现有人员为主要支撑，并适当引进人才，打造一支满足本项目实施需求的专业团队。公司预计本项目的人力资源配置为 120 人，其中技术人员 50 人，运营推广 70 人。

5、项目投资概算

本项目投资资金预算总额为 17,500 万元，按照投资进度分三年投入：

单位：万元

项目内容	具体投向	T+12	T+24	T+36	合计
研发计划	硬件设备购置	46	63	85	194
	系统软件购置	20	50	50	120
	人力资源	500	800	1000	2,300
运营计划	硬件设备购置	92	93	135	320
	人力资源	150	380	630	1,160
	IDC 及 CDN 租用	72	170	240	482
推广计划	传统媒体	900	1,200	1,800	3,900
	地面推广	200	300	300	800
	互联网媒体	1,000	1,400	2,200	4,600
	其他	50	50	50	150
其他	流动资金	700	1,100	1,674	3,474
合计		3,730	5,606	8,164	17,500

6、项目进展情况

截至第一届董事会第八次会议召开之日，本项目已投入资金 687.80 万元。上述资金来源于公司自筹，且不使用募集资金置换。公司第一届董事会第八次会议之后至募集资金到位前支付的资金将使用募集资金置换。

（二）运营管理系统核心模块研发项目

1、项目概况

公司将对旗下的互联网招商平台的运营管理系统的核心模块进行研发，以促进招商平台的信息服务智能化和数据化。拟研发的系统核心模块包括招商信息发布系统、搜索引擎营销管理系统及在线客服系统。本项目资金主要投向硬件设备购置、软件购置、人力资源。通过本项目的成功实施，将有助于提升公司招商平台的运营效率，增强整合营销资源能力，改善公司的信息服务能力。

2、项目的必要性分析

（1）招商信息发布系统

针对招商信息发布系统的研发升级，是企业提高平台资源利用率和运转效率的需要。公司现有招商信息服务平台存在多个系统后台，不利于公司内部效率的提升和资源的有效分配和利用。研发统一的招商信息发布系统，将改变现有平台互通性不够的局面，提升公司内部效率。

针对招商信息发布系统的研发升级，同时也是公司面对行业的数据化、智能化趋势，着力提升数据分析能力、探索新页面形式、提高业务可延展性的需要。现有系统在上述方面略显不足，公司为应对市场竞争，需要持续提升系统的上述能力。

（2）搜索引擎营销管理系统

对搜索引擎营销资源的采购，特别是搜索引擎搜索排名类产品（竞价），是公司目前主要成本支出，研发升级搜索引擎营销管理系统，将提高系统的稳定性，提高数据采集的能力，并在大数据分析计算能力的基础之上，实现自动调整关键词出价，提高公司对搜索引擎营销资源的管理能力，加强对效果数据的分析和优化能力，提高搜索引擎营销的整体效率。

（3）在线客服系统

在线客服系统是公司搜集用户反馈信息的工具之一，能够提高用户（渠道投资者）和企业客户的沟通效率，带动平台招商效果的提高。公司对在线客服系统的研发升级，将重点放在提高系统与第三方软件、平台的兼容性，提高系统数据分析能力，引入智能机器人功能，嵌入营销软件等方面进行升级，提升该系统服务的价值。

3、项目环保情况

本项目主要用于招商信息服务平台的升级，不涉及产品生产和土工建设。根据安徽省六安市环境保护局于 2016 年 11 月 28 日出具了《证明》，证明本次募集资金投资项目均不属于《中华人民共和国环境影响评价法》、《建设项目环境保护管理条例》以及《建设项目环境影响评价分类管理名录》的相关规定需要进行环境影响评价的建设项目。

4、项目具体实施方案

（1）招商信息发布系统升级

①增强海量信息存储和数据分析能力。

公司将建立专业的大数据分析处理团队，增加相应的存储和处理设备，对招商信息和用户信息等数据进行深度挖掘和有效监测，为产品和服务的迭代完善和推广策略的不断优化提供决策依据。

②有效整合公司的招商信息发布系统。

公司将升级研发现有的招商信息发布系统，以适应各平台需求，同时促进各平台建立统一的信息标准和运营流程，实现各平台的统一运营管理，提高平台运转效率。

③提高业务的可延展性。

研发升级系统过程中，将着力支持平台页面形式的优化和业务收费模式的创新，以拓展服务的深度和广度。

（2）搜索引擎营销管理系统研发升级

搜索引擎营销管理系统的升级是建立在公司实现较强的大数据分析计算能力的基础之上的，公司将建立数据分析团队，加强数据存储能力和数据处理技术的研发。

具体在搜索引擎营销管理系统上，公司主要将在系统稳定性、数据采集和智能竞价三个方面的进行技术研发。

系统稳定性是指搜索引擎营销的主要要素（包括关键字、竞价计划、竞价价格等关键数据）相互之间对接的稳定性。系统稳定性提升的主要内容是系统接口开发以及购置硬件设备。

数据采集直接反映了竞价效果，并为数据分析提供基础。公司通过此次系统升级，增强搜索引擎竞价结果数据的采集能力，提供高质量的数据分析报告。

智能竞价方面，升级后的系统能够预测不同关键词在不同时间段、不同地域投放的推广价值，继而根据预测结果，自动调整关键词出价。

（3）在线客服系统研发升级

公司的在线客服系统是指公司自主开发的即时通讯工具“通宝”的运营管理系统。本次升级的主要内容包括对外接口的开发、智能机器人功能的引入、营销辅助软件的嵌入、数据挖掘与分析体系的建立。

开发对外接口能够提高系统与第三方软件和平台之间的兼容性，为第三方平台提供数据分析与软硬件支持。

智能机器人功能主要是辅助甚至替代客服人员。如客服人员不在线时，自动接入用户对话，或根据相关数据，针对用户提问进行分析，并为用户提供高匹配的解答。客服人员在线时，智能机器人还可分析客户的语言语义，主动调用并显示相关数据分析。

嵌入更多的营销软件，便于为使用者提供更多的增值服务。

建立数据挖掘与分析体系，统计分析客户项目的招商信息和反馈信息，让客户了解相似项目的状况。

（4）人力资源计划

公司以现有技术团队为基础，将适当引进相关领域的专业技术人才。本项目具体的人力资源计划如下：

单位：人

对应项目	人员配置数量
招商信息发布系统	45
搜索引擎营销管理系统	18
在线客服系统	20
合计	83

5、项目投资概算

本项目投资资金预算总额为 7,090 万元，按照投资进度分三年投入：

单位：万元

项目内容	具体投向	第一年	第二年	第三年	合计
招商信息发布系统	硬件设备购置	102	213	211	528
	系统软件购置	110	165	225	500
	人力资源	550	860	1,090	2,500
搜索引擎营销管理系统	硬件设备购置	51	83	102	236
	系统软件购置	58	58	59	175
	人力资源	300	430	470	1,200
在线客服系统	硬件设备购置	103	140	240	483
	系统软件购置	60	115	115	290
	人力资源	300	420	460	1,180
合计		1,634	2,484	2,972	7,090

6、项目进展情况

截至第一届董事会第八次会议召开之日，本项目已投入资金 698.72 万元。上述资金来源于公司自筹，且不使用募集资金置换。公司第一届董事会第八次会议之后至募集资金到位前支付的资金将使用募集资金置换。

第十一节 其他重要事项

一、重要合同

公司重要合同指公司合同中尚处在有效期内的，包括但不限于目前正在履行的、交易金额超过 500 万元的业务合同，或者交易金额虽未超过 500 万元，但对公司生产经营活动、未来发展或财务状况有重要影响的合同。

截至本招股说明书签署日，公司已签署、正在履行的重大合同如下：

（一）采购合同

公司对互联网媒体的采购通常先签订的框架合同，约定采购业务的基础性条件，之后签订单笔合同具体实施采购行为。截至本招股说明书签署日，公司正在执行的重要采购合同如下：

1、发行人子公司中视联动与班尼星空（北京）广告有限公司（以下简称“班尼星空”）签订《2016 年度合作框架协议》（合同编号：16UM038），约定班尼星空于 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日期间为发行人及发行人子公司渠道外包、北京渠道、中视联动提供推广服务，推广服务的总金额不低于 3,000 万元。

2、发行人与北京派瑞威行广告有限公司（以下简称“派瑞威行”）签订《框架合同》（合同编号：16UM072），约定派瑞威行为中视联动进行代充值服务活动。框架合同金额为 3,500 万元，投放期限为 2016 年 4 月 1 日至 2017 年 3 月 31 日。

3、发行人子公司中视联动与百度时代网络技术（北京）有限公司（以下简称“百度时代”）签订《百度推广服务框架合同》（合同编号：KJBJ1600258），约定百度时代于 2016 年 4 月 20 日至 2017 年 4 月 19 日期间为中视联动提供推广服务，推广服务的总金额不低于壹亿元。

（二）销售合同

1、发行人子公司中视联动与上海嘉莅广告有限公司（以下简称“上海嘉莅”）签订《营销推广执行合同（百度品牌华表）》（合同编号：16US002），约定发行人为上海嘉莅提供关键词精准匹配展现在网页右侧的图文混排品牌展示类推广，框架合同金额为不低于 2,100 万元，投放期限为 2016 年 3 月 28 日至 2017 年 1 月 1 日。

2、发行人与济南源动力餐饮管理咨询有限公司（以下简称“济南源动力”）签订《框架销售合同》（合同编号：AH16005EF02392-KJ），约定发行人为济南源动力提供营销推广综合服务，框架合同金额为不低于 1,600 万元，合作期限为 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

3、发行人与广州凯美投资管理有限公司（以下简称“广州凯美”）签订《框架销售合同》（合同编号：AH16005EF03279-KJ），约定发行人为广州凯美提供营销推广综合服务，框架合同金额为不低于 1,500 万元，合作期限为 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

4、发行人与北京渠道速建网络科技有限公司（以下简称“北京渠道速建”）签订《框架销售合同》（合同编号：AH16005EF04325-KJ），约定发行人为北京渠道速建提供营销推广综合服务，框架合同金额为不低于 1,500 万元，合作期限为 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

5、发行人与济南福瑞天成餐饮技术研发有限公司（以下简称“福瑞天成”）签订《框架销售合同》（合同编号：AH16005EF03278-KJ），约定发行人为福瑞天成提供营销推广综合服务，框架合同金额为不低于 800 万元，合作期限为 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

6、发行人与辽宁君达伟业投资管理有限公司（以下简称“君达伟业”）签订《框架销售合同》（合同编号：AH16005EF01337-KJ），约定发行人为君达伟业提供营销推广综合服务，框架合同金额为不低于 800 万元，合作期限为 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

7、发行人与香港蓝创集团投资有限公司（以下简称“香港蓝创”）签订《框架销售合同》（合同编号：AH16005EF03850-KJ），约定发行人为香港蓝创提供营销推广综合服务，框架合同金额为不低于 800 万元，合作期限为 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

8、发行人与秦皇岛君唯餐饮管理有限公司（以下简称“秦皇岛君唯”）签订《框架销售合同》（合同编号：AH16005EF02647-KJ），约定发行人为秦皇岛鼎膳提供营销推广综合服务，框架合同金额为不低于 800 万元，合作期限为 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

9、发行人与济南必普电子商务有限公司（以下简称“济南必普”）签订《框架销售合同》（合同编号：AH16005EF01238-KJ），约定发行人为济南必普提供营销推广综合服务，框架合同金额为不低于 600 万元，合作期限为 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

10、发行人与秦皇岛鼎膳餐饮管理有限公司（以下简称“秦皇岛鼎膳”）签订《框架销售合同》（合同编号：AH16005EF02648-KJ），约定发行人为秦皇岛鼎膳提供营销推广综合服务，框架合同金额为不低于 600 万元，合作期限为 2016 年 1 月 1 日至 12 月 31 日。

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，本公司无对外担保情况。

三、发行人涉及的重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人作为一方当事人涉及的诉讼或仲裁有 7 项，具体情况如下：

序号	原告	受理时间	基本案情	诉讼请求	结果	执行情况
1	北京三面向版权代理有限公司	2015.5	著作权侵权纠纷	赔偿稿酬损失、合理费用 5,500 元	调解结案：渠道网络于 2016 年 7 月 10 日之前支付稿酬费和律师费共计 2,600 元	已执行

2	北京三面向版权代理有限公司	2015.5	著作权侵权纠纷	赔偿稿酬损失、合理费用10,000元	调解结案：渠道网络于2016年7月10日之前支付稿酬费、律师费和车旅费共计3,500元	已执行
3	北京三面向版权代理有限公司	2015.5	著作权侵权纠纷	赔偿稿酬损失、合理费用10,000元	调解结案：渠道网络于2016年7月10日之前支付稿酬费和律师费共计4,400元	已执行
4	北京三面向版权代理有限公司	2015.5	著作权侵权纠纷	赔偿稿酬损失、合理费用5,500元	调解结案：渠道网络于2016年7月10日之前支付稿酬费和律师费共计2,600元	已执行
5	北京三面向版权代理有限公司	2015.5	著作权侵权纠纷	赔偿稿酬损失、合理费用7,000元	调解结案：渠道网络于2016年7月10日之前支付稿酬费和律师费共计2,900元	已执行
6	北京三面向版权代理有限公司	2015.5	著作权侵权纠纷	赔偿稿酬损失、合理费用10,000元	调解结案：渠道网络于2016年7月10日之前支付稿酬费和律师费共计3,500元	已执行
7	北京三面向版权代理有限公司	2015.5	著作权侵权纠纷	赔偿稿酬损失、合理费用7,000元	调解结案：渠道网络于2016年7月10日之前支付稿酬费和律师费共计2,900元	已执行

四、发行人控股股东、实际控制人涉及的重大诉讼或仲裁事项以及报告期内重大违法违规情况

截至本招股说明书签署日，本公司控股股东、实际控制人不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项。

五、公司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，发行人子公司渠道外包作为一方当事人涉及的诉讼或仲裁有5项，具体情况如下：

序号	原告	受理时间	基本案情	诉讼请求	结果	执行情况
1	北京福源	2015.10	合同纠纷	返还履约保	调解结案：渠道外包	已执行

	天石珠宝有限公司			证金5万元及平台使用费5万元	于2015年11月28日之前支付履约保证金及平台使用费	
2	花生世家（北京）企业管理有限公司	2015.12	合同纠纷	返还履约保证金5万元及平台使用费10万元	调解结案：渠道外包于2016年1月25日之前支付履约保证金5万元及平台使用费7万元	已执行
3	北京开元智信通软件有限公司	2015.10	合同纠纷	返还履约保证金5万元、赔偿损失5万元	调解结案：渠道外包于2016年1月26日之前支付履约保证金5万元	已执行
4	广东联塑科技实业有限公司	2015.12	合同纠纷	返还平台使用费及利息16.31万元	已判决：渠道外包于2016年3月24日之前返还平台使用费10万元	已执行
5	上海润肯汽车（集团）有限公司	2016.1	合同纠纷	返还平台使用费10万元及保证金2万元	调解结果：渠道外包于2016年7月22日之前返还保证金2万元	已执行

六、公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员涉重大诉讼或仲裁及刑事诉讼的情况

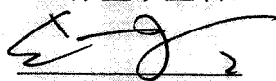
截至本招股说明书签署日，本公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在作为一方当事人的重大诉讼或仲裁事项，不存在涉及刑事诉讼情况。

第十二节 有关声明

一、公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员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，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担个别和连带的法律责任。

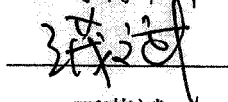
全体董事签名：



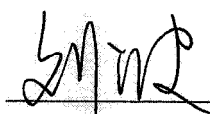
尤东云



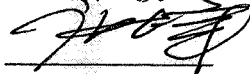
李海军



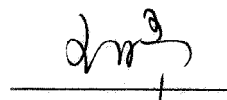
王茂斌



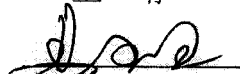
刘波



谢峰



王晴

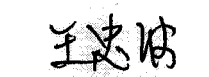


易欢欢

全体监事签名：



彭玉红



王忠波

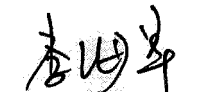


胡善媛

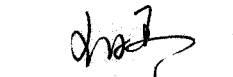
全体高级管理人员签名：



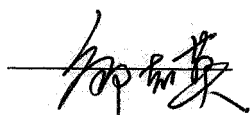
尤东云



李海军



王晴



邹志英

安徽省渠道网络股份有限公司



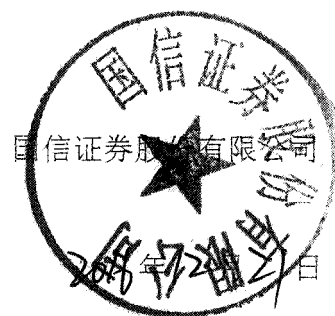
保荐机构（主承销商）声明

本保荐机构（主承销商）已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

项目协办人： 侯英刚
侯英刚

保荐代表人： 陈 晔 崔 威
陈 晔 崔 威

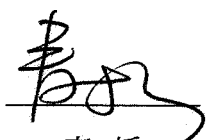
法定代表人： 何 如
何 如

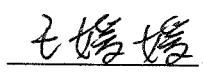


三、发行人律师声明

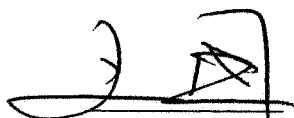
本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办律师：


秦 桥


王媛媛

负责人：


张利国



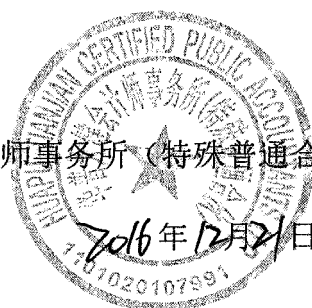
审计机构声明

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的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师： 占铁华 杨杰
占 铁 华 杨 杰

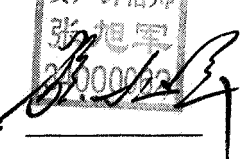
会计师事务所负责人： 肖厚发
肖 厚 发

华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）



五、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，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

经办资产评估师:  

张 旭 军

方 强

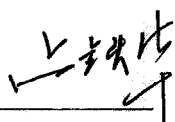
评估机构负责人:  

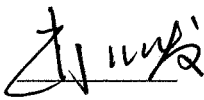
肖 力



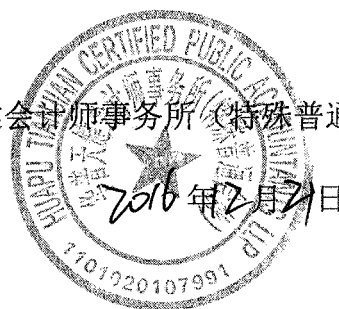
验资机构声明

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，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：  _____
占 铁 华 秦 文 李 冰 锋

会计师事务所负责人： 
肖 厚 发

华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）



关于秦文、李冰锋离职情况的说明

华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）对安徽省渠道网络技术开发有限责任公司变更设立为股份有限公司进行了验资，并出具了会验字[2014]3331 号验资报告。该报告签字注册会计师秦文、李冰锋因个人原因已离职。

特此说明。

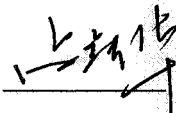
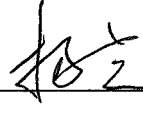
华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）

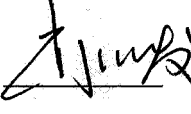


2016 年 12 月 21 日

验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

签字注册会计师：  
占铁华 杨杰

会计师事务所负责人： 
肖厚发

华普天健会计师事务所（特殊普通合伙）



第十三节 附件

一、备查文件

- （一）发行保荐书（附：发行人成长性专项意见）及发行保荐工作报告；
- （二）发行人关于公司设立以来股本演变情况的说明及其董事、监事、高级管理人员的确认意见；
- （三）发行人、实际控制人对招股说明书的确认意见；
- （四）财务报表、审计报告；
- （五）内部控制鉴证报告；
- （六）经注册会计师核验的非经常性损益明细表；
- （七）法律意见书及律师工作报告；
- （八）公司章程（草案）；
- （九）中国证监会核准本次发行的文件；
- （十）其他与本次发行有关的重要文件。

二、备查文件的查阅

（一）备查文件查阅时间

除法定节假日以外的每日上午 9:30-11:30，下午 1:30-4:30

（二）备查文件查阅地点

1、发行人：安徽省渠道网络股份有限公司

联系地址：六安经济技术开发区创新创业服务中心

联系人：王晴

电话：0564-3636399

传真：0564-3636399

2、保荐机构（主承销商）：国信证券股份有限公司

联系地址：深圳市红岭中路 1012 号国信证券大厦

联系人：陈晔、崔威、李龙侠、韩江华、谢琳娜、肖喻铭、周子捷、靳海宇

电话：0755-82134633

传真：0755-82131766